

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2018-2-37 **(Muafiyet)**
Karar Sayısı : 19-14/186-84
Karar Tarihi : 04.04.2019

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Prof. Dr. Ömer TORLAK
Üyeler : Arslan NARİN (İkinci Başkan), Adem BİRCAN, Mehmet AYAN,
Ahmet ALGAN, Hasan Hüseyin ÜNLÜ, Şükran KODALAK

B. RAPORTÖRLER: İsmail Atalay YOLCU, Burcu ÇALIŞKAN OLGUN,
Selçuk YILMAZ

C. BİLDİRİMDE

BULUNANLAR: - İklimlendirme - Soğutma - Klima İmalatçıları Derneği
- Doğal Gaz Cihazları Sanayicileri ve İş Adamları Derneği
Temsilcileri: Av. M. Haluk ARI, Av. Benan ARI
Atatürk Mah. Ataşehir Blv. 42 Ada Gardenya 7/1 Blok Kat:11
No: 68 34758 Ataşehir, İstanbul

- (1) **D. DOSYA KONUSU: İklimlendirme - Soğutma - Klima İmalatçıları Derneği ile Doğal Gaz Cihazları Sanayicileri ve İş Adamları Derneği tarafından kamu spotu filmi hazırlanmasına yönelik olarak alınan yönetim kurulu kararlarına menfi tespit belgesi verilmesi veya bireysel muafiyet tanınması talebi.**
- (2) **E. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına 03.08.2018 tarih, 5534 sayı ile intikal eden ve eksiklikleri 28.09.2018 tarih, 7021 sayı ile tamamlanan bildirim üzerine düzenlenen 20.02.2019 tarihli, 2018-2-37/MM sayılı Muafiyet Ön İnceleme Raporu Rekabet Kurulunun (Kurul) 28.02.2019 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 19-10/113-Mİ sayı ile dosya konusunun ek çalışma yapılmak üzere Kurul gündeminde incelemeye alınmasına karar verilmiştir. Bunun üzerine hazırlanan 26.03.2019 tarih, 2018-2-37/BN sayılı Bilgi Notu Kurulun 04.04.2019 tarihli toplantısında görüşülerek 19-14/186-84 sayı ile karara bağlanmıştır.
- (3) **F. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili rapor ve Bilgi Notunda; senaryo metninde yer alan özel servislerin kötülenmesine yol açabilecek ifadelerin çıkarılması şartıyla bildirim konusu işleme menfi tespit belgesi verilebileceği, söz konusu şartın yerine getirilmemesi halinde 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 5. maddesinde yer alan koşulların tümünü karşılamaması nedeniyle işleme muafiyet tanınamayacağı ifade edilmiştir.
- (4) Raportör İsmail Atalay YOLCU tarafından; herhangi bir konuda kamu spotu çekilmesinin dahi tek başına tüketici tercihlerini etkilemek bakımından yeterli olduğu ve bu yönüyle söz konusu filmin, içeriğinde yer alan ifadelerden bağımsız olarak rekabeti kısıtlayacağı, bu nedenle menfi tespit verilemeyeceği; satış sonrası hizmetler bakımından yetkili servislerin özel servislere kıyasla daha "kaliteli ve ucuz" hizmet verdikleri yönünde nesnel bir veri bulunmadığı ve bu nedenle 4054 sayılı Kanununun 5. maddesinin birinci fıkrasının (a), (b) ve (d) bentlerinde yer alan koşulların sağlanmadığı, amacı ve kapsamı bakımından ilgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabeti sınırlayacağı görülen söz konusu işlemin 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (c) bendindeki koşulu da sağlamadığı bu nedenlerle muafiyet tanınmasının yerinde olmadığı şeklinde karşı görüş belirtilmiştir.

G.İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

G.1. Bildirim Konusu İşlem

- (5) Rekabet Kurumu kayıtlarına 03.08.2018 tarih ve 5534 sayı ile giren, İklimlendirme - Soğutma - Klima İmalatçıları Derneği (İSKİD) ile Doğal Gaz Cihazları Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (DOSİDER) tarafından yapılan başvuruda, İSKİD ve DOSİDER'in çalışmalarıyla hazırlanacak olan ve T.C. Ticaret Bakanlığı Tüketicinin Korunması Genel Müdürlüğü tarafından kamu spotu olarak yayımlanması planlanan filme ilişkin olarak alınan yönetim kurulu kararlarına 4054 sayılı Kanun çerçevesinde menfi tespit belgesi verilmesi veya bireysel muafiyet tanınması talep edilmektedir.
- (6) Mezkûr başvuruda; iklimlendirme, soğutma ve klima ile doğal gazla çalışan ürünlerin satış sonrası hizmetlerinin yetkili ve özel servisler tarafından gerçekleştirildiği, yetkili servislerin bu pazardaki faaliyetleri çerçevesinde piyasaya mal arz eden teşebbüslerle arasında sözleşmeden kaynaklanan bir dikey ilişkinin bulunduğu ve bu ilişki kapsamında sağlayıcıların marka ve logoları ile "yetkili servis" ibaresini kullanabildikleri, özel servislerin ise sağlayıcılar ile herhangi bir bağlarının olmadığı ve bağımsız olarak faaliyet gösterdikleri ifade edilmektedir. Ancak başvuruda bazı özel servislerin 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'na (Sınai Mülkiyet Kanunu) aykırı olarak sağlayıcı teşebbüslerin marka ve logoları ile "yetkili servis" ibaresini kullandıkları, bu durumun tüketiciler nezdinde yanılgıya neden olduğu ve tüketiciler tarafından bilinçsizce tercih edildiği, neticede yetkili servis zannederek özel servisten hizmet alan ve aldığı hizmetten memnun kalmayan tüketicilerin çevrimiçi platformlar da dâhil olmak üzere çeşitli mecralarda sağlayıcı teşebbüsler hakkında şikâyetçi oldukları ifade edilmektedir. Sağlayıcı teşebbüsten ya da onun sorumluluğundaki yetkili servisten kaynaklanmayan bu durum nedeniyle tüketici nezdinde teşebbüslerin marka imajının olumsuz etkilendiği belirtilmektedir.
- (7) Başvurunun devamında, Kurul tarafından menfi tespit belgesi verilmesi veya muafiyet tanınması halinde, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) tarafından kabul edilerek yürürlüğe giren Kamu Spotları Yönergesinde düzenlenmiş ilkelere uygunluk açısından RTÜK'ten izin alınmak üzere ayrı bir başvuru yapılacağı bildirilmektedir.

G.2. T.C. Ticaret Bakanlığı Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü Görüşü

- (8) Başvuru kapsamında; 26.11.2018 tarih ve 14504 sayılı yazı ile T.C. Ticaret Bakanlığı Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğünden görüş talep edilmiş ve 30.11.2018 tarihli, 8591 sayılı yazıyla ilgili görüş Kurum kayıtlarına girilmiştir.
- (9) Anılan görüşte özetle;
- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61. maddesinde; ticari reklamların Reklam Kurulunca belirlenen ilkelere, genel ahlaka, kamu düzenine, kişilik haklarına uygun, doğru ve dürüst olmaları gerektiğinin, tüketicileri aldatıcı veya tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici ticari reklam yapılamayacağına hükme bağlandığı,
 - Benzer şekilde; Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nde de, mal veya hizmet sunan kişi ya da kuruluşun ticaret unvanı, işletme adı, statüsü ve yetki alanları, resmi tanınma, onay, diplomalar ve benzeri belgeler konusunda tüketicilerin yanıltılmayacağı, bir kişi, kurum veya kuruluşun adı veya amblem, logo ve diğer ayırt edici kurumsal kimlik unsurlarının, tüketicinin yanıltılmasına yol açacak şekilde kullanılmayacağına hüküm altına alındığı, bir kişi adından ya da bir firma, kurum veya kuruluşa ait ticaret unvanından fikri ve sınai mülkiyet

hakkından haksız olarak yararlanılamayacağını açıkça vurgulandığı,

- Bu kapsamda; yetkili servis olmadığı halde reklamlarında kendini yetkili servis gibi tanıttığı tespit edilen firmalara, Reklam Kurulu tarafından bahsedilen mevzuat hükümleri ve diğer ilgili mevzuat uyarınca durdurma ve idari para cezası gibi yaptırımlar uygulandığı, diğer taraftan olası tüketici mağduriyetlerini önleme adına bu konuda tüketicileri bilinçlendirici kamu spotlarının hazırlanmasının yararlı olacağı

ifade edilmiştir.

G.3. İlgili Teşebbüsler

G.3.1. İklimlendirme - Soğutma - Klima İmalatçıları Derneği (İSKİD)

- (10) Bildirim konusu işlemin taraflarından İSKİD; 1992 yılında faaliyete başlamış olup Türkiye’de iklimlendirme, soğutma ve klima ürünleri pazarındaki sektörel sorunların giderilmesi ve sektörün gelişimi için kurulmuş bir dernektir. Hâlihazırda 108 üyesi bulunmakta olup, Türkiye iklimlendirme pazarının %90’ını temsil etmektedir.

G.3.2. Doğal Gaz Cihazları Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (DOSİDER)

- (11) Bildirim konusu işlemin taraflarından DOSİDER ise 1993 yılında kurulmuştur. Doğal gaz ile çalışan cihazlara ilişkin sorunların çözüme ulaştırılması, sektörün gelişimi, niteliği gereği risk teşkil eden söz konusu ürünlerin kullanıcılarının ve özellikle tüketicilerin standartlarına uygun ürün ve hizmet alabilmeleri için gerekli çalışmaların yapılması konularında faaliyet göstermektedir. Hâlihazırda derneğin 29 üyesi bulunmaktadır.

G.4. İlgili Pazar

G.4.1. Sektöre İlişkin Genel Bilgi

- (12) Bildirim konusu işlemin taraflarının, İSKİD ve DOSİDER olması sebebiyle etkilenmesi muhtemel iki farklı pazar söz konusudur.
- (13) İSKİD’in üyelerinin faaliyet gösterdiği sektör; iklimlendirme, soğutma ve klima ürünlerinin üretim ile satışı veya satış sonrası hizmetleridir. Isıtma, soğutma, havalandırma ve iklimlendirme sektörü genel olarak kapalı mekânlardaki havanın fiziksel şartlarını değiştirmek amacıyla kullanılan her çeşit cihazı kapsamaktadır.
- (14) Pazarın yapısına bakıldığında; her çeşit kazan, radyatör, brülör ve kombi gibi mekânları ısıtmada kullanılan ürünler ile boyler ve güneş enerjisi sistemleri gibi sıcak su sağlama amaçlı ürünlerin ısıtma cihazları sektörüne dâhil olduğu anlaşılmaktadır.
- (15) Soğutma ve havalandırma sektöründe ise, klima sistemlerinin, kullanıldığı yapının tipine göre farklılaştığı anlaşılmaktadır. Bireysel kullanıcılar tarafından kullanılan ev tipi klimalar ilk kategoriyi oluşturmaktadır. İkinci olarak, VRF sistemlerinin¹ dâhil olduğu hafif merkezi klima kategorisi mevcuttur. Son olarak; hastane, üretim tesisi, çok katlı iş ve alışveriş merkezleri gibi daha büyük yapılarda iklimlendirmeyi sağlayan merkezi klima sistemleri kullanılmaktadır.
- (16) Bildirim konusu işlemin diğer tarafı olan DOSİDER üyesi teşebbüsler ise, doğal gazla çalışan ürünlerin üretim ve satışı ile satış sonrası hizmetleri alanında faaliyet göstermektedir. Söz konusu teşebbüslerden bazılarının; hem iklimlendirme, soğutma ve klima ürünleri alanında, hem de doğal gazla çalışan ürünler alanında faaliyet gösterdiği ve her iki derneğe de üye olduğu anlaşılmıştır.

¹ VRF klima sistemi, binanın değişen kapasite ihtiyaçlarına bağlı olarak soğutmanın akışını kontrol eder.

- (17) Tüm bu ürünlerin tamir, bakım ve onarımı üretici veya ithalatçı firma tarafından kurulan veya tayin edilen yetkili servislerce ya da üretici veya ithalatçıdan bağımsız olarak faaliyet gösteren özel servislerce sağlanabilmektedir.

G.4.2. İlgili Pazar

- (18) Ana ürün ile o ürüne ilişkin yedek parça, servis ve bakım gibi ürün ve hizmetler, farklı zamanlarda ihtiyaç duyulan tamamlayıcı nitelikteki ürünlerdir. Müşterinin satın aldığı ilk ürünün bulunduğu pazar, zamanla tamamlayıcı ürün ve hizmetlere ihtiyaç duyması sebebiyle, "birincil" veya "öncül" pazar olarak isimlendirilmektedir. Yedek parça, sarf malzemesi, tamir, bakım-onarım hizmetleri gibi birincil ürünle birlikte kullanılan ve birincil ürünün satın alınmasından belli bir süre sonra ihtiyaç duyulan ürün ve hizmetlerin bulunduğu pazar ise "ikincil" veya "ardıl" pazar olarak tanımlanmaktadır.
- (19) Bildirim konusu işlemin temelinde, bazı özel servislerin, kendilerini yetkili servis olarak tanıtarak ve yukarıdaki teşebbüs birliklerine üye teşebbüslerin marka ve logolarını kullanarak tüketici nezdinde yanılgıya neden olduğu savı yatmaktadır. Bu sebeple bildirim konusu işlemin gerçekleşeceği ve muhtemel etkilerinin ortaya çıkacağı ekonomik faaliyet alanı satış sonrası hizmetler olacaktır.
- (20) Bu nedenle; ilgili ürün pazarları, iklimlendirme, soğutma, klima ürünlerinin satış sonrası hizmetleri pazarı ve doğal gazla çalışan ürünlerin satış sonrası hizmetleri pazarı olarak tanımlanabilecek olmakla beraber dosya kapsamında kesin bir pazar tanımı yapılmasına gerek duyulmamaktadır.
- (21) İlgili coğrafi pazar "Türkiye" şeklinde tanımlanmıştır.

G.5. Kamu Spotu

- (22) Kamu kurum ve kuruluşları ile dernek ve vakıf gibi sivil toplum kuruluşlarınca hazırlanan veya hazırlatılan ve RTÜK tarafından yayımlanmasında kamu yararı olduğuna karar verilen bilgilendirici ve eğitici nitelikteki film ve sesler ile alt bantları kamu spotu olarak kabul edilmektedir. Kamu spotuna ilişkin hususlar, 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkındaki Kanun (6112 sayılı Kanun) ile RTÜK'ün 08.08.2012 tarih ve 2012/45 sayılı toplantıda kabul ettiği Kamu Spotları Yönergesi'nde ele alınmıştır. 6112 sayılı Kanun'un 10. maddesinin beşinci fıkrasında RTÜK tarafından tavsiye edilen kamu hizmeti duyurularının medya hizmet sağlayıcısı tarafından ücretsiz yayınlanacağı ve reklam sürelerine dâhil edilmeyeceği belirtilmiştir.
- (23) Kamu Spotları Yönergesi; kamu spotlarının tavsiyesine ilişkin esaslar, başvuru koşulları, kamu spotlarının süresi ve geçerliliği konularını düzenlemektedir. Bu çerçevede anılan düzenlemeye göre kamu spotlarının, ancak toplumu ilgilendiren ve yayınlanmasında kamu yararı bulunan olay ve gelişmelere ilişkin konularda hazırlanabileceği, başvuru yapan kuruluşların, hazırladıkları spotlarda belirtilen konu dışında sadece kendi faaliyetlerinin tanıtımını yapamayacağı ve kamu spotlarında gizli ticari iletişim de dâhil hiçbir ticari iletişime yer verilemeyeceği, spotun hazırlanmasında katkısı olan gerçek veya tüzel kişilerin adını, markasını, logosunu, imajını, faaliyetlerini veya ürünlerini tanıtmak amacıyla programlara yönelik yaptığı her türlü katkıyı içerdiği tespit edilen başvuruların doğrudan reddedileceği açıkça belirtilmiştir.

G.6. Değerlendirme

G.6.1. 4054 sayılı Kanun'un 4. Maddesi Açısından Değerlendirme

- (24) 4054 sayılı Kanun'un "Tanımlar" başlıklı 3. maddesinde teşebbüs birliği, *"teşebbüslerin belirli amaçlara ulaşmak için oluşturduğu tüzel kişiliği haiz ya da tüzel kişiliği olmayan"*

her türlü birlik” olarak tanımlanmıştır. Teşebbüslerin çeşitli amaçlar için, özellikle de mesleki dayanışma ve gelişimi sağlamak üzere oluşturdukları örgütlenmeler de “teşebbüs birliği” adı altında rekabet hukuku süjesi olarak kabul edilmektedir. Bu çerçevede, başvuru tarafları olan İSKİD ve DOSİDER teşebbüs birlikleridir.

- (25) 4054 sayılı Kanun’da teşebbüs birlikleri tarafından alınan kararlar ise “teşebbüs birliği kararları” olup, başvuruya ilişkin olarak İSKİD ve DOSİDER’in yönetim kurulları tarafından alınan kararlar bu kapsamda değerlendirilmelidir.
- (26) 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesi uyarınca *“Belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma veya kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşma, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemleri”* hukuka aykırı ve yasaktır. Madde metninden de anlaşıldığı üzere teşebbüs birliklerinin rekabeti kısıtlayıcı kararları 4054 sayılı Kanun kapsamında değerlendirilmektedir.
- (27) Dosya konusu başvuru özetle, İSKİD ve DOSİDER’in üye teşebbüslerine ait markaların özel servisler tarafından yetkisiz ve izinsiz olarak kullanılması nedeniyle yapılması planlanan kamu spotuna ilişkindir. Başvuruda; bazı özel servisler tarafından sağlayıcılara ait marka ve logo ile “yetkili” ibaresinin Sınai Mülkiyet Kanunu’na aykırı şekilde kullanıldığı, özel servislerin bu durumdan yararlanarak hizmet verdiği, bu şekilde tüketiciler nezdinde yetkili servis olduklarına dair bir algı oluşturdukları, böylece tüketicileri yanlış yönlendirdikleri, ürünün garanti dönemi içinde yer alması halinde yetkili servis olarak hareket eden özel servislerin hatalı işlemi sonucu garantinin kaybedildiği ifade edilmektedir.
- (28) Ayrıca İSKİD ve DOSİDER tarafından, özel servislerin aldatici ve yanıltıcı reklam yapılması ve marka hakkının izinsiz kullanılması davranışlarına karşı T.C. Ticaret Bakanlığı Reklam Kuruluna başvurmak ve dava açmak gibi hukuki yollara başvurulduğu ancak özel servislerin sayıca çok olmasının hukuki mücadeleyi zorlaştırdığı ve bu nedenle tüketicilerin mağdur olmasının önüne geçebilmek adına bu konuda farkındalık yaratılmasına ilişkin kamu spotu çekilmesine karar verildiği belirtilmektedir.
- (29) Başvuruda yer alan hususlara genel olarak bakıldığında; esasen bir haksız rekabet sorunu olan ve 4054 sayılı Kanun ile doğrudan bağlantılı olmayan “marka ve logoların haksız kullanımı” sorunuyla mücadele edilmeye çalışıldığı; bu yöndeki bir çabanın, garanti koşulları çerçevesinde tüketici açısından da faydalı olacağı ifade edilmeye çalışıldığı anlaşılmaktadır.
- (30) Marka ve logoların üçüncü kişiler tarafından kullanılması hususunda, Sınai Mülkiyet Kanunu’nun marka tescilinden doğan hakların kapsamı ve istisnasını düzenleyen 7. maddesinin beşinci fıkrasında *“Marka sahibi, üçüncü kişiler tarafından dürüstçe ve ticari hayatın olağan akışı içinde, markasının aşağıda belirtilen biçimlerde kullanılmasını engelleyemez”* denilmekte, *“Malların veya hizmetlerin türüne, kalitesine, miktarına, kullanım amacına, değerine, coğrafi kaynağına, üretim veya sunuluş zamanına ya da diğer niteliklerine ilişkin açıklamalarda bulunulması”* bu hallerden biri olarak sayılmaktadır. Bu çerçevede yargı kararlarında² da belirtildiği üzere servis hizmeti veren bir işletme “kendi işletme adını hâkim unsur şeklinde yazmak” koşuluyla işyerinde hangi marka ürünler için hizmet verdiğini göstermek amacıyla tescilli markayı tali unsur olarak kullanabilmektedir.
- (31) Bu haliyle yasa koyucunun esasen yetkili servis ve özel servisler arasında bir ayırım ya

² Yargıtay 11. Hukuk Dairesinin E. 2003/2346, K.2003/8743 sayılı kararı.

da tercihte bulunmadığı; haksız kullanım hususu hariç olmak üzere özel servislerin de marka ve logoları kullanabilecekleri anlaşılmaktadır. Marka ve logoların haksız kullanımıyla mücadele edilmesi ve özellikle de tüketici mağduriyetlerinin engellenmesi noktasında, ilave yasal düzenlemeler ya da düzenleyici kurumlar tarafından geliştirilmiş yeni önlemler gündeme getirilebilecek olmakla birlikte, bazı piyasa aktörlerinin bir araya gelmeleri suretiyle gündeme getirilen, hukuka uygun düzenleyici işlem boyutunu aşan ve kötüye kullanma eylemi içerisinde olsun ya da olmasın, tüm özel servisler hakkında olumsuz bir yargıya yol açabilecek kamu spotu uygulamasının, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olduğu ve bu nedenle bu uygulamaya menfi tespit belgesi verilemeyeceği kanaatine varılmıştır.

G.6.2. 4054 sayılı Kanunun 5. Maddesi Açısından Değerlendirme

(32) 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasında;

“Kurul, aşağıda belirtilen şartların tamamının varlığı halinde teşebbüsler arası anlaşma, uyumlu eylem ve teşebbüs birlikleri kararlarının 4 üncü madde hükümlerinin uygulanmasından muaf tutulmasına karar verebilir:

- a) Malların üretim veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması,*
- b) Tüketicinin bundan yarar sağlaması,*
- c) İlgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması,*
- d) Rekabetin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlanmaması.”*

hükmü yer almaktadır. Bu hüküm çerçevesinde bildirim konusu işlemin bireysel muafiyet alabilmesi için yukarıda belirtilen dört şartın tamamını sağlaması gerekmektedir.

- (33) Dosya konusu kamu spotuna muafiyet tanınması halinde, satış sonrası hizmetler bakımından piyasada ortaya çıkacak en açık etkinin, tüketicilerin özel servislerden yetkili servislere doğru yönlendirilmesi olacağı değerlendirilmektedir.
- (34) Bu noktada belirtmek gerekir ki, 4054 sayılı Kanunun 5. maddesinin birinci fıkrasının (a) ve (b) bentlerinde yer verilen muafiyet koşullarının sağlanabilmesi bakımından; yetkili servislerin her zaman için özel servislerden “daha kaliteli ve daha ucuz” hizmet sundukları yönünde nesnel bir veri ya da bir ön kabul gerekmektedir. Oysa tüketicilerin özel servisleri tercih ettikleri hallerde sürekli olarak zarara uğradıkları yönünde nesnel bir veri mevcut olmadığı gibi aksine tüketicilerin özel servislerden kısmen daha ucuz ve çoğunlukla yetkili servislerin muadili kabul edilebilecek kalitede hizmet alabilecekleri yönünde kamuoyunda yaygın bir anlayış olduğu bilinmektedir.
- (35) Başvuruya konu kamu spotuna ilişkin senaryoda yer alan “...hatta ürünün garanti kapsamındaysa gereksiz yere ücret ödeyebilirsin” ifadesi, ilk bakışta garanti konusunda tüketici faydası sağlanacağı izlenimi yaratmakla birlikte; garanti kapsamındaki tüketici haklarının iyileştirilmesinin, piyasanın işleyişini etkileyebilecek kamu spotu benzeri bir işleme değil, somut yasal düzenlemelere bağlı bir mesele olduğu görülmektedir. Bu nedenlerle 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (a) ve (b) bentleri ve bu bentlerle ilişkili olan (d) bendinde yer alan koşulların sağlanmadığı değerlendirilmektedir.
- (36) Öte yandan tüketicileri satın aldıkları mal ve hizmetlerin kullanım ömrü boyunca yetkili servislere yönlendirebilecek, piyasadaki rekabeti gereğinden fazla kısıtlayacak ve satış sonrası hizmetler bakımından özel servislerin dışlanmasına yol açabileceği anlaşılan

dosya konusu kamu spotu uygulamasının, 4054 sayılı Kanunun 5. maddesinin birinci fıkrasının (c) bendindeki koşulu da sağlamadığı; bu nedenlerle bildirim konusu işleme muafiyet tanınamayacağı sonucuna varılmıştır.

H. SONUÇ

(37) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre,

- Bildirim konusu işlemin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olduğuna, dolayısıyla söz konusu işleme aynı Kanun'un 8. maddesi çerçevesinde menfi tespit belgesi verilemeyeceğine,
- Bahse konu işleme, 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde yer alan koşulların tümünü karşılamaması nedeniyle muafiyet tanınamayacağına,

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