

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2019-3-079

(Soruşturma/Taahhüt)

Karar Sayısı : 25-44/1086-615

Karar Tarihi : 27.11.2025

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Birol KÜLE

Üyeler : Ahmet ALGAN (İkinci Başkan), Hasan Hüseyin ÜNLÜ,
Ayşe ERGEZEN, Rıdvan DURAN, Ayşe USLU CEVLEK

B. RAPORTÖRLER : Funda SOYLU, Şeyda EROL ÖZTÜRK, Kübra Nur YILMAZ,
Alp Tuna MERCİMEK, Büşra ÖZDEMİR, Zehra Seda KAYNAR

C. İLGİLİ TARAF : - Yemek Sepeti Elektronik İletişim Perakende Gıda AŞ
Temsilcileri: Av. Şahin ARDIYOK, Av. Barış YÜKSEL,
Av. Gökçe ÇETİNKAYA
Büyükdere Cad. Bahar Sok. No:13 River Plaza Kat 11-12
Levent, Şişli, 34394 İSTANBUL

- (1) **E. DOSYA KONUSU:** Rekabet Kurulunun 04.06.2020 tarihli ve 20-27/336-M sayılı kararı ile Yemek Sepeti Elektronik İletişim Perakende Gıda AŞ hakkında 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. ve/veya 6. maddelerinin ihlal edilip edilmediğinin tespitine yönelik olarak açılan soruşturma kapsamında sunulan ve Rekabet Kurulunun 28.01.2021 tarihli ve 21-05/64-28 sayılı kararı ile bağlayıcı hale getirilen taahhütlerin kaldırılması talebinin değerlendirilmesi.
- (2) **F. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurulunun (Kurul) 04.06.2020 tarihli ve 20-27/336-M sayılı kararı ile Yemek Sepeti Elektronik İletişim Perakende Gıda AŞ (YEMEK SEPETİ) hakkında en çok kayırlan müşteri (EKM), zorunlu Joker, minimum sepet tutarı uygulamalarının ve Vale modelinin fiyatlama politikalarının 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 4. ve/veya 6. maddelerini ihlal edip etmediğinin tespitine yönelik olarak soruşturma açılmasına karar verilmiştir.
- (3) Soruşturma süreci tamamlanmadan önce, YEMEK SEPETİ tarafından dar EKM, zorunlu minimum sepet tutarı, zorunlu Joker uygulamalarına son verileceğine ve Vale fiyatlandırma politikasının ilgili maliyet kalemlerini karşılayacak şekilde sürdürüleceğine yönelik olarak hazırlanan nihai taahhüt paketi 22.01.2021 tarihli ve 14610 sayılı yazı ile Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına sunulmuştur. Kurulun 28.01.2021 tarihli ve 21-05/64-28 sayılı kararı ile YEMEK SEPETİ tarafından sunulan taahhütlerin Soruşturma Raporu'nda yer verilen rekabet karşıtı endişeleri giderdiğine, 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesi uyarınca sunulan taahhütlerin bağlayıcı hale getirilmesine ve teşebbüs hakkında başlatılan soruşturmanın sona erdirilmesine hükmedilmiştir.
- (4) Bu çerçevede ilgili kararda taahhütlere ilişkin olarak;
 - Çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında uygulanan dar EKM koşulunun gerekçeli kararın teşebbüse tebliğinden itibaren ilk üç ay içerisinde tekil/birkaç şubeli restoranlardan, ikinci üç ay içerisinde ise zincir restoranlardan kaldırılarak tüm restoranlar açısından dar EKM hükümlerine son verilmesine,

- Çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında zorunlu Joker uygulamasının gerekçeli kararın teşebbüse tebliğinden itibaren üçüncü üç ay içerisinde kaldırılacağına ve gönüllü hâle getirileceğine,
- Çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında minimum sepet tutarı uygulamasının gerekçeli kararın teşebbüse tebliğinden itibaren bir hafta içerisinde restoranlar tarafından belirlenecek şekilde kurgulanacağına ve
- Vale iş modeli açısından; kurye personelinin ücret, yemek giderleri ile kurye ve Vale hizmeti için kullanılan iletişim ve akaryakıt giderlerini karşılayacak şekilde fiyatlandırma yapılmasına

süresiz olarak hükmedilmiştir.

- (5) YEMEK SEPETİ dokuz aylık bir süreç sonunda taahhütleri tamamen uygulamaya geçirmiş ve taahhüt raporlamalarını tamamlamıştır. Teşebbüs söz konusu taahhütleri hâlihazırda uygulamaya devam etmektedir. Bununla birlikte Kurum kayıtlarına 17.09.2024 tarih ve 56394 sayı ile intikal eden başvuruda 28.01.2021 tarihli ve 21-05/64-28 sayılı Kurul kararı ile bağlayıcı hale getirilen taahhütlerin kaldırılması talep edilmiştir.

- (6) İlgili başvuruda YEMEK SEPETİ tarafından özetle;

- Soruşturma Raporu'nda, inceleme konusu dönemde YEMEK SEPETİ'nin ilgili pazarda hâkim durumda bulunduğu kanaat getirildiği ve bu kapsamda (i) dar EKM, (ii) Joker projesinin sözleşme hükmü olarak uygulanması, (iii) minimum sepet tutarı uygulaması ve (iv) Vale'nin fiyatlama politikası uygulamalarının rakipleri dışlayıcı etki doğurabileceğinin ileri sürüldüğü, dolayısıyla, sunulan taahhütlerin kabulüne ilişkin kararın temelinde, ilgili uygulamaların YEMEK SEPETİ'nin hâkim durumda bulunmasından ötürü dışlayıcı etki doğurabileceği varsayımına dayanıldığı,
- YEMEK SEPETİ'nin "çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri" pazar tanımına katılmadığı, çevrim içi yemek siparişi-servisi hizmeti sunan platformların yanında restoranların da telefonla veya kendi internet siteleri üzerinden sipariş alabildiği, bunların platform hizmetlerine ikame olduğu, son kullanıcılar bakımından üye işyerlerine kurye hizmeti sağlayan ve sağlamayan platformlar arasında bir ayrım gözetilmeyeceği, her iki platform üzerinden verilen siparişin de kullanıcıya ulaştırıldığı müddetçe bunların ikame olarak kabul edileceği ve bu sebeplerle ilgili pazarın "yemek siparişi servisi hizmetleri" olarak tanımlanması gerektiği,
- Pazarın mevcut koşullarına bakıldığında, pazarın daha rekabetçi bir hale geldiği, YEMEK SEPETİ'nin pazar liderliğini yitirdiği, bu doğrultuda pazarda hâkim durumda olmayan YEMEK SEPETİ'nin tek taraflı uygulamalarının dışlayıcı etki doğurma kabiliyetinden söz edilemeyeceği, dolayısıyla 28.01.2021 tarihinde bağlayıcı hale gelen taahhütlerin işlevsiz ve sebepsiz kaldığı, idarenin sebepsiz yetki kullanamayacağı ve taahhütlerin devamında kamu yararının bulunmadığı,
- Bahse konu taahhütlerin, YEMEK SEPETİ'nin ticari faaliyetlerini kısıtladığı ve ilgili pazarda hâkim duruma gelme yolunda hızla ilerleyen TYG Turkey Elektronik Ticaret Hizmetleri ve Yatırımları AŞ (TRENDYOL GO) ile meşru bir biçimde rekabet edebilme imkânını ortadan kaldırdığı, rekabetin tesisi için öngörülen bu taahhütlerin, pazardaki esaslı değişiklikler sonucu, rekabeti engelleyici bir nitelik kazandığı, YEMEK SEPETİ'nin rakipleriyle eşit koşullarda rekabet edebilmesi için bağlı olduğu taahhütlerin kaldırılması gerektiği

ifade edilmiştir.

- (7) Söz konusu talebe istinaden hazırlanan 16.12.2024 tarihli ve 2019-03-079/BN-8 sayılı Bilgi Notu, Kurulun 20.12.2024 tarihli toplantısında ele alınmış ve 24-54/1210-M sayılı karar ile 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin dördüncü fıkrasının (a) bendinde yer verilen "Kararın alınmasına temel teşkil eden herhangi bir unsurda esaslı değişiklik olması" koşulunun karşılanıp karşılanmadığının değerlendirilebilmesi amacıyla inceleme yapılmasına karar verilmiştir.
- (8) Bu doğrultuda, yukarıda yer verilen hususlara ilişkin yürütülen inceleme kapsamında elde edilen bilgiler çerçevesinde yapılan tespit ve değerlendirmeler ile ulaşılan kanaat ve sonuçları içeren 21.11.2025 tarihli, 2019-3-079/BN-09 sayılı Bilgi Notu, Kurulun 27.11.2025 tarihli toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (9) **G. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili Bilgi Notu'nda özetle; Rekabet Kurulunun 28.01.2021 tarihli ve 21-05/64-28 sayılı kararı ile bağlayıcı hale getirilen dar EKM koşullarına ilişkin taahhütlerin kısa kararın tebliğinden itibaren 2 (iki) yıl süreyle devam etmesi ve 2 (iki) yılın sonunda Yemek Sepeti Elektronik İletişim Perakende Gıda AŞ tarafından başvuru yapılması halinde Kurul tarafından yeniden değerlendirilebileceği; Rekabet Kurulunun 28.01.2021 tarihli ve 21-05/64-28 sayılı kararı ile bağlayıcı hale getirilen zorunlu Joker ve minimum sepet tutarı uygulamasına son verilmesi ile Vale modelinin fiyatlandırma politikalarına ilişkin taahhütlerin 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin dördüncü fıkrasının (a) bendi kapsamında kaldırılabilirliği sonuç ve kanaatine ulaşıldığı ifade edilmiştir.

H. YAPILAN İNCELEME VE TESPİTLER¹

H.1. Hakkında İnceleme Yürütülen Taraf: YEMEK SEPETİ

- (10) 13.09.2000 tarihinde kurulan YEMEK SEPETİ, 2015 yılında Almanya merkezli Delivery Hero Şirketler Grubu bünyesine dâhil olmuştur. YEMEK SEPETİ mevcut durumda Delivery Hero'nun tek kontrolü altında bulunmaktadır.

Tablo 1: YEMEK SEPETİ Hissedarlık Yapısı

Pay Sahibi	Pay Oranı	Şirket Sermayesi ²
Delivery Hero SE	%100	937.763.200,00 TL
Kaynak: Kurulun 22.05.2025 tarihli ve 25-20/488-228 sayılı kararı.		

Tablo 2: YEMEK SEPETİ Yönetim Kurulu

Yönetim Kurulu Üyesi	Pozisyon
Mert BAKI	Yönetim Kurulu Başkanı
Nedim NAHMİAS	Yönetim Kurulu Üyesi
Kaynak: Kurulun 22.05.2025 tarihli ve 25-20/488-228 sayılı kararı.	

- (11) YEMEK SEPETİ faaliyetlerini pazaryeri modeli, pazaryeri ve lojistik servisi modeli, hızlı çevrim içi market modeli ve içerik üretimi/blog modeli olmak üzere dört ana model altında yürütmektedir.
- YEMEK SEPETİ Pazaryeri Modeli: YEMEK SEPETİ 2001 yılından itibaren tüketici konumundaki kullanıcılar ile sağlayıcı üye işyerleri olan restoranları www.yemeksepeti.com adlı internet sitesi ve mobil uygulaması üzerinden bir araya getirmektedir. Bu çerçevede, kullanıcı tarafından verilen sipariş, üye iş

¹Bu başlık altında, dosya kapsamında ve açık kaynaklardan elde edilen bilgi ve belgelerin yanı sıra Kurulun 22.05.2025 tarihli ve 25-20/488-228 sayılı kararı kapsamında elde edilen bilgi ve belgelerden de faydalanılmıştır.

²Bkz. https://www.ticareticil.gov.tr/tmp_gazete/4157c910-d8b4-11ef-90bc-48df373f5970.pdf, Erişim Tarihi: 19.11.2025.

yerinin kendi kuryesi aracılığıyla kullanıcıya ulaştırılmaktadır. YEMEK SEPETİ hâlihazırda 81 ilde faaliyet göstermektedir.

- YEMEK SEPETİ Teslimat Seçeneği (Pazaryeri ve Lojistik Servis) Modeli: Kendi kurye ağı olmayan restoranlara lojistik imkânı sağlanması amacıyla Aralık 2015'te faaliyete geçirilmiştir. YEMEK SEPETİ hizmetlerinin işleyişiyle benzerlik göstermekle birlikte, siparişler söz konusu üye iş yerinin kuryesi yerine YEMEK SEPETİ tarafından sağlanan teslimat hizmeti ile iletilmektedir. YEMEK SEPETİ, bu hizmeti sunmaya Vale markası altında başlamış olup 2022 yılında söz konusu hizmet Yemek Sepeti Express adını almıştır. YEMEK SEPETİ kurye ile teslimat hizmetini hâlihazırda 48 ilde sunmaktadır.
- YEMEK SEPETİ Market: YEMEK SEPETİ Nisan 2019'da tüketicilerin çevrim içi market/bakkal alışveriş ihtiyaçlarını karşılamak için Banabi markasını oluşturmuş, 2022 yılında hizmetin adını Yemek Sepeti Market olarak değiştirmiştir. Bu hizmet kapsamında, tedarikçilerden alınan ürünler kiralanan depolarda tüketicilere sunulmak üzere stok yapılmakta ve üye olan kullanıcılara platform aracılığıyla iletilmektedir.
- Yemek.com-İçerik Üretim/Blog Modeli: Eylül 2014'te yayına giren site içerisinde yemek ile ilgili tarif, video gibi içerikler yer almaktadır.

H.2. Sektöre İlişkin Bilgi

- (12) Çevrim içi yemek siparişi platform hizmetleri temel olarak, yemek siparişi vermek isteyen tüketiciler ile bu tüketicilere hizmet sunmak isteyen restoranların buluşmasına aracılık eden bir hizmet niteliğindedir. İlgili hizmetin sunulduğu pazarların bir tarafında yemek siparişi vermek isteyen tüketiciler bulunmakta iken diğer tarafında ürünlerini satmak isteyen restoranlar bulunmaktadır. Platformlar ise, bu yapı altında söz konusu iki kullanıcı grubunu bir araya getiren bir aracılık görevi üstlenmektedir. Dolayısıyla çevrim içi yemek sipariş platformu hizmetleri çok taraflı pazar niteliği taşımaktadır.
- (13) Sektörün gelişme dinamiklerine bakıldığında, tüm dünyadaki yemek yeme alışkanlıklarının yıllar içinde hızlı bir şekilde değiştiği ve teknolojinin gelişmesi, kullanıcı dostu uygulamaların yaygınlaşmasıyla birlikte çevrim içi yemek siparişi ve dağıtımı ile ilgili hizmetlerin bütün dünyada önemli bir değere kavuştuğu görülmektedir. Bununla birlikte söz konusu hizmetler büyümeye devam etse bile sektörde kalıcı bir yer edinmek isteyen platformların değişen tüketici alışkanlıklarına uyum sağlama, etkinlik, sunulan ürün yelpazesi vb. konulara dikkat etmeleri gerekmektedir³.
- (14) Çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri modeli, dünya genelinde kabaca 2000'lerin başlarında geliştirilmiş olup Türkiye'de de YEMEK SEPETİ'nin öncülüğüyle 2001 yılında sunulmaya başlanmıştır. Uzun yıllar YEMEK SEPETİ'nin neredeyse tekelinde bulunan ve küçük çaplı oyuncuların giriş-çıkış yaptığı sektör, 2019 yılında Getir Perakende Lojistik AŞ'nin (GETİR YEMEK), 2020 yılında TRENDYOL GO'nun ve 2022 yılında Dijital Platform Gıda Hizmetleri AŞ'nin (MİGROS YEMEK) pazara giriş yapmasıyla birlikte son altı yıllık süreçte nispeten daha rekabetçi bir yapıya kavuşmuştur. YEMEK SEPETİ, TRENDYOL GO, GETİR YEMEK ve MİGROS YEMEK mevcut durumda 81 ilde faaliyet göstermektedir.
- (15) Çevrim içi yemek siparişi-servisi alanında kalıcı yer edinmek ve tüketiciler tarafından tercih edilmek isteyen platformların rekabet edebilme gücünü etkileyen bazı noktalar bulunmaktadır. Bu çerçevede, platformların pazarda rekabet etme gücünü etkileyen başlıca unsurlar kullanıcı sayısı, restoran ve ürün çeşitliliği olarak sıralanabilmektedir.

³<https://www.mckinsey.com/industries/technology-media-and-telecommunications/our-insights/ordering-in-the-rapid-evolution-of-food-delivery>, Erişim Tarihi: 19.11.2025.

Ek olarak kullanıcı dostu uygulamalar, indirimler ve promosyonlar da platformların tercih edilmesinde etkili olmaktadır. IPSOS araştırma şirketi tarafından teşebbüslerin pazardaki rekabet edebilme gücünü etkileyen belirli parametrelerin önem derecesini 400 kişilik bir örneklem grubuna sorulan sorular aracılığıyla ortaya koyan Kasım 2024 tarihinde gerçekleştirilen Marka Sağlığı Araştırması'nın⁴ marka algısına yönelik bulgularına aşağıda yer verilmiştir:

Şekil 1: IPSOS Marka Sağlığı Araştırması Kapsamında Kullanıcı Gözünden Rekabet Parametreleri



Kaynak: IPSOS, Kurulun 22.05.2025 tarihli ve 25-20/488-228 sayılı kararı

- (16) Yukarıda yer alan araştırma sonuçlarından, kullanıcıların çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri sunan teşebbüsleri tercih etme noktasında platformun kullanımı kolay bir arayüzünün olmasını, bilinirliği yüksek bir marka olmasını ve bu alandaki uzmanlığını en önemli unsurlar olarak gördüğü anlaşılmaktadır. Devamında ise platformdaki restoran kalitesi ve çeşitliliği, kampanya/promosyonlar ve platformdan verilen siparişlerin kurye hizmetlerinin kalitesini dikkate aldığı anlaşılmıştır.
- (17) Çevrim içi yemek sipariş ve servisi alanında pazaryeri ve kurye modeli dünya genelinde 2013 yılında geliştirilmiş olup bu alandaki yatırımlar, hizmetler ve dolayısıyla talepler rakiplerin de pazara girmesini takiben yoğunluk kazanmıştır⁵. Küresel ölçekte çevrim içi yemek teslimatı sektöründeki gelirin 2025 yılında 455,85 milyar ABD Doları tutarına, 2030 yılında ise sektör hacminin 520,65 milyar ABD Doları tutarına ulaşacağı tahmin edilmektedir. Ayrıca çevrim içi yemek teslimatı sektöründeki kullanıcı sayısının 5 yıl içerisinde 2,5 milyara ulaşacağı öngörülmektedir⁶.
- (18) Türkiye'de de dünyayla paralel şekilde, çevrim içi yemek teslimatı sektörü yıllar içerisinde büyük bir gelişim göstermiştir. Bu doğrultuda sektördeki gelirin 2025 yılında 1,81 milyar ABD Doları tutarına, 2029 yılında ise sektör hacminin 1,86 milyar ABD Doları

⁴ IPSOS Marka Sağlığı Araştırması, Kasım 2024.

⁵<https://www.mckinsey.com/industries/technology-media-and-telecommunications/our-insights/the-changing-market-for-food-delivery>, Erişim Tarihi: 19.11.2025.

⁶<https://www.statista.com/outlook/emo/online-food-delivery/meal-delivery/worldwide>, Erişim Tarihi: 19.11.2025.

tutarına ulaşacağı tahmin edilmektedir. Ayrıca söz konusu sektördeki kullanıcı sayısının 2030 yılında 38,1 milyona ulaşması beklenmektedir⁷.

- (19) Sektör bakımından önemli görülen bir diğer bilgi ise çevrim içi yemek siparişlerinin dağıtım modellerine ilişkindir. Hem dünya genelinde hem de Türkiye’de, çevrim içi pazaryerleri üzerinden sağlanan paket servislerinin dağıtımı temel olarak iki model üzerinden gerçekleştirilmektedir. Bunlardan ilkinde platform, yalnızca siparişin kullanıcıdan restorana iletilmesi için aracılık hizmetini sağlarken, ikincisinde ek olarak yemeğin kullanıcıya iletilmesi için lojistik destek sunmaktadır.
- (20) Türkiye’de çevrim içi yemek siparişlerine aracılık hizmetinin yanında lojistik hizmet de sunulmasına yönelik ilk adım YEMEK SEPETİ tarafından 2015 yılı sonunda atılmıştır. Akabinde GETİR YEMEK 2019’da “Getir Getirsin” modeliyle pazar yeri ve kurye hizmetine başlamış olup daha sonra “Restoran Getirsin” seçeneğini de kullanıcılarına sunmuştur. Hâlihazırda Model 1 (Restoran Teslimatı) ve Model 2 (Platform Teslimatı) ile hizmet veren TRENDYOL GO ise 2020 yılında faaliyetlerine ilk olarak Model 2 ile başlamış, ardından Model 1’i de seçenek olarak sunmaya başlamıştır. MİGROS YEMEK ise kurye hizmetini 2023 yılının Mart ayında sağlamaya başlamış olup hâlihazırda restoranlara “Restoran Teslimatı Modeli” ve “Migros Yemek Teslimatı Modeli” olmak üzere iki seçenek sunmaktadır. Bu kapsamda YEMEK SEPETİ’nin (.....), TRENDYOL GO’nun (.....), GETİR YEMEK’in (.....), MİGROS YEMEK’in (.....) ve FUUDY’nin (.....) ilde kurye hizmeti sağladığı bilgisi edinilmiştir.

H.2.1 Sektöre İlişkin Yasal Düzenlemeler

- (21) Dosya kapsamında incelemeye konu teşebbüs YEMEK SEPETİ, gerçekleştirdiği elektronik ticaret faaliyetleri kapsamında, tüketicilere satıcı sıfatıyla doğrudan kendisi ürün ve hizmet satışı yapmamakta, aracı hizmet sağlayıcı sıfatı ile diğer üçüncü kişi tacirlere bir “pazaryeri platformu” olarak gerekli altyapıyı sağlamaktadır. Teşebbüs, paket servis hizmeti sunan restoranlar ile çevrim içi kanal üzerinden yemek siparişi vermek isteyen kullanıcıları bir araya getirmektedir. Bu kapsamda YEMEK SEPETİ’nin temel olarak elektronik ticaret faaliyeti yürüttüğü söylenebilecektir.
- (22) 6563 sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun’da (6563 sayılı Kanun) elektronik ticarete ilişkin esas ve usuller düzenlenmiş, bu çerçevede elektronik ticaretle ilgili kavramlar tanımlanmış, 6563 sayılı Kanun kapsamında yer alan hizmet sağlayıcıların bilgi verme yükümlülüğü, elektronik ticarete konu siparişlere ve ticari elektronik iletilere ilişkin esaslar ve elektronik ticaret kapsamında diğer ilgili hususlar hüküm altına alınmıştır. İlgili Kanun’un dayanak oluşturduğu Elektronik Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcı ve Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmelik (E-Ticaret Yönetmeliği), 29.12.2022 tarihli ve 32058 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanmıştır⁸. E-Ticaret Yönetmeliği’nin 2. madde hükmünde; söz konusu Yönetmelik’in amacının, etkin ve adil rekabet ortamının tesis edilmesi ve elektronik ticaretin gelişiminin sağlanmasını teminen elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcı ve elektronik ticaret hizmet sağlayıcıların faaliyet ve denetimleri ile bunlar arasındaki ticari ilişkilerin düzenlenmesine yönelik usul ve esasları belirlemek olduğu hususu düzenlenmiştir.

⁷<https://www.statista.com/outlook/emo/online-food-delivery/meal-delivery/turkey>, Erişim Tarihi: 19.11.2025.

⁸Söz konusu E-Ticaret Yönetmeliği ile birlikte 26.08.2015 tarihli ve 29457 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan Elektronik Ticarete Hizmet Sağlayıcı ve Aracı Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmelik yürürlükten kaldırılmıştır.

- (23) Bu kapsamda E-Ticaret Yönetmeliği'nde yer verilen ve elektronik ticarete ilişkin uygulamalarda karşılığı olan kavramlara yer verilmesi isabetli olacaktır. E-Ticaret Yönetmeliği'nin "Tanımlar" başlıklı 4. madde hükmünün birinci fıkrasının (f) bendinde elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcısı (ETAHS) kavramının; *"elektronik ticaret pazar yerinde elektronik ticaret hizmet sağlayıcıların mal veya hizmetlerinin teminine yönelik sözleşme yapılmasına ya da sipariş verilmesine imkân sağlayan aracı hizmet sağlayıcıyı"* ifade ettiği belirtilmiş, bu çerçevede bir takvim yılındaki net işlem hacmi on milyar Türk lirasının üzerinde olanlar *"orta ölçekli ETAHS"*, bir takvim yılındaki net işlem hacmi otuz milyar Türk lirasının üzerinde ve iptal ve iadeler hariç işlem sayısı yüz bin adedin üzerinde olanlar *"büyük ölçekli ETAHS"*; net işlem hacmi altmış milyar Türk lirasının ve iptal ve iadeler hariç işlem sayısı yüz bin adedin üzerinde olanlar *"çok büyük ölçekli EATHS"* olarak nitelendirilmiştir.
- (24) İlgili madde hükmünün (h) bendinde ise elektronik ticaret hizmet sağlayıcının (ETHS), *"elektronik ticaret pazar yerinde ya da kendine ait elektronik ticaret ortamında mal veya hizmetlerinin teminine yönelik sözleşme yapan ya da sipariş alan hizmet sağlayıcıyı"* ifade ettiği belirtilmiş, bu çerçevede bir takvim yılında net işlem hacmi on milyar Türk lirasının ve iptal ve iadeler hariç işlem sayısı on milyon adedin üzerinde olanlar *"orta ölçekli ETHS"*; bir takvim yılındaki net işlem hacmi otuz milyar Türk lirasının ve iptal ve iadeler hariç işlem sayısı on milyon adedin üzerinde olanlar *"büyük ölçekli ETHS"*; bir takvim yılındaki net işlem hacmi altmış milyar Türk lirasının ve iptal ve iadeler hariç işlem sayısı on milyon adedin üzerinde olanlar *"çok büyük ölçekli ETHS"* olarak nitelendirilmiştir.
- (25) Öte yandan gerek 6563 sayılı Kanun'un Ek Madde 1 numaralı hükmünün birinci fıkrasında gerekse E-Ticaret Yönetmeliği'nin 11. maddesinde; elektronik ticarete haksız ticari uygulamalarda bulunulamayacağı, elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcının, aracılık hizmeti sunduğu elektronik ticaret hizmet sağlayıcının ticari faaliyetlerini önemli ölçüde bozan, makul karar verme yeteneğini azaltan veya belirli bir kararı almaya zorlayarak normal şartlarda taraf olmayacağı bir ticari ilişkinin tarafı olmasına sebep olan uygulamalarının haksız olduğunun kabul edileceği hüküm altına alınmıştır. İlgili hükümlerin ikinci fıkrasında ise hangi tür davranışların haksız ticari uygulama teşkil edeceği, örneğin (b) bendinde *"ETAHS tarafından satış fiyatında tek taraflı değişiklik yapılması dâhil olmak üzere, ETHS'nin kampanyalı mal veya hizmet satışına zorlanması"*; (ç) bendinde *"ETHS'nin aleyhine olacak şekilde aracılık sözleşmesi hükümlerinde geçmişe yönelik veya tek taraflı değişiklik yapılması ya da buna imkân sağlayan herhangi bir hükme aracılık sözleşmesinde yer verilmesi"* sayılmıştır.
- (26) E-Ticaret Yönetmeliği'nin 11. maddesinin altıncı fıkrasında ayrıca *"Büyük ve çok büyük ölçekli ETAHS, ETHS'nin ticari ilişkilerini, alternatif kanallardan aynı ya da farklı fiyattan mal veya hizmet sunmasını ya da reklam yapmasını kısıtlayamaz, herhangi bir kişiden mal veya hizmet teminine zorlayamaz. Buna imkân sağlayan herhangi bir hükme aracılık sözleşmesinde yer veremez"* hükmüne yer verilmiştir.
- (27) İlaveten, 6563 sayılı Kanun'un Ek Madde 2 numaralı hükmünde, elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcının yükümlülükleri düzenlenmiştir. İlgili yükümlülükler aşağıda yer verilmektedir:

"(1) Elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcı aşağıdaki hususlara uymakla yükümlüdür:

a) Aracılık hizmeti sunduğu elektronik ticaret pazar yerlerinde kendisinin veya ekonomik bütünlük içinde bulunduğu kişilerin markasını taşıyan ya da marka kullanım hakkını haiz olduğu malları satışa sunamaz veya bu malların satışına

aracılık edemez. Bu malların, farklı elektronik ticaret ortamında satışa sunulması hâlinde bu ortamlar arasında erişim imkânı sunamaz ve birbirinin tanıtımını yapamaz. Bu hüküm, toplam satış hasılatının yarısından fazlasını elektronik ticaret dışındaki satışlardan elde eden kişilerin markasını taşıyan veya marka kullanım hakkını haiz olduğu mallar hakkında uygulanmaz.

(...)

(3) Bir takvim yılındaki net işlem hacmi otuz milyar Türk lirasının ve iptal ve iadeler hariç işlem sayısı yüz bin adedin üzerinde olan elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcı, birinci ve ikinci fıkralarda belirtilen yükümlülüklerle ilave olarak aşağıdaki hususlara uymakla yükümlüdür:

a) Net işlem hacminin aynı takvim yılına ilişkin on iki aylık ortalama Tüketici Fiyat Endeksi değişim oranı uygulanmış tutarının otuz milyar Türk liralık kısmı için bu tutarın yüzde ikisine, otuz milyar Türk lirasının üzerindeki kısmı için ise bu tutarın binde üçüne kadar reklam harcamasını izleyen takvim yılında yapabilir. Buna göre hesaplanan tutar, net işlem hacmine dâhil edilen elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcılar ile bunların ekonomik bütünlüğü içinde bulunup elektronik ticaret pazar yerinde faaliyet gösteren elektronik ticaret hizmet sağlayıcıların toplam reklam bütçesini oluşturur. Bu bütçe, elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcı ve elektronik ticaret hizmet sağlayıcılar arasında net işlem hacmine katkıları oranında paylaştırılır ve bir takvim yılının üçer aylık dönemlerinde en fazla dörtte biri oranında kullanılabilir.

b) Net işlem hacminin aynı takvim yılına ilişkin on iki aylık ortalama Tüketici Fiyat Endeksi değişim oranı uygulanmış tutarının otuz milyar Türk liralık kısmı için bu tutarın yüzde ikisine, otuz milyar Türk lirasının üzerindeki kısmı için ise bu tutarın binde üçüne kadar promosyon, ödül, puan, kupon, hediye çeki ve benzeri imkânları izleyen takvim yılında sunabilir. Buna göre hesaplanan tutar, elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcı ve ekonomik bütünlük içinde bulunduğu kişiler tarafından elektronik ticaret pazar yerindeki alıcı ve elektronik ticaret hizmet sağlayıcılara yapılabilecek toplam indirim bütçesini oluşturur ve bir takvim yılının üçer aylık dönemlerinde en fazla dörtte biri oranında kullanılabilir. Alıcı ve elektronik ticaret hizmet sağlayıcı adına katılan maliyetler ile bunlara sağlanan ekonomik menfaatler de bu kapsamda değerlendirilir. Bakanlık, bu bende göre hesaplanan tutarın mal ve hizmet sektör ve kategorileri itibarıyla kullanım üst sınırını belirlemeye yetkilidir.

c) Elektronik ticaret hizmet sağlayıcının ticari ilişkilerini, alternatif kanallardan aynı ya da farklı fiyattan mal veya hizmet sunmasını ya da reklam yapmasını kısıtlayamaz, herhangi bir kişiden mal veya hizmet teminine zorlayamaz. Buna imkân sağlayan herhangi bir hükme aracılık sözleşmesinde yer veremez

(...)

(4) Bir takvim yılındaki net işlem hacmi altmış milyar Türk lirasının ve iptal ve iadeler hariç işlem sayısı yüz bin adedin üzerinde olan elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcılar, birinci, ikinci ve üçüncü fıkralarda belirtilen yükümlülüklerle ilave olarak aşağıdaki hususlara uymakla yükümlüdür:

a) Aracılık hizmeti sunduğu elektronik ticaret pazar yerlerinde, 23/2/2006 tarihli ve 5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu kapsamında kredi kartıyla yapılan kredili ödeme işlemleri ile diğer ödeme işlemleri hariç olmak

üzere, ekonomik bütünlük içinde bulunduğu bankaların ya da 6361 sayılı Kanun kapsamındaki şirketlerin, kredi verme işlemleri dâhil sundukları her türlü hizmetin gerçekleştirilmesine ilişkin faaliyette bulunmasına imkân sağlayamaz.

b) Aracılık hizmeti sunduğu elektronik ticaret pazar yerlerinde;

1) Ekonomik bütünlük içinde bulunduğu 6493 sayılı Kanun kapsamındaki elektronik para kuruluşlarınca ihraç edilen elektronik paraların kabulüne ilişkin faaliyette bulunulmasına imkân sağlayamaz,

2) 6493 sayılı Kanunun 12 nci maddesinin ikinci fıkrasının (h) bendi ile 18 inci maddesinin beşinci fıkrası uyarınca 6493 sayılı Kanun kapsamı dışında kalan araçlarla ilgili hizmetler sunamaz veya ekonomik bütünlük içinde bulunduğu kişilerce bu hizmetlerin sunulmasına imkân sağlayamaz.

(7) Bu madde kapsamında net işlem hacmi, işlem sayısı ve toplam satış hasılatının hesaplanması ile üçüncü fıkranın (a) ve (b) bentlerine göre hesaplanan tutarların kullanılmasında yurt dışına yönelik işlemler dikkate alınmaz.

(...)

(10) Bu maddede belirtilen parasal eşikler ETBİS verileri kullanılarak her yıl hesaplanan elektronik ticaret hacminin yıllık değişim oranına göre artırılır. Artırımın yapıldığı tarihten önceki takvim yılına ilişkin net işlem hacmine uygulanacak bu eşikler ile elektronik ticaret hacminin yıllık değişim oranı en geç şubat ayı içinde Bakanlığın internet sitesinde ilan edilir.

(...)

(12) Bir takvim yılındaki net işlem hacmi otuz milyar Türk lirasının ve iptal ve iadeler hariç işlem sayısı yüz bin adedin üzerinde olan elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcının ya da bir takvim yılındaki net işlem hacmi otuz milyar Türk lirasının ve iptal ve iadeler hariç işlem sayısı on milyon adedin üzerinde olan elektronik ticaret hizmet sağlayıcının ekonomik bütünlüğü içinde bulunup bu eşiklerin altında kalan ve elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcının net işlem hacmine dâhil edilmeyen elektronik ticaret aracı hizmet sağlayıcılar ile ekonomik bütünlük içinde bulunup mal veya hizmet ilanlarının yayımlanmasına elektronik ortam sağlayanların her birinin reklam ve indirim bütçeleri, üçüncü fıkranın (a) ve (b) bentlerine göre hesaplanan reklam ve indirim bütçelerinin her birinin yüzde yirmisinden fazla olamaz.”

(28) Yukarıda yer verilen yükümlülüklerle ek olarak 22.02.2023 tarihli ve 32113 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Cumhurbaşkanlığı Kararı uyarınca 6563 sayılı Kanun’un Ek Madde 2, Ek Madde 3 ve Ek Madde 4 hükümlerinde belirtilen parasal eşiklerin yarısı oranında artırılmasına, mezkûr Kanunun geçici 2. maddesinin dördüncü fıkrası gereğince karar verilmiştir. Söz konusu parasal eşiklerin, 6563 sayılı Kanunun Ek Madde 2 hükmünün onuncu ve Ek Madde 4 hükmünün altıncı fıkraları gereğince 2025 yılı için artırılması gerekmiş ve 2025 yılı eşik değerlerinin belirlenmesine esas teşkil eden (ETAHS ve ETHS net işlem hacimleri toplamı) elektronik ticaret hacmindeki yıllık değişimin %62,29 olarak gerçekleştiği belirtilerek eşikler güncellenmiştir⁹.

(29) Mevcut durumda, YEMEK SEPETİ’nin 6563 sayılı Kanun’un Ek Madde 1 numaralı hükmünün birinci fıkrası ve E-Ticaret Yönetmeliği’nin 11. maddesi uyarınca elektronik ticarete haksız ticari uygulamalarda bulunmama yükümlülüğü bulunmaktadır. (.....).

⁹Bkz. <https://ticaret.gov.tr/duyurular/6563-sayili-elektronik-ticaretin-duzenlenmesi-hakkinda-kanun-kapsaminda-parasal-esik-degerlerin-guncellenmesine-iliskin-aciklama>, Erişim Tarihi: 19.11.2025.

H.2.2 Taahhütlerin Kaldırılmasına ve Revize Edilmesine İlişkin Geçmiş Tarihli Kurul Kararları

25.11.2021 Tarihli ve 21-57/799-395 Sayılı Kurul Kararı

- (30) Luxottica Group S.p.A.'nın (LUXOTTICA) kontrol sahibi hissedarı olan Delfin S.a.r.l. ile Essilor International Compagnie Générale d'Optique S.A. (ESSILOR) arasında, ESSILOR ve LUXOTTICA'nın faaliyetlerini birleştirmek ve ortak bir holding şirketi olan EssilorLuxottica S.A.'yı (ESSI-LUX) oluşturmak amacıyla yapılan birleşme başvurusuna taraflarca sunulan taahhüt metni çerçevesinde Kurulun 01.10.2018 tarihli ve 18-36/585-286 sayılı kararı ile koşullu olarak izin verilmiştir.
- (31) Taahhüt metninde, ESSILOR'un Merve Optik Sanayi ve Ticaret AŞ'deki (MERVE OPTİK) hisselerini elden çıkarmasını ve uygun bir alıcıya devretmesini içeren yapısal taahhütler ile oftalmik lens, optik çerçeve ve güneş gözlüğü ürünlerinin bağlı satışını gerçekleştirmeme, optikçilere tarafların rakiplerinin ürünlerini satın almalarını yasaklayan fiili veya sözleşmesel münhasırlık hükümleri uygulamama gibi davranışsal taahhütler yer almış ve davranışsal taahhütlerin süresi üç yıl olarak belirlenmiştir. Üç yıllık sürenin dolmasıyla birlikte, ilgili taahhütlerin yeniden değerlendirilmesine karar verilmiştir. Yapılan inceleme ve değerlendirmeler neticesinde, Kurulun 25.11.2021 tarihli ve 21-57/799-395 sayılı kararı ile ESSI-LUX'ün söz konusu dönemde fiili münhasırlık ve bağlı satış uyguladığı iddiasına yönelik soruşturmaya konu bir eylem içinde olması ve taahhütlerin devamının pazardaki rekabeti korumak açısından gerekli görülmesi sebebiyle söz konusu davranışsal taahhütlerin süresinin 3 yıl uzatılmasına karar verilmiştir.

07.07.2022 Tarihli ve 22-32/498-200 Sayılı Kurul Kararı

- (32) Cam geri dönüşüm sektöründe faaliyet gösteren teşebbüslerin faaliyetlerini zorlaştırdığı iddiasıyla Türkiye Şişe ve Cam Fabrikaları AŞ (ŞİŞECAM) ile iştiraki Şişecam Çevre Sistemleri AŞ (ÇEVRE SİSTEMLERİ) hakkında başlatılan önaraştırma, sunulan taahhütlerin bağlayıcı hâle getirilmesi suretiyle Kurulun 21.10.2021 tarihli ve 21-51/712-354 sayılı kararıyla sonlandırılmıştır. Akabinde ŞİŞECAM tarafından; cam sektöründe yaşanan küresel talep artışı, tedarik sorunları, enerji maliyetlerindeki yükseliş ve ekonomik gelişmeler neden gösterilerek, bağlayıcı hâle gelen taahhütlerin yeniden değerlendirilmesi ve yeni taahhüt önerilerinin incelenmesi talep edilmiştir.
- (33) Gerçekleştirilen inceleme neticesinde, Kurulun 07.07.2022 tarihli ve 22-32/498-200 sayılı kararı ile ıskarta düz cam geri dönüşümünün sınırlandırılmaması adına taahhüt paketinin birinci maddesinin ÇEVRE SİSTEMLERİ'nin 15 bin ton ile sınırlı olarak ıskarta düz cam tedarik edebilmesine, ıskarta cam toplama alanında yaşanan aksaklıkların önlenebilmesi ancak taahhüt öncesi dönemde ortaya çıkan dışlayıcı etkilerin tekrar oluşmamasını teminen paketin ikinci maddesinin, ÇEVRE SİSTEMLERİ'nin 25 bin ton ile sınırlı olarak ıskarta cam ambalaj tedarik edebilmesine olanak tanıyacak şekilde değiştirilmesinin uygun olacağı değerlendirilmiştir. Ayrıca, harman maliyetinin ve ithalat fiyatlarının yükselmesi ve yurt dışından ıskarta cam ithalatının Türkiye'deki rekabet sorunları bakımından sınırlı etkiye sahip olması hususları dikkate alınarak paketin üçüncü maddesinin, ÇEVRE SİSTEMLERİ'nin iki yıl süresince 30 bin ton ile sınırlı olarak ıskarta cam ithalatı yapabilmesine olanak tanıyacak şekilde değiştirilmesinin uygun olacağı kanaatine varılmıştır. Son olarak, Fırına Hazır Cam Ambalaj Kırığı (FHCAK) ürün temini bakımından ŞİŞECAM'ın aradığı kalite spektlerine uygun üretim yapan teşebbüs sayısının sınırlı olduğu ve bu taahhüt maddesinin yerine getirilmesi bakımından fiili imkânsızlık oluşacağı dikkate alınarak paketin dördüncü maddesinin, ÇEVRE SİSTEMLERİ'nin FHCAK tedariki kapsamında birden fazla teşebbüsten toplam

alımının %35'inden fazla alım yapamaması şartının kaldırılmasına imkân tanıyacak şekilde değiştirilmesinin uygun olacağı sonucuna ulaşılmıştır.

23.02.2023 Tarihli ve 23-10/170-53 Sayılı Kurul Kararı

- (34) ŞİŞECAM tarafından, Kurulun 21.10.2021 tarihli ve 21-51/712-354 sayılı kararıyla bağlayıcı hale getirilen ve 07.07.2022 tarihli ve 22-32/498-200 sayılı kararıyla revize edilen taahhüt paketinin birinci maddesinde belirlenen ıskarta düz cam tedarik miktarı üst sınırının, 06.02.2023 tarihinde Kahramanmaraş ve çevre illerde meydana gelen deprem sebebiyle artırılması suretiyle taahhütlerin revize edilmesi talep edilmiştir.
- (35) Kurul tarafından, deprem bölgesinden ıskarta düz cam tedarik eden teşebbüslerin ekonomik faaliyetlerinin durmaması ve bu teşebbüslerin pazar dışı kalmaması amacıyla, taahhüt paketinin birinci maddesinde belirlenen yıllık 15 bin ton üst sınırının, ŞİŞECAM tarafından Kahramanmaraş, Hatay, Malatya, Adıyaman, Şanlıurfa, Diyarbakır, Adana, Gaziantep, Elazığ, Osmaniye ve Kilis illerinde faaliyet gösteren tedarikçilerden deprem sebebiyle ortaya çıkan ıskarta düz cam ürünüyle sınırlı kalmak kaydıyla 30.06.2023 tarihine kadar en fazla 18 bin ton tedarik edilmesine imkân verecek şekilde, sadece ikinci yıl için 33 bin ton olarak belirlenmesine karar verilmiştir.

H.3 Değerlendirme

- (36) Bu başlık altında, YEMEK SEPETİ'nin talebi doğrultusunda pazarın yapısında taahhütlerin yeniden değerlendirilmesini gerektirecek bir değişiklik olup olmadığı ve her bir taahhüt özelinde, taahhütlerin kaldırılmasına gerek olup olmadığı değerlendirilmiştir.

H.3.1 YEMEK SEPETİ'nin Taahhütlerin Kaldırılması Talebine İlişkin Değerlendirme

- (37) YEMEK SEPETİ tarafından, teşebbüsün hâlihazırda çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında hâkim durumda bulunmadığı; dolayısıyla dar EKM, zorunlu minimum sepet tutarı ve zorunlu Joker uygulamalarına son verileceği ve Vale fiyatlandırma politikasının ilgili maliyet kalemlerini karşılayacak şekilde sürdürüleceğine dair sunulan taahhütlerin işlevsiz hale geldiği ve bu doğrultuda Kurulun 28.01.2021 tarihli ve 21-05/64-28 sayılı kararının sebep unsurunu kaybettiği ifade edilerek taahhütlerin kaldırılması talep edilmiştir.
- (38) Taahhütlerin yeniden değerlendirilmesi için 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin dördüncü fıkrasının (a) bendinde "*Kararın alınmasına temel teşkil eden herhangi bir unsurda esaslı değişiklik olması*" koşulu aranmaktadır. Söz konusu koşulun gerçekleşip gerçekleşmediğinin tespitine yönelik olarak, aşağıda öncelikle taahhüt kararının alındığı tarihten sonra YEMEK SEPETİ'nin pazardaki konumunun, teşebbüs tarafından yapılan başvuruda belirtildiği gibi değişip değişmediği ve teşebbüsün hâlihazırda hâkim durumda olup olmadığı incelenmiş akabinde taahhütlere ilişkin değerlendirme yapılmıştır.

H.3.1.1 Pazarın Yapısında Esaslı Bir Değişiklik Olup Olmadığına İlişkin Değerlendirme¹⁰

- (39) Pazarın yapısında taahhütlerin kaldırılmasını gerektirecek bir değişiklik olup olmadığının değerlendirilmesi noktasında ilk olarak, Kurulun 28.01.2021 tarihli ve 21-05/64-28 sayılı kararı doğrultusunda YEMEK SEPETİ tarafından sunulan taahhütlerin kabulüyle sonlandırılan soruşturma kapsamında incelenen dönemde [2015-2020/9] YEMEK

¹⁰ Bu başlık altında hem dosya kapsamında hem de Kurulun 22.05.2025 tarihli ve 25-20/488-228 sayılı kararı ile nihayete erdirilen soruşturma ve hâlihazırda devam eden 2025-1-035 sayılı kapsamında elde edilen bilgi ve belgelerden faydalanılmıştır.

SEPETİ ve rakiplerinin “çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri” pazarındaki konumunun ve pazar dinamiklerinin ortaya konulması gerekmektedir. Bu kapsamda gerçekleştirilen değerlendirmelere aşağıda yer verilmiştir.

- (40) Soruşturma kapsamında hâkim durum değerlendirilmesi yapılırken, Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışlarına İlişkin Kılavuz (Kılavuz) dikkate alınarak; YEMEK SEPETİ'nin ve rakiplerinin ilgili pazardaki konumu, pazara giriş ve pazarda büyüme engelleri olup olmadığı ve alıcıların pazarlık gücü gibi unsurlar göz önünde bulundurulmuştur.
- (41) YEMEK SEPETİ ve rakiplerinin ilgili pazardaki konumu incelenirken ise, sipariş adedi, sipariş tutarı, aktif kullanıcı sayısı, anlaşmalı restoran sayısı ve zincir restoran sayısı gibi parametreler dikkate alınmıştır. Bu kapsamda;
- YEMEK SEPETİ'nin 2015-2018 dönemlerinde sipariş adedi ve sipariş tutarı bazında hesaplanan pazar paylarının %(.....)'un altına düşmediği; 2019 yılında sipariş adedi ve tutarına göre pazar payının %(.....) civarında olduğu, buna karşın rakiplerinin pazar payları toplamının dahi %(.....)'nin altında kaldığı, 2020 yılının Eylül ayına kadar olan dönemde ise YEMEK SEPETİ'nin pazar payının her iki parametre bakımından da %(.....) düşüşle %(.....) civarında gerçekleştiği,
 - YEMEK SEPETİ'nin aktif kullanıcı sayısının yıllar içerisinde istikrarlı bir şekilde arttığı (2015 yılında (.....) civarında olan kullanıcı sayısının 2020 yılına gelindiğinde (.....)'a yaklaştığı), rakipler bakımından ise bir tek GETİR YEMEK'in kullanıcı sayısında dikkate değer bir sıçrama olduğu ancak bu artışın YEMEK SEPETİ ile karşılaştırılamayacak düzeyde kaldığı,
 - Anlaşmalı restoran sayısı bakımından da YEMEK SEPETİ'nin 2020 yılında en yakın rakibinin yaklaşık (.....) katı anlaşmalı restoran sayısı ile pazar liderliğini sürdürdüğü, anlaşmalı olunan zincir restoran şube sayılarına bakıldığında ise, YEMEK SEPETİ'nin 2020 yılı için en yakın rakibinin yaklaşık (.....) katı büyüklükte olduğu

ortaya konulmuştur.

- (42) Elde edilen verilerden, YEMEK SEPETİ'nin pazar payının yıllar itibarıyla istikrarlı bir seyir izlediği ve rakipleriyle arasındaki farkın korunduğu görülmüştür. 2019 yılında pazara yeni giren GETİR YEMEK, pazar payını 2020 yılına kadar %(.....) oranında arttırmış olsa da bu durumun, YEMEK SEPETİ'nin tekele yakın pazar gücünü değiştirecek seviyede olmadığı değerlendirilmiştir.
- (43) Pazar paylarına ek olarak, pazara giriş ve büyüme engelleri de incelenmiştir. Bu kapsamda, çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetlerinin çok taraflı pazar niteliğini haiz olmasından kaynaklanan önemli şebeke etkileri, kullanıcı alışkanlıkları, YEMEK SEPETİ'nin sahip olduğu önemli boyuttaki kullanıcı ve restoran verisi, yüksek marka bilinirliği, finansal ve ekonomik gücü gibi hususların piyasaya yeni teşebbüslerin girmesinin veya piyasadaki teşebbüslerin büyümesinin önünde giriş engeli oluşturmasının muhtemel olacağı değerlendirilmiştir.
- (44) Son olarak alıcı gücü bakımından yapılan değerlendirmeler sonucunda ise, dosya kapsamında elde edilen bilgilerden, geniş müşteri portföyüne ve marka bilinirliğine sahip zincir restoranların dahi paket servis siparişlerinin önemli bir bölümünü YEMEK SEPETİ üzerinden gerçekleştirdiği, YEMEK SEPETİ'nin rakibinin olmadığı, sektörde tek oyuncu olduğu, pazara yeni giren firmaların tutunamadığı, özellikle tekil ve birkaç şubeli restoranların YEMEK SEPETİ'ne bağımlılıklarının daha da yüksek olduğu, aktif kullanıcı

sayısının büyüklüğü de dikkate alındığında ilgili pazarda YEMEK SEPETİ'nin pazar gücünü baskılayacak düzeyde bir alıcı gücünün olmadığı ifade edilmiştir.

- (45) Yapılan tüm inceleme ve tespitler sonucunda; YEMEK SEPETİ'nin, rakiplerinden ve müşterilerinden bağımsız hareket etmesini sağlayacak şekilde tekele yakın bir pazar gücüne sahip olduğu, bunu uzun süredir koruduğu, rakiplerinin YEMEK SEPETİ üzerinde rekabet baskısı oluşturamadığı görülmüş, pazara ilk giren avantajı ve kullanıcı alışkanlıkları da dikkate alınarak 2015-2020 yılları arasındaki dönemde YEMEK SEPETİ'nin çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında hâkim durumda olduğu sonuç ve kanaatine ulaşılmıştır.
- (46) Devam eden süreçte, çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmeti kapsamında platformuna üye restoranların platform teslimatlı kurye sistemini kullanmalarını zorunlu tutmak ve böylelikle üye restoranların faaliyetlerini zorlaştırmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'u ihlal edip etmediğinin tespiti amacı ile 07.03.2024 tarih ve 24-12/211-M sayılı Kurul kararı ile YEMEK SEPETİ hakkında yeni bir soruşturma başlatılmasına karar verilmiştir. Söz konusu soruşturma kapsamında yukarıda detaylarına yer verilen soruşturma sürecine paralel şekilde benzer parametreler bakımından YEMEK SEPETİ'nin pazarda hâkim durumda olup olmadığı analiz edilmiştir. Yürütülen soruşturmanın sonucunda ise, Kurulun 22.05.2025 tarihli ve 25-20/488-228 sayılı kararı kapsamında, YEMEK SEPETİ'nin hâkim durumda olmadığına hükmedilmiştir.
- (47) Bu kapsamda, Kurulun 22.05.2025 tarihli ve 25-20/488-228 sayılı kararı ile nihayete erdirilen soruşturma ve incelemesi süren 2025-1-035 sayılı dosya kapsamında elde edilen veriler doğrultusunda, çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarının güncel durumunu ve YEMEK SEPETİ ile rakiplerinin pazardaki konumunu gösteren analizlere aşağıda yer verilmiştir. İlk olarak platform üzerinden gerçekleşen sipariş sayıları ve tutarları incelenmiştir:

Tablo 3: Türkiye'de Çevrim İçi Yemek Siparişi-Servisi Platform Hizmetleri Pazarında Faaliyet Gösteren Teşebbüslerin Sipariş Adedi Bazında Pazar Payları (%)

TEŞEBBÜS	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025/6
YEMEK SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TRENDYOL GO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GETİR YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MİGROS YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FUUDY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GOFODY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ACIKINCA.COM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOYURUNBENİ ¹¹	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Kurulun 22.05.2025 tarihli ve 25-20/488-228 sayılı kararı.

- (48) Yukarıda yer verilen tablodan, 2025/6 dönemi itibarıyla ilgili pazarda bulunan teşebbüslerin sipariş adedi bazında pazar paylarının YEMEK SEPETİ bakımından %(.....), TRENDYOL GO bakımından %(.....), GETİR YEMEK bakımından ise %(.....) oranında gerçekleştiği görülmektedir. Mevcut durumda sipariş adedi bazında pazar payları bakımından YEMEK SEPETİ lider konumda olmakla birlikte en yakın rakibi TRENDYOL GO ile arasında yalnızca %(.....) puanlık bir fark bulunmaktadır. Tablonun geneline bakıldığında, YEMEK SEPETİ 2019'da %(.....) pazar payına sahipken pazara GETİR YEMEK ve TRENDYOL GO gibi güçlü oyuncuların girmesi ile YEMEK SEPETİ'nin önemli düzeyde pazar payı kaybı yaşadığı ve sipariş adedi bazında pazar

¹¹ DOYURUNBENİ, 10.05.2024 tarihi itibarıyla faaliyetlerine son vererek pazardan çıkış yapmıştır.

payının yıllar içinde azalmaya başladığı görülmektedir. Zira YEMEK SEPETİ'nin pazar payının 2021 yılında %(.....) seviyesine, 2022 yılında %(.....) seviyesine, 2023 yılında %(.....) seviyesine indiği tespit edilmiştir. Bununla birlikte, 2019 yılından bu yana pazar payı kaybeden YEMEK SEPETİ'nin pazar payının ilk defa 2024 yılında %(.....) puan artarak %(.....)'e ve 2025/6 döneminde %(.....) düzeyinde artışla %(.....)'e ulaştığı görülmektedir.

Tablo 4: Türkiye'de Çevrim İçi Yemek Siparişi-Servisi Platform Hizmetleri Pazarında Faaliyet Gösteren Teşebbüslerin Sipariş Tutarı Bazında Pazar Payları (%)

TEŞEBBÜS	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025/6
YEMEK SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TRENDYOL GO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GETİR YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MİGROS YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FUUDY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GOFODY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ACIKINCA.COM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOYURUNBENİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Kurulun 22.05.2025 tarihli ve 25-20/488-228 sayılı kararı.

- (49) İlaveten yukarıda yer alan tablo incelendiğinde, 2025/6 dönemi itibarıyla ilgili pazarda bulunan teşebbüslerin sipariş tutarı bazında pazar paylarının YEMEK SEPETİ bakımından %(.....), TRENDYOL GO bakımından %(.....) ve son olarak GETİR YEMEK bakımından %(.....) oranında gerçekleştiği görülmektedir. Tablonun geneline bakıldığında, YEMEK SEPETİ 2019'da %(.....) pazar payına sahipken pazar payının yıllar içinde azalmaya başladığı, 2021 yılında %(.....) seviyesine, 2022 yılında %(.....) seviyesine, 2023 yılında %(.....) seviyesine indiği tespit edilmiştir. Bununla birlikte 2019 yılından bu yana pazar payı kaybeden YEMEK SEPETİ'nin pazar payının ilk defa 2024 yılında %(.....) puan artarak %(.....) ve 2025/6 döneminde %(.....) puan artışla %(.....) seviyesine ulaştığı görülmektedir. YEMEK SEPETİ'nin en yakın rakibi konumundaki TRENDYOL GO'nun pazar payı ise, pazara girdiği 2020 yılından itibaren artış eğilimi göstermiş olup 2021 yılında %(.....), 2022 yılında %(.....), 2023 yılında %(.....), 2024 yılında %(.....), 2025/6 döneminde ise %(.....) olarak gerçekleşmiştir. GETİR YEMEK'in pazar payının ise pazara girişinden itibaren artış eğilimi göstermekle birlikte 2023 yılına gelindiğinde bu eğilimi koruyamadığı; 2023 ve 2024 yılları ile 2025/6 döneminde teşebbüsün pazar payı kaybettiği görülmektedir. Diğer rakiplerin ise pazarda önemli bir yer edinemedikleri, pazarın çok sınırlı bir kısmını oluşturdukları dikkat çekmektedir.
- (50) Soruşturma kapsamında YEMEK SEPETİ'nin ve rakiplerinin sipariş adedi ve sipariş tutarı bakımından Türkiye genelindeki pazar payı verilerine ilaveten, iki büyük il olan Ankara ve İstanbul bakımından da pazar payı verilerinin incelenmesi gerektiği değerlendirilmiştir. Aşağıdaki tablolarda İstanbul ve Ankara illerinde YEMEK SEPETİ ve rakiplerinin sipariş adedi ve sipariş tutarı bazındaki pazar paylarında yıllar içerisinde yaşanan değişime yer verilmiştir.

25-44/1086-615

Tablo 5: İstanbul'da Çevrim İçi Yemek Siparişi-Servisi Platform Hizmetleri Pazarında Faaliyet Gösteren Teşebbüslerin Sipariş Adedi ve Sipariş Tutarı Bazında Pazar Payları (%)

TEŞEBBÜS	2019		2020		2021		2022		2023		2024/11	
	Sipariş Adedi	Sipariş Tutarı	Sipariş Adedi	Sipariş Tutarı	Sipariş Adedi	Sipariş Tutarı	Sipariş Adedi	Sipariş Tutarı	Sipariş Adedi	Sipariş Tutarı	Sipariş Adedi	Sipariş Tutarı
YEMEK SEPETİ	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
TRENDYOL GO	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
GETİR YEMEK	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
MİGROS YEMEK	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
FUUDY	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
GOFODY	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
TOPLAM	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)

Kaynak: Kurulun 22.05.2025 tarihli ve 25-20/488-228 sayılı kararı.

Tablo 6: Ankara'da Çevrim İçi Yemek Siparişi-Servisi Platform Hizmetleri Pazarında Faaliyet Gösteren Teşebbüslerin Sipariş Adedi ve Sipariş Tutarı Bazında Pazar Payları (%)

TEŞEBBÜS	2019		2020		2021		2022		2023		2024/11	
	Sipariş Adedi	Sipariş Tutarı	Sipariş Adedi	Sipariş Tutarı	Sipariş Adedi	Sipariş Tutarı	Sipariş Adedi	Sipariş Tutarı	Sipariş Adedi	Sipariş Tutarı	Sipariş Adedi	Sipariş Tutarı
YEMEK SEPETİ	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
TRENDYOL GO	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
GETİR YEMEK	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
MİGROS YEMEK	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
FUUDY	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
TOPLAM	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Kurulun 22.05.2025 tarihli ve 25-20/488-228 sayılı kararı.

- (51) Tablolardan görüldüğü üzere, YEMEK SEPETİ'nin İstanbul ilinde sipariş adedi bazında pazar payı 2019 yılında %(.....) iken TRENDYOL GO ve GETİR YEMEK'in pazara girişi sonrasında pazar payı 2022, 2023 ve 2024 yılları için sırası ile %(.....), %(.....), %(.....) olarak gerçekleşmiştir. Bununla birlikte, aynı dönemde TRENDYOL GO'nun pazar payı sırası ile %(.....), %(.....) ve %(.....)'dir. Ankara iline bakıldığında da 2019 yılında YEMEK SEPETİ sipariş adedi bakımından tekel konumunda pazar payına sahip iken pazar payının 2022, 2023 ve 2024 yılları için sırası ile %(.....), %(.....) ve %(.....) seviyelerine düştüğü görülmektedir. Aynı dönemde TRENDYOL GO'nun pazar payı sırası ile %(.....), %(.....) ve %(.....)'dur. GETİR YEMEK'in ise 2022, 2023 ve 2024 yılları için sırası ile %(.....), %(.....) ve %(.....) oranında pazar payı elde ettiği görülmektedir.
- (52) Sipariş tutarı bazında bakıldığında ise, YEMEK SEPETİ'nin İstanbul ilinde pazar payı 2019 yılında yaklaşık %(.....) iken GETİR YEMEK ve TRENDYOL GO'nun pazara girişi ertesinde 2022, 2023 ve 2024 yılları için sırası ile %(.....), %(.....) ve %(.....) olarak gerçekleşmiştir. Aynı dönemde TRENDYOL GO'nun pazar payı sırası ile %(.....), %(.....) ve %(.....)'tür. GETİR YEMEK'in ise 2022, 2023 ve 2024 yılları için sırası ile %(.....), %(.....) ve %(.....) oranında pazar payı elde ettiği görülmektedir. Ankara ili bakımından da İstanbul'a benzer bir tablo söz konusudur. Bu çerçevede, 2019 ve 2020 yıllarında pazara yeni giriş yapan teşebbüslerle pazarın yapısının değiştiği, YEMEK SEPETİ'nin 2020 yılından sonra düzenli olarak keskin bir şekilde pazar payı kaybettiği, ancak 2024 yılında pazar payını düşük bir miktar artırdığı görülmektedir.
- (53) Sipariş adedi ve sipariş tutarı bazında, gerek Türkiye geneli gerekse Ankara ve İstanbul illeri özelinde gerçekleşen pazar payları incelendiğinde, 2024 yılı itibarıyla çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarının büyük ölçüde YEMEK SEPETİ, TRENDYOL GO ve GETİR YEMEK olmak üzere üç büyük teşebbüs tarafından domine edildiği söylenebilecektir. Öyle ki, pazarın günümüzdeki yapısına ulaşmasına kadar geçen süreçte TRENDYOL GO ve GETİR YEMEK ile benzer dönemlerde pazara giren ya da pazarda faaliyet yürüten çeşitli teşebbüsler pazardan çıkmış ya da dikkate alınmayacak kadar düşük oranlarda pazar payı ile faaliyetlerine devam etmiştir.
- (54) Çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin aracılık ettikleri işlemler (sipariş tutarları) üzerinden komisyon ücreti tahsil ettiği bilinmektedir. Söz konusu komisyon oranları ve uygulanma yöntemleri her bir teşebbüs özelinde farklılaşsa da en nihayetinde teşebbüslerin söz konusu faaliyetlerinden elde ettikleri ciroyu ifade etmesi nedeniyle komisyon gelirlerinin teşebbüslerin pazardaki konumunu göstermesi açısından en önemli parametrelerden biri olduğu değerlendirilmiştir. Bu kapsamda aşağıda ilgili pazarda yer alan platformların komisyon gelirleri bakımından pazar paylarına yer verilmiştir:

Tablo 7: Çevrim İçi Yemek Siparişi-Servisi Platform Hizmetleri Pazarında Faaliyet Gösteren Teşebbüslerin Komisyon Gelirleri Bazında Pazar Payları (%)¹²

TEŞEBBÜS	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025/6
YEMEK SEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TRENDYOL GO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GETİR YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MİGROS YEMEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FUUDY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GOFODY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ACIKINCA.COM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOYURUNBENİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

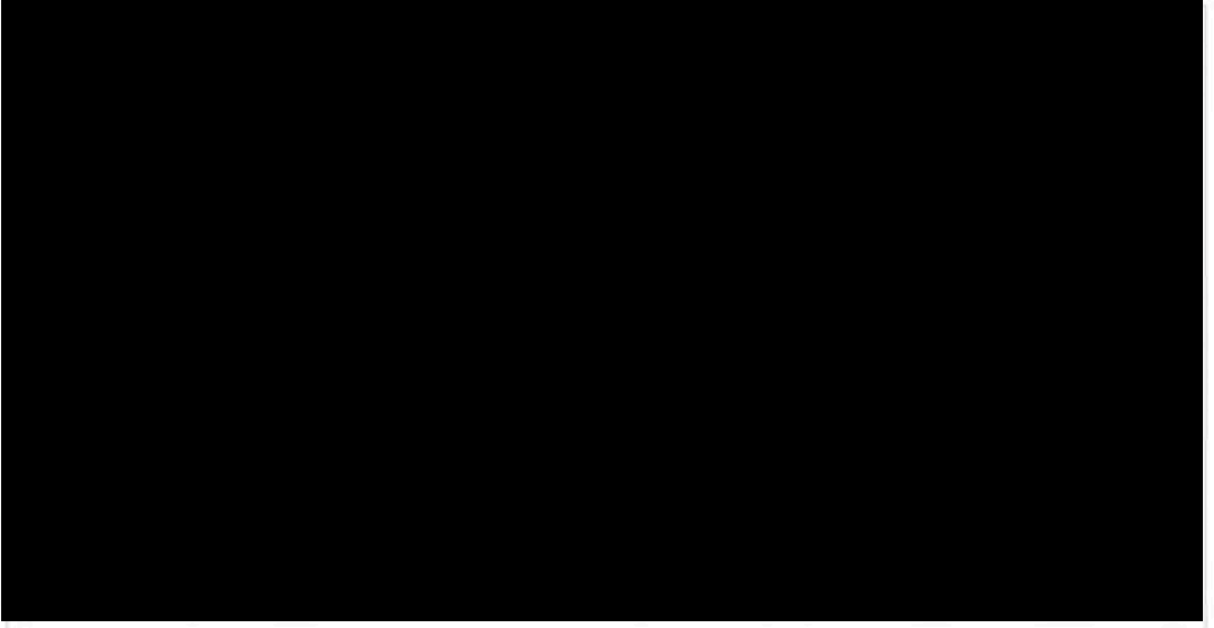
Kaynak: Kurulun 22.05.2025 tarihli ve 25-20/488-228 sayılı kararı.

- (55) Yukarıda yer verilen tablo incelendiğinde, 2025/6 dönemi itibarıyla ilgili pazarda bulunan teşebbüslerin komisyon gelirleri bazında pazar paylarının YEMEK SEPETİ bakımından %(.....), TRENDYOL GO bakımından %(.....) ve son olarak GETİR YEMEK bakımından %(.....) oranında gerçekleştiği görülmektedir. Pazara nispeten daha yakın tarihte giren MİGROS YEMEK'in ise komisyon geliri bakımından pazar payının %(.....) gibi sınırlı bir seviyede kaldığı anlaşılmaktadır. 2019-2022 dönemi boyunca YEMEK SEPETİ'nin pazar payı azalış eğiliminde olurken 2023 ve 2024 yılı itibarıyla artış eğilimine geçtiği, en yakın rakip TRENDYOL GO'nun ise ilgili dönem boyunca istikrarlı bir şekilde pazar payını artırdığı ancak 2025/6 döneminde %(.....) düzeyinde kayıp yaşadığı görülmektedir. Mevcut durumda komisyon gelirleri bazında pazar payları bakımından YEMEK SEPETİ lider konumda olmakla birlikte en yakın rakibi TRENDYOL GO ile arasında yalnızca %(.....) puanlık bir fark bulunmaktadır.
- (56) Çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında faaliyet gösteren bir teşebbüsün en önemli önceliklerinden biri, mümkün olduğu kadar restoranı platformuna üye yaparak geniş bir kullanıcı portföyüne ulaşmaktır. Zira geniş bir restoran ağı, kullanıcının gözünde platformu kullanılabilir ve çekici kılmaktadır. Benzer şekilde aktif kullanıcı sayısının yüksek olması da restoran nezdinde de platformu daha çekici kılmaktadır. Bu çerçevede, YEMEK SEPETİ ve rakiplerinin aktif kullanıcı sayıları¹³, anlaşmalı oldukları restoran sayıları ile zincir restoran sayılarına aşağıdaki grafiklerde yer verilmiştir:

¹² Tüm teşebbüsler bakımından KDV dâhil komisyon gelirleri esas alınmıştır.

¹³ En az bir kere başarılı yemek siparişi veren kullanıcı anlamına gelmektedir.

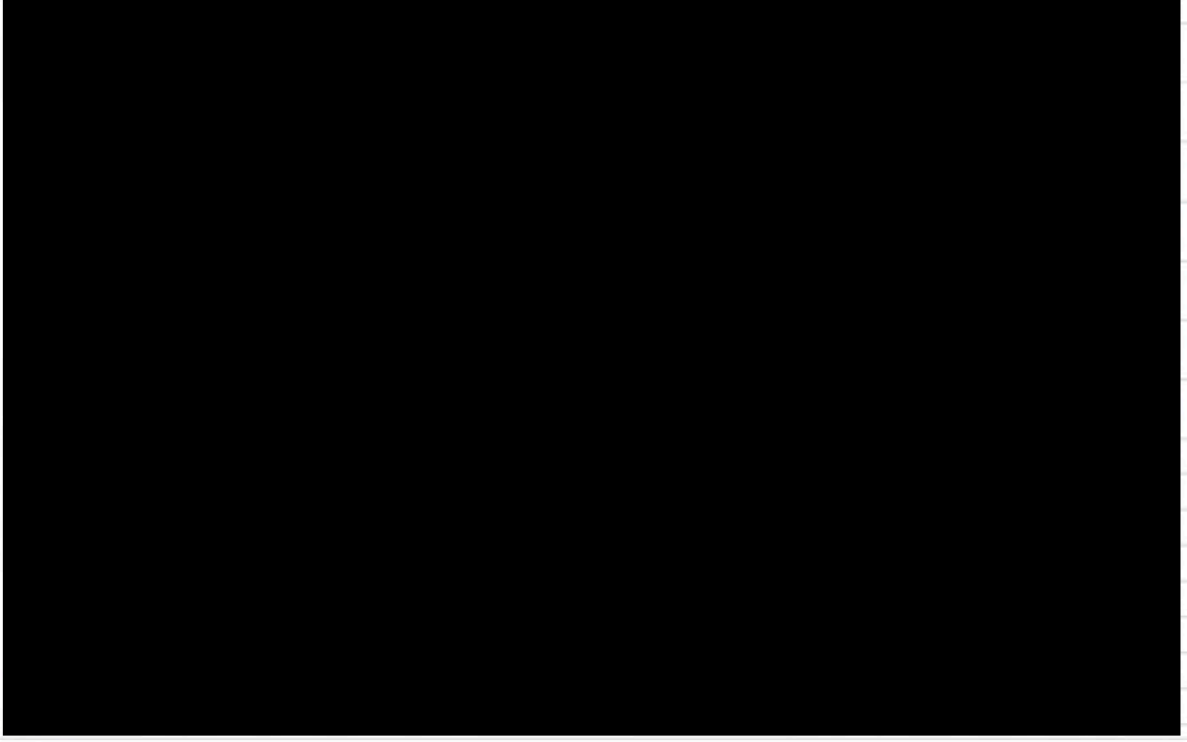
Grafik 1: ()



Kaynak: Kurulun 22.05.2025 tarihli ve 25-20/488-228 sayılı kararı.

- (57) Yukarıda yer verilen grafik incelendiğinde, 2025/6 dönemi itibarıyla YEMEK SEPETİ'nin (.....), TRENDYOL GO'nun (.....), GETİR YEMEK'in (.....), MİGROS YEMEK'in ise (.....) aktif kullanıcısı olduğu anlaşılmıştır. Grafikte yer alan verilerden YEMEK SEPETİ'nin incelenen dönem itibarıyla aktif kullanıcı sayısı bakımından lider konumda olduğu, ancak 2023 yılına gelindiğinde TRENDYOL GO ve YEMEK SEPETİ arasındaki aktif kullanıcı sayısı farkının azaldığı anlaşılmaktadır. Zira YEMEK SEPETİ'nin aktif kullanıcı sayısı, 2023 yılında TRENDYOL GO'nun (.....); 2024 yılında ise (.....) katıdır. Bunun yanında, TRENDYOL GO'nun özellikle 2022 yılında bir önceki yıla kıyasla aktif kullanıcı sayısını yaklaşık (.....) katına çıkardığı, 2023 yılında aktif kullanıcı sayısında düşüş olsa da bu eğilimin pazarın tüm oyuncuları bakımından geçerli olduğu, söz konusu hususun da ilgili dönemde Covid-19 pandemisinin etkilerinin ortadan kalkması ile ilişkili olduğu değerlendirilmiştir.

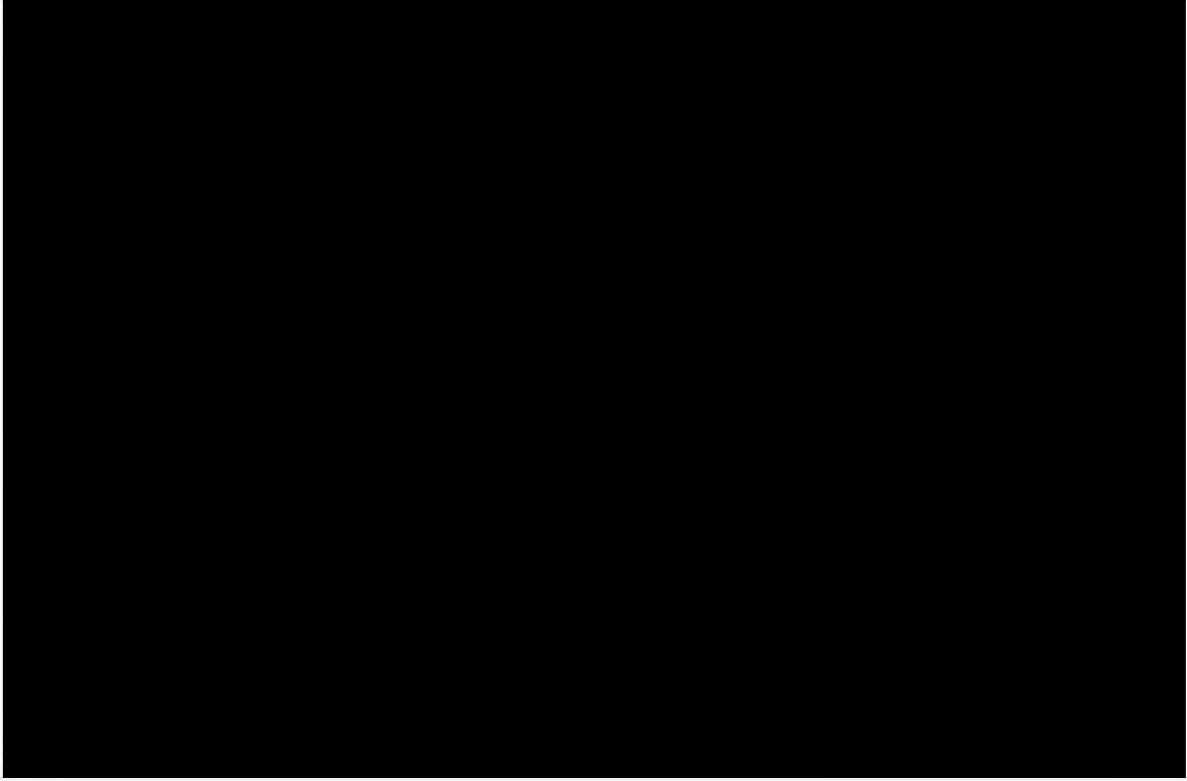
Grafik 2: (.....)



Kaynak: Kurulun 22.05.2025 tarihli ve 25-20/488-228 sayılı kararı.

- (58) Anlaşmalı restoran sayıları bakımından pazarın mevcut durumdaki yapısı incelendiğinde, TRENDYOL GO'nun ilk sırada ((.....)), GETİR YEMEK'in ((.....)) ikinci sırada yer aldığı, YEMEK SEPETİ'nin ((.....)) ve MIGROS YEMEK'in ((.....)) sırasıyla üçüncü ve dördüncü sırada bulunduğu görülmektedir. Anlaşmalı restoran sayısı bakımından 2019-2021 döneminde pazar lideri konumunda bulunan YEMEK SEPETİ'nin anlaşmalı restoran sayısının artış hızının 2021 yılından itibaren azaldığı ve 2022 yılı itibarıyla anlaşmalı restoran sayısı bakımından üçüncü sıraya düştüğü, takip eden yıllarda ikinci sıraya yükselse de mevcut durumda üçüncü sıraya gerilediği tespit edilmiştir. İlaveten, 2022 yılında anlaşmalı restoran sayısı bazında birinci sırada yer alan GETİR YEMEK, bu konumunu koruyamayarak takip eden yıllarda ikinci ve üçüncü sıraya düşerken ikinci konumundaki TRENDYOL GO 2023 yılı itibarıyla birinci sıraya yerleşmiştir.
- (59) Anlaşmalı restoran sayılarına ek olarak platformların, kullanıcı tabanını genişletebilmek için tüketicilerin sıkça tercih ettiği ve bilinirliği yüksek zincir restoranları ağılarına dâhil etmesi de büyük önem arz etmektedir. YEMEK SEPETİ ve rakiplerinin anlaşmalı olduğu zincir restoran sayılarına aşağıdaki grafikte yer verilmiştir.

Grafik 3: (.....)

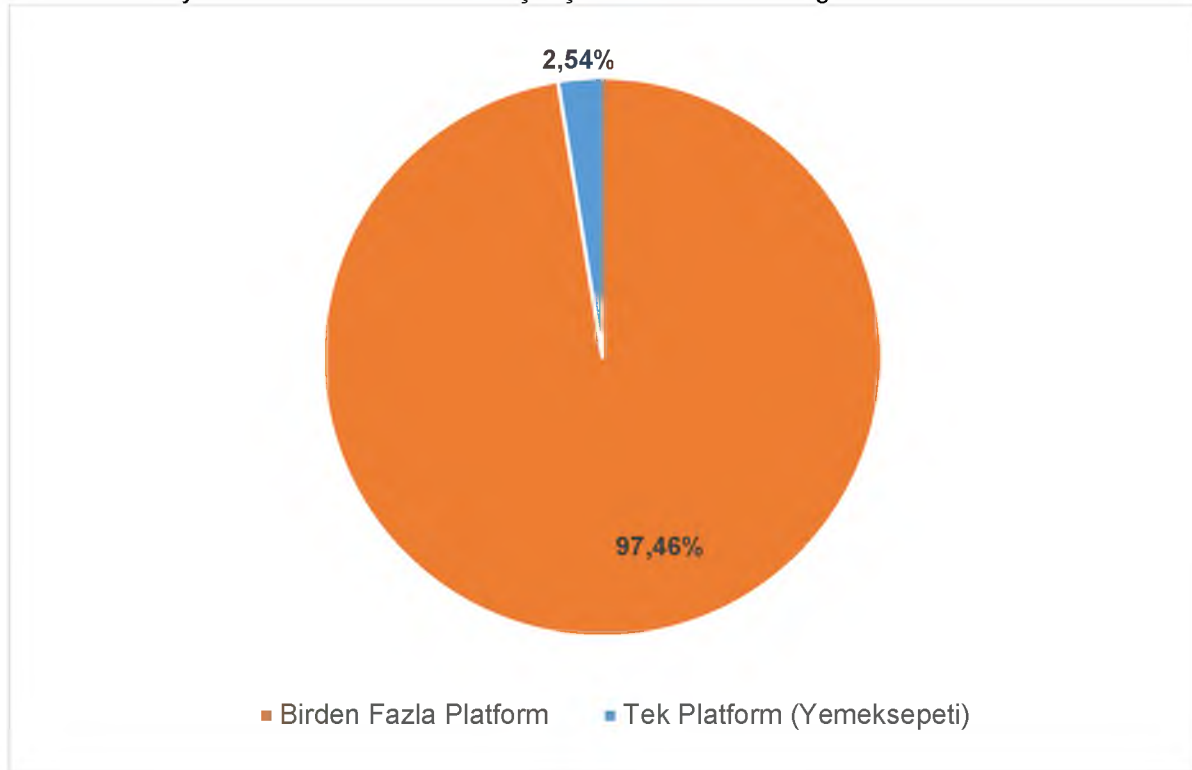


Kaynak: Kurulun 22.05.2025 tarihli ve 25-20/488-228 sayılı kararı.

- (60) Grafikte yer alan verilere göre, YEMEK SEPETİ'nin 2019-2022 dönemi boyunca anlaşmalı zincir restoran sayısı istikrarlı bir şekilde artış gösterirken 2023 yılında azalış eğilimine geçmiş, 2024 yılında ise tekrar yükselişe geçmiştir. Bununla birlikte TRENDYOL GO, GETİR YEMEK ve MİGROS YEMEK bakımından anlaşmalı zincir restoran sayısı her yıl artmaktadır. GOFODY ve DOYURUNBENİ'nin anlaşmalı zincir restoran sayısının ise her yıl azaldığı, 2023 yılı bakımından sırası ile sadece (.....) ve (.....) zincir restoran ile anlaşmalı oldukları görülmektedir. Çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmeti sunan teşebbüsler bakımından anlaşmalı zincir restoran sayısı, kullanıcıları platforma çekmek için önemli bir ölçüttür. Bu çerçevede 2025 yılının Haziran ayı itibarıyla, (.....) adet anlaşmalı zincir restoran ağı ile YEMEK SEPETİ ve (.....) adet anlaşmalı zincir restoran ağı ile TRENDYOL GO'nun bu parametre bakımından yakın konumda olduğu; MİGROS YEMEK'in ise (.....) adet anlaşmalı zincir restoran ağı ile söz konusu parametre bakımından rakiplerinin önüne geçtiği anlaşılmaktadır.
- (61) Yukarıda yer verilen veriler birlikte değerlendirildiğinde, YEMEK SEPETİ'nin birçok parametreye göre hesaplanan pazar payı bakımından lider konumunu hala devam ettirdiği ve pazarda önemli bir güce sahip olduğu görülmektedir. Bununla birlikte 2021 yılına kadar pazar lideri konumda bulunan YEMEK SEPETİ'nin özellikle TRENDYOL GO ve GETİR YEMEK'in pazara girişiyle tekel konumundaki pazar payını yıllar itibarıyla kaybettiği, pazar payının 2024 yılına kadar mütemadiyen azalış seyri izlediği, 2024 ve 2025 yılları bakımından bir miktar artış olsa da en yakın rakibi TRENDYOL GO ile arasındaki pazar payı farkının en önemli parametre olan sipariş adedi bakımından 2023 yılında %(.....), 2024 yılında yaklaşık %(.....) ve 2025 yılı Haziran ayı itibarıyla ise %(.....) olarak gerçekleştiği, bazı parametreler bakımından TRENDYOL GO'nun YEMEK SEPETİ'ni geride bıraktığı ve YEMEK SEPETİ'nin pazar payının ve pazardaki gücünün istikrarlı bir görünüm sergilemediği değerlendirilmiştir.

- (62) Hâkim durum değerlendirmesinde pazar payı en önemli ölçüt olarak kabul edilmekle birlikte, pazara giriş engellerinin varlığı ve yoğunluğu incelenen teşebbüsün pazardaki konumunu doğrudan etkileyen faktörler arasındadır. Bu itibarla aşağıda, hâlihazırda çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarına giriş ve pazarda büyüme engellerinin olup olmadığına ilişkin açıklamalara yer verilmiştir.
- (63) Çevrim içi yemek siparişi-servisi platformlarının en önemli özelliklerinden birinin, ağ etkileri olduğu bilinmektedir. Bu noktada anlaşmalı restoran sayısı ve aktif kullanıcı sayısı verileri önem kazanmaktadır. Teşebbüslerin 2025/6 dönemine ilişkin anlaşmalı restoran sayıları incelendiğinde (Grafik 2), TRENDYOL GO'nun (.....), GETİR YEMEK'in (.....) ve YEMEK SEPETİ'nin (.....) adet restoranla anlaşmalı olarak faaliyet gösterdiği görülmektedir. Toplam aktif kullanıcı sayıları bakımından 2024 yılında YEMEK SEPETİ'nin (.....), TRENDYOL GO'nun (.....) adet; 2025/6 döneminde ise YEMEK SEPETİ'nin (.....), TRENDYOL GO'nun (.....) adet aktif kullanıcı sayısı bulunmaktadır. Söz konusu veriler birlikte değerlendirildiğinde çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarı bakımından ağ etkilerinin tek bir teşebbüs lehine işlediği söylenemeyecektir. Zira anlaşmalı restoran sayısı bakımından TRENDYOL GO, YEMEK SEPETİ'ni geride bırakarak lider konuma gelmiş olup aktif kullanıcı sayısı bakımından ise sayılan iki teşebbüs arasındaki fark gün geçtikçe artan bir hızla kapanmaktadır.
- (64) Bahse konu dosya kapsamında yürütülen anket çalışmasında elde edilen bazı sonuçlar da çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında faaliyet gösteren restoranlar bakımından çoklu erişimin mevcut olduğunu ortaya koymaktadır.

Grafik 4: Bir veya Birden Fazla Platform İle Çalışan Restoranların Dağılımı



Kaynak: Kurulun 22.05.2025 tarihli ve 25-20/488-228 sayılı kararı.

- (65) Yukarıda yer verilen grafik, anket çalışmasına yanıt veren 118 restoranın birden fazla platform ile çalışma eğilimini yansıtmaktadır. Bu çerçevede ankete yanıt veren restoranların %97,46'sının (115 restoran) birden fazla platform kullanma eğilimi olduğu

anlaşılmasıdır. Yalnızca YEMEK SEPETİ ile anlaşmalı olarak çalışan restoran sayısı ise 118 restoran arasında yalnızca 3'tür.

- (66) Dosya kapsamında gerçekleştirilen inceleme ve tespitler sonucunda ayrıca, YEMEK SEPETİ'nin pazardaki güçlü konumunu korumak adına nihai kullanıcılara sunduğu kampanyalar kapsamında katlandığı maliyetler dikkate alındığında önemli finansal güce sahip olduğu, bununla birlikte TRENDYOL GO, GETİR YEMEK ve MİGROS YEMEK'in de bu güce karşılık verecek benzer bir finansal güce sahip olduğu kanaatine ulaşılmıştır.
- (67) Ek olarak, geçmiş yıllarda pazara Alo Yemek ve Yemek Evi, İşteLezzet, yemekdemek.com, anindayemek.com, doydum.com, nettenye.com, sefertas.com, evdebalik.com, neleryese.com gibi çok sayıda teşebbüs girse de bunların internet sitelerinin hâlihazırda aktif olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca platform ve lojistik iş modeli ile hizmet sunan Fiyuu, Scotty Yemek ve Glovo'nun da görece kısa dönemli faaliyetlerinin ardından pazardan çıktığı görülmektedir. 2019 yılının Haziran ayından itibaren pazarda faaliyet gösteren, marka bilinirliği ve finansal gücü yüksek olan Sodexo da 2020 Ağustos ayında pazardaki faaliyetlerini sonlandırmıştır. İlaveten, DOYURUNBENİ'nin 10.05.2024 tarihi itibarıyla pazardaki faaliyetlerini sonlandırması da bahsedilen durumun en güncel örneğini oluşturmaktadır. Öte yandan, 2019'da GETİR YEMEK'in İstanbul'da faaliyetlerine başlaması ile pazarın görünümünün değişmeye başladığı söylenebilecektir. GETİR YEMEK'in pazara girişinden yaklaşık 1,5 yıl kadar sonra 2020 Eylül'de TRENDYOL GO pazara girmiş ve faaliyetlerini kısa zamanda birçok ile genişletmiştir. GETİR YEMEK'in de pazarda yerleşik bir rakibin varlığına ve güçlü bir rakibin pazara girişine rağmen 2022 yılına kadar büyümeye devam ettiği ve kayda değer bir pazar payı elde edebildiği 2023, 2024 ve 2025 yılları itibarıyla ise düşüş eğiliminde olduğu anlaşılmıştır. Son olarak 2022 yılının Temmuz ayında MİGROS YEMEK pazara giriş yaparak 2023, 2024 ve 2025 yıllarında pazar payını hızla artırmayı başarmıştır.
- (68) Her ne kadar ilk giren avantajının YEMEK SEPETİ'ne sağladığı faydalar göz ardı edilmese de gelinen süreçte, başta bir süper App olarak faaliyet gösteren TRENDYOL olmak üzere, çok çeşitli alanlarda faaliyet gösteren GETİR ve çevrim içi perakendecilik alanında en önemli oyuncuların olan MİGROS'un sahip oldukları marka bilinirliği sayesinde ilk giren avantajının çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri bakımından mevcut durumda bir giriş engeli oluşturmadığı değerlendirilmiştir.
- (69) Dolayısıyla mevcut durumda, son beş yıl içerisinde pazara giriş yapmış oyuncuların pazardaki rekabete katılabildiği ve pazardaki ikinci ve üçüncü oyuncular olarak faaliyet gösterebildiği, ikinci oyuncunun (TRENDYOL GO) bazı parametreler bakımından YEMEK SEPETİ'ni geride bırakabildiği, diğer bir oyuncunun da (MİGROS YEMEK) pazardaki üç büyük oyuncunun varlığına rağmen pazar payını artırabildiği dikkate alındığında 2021 yılından itibaren pazardaki diğer oyuncuların YEMEK SEPETİ üzerinde rekabetçi bir baskı oluşturabildiği ve pazar yapısının değişmeye başladığı anlaşılmıştır.
- (70) Dosya kapsamında yapılan önemli değerlendirmelerden biri de alıcı gücü hususuna ilişkindir. YEMEK SEPETİ ile çalışan anlaşmalı restoranların GETİR YEMEK, TRENDYOL GO ve MİGROS YEMEK gibi pazardaki diğer güçlü oyuncularla da anlaşmalı olarak faaliyet gösterdiği, restoranların ilgili platformlarda ciddi oranlarda satış gerçekleştirdikleri, ilgili pazarda çoklu erişim imkânının olduğu, YEMEK SEPETİ'nin anlaşmalı olduğu zincir restoranların ve en büyük otuz restoranın sipariş adedi ve sipariş tutarının toplam sipariş adedi ve toplam sipariş tutarı içerisindeki payını 2019-2024 dönemi boyunca istikrarlı bir şekilde artırdığı, platformların neredeyse yarı hacmine işaret eden siparişlerin her platformda bulunduğu, YEMEK SEPETİ komisyon oranlarını

arttırdığında restoranların ikame olarak diğer teşebbüsler üzerinden sipariş alabilmelerinin mümkün olduğu ve anket sonuçlarına göre kritik bir bölümünün YEMEK SEPETİ ile çalışmaya son vereceğinin anlaşıldığı dikkate alınarak restoranların YEMEK SEPETİ üzerinde alıcı gücünün bulunduğu değerlendirilmiştir.

- (71) Yukarıda yer verilen değerlendirmeler birlikte ele alındığında, 2015-2020 yılları arasındaki döneme ilişkin analizler ile 2020-2025/6 yılları arasındaki döneme ilişkin analizler arasında önemli farklar bulunduğu söylenebilecektir. 2019 yılına kadar sipariş adedi ve sipariş tutarı parametreleri bakımından %(.....) pazar payları ile sektörün neredeyse tamamını elinde tutan YEMEK SEPETİ, 2021 yılına kadar pazar liderliğini korumuştur. Ancak özellikle TRENDYOL GO ve GETİR YEMEK'in pazara girişiyle YEMEK SEPETİ'nin tekel konumundaki pazar payını yıllar itibarıyla kaybettiği ve en yakın rakibi TRENDYOL GO ile arasındaki pazar payı farkının en önemli parametre olan sipariş adedi bakımından 2025/6 dönemi itibarıyla yaklaşık %(.....) olarak gerçekleştiği görülmektedir. Çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin elde ettikleri cironun dayanağı olan komisyon gelirleri bazındaki pazar payları bakımından ise 2025/6 dönemi itibarıyla YEMEK SEPETİ ile bakımından ile TRENDYOL GO arasındaki fark %(.....)'dir.
- (72) Sonuç olarak, çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarının 2020 yılından sonraki dönemde, tek oyuncunun domine ettiği bir pazar yapısından birden fazla oyuncunun pazarda rekabet edebildiği bir yapıya evrildiği, pazara farklı oyuncuların girebildiği ve bu oyuncuların pazarda tutunabildiği, tekele yakın bir pazar payına sahip YEMEK SEPETİ'nin son beş yıl içerisinde pazar payının (.....) kaybettiği ve hâlihazırda hâkim durumda olmadığı anlaşılmıştır. Nitekim daha önceki bölümlerde de belirtildiği üzere, 22.05.2025 tarihli ve 25-20/488-228 sayılı Kurul kararı kapsamında da YEMEK SEPETİ'nin hâkim durumda olmadığına hükmedilmiştir. Bu doğrultuda, pazarın yapısında ve YEMEK SEPETİ'nin pazardaki konumunda esaslı bir değişiklik gerçekleştiği ve taahhütlerin yeniden değerlendirilmesi için 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin dördüncü fıkrasının (a) bendinde yer verilen "*Kararın alınmasına temel teşkil eden herhangi bir unsurda esaslı değişiklik olması*" koşulunun gerçekleştiği değerlendirilmiştir.
- (73) Pazarın güncel durumuna ilişkin aktarılan tespitlerin akabinde, YEMEK SEPETİ'nin talebi doğrultusunda taahhütlerin kaldırılmasına gerek olup olmadığı değerlendirilmiştir.

H.3.2 Taahhütlerin Kaldırılması Talebinin 4054 sayılı Kanun'un 43. Maddesi Kapsamında Değerlendirilmesi

- (74) Kurulun 28.01.2021 tarihli ve 21-05/64-28 sayılı kararı ile YEMEK SEPETİ tarafından dar EKM, zorunlu minimum sepet tutarı, zorunlu Joker uygulamalarına son verilmesi ve Vale fiyatlandırma politikasının ilgili maliyet kalemlerini karşılayacak şekilde sürdürülmesine yönelik sunulan taahhütlerin soruşturma kapsamında incelenen rekabet karşıtı endişeleri giderdiğine, söz konusu taahhütlerin 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesi uyarınca bağlayıcı hale getirilmesine ve teşebbüs hakkında başlatılan soruşturmanın sona erdirilmesine hükmedilmiştir.
- (75) Devam eden süreçte YEMEK SEPETİ tarafından, pazarın yapısının değiştiği ve hâlihazırda pazarda hâkim durumda olmadıkları belirtilerek taahhütlerin yeniden değerlendirilmesi talep edilmiştir. Yukarıda yer verilen analizler çerçevesinde, pazarın yapısında esaslı bir değişikli olduğu ve YEMEK SEPETİ'nin hâkim durumda olmadığı sonucuna ulaşılmış ve taahhütlerin yeniden değerlendirilebileceği kanaatine varılmıştır. Bu kapsamda aşağıda her bir taahhüt özelinde, taahhütlerin kaldırılmasına gerek olup olmadığına ilişkin değerlendirmelere yer verilmiştir.

H.3.2.1 Zorunlu Joker Uygulaması

- (76) 28.01.2021 tarihli ve 21-05/64-28 sayılı Kurul kararıyla bağlayıcı hale getirilen ve YEMEK SEPETİ'nin taahhütlerin kaldırılması talebi kapsamında incelenmesi gereken ilk taahhüt zorunlu Joker uygulamalarına ilişkindir. Bu kapsamda öncelikle yükümlülüğün, öngörüldüğü tarihte tam olarak neyi kapsadığının ve hangi endişeye yönelik olarak sunulduğunun ortaya koyulması gerekmektedir.
- (77) İlgili Kurul kararında Joker uygulamasının temelde, nihai kullanıcılara indirim yapılması esasına dayandığı ve kullanıcının daha önce o restorandan hiç sipariş vermemiş ya da 120 gündür sipariş vermemiş olması ve Joker sunan restoranın kullanıcının semtine gönderim yapıyor olması gibi belirli şartları sağlama gerekliliğinin bulunduğu belirtilmektedir¹⁴.
- (78) İncelenen dönemde Joker uygulamasının, bazı restoranlar açısından gönüllülük esasına dayandığı, ancak temel olarak tekil restoranlar bakımından zorunlu tutulduğu anlaşılmıştır. Söz konusu uygulamaya zorunlu olarak tabi tutulan restoranların çoğunluğunun ise bu uygulamadan şikâyetçi olduğu tespit edilmiştir. Nitekim restoranların beyanlarından, bu uygulamanın kullanıcılardan geri dönüş alınamadığı ve aynı kullanıcı tarafından açılan yeni hesaplar yoluyla istismar edildiği gibi gerekçelerle kârlı bulunmadığı görülmüştür¹⁵. Bu kapsamda, ilgili uygulamanın restoranların ticari karar alma özgürlüğünü sınırladığı ve maliyetlerini artırdığı sonucuna varılmıştır.
- (79) Karar kapsamında ayrıca, restoranların benzer fiyat ve indirimleri diğer platformlara sunamamasının rakip platformları, YEMEK SEPETİ karşısında dezavantajlı konuma düşürdüğü; pazara yeni giren rakiplerin esas rekabet alanının, zorunlu indirim uygulamasına tabi tutulan tekil restoranlar üzerinden belirlendiği; ilk etapta kullanıcıya avantaj sağlıyormuş gibi görünen Joker uygulamasının uzun vadede restoranları YEMEK SEPETİ'ne bağımlı hâle getirdiği vurgulanmıştır. Ayrıca restoranların sınırlı kaynakları nedeniyle, rakip platformlara aynı koşulları sunamamasının, pazara giriş engelleri oluşturarak dışlayıcı nitelikte etkiler doğurabileceği değerlendirilmiştir¹⁶.
- (80) Özetle, taahhüdün giderdiği rekabet karşıtı endişe, YEMEK SEPETİ'nin çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarındaki hâkim durumunu, restoranlara tek taraflı olarak dayattığı zorunlu Joker uygulaması vasıtasıyla kötüye kullandığı ve bu suretle pazara giriş engelleri ile dışlayıcı etkiler doğurduğu endişesidir. Dolayısıyla anılan endişenin temelinde, YEMEK SEPETİ'nin tek taraflı olarak pazar parametrelerini belirleyebilme gücü, diğer bir ifadeyle hâkim durumu yatmaktadır.
- (81) Buna karşın, güncel pazar koşulları incelendiğinde, YEMEK SEPETİ'nin pazar payının ve pazardaki gücünün istikrarlı bir görünüm sergilemediği, son beş yılda pazara giriş yapan oyuncuların pazardaki rekabete katılabildiği ve YEMEK SEPETİ üzerinde rekabetçi bir baskı oluşturabildiği, pazardaki bu değişim sonucunda, restoranların YEMEK SEPETİ üzerinde alıcı gücünün bulunduğu da tespit edildiğinden YEMEK SEPETİ'nin günümüz pazar koşullarında hâkim durumda olmadığı kanaatine ulaşılmıştır.

¹⁴ Benzer kampanyaların sektördeki diğer oyuncular tarafından da yürütüldüğü; nitekim TRENDYOL GO'nun "Flaş", MİGROS YEMEK'in "Star İndirimler", GETİR YEMEK'in ise "Tok Eden Dakikalar" isimli kampanyaları aracılığıyla kullanıcılara indirim sunduğu görülmektedir. Bununla birlikte, (.....) anlaşılmaktadır.

¹⁵ Kurulun 28.01.2021 tarihli ve 21-05/64-28 sayılı kararı, para. 12-13.

¹⁶ A.g.k., para. 13-14.

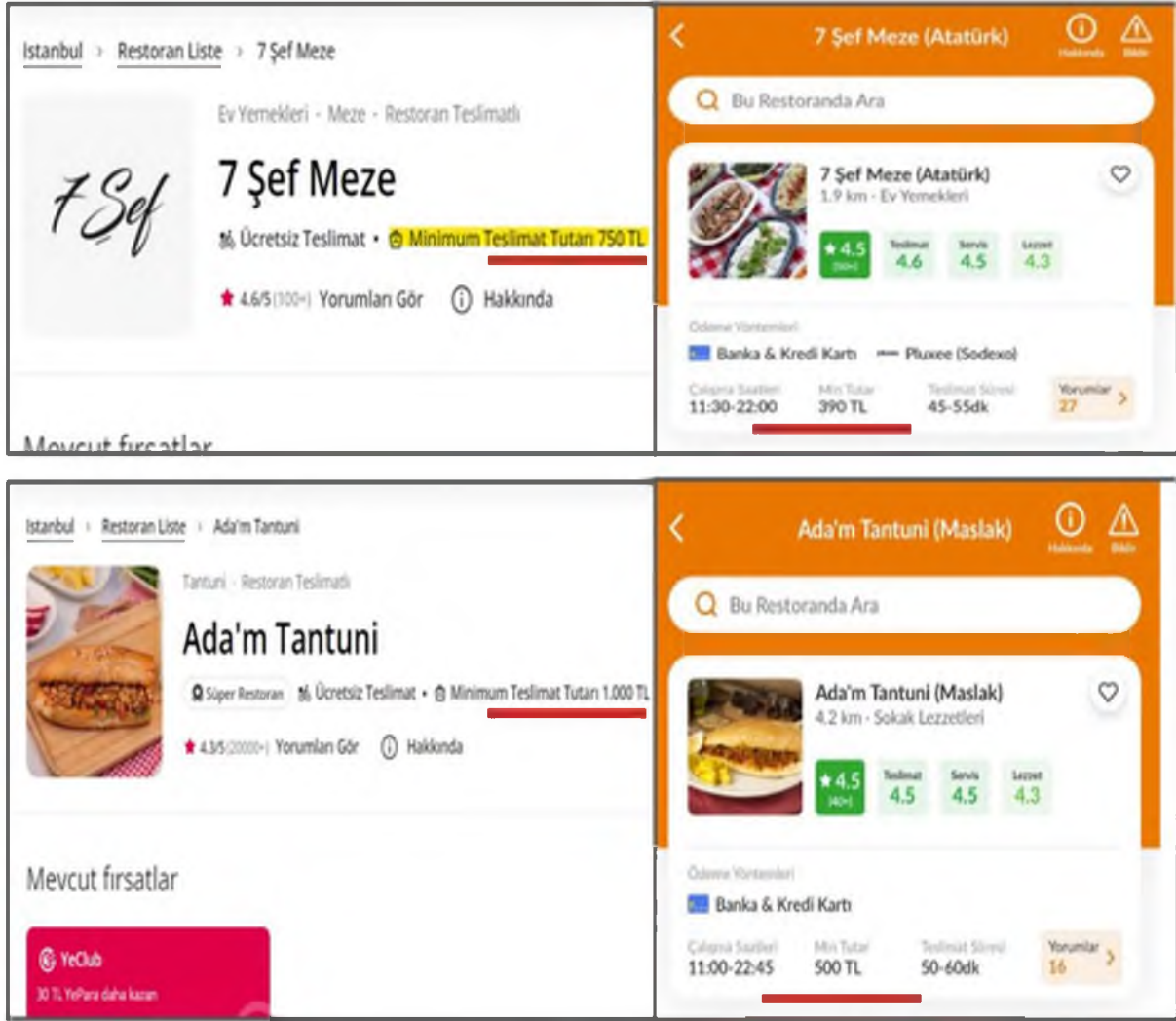
- (82) Tüm bu hususlar birlikte değerlendirildiğinde, hâkim durumda olmadığı tespit edilen bir teşebbüsün, ticari kullanıcılarına başarılı bir şekilde, tek taraflı ticari koşul dayatmasının mümkün görünmediği değerlendirilmiştir. Zira diğer platformlar tarafından da benzer indirimlerin herhangi bir zorlama olmadan sunuluyor olması, pazarda çoklu erişimin olması ve pazardaki diğer platformlara kolayca geçiş yapılabilmesi sebebiyle zorlama yönündeki tercihin, hâlihazırdaki pazar yapısında rekabet baskısı nedeniyle rasyonel olmayacağı kanaati oluşmuştur. Bu doğrultuda mevcut durumda, 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin dördüncü fıkrasının (a) bendinde yer verilen koşul sağlandığından YEMEK SEPETİ bakımından hâlihazırda bağlayıcı olan zorunlu Joker uygulamasına son verilmesine yönelik taahhüdün kaldırılabilceği değerlendirilmiştir.

H.3.2.2 Minimum Sepet Tutarı

- (83) Zorunlu Joker uygulamalarına ilişkin taahhüde ek olarak, YEMEK SEPETİ'nin taahhütlerin kaldırılması talebi kapsamında incelenmesi gereken diğer bir taahhüt minimum sepet tutarı uygulamasına son verilmesidir. Anılan talep kapsamında, pazardaki koşulların değişmesine ilişkin açıklamaların yanı sıra, söz konusu yükümlülüğün istenmeyen sonuçlar doğurduğu da belirtilmiştir. YEMEK SEPETİ'nin beyanlarına göre, minimum sepet tutarının kaldırılması akabinde restoranlar, uzak bölgelerde de görünür olmak amacıyla yüksek sepet tutarları belirlemeye başlamış, tüketiciler sipariş vermek istediğinde, çok yüksek sepet tutarı talep eden restoranları da listelenmiş şekilde gördüğünden restoran seçimi zorlaşmıştır. Bu durumun kullanıcı deneyimine zarar verdiği ve YEMEK SEPETİ bakımından dezavantaj yarattığı ancak minimum sepet tutarı belirleyebilen rakip platformlar¹⁷ bakımından bu hususların geçerli olmadığı ifade edilmiştir. YEMEK SEPETİ ve TRENDYOL GO'da faaliyet gösteren iki restoranın her iki platformdaki minimum sepet tutarlarını gösteren ve söz konusu durumu yansıtan ekran görüntüsüne aşağıda yer verilmiştir:

¹⁷ Pazardaki oyuncuların minimum sepet tutarlarını belirleme noktasındaki yaklaşımlarına bakıldığında, söz konusu durumun teslimat modeline göre değişkenlik gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu kapsamda (.....)'in, restoran teslimatlı modelde minimum sepet tutarının belirlenmesini restoranların tercihinin bıraktığı, ancak azami ((.....)TL) ve asgari ((.....)TL) tutarları kendisinin belirlediği görülmektedir. (.....) platformunda ise restoran teslimatlı modelde minimum sepet tutarı, herhangi bir alt ve üst sınır belirlenmeksizin tamamen restoranlarca belirlenmektedir. Benzer şekilde (.....) platformunda da restoran teslimatlı modelde, (.....) olmak üzere minimum sepet tutarının restoranların takdirinde olduğu görülmektedir. Platform teslimatlı modelde ise teslimatı gerçekleştirenin platform olması sebebiyle, minimum sepet tutarının platformlarca belirlendiği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, teslimatın platform tarafından gerçekleştirilmesi halinde, minimum sepet tutarının pazar genelinde platform tarafından belirlendiği söylenebilecektir.

Görsel 1: YEMEK SEPETİ ve TRENDYOL GO Minimum Sepet Tutarı Karşılaştırması



Kaynak: YEMEK SEPETİ'nden elde edilen bilgi ve belgeler

- (84) Bu kapsamda öncelikle yükümlülüğün öngörüldüğü tarihte tam olarak neyi kapsadığı ve hangi endişeye yönelik olarak sunulduğunun incelenmesi gerekmektedir. İlgili Kurul kararında, minimum sepet tutarı uygulamasının da temel olarak tekil restoranlar için zorunlu tutulduğu ve restoranların YEMEK SEPETİ tarafından belirlenen tutar ve aralıklara tabi olduğu tespit edilmiştir. Zorunlu olarak bu uygulamaya tabi olan restoranların büyük çoğunluğu, serbest kalmaları halinde bu tutarı daha yüksek belirleyeceklerini ve iptal edilen siparişlerin restoranlara YEMEK SEPETİ tarafından yaptırım ve olumsuz değerlendirme olarak döndüğünden kuryelerini düşük tutarlı siparişler için de çalıştırmak durumunda kaldıklarını belirtmiştir¹⁸.
- (85) Karar kapsamında ayrıca, restoranların başka kanallardan gelen daha yüksek tutarlı siparişler yerine YEMEK SEPETİ'nden gelen söz konusu düşük tutarlı siparişlere cevap vermek durumunda kalabilmelerinin, rakip platformları, YEMEK SEPETİ'ne karşı dezavantajlı konuma düşürebileceği değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda, pazara yeni giren rakiplerin ilk etapta tekil restoranlar üzerinden rekabet geliştireceklerine dikkat çekilerek kısa vadede tüketici yararı sağlayan bu uygulamaların, uzun vadede hem paket fiyatlarının artması riskini hem de rakip platformların gelişmesinin önlenmesi

¹⁸ A.g.k., para.16.

riskini taşıdığı vurgulanmıştır¹⁹. Dolayısıyla bu taahhüt bakımından da rekabet karşıtı endişenin temelinde YEMEK SEPETİ'nin tek taraflı olarak pazar parametrelerini belirleyebilme gücü ve hâkim durumu yatmaktadır.

- (86) Bu bakımdan YEMEK SEPETİ, güncel pazar koşullarında hâkim durumda olmadığından ve mevcut durumda, 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin dördüncü fıkrasının (a) bendinde yer verilen koşul sağlandığından YEMEK SEPETİ bakımından hâlihazırda bağlayıcı olan minimum sepet tutarına son verilmesine yönelik taahhüdün kaldırılabilceği değerlendirilmiştir.

H.3.2.3 Vale Fiyatlandırması

- (87) YEMEK SEPETİ'nin Vale iş modeli kapsamında; kurye personelinin ücret, yemek giderleri ile kurye ve vale hizmeti için kullanılan iletişim ve akaryakıt giderlerini karşılayacak şekilde fiyatlandırma yapması taahhüdü de incelenmiştir.
- (88) İlgili Kurul kararında, platform hizmetini YEMEK SEPETİ'nden alan kullanıcı ve restoranın kurye hizmetini de YEMEK SEPETİ'nden alması gerekliliği rekabet hukuku kapsamında paket satış olarak değerlendirilmiştir. Kılavuz kapsamında; hâkim durumdaki teşebbüsün sunduğu paket ile rakiplerin makul bir alternatif paket sunarak rekabet edemediği durumda rekabeti kısıtlayıcı etkilerin ortaya çıkabileceği ve bu etkilerin yıkıcı fiyatlama ile benzer nitelikte olacağına dikkat çekilerek YEMEK SEPETİ'nin, çevrim içi yemek servisine yönelik platform ve kurye hizmetleri pazarlarındaki maliyet altı fiyatlamasının, platform hizmetleri pazarındaki rekabeti bozabileceği, bu durumun rakipleri üzerinde kısa ve uzun vadede dışlayıcı nitelikte olabileceği değerlendirilmiştir²⁰.
- (89) İlâveten, YEMEK SEPETİ'nin 2022 yılı itibarıyla pazardaki diğer oyunculara benzer şekilde bağımsız kuryelerle çalışma kararı aldığı, mevcut durumda taahhüt kapsamındaki Vale hizmetini sunmadığı ve restoranlara "Yemek Sepeti Express" markası altında, 3PL şirketler ve/veya esnaf kuryeler aracılığıyla teslimat hizmeti sağladığı belirtilmiştir. YEMEK SEPETİ'nin teslimat hizmeti sunumundaki operasyonel değişiklikleri önem taşısa da YEMEK SEPETİ'ne getirilen yükümlülüğün amacının, hâkim durumdaki bir teşebbüsün, maliyet altı fiyatlama/yıkıcı fiyat eylemleri aracılığıyla hâkim durumunu kötüye kullanmasının önlenmesi olduğu, dolayısıyla hâkim durum devam ettiği müddetçe iş modeli değişse de yükümlülüğün devam edeceği değerlendirilmiştir.
- (90) Buna karşın, YEMEK SEPETİ, güncel pazar koşullarında hâkim durumda olmadığından, dolayısıyla maliyet altı fiyatlamayla çevrim içi yemek servisine yönelik platform ve kurye hizmetleri pazarlarında rekabeti bozucu etki doğurması beklenmediğinden ve mevcut durumda, 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin dördüncü fıkrasının (a) bendinde yer verilen koşul sağlandığından YEMEK SEPETİ bakımından hâlihazırda bağlayıcı olan Vale iş modeli fiyatlandırmasına yönelik taahhüdün kaldırılabilceği değerlendirilmiştir.

H.3.2.4 Dar EKM

- (91) 28.01.2021 tarihli ve 21-05/64-28 sayılı Kurul kararıyla bağlayıcı hale getirilen ve YEMEK SEPETİ'nin talebi kapsamında ele alınacak son husus dar EKM koşullarına yönelik taahhüdün kaldırılmasına ilişkindir. Bu kapsamda YEMEK SEPETİ tarafından sunulan taahhüt paketinde, çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri

¹⁹ A.g.k., para.17.

²⁰ A.g.k., para.18-20.

pazarında uygulanan dar EKM koşulunun, gerekçeli kararın teşebbüse tebliğinden itibaren ilk üç ay içerisinde tekil/birkaç şubeli restoranlardan, ikinci üç ay içerisinde ise zincir restoranlardan kaldırılarak tüm restoranlar açısından dar EKM hükümlerine son verilmesi öngörülmüştür. Ardından Kurulun 17.02.2022 tarihli ve 22-09/119-MB sayılı kararı ile, YEMEK SEPETİ'nin dar EKM koşulunun uygulanmasına tüm restoranlar bakımından son vererek taahhütleri yerine getirdiği tespit edilmiştir.

- (92) Dosya kapsamında sunulan taahhütlerden biri olan dar EKM koşulları, platform üzerinde yayımlanan fiyatların ve bazı tanımlara göre fiyat dışı unsurların sağlayıcının kendi internet sitesinde yayımlanandan daha dezavantajlı olmamasını sağlayan koşulları ifade etmektedir²¹. İlgili dosya bakımından ise, restoranların paket servis/evlere serviste kendi işyerine ait tüm kanallarında uyguladığı her türlü kampanya, promosyon, fiyat, ürün ve diğer içerikli kampanya çalışmalarının, YEMEK SEPETİ'nin platformunda da uygulanmasını gerektiren koşulları temsil etmektedir²².
- (93) Kurulun 28.01.2021 tarihli ve 21-05/64-28 sayılı taahhüt kararına dayanak teşkil eden soruşturma kapsamında, YEMEK SEPETİ'nin dar EKM uygulamasına yönelik yapılan incelemelerde, zincir, tekil veya birkaç şubeli restoranların tüketicilere kendi kanallarında daha uygun fiyata ürün sunma saiklerinin olduğu görülmüştür. Bu sebeple dar EKM uygulamasının ilk olarak doğrudan tüketicilerin daha uygun fiyatlarda ürün/hizmete erişme imkânını kısıtlayabileceği değerlendirilmiştir. Bunun yanında, dar EKM'nin yalnız fiyatlara yönelik olarak uygulanmamasının (menü içeriği, promosyonlar, gönderim bölgesi vs. her türlü şartlar bakımından uygulanması), tüketici refahını yalnız daha uygun fiyatta ürüne erişimin engellenmesi bakımından değil çeşitlilik gibi diğer unsurlar bakımından da kısıtlayabileceği vurgulanmıştır.
- (94) Ayrıca dar EKM şartının uygulanması noktasında YEMEK SEPETİ tarafından, restoranlardan broşür istendiği, YEMEK SEPETİ'nde sunulan şartların restoranların "broşürlerde" sunduğu şartlara eşitlendiği görülmüştür. Buna karşın restoranların bir kısmının broşürleri ile restoran içi sundukları menülerin aynı olması sonucu dar EKM şartının, yalnız paket servisi değil restoranların salon içi fiyatlarını da etkileyebileceği değerlendirilmiştir. Restoranlar kendi kanallarında uygulayacağı düşük fiyatların aynısını YEMEK SEPETİ'ne de uygulayacaklarını bildiklerinden, bu şart genel olarak yemek fiyatlarını da artıracak nitelikte bulunmuştur²³.
- (95) Bunun yanı sıra, gerek zincir gerek tekil veya birkaç şubeli restoranlar için YEMEK SEPETİ'nin sahip olduğu restoran ve kullanıcı ağı vesilesiyle bir geçit bekçisi (*gate-keeper*) niteliğinde olması, bu restoranların paket servislerinin büyük çoğunluğunun YEMEK SEPETİ üzerinden sunulması ve ayrıca pazarda YEMEK SEPETİ'ne karşı etkin bir rakibin bulunmaması hususlarının restoranları YEMEK SEPETİ'ne bağımlı kıldığı anlaşılmıştır. Dar EKM uygulamasının ise, restoranların kendi kanallarını geliştirmelerine engel olabilecek, YEMEK SEPETİ'nin kullanıcı ağını daha da güçlendirebilecek, restoranların YEMEK SEPETİ'ne olan mevcut bağımlılığını daha da artıracak nitelikte olduğu değerlendirilmiştir. Bu durumun rakip platformları, oluşan bu kullanıcı ve restoran ağı karşısında YEMEK SEPETİ'ne karşı dezavantajlı konuma düşürebileceği, zira rakip platformların, restoranların kendi satış kanallarında uyguladıkları indirim kendi platformları için de uygulatma güçlerinin, YEMEK SEPETİ'ne

²¹ Akman, Pınar ve D. Daniel Sokol (2016), "Online RPM and MFN under Antitrust Law and Economics", s. 17; European Commission-VBER studies, *Support Studies for the Evaluation of the VBER: Support Study and Study on Consumer Purchasing Behaviour in Europe: Final Report*. (2020), s. 93; Ezrachi, Ariel (2015), "The Competitive Effects of Parity Clauses on Online Commerce", s.489.

²² Kurulun 28.01.2021 tarihli ve 21-05/64-28 sayılı kararı, para. 7.

²³ A.g.k., para. 8.

kıyasla oldukça düşük kaldığı belirtilmiştir. Bu bakımdan dar EKM uygulaması, rakip platformlara giriş engeli oluşturabilecek nitelikte görülmüştür²⁴.

- (96) Öte yandan, YEMEK SEPETİ tarafından yapılan başvuruda; teşebbüsün pazar liderliğini yitirdiği, bu doğrultuda pazarda hâkim durumda olmayan YEMEK SEPETİ'nin tek taraflı uygulamalarının dışlayıcı etki doğurma kabiliyetinden söz edilemeyeceği, dolayısıyla 28.01.2021 tarihinde bağlayıcı hale gelen taahhütlerin işlevsiz ve sebepsiz kaldığı belirtilmiştir.
- (97) EKM koşullarının, 4054 sayılı Kanun'un hem 4. maddesi hem 6. maddesi kapsamında ele alınması mümkündür²⁵. Bu kapsamda; her ne kadar yukarıda değerlendirilen diğer taahhütler bakımından YEMEK SEPETİ'nin güncel pazar koşullarında hâkim durumda olmaması ve 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin dördüncü fıkrasının (a) bendinde yer verilen koşulun sağlanması sebebiyle zorunlu Joker, minimum sepet tutarı ve Vale fiyatlandırması uygulamalarına yönelik taahhütlerin kaldırılabilirliği sonucuna ulaşılmış olsa da EKM koşullarına yönelik taahhüdün değerlendirmesinin farklılaşması gerekmektedir. 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara ilişkin Grup Muafiyeti Tebliği'ne (2002/2 sayılı Tebliğ) göre dikey anlaşmalar, üretim veya dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren iki ya da daha fazla teşebbüs arasında belirli mal veya hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımı amacıyla yapılan anlaşmalardır. YEMEK SEPETİ ile sözleşme ilişkisi çerçevesinde çalıştığı restoranlar da dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösterdiğinden bu kapsamda değerlendirilebilecektir. YEMEK SEPETİ'nin restoranlara yönelik uyguladığı dar EKM hükümleri ise, restoranların kendi kanallarında uyguladığı fiyat ve fiyat dışındaki unsurları YEMEK SEPETİ'ne de sağlaması yönünde bir sınırlama getirdiğinden dikey kısıtlama teşkil etmektedir.
- (98) Diğer yandan, YEMEK SEPETİ ile restoranlar arasında, akdettikleri sözleşmeleri 4. madde kapsamından çıkaracak herhangi bir acentelik ilişkisi bulunmamaktadır. Nitekim restoranlar, YEMEK SEPETİ'nin ticari kararlarına, stratejilerine herhangi bir etkide bulunamamakta ve YEMEK SEPETİ faaliyetlerini bağımsız olarak yürütmektedir. Benzer şekilde restoranlar da YEMEK SEPETİ'ne aracılık ettiği işlemler bakımından belirli bir komisyon ödemekte ancak kendi ticari stratejilerini belirleyip oluşabilecek riskleri üstlenmektedir. Dolayısıyla YEMEK SEPETİ ve restoranların ticari faaliyetlerinin ve aldıkları risklerin tamamen farklı olduğu anlaşılmakta olup aralarında bir acentelik ilişkisi olmadığı görülmektedir. Bu kapsamda YEMEK SEPETİ'nin sözleşmeleri uyarınca uyguladığı EKM koşullarının, bir dikey kısıt olarak 4. madde kapsamında değerlendirilmesinin önünde engel bulunmadığı değerlendirilmiştir.
- (99) Dikey Anlaşmalara ilişkin Kılavuz'un (Dikey Kılavuz) 223. paragrafında belirtildiği üzere, pazarda rekabet bakımından her zaman aynı sonuçlara yol açmayan EKM koşullarının, rekabeti olumlu yönde etkileyen tarafları bulunduğu gibi rekabete olumsuz yönde etki eden tarafları da bulunmaktadır. Bu nedenle EKM koşulları rekabet hukuku boyutuyla ele alınırken; koşuldan yararlanan tarafın ve rakiplerin pazardaki konumunun, söz konusu koşulun sözleşmeye konulma amacının, pazarın ve koşulun kendi karakteristik özelliklerinin ayrıntılı bir şekilde incelenmesi gerekmektedir. Bununla beraber, EKM koşulu içeren bir sözleşme ilke olarak, sözleşmede lehine bu koşul tesis edilen tarafın pazar payının %30'u aşmadığı ve 2002/2 sayılı Tebliğ'de belirtilen diğer şartların sağlandığı durumda grup muafiyetinden yararlanabilecektir.

²⁴ A.g.k., para.9-11.

²⁵ Bkz. Kurulun 09.06.2016 tarihli ve 16-20/347-156 sayılı *Yemek Sepeti* kararı; 05.01.2017 tarihli ve 17-01/12-4 sayılı *Booking* kararı; 05.11.2020 tarihli ve 20-48/658-289 sayılı *Kitapyurdu* kararı, 17.02.2022 tarihli ve 22-09/119-MB sayılı *Yemek Sepeti* kararı.

- (100) Dikey Kılavuz'da yer verilen değerlendirmelere göre, özellikle bir sözleşmede lehine EKM koşul tesis edilen tarafın pazardaki rakiplerine kıyasla belirli pazar gücüne sahip olduğu hallerde bu koşullar, sözleşmenin tarafı olmayan rakiplerin dışlanmasına ve pazarın rakip teşebbüslere kapanmasına yol açabilmekte ve dolayısıyla rekabete zarar verebilmesi söz konusu olmaktadır.
- (101) Öte yandan, Dikey Kılavuz'da EKM koşullarının kullanılmasının bazı durumlarda herhangi bir rekabetçi endişe doğurmayacağı belirtilirken buna söz konusu koşulu içeren bir sözleşmenin her iki tarafının pazar gücünün olmadığı durumlar örnek verilmekte ve bu koşulların kullanımının rekabet karşıtı endişeye yol açmasının düşük bir ihtimal olduğundan bahsedilmektedir. Pazar gücü olmayan küçük alıcılar tarafından kullanıldığında ise EKM koşulunun bu alıcılara da pazardaki uygun fiyat ve koşullardan faydalanma imkânı tanınması nedeniyle pazardaki rekabete olumlu katkısından bahsedilebilmektedir.
- (102) Bu doğrultuda pazarın mevcut yapısı incelendiğinde, her ne kadar hâlihazırda hâkim durumda olmadığı değerlendirilmiş olsa da YEMEK SEPETİ'nin, hâkim durum analizinde kullanılan pek çok parametre bakımından pazarın (.....) temsil ettiği ve pazar liderliğini koruduğu görülmektedir. Nitekim yukarıda yer verilen analizlerden, 2025 yılı Haziran ayı itibarıyla YEMEK SEPETİ'nin sipariş adedi bakımından pazar payının %(.....) seviyesinde; sipariş tutarı bakımından pazar payının %(.....) seviyesinde; komisyon gelirleri bakımından pazar payının %(.....) seviyesinde olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, YEMEK SEPETİ'nin pazar payının 2002/2 sayılı Tebliğ'in öngördüğü pazar payı eşiğini aştığı anlaşılmaktadır. Söz konusu uygulamaların aşılın pazar payı eşiği nedeniyle 2002/2 sayılı Tebliğ ile sağlanan grup muafiyetinden yararlanamayacağı sonucuna ulaşılmıştır.
- (103) Diğer taraftan, 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında grup muafiyetinden yararlanamayan anlaşmaların 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde yer alan koşulları sağlamak şartıyla bireysel muafiyetten yararlanması mümkündür. Bu çerçevede YEMEK SEPETİ ile restoranlar arasında yapılan ve EKM koşullarını ihtiva eden sözleşmelerin, 2002/2 sayılı Tebliğ çerçevesinde grup muafiyetinden yararlanamaması nedeniyle 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde yer verilen koşulları sağlayıp sağlamadığı, diğer bir ifadeyle sözleşmelere, bireysel muafiyet tanınıp tanınamayacağı hususunun ayrıca değerlendirilmesi gerekmektedir.
- (104) 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde, teşebbüsler arası anlaşma, uyumlu eylem ve teşebbüs birlikleri kararlarının 4. madde hükümlerinin uygulanmasından muaf tutulabilmesi, aşağıda yer alan koşulların tamamının varlığına bağlanmıştır. İlgili madde metninde aranan söz konusu koşullar şunlardır:
- a) *Malların üretimi 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 ve*
 - d) *Rekabetin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlandırılmaması.*
- (105) YEMEK SEPETİ'nin bireysel muafiyet alabilmesi yukarıda yer verilen koşulların tamamının varlığına bağlı olduğu için bu aşamada *ilgili piyasanın önemli bir bölümünden rekabetin ortadan kalkmaması koşulunun* değerlendirilmesiyle yetinilecektir. Zira dikey sınırlamalar içeren anlaşmaların rekabet üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi noktasında teşebbüslerin sahip olduğu pazar gücü önem kazanmaktadır. Pazar

gücünün ve bu güce bağlı olarak dikey anlaşmaların pazardaki etkilerinin değerlendirilmesi ise, 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (c) bendinde belirtilen *ilgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması* koşulu ile yakından ilgilidir. Ayrıca taahhütlerin kaldırılmasına yönelik talebin de temelde pazar koşullarında oluşan değişiklikten kaynaklı olduğu ve diğer hususlara ilişkin değerlendirmelerde bir değişiklik yaşanmadığı göz önüne alındığında ilgili koşulun değerlendirilmesi yeterli görülmektedir.

- (106) Daha önce bahsedildiği üzere, pazarın değişen genel görünümüne ve rekabet seviyesine karşın YEMEK SEPETİ, hâlihazırda pazarın (.....) tekabül eden pazar payıyla pazar lideri konumu sürdürmektedir. Bu kapsamda YEMEK SEPETİ'nin gerçekleştireceği uygulamaların pazarın önemli bir bölümünü etkilemesi kaçınılmaz görünmektedir. Ayrıca çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarına 2001 yılı itibarıyla giriş yapan YEMEK SEPETİ'nin ilk giren avantajı nedeniyle yüksek marka bilinirliğine sahip olduğu ve bu nedenle restoranlarca kolayca vazgeçilecek bir konumda bulunmadığı da belirtilmelidir.
- (107) Öte yandan, pazarda yaygın olarak kullanılmaya başlanması durumunda, bu koşulların meydana getirdiği rekabet karşıtı etkilerin kümülatif bir şekilde artması ve rekabetin kısıtlanması ihtimali artmaktadır. Dolayısıyla, pazarda EKM koşullarının kullanımının yaygınlaşması ve bu nedenle pazarın büyük bir bölümünün bu koşullara tabi kılınması halinde bu koşullara ilişkin daha temkinli bir yaklaşım benimsenmesi gerekmektedir²⁶.
- (108) Bu doğrultuda, 18.05.2022 tarihli ve 22-23/364-154 sayılı Kurul kararı ile pazarın diğer büyük oyuncusu TRENDYOL GO'nun çevrim içi yemek ve market siparişi restoranlarla akdettiği geniş EKM koşulu içeren sözleşmelerinin Dikey Tebliğ kapsamında olduğuna karar verildiği belirtilmelidir. Yine Kurulun 15.09.2022 tarihli ve 22-42/606-254 sayılı kararında ise pazardaki diğer bir önemli oyuncu konumundaki GETİR YEMEK'in restoranlara uyguladığı dar ve geniş EKM koşullarının Dikey Tebliğ çerçevesinde grup muafiyetinden yararlanabileceğine hükmedilmiştir.
- (109) Dikey Kılavuz'un 55. paragrafında *"Pazarda faaliyet gösteren pek çok sağlayıcının dağıtım organizasyonlarını benzer kısıtlamaları kullanarak birbirlerine paralel biçimde düzenlemeleri, dikey kısıtlamaların olumsuz etkilerini arttırıcı etkiye sahiptir. Bu durum birikimli etki olarak da tanımlanmakta olup, muafiyetin geri alınması, birikimli etkiden kaynaklanabilecek rekabet sorunları nedeniyle de gündeme gelebilecektir. İlgili pazara girişler ve ilgili pazardaki rekabet, birbiriyle rekabet halindeki sağlayıcılar veya alıcılar tarafından uygulanan benzer nitelikteki dikey anlaşmaların oluşturduğu paralel ağlar tarafından önemli ölçüde engellenmekte ise Kanun'un 5. maddesindeki muafiyet şartlarının gerçekleşmesi mümkün değildir."* ifadelerine yer verilmektedir.
- (110) Yukarıda yer verildiği üzere, çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarı temelde YEMEK SEPETİ, TRENDYOL GO ve GETİR YEMEK olmak üzere üç oyuncu tarafından domine edilmektedir. Bu üç teşebbüsün sipariş adedi, sipariş tutarı ve komisyon gelirleri bazında toplam pazar paylarının ise yaklaşık %(.....)'e tekabül ettiği görülmektedir. Söz konusu oyuncuların pazarın neredeyse (.....) temsil ettiği göz önüne alındığında, EKM koşullarının meydana getirdiği rekabet karşıtı etkilerin kümülatif bir şekilde artması ve bu durumun rekabetin kısıtlanması ihtimalini artırması söz konusu olabilecektir. Bu kapsamda, söz konusu pazarda EKM koşullarına daha temkinli yaklaşılması gerektiği göz önüne alınarak, incelemeye konu sözleşmelerdeki EKM hükümlerinin, ilgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması

²⁶ Bkz. Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz, para.224.

koşulunu sağlamadığı ve YEMEK SEPETİ'nin EKM hükümleri içeren sözleşmelerinin bireysel muafiyetten yararlanamayacağı sonucuna ulaşılmıştır.

- (111) Diğer taraftan EKM koşullarının uygulanmasının pazardaki fiyat rekabetinin azalmasına ve fiyat katılığına yol açabileceği yönündeki endişeler devam etmektedir. Çevrim içi platformlarda uygulanan EKM şartları, platformda sunulan ürünlerin daha uygun fiyatla başka bir yerde bulunmamasını sağlayarak platformun en iyi fiyat garantisi sunmasına müsaade etmesi bakımından tüketici açısından çekici görülebilmekle birlikte bu rekabetçi algı yanlış bir yönlendirici etkisi olabilecektir. Nitekim restoranların platformlara ödedikleri komisyon bedelleri göz önüne alındığında, tüketicilere kendi kanallarında daha uygun fiyata ürün sunma saikleri olacağı açıktır. Bu sebeple dar EKM uygulaması ile tüketicilerin daha uygun fiyatlarda (en az komisyon bedeli kadar) ürün/hizmete erişme imkânının kısıtlanabileceği değerlendirilmiştir.
- (112) Bunun yanında, dar EKM'nin yalnız fiyatlara yönelik olarak uygulanmamasının (menü içeriği, promosyonlar, gönderim bölgesi vs. her türlü şartlar bakımından uygulanması), tüketici refahını yalnız daha uygun fiyatta ürüne erişimin engellenmesi bakımından değil çeşitlilik gibi diğer unsurlar bakımından da kısıtlayabilmesi söz konusu olmaktadır. Ayrıca inceleme konusu taahhütlere konu dar EKM koşulları, restoranın yalnız internet sitesini değil, kendi işyerine ait her türlü paket servis kanalını kapsamaktadır. Bu bakımdan uygulanan şartların, orantılı olmadığını söylemek mümkün görünmektedir.
- (113) Buna ek olarak dar EKM koşullarının uygulanması halinde, restoranların kendi kanallarını geliştiremediği ve kendi müşteri kitlesini oluşturamadığı gibi aynı zamanda komisyon ödemek zorunda kalmaları nedeniyle bir yandan dolayı satışlar sonucu maliyetlerinin artması, bir yandan da bu maliyetlerin kaynağına daha da bağımlı hale gelmeleri söz konusu olabilecektir. Nitekim dar EKM koşulları, restoranların satışlarını yapay kısıtlamalarla YEMEK SEPETİ üzerine yönlendirerek komisyon ve diğer bedeller vasıtasıyla maliyetini artırabilecektir. Restoranların ise bu şart dolayısıyla uğradıkları zararı, fiyat artışları ile tüm kullanıcılarına yansıtmaları muhtemeldir. Dahası, restoranlar YEMEK SEPETİ üzerinden indirim veya daha avantajlı şartlar sağlamamak adına, kendi kanallarında da bu faydaları sunmaktan kaçınabileceklerdir. Bunun sonucu olarak, tüketicilerin erişebileceği kanal çeşitliliği ve bunlar üzerinden alabilecekleri fayda/hizmetler kısıtlanabilecektir.
- (114) Öte yandan çevrim içi platformların pazara sağladığı önemli faydaların ve etkinliklerin bulunduğu²⁷ ve platformların söz konusu etkinlikleri ortaya çıkarmak için gerçekleştirdikleri yatırımları korumak amacıyla EKM koşullarına başvurabildiği bilinmektedir. Nitekim diğer dikey oluşumların çoğunda olduğu gibi platformlar da bedavacılık (*free riding*) sorunu ile karşılaşabilmektedir. Çevrim içi ortamlarda, sağlayıcının fiyat veya diğer satış şartlarında platformlarda listelediğine nazaran daha avantajlı teklifler sunması; tüketicilerin platformları yalnızca arama, bilgi edinme ve kullanıcı tavsiyeleri, harita, ipuçları vs. gibi diğer hizmetlerden faydalanmak amacıyla

²⁷ Çevrim içi platformlar, tüketiciler açısından başta fiyat ve kalite gibi ürün özellikleri olmak üzere birçok bilgiyi bir arada sunarak tüketicilere karşılaştırma ve en uygun teklifi tespit etme imkânı sunmaktadır. Sunulan erişimi kolay ve ücretsiz bilgi ise tüketicilerin arama maliyetlerini düşürmektedir. Aynı zamanda, sağlayıcıların/dağıtıcıların tüketicilerin bilgi asimetrisinden faydalanmalarının önüne geçerek sağlayıcıların satışlarını artırabilmek amacıyla fiyat ve kalite rekabetine girme ihtimallerini artırmaktadır. Sağlayıcılar bakımından ise platformlar, çevrim içi reklam ve satışların maliyet ve riskini kendi başına karşılayabilecek ölçek ekonomisine sahip olmayan ya da yeterli finansal kaynaklara sahip olmayan küçük ve orta ölçekli işletmelere bu hizmetleri etkin şekilde alma imkânı da sunmaktadır. Tüketicilere güvenebilecekleri bir ödeme sistemi sağlayan platformlar, özellikle küçük işletmelerin tek başına erişemeyeceği kadar geniş bir kullanıcı kitlesine erişimini ve bilinirliğini de sağlamaktadır.

kullanmasına ve fakat alım işlemini sağlayıcının daha avantajlı teklif sunduğu kanal üzerinden gerçekleştirmesine yol açabilecektir.

- (115) Dar EKM koşulları karşısında ileri sürülen bedavacılık sorunu, yalnızca platformlar bakımından değil sağlayıcılar bakımından da ortaya çıkabilmektedir. Aynı zamanda, bedavacılık sorununun daha çok kullanıcının ne alacağını bilmediği hallerde söz konusu olması nedeniyle kullanıcıların büyük çoğunluğunun ne alacağını bildiği hallerde sağlayıcıya dar EKM koşulu uygulanmasının, bu kullanıcıların ne alacağını bilmeyen kullanıcıları sübvans etmek zorunda bırakılması sonucunu ortaya çıkarabilmektedir. Buna ilaveten, sağlayıcı fiyatlarının platform fiyatlarına eşitlenmesiyle sağlayıcının doğrudan kanallarını ve hatta fiziki işletmelerini kullanan tüketicilerin de ne alacağını bilsin ya da bilmesin platform kullanıcılarını sübvans etmek zorunda olmaları gündeme gelebilecektir. Ayrıca, dar EKM koşulunun getirdiği korumadan kaynaklı olarak platforma ideal seviyenin üzerinde (gereksiz) yapılacak yatırımların maliyetine de yine platformu kullanan veya kullanmayan diğer kullanıcıların katlanması muhtemeldir. Bu doğrultuda, ortaya çıkan bedavacılık sorununa karşı dar EKM koşulu dışında önlem alınmasının mümkün olduğu belirtilmektedir²⁸.
- (116) Ayrıca bedavacılık sorunu bakımından dar EKM koşulları gereklilik ve orantılık yönünden incelendiğinde, hem fiyat hem de fiyat dışı unsurlar bakımından bu koşulların taahhütlerin bağlayıcı hale getirilmesinden önce oldukça geniş biçimde uygulandığı, dolayısıyla orantılı olmadığı görülmektedir. Ayrıca bu koşulların gerekli olması da ancak ulaşılmak istenen amacın ya da korunmak istenen menfaatin başka yollarla sağlanmasının mümkün olmadığı hallerde söz konusu olacaktır. YEMEK SEPETİ'nin platformunun restoranların kendilerinin bedava reklamını yaptığı bir tanıtım mecrasına dönüşmesini engellemek için geliştirdiği/geliştirebileceği modellerin mevcut olduğu göz önünde bulundurulduğunda, bedavacılık sorununun yalnızca dar EKM koşullarının uygulanması ile önlenebileceğinden söz etmek mümkün değildir.
- (117) Kaldı ki, bedavacılık sorununun yalnızca YEMEK SEPETİ için söz konusu olmadığı, YEMEK SEPETİ'nin de restoranın yatırımlarından yararlandığı ve restoranlar üzerinden bedava fayda sağlamasının mümkün olduğu söylenebilecektir. Bu bakımdan, dar EKM koşulu uygulamasına son verilmesine ilişkin taahhütlerin kaldırılması durumunda YEMEK SEPETİ'nin faaliyetleri üzerinde restoranların kendi satış kanalları üzerinden gelen rekabet baskısının azalması mümkün görünmektedir.
- (118) Sonuç olarak, dar EKM koşullarının pazarın %(.....)'sini oluşturan en büyük üç oyuncu tarafından uygulandığı da dikkate alındığında, ilgili koşullarının meydana getirdiği rekabet karşıtı etkilerin kümülatif bir şekilde artması ve bu durumun rekabetin kısıtlanması ihtimalini artırmasının söz konusu olabileceği, bu çerçevede EKM koşullarına daha temkinli yaklaşılması gerektiği, incelemeye konu sözleşmelerdeki EKM hükümlerinin, ilgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması koşulunu sağlamadığı ve YEMEK SEPETİ'nin EKM hükümleri içeren sözleşmelerinin bireysel muafiyetten yararlanamayacağı kanaati oluşmuştur. Bu doğrultuda, YEMEK SEPETİ bakımından hâlihazırda bağlayıcı olan dar EKM koşullarının uygulanmasına ilişkin taahhütlerin kaldırılmasının bu aşamada uygun olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Diğer yandan pazarda son dönemde yaşanan önemli gelişmeler ve değişiklikler dikkate alındığında, kısa kararın tebliğinden itibaren pazarın iki yıl boyunca izlenmesinin makul olduğu ve bu sürenin sonunda YEMEK SEPETİ tarafından başvuru yapılması halinde,

²⁸ Özdemir, Necla Sümer (2023), "En Çok Kayrılan Müşteri Şartlarının Rekabete Etkileri - Dar EKM Şartlarına Özel Bakış", s.428-429.

dar EKM koşullarına ilişkin taahhüdün Kurul tarafından yeniden değerlendirilebileceği sonucuna ulaşılmıştır.

(119) Yukarıda yer verilen bilgiler ışığında,

- Dar EKM koşullarına ilişkin taahhütler bakımından; ilgili taahhütlerin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında da endişe doğurabileceği, mevcut koşullar altında YEMEK SEPETİ'nin dar EKM hükümleri içeren sözleşmelerinin bireysel muafiyetten yararlanamayacağı ve dar EKM koşullarına ilişkin taahhüdün kaldırılmasının uygun olmadığı ancak iki yıl sonra YEMEK SEPETİ tarafından yapılacak başvuru üzerine dar EKM koşullarına ilişkin taahhüdün Kurul tarafından yeniden değerlendirilebileceği,
- Zorunlu Joker ve minimum sepet tutarı uygulaması ile Vale modelinin fiyatlama politikalarına ilişkin taahhütler bakımından; mevcut durumda, 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin dördüncü fıkrasının (a) bendinde yer verilen koşul sağlandığından ilgili taahhütlerin kaldırılabilirliği

kanaatine ulaşılmıştır.

I. SONUÇ

(120) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre,;

- Rekabet Kurulunun 28.01.2021 tarihli ve 21-05/64-28 sayılı kararı ile bağlayıcı hale getirilen dar EKM koşullarına ilişkin taahhütlerin kısa kararın tebliğinden itibaren 2 (iki) yıl süreyle devam etmesi ve 2 (iki) yılın sonunda Yemek Sepeti Elektronik İletişim Perakende Gıda AŞ tarafından başvuru yapılması halinde Kurul tarafından yeniden değerlendirilmesine,
- Rekabet Kurulunun 28.01.2021 tarihli ve 21-05/64-28 sayılı kararı ile bağlayıcı hale getirilen zorunlu Joker ve minimum sepet tutarı uygulamasına son verilmesi ile Vale modelinin fiyatlama politikalarına ilişkin taahhütlerin kaldırılmasına

gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 60 gün içinde Ankara İdare Mahkemelerinde yargı yolu açık olmak üzere Başkan Birol KÜLE ve İkinci Başkan Ahmet ALGAN'ın karşı oylarıyla OYÇOKLUĞU ile karar verilmiştir.

Rekabet Kurulunun 24.11.2025 tarih ve 25-44/1086-615 sayılı Kararına İlişkin

Karşı Oy Gerekçesi

Tek taraflı davranışların sona erdirilmesi için uygulanan çözümler, tedbirler ve taahhütler esas olarak rekabeti bozan davranışa son verilmesi, davranışın tekrar etmesinin önlenmesi ve ilgili piyasalarda yeniden rekabetin tesis edilmesi amaçlarına hizmet etmektedir. Diğer taraftan, taahhüt mekanizması, ihlal tespiti yapılmaksızın tarafın gönüllü olarak sunduğu çözümlere dayalı olması sebebiyle rekabet hukukunun etkin uygulanması ve meşruiyeti bakımından özel bir önemi haizdir. Temel mantığı rekabeti geleceğe yönelik yapısal çözümlerle geliştirmek olan bu hukuki araç her ne kadar belli durumlarda süre bakımından sınırlara tabi olabilse de işbu dosyada bu tür bir sınırlamayı gerektirecek sebep söz konusu değildir. İlgili pazara (çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmeti) ilk girmesi ve pazarda halen birinci oyuncu olması, iki esaslı rakibi olmasına rağmen rakiplerinin *Yemek Sepeti* gibi tek başına yemek siparişi odaklı olmaması gibi unsurlar ışığında, halen hakim durumda bulunan yerleşik şirketin uyguladığı dikey kısıtların, restoranların ve diğer yemek hizmeti platformlarının rekabet gücünü direkt etkilediği 2019-3-79 sayılı Dosya kapsamındaki soruşturma raporunda ayrıntılı olarak tespit edilmişti.

2021 yılında *Yemek Sepeti* tarafından sunulan ve Kurulun kabul ettiği, restoranlarla platform arasındaki *Yemek Sepeti*'nin neredeyse önlenemez bir ticari ortak olması hasebiyle ortaya çıkan asimetrik ticari ilişkiyi dengeleyici, restoranların fiyatlama ve diğer ticari kararlarında daha bağımsız olmasını sağlayan, platform hizmetlerini rekabete açan taahhütlerin yeniden düşünülmesini gerektirecek yapısal ya da tarafa özel herhangi bir durum söz konusu değildir. Zira işbu kararın dayandığı bilgi notunda iki ana olgu setinin bulunduğu görülmektedir. Bu çerçevede, *Yemek Sepeti*'nin nominal olarak pazar payının düşmesi ve 118 restorana sorulan bazı sorular esas alınmıştır. Kritik sorunun yalnızca *Yemek Sepeti* ile mi çalışıldığı olduğu görülmektedir. Ancak böyle bir sorunun ispat gücü çok düşüktür; restoranlarla sözleşmesel münhasırlığın ötesinde dosyadaki esas rekabetçi mesele restoranların platformla olan asimetrik durumu ile bu asimetrinin yerleşik teşebbüse rekabet avantajı sağlamasıdır. Dolayısıyla önemli verilerden biri de Kuruma yapılan şikayetlerdir. Aşağıda şikayetlere ilişkin değerlendirmelere yer verilmektedir. Ancak bundan evvel; yerleşik platformların dijital ekonomide uyguladığı kendilerine bağımlı bulunan ortaklarının bağımsız karar almasını, ticari geleceklerini negatif etkileme gibi haksız ticari uygulamalar ve "sömürücü dışlama" stratejilerine yönelik rekabet hukuku uygulamalarına değinmek yerinde olacaktır.

Bilinmektedir ki, rekabet hukukunun sömürücü uygulamalara müdahalesi bakımından mehzaz AB rekabet hukuku kapsamında; pazara giriş ve büyüme engelleri, sektörel düzenleyicinin olmaması ve yerleşik şirketi dengeleyici alıcı gücünün var olmaması esas alınmaktadır. İşbu Karar'da her 3 koşulun da varlığı 2019-3-79 sayılı Dosya kapsamındaki verilerden izlenmektedir. *Yemek Sepeti*'nin payı düşmesine rağmen pazar aşırı yoğunlaşmış yapıda kalmaya devam etmektedir ve daha da önemlisi taraf halen birinci oyuncudur. Dijital pazarların yapısal özellikleri de dikkate alındığında; ilk giren avantajı, davranışsal sebepler, direkt ve dolaylı ağ etkileri, kolay ölçeklenme, yemek platformu olması, geçmiş dikey kısıtların etkisi gibi unsurlar bu etkiyi daha da belirginleştirmektedir. Kaldı ki taahhütlerin varlığına rağmen pazar payının seyri de düşündürücüdür. Daha da önemlisi rekabetçi etki yaratan taahhütlerin kaldırılmasının ardından haksız ticari uygulamalar, sömürücü stratejiler ve bunların etkisi olacak dışlayıcı neticelerin yeniden gözlemlenmesi olasıdır. Karar'da sebep-sonuç ilişkisinin

ele alınma şekli, rekabeti artırıcı sonuca sebep olan taahhüt ortadan kalktığında yerleşik oyuncunun yeniden hem sömürücü hem de dışlayıcı stratejilerine onay verilme riskini doğurmaktadır.

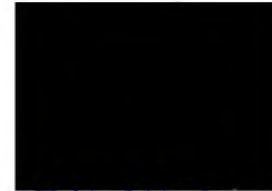
Bu noktada, Kurumumuza taahhüt kararının ardından yapılan platform şikayetlerine ve bunlar arasında şekil şartlarıyla reddedilenlere baktığımızda, taahhütlere *rağmen* oldukça yüksek sayıda *Yemek Sepeti*'ni konu eden fiyatlama, komisyon, indirimle zorlama, kurye hizmeti almaya zorlama, çıkışı zorlaştırma gibi şikayetler gözlenmektedir. Bu durumda, taahhütlerin kalkması değil, yeniden soruşturma açılması fikri ön plana çıkmalıydı. Bu tablo, *Yemek Sepeti*'nin *taahhütlerine rağmen* restoranların ticari hayatını zorlaştırmaya devam ettiğini, finansal avantajı rekabet avantajına çevirmeye devam ettiğini, iki ana rakibinin ise tüm bu durumlara rağmen rekabet ettiğini, diğer küçük platformların ise rekabette halen dezavantajlı olduğunu göstermektedir. Elbette bu tabloda en fazla zarar gören taraflar restoranlar ve tüketicilerdir. Enflasyona olan negatif etki ise barizdir.

Bilindiği üzere rekabet hukuku gün geçtikçe, dijitalleşme ve finansallaşma ekseninde yaşanan dönüşümler ile kaçınılmaz olarak, daha fazla yapısal bir araç haline gelmektedir. Dijital pazarların bu alandaki rekabet hukuku uygulamalarını zorlayan ve hatta yetersiz kılan birçok özelliği bulunmaktadır. Ancak bu pazarlardaki rekabet sorunlarının anlaşılması diğer pazarlara oranla zorluk taşımakta ve rekabet sorunlarına müdahalede çoğunlukla geç kalınmakta, bu esnada pazarlardaki rekabet ortamı zarar görmekte ve çoğunlukla geri dönüşü mümkün olmayan sonuçlar doğmaktadır. Gerek şikayetlerin devam etmesi gerekse de öncül düzenlemelerin halen yasama sürecinde olması, taahhütlerin kaldırılmasının ciddi bir eksik hukuki müdahaleye sebep olacağını göstermektedir. Son olarak, dosyadaki olgular ve analizlerin incelenmesinden; 5 yıl önce verilen taahhütlerin yeterince yakından izlenmediği, fiyat yapısının sömürü ve dışlamayı test edecek şekilde takip edilmediği, şikayetlerin (küçük oyuncu olmasına bakılmaksızın) yeterince değerlendirilmediği izlenimi hasıl olmuştur. Ayrıca tarafın vekilleri de yeterli herhangi bir analiz sunmamıştır. Tüm bu sebeplerle taahhütlerin kaldırılması bakımından çoğunluk görüşüne katılmamız mümkün olmamıştır .



Birol KÜLE

Başkan



Ahmet ALGAN

1. Başkan