

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2024-4-006
Karar Sayısı : 25-34/816-478
Karar Tarihi : 11.09.2025

(Muafiyet)

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

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

B. RAPORTÖRLER: Kübra Dilara AYAR, Muammer BOZKURT,
Melih Gökhan DURMUŞ, Melike ER

C. BİLDİRİMDE

BULUNAN : - Türk Hava Yolları A.O.
Yeşilköy Mah. Havaalanı Cad. 3/1 34149
Bakırköy/İSTANBUL
- Türkiye Garanti Bankası AŞ
Levent, Nispetiye Mah. Aydar Cad. No:2 Beşiktaş/İSTANBUL
- QNB Bank AŞ
Esentepe Mah Büyükdere Cad. Kristal Kule Binası No: 215
Şişli/İSTANBUL

(1) **D. DOSYA KONUSU:** Türk Hava Yolları A.O. ve Türkiye Garanti Bankası AŞ arasında imzalanan “THY Frequent Flyer Programı Miles&Smiles Kredi Kartı İşbirliği Sözleşmesi” ile Türk Hava Yolları A.O. ve QNB Bank AŞ arasında imzalanan “THY Frequent Flyer Programı Miles&Smiles Kredi Kartı İşbirliği Sözleşmesi”ne menfi tespit belgesi verilmesi veya bireysel muafiyet tanınması talebi.

(2) **E. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına 29.02.2024 tarih, 49249 sayı ve 02.01.2025 tarih, 60691 sayı ile intikal eden bildirimler üzerine düzenlenen 09.09.2025 tarih ve 2024-4-006/MM sayılı Muafiyet/Menfi Tespit Raporu görüşülerek karara bağlanmıştır.

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

- Türk Hava Yolları A.O. (THY) ve Türkiye Garanti Bankası AŞ (GARANTİ) arasında akdedilen ve 1 Nisan 2023'te yürürlüğe girmiş olan “THY Frequent Flyer Programı Miles & Smiles Kredi Kartı İşbirliği Sözleşmesi” (Sözleşme-1) ile THY ve QNB Bank AŞ (QNB) arasında akdedilen 1 Mayıs 2024'te yürürlüğe girmiş olan “THY Frequent Flyer Programı Miles & Smiles Kredi Kartı İşbirliği Sözleşmesi”nin (Sözleşme-2, her iki sözleşme birlikte Sözleşmeler) 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 4. maddesi kapsamında olduğu ve anılan Sözleşmelere aynı Kanun'un 8. maddesi çerçevesinde menfi tespit belgesi verilemeyeceği,
- 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği (2002/2 sayılı Tebliğ) kapsamında grup muafiyetinden yararlanamayacağı,
- Bununla birlikte THY ve GARANTİ ile THY ve QNB arasında ayrı ayrı akdedilen “THY Frequent Flyer Programı Miles&Smiles Kredi Kartı İşbirliği Sözleşmesi”ne

4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi kapsamında yürürlüğe girdikleri tarihten başlayarak 5 (beş) yıl süre ile bireysel muafiyet tanınabileceği

sonuç ve kanaatine ulaşılmıştır.

G. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

G.1. THY Frequent Flyer Programı Miles&Smiles Kredi Kartı İş Birliği Sözleşmeleri

- (4) THY ile GARANTİ arasındaki Sözleşme-1 ve THY ile QNB arasındaki Sözleşme-2 uyarınca; THY Frequent Flyer Programı (FFP) olan Miles&Smiles programının bir parçası olarak, THY'nin Miles&Smiles programı üyelerinin talep etmeleri durumunda GARANTİ ve QNB'den temin edecekleri Miles&Smiles markasını taşıyan kredi kartlarını kullanarak harcamalarıyla mil kazanacakları bir iş birliği öngörülmektedir.
- (5) THY'ye ait Miles&Smiles markası, yapılan Sözleşmeler kapsamında THY'nin izniyle kullanılmakta olup bu izin doğrultusunda GARANTİ ve QNB bankaları Miles&Smiles markalı kredi kartları sunmaktadır.
- (6) Sözleşmelerin konusu olan Miles&Smiles markasını taşıyan kredi kartı, Türkiye ve Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde ikamet eden Miles&Smiles FFP üyeleri tarafından kullanılabilen ve kart hamilinin üçüncü kişilerden satın aldığı mal ve hizmet bedellerini ilgili kartı ile ödemesi karşılığında mil toplama hakkı kazandırmaktadır. Kullanıcı daha sonra sahip olduğu mil toplamı kadar THY'den ücretsiz uçak bileti, refakatçi bileti alma veya uçuş sınıfları arasında terfi etme gibi imkanlara ve millerle alan vergisi ödeme, millerle anlaşmalı üye işyerlerinden ve "<https://www.shopandmiles.com/>" adresli web sitesinden milleri karşılığında hediye çeki alma, online ödeme yapma ya da ilgili program ortaklarının puanlarına dönüştürme imkanlarına sahip olmaktadır.
- (7) Söz konusu Sözleşmeler kapsamında önemli görülen maddeler aşağıda sıralanmıştır:
 - THY, GARANTİ ve QNB, THY FFP kapsamında Miles&Smiles Programı ve Miles&Smiles kredi kartı uygulamasının yaygın olarak kullanılmasını teşvik etmek konusunda mutabık kalmışlardır.
 - Sözleşme-1'in ve Sözleşme-2'nin 1.1.2. maddelerine göre; (.....) THY, Türkiye'de GARANTİ, QNB ve Kuveyt Türk Katılım Bankası AŞ (KUVEYT TÜRK) işbirliklerine ilaveten en fazla (.....) kart çıkaran kuruluş ile uçuş mili kazandıran kredi kartı işbirliği yapabilecektir.
 - Sözleşme-1 ve Sözleşme-2'nin 1.1.3. maddesi uyarınca, (.....).
 - Sözleşme-1 ve Sözleşme-2'nin 1.1.4. maddesi uyarınca, (.....)
 - Sözleşme-1 ve Sözleşme-2'nin 1.2.1. maddesi uyarınca, (.....)¹(.....)
 - Sözleşme-1 ve Sözleşme-2'nin 1.2.2. maddesi uyarınca, (.....).
 - Sözleşme-1 ve Sözleşme-2'nin 1.2.3. maddesi uyarınca, (.....)
 - Sözleşme-1 ve Sözleşme-2'nin 1.3.4. maddesine göre, (.....).

¹ THY tarafından, THY ve GARANTİ arasında akdedilen ve Kurulun 14.11.2019 sayılı ve 19-40/653-279 sayılı kararına konu sözleşmede "(.....)." hükmünün bulunmadığı ancak Sözleşme-1'e anılan hükmün eklendiği ifade edilmiştir. Diğer taraftan QNB ile yapılan Sözleşme-2'de bu yönde değişiklik yapılmadığı ve Kurulun 20.02.2020 tarih ve 20-11/122-71 sayılı kararına konu sözleşmede benzer hüküm bulunduğu anlaşılmaktadır.

- Sözleşme-1 ve Sözleşme-2'nin 2.1.3. maddesi uyarınca, (.....).
 - Sözleşme-1 ve Sözleşme-2'nin 2.1.4. maddesine göre, (.....).
 - Sözleşme-1'in 3.2. maddesine göre, (.....)² (.....)
 - Sözleşme-2'nin 3.2. maddesine göre (.....).
- (8) Tarafların marka kullanım hakkı devriyle ilgili olarak Sözleşme-1 ve Sözleşme-2'nin "Miles&Smiles Markasının Kullanımı" başlıklı 1.3. bölümüne göre, (.....). THY, Miles&Smiles markasına ilişkin her tür kullanım ve diğer kanuni hakları saklı kalmak kaydıyla, GARANTİ ile QNB'ye Sözleşme geçerli olduğu sürece, Marka Lisans Sözleşmesi ile marka için bila bedel inhisarı olmayan kullanım hakkı tanımayı taahhüt etmektedir.
- (9) Son olarak sözleşme süresince ilgili bankaların THY'den almayı taahhüt ettikleri mil tutarı/miktarına bakıldığında Sözleşme-1'in "Garanti Edilen Blok Mil Miktarı ve Birim Mil Ücreti" başlıklı 4.1. maddesine göre GARANTİ, THY'den birinci sözleşme yılı için en az (.....), ikinci sözleşme yılı için en az (.....), üçüncü sözleşme yılı için en az (.....), üç yıllık sürenin sonunda Sözleşme'nin (.....) yıl süre ile uzatılması halinde dördüncü sözleşme yılı için en az (.....), beşinci sözleşme yılı için en az (.....) olmak üzere (.....) yıl içerisinde toplamda en az (.....) mil almayı taahhüt etmektedir.
- (10) Sözleşme-2'nin aynı başlıklı 4.1. maddesine göre ise QNB, THY'den birinci sözleşme yılı için en az (.....) Amerikan doları, ikinci sözleşme yılı için en az (.....) Amerikan doları, üçüncü sözleşme yılı için en az (.....) Amerikan doları, dördüncü sözleşme yılı için en az (.....) Amerikan doları, beşinci sözleşme yılı için en az (.....) Amerikan doları karşılığı olmak üzere (.....) yıl içerisinde toplamda en az (.....) Amerikan doları karşılığı mil almayı taahhüt etmektedir.

G.2. Havayolu Şirketleri ile Bankalar Arasında Yapılan İş Birliği Anlaşmalarına İlişkin Bilgiler

- (11) Bir ürün olarak ücretsiz/indirimli havayolu taşımacılığı promosyonu sunan kredi kartları incelendiğinde, bu ürünün esasen nihai tüketiciye iki farklı şekilde sunulduğu anlaşılmaktadır. Bunların ilki Miles&Smiles'in da dâhil olduğu, havayolu şirketleri ile bankalar arasında yapılan iş birliği sözleşmeleri kapsamında çıkartılan ve kredi kartı müşterilerinin sadece ilgili havayolu şirketinin FFP kapsamında ödül kazanabildiği "FFP kartları"dır.
- (12) Sık uçan yolculara hitap eden ikinci bir kredi kartı türü ise bankaların herhangi bir havayolu şirketi ile iş birliği yapmaksızın tek başlarına ihraç ettikleri "seyahat avantajı sunan" kartlardır. Bu tür kredi kartlarında müşteriler seyahat harcamalarında normal harcamalarına göre daha fazla mil/puan kazanmakta ve bu miller/puanlar seyahat harcamalarında kullanılırken birkaç katı ile çarpılarak nakde dönüşmekte ve tüketicilere seyahat harcamalarında kullanılmak üzere çeşitli avantajlar sunulmaktadır. Böylece tüketiciler herhangi bir havayolu şirketi ile sınırlı olmaksızın istedikleri havayolu şirketinde kazandıkları milleri değerlendirebilmektedir.
- (13) Gelen cevap yazılarında; kimi bankaların havayolları şirketleri ile anlaşma yapmadığı, böylece müşterilerin diledikleri havayolundan uçak bileti, konaklama ve havaalanı transfer ücreti satın alımını gerçekleştirebildiği; kimi bankaların ise belirli bir havayolu

² Kurulun 14.11.2019 sayılı ve 19-40/653-279 sayılı kararına konu sözleşmenin süresi (.....) yıl olarak düzenlenmişken THY ile GARANTİ arasındaki mil alım ilişkisini düzenleyen Sözleşme-1'in süresi (.....) yıldır.

şirketi ile FFP programları kapsamında kredi kartı iş birliği yaptığı, böylece müşterilerine daha avantajlı fırsatlar sunabildiği belirtilmiştir. Bu kapsamda havayolu şirketleri ile FFP kredi kartı veya benzeri bir işbirliği anlaşması yapan, doğrudan bir havayolu şirketi ile anlaşma yapmaksızın kart hamillerinin harcamaları karşılığında uçuş miline/uçak biletine dönüşecek kredi kartı programı oluşturan ve bu tür bir kart programı bulunmayan bankalara aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo-1: Havayolu Şirketi İle FFP Kredi Kartı İş Birliği Olan veya Seyahat Avantajı Sunan Bankalar³

Banka	Havayolu İşbirliği	Program/Kredi Kart Adı
GARANTİ	Bulunmamaktadır	Shop&Fly kredi kartı
GARANTİ	THY	Miles&Smiles
QNB	THY	Miles&Smiles
KUVEYT TÜRK	THY	Miles&Smiles
ING BANK	Pegasus Havayolları	Pegasus Bol Bol Kart
AKBANK	Bulunmamaktadır	Wings
YAPI KREDİ	Bulunmamaktadır	Adios
İŞ BANKASI	Bulunmamaktadır	Maximiles
HALKBANK	Bulunmamaktadır	Parafly Kart
VAKIF BANK	Bulunmamaktadır	Milplus Kart
ALTERNATİFBANK	Bulunmamaktadır	Diners Club Kart
ZİRAAT BANKASI	Bulunmamaktadır	X
HSBC	Bulunmamaktadır	HSBC Premier Miles Kart
ALBARAKA	Bulunmamaktadır	X
FİNANS KATILIM	Bulunmamaktadır	Ala Kart
TEB	Bulunmamaktadır	X
ŞEKERBANK	Bulunmamaktadır	X
Kaynak: Cevabi Yazı		

- (14) Yukarıdaki tabloda FFP kapsamında tüketicilere mil puan kazandıran ve bu kapsamda kullanıcılarına seyahat avantajı sunan kart programlarına yer verilmiştir. Yukarıda yer verilen ve mil puan kazandıran kredi kartlarından GARANTİ, QNB ve KUVEYT TÜRK'e ait Miles&Smiles kredi kartları THY ile yapılan iş birlikleri kapsamında ihraç edilirken ING BANK'a ait Bol Bol kart, Pegasus Hava Taşımacılığı AŞ (PEGASUS) ile yapılan iş birliği kapsamında ihraç edilmektedir. Diğer taraftan tabloda yer verilen diğer kartlar herhangi bir hava yolu ile iş birliği bulunmaksızın ilgili bankalarca ihraç edilen kartlardan oluşmaktadır. Bu kapsamda tablodan da görüleceği üzere havayolu işbirliği olmaksızın ihraç edilen ve tüketicilere sunulan kart programlarının sayısının havayolu işbirliği kapsamında ihraç edilen FFP kredi kartı program sayısından daha fazla olduğu anlaşılmaktadır.
- (15) Tabloda yer verilen kartlar dışında Garanti Bonus platformu üyesi Denizbank AŞ (DENİZBANK), TEB, ŞEKERBANK, ING BANK, FİNANS KATILIM, ALTERNATİFBANK, ICBC Turkey Bank AŞ (ICBC) ve GARANTİ tarafından ihraç edilen bonus kredi kartları ile İŞ BANKASI tarafından ihraç edilen Maximum kredi kartları ve AKBANK tarafından ihraç edilen Axess kredi kartları kullanılarak yapılan harcamalar karşılığında kazanılan puanlar vb. ile tüketicilere seyahat avantajları sunulabilmektedir.

³ Tabloda adı geçen bankaların tam unvanları; ING Bank AŞ (ING BANK), Akbank T.A.Ş. (AKBANK), Yapı Kredi Bankası AŞ (YAPI KREDİ), Türkiye İş Bankası AŞ (İŞ BANKASI), Türkiye Halk Bankası AŞ (HALKBANK), Türkiye Vakıflar Bankası Türk Anonim Ortaklığı (VAKIF BANK), Alternatifbank AŞ (ALTERNATİFBANK), Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası AŞ (ZİRAAT BANKASI), HSBC Bank AŞ (HSBC), Albaraka Türk Katılım Bankası AŞ (ALBARAKA), Türkiye Finans Katılım Bankası AŞ (FİNANS KATILIM), Türk Ekonomi Bankası AŞ (TEB), Şekerbank Türk AŞ'dir (ŞEKERBANK).

- (16) Bu noktada THY'nin kendi sadakat programı kapsamında çıkardığı Miles&Smiles kartının, FFP kredi kartlarından ve seyahat avantajı sunan diğer kredi kartlarından farkına değinmenin yerinde olacağı değerlendirilmektedir. THY tarafından yapılan açıklamalarda, THY'nin kendisi tarafından yolcularına sunulan Miles&Smiles kartının; THY'nin sık uçan yolcu programının bir ürünü olduğu, üyelerin anılan program kapsamında THY ve Star Alliance üyesi havayolu firmalarıyla yaptıkları uçuşlardan ve Miles&Smiles program ortaklarından yaptıkları harcamalardan mil kazandıkları, buna karşın POS cihazı vb. bir araçla bir ödeme vasıtası olarak kullanılma niteliğini haiz olmadığı belirtilmişti. Diğer taraftan FFP kredi kartları ile seyahat avantajı sunan diğer kredi kartlarının kullanım alanları geleneksel kredi kartları ile benzerlik göstermekle birlikte tüketicilere sağlamış oldukları avantajlar itibarıyla farklılaşabilmektedir. Bu haliyle seyahat avantajı sunan/FFP kredi kartları tüketicilerin yapmış oldukları havayolu harcamalarında kullanılabilme üzere geleneksel kartlara göre daha avantajlı fırsatlar sunabilmektedir. THY tarafından ayrıca bankalarca ihraç edilmeyen standart Miles&Smiles kartın 5464 sayılı Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu (5464 sayılı Kanun) ve 6493 sayılı Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanun (6493 sayılı Kanun) kapsamında olmadığı da ifade edilmiştir. Bu kapsamda THY'nin kendisi tarafından müşterilere sunulan Miles&Smiles kartın, kredi kartı ve banka kartlarının sunduğu kart limiti, kredili mevduat, temassız ödeme, alışveriş, taksitli alışveriş, nakit avans gibi avantajları sağlamadığı ve aidat, gecikme faizi gibi kredi kartı/banka kartına bağlı yükümlülükleri de doğurmadığı anlaşılmaktadır.
- (17) Yukarıdaki açıklamalardan anlaşılabacağı üzere, THY'nin sadakat programı kapsamında çıkardığı Miles&Smiles kart, ön ödemeli kartlar, sanal kartlar, banka ve kredi kartları gibi ödeme aracı olarak kullanmaya elverişli özellikler taşımamaktadır. Miles&Smiles kart anılan kartlarca sunulan herhangi bir hizmeti tüketiciye sunmamaktadır. Bu bakımdan söz konusu kart bahse konu kartlar ile ikame edilebilir olmadığından değerlendirmede THY'nin sadakat programı kapsamında çıkardığı Miles&Smiles karta ilişkin veriler dikkate alınmayacaktır.

G.3. İlgili Pazar

G.3.1. İlgili Ürün Pazarı

- (18) İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz'da (İlgili Pazar Kılavuzu) ilgili ürün pazarının tespitinde; ürünü satın alan veya hizmetten yararlanan tüketicinin gözünde, söz konusu ürünün/hizmetin fiyatı, kullanım amaçları, fiziksel özellikleri ve nitelikleri bakımından yüksek oranda benzerlik gösteren ya da yüksek ikame edilebilirliği olan mal ve hizmetlerden oluşan pazarlar dikkate alınmaktadır. Başka bir deyişle ilgili ürün pazarı; ürün özellikleri, fiyatları ve kullanım amaçları bakımından tüketici tarafından ikame edilebilir sayılan bütün ürünleri kapsamaktadır.
- (19) İnceleme konusu dosya bakımından ilgili ürün pazarları belirlenirken taraflar arasındaki anlaşmaya konu mal veya hizmet pazarlarının yanı sıra, anlaşmanın etkileyebileceği diğer mal veya hizmet pazarlarının da dikkate alınması gerekmektedir. Bu çerçevede, ilgili ürün pazarları bildirim tarafı teşebbüslerin halihazırda faaliyet gösterdikleri alanlar dikkate alınarak belirlenebilecektir. Bu haliyle ilgili ürün pazarının THY'nin temel faaliyet alanını oluşturan havayolu taşımacılığı hizmetleri ile GARANTİ ve QNB'nin temel faaliyet alanı olan bankacılık hizmetleri olarak dikkate alınması mümkündür.
- (20) Taraflar arasında imzalanan sözleşme uyarınca, GARANTİ ve QNB'nin THY'ye ait olan Miles&Smiles logosunu kullanarak kredi kartı ihraç edebileceği, GARANTİ ve QNB'nin müşterilerinin bu bankalardan temin edecekleri Miles&Smiles markasını taşıyan kredi

kartını kullanarak yaptıkları alışverişlerde mil kazanacakları bir iş birliği kurulmaktadır. İş birlikleri kapsamında GARANTİ ve QNB, sözleşme süreleri boyunca ve belirli süreler dahilinde toplu olarak THY'den mil satın alarak iş birliği kapsamında THY'ye ait Miles&Smiles logosu basılı kredi kartları ihraç etmekte, tüketicilere bu kartlardan yaptıkları harcamaları karşılığında THY'den bilet satın alabilmek üzere mil puan sağlamakta/hediye etmektedir. Bu bakımdan GARANTİ ve THY ile QNB ve THY arasında dikey bir ilişki oluşacağı değerlendirilmektedir.

- (21) Söz konusu dikey ilişkide, THY sağlayıcı konumunda bulunmakta ve GARANTİ ve QNB'ye mil satımı gerçekleştirmektedir. GARANTİ ve QNB ise THY'den temin edeceği bu milleri, çıkaracağı Miles&Smiles logolu kredi kartlarında girdi olarak kullanmakta ve söz konusu kredi kartlarını nihai tüketicilere pazarlayarak kar elde etme fırsatı yakalamaktadır. Bu kapsamda, inceleme konusu dosya bakımından, sağlayıcı ve alıcı arasındaki "üst pazar" ile alıcının nihai ürünün satışı için diğer rakipleri ile rekabet ettiği "alt pazar" özelinde ilgili pazarlar tespit edilmiştir.
- (22) Bu bakımdan bildirim konusu işlem kapsamında üst pazar, "*sık uçan yolcu programı mil alım/satım pazarı*" olarak tespit edilebilecektir. Yine bildirim konusu işlem kapsamında alt pazar ise, "*ücretsiz/indirimli havayolu taşımacılığında seyahat avantajı sunan kredi kartları pazarı*" olarak tayin edilebilecektir.
- (23) Sonuç olarak daha geniş pazar tanımları yapılabilmeyle beraber, geçmiş Kurul kararlarına paralel şekilde en dar haliyle "*sık uçan yolcu programı mil alım/satım pazarı*"nın (üst pazar) ve "*ücretsiz/indirimli havayolu taşımacılığında seyahat avantajı sunan kredi kartları pazarı*"nın (alt pazar) ilgili ürün pazarları olarak ele alınması mümkündür. Ancak bildirim konu başvurular bakımından yapılacak değerlendirmeyi etkilemediğinden kesin bir ilgili ürün pazarı tanımı yapılmasına gerek görülmemiştir.

G.3.2. İlgili Coğrafi Pazar

- (24) Hem üst pazarda hem de alt pazarda sunulan hizmetin Türkiye genelinde homojen bir özellik göstermesi nedeniyle ilgili coğrafi pazar "Türkiye" olarak belirlenmiştir.

G.4. Değerlendirme

G.4.1. 4054 sayılı Kanun'un 4. Maddesi Çerçevesinde Değerlendirme

- (25) Bildirime konu dikey Sözleşmeler çerçevesinde, GARANTİ ve THY ile QNB ve THY arasında, ilgili pazarlarda rekabet üzerinde etki doğurabilecek nitelikte iş birlikleri düzenlenmiştir. Buna göre, GARANTİ ve THY ile QNB ve THY arasında akdedilen Sözleşmeler'in yukarıda yer verilen 1.2.1. maddesinde; (.....) Sözleşmeler'de yer alan bu hüküm alıcı konumunda bulunan GARANTİ ve QNB'ye Sözleşmeler'deki uygulamaya alternatif oluşturabilecek şekilde uçuş mili kazanmaya ve uçuşlarda harcamaya yönelik banka/kredi kartı çıkartmaya yönelik iş birlikleri bakımından rekabet etmeme yükümlülüğü getirmektedir.
- (26) Rekabet etmeme yükümlülüklerinin süreleri sözleşme sürelerine bağlı olup GARANTİ ve QNB bakımından temelde (.....) yıl olmak üzere bazı farklıklar göstermektedir. THY ve GARANTİ arasında akdedilen Sözleşme-1'de sözleşmesinin süresinin (.....) yıl olacak şekilde düzenlendiği, (.....) yılın sonunda bankanın sözleşmeye devam etmek istemediğini THY'ye bildirmesi halinde sözleşmenin sona ereceği, bankanın (.....) yılın sonunda sona erme bildiriminde bulunmaması halinde (.....) yıl uzayacağı ve bu (.....) yıl sonunda tarafların karşılıklı anlaşması halinde bir (.....) yıl daha uzatılabileceği anlaşılmaktadır. Diğer taraftan THY ve QNB arasında akdedilen Sözleşme-2'de sözleşme süresi (.....) yıl olarak düzenlenmiş olup sözleşme süresinin sona ermesi

sonrasında tarafların karşılıklı anlaşması halinde (.....) yıl daha uzatılabileceği belirtilmektedir. Bu bakımdan Sözleşmeler rekabeti kısıtlayıcı bir etkiye sahip olabileceğinden söz konusu yükümlülüğün kapsamının ve süresinin de değerlendirilmesi önem arz etmektedir.

- (27) İlgili maddelerde sözleşme tarafı bankaların banka kartı ve kredi kartı uygulamaları dışında para transferi işlemleri, fatura ödemeleri, sigorta işlemleri, bireysel/ticari kredi işlemleri, bireysel emeklilik işlemleri ya da üye işyeri iş birlikleri kapsamında kredi kartına taksit yapılması gibi bankacılık uygulamaları için indirim maliyeti havayolu şirketi tarafından karşılanması koşuluyla havayolu firmaları ile kurulacak iş birlikleri bu yükümlülüğün dışında tutulmuştur.
- (28) Öte yandan bu iş birlikleri ile tanınan ödül ya da taksit imkanlarının (örneğin bankanın herhangi bir kartıyla herhangi bir havayoluna sunduğu taksit sayısı gibi) Miles&Smiles kredi kartları ile THY'ye tanınan taksit imkanlarından daha cazip olmayacağı, aynı imkanların sözleşmelere konu kart ile de müşteriye sunulacak olması, en çok kayırlan müşteri koşulu sayılabilecek şekilde düzenlenmektedir. Ek olarak, sözleşme tarafı bankalar, herhangi bir havayolu firması ile iş birliği yapmaksızın müşterilerine seyahat avantajı sunan bireysel veya ticari kart çıkarabilecek olup ilgili kartlarla kazanılan puanlarla havayolu bağımsız uçak bileti alımına yönelik uygulamalar için bankaya herhangi bir yükümlülük getirilmemektedir.
- (29) Sözleşme-1'in ve Sözleşme-2'nin 1.1.2. maddelerine göre; (.....) THY, Türkiye'de GARANTİ, QNB ve KUYEY TÜRİK işbirliklerine ilaveten en fazla (.....) kart çıkaran kuruluş ile uçuş mili kazandıran kredi kartı işbirliği yapabilecektir.
- (30) Sözleşmeler'in 1.1.2. maddesinde ise, THY'nin Türkiye'de (.....) banka dışında başka bir kart çıkaran kuruluş ile uçuş mili kazandıran kredi kartı iş birliği yapamayacağına ilişkin rekabet sınırlaması içeren bir hüküm daha bulunduğu görülmektedir. Bu hüküm de sağlayıcı konumda olan THY'nin Sözleşmeler'e konu olan ürün ve hizmetleri satabileceği alıcı sayısına (.....) banka ile sınırlama getirmekte olup bu bakımdan rekabeti kısıtlayıcı etkiye sebep olabilecektir. Nitekim bu yükümlülüğün süresi sözleşme sürelerine bağlanmış olup taraflar arasında akdedilmiş Sözleşmeler THY'nin benzer iş birliklerinde bulunmasını (.....) yıl süre ile sınırlamaktadır.
- (31) Taraflar arasında imzalanan Sözleşmeler, yukarıda belirtildiği üzere, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi açısından rekabeti kısıtlayıcı hükümler içerdiğinden, Sözleşmeler'e aynı Kanun'un 8. maddesi çerçevesinde menfi tespit belgesi verilmesinin mümkün olmadığı değerlendirilmektedir.

G.4.2. 4054 sayılı Kanun'un 5. Maddesi Çerçevesinde Değerlendirme

G.4.2.1. Grup Muafiyeti Değerlendirmesi

- (32) Bildirime konu Sözleşmeler'in hükümleri ve taraflarının konumu dikkate alındığında, THY ile GARANTİ ve THY ile QNB arasındaki bildirim konusu iş birliği, THY'nin Sık Uçan Yolcu Programı millerinin sağlayıcısı olduğu, GARANTİ ve QNB'nin ise bu millerin alıcısı olduğu dikey bir anlaşmadır.
- (33) 2002/2 sayılı Tebliğ'in 2. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca herhangi bir dikey anlaşmanın Tebliğ kapsamında grup muafiyetinden faydalanabilmesi için, sağlayıcının ilgili pazardaki payının %30'u aşmaması gerekmektedir.

- (34) Dosya konusu Sözleşmelere bakıldığında, Türkiye’de THY’nin GARANTİ ve QNB dışında toplam sadece (.....) banka⁴ ile benzeri tarzda bir iş birliği yapabileceği şeklinde bir yükümlülük bulunduğu, bunun da GARANTİ ve QNB’nin THY’den başka bir havayolu şirketi ile Sözleşmeler’de anlatılan uygulamaya alternatif oluşturacak şekilde uçuş mili ve uçuş kazanma/harcamaya yönelik iş birlikleri kuramayacağına yönelik bir rekabet etmeme yükümlülüğü ile birleştiği görülmektedir. Aşağıda sunulan Tablo-2 ve 4’te görülebileceği üzere, THY’nin aktif kart adedi bakımından hesaplanmış olan sık uçan yolcu programı mil alım/satım pazarındaki pazar payı %30’u aşmaktadır. Bu nedenle bildirim konu sözleşme 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında grup muafiyetinden yararlanamamaktadır.

G.4.2.2. Bireysel Muafiyet Değerlendirmesi

- (35) Bildirim konu sözleşmeye bireysel muafiyet tanınabilmesi için 4054 sayılı Kanun’un 5. maddesinde öngörülen iki olumlu iki olumsuz koşulun birlikte sağlanması gerekmektedir. Bu koşulların değerlendirilmesine geçmeden önce, havayolu uçuş hizmetlerinin sunulması alanında faaliyet gösteren THY’ye rakip teşebbüslerin FFP kredi kartı programlarına ve pazardaki rekabet üzerindeki etkilerine ilişkin görüşlerine yer verilmesinde fayda vardır. (.....) tarafından;

- (.....)
- (.....)
- (.....)
- (.....)⁵ (.....)
- (.....)
- (.....)
- (.....)
- (.....)
- (.....)
- (.....)
- (.....)

ifade edilmiştir.

- (36) (.....) tarafından sunulan cevabi yazıda;

- (.....)
- (.....)
- (.....)
- (.....)

ifade edilmiştir.

⁴ Halihazırda anılan bankalar dışında KUVEYT TÜRK ile benzer sözleşme yapılmış olup (.....) banka ile daha sözleşme akdedilebilecektir. Diğer taraftan anılan (.....) banka dışında (.....) banka ile daha sözleşme yapılmak üzere görüşmeler yapıldığı ancak mevcut durumda anlaşmaya varılan teşebbüs bulunmadığı ifade edilmiştir.

⁵ Kurulun 01.11.2012 tarihli ve 12-53/1511-529 sayılı; 07.09.2017 tarihli ve 17-28/465-204 sayılı ve kararları.

a) Malların üretim veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması

- (37) Bireysel muafiyet değerlendirmesinde aranan ilk olumlu koşulun sağlanıp sağlanmadığının tespiti ve hangi hallerin ekonomik yarar sağladığı somut olayın özelliklerine göre değerlendirilmektedir. Genel olarak, üretim ve dağıtım maliyetlerinin düşürülmesi, kalitenin artırılması, malın arzında devamlılığın sağlanması, yeni piyasalara girişin kolaylaştırılması ve yeni ürünlerin ya da üretim tekniklerinin bulunması hallerinde etkinlik kazanımının ortaya çıkacağı ve bu koşulun sağlanacağı kabul edilmektedir.
- (38) Bildirime konu Sözleşmeler kapsamında kart hamillerine kredi kartları ile yaptıkları alışveriş karşılığında ödül olarak dağıtılan miller ile THY'den ücretsiz uçak bileti düzenleme veya uçuş sınıfını yükseltme, millerle bilet vergisi ödeme, anlaşmalı üye iş yerlerinde millerini harcama ve www.shopandmiles.com adresli web sitesinden milleri karşılığında hediye çeki alma, çevrim içi ödeme yapma ya da ilgili program ortaklarının puanlarına dönüştürme imkânları sağlanmaktadır. İlaveten Miles&Smiles ortak markalı kart hamilleri, programın sunduğu ekstra bagaj hakkı, özel yolcu salonuna giriş hakkı, ayrıcalıklı check-in gibi diğer avantajlardan da yararlanabilmektedir. THY ile GARANTİ arasındaki işbirliği kapsamında yaklaşık (.....) yıl boyunca Shop&Miles, (.....) yıldır ise Miles&Smiles kredi kartı uygulaması sürdürülmekte olup THY ile QNB arasındaki işbirliği çerçevesinde de yaklaşık (.....) yıldır Miles&Smiles kredi kartı hizmeti devam etmektedir. Böylelikle ilgili kredi kartı hamilleri yaptıkları harcamalardan uçuş mili kazanmayı sürdürmekte ve buna bağlı olarak arzın sürekliliği sağlanmaktadır.
- (39) Miles&Smiles kredi kartı iş birliği çerçevesinde THY, Miles&Smiles kredi kartı kullanıcılarına ödül olarak sunulmak üzere GARANTİ ve QNB'ye Sözleşmeler süresince mil satmaktadır. Bu sayede THY, hem gelir elde etmekte hem de uçuşlarını ve yolcu kapasitesini daha etkin şekilde planlayabilmektedir. Söz konusu iş birliği, THY'nin FFP uygulamasını yalnızca tüketici sadakatini artırmaya yönelik bir pazarlama aracı olmaktan çıkarak, aynı zamanda gelir sağlayan bir ekonomik faaliyet haline getirmektedir. THY müşterileri, söz konusu iş birlikleri sayesinde taksitli alışveriş ve kredi imkânlarından yararlanabilirken, Miles&Smiles kredi kartına ilişkin reklam ve tanıtım hizmetleri GARANTİ ve QNB tarafından yürütülmektedir. Ayrıca, söz konusu bankaların dağıtım kanalları üzerinden tüketicilerin Miles&Smiles programına erişimi kolaylaşmakta; bu yolla hem hizmete erişimde kolaylık sağlanmakta hem de THY ile ilgili bankalar daha geniş bir müşteri kitlesine ulaşabilmektedir.
- (40) GARANTİ ve QNB'nin ise, THY ile yaptığı iş birliği sonucunda, THY'nin müşterilerine daha az maliyetle ulaşip bunları kredi kartı müşterisi haline getirebileceği ve böylece gelir seviyesi ve alışveriş harcamaları yüksek olan bu müşteri kitlesinin GARANTİ ve/veya QNB kredi kartı ile alışveriş yapması sonucunda bir gelir elde edeceği öngörülmektedir. Buna ek olarak bahse konu iş birliği anlaşmasının tarafların kurumsal kimliklerine ve marka değerlerine de önemli katkı sağlayacağı belirtilmiştir.
- (41) Muafiyetin Genel Esaslarına İlişkin Kılavuz'da⁶ (Kılavuz) tarafların varlıklarını bir araya getirdiğinde, tek başlarına erişme imkanı olmayan maliyet/çıktı oranlarına ulaşabilmeleri de etkinlik kazanımı olarak değerlendirilmekte ve bu kazanımın muafiyetin ilk koşulunun sağlanması bakımından dikkate alınabileceği ifade edilmektedir. Bu kapsamda dosya konusu bakımından GARANTİ ve THY ile QNB ve THY arasında kurulan iş birlikleri ile reklam/tanıtım hizmetlerinde maliyet avantajı

⁶ Bkz. Kılavuz 33. par.

sağlanacağı, böylece tarafların tek başlarına faaliyet göstermeleri halinde erişemeyecekleri geniş müşteri kitlesine ulaşabilecekleri ve THY'nin önceden satış yaparak gelir elde etmesinin yanı sıra uçuşlarını daha etkin organize edebileceği değerlendirilmektedir.

- (42) Bu açıklamalar çerçevesinde söz konusu hizmetlerin sunumunda iyileşme sağlanacaktır. Bu nedenle, bildirim konusu Sözleşmeler ile muafiyet koşullarından ilki olan "malların üretim veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması" şartını karşıladığı sonucuna ulaşılmıştır.

b) Tüketicinin bundan yarar sağlaması

- (43) 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi anlamında rekabeti sınırlayıcı etkileri olan bir anlaşmanın Kanun kapsamında muafiyet alabilmesi için Kanun'un beşinci maddesinin birinci fıkrasının (a) bendinde koşul olarak getirilen mal ve hizmet sunumunda gelişme, iyileşme veya ekonomik ve teknik gelişmelerden tüketicinin de faydalanması gerekmektedir. Tüketicieye sağlanan faydanın ölçülmesi ve değerlendirilmesinde, fiyatlarda yaşanan düşüş, satış sonrası hizmetlerde artan etkinlik, ürün çeşitliliği, tüketicinin ürüne daha kolay ulaşımı, mal arzında devamlılık gibi unsurlar dikkate alınmaktadır.
- (44) Miles&Smiles ortak markalı kredi kartı sahibi olmayan Miles&Smiles üyeleri sadece THY ve diğer Star Alliance⁷ üyesi havayolu şirketleriyle yaptığı uçuşlardan ve THY'nin anlaşması olan havacılık dışı program ortaklarından (otel, araç kiralama şirketleri vb.) aldıkları ürün ve hizmetler karşılığında mil kazanabilmektedir. Öte yandan, Miles&Smiles ortak markalı kredi kartları THY'nin kendi mil kazandıran kanallarına ek olarak bankacılık sektörünü de mil kazandırma uygulamasına dâhil etmektedir. Miles&Smiles üyesi ortak markalı kart sahipleri bu sayede daha kolay ve daha fazla mil kazanabilmektedir. Başka bir deyişle, THY FFP üyeleri, bildirim konu iş birliklerinin olmaması halinde sadece uçuşlardan ve THY'nin anlaşma imzaladığı sınırlı sayıda iş yerinden aldıkları hizmet karşılığı mil kazanmakta iken, mevcut iş birlikleri ile anlaşmaya taraf herhangi bir banka tarafından ihraç edilen Miles&Smiles kredi kartları ile yapmış oldukları alışverişlerden de mil kazanmaya devam edeceklerdir. Böylece THY'nin FFP programı, tüketiciler için daha cazip hale gelmektedir.
- (45) Diğer taraftan kredi kartı sahibi müşteriler alışveriş harcamalarından kazanmış oldukları mil puanları sadece THY kuralları çerçevesinde kullanabilmektedir. Bir diğer ifade ile kart hamilleri mil puanlarını ilgili bankanın tüm üye işyerlerinde veya THY ile sözleşme akdetmiş bir diğer bankanın üye işyerlerinde kullanamamaktadır. Bu çerçevede kazanılan mil puanların yalnızca THY kuralları çerçevesinde kullanılabildiği, kullanım noktalarının ise THY tarafından belirlendiği ve bu noktaların banka üye işyerleri arasında bulunmak zorunda olmadığı, THY ile anlaşmasının bulunmasının gerektiği ifade edilmiştir.
- (46) THY tarafından tüketici faydasının artırılmasına yönelik sunulan bilgilere göre, FFP üyeleri ile daha sık temas kurmak ve günlük hayatlarının bir parçası olmak amacıyla Miles&Smiles'a özel mobil uygulama şeklinde yeni bir dijital platform geliştirildiği, anılan platform sayesinde ödül bilet satın alma, mil takibi vb. standart işlemlerin yanı

⁷ Star Alliance, 1997 yılında kurulmuş olan ve günümüzde dünyanın farklı bölgelerinde faaliyet gösteren çok sayıda havayolu şirketinin oluşturduğu küresel bir havayolu ortaklığıdır. Star Alliance 189 ülkede bulunan 1.150 havalimanına günde 17.500'den fazla uçuş sağlamaktadır.

<https://www.turkishairlines.com/tr-tr/basin-odasi/hakkimizda/star-alliance/>

sıra mil indirimli uçuş tekliflerine de erişim sağlanabileceği ifade edilmektedir. Ayrıca tüketicilerin THY ile anlaşmalı GARANTİ, QNB ve KUYEY TÜRÖ'ten Miles&Smiles kredi kartı alabileceği ve her üç bankadan temin etmiş olduğu kartlarda yapılan harcamalardan kazanılan mil puanların tek bir Miles&Smiles hesabında biriktiği belirtilmektedir. Bu sayede tüketicilerin, üç bankanın Miles&Smiles kredi kartından yapılan harcamalar ile kazandıkları mil puanların tek bir hesapta toplanarak kayıp yaşamasının önüne geçildiği anlaşılmaktadır. İlâveten kart hamilleri üç bankanın yapmış olduğu farklı kampanyalara katılarak daha fazla mil puan kazanma imkanına kavuşmaktadır.

- (47) Bildirime konu Sözleşmeler kapsamında tüketicilerin elde edeceği faydanın, temelde fiyatlardaki düşüş⁸, arzın sürekliliği ve markalar arası rekabetin artması şeklinde kendini göstereceği beklenmektedir. Kart hamillerine kredi kartları ile yaptıkları alışveriş karşılığında ödül olarak dağıtılan miller ile tüketicilerin yurt içi ve yurt dışında uçak ile ücretsiz seyahat etme imkânı sağlanmaktadır. THY müşterilerinin, THY ve GARANTİ ile THY ve QNB arasındaki Miles&Smiles kredi kartı iş birliklerinin bir sonucu olarak taksitli alışveriş ve kredi imkânına da sahip olması dolayısıyla tüketicilere sunulan ürünlerde çeşitlilik sağlanmış olacaktır.
- (48) Ek olarak mevcut iş birlikleri ile kredi kartları pazarında önemli bir ürün farklılaştırması gerçekleşmekte ve böylece tüketicilerin tercih seçenekleri artmaktadır. Diğer taraftan, GARANTİ, QNB ve THY'nin müşterilerinin tüketim alışkanlıklarını daha iyi gözlemlemesinin bir sonucu olarak, sundukları hizmetleri tüketicilerin tercihlerine göre geliştirmeleri de beklenecektir.
- (49) Yukarıdaki başlıkta da değinildiği üzere THY FFP üyeleri, bildirime konu iş birliklerinin olmaması halinde sadece uçuşlardan ve THY'nin anlaşma imzaladığı sınırlı sayıda işyerinden aldıkları hizmet karşılığı mil kazanmaktayken, mevcut iş birlikleri ile Miles&Smiles kredi kartı ile yapmış oldukları alışverişlerden de mil kazanmaya devam edeceklerdir. Buna ek olarak, tüketiciler GARANTİ ve QNB'nin dağıtım kanalları vasıtasıyla da THY'nin Miles&Smiles programına dahil olabileceklerdir. Bu sayede tüketicilerin söz konusu hizmete erişiminde kolaylık sağlanmış olacaktır. Diğer yandan Miles&Smiles ortak markalı kart hamilleri, programın sunduğu ekstra bagaj hakkı, özel yolcu salonuna giriş hakkı, ayrıcalıklı check-in gibi diğer avantajlardan da yararlanabilmektedir.
- (50) Bu çerçevede, bildirime konu Sözleşmeler'e istinaden çıkarılan kredi kartları sayesinde ortaya çıkacak maliyet avantajlarının tüketiciye yansıtılması sonucu oluşacak fiyat seviyesindeki düşüş (alışverişlerden kazanılan mil puanlar vasıtasıyla), satış sonrası etkin hizmetler, ürün çeşitliliğinin artması, daha geniş tüketici kitlesinin ürüne daha kolay ulaşabilmesi gibi koşullar tüketicinin elde edeceği faydalar kapsamında değerlendirilebilecektir. Ayrıca, dosya konusu iş birlikleri vasıtasıyla kredi kartları pazarında gerçekleşecek ürün farklılaştırması, tüketici tercihlerinin artmasını sağlayacaktır. Açıklanan tüm bu nedenlerle Kanun'un 5. maddesi çerçevesinde aranan tüketici yararının sağlanmasına ilişkin şartın da gerçekleştiği sonucuna varılmaktadır.

c) İlgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması

- (51) 4054 sayılı Kanun'un beşinci maddesinin birinci fıkrasının (c) bendi bağlamında ilgili pazarın önemli bir kısmında rekabetin ortadan kalkmamasına ilişkin şartın sağlanıp sağlanmadığının analizi, anlaşmanın niteliği ve kapsamı, taraflarının ve rakiplerin

⁸ Fiyatlardaki düşüşün promosyona daha kısa sürede ve daha düşük alışveriş miktarlarıyla ulaşma şeklinde algılanmasının beklendiği ifade edilmiştir.

pazardaki konumları, pazarın ve iş birliğine konu ürünün özellikleri, giriş engelleri, pazarın doygunluk seviyesi, tüketici tercihlerinin ne ölçüde kısıtlandığı gibi unsurların değerlendirilmesini gerektirmektedir. İlgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması koşulu, pazar gücü ve bu güce bağlı olarak söz konusu anlaşmaların pazardaki etkisi ile yakından ilgilidir. Bir teşebbüsün pazar gücü ne kadar yüksek derecede hissedilir ise rekabeti bozucu etkileri olan bir dikey sınırlamanın kural olarak muafiyet alması güçleşecektir.

- (52) Alıcının belli bir ürünün tamamını tek bir sağlayıcıdan alması koşulunu içeren anlaşmaların rekabet üzerindeki başlıca olumsuz etkisi pazar kapama etkisidir. Bu yöndeki rekabet sınırlamasının pazar üzerindeki rekabeti bozucu etkilerini belirlemede önemli unsurların başında “sağlayıcının pazardaki konumu” gelmektedir. Sağlayıcının pazardaki konumunun yanında alıcıya getirilen rekabet etmeme yükümlülüğünün kapsamı ve süresi de anılan değerlendirmede önem kazanmaktadır. En çok kayırılan müşteri koşullarının da pazar kapama ya da giriş engelleri yaratma gibi rekabetçi kısıtlayıcı etkiler doğurma olasılığı olduğu kabul edilmektedir.
- (53) Bu çerçevede öncelikle bildirim konu Sözleşmeler’in etkilediği pazarların ve tarafların faaliyet gösterdikleri pazarlardaki konumlarının irdelenmesi ve dosya konusu işlem bakımından sağlayıcı konumunda bulunan THY’nin pazar gücünün ortaya konulması gerekmektedir. Havayolu şirketlerinin bazı hatlarda tek başına tayin edildiği diğer hatlarda ise diğer havayolu şirketleriyle rekabet içinde faaliyet gösterdiği görülmektedir. Bu noktada söz konusu pazardaki pazar payı analizinin, öncelikle havayollarının tek başına tayin edildiği hatlardaki yolcu sayısı bazında, sonrasında ise toplam yolcu sayısı bazında yapılması pazardaki uygulamalar göz önüne alındığında daha uygundur. Aşağıda Türkiye’de faaliyet gösteren havayollarının 2023 ve 2024 yıllarına ilişkin olarak tek başına tayin edildikleri yurt içi ve yurt dışı hatlardaki yolcu sayısı ve toplam yolcu sayısı bazında pazar paylarına yer verilmiştir.

Tablo-2: Havayolu Şirketlerinin Pazar Payları (2023 ve 2024 yılları)

Havayolu Şirketi	Tek Başına Tayin Edildiği Hatlardaki (TBTEH) Yolcu Sayısı		TBTEH Bazında Pazar Payı (%)		Toplam Yolcu Sayısı (TYS)		TYS Bazında Pazar Payı (%)	
	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024
THY TOPLAM	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
THY	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
AJET ⁹	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
PEGASUS	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
SUNEXPRESS	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
LUFTHANSA ¹⁰	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
TOPLAM	42.045.102	34.054.731	100,0	100,0	129.102.855	153.814.319	100,0	100,0

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Cevabi Yazılar ve Yapılan Hesaplamalar

- (54) Havayolu şirketlerinin tek başına tayin edildikleri hatlar bakımından pazar payları incelendiğinde THY’nin söz konusu pazar bağlamında oldukça yüksek bir paya sahip olduğu görülmektedir. Öte yandan, toplam yolcu sayısı bazında bakıldığında, THY’nin pazar payının tek başına tayin edildiği hatlardaki pazar payına göre düşük olduğu ve 2023 yılı itibarıyla %(....) pazar payına sahip olduğu, en güçlü rakibi olan PEGASUS’un ise yaklaşık %(....) paya sahip olduğu görülmektedir. Toplam yolcu sayısı açısından 2024 yılında ise, 2023 yılına kıyasla teşebbüslerin sahip oldukları pazar paylarında belirgin farklılıklar gerçekleşmediği, söz konusu pazarda 2024 yılında

⁹ Ajet Hava Taşımacılığı AŞ (AJET)

¹⁰ Deutsche Lufthansa Aktiengesellschaft Türkiye Şubesi (LUFTHANSA)

THY'nin iştiraki AJET ile birlikte¹¹ %(.....), PEGASUS'un ise %(.....) oranında pazar payı elde ettiği görülmektedir. THY'nin havayolu ile yolcu taşımacılığı alanındaki sahip olduğu pazar payı, GARANTİ ve QNB ile yapılmış olan anlaşmaların rekabet üzerindeki olumsuz etkilerinin daha fazla hissedilmesi bakımından önemlidir.

- (55) Bununla birlikte THY'nin toplam yolcu sayısı bakımından önemli bir paya sahip olmasının ardında yatan nedenin THY ile THY iştiraki AJET'in tek başlarına tayin edildikleri hatlardaki yolcu sayılarından kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Nitekim 2024 yılı itibarıyla rakiplerin bulunduğu hatlarda (başka bir ifadeyle tek başına tayin edilmeyen hatlarda) yolcu sayıları THY (AJET ile birlikte) için (.....), PEGASUS için ise (.....) olarak gerçekleşmiştir. Bu hatlar bakımından teşebbüslerin pazar paylarının sırasıyla %(.....) ve %(.....) olduğu, herhangi bir rakip ile ortak uçuş yapılan hatlardaki pazar payları bakımından PEGASUS'un payında artış olurken THY'nin payında ise azalış olduğu görülmektedir. Öte yandan söz konusu değişimler THY'nin pazardaki genel konumu üzerinde belirgin bir farklılık yaratmamaktadır.
- (56) İkinci olarak üst pazar olarak ele alınan "sık uçan yolcu programı mil alım/satım pazarı" bakımından THY'nin sahip olduğu pazar payı da değerlendirilmelidir. 2023 ve 2024 yılları itibarıyla havayolu şirketlerinin bankalarla yaptıkları sık uçan yolcu programına yönelik iş birlikleri kapsamında ihraç edilen aktif kredi kartı sayısına ve bahse konu kart hamillerinin gerçekleştirdikleri uçuş sayısına göre hesaplanan pazar payı verileri aşağıdaki tabloda yer almaktadır:

Tablo-3: Havayolu Anlaşmalı FFP Kredi Kartı Sayısı ve Uçuş Sayısı

Banka-Havayolu	Kart Adı	Aktif Kart Sayısı	Pazar Payı (%)	Uçuş Sayısı		Pazar Payı (%)	
				2023	2024	2023	2024
GARANTİ - THY	Miles&Smiles	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
QNB - THY	Miles&Smiles	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KUVEYT TÜRK - THY	Miles&Smiles	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ING - PEGASUS	BolBol	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM		894.229	100,00	5.041.078	4.608.934	100,00	100,0

Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Bilgiler ve Yapılan Hesaplamalar

- (57) Bu tabloya göre THY'nin GARANTİ, QNB ve KUVEYT TÜRK ile gerçekleştirdiği iş birlikleri sayesinde, uçuş sayısı bakımından, üst pazarda elde ettiği payın 2023 yılı için %(.....), 2024 yılı için ise %(.....) olduğu görülmektedir. Öte yandan havayolu iş birliği anlaşmaları kapsamında ihraç edilmiş olan toplam aktif FFP'li kredi kartlarının yaklaşık %(.....)'inin ise THY ile iş birliği bulunan GARANTİ, QNB ve KUVEYT TÜRK tarafından ihraç edilmiş olduğu anlaşılmaktadır. Diğer yandan, aktif FFP'li kredi kartı sayıları incelendiğinde 2024 yılı itibarıyla; (.....) kartı bulunan GARANTİ'nin %(.....), (.....) kartı bulunan QNB'nin %(.....) ve (.....) kartı bulunan KUVEYT TÜRK'ün %(.....) pazar payı elde ettiği anlaşılmaktadır. PEGASUS ile FFP kredi kartı ihraç anlaşması bulunan ING'nin ise (.....) kredi kartı ile %(.....) pazar payı elde ettiği görülmektedir.
- (58) Üst pazardaki paylar bakımından oluşan bu görünümün, hem THY'nin sektörde sahip olduğu özel konumundan hem de anlaşma yaptığı bankaların sahip olduğu müşteri sayısından kaynaklandığı anlaşılmaktadır. THY'nin 2003 yılına kadar sektörde neredeyse rakibinin olmadığı, sonraları PEGASUS'un pazara girmesiyle gerçek

¹¹ THY iştiraki olarak AJET 31.03.2024 itibarıyla faaliyet göstermeye başlamıştır. Bu nedenle THY pazar payı bakımından her iki şirketin pazar payı toplamına yer verilmiştir.

anlamda rekabetin başladığı ve pazara giriş yapmasına karşın aradan geçen sürede pazardan çıkan teşebbüslerin var olduğu hususu belirtilmelidir. Buna ek olarak THY'nin uçtuğu bazı lokasyonlara PEGASUS veya pazardaki diğer oyuncuların uçmadığı dikkate alındığında THY'nin FFP programının daha geniş bir tüketici yelpazesine hitap ettiği, bu nedenle anılan program dâhilinde ihraç edilen kredi kartlarının ve uçuş sayılarının yüksek olduğu değerlendirilmektedir. Sonuç olarak, teşebbüslerin sahip olduğu bu pazar payları, hem geçmişten gelen birtakım özel koşullarından hem de yaptıkları iş birliklerinin daha fazla sayıda tüketiciye ulaşmalarını sağlamasından kaynaklanmaktadır. Bu kapsamda PEGASUS ve THY'nin tek başına tayin edildiği noktalar ve bir başka firma ile tayin edildiği uçuş noktaları bakımından FFP yolcu sayılarına ilişkin tabloya aşağıda yer verilmektedir.

Tablo-4: THY ve Rakiplerinin Yurt İçi FFP Yolcu Sayıları ve Payları

	2023			2024		
	TBTEH Yolcu Sayısı	Diğer Yolcu Sayısı	Toplam	TBTEH Yolcu Sayısı	Diğer Yolcu Sayısı	Toplam
PEGASUS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
THY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SUNEXPRESS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
LUFTHANSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PEGASUS (Pay)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
THY (Pay)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	6.869.386	5.181.108	12.050.494	3.616.249	11.912.222	15.610.833

Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Bilgiler ve Yapılan Hesaplamalar

- (59) Yukarıda yer verilen tabloda görüldüğü üzere, THY'nin özellikle tek başına tayin edildiği hatlardaki FFP yolcu sayıları bakımından önemli bir avantajı bulunmaktadır. Diğer taraftan PEGASUS'un bir başka firma ile tayin edildiği hatlardaki FFP yolcu sayısının 2023 yılında THY'nin (.....) katından daha fazla olduğu, 2024 yılında önemli bir düşüş görülmekle birlikte THY'nin FFP'li yolcu sayısının yaklaşık (.....) oranında FFP'li yolcu sayısına sahip olduğu anlaşılmaktadır. Toplam FFP'li yolcu sayıları bakımından ise PEGASUS'un (.....) oranında paya sahip olduğu, bu çerçevede Tablo-2'de yer verilen pazar paylarının aksine FFP yolcu sayısı bakımından PEGASUS'un daha yüksek bir pay elde ettiği görülmektedir. Dolayısıyla PEGASUS'un toplam FFP'li yolcu sayıları bakımından payının düşmesinin sebebinin tek başına tayin edildiği hatlardaki yolcu sayılarının düşük olmasından kaynaklandığı anlaşılmaktadır.
- (60) Sözleşmelerin alt pazardaki etkilerinin değerlendirilebilmesi için "ücretsiz/indirimli havayolu taşımacılığında seyahat avantajı sunan kartlar pazarı"nın da incelenmesi uygun olacaktır. Önceki bölümlerde açıklandığı gibi kullanıcısına seyahat avantajları sunan iki türlü kredi kartından bahsetmek mümkündür. Bunlardan ilki FFP'li kredi kartı olarak adlandırılan ve temelde doğrudan banka ile havayolu şirketi arasındaki anlaşmaya dayanarak çıkarılan kartlardır. Bu bağlamda THY ile GARANTİ ve THY ile QNB arasındaki anlaşmalar çerçevesinde çıkarılan Miles&Smiles kredi kartının yanı sıra, THY ile KUYEY TÜR K iş birliği ile çıkartılan Miles&Smiles, PEGASUS ile ING iş birliği ile çıkartılan ING Pegasus BolBol kart tüketicilerin tercihine sunulmaktadır.
- (61) Ücretsiz/indirimli havayolu taşımacılığında seyahat avantajı sunan kartlar pazarında ayrıca bankalar, herhangi bir havayolu şirketi ile FFP iş birliği yapmamış olsalar dahi, kredi kartı ile belirli miktarda alışveriş yapan müşterilerine ücretsiz veya indirimli havayolu taşımacılığı avantajı sunabilmektedir. Nitekim AKBANK'a ait Wings, YAPI KREDİ'ye ait Adios, İŞ BANKASI'na ait Maximiles, Privia Black ve MercedesCard, GARANTİ'ye ait Shop&Fly, HALKBANK'a ait Parafly Kart, VAKIF BANK'a ait Milplus

Kart, FİNANS KATILIM'a ait Ala Kart, ALTERNATİF BANK'a ait Diners Club Card ve HSBC'ye ait Premier Miles kartları bankaların kendi bünyelerinde geliştirdiği ücretsiz veya indirimli havayolu taşımacılığı avantajı sunan kredi kartları olarak göze çarpmaktadır. Bu kart programları sayesinde bankalar herhangi bir havayolu şirketi ile anlaşma yapmadan da müşterilerine seyahat avantajı sunabilmektedir. Bu durumun bir sonucu olarak, "ücretsiz/indirimli havayolu taşımacılığında seyahat avantajları sunan kredi kartları pazarı" bankalarca sürekli yeni girişlerin yapılabildiği ve giderek büyümeye elverişli dinamik bir pazar özelliği göstermektedir.

- (62) Bankaların havayolu şirketleri ile yaptığı iş birlikleri kapsamında ihraç ettikleri ve aktif FFP'li kredi kartı sayılarına göre sahip oldukları pazar payına önceki açıklamalarda yer verilmiştir (Tablo-3). Aşağıdaki tabloda ise, 2024 yılı itibarıyla bankaların ihraç etmiş olduğu toplam kredi kartı sayıları, bunlardan herhangi bir havayolu şirketi ile iş birliği yapmaksızın (FFP'li olmayan) ihraç ettikleri seyahat avantajı sunan (SAS) kredi kartları ile seyahat avantajı sunan toplam kart sayılarına yer verilmektedir.

Tablo-5: Bankaların Kart Sayıları ve Kart Sayıları Bazında Pazar Payları (2024)¹²

Banka	Toplam Kart Sayısı	Pazar Payı (%)	SAS Kart Sayısı (Havayolu Anlaşmasız)	Pazar Payı (%)	SAS Kart Sayısı Toplam	Pazar Payı (%)
YAPI KREDİ	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
GARANTİ	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
QNB	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
ZİRAAT BANKASI	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
AKBANK	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
İŞ BANKASI	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
VAKIF BANK	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
HALKBANK	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
TEB	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
KUVEYT TÜRK	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
FİNANS KATILIM	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
ALBARAKA	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
ING	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
ŞEKERBANK	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
HSBC	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
ALTERNATİF	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Diğer	20.049.314	15,45	-	-	-	-
TOPLAM	129.387.942 ¹³	100,00	6.796.704	100,00	8.385.638	100,00

Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Bilgiler ve Yapılan Hesaplamalar

- (63) Bankalar, herhangi bir havayolu şirketi ile FFP iş birliği yapmamış olsalar dahi, kredi kartı ile belirli miktarda alışveriş yapan müşterilerine ücretsiz veya indirimli havayolu taşımacılığı avantajı sunabilmektedir. Kazandırdıkları mil, bonus, puan veya para gibi ödüllerin havayolu taşımacılığı sektöründe kullanılmasını sağlayabilmektedir. Üstelik bu uygulamayı yürütürken belirli bir havayolu şirketine bağlı kalmaları ve önceden toplu mil alımı yapmaları da gerekmemektedir. Dosya mevcudu bilgilere göre, QNB'nin THY ile iş birliği haricinde ihraç ettiği başkaca seyahat avantajı sunan kartının bulunmadığı, GARANTİ'nin ise THY ile iş birliği haricinde ihraç ettiği Shop&Fly kredi kartının

¹²Tablo-3'teki veriler havayolu şirketlerinden elde edilen ve aktif FFP'li kredi kartlarına işaret eden verilerdir. Bu tabloda yer alan veriler ise bankalar tarafından aktif-pasif kart ayrımı yapmadan sunulan kredi kartı sayılarına işaret etmektedir.

¹³ Toplam kredi kartı sayısı, Bankalararası Kart Merkezi tarafından sunulan verilerden elde edilmiş olup, tabloda yer verilen bankaların kredi kartı sayısı bakımından pazar paylarının hesaplanmasında kullanılmıştır. <https://bkm.com.tr/kart-sayilari/>

bulunduğu bilinmektedir. Yukarıdaki tablodaki verilere bakıldığında, THY'nin satışını yaptığı millerin, ödül sunan kredi kartları pazarında ücretsiz veya indirimli havayolu taşımacılığı promosyonunun sunulması için zorunlu bir girdi olmadığı tespiti yapılabilmektedir. Nitekim seyahat avantajı sunan kartların sunulması açısından bir havayolu firması ile anlaşması bulunmayan bankaların pazarda önemli bir varlıklarının bulunduğu görülmektedir. Bu çerçevede havayolu ile anlaşmasız olarak tüketicilere seyahat avantajı sunan kredi kartlarının sayısının (6.796.704) havayolu ile anlaşmalı olarak tüketicilere sunulan FFP'li kredi kartlarının sayısından (1.588.934) yaklaşık dört kat daha fazla olması bu hususu destekler niteliktedir.

- (64) Tablo-5'te yer alan veriler incelendiğinde, kredi kartları pazarında en büyük oyuncu olarak %(.....) pazar payı ile YAPI KREDİ'nin faaliyet gösterdiği, YAPI KREDİ'yi, %(.....) pazar payına sahip GARANTİ ve %(.....) pazar payına sahip QNB'nin yakından takip ettiği görülmektedir. Ayrıca, sırasıyla %(.....), %(.....), %(.....), %(.....) ve %(.....) paya sahip olan ZİRAAT BANKASI, AKBANK, İŞ BANKASI, VAKIF BANK ve HALKBANK'ın pazardaki diğer büyük oyuncular arasında sayılabileceği anlaşılmaktadır.
- (65) Bunun yanı sıra, herhangi bir havayolu şirketi ile iş birliği yapmaksızın (FFP'li olmayan) ihraç ettikleri seyahat avantajı sunan kredi kartları bakımından bankalar değerlendirildiğinde, %(.....) pazar payı ile YAPI KREDİ'nin seyahat avantajı sunan kredi kartı sayısı bakımından (.....) oyuncu olarak faaliyetlerini sürdürdüğü, onu sırasıyla %(.....) pazar payına sahip olan İŞ BANKASI'nın, %(.....)'lik pazar payı ile AKBANK'ın ve %(.....) pazar payı ile GARANTİ'nin izlediği görülmektedir. Dosya kapsamında tarafların pazar payına baktığımızda FFP'li kredi kartları bakımından (.....) olan GARANTİ'nin havayolu anlaşmalı/anlaşmasız toplam seyahat avantajı sunan kredi kartları sayısı bakımından (.....) sırada, yalnızca havayolu anlaşmasız seyahat avantajı sunan kredi kartı sayısı bakımından ise (.....) sırada yer aldığı anlaşılmaktadır. FFP'li kredi kartları sayısı bakımından (.....) (.....) olan QNB'nin ise, toplam seyahat avantajı sunan kredi kartları sayısı bakımından (.....) sırada bulunduğu ve havayolu ile anlaşmasız seyahat avantajı sunan kredi kartının bulunmadığı tespit edilmiştir. Ek olarak THY ile aralarında FFP kart ihracına yönelik sözleşme bulunan KUYEY TÜRÜ'n toplam kart sayısı bakımından (.....) sırada olduğu ve havayolu anlaşmasız seyahat avantajı sunan kartının bulunmadığı ancak havayolu ile anlaşmalı seyahat avantajı sunan kart sayıları bakımından (.....) sırada olduğu görülmüştür.
- (66) THY ile FFP kapsamında iş birliği anlaşması yapan ilk bankanın GARANTİ olmasının ve GARANTİ'nin sahip olduğu toplam kredi kartı müşterilerinin sayısının yüksek olmasının, yukarıdaki tabloda sunulan oranları açıklar nitelikte olduğu, bir başka deyişle GARANTİ'nin Miles&Smiles kredi kartı kullanıcı sayısının FFP'li kredi kartları pazarındaki rakipleri olan QNB, KUYEY TÜRÜ ve İNG'ye kıyasla fazla olmasında etkili olduğu anlaşılmaktadır. Bununla birlikte GARANTİ'nin FFP'li kartlarda görece yüksek pazar payına sahip olmasına karşın, YAPI KREDİ'nin hava yolu anlaşması bulunmamasına rağmen seyahat avantajı sunan kartlar bakımından pazarın (.....) olduğu görülmektedir. Ayrıca FFP'li kartlarla birlikte kart hamiline avantajlı seyahat etme imkânı sunan diğer kart programlarına bakıldığında İŞ BANKASI, AKBANK ve VAKIF BANK'ın da hamiline harcadıkça mil kazanma ve kazandığı millerle başta avantajlı uçak bileti olmak üzere diğer seyahat avantajları sağlayan kartlar ihraç ettiği, kart sayıları bakımından bu teşebbüslerin pazarda önemli oyuncular olduğu ve böylelikle THY'nin iş birliği anlaşmaları nedeniyle pazarda meydana gelebilecek rekabet karşısı etkilerin hafifletilebileceği değerlendirilmektedir.

- (67) Yukarıda anlatılan pazar dinamikleri ışığında ilgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmamasına ilişkin olarak değerlendirilmesi gereken hususlardan biri de alıcı konumunda bulunan GARANTİ ve QNB'ye getirilen rekabet etmeme yükümlülüğünün süresi ve kapsamıdır. THY tarafından GANRANTİ ve QNB'ye Sözleşmeler'in süresine bağlı olarak toplamda (.....) yıl süre ile rekabet etmeme yükümlülüğü getirilmekte olup tarafların karşılıklı anlaşması halinde ise Sözleşmeler'in (.....) yıl süre ile uzatılabileceği ifade edilmektedir¹⁴. Bu çerçevede taraflar arasında karşılıklı anlaşma olmaksızın salt rekabet etmeme yükümlülüğünün süresi, 2002/2 sayılı Tebliğ'indeki rekabet etmeme yükümlülüğüne yönelik sürenin sınırlarında kalmaktadır. Kapsam bakımından ise Sözleşmeler'de GARANTİ ve QNB'nin THY'den başka bir havayolu şirketi ile Sözleşmeler'de anlatılan uygulamaya alternatif oluşturacak şekilde uçuş mili ve uçuş kazanma/harcamaya yönelik iş birlikleri kuramayacağı düzenlenmektedir. Bu yükümlülüğün kapsamının, pazarın kapanma riski bakımından ele alınması gerekmektedir.
- (68) Bildirime konu Sözleşmeler'de GARANTİ ve QNB'ye getirilen rekabet etmeme yükümlülüğünün kapsamı, bu bankaların başka havayolu şirketleri ile yapacağı ve incelenen Sözleşmeler'deki uygulamaya alternatif teşkil edebilecek iş birlikleri ile sınırlıdır. Dolayısıyla GARANTİ ve QNB, Türkiye'de THY dışında başka bir havayolu şirketi ile Sözleşmeler'de anlatılan uygulamaya alternatif oluşturmamak kaydıyla (uçuş mili ve uçuş kazanma/harcamaya yönelik iş birlikleri dışında) iş birlikleri yapmakta serbest olacaktır. Benzer şekilde, söz konusu bankaların seyahat avantajı sunan havayolu anlaşmasız kredi kartı çıkarmasının da önünde engel bulunmamaktadır¹⁵. Mevcut anlaşmaların tarafları GARANTİ, QNB ve KUYEY TÜRÜ'nün kredi kartları pazarındaki toplam payının yaklaşık %(.....) civarında olması ve seyahat avantajı sunan kredi kartları pazarındaki payının da yaklaşık %(.....) olduğu dikkate alınarak, incelemeye konu anlaşmaların yaratacağı rekabeti kısıtlayıcı etkinin pazarın (.....) seviyesinde kalacağı, bir başka deyişle rakip havayolu firmalarının "sık uçan yolcu programı mil alım/satım pazarı"nda yapacakları iş birliği anlaşmaları bakımından pazar kapama etkisinin oluşmayacağı değerlendirilmektedir. İncelemeye konu Sözleşmeler ile GARANTİ ve QNB'ye getirilen rekabet etmeme yükümlülüğünün yanı sıra en çok kayırlan müşteri koşulunun da GARANTİ ve QNB'nin kredi kartları pazarında payları dikkate alındığında, rakip havayolu firmaları bakımından pazar kapama etkisi yaratılmasına yol açmayacağı değerlendirilmektedir.
- (69) Pazar dinamikleri ışığında ilgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmamasına ilişkin olarak analiz edilmesi gereken hususlardan diğeri, THY'nin anlaşma yapacağı banka sayısının (.....) banka ile sınırlanmasının olası etkileridir. Bu çerçevede, "sık uçan yolcu programı mil alım/satım pazarı" dahilinde anlaşma yapılan bankaların havayolu firmalarının müşterileri bakımından ne ölçüde önem taşıdığı ve ilgili kartların ödemelerden ne ölçüde pay aldığı da bu değerlendirmede önemlidir. Bu kapsamda THY'nin kendi sadakat programı kapsamında çıkardığı Miles&Smiles kartına da değinmek uygun olacaktır. Tüketiciler herhangi bir banka müşterisi olmadan da doğrudan THY'den Miles&Smiles kartı edinebilmekte ve uçuşlarından mil kazanabilmektedir. Bu kart, banka/kredi kartları gibi bir ödeme aracı olarak kullanılamasa dahi, bu kartın hamilleri başta THY olmak üzere diğer program ortağı havayolu firmaları ile yapacakları uçuşlardan; beyaz eşyadan mobilyaya birçok

¹⁴ GARANTİ tarafından iletilen cevabi yazıda, (.....) yıl sonunda Sözleşme-1'in süresinin (.....) yıl daha uzatılabilmesi için tarafların sözleşme üzerinde anlaşması gerektiği ifade edilmiştir.

¹⁵ Hâlihazırda, GARANTİ'nin Miles&Smiles kredi kartı dışında Shop&Fly isimli seyahat avantajı sunan kredi kartı ihraç ettiği bilinmektedir.

kategoride ürün bulunan “<https://www.shopandmiles.com>” üzerinden yapacakları alışverişlerden ve çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren Miles&Smiles program ortaklarından¹⁶ bu kart ile yapacakları alışverişlerden mil kazanmakta ve bu milleri aynı kanallardan harcayabilmektedir. Dolayısıyla THY müşterileri bakımından sadakat programının sunduğu avantajlardan yararlanmanın tek yolunun anlaşma tarafı bankalarca piyasaya sürülen kartlara sahip olmak olmadığı anlaşılmaktadır.

- (70) Aşağıdaki tabloda ise, THY’nin sadakat programı kapsamında çıkardığı Miles&Smiles kart hamili yolcularının gerçekleştirdiği uçuş sayıları ve bankalar (GARANTİ, QNB ve KUYEY TÜRÜ) ile olan iş birliği çerçevesinde çıkarılan kredi kartlarına sahip yolcuların gerçekleştirdiği uçuş sayılarına yer verilecektir.

Tablo-6:THY’nin Miles&Smiles Programı Dahilinde Gerçekleştirdiği Uçuşların Sayısı

Yıl		THY’nin Toplam Uçuş Sayısı	Toplam FFP’li Uçuş Sayısı	THY’nin kendi Miles&Smiles Sadakat Programından Yararlanarak Uçan Yolcuların Uçuş Sayısı	Miles&Smiles GARANTİ Ortak Markalı Kart Sahibi Yolcuların Uçuş Sayısı	Miles&Smiles QNB Ortak Markalı Kart Sahibi Yolcuların Uçuş Sayısı	Miles&Smiles KUYEY TÜRÜ Ortak Markalı Kart Sahibi Yolcuların Uçuş Sayısı
2023	Yolcu Sayısı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam Yolcu Sayısına Oranı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam FFP’li Yolcu Sayısına Oranı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2024	Sayı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam Yolcu Sayısına Oranı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam FFP’li Yolcu Sayısına Oranı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi Yazı

- (71) Tablodan görüleceği üzere, THY’nin gerçekleştirdiği toplam uçuş sayısının 2023 yılında %(.....)’i, 2024 yılında ise %(.....)’ü Miles&Smiles programı kapsamında gerçekleşmiştir. Miles&Smiles programı kapsamındaki uçuşların 2023 yılında yaklaşık %(.....)’ü, 2024 yılında ise yaklaşık %(.....)’i bankalarla yapılan iş birlikleri dâhilinde ihraç edilen kredi kartlarına bağlı olarak gerçekleşmiştir. Dolayısıyla “sık uçan yolcu programı mil alım/satım pazarı” dahilinde anlaşma yapılan bankaların havayolu firmalarının müşterileri bakımından yapılan ödemelerde ağırlıklı tercih edilir nitelikte olmadığı anlaşılmaktadır. Bu çerçevede bankalar bakımından THY’nin uçuşlarına yapacakları ödemelerde kredi kartı kullanmak isteyen müşterilerin yaptığı alımlarda sadakat programı anlaşmalı bankaların kartlarının önemli bir pay almadığı görülmektedir.
- (72) Nitekim, FFP’li kartlarla birlikte kart hamiline avantajlı seyahat etme imkânı sunan diğer kart programlarına bakıldığında, FFP’li kart sunmasının yanı sıra seyahat avantajı sunan kart da çıkaran GARANTİ’nin yanı sıra, (.....) konumunda bulunan YAPI KREDİ olmak üzere, İŞ BANKASI, AKBANK, VAKIF BANK ve HALKBANK’ın da hamiline harcadıkça mil kazanma ve kazandığı millerle başta avantajlı uçak bileti olmak üzere diğer seyahat avantajları sağlayan kartlar ihraç ettiği görülmektedir. Bu çerçevede kart sayıları bakımından pazarda önemli konuma sahip olan bu bankaların, herhangi havayolu şirketiyle anlaşma yapmaksızın seyahat avantajı sunan kredi kartları çıkarabilmesi ve söz konusu kartın müşterilerine herhangi bir havayolu şirketiyle bağlı

¹⁶ <https://www.turkishairlines.com/tr-int/miles-and-smiles/program-ortaklari/> (Erişim Tarihi: 18.02.2025)

olmaksızın uçuş promosyonları sunabilmesi, bildirim konu sözleşmelerin ilgili pazarlardaki rekabet karşıtı etkilerinin sınırlı kalacağını göstermektedir.

- (73) Ayrıca, THY'nin satışını yaptığı millerin, ödül sunan kredi kartları pazarında, ücretsiz veya indirimli havayolu taşımacılığı promosyonunun sunulmasında zorunlu bir girdi olmadığı; bankaların, herhangi bir havayolu şirketi ile FFP iş birliği yapmamış olsalar dahi, kredi kartı ile belirli miktarda alışveriş yapan müşterilerine ücretsiz veya indirimli havayolu taşımacılığı promosyonu sunabildiği belirtilmektedir. Bankalar, toplu mil alımı gerekmeksizin veya belirli bir havayolu şirketine bağlı kalmaksızın, kart hamillerinin kazandığı bonus, puan veya paraf para gibi ödüllerin havayolu taşımacılığı dâhil çeşitli mal ve hizmet alımlarında kullanılmasını sağlayabilmektedir. Örneğin, Garanti Bonus kartı Miles&Smiles özelliği taşımamasına rağmen kazanılan puanların havayolu bilet alımında kullanılabildiği, QNB First ve QNB Private kartlarının para puanlarının ise TL karşılığı olarak kullanılabildiği gibi, herhangi bir havayolu ile sınırlı olmaksızın uçak bileti alımında değerlendirilebildiği ifade edilmektedir. İlaveten Bonus platformu üye bankalar¹⁷ tarafından da herhangi bir havayolu ile anlaşmaları bulunmasa dahi tüketicilere harcamalarına karşılık avantajlı uçuş imkanlarından yararlanma fırsatı sunulmakta olup İŞ BANKASI ve AKBANK tarafından benzer uygulamalar yapılmaktadır.
- (74) Bu kapsamda Miles&Smiles kredi kartları ile benzer avantajları sunan havayolu anlaşmasız seyahat avantajı sunan kredi kartlarının ve sık uçan yolcu programından bağımsız ihraç edilen kartların pazarda mevcut olması dikkate alındığında havayolu taşımacılığı bakımından önemli pazar gücüne sahip THY'ye Sözleşmeler ile getirilen incelemeye konu anlaşmayı (.....) banka ile akdedebilmesi sınırlamasının rakip bankalar bakımından da pazar kapama etkisi doğurmayacağı değerlendirilmektedir.
- (75) Yukarıda yer verilen bilgiler ve açıklamalar birlikte değerlendirildiğinde, bildirim konusu iş birliği ile ilgili pazarların önemli bir kısmında bu aşamada rekabetin ortadan kalkmayacağı, dolayısıyla bildirim konusu Sözleşme ile Kanun'un 5. maddesi çerçevesinde aranan üçüncü şartın da gerçekleştiği sonucuna varılmaktadır.

d) Rekabetin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlanmaması

- (76) Bir anlaşmanın bireysel muafiyet alabilmesi için gerekli son koşul, anlaşmanın ilk iki olumlu koşulda bahsedilen faydaların elde edilmesi için gerekenden fazla rekabeti sınırlamıyor olmasıdır. 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesindeki bu son şart bağlamında belirleyici unsur; anlaşma ve anlaşmada yer alan tekil rekabet sınırlamaları ile anlaşma kapsamındaki faaliyetler arasındaki ilişkidir. Anlaşma kapsamındaki faaliyetler bu sınırlamaların olmadığı durumda daha etkin bir şekilde yürütülüyorsa sınırlamaların gerekli ve zorunlu olduğu söylenemez. Değerlendirilmesi gereken husus anlaşma ya da sınırlamanın var olduğu durumda, var olmadıkları duruma nazaran daha fazla etkinliğin yaratılıp yaratılmadığıdır. Anlaşmanın zorunlu olup olmadığı, anlaşma ile ortaya çıkması hedeflenen etkinlik kazanımlarının, rekabeti daha az sınırlayacak alternatif yollarla elde edilmesinin mümkün olup olmadığı ile ilişkilidir. Eğer etkinlik kazanımları rekabeti daha az sınırlayacak bir yolla elde edilebiliyorsa son şartın sağlanmadığı kabul edilmektedir.
- (77) Bildirim formlarında, dosya konusu Sözleşmeler'in herhangi bir bankanın seyahat avantajı sunan kredi kartı pazarına girmesini engellemeyeceği gibi hiçbir havayolunun

¹⁷ Söz konusu bankalar DENİZBANK, TEB, ŞEKERBANK, ING, FİNANS KATILIM, ALTERNATİF, ICBC ve GARANTİ'den oluşmaktadır.

da bu şekilde müşteri kazanımına imkân tanıyan uygulama yapmasının önüne geçmeyeceği belirtilmiştir. Ayrıca, söz konusu Sözleşmeler ile pazarda faaliyet gösteren diğer banka ve havayolu şirketleri arasında yeni iş birliklerinin kurulmasının da engellenmeyeceği, söz konusu rekabet yasaklarının hizmetlere ilişkin kalitenin artırılması ve yeknesaklığın sağlanması açısından gerekli olduğu ve önem arz ettiği ifade edilmiştir.

- (78) THY tarafından muafiyetin ilk şartı kapsamında ileri sürülen diğer faydalar bakımından Sözleşme-1 hakkında;

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

denildiği görülmektedir. Sözleşme-2 hakkında ise,

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

denildiği görülmektedir. Bireysel muafiyet incelemesinin son koşulunun sağlanması için bildirim konusu Sözleşmeler’de yer alan rekabeti sınırlayıcı hükümlerin, taraflarca ifade edilen bu etkinlik kazanımlarının sağlanması için gerekli ve zorunlu olması şartı aranmaktadır.

- (79) Kurulun inceleme konusu faaliyete ilişkin olarak daha önce vermiş olduğu kararlarda, rekabetin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlanmamasına yönelik koşulun nasıl ele alındığına bakıldığında¹⁸, bahse konu Sözleşmeler’in 1.1.2. maddesinde yer alan THY’nin, (.....) ve 1.1.3. maddesinde yer alan (.....) yönelik hükümlerin vurgulandığı görülmüştür.

- (80) Söz konusu koşulun sağlanıp sağlanmadığına ilişkin yukarıda yer verilen sözleşme hükümleri değerlendirilmeden önce, THY’nin FFP’li kart ihracı iş birlikleri bakımından çoklu banka sürecine geçmeden önceki duruma bakılması gerekmektedir. FFP’li kredi kartı ihracı için çoklu banka sürecine geçilmeden önce, Kurul tarafından yapılan değerlendirmelerde THY’ye tek alıcıya sağlama yükümlülüğün getirildiğini yönelik tespitler bulunmaktadır¹⁹. Bu bağlamda mevcut dosya kapsamında THY’ye getirilen bu rekabeti sınırlayıcı yükümlülüğün kapsamının “(.....) banka dışında ” ifadesine yer verilerek daha az sınırlayıcı olduğu ve ayrıca THY’nin kendisinden toplu bilet/mil almak isteyen bankalara indirimli bilet/mil satması veya üyeler arası mil transferi yapması ve mil hediyesi dahil herhangi bir işbirliğinde bulunması önünde engel bulunmadığı belirtilmelidir. Dolayısıyla, THY’ye getirilen yükümlülüğün, diğer bankaların THY’den indirimli bilet alarak alt pazarda GARANTİ ve QNB ile rekabet etmesini

¹⁸ Kurulun 14.11.2019 tarih ve 19-40/653-279 sayılı, 20.02.2020 tarih ve 20-11/122-71 sayılı, 03.06.2021 tarih ve 21-29/369-185 sayılı kararı.

¹⁹ Kurulun 09.09.2009 tarih ve 09-41/994-251 sayılı, 01.11.2012 tarih ve 12-53/1511-529 sayılı, 07.09.2017 tarih ve 17-28/465-204 sayılı kararları.

engellemeyeceği, bu yönüyle anılan kısıtlamanın sadece FFP Kredi Kartı İşbirliği ile sınırlı olduğu değerlendirilmektedir.

- (81) Bu çerçevede THY ile benzer bir anlaşma içerisinde bulunmayan ve müşterilerine, yapmış oldukları harcamalar doğrultusunda THY'den uçak bileti veya mil puan sunmak isteyen bir bankanın THY'den mil veya uçak bileti almasının önünde bir engel bulunmamaktadır. Örneğin üçüncü taraf bir A bankası, THY ile anlaşma yaparak THY'den belirli miktarda mil puan satın alabilmekte ve bu mil puanları ihraç ettiği kredi kartından yapılan harcamalar sonrasında müşterilerine mil puan olarak hediye edebilmekte veya ilgili banka müşterileri THY'den uçak bileti satın alınmasında kullanabilmektedir. Yani alternatif sağlayıcıların sınırlı olduğu üst pazarda önemli bir sağlayıcı konumunda bulunan THY'nin mil satışları tamamıyla diğer bankalara kapanmamış olup diğer bankalar, THY ile Miles&Smiles dışında bir iş birliğinde bulunabilecektir. Bu noktada THY ile QNB ve GARANTİ arasında akdedilen Sözleşmeler'in rekabet üzerindeki etkilerinin yalnızca Miles&Smiles kredi kartı ihracı bakımından ortaya çıkacağı ve bankaların halen THY'den müşterilerine sunmak üzere mil veya uçak bileti satın alabileceği değerlendirilmektedir. Buna ek olarak, THY'nin kendi sadakat programı kapsamında çıkardığı Miles&Smiles kartlarının bulunduğunu da tekrar vurgulamak uygun olacaktır. Önceki bölümlerde ayrıntılı olarak açıklandığı üzere, THY'nin kendisine ait Miles&Smiles kartı THY'nin sık uçan yolcu programının bir ürünü olup, üyelerin anılan program kapsamında THY ve Star Alliance üyesi havayolu firmalarıyla yaptıkları uçuşlardan ve anlaşmalı program ortaklarından yaptıkları harcamalardan mil kazanmakta ve bunları aynı kanallardan harcarabilmektedir.
- (82) THY'nin FFP programı kapsamında iş birliği yapacağı bankaları seçme yöntemine bakıldığında, çoklu banka sürecine geçiş kararı ile birlikte, Miles&Smiles Kredi Kartı'na ilişkin tekliflerin iletilebilmesi adına, bankaların THY tarafından davet edildiği, teklif verecek bankalara ilişkin belirli bir tutarda özkaynak, aktif büyüklük, karlılık, şube sayısı gibi herhangi bir teknik şart getirilmediği belirtilmiştir. Bu anlamda bahse konu ihaleye bütün bankaların katılabildiği anlaşılmaktadır. Buna ilaveten, THY, Miles&Smiles programının belirli bir marka imajını haiz, müşteri memnuniyetini ön planda tutan ve yolculara belirli bir hizmet kalitesi sunmayı hedefleyen bir program olduğunu, buna karşın her ödeme kuruluşunun bu seviyede hizmet sunmasının mümkün olmaması neticesinde, pazardaki her oyuncu ile iş birliği gerçekleştirilemediğini, bankalar tarafından iletilen tekliflerin bu çerçevede değerlendirildiğini ifade etmiştir. THY'nin FFP'li kart ihracı için iş birliği yapacağı bankaları belirli bir seçim kriteri çerçevesinde seçilecek (.....) banka ile sınırlamasının da yeknesaklık ve kalite standardına erişim noktasında kalitenin artmasına, THY'nin gelir optimizasyonunun sağlanabilmesine, marka imajının korunmasına, ayrıca Miles&Smiles kredi kartının tanıtımı, reklamı, pazarlanması, iletişimi için banka tarafından yapılacak harcamalara ilişkin ortaya çıkabilecek bedavacılık sorununu da bir ölçüde gidermeye yönelik bir husus olarak değerlendirilebilecektir. Bu bakımdan THY'ye getirilen ve iş birliği yapabileceği bankaların sayısını sınırlayan rekabeti kısıtlayıcı hükmün gereklilik arz ettiği ve bu şartla elde edilmek istenen amacın ötesinde rekabeti zorunlu olandan fazla kısıtlamayacağı değerlendirilmektedir.
- (83) Diğer yandan Sözleşmeler'de GARANTİ ve QNB'ye aynı nitelikte bir iş birliğinin başka bir havayolu firması ile yapılamaması ve başka kartlarla havayolu firmalarına tanınan ödül ve taksit imkanlarının Miles&Smiles kredi kartına tanınan imkanlardan daha cazip olmaması yönünde getirilen yükümlülükler incelendiğinde, GARANTİ ve QNB'nin Türkiye'de THY dışında başka bir havayolu şirketi ile Sözleşmeler'de tanımlanan

uygulamaya alternatif oluşturmamak kaydıyla (uçuş mili ve uçuş kazanma/harcamaya yönelik iş birlikleri dışında) iş birlikleri yapmakta serbest olduğu, benzer şekilde, söz konusu bankaların seyahat avantajı sunan havayolu anlaşmasız kredi kartı çıkarmasının da önünde engel bulunmadığı anlaşılmaktadır.

- (84) İlaveten THY tarafından yapılan açıklamalarda uçak bileti alımlarında taksit uygulaması olması halinde havayolu firmalarının bankalara işlem başına komisyon ödemesi gerektiği, ancak THY ile GARANTİ ve QNB arasında akdedilen Sözleşmeler kapsamında THY'nin bankalara söz konusu komisyon ödemesinde bulunmadığı, bu maliyetin diğer havayolu firmaları tarafından karşılanması durumunda ise bankaların THY dışında bir havayolu firmasına daha cazip taksit imkanları sunabileceği ifade edilmektedir. Örneğin GARANTİ, THY ile yaptığı anlaşma kapsamında 3 taksit imkanı sağlıyor iken, başka bir havayolu firmasına altı taksit imkanı sağlayacak ise bu aradaki maliyet farkının ilgili havayolu firması tarafından karşılanması durumunda GARANTİ'nin diğer havayolu firması müşterisine söz konusu taksit imkanını sunabileceği belirtilmektedir. Bu nedenle THY tarafından söz konusu hükümlerin rakip havayolu firmalarıyla iş birliği yapılmasını engellemediği, yalnızca THY'ye sunulan koşullardan daha cazip ödül ve taksit imkanlarının tanınmasını önlediği, ek maliyetlerin ilgili havayolu tarafından karşılanması şartıyla farklı kampanyaların düzenlenebileceği ve THY'nin bu kampanyalara onay vermeme yetkisinin bulunmadığı ifade edilmiştir.
- (85) Yer verilen hususlar çerçevesinde Sözleşmeler'de, GARANTİ ve QNB'ye aynı nitelikte bir iş birliğinin başka bir havayolu firması ile yapılamaması ve başka kartlarla havayolu firmalarına tanınan ödül ve taksit imkanlarının Miles&Smiles kredi kartına tanınan imkanlardan daha cazip olmaması yükümlülüklerinin getirilmesinin esasen THY'nin marka imajının korunması, yeknesaklık ve kalite standardının sağlanmasını teminen olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim söz konusu hususa ilişkin olarak THY tarafından iletilen cevabi yazıda;
- Günümüzde markaların varlıklarını sürdürebilmesi için fiilen pazara giriş yapmış olmalarının yeterli olmadığı, kredi kartları pazarında rekabetçi olabilmek için tüketicilere önemli hizmetler veya kampanyaların sunulması gerektiği,
 - Bir markanın oluşturulabilmesi için tanıtım kampanyalarının, iletişim faaliyetleri ve markanın yönetilmesinin, yüksek maliyetlere katlanılmasının ve markayı yönetecek know-how'ın da oluşturulmasının gerektirdiği, aksi halde markanın sürdürülebilirliğinin sağlanamayacağı,
 - THY'nin mevcut kredi kartı ürünleri için satış ve pazarlama faaliyetleri kapsamında yatırımlar yaptığı ve bunların reklam filmi çekilmesi, kampanyalar ile THY tarafından finanse edilen millerin verilmesi, *lounge* erişimi, ekstra bagaj hakkı, ücretsiz *upgrade* gibi statü ayrıcalıklarına kolay ulaşma imkanı verilmesi vb. olduğu,
 - Rekabet etmeme yükümlülüğü ile markanın yönetilmesi, markayı yönetecek know-how'ın oluşturulması ve devamlılığının sağlanmasının temin edildiği, yükümlülük ile THY'nin en düşük kar marjı ile bankalara mil satma imkanına kavuştuğu, bu sayede tüketicilerin daha uygun imkanlarla ürünlere ulaşabildiği,
 - Bankaların yalnızca THY ile çalışacağını taahhüt etmesi ile yapılan yüksek yatırımların THY tarafından karşılanmasının anlamlı bir hale geldiği, THY tarafından Miles&Smiles'in hem Türkiye'de hem de uluslararası alanda bilinirlik

kazanması ve tüketiciler nezdinde güven duyulan bir marka haline gelmesi için 2000 yılından bu yana önemli yatırımlar yapıldığı ve

- Sözleşmelerin rekabet etmeme yükümlülükleri ile THY tarafından yıllar içinde oluşturulan “Mil” marka değerinin ve algısının başka hava yolları tarafından kullanılmasının dolayısıyla bedavacılığın önüne geçileceği, aksi halde tüketiciler nezdinde farklı havayollarıyla yapılan işbirliklerinin THY’nin mil programı ile özdeşleştirilebildiği

ifade edilmiştir.

(86) QNB tarafından iletilen cevabi yazıda;

- Faaliyet gösterilen pazarda müşterilerden, THY ile uçuş mili kazandıran uygulamaya yönelik yoğun talep olduğu, bankada benzer bir uygulamanın bulunmaması nedeniyle küresel ölçekte marka imajına sahip ve 25 yıldır markasına yatırım yapan THY ile işbirliğinin tercih edildiği,
- THY’nin Miles&Smiles Sadakat Programı’na GARANTİ ile 20 yıldır yatırım yaptığı ve programı geliştirdiği, THY tarafından gerekli altyapı yatırımlarının yapılmış olmasının QNB’nin tercihinin etkilediği,
- Hazır bir alt yapıya entegre olunmasının; bilgi teknolojileri (IT) maliyetleri ve süresi açısından daha verimli bulunduğu, müşteri deneyimi açısından da bilinen ve alışılmış bir program olmasının tercih sebebi olmasını sağladığı,
- Birden fazla havayolu ile çalışılması; bankanın IT, zaman, insan vb. kaynaklarının, tekrar benzer içerikte bir ürün için benzer kitleye sunulması anlamına geleceğinden stratejik olarak tercih edilmediği,
- Tek bir havayolu ile ilerlenmesi halinde her müşterinin THY’yi tercih etmeme olasılığı olmakla beraber, THY’nin kapsadığı destinasyonların rakiplerinin de uçuş yaptığı çoğu destinasyonu kapsıyor olması, THY’nin de dönemsel indirim/kampanya vb. içerikleri sunarak müşteri memnuniyeti ve talebini karşılama gücü olmasından dolayı uçuş mili kazandıran kredi kartı iş birliğinin sadece THY ile yapılmasında bir sakınca görülmediği

ifade edilmiştir.

(87) GARANTİ tarafından iletilen cevabi yazıda;

- THY’nin havayolu sektöründeki lider konumu ve güçlü marka değerinin, üst segment müşteri kitlesine erişim imkânı sağladığı ve müşteri edinimi ile pazarlama maliyetlerini azalttığı,
- THY’nin iletişim kanalları aracılığıyla Miles&Smiles Garanti BBVA kredi kartı tanıtımının yapılabilmesinin, kart kullanım hacmi ve cirosuna katkı sunduğu,
- THY müşterilerinin yüksek sadakat düzeyinin kredi kartı kullanımına da yansıdığı, Miles&Smiles programı aracılığıyla müşterilere ek faydalar sunulabildiği,
- Üst segment müşterilere yönelik yeni ürünlerin (örneğin Miles&Smiles Diamond) geliştirilmesine imkân tanındığı ve varlığa dayalı mil programları ile müşteri bağlılığının artırılabilirdiği,
- Rekabet etmeme yükümlülüğünün bulunmadığı durumda, THY’nin yurtiçi ve global pazardaki güçlü konumu dikkate alındığında, diğer havayolları ile yapılacak işbirliklerinin ölçek açısından aynı etkiyi yaratmasının beklenmediği,

- Miles&Smiles kredi kartı özelliklerinin işleyişi için gerekli sistemsel altyapı yatırımlarının gerçekleştirildiği (kart yönetim sistemleri ve THY ile Garanti BBVA arasındaki entegrasyonları sağlayan sistemler dahil),
- THY ile imzalanan sözleşme kapsamında Miles&Smiles ürünü için reklam yatırımlarının yapıldığı

ifade edilmiştir.

- (88) THY ile QNB ve GARANTİ tarafından gelen cevabi yazılar birlikte değerlendirildiğinde; THY tarafından Miles&Smiles Sadakat Programı'nın geliştirilebilmesi adına önemli yatırımlar yapıldığı görülmektedir. Bankaların ise söz konusu programa katılarak kendi sadakat programlarını oluşturma gerekliliğinden ve buna ilişkin reklam, IT altyapısı, insan kaynağı gibi yüksek maliyet unsurlarından kaçınabildiği, doğrudan küresel ölçekte bilinirliği olan mevcut bir markaya entegre olabildiği anlaşılmaktadır. Programın yaklaşık 20 yıllık geçmişi sayesinde oluşan bilgi birikimi (know-how), bankalar tarafından ek maliyete katlanılmadan kullanılmakta; THY'nin hem yurt içinde hem de uluslararası alanda markayı tanıtmak için yaptığı yatırımlar dolaylı olarak bankalara da fayda sağlamaktadır. Bu kapsamda bankaların yalnızca THY ile çalışacağı yönündeki taahhütleri, THY tarafından yapılan yatırımların anlamlı hale gelmesini ve sürdürülebilirliğini mümkün kılmaktadır. Ayrıca taraflar arasındaki sözleşmelere konulan rekabet etmeme yükümlülüğünün, sadece THY'nin marka ve program yatırımlarının korunmasına değil, aynı zamanda tarafların iş birliğinden bekledikleri karşılıklı faydanın gerçekleşmesine hizmet ettiği anlaşılmaktadır. Söz konusu yükümlülüğün, marka değerinin başka hava yolu firmaları tarafından kullanılmasının önüne geçilmesi ve programın bütünlüğünün korunması açısından da işlevsel olduğu değerlendirilmektedir.
- (89) GARANTİ ve QNB'nin söz konusu pazardaki payları ve yukarıda yer verilen hususlar birlikte göz önüne alındığında, Sözleşmeler kapsamında GARANTİ ve QNB'ye getirilen kısıtlamaların da, anlaşma ile hedeflenen etkinlik kazanımlarına erişmek için zorunlu olandan daha fazla sınırlayıcı olmamasına yönelik şartı karşıladığı kanaatine varılmıştır.
- (90) Diğer yandan bildirim konu Sözleşmeler'in "Sözleşme'nin Süresi" başlıklı 3.2. maddesinde, Sözleşmeler'in (.....) yıl süreyle geçerli ve yürürlükte olacağı, (.....) yıllık sürenin sonunda tarafların (.....) ay öncesinden karşılıklı anlaşması şartıyla ilgili sözleşmeyi (.....) yıl daha uzatılabilecekleri ifade edilmiştir. Dolayısıyla, sözleşmelerin süresi temel olarak (.....) yıl olarak öngörülmekle birlikte tarafların mutabık kalması durumunda sözleşme en fazla (.....) yıl süreyle geçerli olabilecektir. Hakim durumda olmayan teşebbüslerin bir ila beş yıl arasındaki rekabet etmeme yükümlülüğü içeren anlaşmalarının muafiyet alabilmeleri bu anlaşmaların rekabeti azaltıcı ve artırıcı etkilerinin dengelenmesine bağlıdır. Öte yandan (.....) yılı aşan bu yöndeki anlaşmalar birçok yatırım türü için ileri sürülen etkinliklere ulaşmak için gerekli görülmez veya bu etkinlikler pazar kapama etkisini dengelemeye yeterli değildir.²⁰ Bu bağlamda THY'nin halihazırda üst pazarda hakim durum seviyesinde pazar gücü bulunması nedeniyle, FFP'li kartlara bağlı satışlarının toplam satışlar içindeki oranının artması ihtimali de dikkate alınarak Sözleşmeler'in piyasa üzerinde doğurduğu etkilerin belirli aralıklarla değerlendirilmesinin uygun olacağı değerlendirilmektedir. Bu nedenle muafiyet süresinin beş yıl ile sınırlı tutulması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

²⁰ Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz par. 124.

- (91) Sonuç olarak, bildirime konu Sözleşmeler'in, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında rekabeti sınırlayıcı hükümler içerdiği, bu nedenle menfi tespit belgesi verilemeyeceği, ayrıca 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında grup muafiyetinden yararlanamayacağı, ancak 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi uyarınca gereken şartları taşıması nedeniyle anılan Sözleşmeler'e yürürlüğe girdiği tarihten başlayarak beş yıl süreyle bireysel muafiyet tanınabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

H. SONUÇ

(92) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre,

- Türk Hava Yolları A.O. ve Türkiye Garanti Bankası AŞ arasında akdedilen ve 1 Nisan 2023'te yürürlüğe girmiş olan "THY Frequent Flyer Programı Miles & Smiles Kredi Kartı İşbirliği Sözleşmesi" ile Türk Hava Yolları A.O. ve QNB Bank AŞ arasında akdedilen 1 Mayıs 2024'te yürürlüğe girmiş olan "THY Frequent Flyer Programı Miles & Smiles Kredi Kartı İşbirliği Sözleşmesi"nin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesi kapsamında olduğuna ve anılan Sözleşmelere aynı Kanun'un 8. maddesi çerçevesinde menfi tespit belgesi verilemeyeceğine,
- Bahse konu Sözleşmelerin 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği kapsamında grup muafiyetinden yararlanamayacağına,
- Bununla birlikte, Türk Hava Yolları A.O. ve Türkiye Garanti Bankası AŞ ile Türk Hava Yolları A.O. ve QNB Bank AŞ arasında ayrı ayrı akdedilen "THY Frequent Flyer Programı Miles&Smiles Kredi Kartı İşbirliği Sözleşmesi"ne 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi kapsamında yürürlüğe girdikleri tarihten başlayarak 5 (beş) yıl süre ile bireysel muafiyet tanınmasına

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