

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2020-4-052

(Muafiyet)

Karar Sayısı : 21-13/175-76

Karar Tarihi : 11.03.2021

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Birol KÜLE

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

B. RAPORTÖRLER: İmren KOL, S. Gözde BİRCAN, Osman AYAR

C. BİLDİRİMDE

BULUNANLAR : - Türk Havayolları A.O.
THY Genel Yönetim Binası Yeşilköy Mah. Havaalanı Cad.
No:3/1 Bakırköy/İstanbul
- ERKA ETKİNLİK VE TURİZM A.Ş.
Rüzgarlıbahçe Mah. Şehit Sinan Eroğlu Cad. No:3/3
Beykoz/İstanbul
- ERKA TK TURİZM BİLİŞİM A.Ş.
Aynı adreste

(1) **D. DOSYA KONUSU:** Türk Hava Yolları A.O. ile Erka Etkinlik ve Turizm A.Ş. ve Erka Tk Turizm Bilişim A.Ş. arasında akdedilen Tatil Paketi Satışı İşbirliği Sözleşmesi kapsamında, THY tarafından oluşturulacak bir tatil paketi markasının Erka Etkinlik ve Turizm A.Ş. ve Erka Tk Turizm Bilişim A.Ş. tarafından sözleşme süresi boyunca kullanılması suretiyle oluşturulacak tatil paketlerinin tüketicilere sunulmasına ilişkin uygulamaya menfi tespit / muafiyet verilmesi talebi.

(2) **E. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına 16.07.2020 tarih ve 7325 sayılı ile giren bildirim üzerine düzenlenen 10.03.2021 tarih ve 2020-4-052/MM sayılı Menfi Tespit/Muafiyet Raporu görüşülerek karara bağlanmıştır.

(3) **F. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda;

- Tatil Paketi Satışı İşbirliği Sözleşmesi'ne (Sözleşme) 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 8. maddesi çerçevesinde menfi tespit belgesi verilemeyeceği,
- Bununla birlikte Sözleşme'ye, 7.1.4. maddesinin hizmet bedeli miktarına ilişkin fiyat belirleme hususunun tavsiye niteliğinde olduğunu açıkça belirtecek şekilde tadil edilmesi kaydıyla iki yıl süreyle bireysel muafiyet tanınabileceği

ifade edilmiştir.

G. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

G.1. İlgili Teşebbüsler

G.1.1. Türk Havayolları A.O. (THY)

(4) 20.05.1933 tarihinde beş uçaklı bir filo ile Havayolları Devlet İşletmesi adıyla kurulan THY, 1955 yılında çıkarılan 6623 sayılı Kanun ile özel hukuk kuralları ile sevk ve idare edilen bir şirket yapısına kavuşturularak Türk Havayolları A.O. adını almıştır.

(5) 362'den fazla uçağı ile 120'nin üzerinde dünyanın en çok sayıda ülkesine uçuş yapan havayolu şirketi olma özelliğini elinde bulunduran THY'nin kamu payı, 2006 yılı Mayıs

ayında gerçekleştirilen halka arz uygulaması ile %50'nin altına düşmüştür. THY'nin hâlihazırdaki %49,12'lik payı Türkiye Varlık Fonu'nun elinde bulunmaktadır.

G.1.2. Erka Etkinlik ve Turizm A.Ş. (ERKA)

- (6) 12.04.2017 tarihinde yurt içinde ve yurt dışında turizm sektöründe acentelik ve aracılık faaliyetleri yürütmek, ilgili organizasyonları ve gezi turlarını düzenlemek, seyahat acenteleri kurmak ve işletmek üzere kurulan ERKA, kurulduğu günden bu yana kurumsal seyahat acenteliği alanında faaliyet göstermektedir. ERKA'nın hâlihazırdaki ortaklık yapısı %(.....) Aslan EMRE, %(.....) Serhat KAHRAMAN şeklindedir.

G.1.3. Erka Tk Turizm Bilişim A.Ş. (ERKA BİLİŞİM)

- (7) 30.04.2020 tarihinde, ERKA'nın alt şirketi olarak kurulan ERKA BİLİŞİM'in hâlihazırdaki ortaklık yapısı %(.....) ERKA, %(.....) Muhammet Emin BİLGİNER şeklindedir.

G.2. Sektöre İlişkin Bilgiler

- (8) Tatil programını bireysel olarak hazırlamak isteyen tüketiciler öncelikle kendi kriterlerine uygun bir şekilde ulaşım, transfer, konaklama gibi hizmetleri tek tek araştırıp seçerek bu hizmetlerin her birini hangi sağlayıcıdan temin edeceklerine karar vermekte, birbirleri ile uygun bir şekilde birleştirmekte ve her bir hizmet sağlayıcısı ile ayrı ayrı iletişime geçmek suretiyle kendilerine en uygun tatil seçeneklerini belirleyebilmektedir. Tüketicilerin araştırma ve hizmet sağlayıcıları ile tek tek sözleşme yapma maliyetlerine katlanmaksızın, bu hizmetlerinin tamamına veya bir kısmına paket halinde ilgili tatil paketi sağlayıcıları aracılığıyla ulaşabilmesinin de mümkün olduğu söylenebilecektir.
- (9) THY tarafından başvuruya konu Sözleşme kapsamında THY'ye ait marka kullanılarak oluşturulacak tatil paketlerinin tüketicilere sunulacağı belirtilmiş olup ilgili paketler "münferit tatil paketi" olarak tanımlanmıştır. Tatil paketi en genel tanımı ile ulaşım, konaklama, turistik gezi, sigorta gibi bileşenlerden en az ikisini içerecek şekilde oluşturularak nihai müşteriye sunulan hizmetler bütünüdür. Tatil paketi hizmetlerini, sunuluş şekli ve müşteri isteklerine göre "grup tatil paketi", "münferit tatil paketi" ve "kurumsal tatil paketi" gibi ayrımlara tabi tutmak mümkündür. Nitekim bu ayrımlar sektör paydaşları tarafından aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.
- (10) THY tarafından grup tatil paketinin nihai tüketiciye belirli bir fiyat iletişimi ile ön koşullu şekilde (transfer seçenekleri, konaklama yerleri ve turlar, kalış süresi, seyahat başlangıç tarih aralığı, yolcu sayısı vb.) ve çoğunlukla önceden tedarikçilerden dönemsel kapasite ve fiyat garantisi alınmak suretiyle sunulan, nihai tüketicinin çoğunlukla rehberli ve grup olarak (grup büyüklüğü genellikle ilgili destinasyon için belirlenen araç kapasitesi ile belirlenir) seyahat etmek zorunda olduğu, belirlenen kapasitenin altında talep gelmesi durumunda operatör tarafından iptal edilebilen tatil paketi olduğu; münferit tatil paketinin ise; nihai tüketicilerin seyahat tarihi, beraber seyahat etmek istedikleri kişiler, konaklama yerleri, tur ve aktiviteler vb. seyahat unsurlarının tamamını kendilerinin tercih ederek fiyat teklifi aldıkları tatil paketi olduğu belirtilmiştir. Kurumsal paketler ise şirketlerin yurt içi ve yurt dışı kurumsal seyahat ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik hizmetler olarak tanımlanmıştır. Dosya kapsamında bilgi talep edilen seyahat acenteleri tarafından da ilgili hizmetlere yönelik benzer tanımlar yapılmıştır. Örneğin Club Jolly Turizm ve Ticaret A.Ş. (JOLLY) tarafından grup tatil paketleri; kültür turları, cruise turları ve yurt dışı turları; münferit tatil paketleri; kültür turları, cruise turları, yurt dışı turları ve kurumsal seyahat hizmetlerinin dışında kalan, müşterilere münferit olarak hazırlanarak satışı gerçekleştirilen tur paketleri; kurumsal tatil paketi; kurumlara özel konaklama, transfer, ulaşım içeren hizmetlerin tekil veya birleştirilmiş halde sunulduğu hizmetler olarak

tanımlanmıştır. Ets Ersoy Turistik Servisleri A.Ş. (ETS) tarafından ise grup tatil paketi; programı ve fiyatı paket düzenleyicisi seyahat acentesi tarafından önceden belirlenerek satışa sunulan, uçak ulaşımlarında tedarik için birden fazla, konaklama tedarikinde ise binlerce seçeneğin olduğu, talep açısından tamamen yurt içi yerleşiklere yönelik tatil paketleri; münferit tatil paketi; arzın tamamen talebe bağlı olduğu tatil paketleri, kurumsal tatil paketi ise otel konaklama hizmetleri, uçak bilet satış hizmetleri ile toplantı organizasyonu hizmetlerinden oluşan ve genellikle kurumlar ile bu kapsamda yapılan birer yıllık sözleşmeler dâhilinde verilen hizmetler olarak tanımlanmıştır.

- (11) Yukarıda yer verilen tanımlamalardan yola çıkarak; grup tatil paketinin, paket tur düzenleyicisi tarafından ulaşım, konaklama, turistik gezi, sigorta gibi bileşenlerden en az ikisini içerecek şekilde bir paket halinde önceden oluşturularak müşterilere sunulan klasik anlamdaki tatil paketi hizmetlerini ifade ettiği anlaşılmaktadır. Münferit tatil paketini, müşterilerin kendilerine uygun hizmet kriterlerini belirlediği (tatil bölgesi, uçuş tarihi, konaklama süresi, transfer hizmeti tercih edip etmediği vb.), paket tur düzenleyicilerinin ise belirlenen kriter çerçevesinde, hizmet sağlayıcılarından temin ettiği hizmetleri kullanarak uygun tatil paketleri oluşturup müşterilerin tercihine sunduğu tatil paketi hizmetlerinin oluşturduğu görülmektedir. Kurumsal tatil paketleri ise kurumlar tarafından belirli bir amaca (toplantı, seminer, iş gezisi vb.) ve çalışan sayısına yönelik oluşturulan program çerçevesinde paket tur sunucularından fiyat alınması ve alınan teklifler arasında yapılan seçimler sonucu oluşturulan tatil paketi hizmetleri olarak ifade edilebilecektir. Dolayısıyla arz ve talep yapıları incelendiğinde tatil paketi hizmetlerini kendi içerisinde grup tatil paketleri, münferit tatil paketleri ve kurumsal tatil paketleri olarak alt sınıflandırmalara tabi tutmak mümkündür.
- (12) Tatil paketi hizmetleri, esas olarak ana faaliyet konusu turizm sektöründeki hizmet sağlayıcıları ile müşterileri ortak paydada buluşturmak olan tur operatörü / seyahat acenteleri tarafından sağlanmakla birlikte, seyahat sektöründeki artan maliyetler, düşük kar marjları, kur dalgalanmaları ve ticari / politik belirsizliklerden kaynaklanan riskler sebebiyle uçuş gelirleri dışında ilave gelirlerini artırma yönünde adımlar atan hava yolu firmaları tarafından da dünya genelinde çeşitli iş modelleri yoluyla sıkça giriş yapılan bir faaliyet alanı haline gelmiştir. Hava yolu firmaları tarafından tatil paketleri; kendi kurdukları bir tur operatörü aracılığıyla, üçüncü taraf tur operatörüne kendi oluşturdukları marka haklarını kullanılmak suretiyle veya *whitelabel* yöntemi¹ gibi çeşitli şekillerde piyasaya sürülebilmektedir.
- (13) American Airlines, British Airlines ve Qatar Airlines gibi dünyanın önde gelen birçok havayolu firması tarafından (sırasıyla American Airlines Vacations, British Airlines Holidays ve Qatar Airlines Holidays markaları altında) hâlihazırda tatil paketi faaliyetleri sürdürülürken Türkiye'de bu yöndeki ilk adım Atlas Havacılık A.Ş. tarafından atılarak 2015 yılında Atlas Holidays adı altında uçak bileti, konaklama ve transfer hizmetleri paket olarak sunulmuş ve markanın teknoloji tedariki, operasyon yönetimi, içerik sağlama gibi tüm faaliyetleri şirket bünyesinde yönetilmiştir.

G.3. İlgili Pazar

G.3.1. İlgili Ürün Pazarı

- (14) İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz'da da ifade edildiği üzere ilgili ürün pazarının belirlenmesinde talep ve arz ikamesine göre bir değerlendirme yapılır. Talep ikamesinin değerlendirilmesi, tüketici gözünde ilgili ürünün yerine geçer kabul edilen

¹ *Whitelabel*, bir ürün veya hizmet üzerindeki markanın ve logonun, onu satın alan şahsın/şirketin markası ve logosu ile değiştirilmesi olarak tanımlanabilecek olup üçüncü parti tur operatörünün satış kanallarını havayolu kanalı gibi tasarlamasını ifade etmektedir.

başka ürünlerin belirlenmesini gerektirmektedir. Bir ilgili ürün pazarı tüketicinin gözünde fiyatı, kullanım amaçları ve nitelikleri bakımından birbiriyle değiştirilebilir veya ikame edilebilir olarak kabul edilen bütün mal veya hizmetlerden oluşan pazarları kapsar. Bu bağlamda, bir ürünün diğer bir ürünle aynı pazarda yer alabilmesi için bu ürünlerin tüketicisi gözünde nitelikleri, kullanım amaçları ve fiyatları açısından benzer olmaları ve birbirleriyle ikame edilebilmeleri gerekmektedir.

- (15) Bildirim konusu iş modelinin esas olarak; hava yolu ile yolcu taşımacılığı pazarında faaliyet gösteren THY tarafından oluşturulacak bir tatil paketi markasının (Turkish Airlines Holidays ve Turkish Airlines Holidays Plus) imzalanan Sözleşme hükümleri ve belirlenen sözleşme süresi boyunca seyahat acentesi olarak faaliyet gösteren ERKA ve ERKA BİLİŞİM tarafından gerekli teknik altyapının kurulmasıyla oluşturacağı tatil paketleri (hazır paket ve dinamik paket şeklinde) için kullandırılması ve bu tatil paketlerinin çevrim içi bir platform üzerinden müşteri tercihine sunulması ve gerektiğinde belirlenecek kriterlere uygun geleneksel ve çevrim içi acenteler üzerinden de satılmasına ilişkin olduğu anlaşılmaktadır.
- (16) Tatil paketi faaliyetlerini; yukarıda da ifade edildiği üzere paketin oluşturulma şekli, sunuş biçimi, hitap ettiği tüketici kitlesi gibi etmenleri esas almak suretiyle “grup tatil paketleri”, “münferit tatil paketleri” ve “kurumsal tatil paketi” olarak ayrıma tabi tutmak mümkündür. Grup tatil paketlerini; seyahat acentesi / tur operatörü ile hizmet sağlayıcıları (ulaşım, konaklama, transfer vb.) arasında yapılan anlaşmalar neticesinde oluşturulan, oluşum sürecinde nihai tüketicinin doğrudan bir katkısının olmadığı, paket içeriklerinin belirlenmesi aşamasında esas amacın en genel müşteri kitlesine ulaşmak olduğu, dolayısıyla genele hitap eden tatil destinasyonlarını içeren ve uygun maliyetlerle oluşturularak uygun fiyattan sunulabilen tatil paketleri olarak görmek mümkündür. Münferit tatil paketlerini; müşteriler tarafından belirlenen kriterler (seyahat tarihi, varış yeri, konaklama süresi, transfer hizmeti tercih edilip edilmediği vb.) çerçevesinde, seyahat acenteleri/tur operatörleri ile hizmet sağlayıcıları arasında kurulacak altyapı vasıtasıyla ilgili hizmetlerin temin edilmesi suretiyle oluşturulan tatil paketleri olarak, kurumsal tatil paketlerini ise kurumlar tarafından belirlenen seyahat amacı ve kişi sayısına bağlı olarak tatil paketi sağlayıcıları tarafından paket tekliflerinde bulunması ve bu paket teklifleri arasından en uygun olanının kurumlar tarafından seçilerek anlaşmaya varılması sonucu oluşturulan tatil paketleri olarak tanımlamak mümkündür. Bu kapsamda grup tatil paketi, münferit tatil paketi ve kurumsal tatil paketi hizmetleri arz ve talep yapısı bakımından birbirinden farklılaşmaktadır. Dosya kapsamında önde gelen seyahat acentelerine konuya ilişkin görüşleri de sorulmuş, Tatilbudur Seyahat Acenteliği ve Turizm A.Ş. (TATILBUDUR), Setur Servis Turistik A.Ş. (SETUR), JOLLY ve ETS tarafından grup tatil paketi, münferit tatil paketi ve kurumsal tatil paketinin ayrı birer ilgili ürün pazarı olarak tanımlanması gerektiği ifade edilirken, Gömü Turizm Seyahat Acent. Tan. Org. İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti. (GÖMÜTUR) tarafından ayrı pazarlar olarak tanımlanmasına gerek olmadığı ifade edilmiştir.
- (17) Buna ek olarak “münferit tatil paketi” ve bu paketlerin online kanallar aracılığıyla satılmasını ifade eden “dijital münferit tatil paketi” hizmetlerinin birbirinden ayrı birer pazar olarak tanımlanıp tanımlanamayacağı sektör paydaşlarına sorulmuş, yapılan geri bildirimlerde genel olarak, münferit tatil paketi ile dijital münferit tatil paketi kavramlarının arz ve talep ikamesi bakımından birbirinden ayrı değerlendirilemeyeceği, mesai saatlerine bağlı kalmadan rezervasyon yapılabilmesi dışında ilave bir avantaj sunulmadığı iddia edilen dijital (çevrim içi) satışların ayrı bir pazardan ziyade yalnız bir satış kanalı olarak görülmesi gerektiği ifade edilmiştir.

- (18) Geleneksel ile çevrim içi kanalın aynı pazarda kabul edilip edilmemesine ilişkin Kurul içtihadına bakıldığında elektronik ortamda yapılan satışlar geleneksel satışlarla rekabet halinde ise bu iki kanalın aynı pazarda kabul edileceği; tamamen yeni ve yalnızca elektronik ortamda satılan bir ürünün mevcudiyeti halinde ya da bir ürünü elektronik ortamda satmanın önemli avantajlar sağlaması durumunda ise bahse konu ürünün e-ticaretinin ayrı bir pazar olarak tanımlanacağı belirtilmiştir. Bu iki kanal arasındaki rekabetçi parametreler açısından farklara yönelik olarak *Sahibinden.com*² kararında hizmetin niteliğini belirleyen faydalanma kolaylığı, erişilebilirlik (geniş kitlelere ulaşma), zaman tasarrufu gibi unsurlar dikkate alınmış ve gazete ilanı ve emlak ofisleri gibi karmaşık mecraların ikame unsuru olarak değerlendirilemeyeceği belirtilmiştir. Benzer şekilde *Booking*³ ve *Yemeksepeti*⁴ kararlarında da çevrim içi kanalların kapsamlı görsellere yer vermeleri, belli süreler içinde ücretsiz iptal imkânı sunmaları, tüm fırsat ve indirimlerden tüketicileri hızlıca haberdar edebilme aracı olabilmeleri, tek noktadan birden fazla işlem yapılabilmesini sağlamaları, belli nitelikteki tüm ürünlerin karşılaştırılabilmesi ve en uygun olanının (fiyat vb. koşullar bakımından) seçimini kolaylaştırması hususları değerlendirilerek çevrim içi kanalın geleneksel kanallardan farklı pazarda yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır.
- (19) Ayrıca 29.05.2018 tarih ve 18-16/293-146 sayılı *D&R* kararında Kurul, Türkiye’de perakende kitap satışı bakımından çevrim içi kanalın geleneksel kanal üzerinde rekabetçi baskı kurabildiğinin tespiti halinde, geleneksel kanalın çevrim içi kanal üzerinde böyle bir baskı kurup kurmadığından bağımsız olarak, iki kanalın aynı ürün pazarında kabul edilmesinin mümkün olacağını, Türkiye’de çevrim içi alışveriş yapılan mecranın beğenilmesinde ve tercih edilmesinde fiyatın daha iyi olmasının açık ara en önemli unsur olarak ortaya çıktığını, kitap/müzik ürünleri bakımından çevrim içi kanalın ciddi oranda tercih edildiğini, dolayısıyla çevrim içi kanalın geleneksel kanal üzerinde rekabetçi bir baskı oluşturabileceğini değerlendirerek çevrim içi kanal ile geleneksel kanalın aynı pazarda kabul edilmeleri gerektiği sonucuna ulaşmıştır.
- (20) Bu kapsamda incelendiğinde, tatil paketlerinin geleneksel ve çevrim içi kanallardan satılabildiği, bunun paralelinde dosya konusu THY markası altında oluşturulacak tatil paketlerinin de (.....) ERKA tarafından hem geleneksel hem de çevrim içi pazarlar üzerinden sattırılacağı anlaşılmaktadır. Dosya kapsamında bilgi talep edilen seyahat acenteleri tarafından çevrim içi satış kanallarının geleneksel satış kanallarından farklı herhangi bir işleve sahip olmayacağı ve müşterilerce çevrim içi yapılan satışlardan geleneksel satışlara kıyasla kayda değer bir avantaj sağlamayacağı, çevrim içi satışların ayrı bir ilgili pazardan ziyade bir satış kanalı olarak düşünülmesi gerektiği ifade edilmiştir. Türkiye Bilişim Sanayicileri Derneği tarafından yayımlanan “Türkiye’de E-Ticaret 2019 Pazar Büyüklüğü” Raporu’na göre, 2019 yılında Türkiye’deki e-ticaret hacminin %36’sını “Tatil ve Seyahat Hizmetleri” pazarı oluşturmakta, 2015-2019 yılları arasında “Tatil ve Seyahat Hizmetleri” pazarındaki %36’lık büyüme, “Sadece Online Perakende” pazarındaki %38’lik büyümenin ardından ikinci sırada yer almaktadır. Dolayısıyla hızla büyüyen çevrim içi tatil ve seyahat hizmetleri pazarının geleneksel satış kanalları üzerinde rekabetçi bir baskı yarattığı da söylenebilecektir. Başvuru Formunda sözleşme kapsamında sunulacak tatil paketi ürün ve hizmetlerinin bulunacağı pazarın “dijital münferit tatil paketi rezervasyonu hizmetleri” pazarı olarak tanımlanabileceği belirtilmiştir. Öte yandan THY markası altında oluşturulacak tatil paketlerinin incelemeye konu Sözleşme yoluyla hem geleneksel hem

² 01.10.2018 tarih ve 18-36/584-285 sayılı Kurul kararı.

³ 05.01.2017 tarih ve 17-01/12-4 sayılı Kurul kararı.

⁴ 09.06.2016 tarih ve 16-20/347-156 sayılı Kurul kararı.

de çevrim içi kanalda pazara sunulacak olması ve olası bir ayırımın dosya kapsamında varılacak kanaati değiştirmeyeceği varsayımı altında, dosya özelinde ilgili ürün pazarının geleneksel ve çevrim içi satış kanalları arasında herhangi bir ayırma gidilmeksizin “münferit tatil paketi” pazarı olarak tanımlanabileceği değerlendirilmektedir.

- (21) Buna ilaveten, Sözleşme kapsamında oluşturulması planlanan tatil paketlerinin uçuş içerikleri THY tarafından sağlanacaktır. THY ana faaliyet konusu itibarıyla, oluşturulması planlanan THY markalı tatil paketi içeriklerini satın alacak müşteriler için paket kapsamına dâhil olan hava yolu ile yolcu taşımacılığı hizmeti sunacaktır. Dosya kapsamında bilgi talep edilen seyahat acenteleri tarafından ifade edildiği üzere oluşturulan grup ya da münferit tatil paketleri kapsamında hava yolu ayağında anlaşmalar çoğunlukla THY ve Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş. (PEGASUS) ile yapılmaktadır. Bu kapsamda Sözleşme uyarınca THY'nin ERKA'ya oluşturulan tatil paketi içeriğinde kullanılmak üzere bir hizmet sağlayacak olması itibarıyla üst pazar olarak ilgili ürün pazarı “hava yolu ile yolcu taşımacılığı” şeklinde belirlenebilecektir.
- (22) Yukarıda yer verilen değerlendirmeler doğrultusunda, geleneksel ve çevrim içi satış kanalları arasında herhangi bir ayırma gidilmeksizin “münferit tatil paketi pazarı” ve THY'nin esas faaliyet konusunu oluşturan “hava yolu ile yolcu taşımacılığı pazarı” ilgili ürün pazarları olarak tanımlanmıştır.

G.3.2. İlgili Coğrafi Pazar

- (23) İlgili coğrafi pazar belirlenirken öncelikle tarafların ve rakiplerin pazar paylarının dağılımına ilişkin göstergelerden ve fiyat farklılıklarından hareketle bir ön görüş oluşturulduktan sonra talebin yapısı göz önüne alınarak değişik bölgelerdeki teşebbüslerin müşteriler için gerçekten birer alternatif arz kaynağı oluşturup oluşturmadığı incelenmekte ve incelenen teşebbüslerin müşterilerinin siparişlerini kısa dönemde ve ihmal edilebilir maliyetlerle başka yerlerdeki teşebbüslere kaydırıp kaydıramayacakları değerlendirilmektedir.
- (24) Hava taşımacılığı sektöründe uluslararası nitelikteki işlemler kapsamında ilgili coğrafi pazar tanımlaması aşamasında çeşitli kriterler göz önünde bulundurmak suretiyle coğrafi pazarların kapsamının farklı şekillerde belirlenmesi mümkün olmaktadır. Örneğin bir işlemde, işleme taraf olan ülkelerin bütünüyle coğrafi pazar olarak değerlendirilmesi mümkün iken aynı işlemde şehir çifti ya da havalimanı bazlı tespitlerin de yapılması muhtemel olabilmektedir.
- (25) Kurulun hava yolu ile yolcu taşımacılığı pazarına ilişkin almış olduğu kararlarda⁵, her bir kalkış-varış noktası arasındaki hattın ayrı bir coğrafi pazar olarak tanımlanması esas alınmıştır. Hat bazlı yapılan pazar tanımlarında kalkış varış noktalarının şehir eşleşmeleri şeklinde belirlendiği görülmektedir. Bu bağlamda birden fazla havalimanına sahip şehirler bakımından aynı şehirdeki havalimanlarının aynı coğrafi pazar içerisinde olduğu değerlendirilmiştir. Bununla birlikte THY'ye gönderilen bilgi taleplerine verilen cevaplarda hâlihazırda Sözleşme'nin hangi hatlar bakımından etki doğuracağı belirsiz olduğu, THY'nin faaliyet gösterdiği iç ve dış hatlar olmak üzere tüm hatların Sözleşme kapsamındaki tatil paketi içeriklerine dâhil olabileceği ifade edilmiştir. Bu çerçevede 05.12.2019 tarihi itibarıyla THY'nin 127 ülkede ve 319 şehirde uçuş gerçekleştirdiği ve Sözleşme'nin anılan hatların tamamını kapsayabileceği dikkate

⁵ 25.12.2014 tarih ve 14-54/932-420 sayılı; 11.04.2007 tarih ve 07-31/323-119 sayılı; 11.06.2008 tarih ve 09-27/577-137 sayılı; 16.06.2011 tarih ve 11-37/768-236 sayılı; 01.09.2015 tarih ve 15-34/512-160 sayılı Kurul kararları.

alınarak şehir eşleşmeli pazar tanımlamasına gidilmeksizin ilgili coğrafi pazar “Türkiye varışlı kalkışlı hatlar” olarak belirlenmiştir.

G.4. Değerlendirme

G.4.1. Bildirim Konusu Sözleşmenin Kapsamı

- (26) Bildirim konusu Sözleşme, THY tarafından oluşturulacak bir tatil paketi markasının ERKA ve ERKA BİLİŞİM tarafından sözleşme süresi boyunca kullanılarak tüketicilere münferit tatil paketi ürünlerinin sunulmasını kapsamaktadır.
- (27) THY tarafından sözleşmeyle birlikte satışa sunulacak iki tip münferit paket bulunduğu bilgisi iletilmiştir. Sözleşme'nin konusu oluşturan THY markalı münferit tatil paketleri, hazır paket ve dinamik tatil paketi olarak sınıflandırılmaktadır.
- *Hazır paket:* Belirli bir fiyat iletişimi ile ön koşullu (kalkış süresi, seyahat başlangıç tarihi, yolcu sayısı vb.) olarak yoğunlukla önceden tedarikçilerden dönemsel kapasite ve fiyat garantisi alınmak suretiyle oluşturulan; ulaştırma, konaklama, ve başka turizm hizmetlerinden en az ikisinin birlikte her şeyin dâhil olduğu fiyatla satıldığı ve hizmetin 24 saatten uzun bir süreyi kapsadığı veya gecelik konaklamayı içeren paketlerdir.
 - *Dinamik paket:* Her bir hizmet tedarikçisinden anlık fiyat ve uygunluk bilgisi kontrol edilerek ulaştırma, konaklama ve başka turizm hizmetlerinden en az ikisinin birlikte her şeyin dâhil olduğu fiyatla satıldığı ve hizmetin 24 saatten uzun bir süreyi kapsadığı veya gecelik konaklamayı içeren paketlerdir.
- (28) Sözleşme uyarınca ERKA tarafından bir çevrim içi tatil paketi satış platformu oluşturulacaktır. Platformun altyapı, yatırım ve operasyonel işletimi ERKA tarafından ERKA BİLİŞİM ile birlikte sağlanacak olup ERKA, THY markalı tatil paketinin dünya çapında münhasır temsilcisi olacaktır. Bu kapsamda ERKA, teknolojik altyapı kuracak, konaklama, transfer vb. hizmetler için içerik anlaşmaları akdedecek ve satış sonrası destek vb. operasyonel süreçleri yönetecektir.
- (29) Sözleşme kapsamında Türkiye varışlı ve Türkiye çıkışlı olmak üzere THY'nin faaliyet gösterdiği tüm pazarlarda THY tatil markası ile oluşturulmuş tatil paketi ürün ve hizmetlerinin satışı planlanmakta olup, Türkiye varışlı uçak biletlerini içeren tatil paketi ürün ve hizmetlerinin satışı öncelikli olarak hedeflenmektedir.
- (30) THY tarafından, kurulacak olan platformda THY markalı tatil paketlerinin yanı sıra farklı tur operatörlerine ait tatil paketlerinin ve münferit içeriklerin de yer alacağı belirtilmiştir. Bunun yanı sıra, platforma entegre olan acentelere THY markasına ait tatil paketlerini yolculara sunma imkânı tanınacaktır. Böylece söz konusu acentelerin ilgili paketlerin satışından hizmet bedeli veya komisyon kazancı elde etmeleri sağlanmış olacaktır.
- (31) THY'nin ERKA ile geliştirdiği iş birliğinin, THY'nin hâlihazırda farklı seyahat acenteleriyle ilişkilerini sekteye uğratmayacağı anlaşılmaktadır. Sözleşme THY'nin mevcut ya da gelecekteki anlaşmalarına ilişkin herhangi bir yükümlülük ya da kısıtlama içermemekte olup THY, mevcut tatil paketlerinde kullanılmak üzere seyahat acentelerine sunduğu özel ücretleri sunmaya devam edecek olup, THY'nin ERKA ile olan ilişkisi diğer seyahat acentelerinin bu özel ücretlerden yararlanmasına engel olmayacaktır.
- (32) (.....). Her halükarda Sözleşme süresinin tatil paketi satışının başladığı tarihten itibaren beş yıllık dönemin sonunda kendiliğinden sona ereceği düzenlenmiştir.

(33)

(.....TİCARİ SIR.....)**G.4.2. Taraflar Arasındaki İlişkinin Niteliği**

- (34) Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz'un (Kılavuz) 10. paragrafında, *"Müvekkil hesabına aracılık ettiği ya da akdettiği sözleşmelere ilişkin olarak acenteye getirilen sınırlamalar genellikle Kanun'un 4. maddesi kapsamında olmadıkları için, prensip olarak muafiyet rejiminin de konusu değildir. Akdedilen anlaşmanın adının acentelik anlaşması olması, bu anlaşmanın kendiliğinden Kanun'un 4. maddesi kapsamında olmadığı anlamına gelmemektedir. Burada, teşebbüsler arasındaki ilişkinin Kanun'un 4. maddesi kapsamında olup olmadığını belirleyen faktör, acentenin, müvekkili tarafından atandığı faaliyetlerle ilgili olarak ticari veya mali bir risk alıp almadığıdır. Şayet, acente müvekkili adına yapmış olduğu ya da aracılık ettiği sözleşmeden dolayı herhangi bir mali veya ticari risk almamışsa, acente ile müvekkil arasındaki ilişki Kanun'un 4. maddesi kapsamı dışındadır. Böyle bir durumda, acentenin alış veya satış faaliyeti müvekkilin faaliyetlerinin bir parçası olarak değerlendirilir. Müvekkil teşebbüs, kendisine ilişkin acentelik hizmeti nedeniyle, mali ve ticari riskleri taşımasının karşılığında, acentenin bu alandaki ekonomik faaliyetlerini belirleyebilme hakkını elde edecektir. Aksi durumda ise, acente tüm bu risklere kendisi katlanmaktadır ve dolayısıyla yapmış olduğu yatırımların geri dönüşünü sağlayabilmesi için kendi pazarlama stratejisini özgürce belirleyebilmesi gerekmektedir. Böyle bir durumda, söz konusu sözleşme Kanun'un 4. maddesi kapsamına girebilir ve Tebliğ kapsamında bir değerlendirmeye tabi tutulabilir."* açıklaması yer almaktadır.
- (35) Taraflar arasında akdedilen Sözleşme'nin (.....) hükmüne yer verilmiştir. Tarafların söz konusu hükme ilişkin açıklamaları doğrultusunda ilgili hükmün, tatil paketindeki THY uçuş hizmetlerine dair ücretlerin THY tarafından muhasebe, teknik, tahsilat ve operasyonel akışının belirlenmesine yönelik olduğu anlaşılmaktadır. Zira ERKA acenteliğe özgü teşvik, komisyon gibi acentelik hak edışı almayacaktır. Buna ilaveten Kılavuz'da açıklandığı üzere, taraflar arasındaki acentelik ilişkisinin 4054 sayılı Kanun kapsamında olup olmadığı hususunda belirleyici olan ticari ve mali riskler her bir olayın kendine has özellikleri göz önünde bulundurularak değerlendirilmelidir. Bu doğrultuda, bildirim konu sözleşme ile ERKA'nın üstleneceği riskler bakımından söz konusu değerlendirmenin yapılması gerekmektedir.
- (36) ERKA Sözleşme kapsamında ana sorumlu sıfatını haiz olup, platformun kurulması için yapılacak teknoloji, yazılım, altyapı yatırımları ile platformun işletilmesi için yapılacak ofis giderleri; tanıtım bütçesi kapsamında yapılacak tanıtım, reklam giderleri, personel, pazarlama gibi işletme giderleri, bu yatırımların ve giderlerin mali ve ticari riskleri ERKA'ya ait olacaktır. Sözleşme uyarınca ERKA, THY'ye ödenecek olan minimum komisyon ve marka adı altında satılacak ürün ve hizmetler karşılığında kazandırılan millere ilişkin minimum alış garantisi vermektedir. Söz konusu taahhütler ABD Doları bazında belirlenmiş olup, kur riski ERKA'ya aittir. Sunulan hizmetin kusurlu ifası neticesinde ortaya çıkabilecek talepler ile bu taleplerin doğuracağı mali (müşterilere yapılabilecek ödemeler) ve ticari (platform ya da markanın değer kaybı) kayıplar ERKA'nın sorumluluğundadır. ERKA, THY'nin satış platformlarına ilişkin gerekli tasarım ve akış değişiklik taleplerini en kısa sürede yerine getirmekle ve bu değişikliklerin ticari ve mali sonuçlarına katlanmakla yükümlüdür. ERKA, THY ile geliştirilecek plan

çerçevesinde belirlenecek teminat bedellerini acentelerden, üçüncü taraflardan ve hizmet sağlayıcılardan sağlamakla yükümlüdür. Teminat bedeli alınmamasının her türlü finansal sorumluluğu ERKA'ya aittir.

- (37) ERKA'nın sözleşme kapsamında üstelendiği risklere ilişkin yukarıda yer verilen bilgiler çerçevesinde, taraflar arasındaki ilişki kapsamında ERKA'nın faaliyetleri THY'nin faaliyetlerinin bir parçası olarak değerlendirilemeyecektir. ERKA'nın üstlendiği ticari ve mali riskler teşebbüsü bağımsız bir pazarlama ve satış stratejisi geliştirmeye zorunlu bırakmaktadır. Dolayısıyla Sözleşme'de ERKA'nın statüsünün "acente" olarak ifade edilmiş olmasının ilgili sözleşmeyi 4054 sayılı Kanun'un kapsamı dışına çıkarmayacağı sonucuna ulaşılmıştır.

G.4.3. Seyahat Acentelerinin Faaliyetleri ile Havayolu Firmaları Arasındaki İlişki

- (38) 1618 sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu'nun (1618 sayılı Kanun) 3. maddesi uyarınca seyahat acenteleri verdikleri hizmetlere göre üç grupta toplanmaktadır. A grubu seyahat acenteleri, kâr amacı ile turistlere turizm ile ilgili bilgiler vermeye, paket turları ve turları oluşturmaya, turizm amaçlı konaklama, ulaştırma, gezi, spor ve eğlence hizmetlerini görmeye yetkili olan, oluşturduğu ürünü kendi veya diğer seyahat acenteleri vasıtası ile pazarlayabilme yetkilerine sahip teşebbüslerdir. B grubu seyahat acenteleri, uluslararası kara, deniz ve hava ulaştırma

Tablo 1: Seyahat Acenteleri Tarafından Ocak 2017 – Eylül 2020 Tarihleri Arasında Sunulan Havayolu Ulaşım Grup ve Münferit Tatil Paketleri Kapsamındaki Kişi Sayıları ve Kullanılan Havayolu Firmaları

	GRUP TATİL PAKETLERİ						MÜNFERİT TATİL PAKETLERİ					
	THY		PEGASUS		DİĞER		THY		PEGASUS		DİĞER	
	Kişi Sayısı	%	Kişi Sayısı	%	Kişi Sayısı	%	Kişi Sayısı	%	Kişi Sayısı	%	Kişi Sayısı	%
ETS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
JOLLY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TATİLBUDUR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SETUR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GEZİNOMİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PRONTOTUR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GÖMÜTUR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOURAMA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Seyahat Acenteleri Tarafından Gönderilen Bilgiler Doğrultusunda Yapılan Hesaplamalar

araçları ile (A) grubu seyahat acentelerinin düzenleyecekleri turların biletlerini satarlar. (C) grubu seyahat acenteleri ise yalnız Türk vatandaşları için yurt içi turlar düzenleyebilmektedir. (B) ve (C) grubu seyahat acenteleri kendi hizmetleri dışında kalan diğer seyahat acenteliği hizmetlerini göremezler. Ancak kendilerine (A) grubu seyahat acentelerinin verecekleri hizmetleri görebilirler. Kurulun 27.05.2018 tarih ve 18-40/645-315 sayılı kararında, Türkiye Seyahat Acentaları Birliğine (TÜRSAB) kayıtlı 9.920 A grubu, 60 B grubu ve 119 C grubu olmak üzere toplam 10.099 seyahat acentesi bulunduğu ifade edilmiş, JOLLYTUR tarafından gönderilen yazıda ise hâlihazırda TÜRSAB'a kayıtlı 11.410 acentenin bulunduğu bilgisine yer verilmiştir.

- (39) 1618 sayılı Kanun uyarınca, (A) grubu seyahat acenteleri yurt içi ve yurt dışı tatil paketi hizmetleri, kurumsal seyahat hizmetleri, gemi turları (cruise) organizasyonu ve bilet satışı, konaklama ve uçak bileti satışı gibi faaliyetleri yürütmekte olup ülkemizde faaliyet

gösteren başlıca (A) grubu seyahat acentelerinden olan ETSTUR, JOLLYUR, TATİLBUDUR, SETUR, GÖMÜTUR, Gezinomi Seyahat Turizm Tic. A.Ş.(GEZİNOMİ), Tourama Tourism Seyahat ve Ticaret A.Ş. (TOURAMA) ve Prontotour Ac Turizm Ticaret A.Ş.'den (PRONTOTUR) sundukları tatil paketi hizmetlerine ilişkin bilgiler ile hava yolu ile yolcu taşımacılığı pazarında faaliyet gösteren THY ve PEGASUS'tan uçak bileti satış kanallarına ilişkin bir takım bilgi ve belge talebinde bulunulmuştur. Elde edilen bilgi ve belgeler doğrultusunda hazırlanan tablolara aşağıda yer verilmektedir.

- (40) Tablo 1 incelendiğinde, seyahat acenteleri tarafından sunulan hava yolu ulaşım grup ve münferit tatil paketi hizmetlerinin dağılımının birbirinden farklılaştığı, kimi seyahat acentelerince grup tatil paketi hizmetlerinin yoğunlukla sunulurken kimi seyahat acentelerince münferit tatil paketleri hizmetlerinin daha yoğun olarak sunulduğu, bununla birlikte ortalama veriler göz önünde bulundurulduğunda, seyahat acenteleri tarafından sunulan tatil paketlerinin daha çok grup tatil paketleri olarak sunulduğu, grup tatil paketleri kapsamında THY'nin kullanım oranları %(.....) ile %(.....) arasında değişirken, PEGASUS'un kullanım oranlarının %(.....) ile %(.....) oranları arasında; münferit tatil paketleri kapsamında ise THY'nin kullanım oranları %(.....) ile %(.....) arasında değişirken PEGASUS'un kullanım oranlarının %(.....) ile %(.....) oranları arasında değiştiği görülmektedir. Dolayısıyla yukarıdaki tabloda münferit paket sunduğu görülen her bir seyahat acentesi bakımından PEGASUS'un hâlihazırda aldığı payın THY'den yüksek olduğu görülmektedir.
- (41) Toplam verilerin daha sağlıklı sonuçlar vereceği varsayımı altında incelendiğinde ise, grup tatil paketleri kapsamında THY'nin payının %(.....), PEGASUS'un payının %(.....), münferit tatil paketleri kapsamında ise THY'nin payının %(.....), PEGASUS'un payının %(.....) olduğu görülmektedir. Dolayısıyla incelenen toplam veriler bakımından grup tatil paketleri kapsamında THY'nin; münferit tatil paketleri kapsamında ise PEGASUS'un rakiplerine kıyasla daha çok tercih edildiği görülmektedir.

Tablo 2: Ocak 2017 – Eylül 2020 Tarihleri Arasındaki THY ve PEGASUS'a Uçak Bileti Satış Kanalları

	THY		PEGASUS	
	Adet	%	Adet	%
Acente	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Çevrimiçi Seyahat Acentesi	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer (internet sitesi, çağrı merkezi, mobil uygulama, bilet satış ofisi vb.)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	(.....)	100,00	(.....)	100,00

Kaynak: THY ve PEGASUS Tarafından Gönderilen Bilgiler doğrultusunda Yapılan Hesaplamalar

- (42) Tablo 2 incelendiğinde, THY'nin yapmış olduğu uçak bileti satışlarının %(.....)'unu internet sitesi, çağrı merkezi, mobil uygulamalar ve bilet satış ofisleri gibi kendi olanakları ile yaptığı satışlar oluştururken, %(.....)'ı acenteler vasıtasıyla yaptığı satışların oluşturduğu, bu oranların PEGASUS bakımından ise sırasıyla %(.....) ve %(.....) olarak gerçekleştiği görülmektedir. Dolayısıyla ülkemizde faaliyet gösteren en büyük iki hava yolu firmasının uçak biletleri satışında acentelerin önemli bir satış kanalı olduğu anlaşılmaktadır. Yukarıdaki bilgiler doğrultusunda, THY'nin ortalama kullanım oranının grup tatil paketleri bakımından %(.....), münferit tatil paketleri bakımından ise %(.....) oranında gerçekleştiği ve THY'nin bilet satışlarının %(.....)'ının acenteler vasıtasıyla yapıldığı görülmektedir.
- (43) Diğer yandan seyahat acentelerinin grup ve münferit tatil paketleri hizmetleri dışında başkaca faaliyet alanlarının da bulunduğu anlaşılmaktadır. Örneğin ETS tarafından, 2017-2020 yıllarındaki toplam gelirleri içerisindeki münferit tatil paketlerinin paylarının

sırasıyla %(.....), %(.....), %(.....), %(.....), grup tatil paketlerinin paylarının sırasıyla %(.....), %(.....), %(.....), %(.....) olarak gerçekleştiği ifade edilirken, TATİLBUDUR tarafından bu payların münferit tatil paketleri bakımından sırasıyla %(.....), %(.....), %(.....), %(.....), grup tatil paketleri bakımından sırasıyla %(.....), %(.....), %(.....), %(.....) olarak gerçekleştiği ifade edilmiştir. SETUR tarafından ise teşebbüslerinin ana gelir kaleminin “Duty Free” olduğu belirtilerek tatil paketi hizmetinin toplam gelirleri içerisindeki payının %(.....)’in altında olduğu ifade edilmiştir.

- (44) Dolayısıyla seyahat acentelerinin faaliyetlerini yürütebilmek adına THY’ye ciddi oranda bir bağımlılığının olmadığı, buna karşın temel faaliyet alanı hava yolu ile yolcu taşımacılığı olan THY’nin uçak bileti satışlarında acentelere nispeten daha bağımlı olduğu kanaatine varılabilmekte, bu nedenle acenteler ile THY arasında bilet satışına ilişkin anlaşmaların, THY ve ERKA tarafından dosya konusu uygulamanın hayata geçirilmesi ile birlikte de ciddi bir azalma olmaksızın devam edeceği anlaşılmaktadır. Öte yandan mevcut durumda Sözleşme’ye konu münferit tatil paketi satışları bakımından THY’nin aldığı payın en yakın yerli rakibi PEGASUS’un aldığı paydan daha düşük olduğu görülmektedir.

G.4.4. Menfi Tespit ve Grup Muafiyetine İlişkin Değerlendirme

- (45) 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesi; *“Belirli bir mal ve hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemleri hukuka aykırı ve yasaktır.”* hükmünü haizdir. Bu çerçevede bildirim konu Sözleşme hükümleri incelendiğinde, ERKA’nın sözleşme süresince Sözleşmeye konu markaya ait uçuş dâhil paketlerde THY haricinde bir hava yolu ile anlaşmasının THY’nin iznine bağlandığı ve dolayısıyla kısıtlandığı Sözleşme’nin rekabet etmeme yükümlülüğü içerdiği anlaşılmaktadır. Yanı sıra, ERKA oluşturulacak markanın dünya çapındaki münhasır temsilcisi olacaktır. Bu doğrultuda münhasırlık ve rekabet yasağı gibi kısıtlayıcı hükümler içeren Sözleşme’nin 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesi kapsamında olduğu ve Sözleşme’ye anılan Kanun’un 8. maddesi çerçevesinde menfi tespit belgesi verilmesinin mümkün olmadığı değerlendirilmektedir.
- (46) 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği’nde (2002/2 sayılı Tebliğ) üretim ve dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren iki ya da daha fazla teşebbüs arasında belirli mal veya hizmet alımı, satımı veya yeniden satımı amacıyla yapılan anlaşmalar dikey anlaşma olarak tanımlanmaktadır. Önceki bölümlerde izah edildiği üzere, bildirim konu Sözleşme ile THY tarafından oluşturulan tatil paketi markasının kullanımı ERKA’ya ait olacak ve uçuş dâhil bu paketlerdeki yolcu taşımacılığı hizmeti THY tarafından sağlanacaktır. Dolayısıyla Sözleşme kapsamında taraflar arasında oluşan ilişki dikey niteliktedir.
- (47) 2002/2 sayılı Tebliğ, dikey anlaşmalar bakımından 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesindeki yasağa karşı sağlanan grup muafiyetinin esaslarını düzenlemektedir. 2002/2 sayılı Tebliğ’in 2. maddesinin ikinci fıkrasında; grup muafiyetinin, sağlayıcının ilgili pazardaki payının %40’ı aşmaması halinde uygulanacağı düzenlenmiştir. Ayrıca Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz’un 51. paragrafında, *“bir sağlayıcı aynı dağıtım anlaşmasını pek çok ürünün/hizmetin dağıtımında kullanıyorsa, pazar payı eşiği nedeniyle bu ürünlerden bazıları grup muafiyetinden yararlanırken diğerleri yararlanmıyor olabilir. Bu durumda, grup muafiyetinden, sadece pazar payı eşiği altında kalan ürünler veya hizmetler yararlanabilir.”* açıklaması yapılmaktadır.

- (48) THY ile ERKA arasında akdedilen Sözleşme, THY'nin yolcu taşımacılığı pazarında faaliyet gösterdiği tüm hatları kapsayıcı niteliktedir.⁶ Bu itibarla dosya kapsamında THY tarafından sunulan hem yurt içi hem yurt dışı hatlarını içeren pazar payı verileri incelendiğinde, THY'nin söz konusu hatların göz ardı edilebilir nitelikte görünen küçük bir kısmında pazar payının %40 eşiğinin altında kaldığı, büyük çoğunluğunda ise bu eşiği aştığı görülmektedir. Buna ilaveten, Devlet Hava Meydanları İşletmesi 2019 Havayolu Sektör Raporu'na göre, THY 2019 yılında iç hat yolcu taşımacılığı pazarında %61 pay ile pazar lideri konumundadır. Tüm bu bilgiler doğrultusunda, Sözleşme kapsamının THY'nin mevcut durumda tüm uçuşlarının dâhil edilmiş olduğunun varsayılmasını talep etmesi ve THY'nin pazardaki konumu itibarıyla, bütüncül bir değerlendirme yapmak adına Sözleşme'ye konu tüm hatlar bakımından bireysel muafiyet değerlendirmesi yapılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

G.4.5. Sözleşmenin Geneline Yönelik Bireysel Muafiyet Değerlendirmesi

- (49) 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi bu madde ile öngörülen ve kümülatif nitelik taşıyan dört koşulun sağlanması durumunda "*teşebbüsler arası anlaşma, uyumlu eylem ve teşebbüs birlikleri kararlarının 4 üncü madde hükümlerinin uygulanmasından muaf tutulmasına karar verilebileceğini*" düzenlemektedir. Bu koşullar 5. maddenin birinci fıkrasında:

a) Malların üretim veya dağıtım 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 sınırlandırılmaması

olarak sayılmıştır. Bu bölümde, yukarıda menfi tespit belgesi alamayacağı ve grup muafiyeti kapsamında değerlendirilemeyeceği sonucuna ulaşılan söz konusu Sözleşme'nin, 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan bu koşulları sağlayıp sağlamadığı ilgili başlıklar altında incelenmiştir.

G.4.5.1. Malların Üretim veya Dağıtım ile Hizmetlerin Sunulmasında Yeni Gelişme ve İyileşmelerin ya da Ekonomik veya Teknik Gelişmenin Sağlanması

- (50) Bireysel muafiyet değerlendirmesinde aranan bu ilk olumlu koşulun sağlanıp sağlanmadığının tespiti ve hangi hallerin etkinlik kazanımı sağladığı somut olayın özelliklerine göre değerlendirilmektedir. Genel olarak, üretim ve dağıtım maliyetlerinin düşürülmesi, kalitenin artırılması, malın arzında devamlılığın sağlanması, yeni piyasalara girişin kolaylaştırılması ve yeni ürünlerin ya da üretim tekniklerinin bulunması hallerinde bu koşulun sağlandığı kabul edilmektedir.

- (51) Tüketici tercihlerindeki değişiklikler ve her bir tüketici grubunun farklı ihtiyaç ve beklentilerine cevap vermeye yönelik farklılaştırılmış hizmet sunumu, turizm sektöründe de yansımalar bulmuştur. Geleneksel kanallar aracılığıyla sunulan hizmetlerde mevcut olan operasyonel ve mali riskler itibarıyla bazı sınırlamaların

⁶ THY tarafından gönderilen ve son üç yıl için ülke bazında çıkış/variş esasına göre GDS (*direct data solutions*) verilerine dayanan MIDT (*marketing information data tapes*) verileri ile hazırlanan pazar payı verilerine bakıldığında, THY'nin Türkiye varışlı-kalkışlı yurt dışı uçuşlarının yanı sıra yurt içindeki uçuşlara yönelik de pazar payı verilerinin sunulduğu, ilaveten tarafların beyan ettiği üzere Sözleşme kapsamının hâlihazırda etkilenecek hatlar bakımından net bir şekilde belirlenmemiş olması itibarıyla geliştirilecek iş birliğinin yurt içi uçuşlar bakımından da kapsayıcı olabileceği değerlendirilmektedir.

uygulanması, minimum veya maksimum kapasite belirlenmesi gibi teşebbüslerin dinamik bir talep yapısına cevap verebilmesinin önünde engel teşkil eden hususlar, tüketicileri bağımsız olarak seyahat etmeye itebilmektedir. Bir başka deyişle, çeşitli ihtiyaçlarına cevap bulamayan tüketicilerin geleneksel tur operatörleri aracılığıyla grup halinde sabit bir program uyarınca seyahat etmekten ziyade, kendi tercihleri doğrultusunda oluşturacakları tatil programları doğrultusunda seyahat etme eğiliminde olabildikleri görülmektedir. Tüketiciler tüketici tercihlerini daha doğrudan karşılayan daha kişiselleştirilmiş bir tatil planına yönelebilmektedir. Sözleşme ile birlikte yaratılacak yeni markanın kişiselleştirilmiş ve esneklik özelliğine sahip tatil paketlerinin piyasadaki varlığının arttırılmasını sağlayacağı anlaşılmaktadır.

- (52) Grup olarak sunulan tatil paketi hizmetlerinin önceden belirlenen sınırlı lokasyonları içermesi, farklı tercihleri var olan turistlerin Türkiye'ye çekilmesi hususunda da yetersiz kalabilecektir. Bu çerçevede tüketiciye daha fazla seçim özgürlüğü tanıyan sözleşmeye konu münferit tatil paketi hizmetlerinin, Türkiye turizm sektörü açısından da önemli gelişmeler sağlayabilecek nitelikte olduğu değerlendirilmektedir. Geleneksel tur operatörleri yerine kendi kişisel tercihleri uyarınca bağımsız olarak seyahat etmeyi daha çok tercih eden yolcuların grup olarak sunulan tatil paketlerinin çizdiği sınırların ötesinde, Türkiye'de seyahat edebilecekleri bölgelerin sayısında da artış olabilecektir. Bildirime konu Sözleşme kapsamında oluşturulacak iş birliği sonucunda kişisel tercihler doğrultusunda gerçekleşen seyahat eğilimi odak noktası alınarak oluşturulacak tatil paketleri, hem Türkiye'ye seyahat etmek isteyen yabancı turistleri çekecek, hem de yerli turistler için çeşitliliği arttıracaktır. Bu sayede Türkiye'den dünyaya ve dünyadan Türkiye'ye turizm trafiğinin artacağı söylenebilecektir.
- (53) Söz konusu gelişimleri sağlamak için münferit tatil paketi içeriklerini oluşturabilmek, tüketici tercihlerinin eksiksiz yerine getirebilmek ve daha geniş tüketici kitlelerine ulaşabilmek adına teknolojik altyapı yatırımları da önem arz etmektedir. Bu doğrultuda THY ile ERKA arasında gerçekleşecek olan iş birliği ile başta konaklama ve ulaşım olmak üzere, tüm seyahat hizmetlerinin tüketicilerin kişisel tercihleri doğrultusunda sunulması hedeflenmektedir. Bu kapsamda taraflar kurulacak olan platform için gerekli teknolojik altyapının kurulması ve işletilmesi hususlarını Sözleşme ile hüküm altına almıştır.
- (54) Hâlihazırda Türkiye pazarında tur operatörlüğü hizmeti veren teşebbüslerin küresel ölçekte bu hizmeti sunan teşebbüslerle kıyaslandığında yeterli düzeyde marka bilinirliğinin olmadığı görülmektedir. Dolayısıyla bu teşebbüsler yabancı turistlerden çok yerli tüketicilere hizmet vermektedir. Sözleşme kapsamında oluşturulacak platform küresel ölçekte de hizmet sunmayı planlamakta ve yalnızca THY markasına ait tatil paketlerinin değil farklı tur operatörlerinin içeriklerinin satışının da bu platform üzerinden gerçekleştirilmesi planlandığından, ilgili teşebbüslerin küresel bir pazarlama ağına erişiminin sağlanabileceği değerlendirilmektedir.
- (55) Sözleşme ile ERKA oluşturulacak markanın dünya çapındaki münhasır temsilcisi olacaktır. Taraflar, münhasırlığın gerekçesi olarak teknolojik altyapının oluşturulması ve yürütülmesinin belirli bir know-how gerektirdiğini belirtmişlerdir. Dolayısıyla platformun kurulmasıyla tüketicilerin kullanımına açılması ve belirli bir kalite standardizasyonun sağlanarak ve etkin bir şekilde denetlenerek tüketiciye sunulacak hizmetin kalitesinin azami seviyede korunması amacıyla THY'nin münhasır bir acente tayin etmesinin THY markasının korunması ve yeni marka piyasaya sunulurken acente tarafından da gerekli yatırımların yapılmasının sağlanması amacına yönelik olduğu anlaşılmaktadır. Sözleşmeye konu markaya ait uçuş dâhil paketlerde THY haricinde bir hava yolu ile anlaşmasının THY'nin iznine bağlanmasına ilişkin olarak ise THY

tarafından diğer hava yollarının tatil paketi programları kapsamında sunduğu tatil paketleri incelendiğinde, paketi sunan hava yolunun çoğunlukla kendi uçak biletlerinin dâhil olduğu tatil paketlerinin satışını yaptığı; bunun başlıca sebebinin hava yollarının tatil paketi platformlarının hava yolunun marka vaadini ve kalite standardını taşıdığı ve hava yolu firmalarının tatil paketi ürününü bir sektör standardı olarak ürün portföyüne eklemesi olduğu, bu durumun sektörün ve sunulan hizmetin doğası gereği olduğu ve sektör genelindeki benzer örneklerin de bu şekilde yapılandığı belirtilmiştir. Bu kapsamda THY harici bir hava yolunun da platformda yer almasının tatil markasının kalite standartları, diğer taşıyıcılar ile kurulacak ticari ilişki ve operasyonel imkânlar çerçevesinde değerlendirmeye tabi tutulacağı ifade edilmiştir. Bu çerçevede ilgili düzenlemenin THY markasının korunması, THY'ye ait yeni markaya yönelik olarak da bir marka imajı yaratılması ve korunması ile bağlantı olduğu anlaşılmaktadır.

- (56) Tüm bu bilgiler doğrultusunda, taraflar arasında gerçekleştirilmesi planlanan iş birliğinin; sektörde teknolojik gelişmelere yol açacağı, tüketici tercihlerine yönelik daha kaliteli hizmet sunumu sağlayacağı ve sektördeki diğer oyunculara bu platform sayesinde daha geniş pazarlarda faaliyet gösterme imkânı sunacağı değerlendirilmektedir. Bu itibarla Sözleşme'nin muafiyetin ilk koşulunu sağladığı sonucuna ulaşılmıştır.

G.4.5.2. Tüketicinin Bundan Yarar Sağlaması

- (57) 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi anlamında rekabeti sınırlayıcı etkileri olan bir anlaşmanın Kanun kapsamında muafiyet alabilmesi için, Kanun'un 5. maddesinin (a) bendinde koşul olarak getirilen mal ve hizmet sunumunda gelişme, iyileşme veya ekonomik ve teknik gelişmelerden tüketicinin de faydalanması gerekmektedir. Tüketicinin sağladığı faydanın ölçülmesi ve değerlendirilmesinde, fiyatlarda yaşanan düşüş, satış sonrası hizmetlerde artan etkinlik, ürün çeşitliliği, tüketicinin ürüne daha kolay ulaşımı, mal arzında devamlılık gibi unsurlar dikkate alınmaktadır.
- (58) Sözleşme kapsamında oluşturulacak iş birliği, münferit tatil paketlerinin pazarlama ve satışında sağlanacak artış ve ortak hizmetler sonucu gerçekleşecek maliyet avantajları ile ölçek ekonomisi sayesinde maliyet avantajları sağlamakla birlikte, aynı zamanda tüketicilere daha kaliteli, tüketici tercihlerini daha doğrudan karşılayan hizmet sunulmasını mümkün kılacaktır. Oluşturulacak platform aracılığıyla tüketiciler pazarda yeni bir alternatif erişim imkânı kazanacak ve pazardaki oyuncu sayısının artmasıyla daha rekabetçi fiyatlardan yararlanmaları beklenecektir. Platform içeriğinin yalnızca THY markalı tatil paketlerini değil aynı zamanda diğer acentelerin içeriklerini barındırıyor olması tüketici için tek bir platform üzerinden erişilebilen ürün çeşitliliğini artıracaktır.
- (59) Bunun yanı sıra tüketiciler münferit tatil paketi içerikleri sayesinde kişisel tercihleri doğrultusunda birden fazla rakip tur operatörünün sunduğu içerikleri kıyaslama imkânına sahip olacaktır. Hazır tatil paketleri, kişiselleştirilebilir ve esnek seyahat planı oluşturmak isteyen tüketicinin ihtiyacını karşılamakta yetersiz kalmaktadır. Bu doğrultuda kendi tercihine göre seyahat planı yapmak isteyen tüketicinin uçak, otel, transfer, araç gibi seyahat bileşenlerini farklı tedarikçilerden araştırarak tercih edilirlilik, müsaitlik, esnek seyahat tarihleri, ödeme güvenilirliği, hizmet kalitesi gibi yönleriyle oluşturacağı tatil paketinin incelemeye tabii tutması ve en uygun seçeneği belirlemesi gerekmektedir. Hazır tatil paketlerini tercih etmeyen tüketiciler için seyahat planı oluştururken farklı tedarikçilerden içerikleri tek bir platformdan seçebileceği, bilgilerini tekrar tekrar girmesinin gerekmediği, gerekli izinleri verdiği takdirde kişisel tercihlerine göre oluşturulan paketlerin önerildiği bir platformun sözleşme ile birlikte oluşturulması

planlanmaktadır. Tüketici bu sayede ayrıca seyahatin bütün bileşenleri için yapacağı ödemeyi tek bir platform üzerinden gerçekleştirebileceği, söz konusu bileşenleri kişisel tercihlerine göre filtreleyebileceği ve seyahatini oluşturma sürecinde kontrolün kendisinde olmasına izin veren bir sistemi kullanma avantajına sahip olabilecektir.

- (60) Ayrıca platformun satış sonrası destek hizmeti ile tüketici, içeriğe dair herhangi bir iptal/iade veya değişiklik durumunda farklı sağlayıcılarla muhatap olmak yerine tek bir muhatapla sorununu çözebilecektir. Sözleşme ile hüküm altına alınan çağrı merkezi hizmeti ile tüketiciler sorunlarını kolaylıkla çözebileceklerdir. Sözleşme uyarınca ERKA, müşterilerin en yaygın kullandığı ödeme yöntemlerini desteklemekle yükümlüdür. Dolayısıyla tüketiciler özellikle yabancı sağlayıcılardan alınan hizmetlerden kaynaklanan ödeme güçlükleri veya iletişim sıkıntısı gibi sorunlara maruz kalmayacaktır.
- (61) Yukarıda yer verilen bilgiler çerçevesinde, kurulacak olan platformun hizmet kalitesinde ve ürün çeşitliliğinde artış sağlayacağı, piyasadaki oyuncu sayısının artmasıyla daha rekabetçi bir ortam oluşturacağı değerlendirilmektedir. Bu itibarla, Sözleşme'nin muafiyetin ikinci şartı olan tüketicinin yarar sağlaması koşulunu karşıladığı sonucuna varılmaktadır.

G.4.5.3. İlgili Piyasanın Önemli Bir Bölümünde Rekabetin Ortadan Kalkmaması

- (62) Muafiyet tanınmasında diğer üç şartla birlikte aranan bu şarta göre, muafiyete konu anlaşmanın; ilgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmasına neden olmaması, bir başka deyişle sağlanan ekonomik gelişme veya fayda ile tüketicinin bundan yarar sağlaması durumlarının, rekabetin ortadan kaldırılması sonucunda elde ediliyor olmaması gerekmektedir. İlgili pazarın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkıp kalkmadığı değerlendirilirken dikkate alınması gereken başlıca hususların ise; pazarda hâlihazırda giriş engellerinin olup olmadığı, hâkim durumda olan bir teşebbüsün bulunup bulunmadığı, dikey anlaşmalar aracılığıyla giriş engeli yaratılıp yaratılmadığı, pazarın yapısı, tüketici tercihlerinin ne ölçüde kısıtlandığı olarak sıralanması mümkündür.
- (63) Sözleşme kapsamında ERKA, THY tatil paketi markasının global münhasır temsilcisi olacaktır. Bu açıdan öncelikle söz konusu münhasırlığın münferit tatil paketi hizmetleri pazarında faaliyet gösteren rakip teşebbüslerin pazardan dışlanmasına yol açıp açmayacağı hususu değerlendirilmiştir.
- (64) Yukarıda belirtildiği üzere THY'nin münhasır bir acente tayin etmesi THY markasının korunması ve yeni marka piyasaya sunulurken acente tarafından da gerekli yatırımların yapılmasının sağlanması itibarıyla makul görülebilecektir. Buna ilaveten söz konusu münhasırlığın pazarda faaliyet gösteren diğer seyahat acentelerinin/tur operatörlerinin pazardan dışlanmasına sebebiyet vermeyeceği değerlendirilmektedir. Zira Sözleşme hükmü ile tesis edildiği üzere, platform kapsamında yalnızca THY markasına ait ürünler değil, asgari kalite standartlarının karşılanması kaydıyla farklı acentelere ait tatil paketi içerikleri de yer alacaktır. Sonuç olarak ilgili teşebbüsler Sözleşme ile kurulması planlanan pazarlama ağının parçası olacaklardır. Bunun yanı sıra, sözleşmeyle oluşturulacak iş birliğinin B2B ayağı sayesinde platforma entegre olan seyahat acentelerine de markaya ait tatil paketlerinin müşterilere kendi satış kanalları üzerinden yapacakları satışları da kapsayacak şekilde sunma imkânı tanınacaktır. Öte yandan sözleşmenin tarafı olan ERKA'nın hâlihazırda münferit tatil paketi pazarında faaliyeti olmadığı görülmektedir.
- (65) Bildirim Formunda yer alan bilgiler dâhilinde, THY'nin ERKA ile gerçekleştireceği iş birliğinin THY'nin diğer seyahat acenteleriyle olan mevcut ilişkilerine zarar vermeyeceği

ve THY'nin acentelere sunduğu avantajların devam etmesi önünde engel teşkil etmeyeceği anlaşılmaktadır. THY'nin Sözleşme kapsamında ERKA'ya sunacağı içerikler, diğer seyahat acentelerine sunulanlarla benzer ölçüde sağlanacaktır. Buna ilaveten ERKA'nın pazarda ayrıcalıklı bir konuma erişmesinin önüne geçmek adına THY tarafından ERKA'ya herhangi şekilde ücret veya kapasite garantisi verilmeyecektir. Sonuç olarak bildirim konu Sözleşme'nin münferit tatil paketi pazarında ya da seyahat acentelerinin diğer faaliyetleri bakımından pazar kapama etkisi yaratmayacağı kanaatine varılmıştır. ERKA'nın ana faaliyet alanının kurumsal seyahat hizmetleri olduğu göz önüne alındığında, bildirim konu iş birliği ile münferit tatil paketi pazarında yeni bir oyuncunun yer alacağı söylenebilecektir. Pazarın hâlihazırdaki konumu dikkate alındığında yeni oluşmakta olan bir pazar olduğu ve çok oyunculu bir yapıda olmadığı görülmektedir. Dolayısıyla ERKA'nın pazara girişi rekabeti artırıcı bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

- (66) Anlaşmanın etkilerinin ayrıca münferit tatil paketi pazarında faaliyete başlayacak olan markanın kullanılacağı "hava yolu ile yolcu taşımacılığı" pazarı içinde yer alan hatlar bakımından da ele alınması önemlidir. Zira, THY'ye ait marka imajının korunmasını sağlamak amacıyla markaya ait uçuş dâhil paketlerde THY haricinde bir hava yolu ile anlaşması THY'nin iznine bağlanmıştır. Öte yandan, THY tarafından bu aşamada anlaşmadan etkilenecek hatların ortaya koyulamayacağı, THY'nin faaliyet gösterdiği tüm hatların anlaşmadan etkilenme ihtimalinin bulunduğu belirtilmiştir. THY'nin faaliyet gösterdiği hatlarda sahip olduğu pazar payları incelendiğinde, belirli hatlar bakımından önemli pazar gücü bulunduğu görülmektedir. Hâlihazırda anlaşmanın doğrudan etkileyeceği hatlara ilişkin bir değerlendirme yapmak mümkün olamamakla birlikte, dosya kapsamında seyahat acentelerinden Ocak 2017 – Eylül 2020 dönemine ilişkin elde edilen veriler kapsamında, dosya konusu münferit tatil paketleri içerisindeki uçuşlar bakımından PEGASUS'un THY'den daha fazla pay aldığı görülmektedir. Ayrıca, incelemeye konu sözleşme ile seyahat acentelerine THY'ye ait markanın kullanımı haricindeki durumlar için seyahat acentelerine THY tarafından rakip teşebbüslerle anlaşma yapmama yükümlülüğü getirilmediği de belirtilmelidir. Dolayısıyla başvuru kapsamında hat bazında değerlendirme yapılması mümkün olmamakla birlikte hava yolu ile yolcu taşımacılığı pazarındaki rakiplerin seyahat acenteleriyle mevcut anlaşmalarını devam ettirmelerinin ya da benzer anlaşmalar yoluyla kendi markalarını yaratmalarının önünde bir engel yaratılmaması bakımından ilgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmasına mevcut aşamada sebep olunmayacağı değerlendirilmektedir. Yukarıda yer verilen açıklamalar kapsamında, bildirim konu sözleşme ile münferit tatil paketi pazarına yeni bir oyuncunun gireceği, ERKA'nın pazara girişi ile mevcut acentelerin pazardan dışlanması gibi bir durumun söz konusu olmayacağı zira kurulacak platformun tüm acentelere açık olduğu, dolayısıyla Sözleşme'nin pazarın önemli bir bölümünde rekabeti ortadan kalkmasına sebebiyet vermeyeceği sonucuna ulaşılmıştır.

G.4.5.4. Rekabetin (a) ve (b) Bentlerindeki Amaçların Elde Edilmesi için Zorunlu Olandan Fazla Sınırlanmaması

- (67) Bir anlaşmaya bireysel muafiyet tanınabilmesi için gerekli bu son koşulda, anlaşmadan ilk iki olumlu koşuldaki yararların elde edilmesi için daha az rekabeti sınırlayıcı bir yöntem söz konusu olmaması gerektiği belirtilmektedir. Bu koşul altındaki değerlendirmelerde genel olarak sözleşmenin rekabeti kısıtlayıcı hükümlerinin, elde edilecek faydaların sağlanması için zorunlu olup olmadığı ve sözleşme süresi dikkate alınmaktadır.

- (68) THY'nin ilgili Sözleşme ile markanın kullanılmasına ilişkin olarak münhasır bir acente tayin etmesinin THY markasının korunması ve yeni marka piyasaya sunulurken acente tarafından da gerekli yatırımların yapılmasının sağlanması itibarıyla makul görülebileceği değerlendirilmektedir. Öte yandan Bildirime konu Sözleşme'nin (.....) uyarınca, ERKA'nın uçuş dâhil paketlerde THY harici bir hava yolu ile çalışması THY'nin yazılı onayına tabidir. Ayrıca ERKA, THY tarafından aksi yazılı olarak onaylanmadıkça paket haricinde münferit uçak bileti sunamayacaktır. Söz konusu hüküm THY markası ile oluşturulacak tatil paketlerinde rakip hava yollarının içeriklerinin kullanılmasına sınırlama getirmesi itibarıyla rekabet etmeme yükümlülüğü içermektedir.
- (69) Bildirim Formunda, THY markası adı altında farklı bir hava yoluna ait içeriğin sunulmasının THY'nin marka imajını zedeleyebileceği belirtilmiştir. Nitekim marka kapsamında farklı bir hava yolundan tedarik edilmiş uçuş içeriği kullanılarak oluşturulan bir tatil paketinde ilgili hava yolundan kaynaklanan bir sorun oluşması durumunda, ilgili tatil paketini satın alan tüketici tarafından THY markasına yönelik olumsuz algı oluşabilecektir. Dolayısıyla tarafların marka imajının zedelenmemesi adına yalnızca markaya ait uçuş içeriklerine yönelik bu kısıtlamayı getirdikleri anlaşılmaktadır. ERKA kurulacak olan platformda marka haricinde de içerikler sunabilecek olup, bu tatil paketlerinde uçuş içeriklerini THY haricinde hava yollarından tedarik etme konusunda serbesttir. Sonuç olarak ilgili Sözleşme hükmünün marka imajını korumak için orantılı ve makul olduğu, rekabeti zorunlu olandan fazla kısıtlamadığı sonucuna ulaşılmıştır.
- (70) (.....) Her halükarda sözleşme tatil paketi satışı başladığı tarihten itibaren beş yıllık dönemin sonunda kendiliğinden sona erecektir. Süre açısından da değerlendirildiğinde Sözleşme'nin rekabeti zorunlu olandan fazla kısıtlamadığı kanaatine varılmıştır. Dolayısıyla Sözleşme'nin 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (d) bendinde belirtilen koşulu karşıladığı anlaşılmaktadır.
- (71) Netice itibarıyla, bireysel muafiyet için gerekli olan koşulları taşıyan Sözleşme'ye 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrası çerçevesinde bireysel muafiyet tanınabileceği kanaatine varılmıştır.

G.5. SONUÇ

- (72) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre,
- Tatil Paketi Satışı İşbirliği Sözleşmesi'ne 4054 sayılı Kanun'un 8. maddesi uyarınca menfi tespit belgesi verilemeyeceğine,
 - Bununla birlikte Tatil Paketi Satışı İşbirliği Sözleşmesi'ne, 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesindeki koşulları karşılaması nedeniyle, bireysel muafiyet tanınmasına
- gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 60 gün içinde Ankara İdare Mahkemelerinde yargı yolu açık olmak üzere, OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.