

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2023-1-046 (Soruşturma/Taahhüt)

Karar Sayısı : 24-49/1096-466

Karar Tarihi : 21.11.2024

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Üyeler : Ahmet ALGAN (İkinci Başkan), Şükran KODALAK,
Hasan Hüseyin ÜNLÜ, Ayşe ERGEZEN, Cengiz ÇOLAK,
Rıdvan DURAN

B. RAPORTÖRLER : Esra KÜÇÜKİKİZ, Betül AYHAN, Şeyda EROL ÖZTÜRK,
Büşra ÖZDEMİR, Rengin ÜCEL, Cihan ARIK,
Ömer Furkan ÖZDEMİR, Müslüm YILMAZ

C. İNCELENEN

TARAF

: - Çiçeksepeti İnternet Hizmetleri AŞ
Temsilcisi: Av. Dr. Cihan Doğan
Gürsel Mah. İmrahor Cd. No:29, Premier Kampüs Ofis, A127,
34400 Kağıthane/İstanbul

D. ŞİKÂYET EDEN : - Gizlilik Talebi Bulunmaktadır.

- (1) **E. DOSYA KONUSU:** Rekabet Kurulunun 11.01.2024 tarihli ve 24-03/23-M sayılı kararıyla Çiçeksepeti İnternet Hizmetleri AŞ'nin platform hizmetlerini üçüncü taraf satıcılara kapatmak ve kendi bayileri lehine davranışlarda bulunmak suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 6. maddesini ihlal edip etmediğinin tespit edilmesi amacıyla açılan soruşturma kapsamında Çiçeksepeti İnternet Hizmetleri AŞ'nin sunmuş olduğu taahhütlerin değerlendirilmesi.
- (2) **F. DOSYA EVRELERİ:** Çiçeksepeti İnternet Hizmetleri AŞ'nin (ÇİÇEKSEPETİ) platform hizmetlerini üçüncü taraf satıcılara kapatmak ve kendi bayileri lehine davranışlarda bulunmak suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'u (4054 sayılı Kanun) ihlal edip etmediğinin tespit edilmesi amacıyla düzenlenen 23.10.2023 tarihli ve 2023-1-046/İİ sayılı İlk İnceleme Raporu, Rekabet Kurulunun (Kurul) 26.10.2023 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 23-50/973-M sayı ile başvuru konusu iddialara yönelik olarak 4054 sayılı Kanun'un 40. maddesinin birinci fıkrası uyarınca ÇİÇEKSEPETİ hakkında önaraştırma açılmasına karar verilmiştir.
- (3) Yürütülen önaraştırma kapsamında 01.12.2023 tarihinde ÇİÇEKSEPETİ'nde yerinde inceleme gerçekleştirilmiştir. Önaraştırma sürecinde yapılan inceleme, tespit ve değerlendirmeler sonucunda hazırlanan 29.12.2023 tarihli ve 2023-1-046/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu, Kurulun 11.01.2024 tarihli toplantısında görüşülerek 24-03/23-M sayı ile; ÇİÇEKSEPETİ'nin platform hizmetlerini üçüncü taraf satıcılara kapatmak ve kendi bayileri lehine davranışlarda bulunmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal edip etmediğinin tespiti amacıyla ÇİÇEKSEPETİ hakkında aynı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına karar verilmiştir.
- (4) Soruşturma kararı çerçevesinde hazırlanan 24.01.2024 tarihli ve 82171 sayılı Soruşturma Bildirimi, ÇİÇEKSEPETİ tarafından 25.01.2024 tarihinde tebellüğ edilmiş olup aynı tarihte ÇİÇEKSEPETİ'nde ikinci kez yerinde inceleme gerçekleştirilmiştir. Sürecin devamında, ÇİÇEKSEPETİ tarafından soruşturma konusu iddialara yönelik olarak hazırlanan birinci yazılı savunma 26.02.2024 tarih ve 49084 sayı ile Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına intikal etmiştir. Bunun yanı sıra, Kurulun 12.06.2024 tarihli

ve 24-26/622-M sayılı kararı ile soruşturmanın süresinin ilk altı aylık sürenin bitiminden itibaren altı ay uzatılmasına karar verilmiştir.

- (5) Yürütülmekte olan soruşturma kapsamında Kurum kayıtlarına 02.04.2024 tarih ve 50583 sayı ile intikal eden yazıyla ÇİÇEKSEPETİ, soruşturma konusu iddialar ile bağlantılı endişeleri bertaraf etmek amacıyla taahhüt sunma talebinde bulunmuştur.
- (6) Tarafın taahhüt sunma talebi üzerine hazırlanan 15.04.2024 tarihli ve 2023-1-046/BN-01 sayılı Bilgi Notu, Kurulun 18.04.2024 tarihli toplantısında görüşülmüş olup 24-19/405-M sayı ile ÇİÇEKSEPETİ'nin taahhüt sunma talebi kabul edilerek ÇİÇEKSEPETİ ile taahhüt görüşmelerinin başlatılmasına karar verilmiştir.
- (7) Bu kapsamda ÇİÇEKSEPETİ yetkilileri ile 07.05.2024 tarihinde bir görüşme gerçekleştirilmiş ve bu görüşmede ÇİÇEKSEPETİ tarafından sunulması planlanan taahhütler aktarılmıştır. Taahhüt görüşmelerine ışık tutması adına ÇİÇEKSEPETİ tarafından bir "Taslak Taahhüt Metni" sunulmuş ve söz konusu metne yönelik olarak 04.10.2024 tarihinde ÇİÇEKSEPETİ ile çevrim içi bir toplantı daha yapılmıştır. Devam eden süreçte ÇİÇEKSEPETİ ile muhtelif tarihlerde görüşmeler gerçekleştirilmiş ve "Taslak Taahhüt Metni" revize edilmiştir. Bu çerçevede, ÇİÇEKSEPETİ tarafından olgunlaştırılarak sunulan "Taahhüt Metni" 19.11.2024 tarih ve 59162 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (8) Teşebbüs tarafından sunulan "Taahhüt Metni" çerçevesinde hazırlanan 19.11.2024 tarihli ve 2023-1-046/BN-03 sayılı Bilgi Notu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (9) **G. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili Bilgi Notu'nda; ÇİÇEKSEPETİ tarafından sunulan Taahhüt Metni'nin rekabet sorunlarıyla orantılı, bu sorunları gidermeye elverişli, kısa sürede yerine getirilebilir ve etkili şekilde uygulamaya müsait olduğu; oluşan rekabetçi endişeleri ortadan kaldırma noktasında yeterli olduğu, dolayısıyla Taahhüt Metni'nin 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin üçüncü fıkrası ile 2021/2 sayılı Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılmasına Yönelik Önerilerde ve Soruşturmalarda Sunulacak Taahhütlere İlişkin Tebliğ'in (2021/2 sayılı Tebliğ) 14. maddesinin birinci fıkrası uyarınca bağlayıcı hale getirilerek soruşturma sürecinin sonlandırılmasının uygun olacağı sonucuna varıldığı ifade edilmiştir.

H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

H.1. Hakkında İnceleme Yürütülen Teşebbüs: ÇİÇEKSEPETİ

- (10) ÇİÇEKSEPETİ, 05.08.2005 tarihinde Fotoğraf Baskı Hizmetleri Ltd. Şti. ünvanı ile faaliyetlerine başlamış olup 27.01.2008 tarihinde ticaret ünvanını "Çiçeksepeti Çiçekçilik ve Turizm Ltd. Şti." olarak değiştirmiştir. ÇİÇEKSEPETİ, 2009 yılında yurt dışı merkezli bir şirket ile imzaladığı meyve sepeti aranjanlarına dair bir Franchise Sözleşmesi sebebiyle "çiçek işi" ile "meyve işini" birbirinden ayırmıştır. Çiçeksepeti İnternet Hizmetleri AŞ ise 26.09.2010 tarihinde İstanbul Ticaret Sicili Müdürlüğü nezdinde kurulmuş olup temelde "çiçek" ve "yenilebilir çiçek (*bonnyfood*)" ürünlerinin çevrim içi satışı alanlarında faaliyet göstermektedir. Dosya mevcudu bilgilere göre ÇİÇEKSEPETİ aynı zamanda e-pazaryeri (*marketplace*) modeli kapsamında bünyesinde bulunan 58.996 satıcı iş ortağı ile "elektronik, ev ve yaşam, kişisel bakım, süpermarket, kozmetik, moda, spor ve outdoor, hobi, pet shop" ve "takı ve aksesuar" gibi farklı kategoriler altında hizmet sunmaktadır.

H.2. ÇİÇEKSEPETİ'nin Çalışma Modelleri Hakkında Bilgi

- (11) Soruşturma sürecinde, ÇİÇEKSEPETİ tarafından Kurulun 08.04.2021 tarihli ve 21-20/250-106 sayılı kararı ile kabul edilen taahhütler doğrultusunda oluşturduğu iş modelleri ile faaliyetlerine devam edildiği bilgisi verilmiştir. Bu kapsamda, ÇİÇEKSEPETİ'nin çalışma modelleri temel olarak "ÇİÇEKSEPETİ İş Modeli" ve "Pazaryeri İş Modeli" olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

H.2.1. ÇİÇEKSEPETİ İş Modeli

- (12) ÇİÇEKSEPETİ İş Modeli kapsamında, altyapı sistemleri tamamen kendisine ait olan internet sitesi ve mobil uygulama kullanılmaktadır. Bu çalışma modelinde ÇİÇEKSEPETİ doğrudan satıcı konumundadır. Ürünler ÇİÇEKSEPETİ bayileri tarafından, önceden belirlenen operasyon kurallarına ve kalite standartlarına göre müşterilere teslim edilmektedir. Söz konusu çalışma modelinde, bayiler herhangi bir ticari risk üstlenmemektedir. ÇİÇEKSEPETİ İş Modeli, ÇİÇEKSEPETİ'nin ana çalışma modelini teşkil etmektedir. Bu çalışma modelinde "Bizim Bayi", "Franchise" ve "Darkstore" olmak üzere üç farklı bayilik modeli uygulanmaktadır. Aşağıda sırasıyla söz konusu bayilik modellerine ilişkin bilgilere yer verilecektir:

H.2.1.1 Bizim Bayi Bayilik Modeli

- (13) *Bizim Bayi* bayilik modelinde; ÇİÇEKSEPETİ'nin internet sitesi (www.ciceksepeti.com) ve mobil uygulaması üzerinden tüketicilerin verdiği çiçek ve *bonnyfood* siparişleri tanımlı bölgelerine göre ilgili bayilere yönlendirilmektedir. Siparişin yönlendirilmesinin ardından bayi, sipariş edilen ürünü hazırlamakta ve talep edilen saat aralığında müşteriye teslimini gerçekleştirmektedir. ÇİÇEKSEPETİ, *Bizim Bayi* bayilik modelinde bayileri ile iş birliği sözleşmesi imzalamakta ve bu kapsamda belirlenen bir komisyon tutarı üzerinden çalışmakta olup sipariş faturası ise tüketiciye ÇİÇEKSEPETİ tarafından düzenlenip gönderilmektedir. Bir aylık dönemin sonunda bayi, sistem aracılığı ile kendisine yönlendirilen siparişler için ÇİÇEKSEPETİ'ne sağladığı mal ve hizmetlere karşılık olarak ÇİÇEKSEPETİ'ne fatura (hak ediş faturası) düzenlemektedir. Bayilerin komisyon tutarı üzerinden elde ettiği gelir; ürünün, ÇİÇEKSEPETİ tarafından belirlenen satış fiyatında meydana gelen değişikliklerden etkilenmemektedir. Bu anlamda, bayiler nihai tedarikçi olarak nitelendirilmektedir. Buna göre, bayilerin müşterilere ÇİÇEKSEPETİ adına teslimat hizmeti sağladığı ve herhangi bir ticari risk üstlenmediği anlaşılmaktadır.
- (14) Buna ek olarak *Bizim Bayi* bayilik modeli kapsamında faaliyet gösteren bayiler; (i) müşterinin tercih ettiği tarih/saat aralığında (Örneğin: 09.00-13.30) teslimatların tüm günlerde yapıldığı gönderim modeli olan servisli gönderim veya servisli gönderim yapılmayan bölgeler bakımından tüm siparişlerin gönderimi için kargolu gönderim yapabilmektedir.

H.2.1.2 Franchise Bayilik Modeli

- (15) *Franchise* bayilik modelinde; bayilere ÇİÇEKSEPETİ markaları ve ÇİÇEKSEPETİ internet sitesi ve mobil uygulamasının franchise sözleşmesinde belirlenen şekilde kullanımı için inhisarı olmayan *franchise* hakkı tanınmaktadır. Bu modelde bayiler, hem ÇİÇEKSEPETİ'nin internet sitesi ve mobil uygulaması üzerinden hem de fiziki olarak çiçek ve *bonnyfood* ürünlerinin müşteriye perakende satışını ve teslimini gerçekleştirmektedir. *Franchise* bayilik modelinde 2 tip sözleşme bulunmaktadır. Bunlardan ilki olan konsept mağaza uyarınca; bayinin işyerindeki dekorasyon, mobilya, ekipman, iç ve dış görüntü, tabela, duvar dekorasyonları, zemin düzenlemeleri ÇİÇEKSEPETİ tarafından belirlenmektedir. İkinci tip *franchise* sözleşmesinde ise

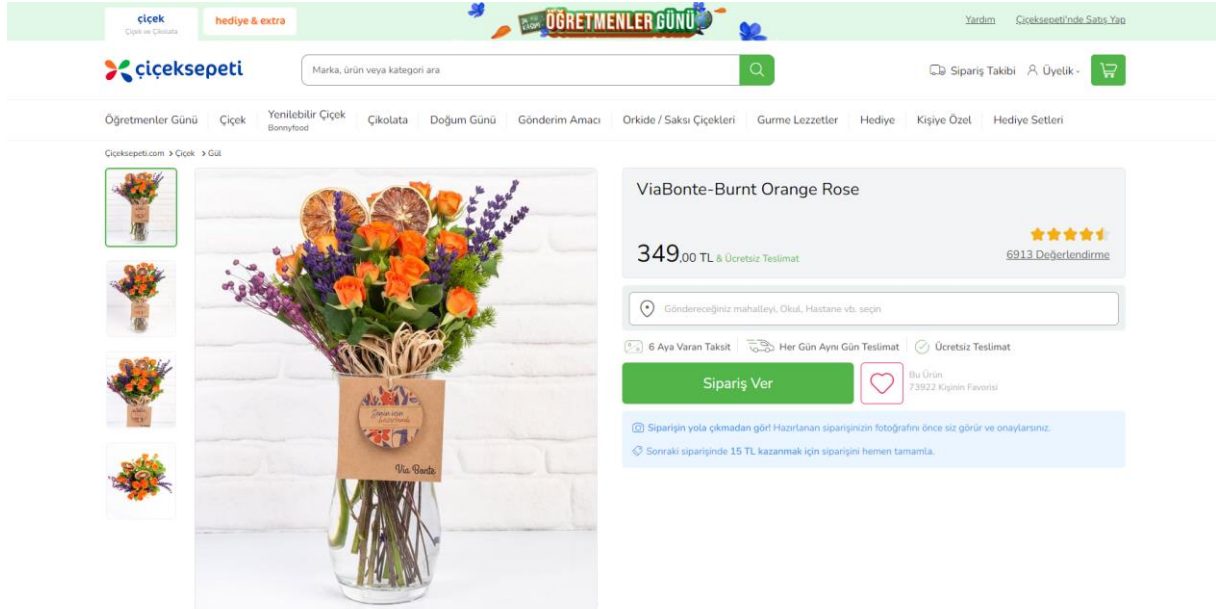
yalnızca tabela kurulumu ÇİÇEKSEPETİ tarafından gerçekleştirilmektedir. *Franchise* bayiler, perakende satışa ek olarak, ÇİÇEKSEPETİ'nin internet sitesi ve mobil uygulaması üzerinden belirli bir komisyon oranı üzerinden gerçekleştirdikleri satışlar için hak ediş geliri elde etmektedir. Bu anlamda *franchise* bayilerin internet sitesi ve mobil uygulama üzerinden gerçekleştirdikleri satışlar için *Bizim Bayi* modelinde belirlenen komisyon esasları paralellik göstermektedir. Perakende satışta ilgili ay sonunda toplam perakende cirosuna göre bayiye komisyon faturası düzenlenmektedir. Bu tutar bayinin hak edişinden düşülerek veya nakit olarak tahsil edilmektedir.

- (16) *Franchise* modelinde satış yapan bayilerin hepsi aynı zamanda *Bizim Bayi* çalışma modelinde de yer almakta olup ÇİÇEKSEPETİ bünyesinde hâlihazırda (.....) adet konsept ve (.....) adet ise gel-al türü mağaza olmak üzere (.....) adet *franchise* bayisi bulunmaktadır.

H.2.1.3 Darkstore Bayilik Modeli

- (17) *Darkstore* bayilik modeli, fiziksel bir mekânda faaliyet gösteren bayilerin iş birliği sözleşmesi kapsamında yalnızca internet üzerinden verilen siparişleri tüketicilere sağlamak için ÇİÇEKSEPETİ ile kurduğu bayilik ilişkisini ifade eden modeldir. Geleneksel perakende satışından farklı olarak, çevrim içi siparişle özel olarak tasarlanmış bir iş modeli sunmayı hedeflemektedir. Öneri sürecinde projelendirme aşamasında olmakla birlikte, ÇİÇEKSEPETİ'nin *Darkstore* bayilik modeli kapsamında hâlihazırda (.....) çiçek ve (.....) *bonnyfood* bayisi bulunduğu ifade edilmiştir. Öte yandan ÇİÇEKSEPETİ temsilcileri ile 07.05.2024 tarihinde gerçekleştirilen fiziki toplantı esnasında ilgili bayilik modeli kapsamındaki faaliyetlere son verildiği bilgisi edinilmiştir.
- (18) ÇİÇEKSEPETİ İş Modeli kapsamında, ÇİÇEKSEPETİ internet sitesi üzerinden satışı gerçekleştirilen ürünlere ait örnek bir ekran görüntüsüne aşağıda yer verilmektedir:

Şekil 1- "ÇİÇEKSEPETİ İş Modeli" Kapsamında Sunulan Ürünlere İlişkin Örnek Ekran Görüntüsü



Kaynak: ÇİÇEKSEPETİ İnternet Sitesi

- (19) Yukarıda yer verilen ekran görüntüsünden, ÇİÇEKSEPETİ İş Modeli ile satışı gerçekleştirilen ürünlere, ürünün yanında herhangi bir satıcı ismi veya puanının yer almadığı anlaşılmaktadır.

H.2.2. Pazaryeri İş Modeli

- (20) Pazaryeri İş Modeli kapsamında; pazaryeri altyapı sisteminden faydalanmak isteyen bağımsız satıcılar, ÇİÇEKSEPETİ'nin internet sitesi ve mobil uygulaması üzerinden elektronik, ev & yaşam, kişisel bakım, süpermarket, kozmetik, moda, spor & outdoor, hobi, pet shop ve takı & aksesuar gibi kategorilerde ürünlerinin satışını gerçekleştirmektedirler. Satıcılar, ÇİÇEKSEPETİ'nin internet sitesi veya mobil uygulaması üzerinden gerçekleştirdiği ürün ve hizmet satışları ile ilgili olarak fatura veya satış fişi düzenlemektedir. Satılan ürünlerin fiyatlandırma ve indirim kararları ilgili satıcı tarafından verilmektedir. Bu anlamda, Pazaryeri İş Modeli kapsamında ÇİÇEKSEPETİ aracı hizmet sağlayıcı konumunda bulunmaktadır. Pazaryeri İş Modeli kapsamında gerçekleştirilen satışlara ilişkin ödemeler ÇİÇEKSEPETİ'nin anlaşmalı banka POS'ları üzerinden ÇİÇEKSEPETİ tarafından müşteriden tahsil edilmektedir. Müşteriden tahsil edilen tutar, satıcılar ile akdedilen sözleşmede belirtilen komisyon ve diğer kesintiler yapıldıktan sonra ilgili satıcıya iletilmektedir. İlave, ÇİÇEKSEPETİ'nin Pazaryeri İş Modeli kapsamında üçüncü taraf satıcılardan elde ettiği gelir kalemleri ve ilgili gelir kalemlerinin açıklamalarına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

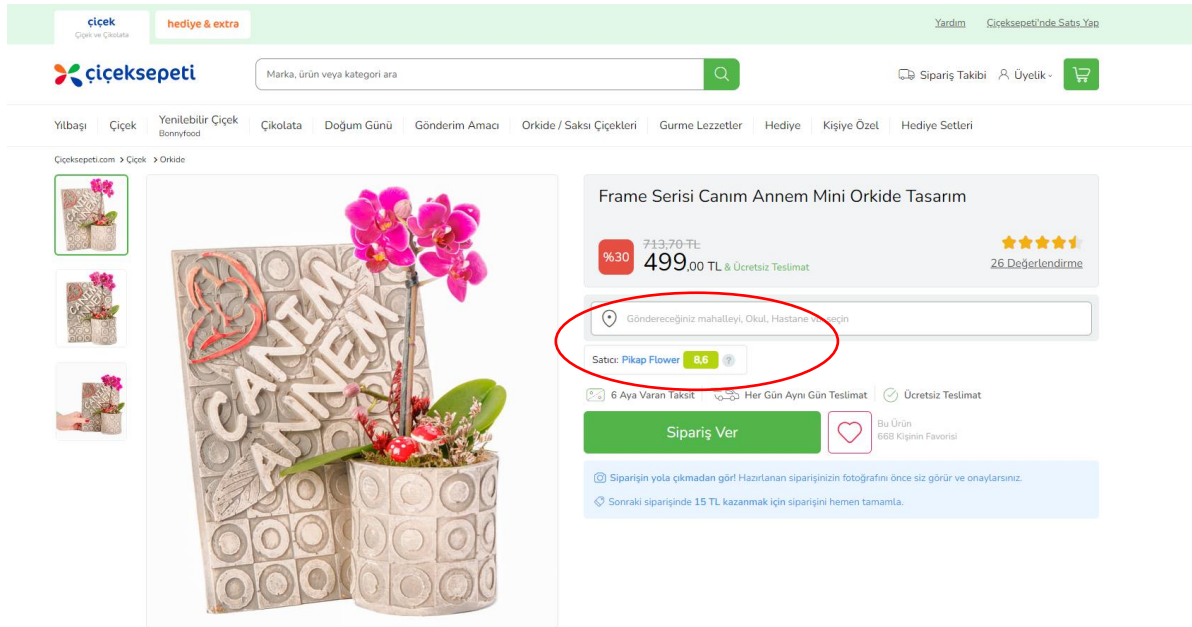
Tablo 1- ÇİÇEKSEPETİ'nin Pazaryeri İş Modeli Kapsamında Üçüncü Taraf Satıcılardan Elde Ettiği Gelir Kalemleri

Gelir Kalemleri	Açıklama
Komisyon	İşletme maliyetlerini karşılamak ve hizmetlerini sürdürmek için satıcılardan satış yaptığı kategoriye göre belirlenen tutarda alınan ödemeler olarak tanımlanmakta olup satıcı ile anlaşılan komisyon oranı satıcının ilgili kategoride çok bilinen bir marka olması, tüketiciler tarafından tercih edilme oranının yüksek olması, ilgili kategoride çok fazla ürün listeliyor olması ve çevrim içi ürün satış beklentilerinin çok yüksek olması gibi faktörlere bağlı olarak değişkenlik gösterebilmektedir.
Listeleme Bedeli	Satıcılar tarafından ÇİÇEKSEPETİ internet sitesinde satışa sunulan ve ilgili ay içinde satışı yapılan her bir ürün için ayda bir defaya mahsus olarak alınan bedeldir. (.....) tüm satıcılardan listelenen ürün başına (.....) tahsil edilmektedir. Listeleme bedeli kaleminin uygulanma amacının satıcıların, ilgilenmedikleri ürünleri listelemesinin önüne geçmek ve ayrıca listeledikleri ürünler ile de ilgilenmelerini sağlamak olduğu ifade edilmektedir.
Ödeme Altyapısı Kullanım Bedeli	Ödeme altyapısı sistemine yönelik verilen hizmetin ve oluşturulan altyapının kullanımı karşılığında tüm satıcılardan tahsil edilen bedeldir. Satıcının satılan her bir ürününün KDV hariç satış fiyatının (.....) %(.....)'u olarak uygulanmaktadır
Reklam Bedeli	Satıcılar, ilgili kategori içinde yapılan aramalarda ürünlerini müşterilere üst sırada göstermek ve satışlarını arttırmak amacıyla ürünlerine reklam verebilmektedirler. Söz konusu reklam bedeli, reklam verilen ürünün tıklama başına maliyet (<i>Cost per Click - CPC</i>) esasına göre ücretlendirilmektedir.
Ceza Geliri	Satıcılara, siparişte tedarik edilemeyen ürün bulunması, taahhüt edilen sürede ürünün tüketiciye teslim edilmemesi, ayıplı ürün teslimatı yapılması ve müşteri memnuniyetinin sağlanması amacıyla özür ve promosyon bedeli tanımlanan sipariş olması vb. konularında herhangi bir ihlal gerçekleştirmeleri durumunda ödeme müeyyideleri uygulanmaktadır. (.....).
Kargo Kesintisi	Satıcılar iki durumda kargo gönderisi yapabilmektedir. Bu kapsamda satıcıların kargo şirketleri ile kendi anlaşmalarını kullanarak veya ÇİÇEKSEPETİ kargo anlaşmasını kullanarak ürün gönderimi yapmaları mümkündür. Bu durumda ilgili tutarlar, kargo firmaları ile yapılan anlaşmalar kapsamında belirlenmektedir.
Özür ve Promosyon Kesintisi	Ürün teslimatında herhangi bir sorun yaşanması (geç teslimat, hatalı teslimat kaydı, ayıplı ürün vb.) durumunda ÇİÇEKSEPETİ tarafından tüketici memnuniyetini sağlamak amacıyla müşterilere özür ve promosyon ürün gönderimleri yapılabilmektedir. (.....) ve satıcının ilgili kategoride çok

	bilinen bir marka olmasına, tüketiciler tarafından tercih edilme oranının yüksek olmasına, ilgili kategoride çok fazla ürün listeliyor olmasına, çevirim içi ürün satış beklentilerinin çok yüksek olmasına vb. bağlı olarak değişkenlik gösterebilmektedir.
Kaynak: ÇİÇEKSEPETİ	

- (21) Pazaryeri İş Modeli kapsamında faaliyet gösteren üçüncü taraf satıcılar; (i) pazaryerinde üçüncü taraf satıcı tarafından tercih edilmesi durumunda aynı gün geniş saat aralıklarında (Örneğin; 09.00-18.00) teslimatların yapıldığı, hafta sonu gönderim yapılıp yapılmayacağına satıcının tercihinde olduğu kuryeli gönderimi veya kuryeli gönderim yapılmayan bölgeler bakımından tüm siparişlerin gönderimi için kargolu gönderimi tercih edebilmektedir.
- (22) ÇİÇEKSEPETİ tarafından sunulan Pazaryeri İş Modeli kapsamında, ÇİÇEKSEPETİ internet sitesi üzerinden satışı gerçekleştirilen ürünlere ait örnek bir ekran görüntüsüne aşağıda yer verilmektedir:

Şekil 2- "Pazaryeri İş Modeli" Kapsamında Sunulan Ürünlere İlişkin Örnek Ekran Görüntüsü



Kaynak: ÇİÇEKSEPETİ İnternet Sitesi

- (23) Yukarıda yer verilen ekran görüntüsünden, Pazaryeri İş Modeli ile üçüncü taraf satıcılar tarafından satışı gerçekleştirilen ürünlerde, ürünün yanında satıcı ismi ile birlikte ilgili satıcının puanının yer aldığı görülmektedir.

H.3. ÇİÇEKSEPETİ'nin Dosya Konusu Davranışları

- (24) Dosya kapsamında esas itibarıyla ÇİÇEKSEPETİ tarafından 2023 yılında; tasarım çiçek ve *bonnyfood* kategorilerinde sunulan ürünler için site içi reklam hizmetinin durdurulması, *bonnyfood* kategorisindeki ürünlerin kargo ile gönderiminin sona erdirilmesi, çiçek ve *bonnyfood* kategorilerindeki satıcıların faaliyetlerine devam edebilmeleri için iki ilde ve 100'er bölgede teslimat hizmeti sağlama zorunluluğu getirilmesiyle birlikte üçüncü taraf satıcıların faaliyetlerini zorlaştırdığı, devam eden süreçte en nihayetinde "(i) çiçek, (ii) *bonnyfood* ve (iii) çikolata ve şekerleme kategorilerinde¹" faaliyet gösteren üçüncü taraf satıcıların faaliyetlerine son verdiği ve

¹ "Çikolata ve şekerleme" kategorisindeki ürün gruplarının bir kısmı "*bonnyfood*" içerisinde, bir kısmı ise Süpermarket kategorisi altında yer alan "çikolata ve şekerleme" bölümünde sunulmaktadır.

kendi bayileri lehine davranışlarda bulunduğuna yönelik iddialar incelenmektedir. Bu çerçevede, ÇİÇEKSEPETİ'nin pazaryerinde faaliyet gösteren satıcılara yönelik sözleşme kapsamında "Pazaryeri Platform Kullanım Kuralları"na yönelik getirmiş olduğu güncellemelere ilişkin detaylar kronolojik sırayla birlikte Tablo 2'de sunulmuştur:

Tablo 2- ÇİÇEKSEPETİ'nin Pazaryeri Platform Kullanım Kurallarına Yönelik Güncellemeleri

Duyuru Tarihi	Uygulamaya Geçtiği Tarih	Konusu	Detayı	Uygulandığı Kategori
12.04.2023	12.04.2023	Site İçi Reklam Yasağı Uygulaması	Tasarım çiçek ve yenilebilir çiçek (<i>bonnyfood</i>) kategorilerinde satışa sunulan ürünler için site içi reklam hizmeti sonlandırılmıştır.	"Tasarım Çiçek ve Yenilebilir Çiçek (<i>Bonnyfood</i>)"
18.07.2023	16.08.2023	Kargo ile Gönderim Yasağı	Yenilebilir çiçek (<i>bonnyfood</i>) kategorileri kargo ile gönderime kapatılmıştır.	"Yenilebilir Çiçek (<i>Bonnyfood</i>)"
-	16.08.2023	Gönderim Yapılan İl ve Bölge Sayısı Hakkında Satıcılara Yükümlülüklerin Getirilmesi	ÇİÇEKSEPETİ tarafından satıcılara "...Yenilebilir çiçek (<i>bonnyfood</i>) kategorisinde satış yapan satıcıların Türkiye'nin en az 2 adet iline, her bir il için en az 100 adet gönderim bölgesine aynı gün teslimatlı servisli hizmet (<i>kuryeli teslimat</i>) vermesi gerekmektedir." şartı getirilmiştir.	"Yenilebilir Çiçek (<i>Bonnyfood</i>)"
29.09.2023	30.10.2023	Platform Kullanım Kurallarına 27. Maddenin Eklenmesi ve Bazı Ürün Gruplarının Satışa Kapatılması	<ul style="list-style-type: none"> - Pazaryeri modelinde yer alan tasarım çiçek ve yenilebilir çiçek (<i>bonnyfood</i>) kategorisindeki tüm ürün/ürün grupları, - Yapı Market, Hırdavat & Bahçe kategorisinin altında yer alan Bahçe alt kategorisindeki Çiçek, Bitki başlığı altındaki ürün/ürün gruplarının tamamı, - Süpermarket kategorisinin altında yer alan Gıda alt kategorisindeki Çikolata ve Şekerleme başlığı altında satışa sunulan tüm ürün/ürün grupları, Süpermarket Hediye Setleri başlığı altında satışa sunulan Süpermarket Hediye Setleri ürünleri, - Kategori fark etmeksizin platformda yayınlanan canlı bitki, yapay bitki, kurutulmuş bitki, teraryum ve sukulent ürün/ürün grupları platformda satışa kapatılacaktır. 	<ul style="list-style-type: none"> - "Tasarım Çiçek ve Yenilebilir Çiçek" - Süpermarket kategorisi altında yer alan "Çikolata ve Şekerleme" ile "Süpermarket Hediye Setleri"²

² Her ne kadar şikâyet konusu iddiaların temelini çiçek, *bonnyfood*, çikolata ve şekerleme kategorileri yanında hediye setleri kategorisinin de satışa kapatılması oluştursa da ÇİÇEKSEPETİ'nin ve satıcıların cevabi yazılarında hediye setleri kategorisinin satışa kapatılmadığı beyan edilmiştir. Ayrıca ÇİÇEKSEPETİ tarafından "Süpermarket" kategorisinin altında yer alan "Hediye Setleri"nin %(...)'ının cips, gofret ya da hazır çikolata gibi gıda ürünlerinden oluştuğu, bilhassa çikolata kategorisinde faaliyet gösteren ve kötü hizmet sunması sebebiyle kapama yaptırımına tabi olan kimi üçüncü taraf satıcıların, söz konusu yaptırımın etrafından dolanmak adına "Süpermarket" kategorisinin altında yer alan "Hediye Setleri" kategorisi altında ürün satma girişiminde bulunmasının önüne geçilmesinin hedeflendiği belirtilmiştir. Bu bağlamda, işbu dosya kapsamında hediye setlerine ilişkin iddialar "çikolata ve şekerleme" kategorisi altında değerlendirilmiştir.

05.10.2023	30.10.2023	Ürün Gruplarının Satışa Kapatılması Uygulamasının “Tasarım Çiçek ve Yenilebilir Çiçek” Kategorisi İçin Şartlı Ertelenmesi	“Tasarım Çiçek ve Yenilebilir Çiçek” ürün gruplarının satışa kapatılması uygulamasının 31.12.2023 tarihine kadar satıcı şikâyet oranına bağlı olarak ilgili kategorilerdeki ürün/ürün gruplarının satışına devam edilmesine izin verilmiştir.	“Tasarım Çiçek ve Yenilebilir Çiçek (Bonnyfood)”
Kaynak: Teşebbüslerden Elde Edilen Bilgiler				

- (25) Yukarıda yer verilen platform kurallarına yönelik güncellemelerin yanında, yerinde incelemelerden elde edilen belgeler ve satıcı görüşlerinden ÇİÇEKSEPETİ'nin üçüncü taraf satıcılar bakımından reklam hizmetini yasaklayarak kendi bayilerine ilişkin ürünleri ön plana çıkartmak suretiyle satıcıların platform üzerindeki görünürlüklerini azaltarak faaliyetlerini zorlaştırabileceğine yönelik endişe oluşmuştur.
- (26) Yukarıdaki özet tabloda yer verilen site içi reklam hizmetinin durdurulması, ürünlerin kargo ile gönderim vasıtasıyla gönderimine son verilmesi, iki ilde ve 100'er bölgede teslimat hizmetinin şart koşulması ve nihai olarak platformun üçüncü taraf satıcılara kapatılması eylemleri her ne kadar ayrı davranışlar olarak gerçekleştirilse de söz konusu davranışlar kronolojik olarak üçüncü taraf satıcıların satışlarına son verilmesi ve ÇİÇEKSEPETİ'nin kendi bayileri lehine davranışlarda bulunması sürecinin farklı aşamalarını oluşturmaktadır. Dolayısıyla söz konusu davranışların birbirinden bağımsız olarak değerlendirilemeyeceği kanaatine varılmıştır.
- (27) Dosya kapsamında ilgili ürün pazarları “çevrim içi çiçek satışına aracılık hizmetleri” “çevrim içi bonnyfood satışına aracılık hizmetleri” ve “çevrim içi çikolata ve şekerleme satışına aracılık hizmetleri” olarak tanımlanmıştır. Bununla birlikte, ÇİÇEKSEPETİ platformunda çiçek, bonnyfood, çikolata ve şekerleme kategorileri altında tüketicilere sunulan ürünlerin çoğunlukla hediye amaçlı olduğu, bu nedenle özellikle TRENDYOL, HEPSİBURADA ve GETİR ÇARŞI gibi tüketicilerin çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak için kullandığı pazaryerlerinden/diğer aracı platformlardan farklılaşabileceği değerlendirilmesinde bulunulmuştur. Öte yandan dosya kapsamında bu yönde bir ayırım yapılmamış olup ÇİÇEKSEPETİ'nin ilgili ürün pazarlarındaki konumu; TRENDYOL, HEPSİBURADA ve GETİR ÇARŞI gibi pazaryerlerinin/diğer aracı platformların verileri de dikkate alınarak ortaya koyulmuştur. Bu yönde yapılan değerlendirmelerde “çevrim içi çiçek satışına aracılık hizmetleri pazarı” ve “çevrim içi bonnyfood satışına aracılık hizmetleri pazarı” olmak üzere iki pazar bakımından (i) ÇİÇEKSEPETİ'nin rakiplerine kıyasla oldukça yüksek pazar paylarına sahip olması, (ii) ilgili pazarlarda önemli ağ etkilerinin varlığı ve piyasaya girişte engeller bulunması ve (iii) ÇİÇEKSEPETİ'nin karşısında pazarlık gücüne sahip alıcıların bulunmaması gibi nedenlerden ötürü ÇİÇEKSEPETİ'nin hâkim durumda olduğu sonucuna ulaşılmıştır³.
- (28) Öte yandan dosya kapsamında, “çevrim içi çikolata ve şekerleme satışına aracılık hizmetleri” pazarı bakımından herhangi bir hâkim durum tespitinde bulunulmamış; ÇİÇEKSEPETİ'nin çiçek, bonnyfood, çikolata ve şekerleme satışına aracılık hizmetleri pazarlarında sunmuş olduğu hizmetin, yukarıda da kısaca belirtildiği üzere, tüketicilere

³ Dosya kapsamında “(i) çevrim içi çiçek satışına aracılık hizmetleri” ve “çevrim içi bonnyfood satışına aracılık hizmetleri” bakımından en geniş şekilde tanımlanan ilgili ürün pazarlarında dahi, ÇİÇEKSEPETİ'nin pazar paylarının rakiplerine kıyasla oldukça yüksek seyrettiği ve söz konusu pazarlarda hâkim durumda bulunduğu değerlendirilmiştir.

teslimat gününü seçebilme, kişiye özel not ekleme ve kutu içeriğini tasarlama imkânları tanınması nedenleriyle diğer aracı platformlardan farklılaşabileceği ve özellikle “çevrim içi çikolata ve şekerleme satışına aracılık hizmeti” pazarında yapılacak hâkim durumun analizinin dosya kapsamındaki değerlendirmeler bakımından önem taşıdığı değerlendirilmiştir. Bu kapsamda “Taahhüt Metni”ne ilişkin değerlendirmeye geçmeden önce ilk olarak “çikolata ve şekerleme satışına aracılık hizmetleri” pazarı bakımından yapılan ilave değerlendirmelere ve ÇİÇEKSEPETİ’nin güncel pazar payı verilerine yer verilecektir.

H.4. Çevrim İçi Çikolata ve Şekerleme Satışına Aracılık Hizmetleri Pazarına İlişkin Değerlendirmeler

H.4.1. Çevrim İçi Çikolata ve Şekerleme Satışına Aracılık Hizmetleri Kapsamında İlgili Ürün Pazarına İlişkin Değerlendirmeler

- (29) Dosya kapsamında ilgili ürün pazarına yönelik yapılan incelemelerde; ÇİÇEKSEPETİ tarafından sunulan (i) çiçek, (ii) *bonnyfood* ve (iii) çikolata ve şekerleme kategorilerindeki ürünlerin tüketici nezdinde kullanım amaçlarının farklılaştığı; üretici nezdinde ise tedarik, üretim süreçleri, raf ömrü ve teslimat bakımından ortaya çıkan farklılıklar nedeniyle birbirinden ayırdıkları, farklı kategoriler bazında sunulan ürünlerin birbirlerine ikame olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.
- (30) Yukarıda yer alan hususa ilaveten; çevrim içi gerçekleşen alışverişlerde satıcıların, fiziksel mağazaların bulunduğu mekân/ilçe/ilden bağımsız olarak çok daha geniş bir tüketici kitlesine ulaşabildiği, daha az maliyetli ve daha çok görünür kampanyalar düzenleme imkânına sahip olduğu değerlendirilmiştir. Çevrim içi platform kullanan tüketicilerin de buldukları bölgede bulunan mağazalarla sınırlı olmadığı, birden fazla satıcıya ulaşma imkânına sahip olduğu, daha fazla ürüne daha kolay ve hızlı bir şekilde erişebildiği, ürünler arasında daha az işlem maliyetine katlanarak karşılaştırma yapabildiği ve ödeme imkânlarının kolaylaştığı tespit edilmiştir. Bu çerçevede, çevrim içi platformların geleneksel kanala ikâme olmadığı ve söz konusu iki kanalın farklı ilgili ürün pazarlarını oluşturduğu sonucuna ulaşılmıştır.
- (31) Son olarak, aracılık faaliyeti sunan platformlar ile kendi adına satış yapan internet siteleri bakımından incelemeler gerçekleştirilmiş olup platformların çok fazla satıcı ile çalışmaları sebebiyle tüketicilere, kendi ürününü çevrim içi mecralar vasıtasıyla satan teşebbüslere nazaran daha fazla ürünü, daha geniş bir yelpazede, eş deyişle daha fazla çeşitte sunabildiği, başka internet sitelerine geçiş yapılmasına gerek kalmaksızın ürünlerin niteliklerini, fiyatlarını ve satıcılara ilişkin yorumları karşılaştırma imkânı sağladığı ve tek duraklı bir alışveriş deneyimi yaşattığı değerlendirilmiştir. Buna ilaveten, bir teşebbüsün kendi internet sitesi üzerinden satış yapması için buna yönelik bir internet sitesi kurması, bunu yönetmesi ve ilave personel istihdam etmesi gerekirken bir platform üzerinden ürünlerini tüketiciye sunan satıcının, platformun kendisine sunduğu altyapıyı kullanarak ve pazardaki ağ etkilerinden faydalanarak kendi internet sitesi üzerinden yaptığı satışlara nazaran daha geniş bir kitleye ulaşabildiği, bu durumun özellikle küçük ölçekli teşebbüsler bakımından yeni tüketicilere ulaşılması için bir fırsat oluşturduğu ve çevrim içi doğrudan satış yapan satıcıların, bir platform modeli oluşturmak istemeleri halinde, bu modeli oluşturabilmeleri için birden fazla satıcı ile anlaşmalarının, buna uygun bir altyapı kurmalarının ve çok sayıda satıcıyı besleyecek kadar talep çekmelerinin gerekeceği dikkate alınarak aracılık faaliyeti sunan platformlar

ile kendi adına satış yapılan internet siteleri arasında hem talep hem de arz ikamesinin bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır⁴.

- (32) Dosya kapsamında ÇİÇEKSEPETİ tarafından; (i) çiçek, (ii) *bonnyfood* ve (iii) çikolata ve şekerleme kategorileri altında tüketicilere sunulan ürünlerin çoğunlukla hediye amaçlı olduğu, bu nedenle özellikle TRENDYOL, HEPSİBURADA ve GETİR ÇARŞI gibi tüketicilerin çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak için kullandığı pazaryerlerinden/diğer aracı platformlardan farklılaşabileceği değerlendirilmesinde bulunulmuştur. Bu değerlendirmede ÇİÇEKSEPETİ'nin sunmuş olduğu hizmetin tüketicilere; teslimat gününü seçebilme, kişiye özel not ekleme ve kutu içeriğini tasarlama imkânları tanınması yönündeki özellikleri etkili olmuştur. Bu çerçevede, devam eden bölümde "çikolata ve şekerleme" kategorisi bakımından söz konusu özelliklere ilişkin değerlendirmelere yer verilmektedir⁵.
- (33) Çikolata ve şekerleme gibi ürünlerin satışı söz konusu olduğunda kullanıcılar ilgili ürünleri gerek hediye olarak gerekse kendi tüketimleri amacıyla sipariş edebilmektedir. Öte yandan ürünlerin hediye olarak sipariş edilmesi halinde diğer ürünlerin sunumundan farklılaşan durumlar söz konusu olabilmektedir. Bu doğrultuda incelenmesi gereken hususlardan ilki, ilgili ürünlerin anlık olarak teslimatına olanak sağlama imkânının ilgili pazar tanımı bakımından tüketiciler nezdinde önem taşıyıp taşımadığıdır. Öncelikle, çikolata ve şekerleme kategorisinde faaliyet gösteren platformların sunduğu hizmetin temelde ürünlerin tüketicilere ulaştırılması noktasında satıcılara aracılık hizmeti sağlanması olduğu belirtilmelidir. Bu bakımdan çikolata ve şekerleme siparişi vermek isteyen bir tüketici, platformun sunmuş olduğu çok çeşitli ürün kataloğu arasından sipariş vermek istediği ürünü seçebilmekte; ilgili ürünlere ilişkin kullanıcıların geçmiş tarihli yorumlarını okuyabilmekte ve ilgili satıcı veya bayiye verilmiş puanlamaları dikkate alabilmektedir. Nihai olarak ise seçilen ürünün görsele uygun şekilde tüketiciye gönderilmesi beklenmektedir.
- (34) Teslimat hizmeti, aracılık hizmeti sağlayan teşebbüsler bakımından yan bir hizmet niteliğindedir. Söz konusu hizmet, platformun kendisi tarafından sağlanabileceği gibi satıcılar tarafından kargo firmalarından, kurye personeli sağlayan üçüncü taraf hizmet sağlayıcılardan veya kendi bünyelerindeki kurye personelinden faydalanılarak da sunulabilmektedir. Teslimatın kargo veya kurye ile gerçekleştirilmesinden bağımsız olarak, platform üzerinden sipariş edilen ürün her iki durumda da aynı olup herhangi bir değişikliğe maruz kalmaksızın tüketiciye aynı şekilde ulaştırılmaktadır. Bu açıdan

⁴ Konuya ilişkin geçmiş tarihli Kurul kararlarına bakıldığında da, platformların genellikle ayrı bir pazar olarak tanımlandığı ve kendi adına satış yapan çevrim içi kanalların platformlara ikame kabul edilmediği görülmektedir. Örneğin, Kurulun 09.06.2016 tarihli ve 16-20/347-156 sayılı *Yemeksepeti* kararında, Yemeksepeti platformunun sahip olduğu ağ etkisi sebebiyle restoranların internet sitelerinden ayrıldığı tespiti; 05.01.2017 tarihli ve 17-01/12-4 sayılı *Booking* kararında konaklama tesislerinin kendi internet sitelerinin, başka teşebbüslerle karşılaştırma yaparak araştırma ve rezervasyon oluşturma imkânı sağlamamaları sebebiyle Booking'in internet sitesinden ayrışacağı değerlendirilmesi, platformların kendi adına satış yapan çevrim içi kanallardan ayrı kabul edildiğini göstermektedir. Benzer bir yaklaşım Kurulun 07.04.2022 tarihli ve 22-16/273-122 sayılı *Nadirkıtap* kararında da sürdürülmüş, platformların sahip oldukları ağ etkisi, tüketici tarafından bilinirlik, daha iyi kullanıcı deneyimi sağlama ve müşteri portföyünün genişliği gibi faktörlerin, platformlar ile teşebbüslerin kendi internet siteleri arasında farklılaşmaya yol açtığı ve bu iki kanalın aynı pazarda değerlendirilmesinin mümkün olmadığı tespitinde bulunulmuştur.


⁵ Daha önce de yer verildiği üzere, dosya kapsamında ÇİÇEKSEPETİ'nin TRENDYOL, HEPSİBURADA ve GETİR ÇARŞI gibi pazaryerlerinin verilerinin dâhil edildiği durumda da "*çevrim içi çiçek satışına aracılık hizmetleri*" ve "*çevrim içi bonnyfood satışına aracılık hizmetleri*" pazarlarında hâkim durumda olduğu tespit edilmiştir. Bu çerçevede, işbu başlık altında "çikolata ve şekerleme" kategorisi bakımından değerlendirme yapılmıştır.

teslimat şeklinin ürünün niteliği, çeşitliliği ve fiyatı gibi tüketiciler nezdinde daha fazla önem arz eden parametreler üzerinde herhangi bir etkisi bulunmamaktadır.

- (35) Yukarıdaki bilgiler çerçevesinde; çikolata ve şekerleme kategorisindeki ürünler bakımından tüketici tercihini belirleyen ana unsur, istenilen ürünün platform tarafından hazırlanan görsele uygun şekilde tüketiciye ulaştırılmasıdır. Teslimat şekli, tüketici tercihlerinin değişiklik göstermesi durumunda önem kazanmaktadır. Örnek vermek gerekirse, ürününü aynı gün teslim almak isteyen bir tüketici anlık teslimat hizmeti sunabilen bir satıcıyı tercih edebilecektir. Bununla birlikte, çikolata ürününün tüketicilere bir kutu veya ambalaj ile gönderildiği dikkate alındığında ürünün kargo ile gönderilmesinin önünde de herhangi bir engel bulunmamaktadır. Bu bakımdan aynı gün teslimat beklentisi olmayan tüketiciler kargo ile gönderimi de tercih edebilecektir. Aşağıda farklı pazaryerlerinden ertesi gün teslim edilecek şekilde çikolata sipariş eden kullanıcıların yorumlarını içeren ekran görüntülerine yer verilmektedir.

Şekil 3- TRENDYOL Pazaryerinde Yer Alan Tüketici Yorumlarına İlişkin Ekran Görüntüsü

★★★★★
Ş** Y** - Elite Üye - 09 Nisan 2023
Hediye olarak aldım. Kutusuyla çok şık oldu



Bolçi Çikolata satıcısından alındı

★★★★★
Berin Ç. - 15 Mart 2023
Paketlemesi güzeldi. Yanında yolladığınız hediye için teşekkür ederim

Konsept Gıda satıcısından alındı

★★★★★
***** - 05 Ekim 2022
Çok lezzetli, hediye olarak gönderdim. Çok beğenildi.

Bolçi Çikolata satıcısından alındı

★★★★★
D** P** - 15 Haziran 2023
Çok güzel çikolata. Bayrama hediye almıştım çok beğendim

Konsept Gıda satıcısından alındı

★★★★★
m** a** - 15 Şubat 2023
Hediye olarak aldığım için paketini açmadım. Özel karton poşetiyle göndermişler, buna çok sevdim. Teşekkür ediyorum.

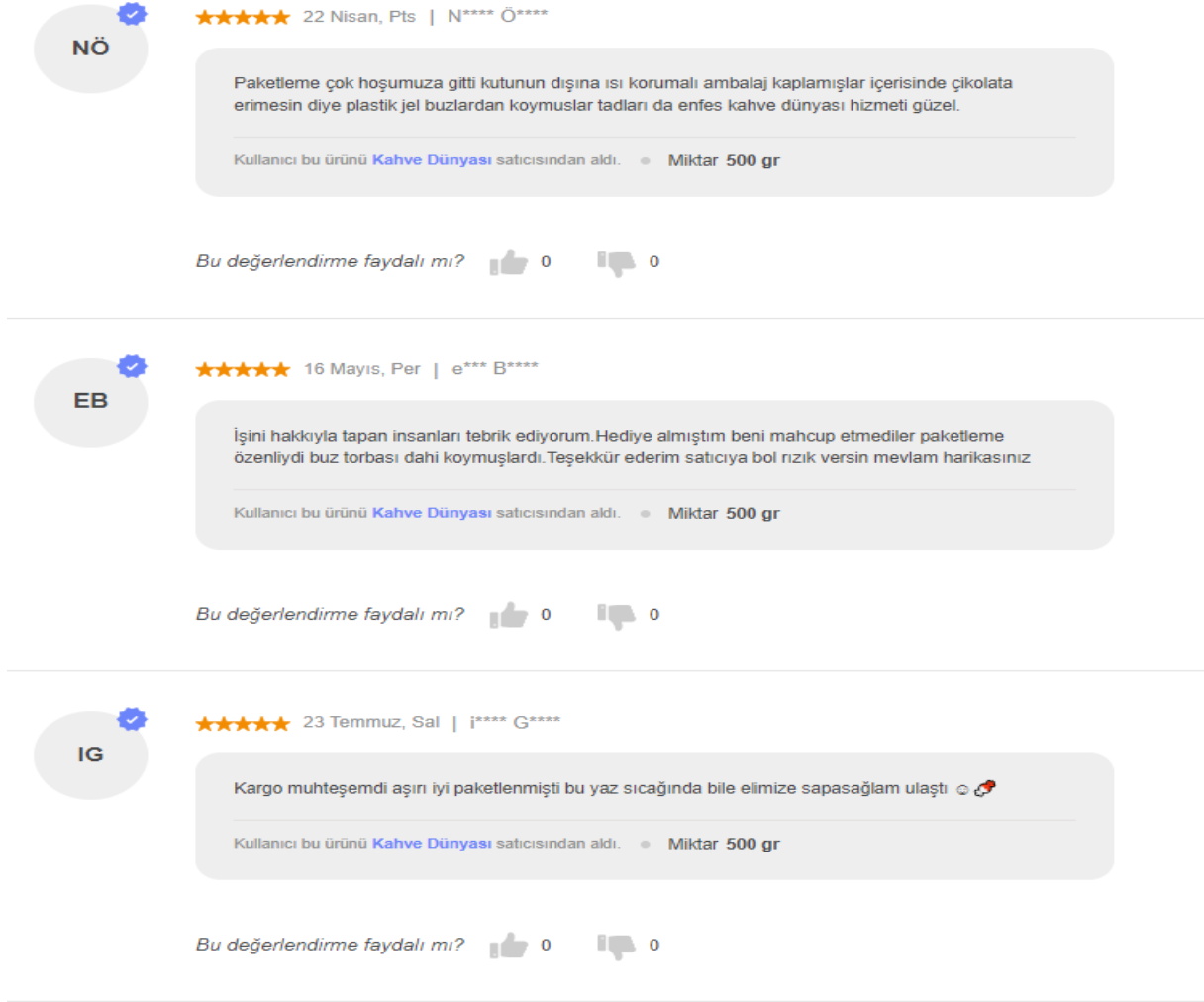
Konsept Gıda satıcısından alındı - ✔ Satıcı tarafından çözüm sağlandı

★★★★★
M** T** - 28 Şubat 2024
Oldukça lezzetliydi , hediye aldım , beğenildi .

Bolçi Çikolata satıcısından alındı

Kaynak: <https://www.trendyol.com/>

Şekil 4: HEPSİBURADA Pazaryerinde Yer Alan Tüketici Yorumlarına İlişkin Ekran Görüntüsü

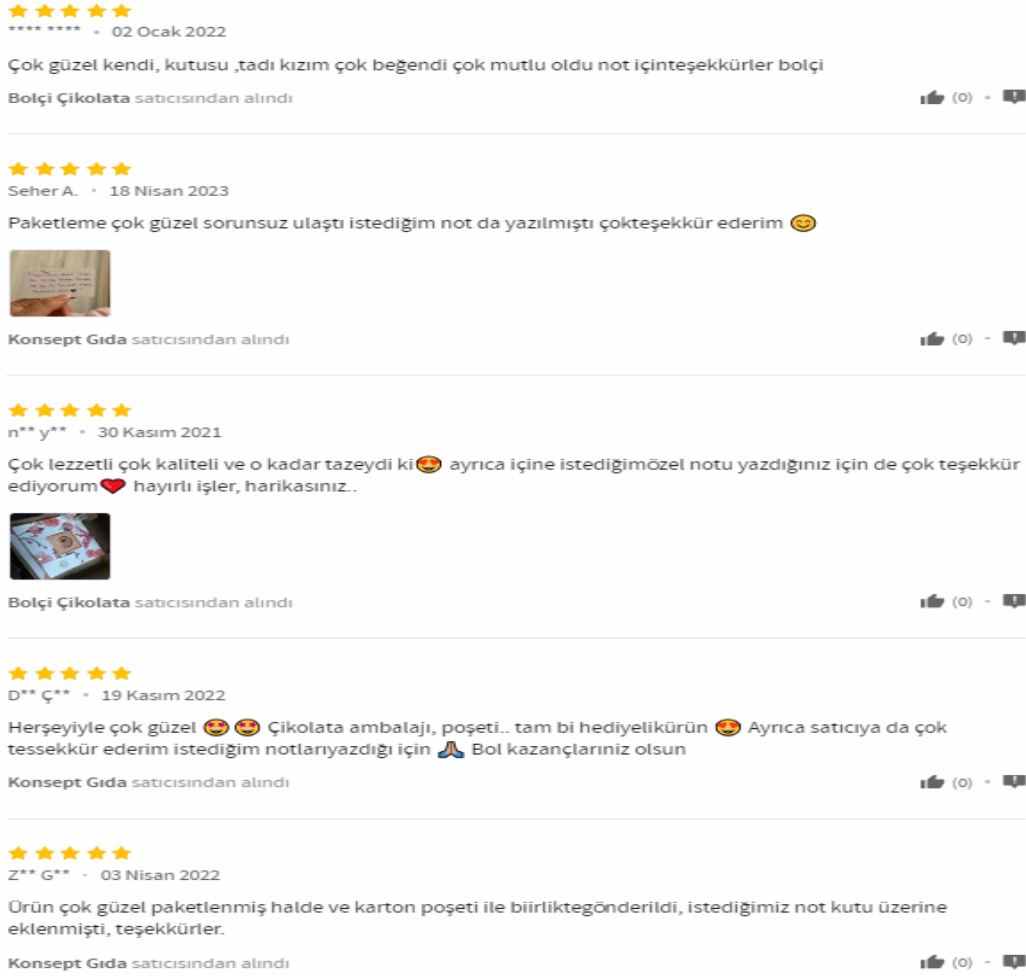


Kaynak: <https://www.hepsiburada.com/>

- (36) Yukarıda yer verilen ekran görüntülerinden de anlaşılacağı üzere, tüketiciler hediye amaçlı sipariş vermek istedikleri çikolata ve şekerleme ürünlerini ertesi gün teslimat imkânı sunan aracı hizmet sağlayıcılar vasıtasıyla da gönderebilmektedir. Dolayısıyla ürünlerin teslimat şekli, genel olarak tüketicinin hangi platformu seçeceği noktasında etkili olmamakta ve iki teslimat türü tüketici gözünde fiyat, kullanım amacı ve niteliği bakımından farklılaşmamaktadır. Ürünün hediye olarak gönderilmesi halinde de kargo ile teslimat seçilebilmekte ve tüketicilere aynı şekilde ulaştırılabilmektedir. Bununla birlikte teslimat şekli, tüketici tercihlerinin aynı gün teslimatı tercih edenler ve etmeyenler olarak ayrılması halinde platform üzerinde faaliyet gösteren satıcılardan hangisinin seçileceği noktasında önem kazanmaktadır.
- (37) Tüketiciler bakımından ikinci olarak incelenmesi gereken husus, ürünlere not eklenmesi veya ürünlerin paketlenmesi yönündeki hizmetlerdir. Söz konusu ilave hizmetler, platformların hizmetin iyileştirilmesi kapsamında tüketicilere sunduğu seçeneklerden bazılarıdır. Bu çerçevede, tüketiciler tarafından ürünlerin kişiselleştirilerek sunulmasının talep edilme ihtimali değerlendirilmelidir. Özellikle hediye amacıyla sipariş edilen ürünler bakımından ÇİÇEKSEPETİ gibi platformlar, tüketicilere satın alma aşamasında hediye paketi ve/veya ürün notu ekleyebilme seçeneği sunabilmektedir. Öte yandan pazaryerleri doğrudan bu yönde bir seçenek sunmasa dahi kullanıcılar ilgili satıcı veya platform ile iletişime geçerek ürünler gönderilirken ürünlerin paketlenmesini ve/veya

ürünlere not eklenmesini talep edebilmektedir. Aşağıda TRENDYOL üzerinden çikolata sipariş eden kullanıcıların yorumlarını içeren ekran görüntüsüne yer verilmektedir.

Şekil 5- TRENDYOL Pazaryerinde Yer Alan Tüketici Yorumlarına İlişkin Ekran Görüntüsü



Kaynak: <https://www.trendyol.com/>

- (38) Yer verilen ekran görüntülerinden de anlaşılacağı üzere, tüketiciler sipariş vermek istedikleri çikolata ve şekerleme ürünlerine, platform doğrudan ürün notu ekleme imkânı sunmasa dahi, ilgili satıcıdan ürün notu eklemesini talep edebilmekte, böylelikle söz konusu siparişleri hediye olarak sunabilmektedir. Söz konusu hizmet hâlihazırda birçok platform tarafından sunulmakta olup tüketicilerden bir talep gelmesi durumunda ilgili platformda faaliyet gösteren satıcılar bu hizmetleri yerine getirebilmektedir. Dolayısıyla bu hizmetlerin doğrudan platform tarafından sunulması tek başına hizmetin esası bakımından belirleyici olmamaktadır.
- (39) Yukarıda yer alan bilgiler dâhilinde; gerek ürünlerin anlık teslimat ile sunulması gerekse ürünlere not eklenmesi veya ürünlerin paketlenmesi yönündeki ilave hizmetler gözetilerek bir pazar tanımı yapılmasının tüketicilerin genelinin değil, yalnızca bir bölümü için geçerli olabileceği ve tüketiciler nezdinde gerçeği yansıtmayacağı kanaatine varılmıştır. Bu çerçevede, aracılık hizmeti sunan tüm ilgili çevrim içi kanallar üzerinden gerçekleştirilen satışların ürün grubu, teslimat yöntemi ve prosedür bakımından benzer nitelikte olduğu ve ürün gruplarının satıldığı kanalların talep bakımından birbirine ikame olduğu değerlendirilmektedir.

- (40) İlgili kategori bakımından arz ikamesinin, talep ikamesine eş değer olduğu değerlendirildiğinden ürünlerin anlık olarak teslimatına olanak sağlanması ile ürünlerin kişiselleştirilerek hediye paketi ve/veya ürün notu ile sunulması hususları ilgili pazar tanımı bakımından platformlar nezdinde de incelenmelidir. Bu kapsamda öncelikle çikolata ve şekerleme ürünlerinin çevrim içi satışına aracılık eden platformların söz konusu hizmetin sunumu bakımından katlandıkları maliyetlere yer verilmesinde fayda görülmektedir.
- (41) Çevrim içi doğrudan satış yapan satıcıların, bir platform modeli oluşturmak istemeleri halinde, bu modeli oluşturabilmeleri için birden fazla satıcı ile anlaşmaları, buna uygun bir altyapı kurmaları ve çok sayıda satıcıyı besleyecek kadar talep çekmeleri gerekmektedir. Aracılık hizmeti bakımından ise platformlar bir kez gerekli sabit maliyetlere katlanıp kullanıcı tabanını oluşturduktan sonra faaliyetlerini yeni kullanıcılara minimum maliyetle genişletebilme imkânına kavuşmaktadır⁶. Değişken maliyetlerin çok düşük olması, platformlara ölçeklerini artırdıkları ölçüde maliyet avantajı sunmakta, bu ölçüğe göre artan getiri durumu nedeniyle de her yeni kullanıcı platforma daha az maliyetle dâhil olmaktadır. Dolayısıyla platformlar pazarın iki tarafında da yeterli sayıda kullanıcıya ulaştıktan, bir başka deyişle belirli bir ölçüğe eriştikten sonra platformların komşu pazarlarda faaliyet göstermeye başlaması ya da yeni ürünler/hizmetler sunması daha kolay ve daha az maliyetli olmaktadır⁷. Bu bakımdan aracılık hizmeti sunmaya başlayan platformların söz konusu ölçek ekonomisinden faydalanarak kullanıcıların tüm ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik ekosistemler oluşturmaya çalıştığı ve ağ dışsallıklarını güçlendirdiği görülmektedir. E-pazaryerinin, ürün ve hizmet portföyünü, söz konusu aracılık hizmetinden destek alarak ilave ürün ve hizmetlere doğru genişletmesi, kapsam ekonomilerine vücut vermektedir. Platformlar, ürün ve hizmet yelpazelerini geliştirmek ve ekosistemlerinin kapsamını genişletmek için farklı amaçlara sahip olabilmektedirler⁸. Bu amaçların başında da itibar ve marka bilinirliklerini artırmak, kullanıcı deneyimini geliştiren ek tamamlayıcı ürün ve hizmetler oluşturarak mevcut ürün ve hizmetlerini iyileştirmek, benzer gereksinimlere sahip bir dizi ürün ve hizmeti entegre ederek verimlilik elde etmek yer almaktadır⁹.
- (42) Hediye olarak sunulan ürünler bakımından ÇİÇEKSEPETİ'nin kullanıcı nezdinde oluşmuş bir marka bilinirliğinin bulunduğu kabul edilmelidir. Öte yandan ÇİÇEKSEPETİ'nin söz konusu marka bilinirliği, özellikle çiçek ve *bonnyfood* kategorileri bakımından ön plana çıkmaktadır. Nitekim ÇİÇEKSEPETİ'nin işlem hacmi incelendiğinde 2020-2023 döneminde çikolata ve şekerleme ürünlerinden elde ettiği satışların toplam satışları içerisindeki payının sırasıyla %(.....); %(.....); %(.....) ve %(.....) olduğu, dolayısıyla %(.....) aşmadığı, öte yandan çiçek ve *bonnyfood* kategorilerindeki satışların toplam satışlar içerisindeki payının ise ilgili dönemde %(.....)-%(.....) aralığında seyrettiği görülmektedir. Bu noktada ayrıca belirtilmelidir ki, bazı platformların belirli kategorilerde ön plana çıkıyor olması beklenen bir durumdur, zira her bir aracı platformun lokomotif gücünü üstlenen farklı kategorileri bulunmaktadır. Gerek gerçekleştirilen işlem hacmi gerekse tüketici nezdindeki güvenilirlik ve bilinirlik anlamında moda kategorisi bakımından TRENDYOL, elektronik kategorisi bakımından HEPSİBURADA ve çiçek ve *bonnyfood* kategorileri bakımından ÇİÇEKSEPETİ ön plana çıkmaktadır. Ancak farklılaşan bu hususlar rekabete karşılık verebilme gücüyle

⁶ Parker G., Petropoulos G. ve Alstyne M.V. (2020), "Digital Platforms and Antitrust", s. 6.

⁷ E-pazaryeri Platformları Sektör İncelemesi Nihai Raporu, s. 186.

⁸ CMA (2020), "Online Platforms and Digital Advertising Market Study- Appendix E: ecosystems of Google and Facebook", s. 2, <https://www.gov.uk/cma-cases/online-platforms-and-digital-advertising-market-study#final-report>, Erişim Tarihi: 03.11.2024.

⁹ Çevrim İçi Reklamcılık Sektör İncelemesi Ön Raporu, s.155.

ilişkili olup söz konusu platformların rekabet halinde olmadıkları anlamına gelmeyecektir. Özellikle adı geçen platformların daha geniş bir pazarı teşkil eden çok kategorili e-pazaryeri hizmetleri pazarında farklı kategorilerde de rekabet halinde oldukları ve TRENDYOL ile HEPSİBURADA'nın 2024/6 itibarıyla sırasıyla %(.....) ve %(.....) pazar payı ile pazarın toplam %(.....) oluşturan ilk iki teşebbüs olduğu dikkate alındığında rekabet edebilme gücü ve rakiplik ilişkisinin farklı bir şekilde ele alınması gerekmektedir.

- (43) Bu bakımdan işbu başlık altında incelenen ve platformların aracılık hizmetlerine ek olarak sundukları ilave hizmetler olarak sayılan, ürünlerin anlık olarak teslimatına olanak sağlanması ile ürünlerin kişiselleştirilerek hediye paketi ve/veya ürün notu ile sunulması hizmetleri bakımından platformların katlandıkları/katlanacakları maliyetlere değinmekte fayda görülmektedir.
- (44) Teslimat hizmetleri bakımından incelendiğinde, aracılık hizmet modeli kapsamında sipariş edilen çikolata ve şekerleme ürünlerinin kargo ile (birkaç gün içerisinde) veya anlık olarak teslimatı sağlanabilmektedir. Dosya kapsamında incelenen teşebbüs ÇİÇEKSEPETİ'nin sunduğu hizmet esasında büyük ölçüde anlık teslimata dayanmaktadır. Eş deyişle, bir tüketici sipariş vermek istediği bir ürünü aynı gün içerisinde teslim alabilmekte veya arzulan kişiye gönderebilmektedir. Bununla birlikte, ÇİÇEKSEPETİ pazaryeri faaliyetleri bakımından kendisine ait herhangi bir teslimat hizmeti sunmamakta; satıcılar ÇİÇEKSEPETİ'nin anlaşmalı olduğu kargo firmaları¹⁰ veya kendi seçecekleri kargo firmaları ile teslimat sağlamaktadır. Öte yandan, aracı hizmet sağlayıcı platformların birçoğu aracılık hizmetine ek olarak kendi teslimat hizmetlerini de sunabilmektedir. Nitekim TRENDYOL'un Trendyol Express¹¹ ve Trendyol Go, HEPSİBURADA'nın HepsiJet, AMAZON'un¹² Amazon Lojistik (*Fulfillment by Amazon* – FBA) hizmetleri ile kendi teslimat ağını kullanıcılara sunduğu görülmektedir. Benzer şekilde GETİR ÇARŞI da kendi teslimat ağına sahiptir. İlaveten TRENDYOL'un Trendyol Go ile belirli kategorilerde, AMAZON'un AMAZON PRIME ile belirli bir müşteri grubunda, ayrıca GETİR ÇARŞI, LİLYANA FLOWERS ve TAZE ÇİÇEK'in ÇİÇEKSEPETİ'ne benzer şekilde çikolata ve şekerleme ürünlerinde aynı gün içerisinde hızlı bir şekilde teslimat sağlayabildiği anlaşılmaktadır. Son olarak N11 de aynı gün teslimat sağlamayı kabul eden satıcılar bakımından gün içinde teslimata olanak tanımaktadır¹³.

¹⁰ ÇİÇEKSEPETİ'nin Yurtiçi Kargo ve Aras Kargo ile anlaşması bulunmaktadır.

¹¹ TRENDYOL, kullanıcılarına hızlı teslimat etiketli ürünler bakımından ilgili ürünün en geç bir sonraki iş günü içerisinde kargoya verilmesi taahhüdünü sunmaktadır. Bkz: <https://www.trendyol.com/s/trendyol-kargolama-secenekleri>, Erişim Tarihi: 23.10.2024


¹² AMAZON'un internet sitesinde, "Türkiye'de İstanbul, Ankara, Bursa ve Kocaeli'de, özellikle acil gönderiler ve nitelikli ürünler için, Aynı Gün Teslimat hizmeti sunuyoruz. Ürünlerinizin çoğunu aynı gün, 17.00 - 22.00 arasında (sipariş zamanına ve operasyonel müsaitliğe bağlı olarak) [garantili teslimat süresi](#) içinde teslim alabilirsiniz. Aynı Gün Teslimat seçeneği yalnızca Amazon tarafından satılan ürünlerde geçerlidir; Amazon Pazaryeri satıcıları tarafından satılan ve/veya gönderilen ürünler için geçerli değildir." ifadeleri yer almaktadır. Bkz: <https://www.amazon.com.tr/gp/help/customer/display.html?nodeId=GTGBAWKHSRPLZDE8>, Erişim Tarihi: 23.10.2024.

¹³ N11'in internet sitesinde "Bu sisteme katılmayı kabul eden mağazalarımız tarafımızca Aynı Gün Teslimat yapabilme yetkisi verilmektedir. Sonrasında teslimat şablonlarınız aracılığıyla panellerinizde ürünlerinizi güncelliyor ve sisteme dahil ediyorsunuz. Sisteme dahil ettiğiniz ürünleri alıcılar n11 sitesinde konumunu belirleyerek, ücretsiz kargo veya alıcı öder ödeme türüne ek olarak Aynı Gün Teslimat hizmetini de görebiliyor olacaklar." ifadeleri yer almaktadır. Bkz: <https://magazadestek.n11.com/satis-surecleri/ayni-gun-teslimat-123>, Erişim Tarihi: 23.10.2024.

- (45) Söz konusu teslimat ağı sayesinde platformların daha önce hiçbir faaliyetlerinin olmadığı sektörlerde dahi pazara hızlı bir giriş yaparak pazarda tutunabildikleri görülmektedir. Bu noktada vurgulanması gereken hususlardan biri, Türkiye'deki en güçlü dijital ekosistemlerden biri olan TRENDYOL'un ekosistemi içinde yer alan çok sayıda farklı hizmete ortak girdi teşkil eden mevcut kurye ağının sağladığı avantajı kullanarak çevrim içi yemek siparişi-servisi platform hizmetleri pazarına çok hızlı bir giriş yaptığıdır. Söz konusu hızlı girişin altında yatan temel faktörlerden biri de ekosistemi içerisinde yer alan benzersiz lojistik ağı sayesinde çok sayıda restorana kendi teslimat modeli ile hizmet sunabilmesidir. Özetle, TRENDYOL dijital ekosisteminin lojistik hizmetlerde sağladığı kapsam ekonomisi avantajı ile birlikte çikolata ve şekerleme kategorisinde anlık teslimata yönelik satışlarını artırmak istemesi halinde bunu herhangi bir ek maliyete katlanmadan gerçekleştirebilecektir. Dolayısıyla aracı hizmet sağlayıcılarının birçoğunun hâlihazırda kendi teslimat hizmetlerinin bulunduğu ve belirli kategoriler ve/veya müşteriler özelinde anlık teslimat sağlayabildikleri dikkate alındığında çikolata ve şekerleme kategorisi bakımından da anlık teslimat hizmeti sağlanmasının ciddi bir ek maliyet gerektirmeyeceği değerlendirilmektedir.
- (46) Arz ikamesi bakımından incelenmesi gereken diğer bir husus kullanıcılara sunulan ürünlerin kişiselleştirilme imkânıdır. Daha önce de yer verildiği üzere, çikolata ve şekerleme gibi ürünlerin satışı söz konusu olduğunda kullanıcılar ilgili ürünleri gerek hediyelik gerekse tüketim amacıyla sipariş edebilmektedir. Söz konusu ürünlerin hediyelik olarak sipariş edilmesi halinde diğer ürünlerin sunumundan farklılaşan yönler olabilecektir. Bu hususlardan ilki, ürünlerin kişiselleştirilerek sunulmasının talep edilme ihtimalidir. Özellikle hediye amacıyla sipariş edilen çikolata ve şekerleme ürünleri bakımından kullanıcılar ürünler gönderilirken paketlenmesini ve/veya ürün notu eklenmesini talep edebilmektedir. Bu kapsamda tüketicilerin talep etmesi halinde platformlar ürünlere not eklenebilmesine veya ürünlerin paketlenerek gönderilmesine imkân tanıyabilmektedir. Söz konusu ilave hizmetler mevcut ürün ve hizmetlerini iyileştirmek ve kullanıcı deneyimi geliştirmek amacıyla hizmet etmektedir. Mevcut durumda ÇİÇEKSEPETİ, TAZE ÇİÇEK, LİLYANA FLOWERS bu imkânı her sipariş öncesi kullanıcılara bir seçenek olarak sunmaktadır. Ayrıca AMAZON'un da çikolata ve şekerleme kategorilerine ilişkin siparişlerde belirli ürünler bakımından "*Hediye seçenekleri ekleyin*" seçeneği ile kullanıcılara ürünleri için not girme ve hediye paketi ekleme seçeneği sunduğu anlaşılmaktadır. Aşağıda ilgili sayfaya ilişkin ekran görüntüsüne yer verilmektedir.

Şekil 6- AMAZON'un Sipariş Sayfasına İlişkin Ekran Görüntüsü

Hediye seçenekleri mevcut
×




Tafe Bitter Çikolata Kaplı Portakal Çubukları 300 gr Teneke Kutu
 Bu ürün hediyedir

Hediye mesajı 192 karakter - 7 satır

Mesajınızı buraya yazabilirsiniz

Eklentiler

Hediye paketi kullan - 14,90 TL



Hediye teslim edildikten sonra alıcıya hediye makbuzunun dijital kopyasını e-posta ile gönderin

Alıcının e-posta adresi

Hediye seçeneklerini kaydet ve devam et

İptal Et

Kaynak: <https://www.amazon.com.tr/>

- (47) İlaveten, daha önce yer verilen Şekil-5'ten de görüleceği üzere, TRENDYOL'un arayüzünde doğrudan herhangi bir seçeneğe yer vermemekle birlikte tüketicilerin talep etmesi halinde, TRENDYOL'da faaliyet gösteren satıcıların hediye paketi ve/veya ürün notu ekleme imkânının bulunduğu anlaşılmaktadır. Benzer şekilde, HEPSİBURADA ve N11 gibi diğer aracı hizmet sağlayıcıları da kullanıcılara doğrudan bu yönde bir seçenek sunmamakla birlikte kullanıcılar ilgili satıcılar ile iletişime geçerek taleplerini iletebilmektedir. Söz konusu talepler bakımından gerek platformun gerekse satıcıların katlanacağı maliyetin oldukça düşük bir kalem olarak kalacağı değerlendirilmektedir. Geleneksel kanal ve doğrudan satış kanalı ile faaliyet gösteren satıcılar dahi bu tarz talepleri çok düşük maliyetler ile karşılayabilmektedir.
- (48) Daha önce ifade edildiği üzere, gerek teslimat hizmetleri gerekse ürünlerin kişiselleştirilerek gönderilmesi kapsamında sunulan hizmetler bakımından farklılaşan hususlar rekabete karşılık verebilme gücüyle veya ilgili platform bakımından ön plana çıkan kategorilerle ilişkili olup bu durum söz konusu platformların rekabet halinde olmadıkları anlamına gelmemektedir. Ürünlerin gerek kişiselleştirilmiş bir şekilde paketlenmesi ve/veya not eklenerek gerekse anlık teslimat hizmeti ile sunulması satıcılar ve platformlar nezdinde hizmetin ayırt edici bir yanını temsil etmemekte, teşebbüslerin kullanıcılar için daha iyi bir hizmet sağlamak adına sunduğu ilave hizmetleri oluşturmakta, ayrıca ilgili hizmetlerin sunumu ciddi ek maliyetler gerektirmemektedir. Bu bakımdan ilgili çevrim içi kanallar üzerinden gerçekleştirilen satışların ürün grubu, teslimat yöntemi ve prosedür açısından da benzer nitelikte olduğu göz önünde bulundurularak ürün gruplarının satıldığı kanalların birbirine hem talep hem de arz tarafında ikame olduğu ve rakiplik ilişkisi içerisinde bulunduğu değerlendirilmektedir.
- (49) Sonuç olarak ilgili ürün pazarı, geçmiş Kurul kararları ile uyumlu olacak şekilde "çikolata ve şekerleme ürünlerinin çevrim içi satışına aracılık hizmeti" olarak belirlenmiştir.

H.4.2. Çevrim İçi Çikolata ve Şekerleme Satışına Aracılık Hizmetleri Pazarına İlişkin Hâkim Durum Değerlendirmesi

- (50) Dosya kapsamındaki rekabetçi endişeleri ÇİÇEKSEPETİ'nin platform hizmetlerini üçüncü taraf satıcılara kapatma ve kendi bayileri lehine davranışlarda bulunma davranışları oluşturmaktadır. Bu çerçevede, yapılacak değerlendirmeler bakımından ÇİÇEKSEPETİ'nin "çevrim içi çikolata ve şekerleme satışına aracılık hizmetleri" pazarı bakımından hâkim durumda olup olmadığı önem arz etmektedir.
- (51) Rekabet hukuku analizlerinde belirli bir piyasada pazar gücünün tespitinde kullanılan en önemli gösterge, incelenen teşebbüsün ve rakiplerinin pazar payıdır. *Çevrim içi çikolata ve şekerleme satışına aracılık hizmetleri* pazarında, ÇİÇEKSEPETİ ve rakiplerinin işlem hacmi bazında pazar paylarına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

Tablo 3- Çevrim İçi Çikolata ve Şekerleme Satışına Aracılık Hizmetleri Pazarında Faaliyet Gösteren Teşebbüslerin Toplam İşlem Hacmi Bazında Pazar Payları (%)

Teşebbüsler	2020	2021	2022	2023	2024/9
TRENDYOL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ÇİÇEKSEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HEPSİBURADA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
LİLYANA FLOWERS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TAZE ÇİÇEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
N11	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BOYNER	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GETİR ÇARŞI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
AMAZON	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen veriler çerçevesinde dosya kapsamında yapılan hesaplamalar.

- (52) Yukarıda yer alan tablodan ÇİÇEKSEPETİ'nin 2024/9 itibarıyla %(.....) pazar payı ile çevrim içi çikolata ve şekerleme satışına aracılık hizmetleri pazarında ikinci sırada olduğu görülmektedir. İlgili pazarda ilk sırada 2024/9 dönemi için %(.....) paya sahip olan TRENDYOL yer almakta iken, HEPSİBURADA %(.....) pazar payı ile üçüncü sıradadır. Bahsedilen ilk üç teşebbüsün 2020-2024/9 döneminde pazar paylarına bakıldığında; TRENDYOL 2020 yılında %(.....) pazar payına sahip iken bu oranin yıllar içerisinde artış göstererek 2021-2024/9 döneminde sırasıyla %(.....), %(.....), %(.....) ve %(.....) seviyelerine yükseldiği; HEPSİBURADA'nın 2020 yılında %(.....) olan pazar payını yıllar içinde sırasıyla %(.....), %(.....) ve %(.....) yükselttiği, ancak 2024 yılına gelindiğinde bu oranin %(.....)'e düştüğü, üçüncü sırada olan ÇİÇEKSEPETİ'nin ise 2020 yılında %(.....) olan pazar payının yıllar içinde sürekli düşüş gösterdiği ve 2021-2024/9 döneminde sırasıyla %(.....), %(.....), %(.....) ve %(.....) seviyelerine indiği görülmektedir.
- (53) Ayrıca aşağıda yer verilen tabloda, ÇİÇEKSEPETİ ve rakiplerinin çevrim içi çikolata ve şekerleme satışına aracılık hizmetleri pazarında alışveriş/işlem sayısı bakımından pazar paylarına yer verilmektedir:

Tablo 4- Çevrim İçi Çikolata ve Şekerleme Satışına Aracılık Hizmetleri Pazarında Faaliyet Gösteren Teşebbüslerin Toplam Alışveriş/İşlem Sayısı Bazında Pazar Payları (%)

Teşebbüsler	2020	2021	2022	2023	2024/9
TRENDYOL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HEPSİBURADA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ÇİÇEKSEPETİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
LİLYANA FLOWERS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TAZE ÇİÇEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
N11	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BOYNER	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GETİR ÇARŞI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
AMAZON	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen veriler çerçevesinde dosya kapsamında yapılan hesaplamalar.

- (54) Yukarıda yer alan tablodan, ÇİÇEKSEPETİ'nin 2020-2024/9 döneminde çevrim içi çikolata ve şekerleme satışına aracılık hizmetleri pazarında sırayla %(.....), %(.....), %(.....), %(.....) ve %(.....) pazar payı elde ettiği görülmektedir. Pazarda lider konumda olan TRENDYOL'un ise ilgili dönemde sırasıyla %(.....), %(.....), %(.....), %(.....) ve %(.....) pazar payına sahip olduğu, bu çerçevede ÇİÇEKSEPETİ önemli ölçüde pazar payı kaybederken TRENDYOL'un pazar payını mütemediyen artırdığı anlaşılmaktadır. 2024/9 itibarıyla %(.....) pazar payına sahip olan HEPSİBURADA'nın ise üçüncü oyuncu olarak konumlandığı, ancak mevcut durumda ÇİÇEKSEPETİ ile arasında (.....) bulunmadığı, ilgili pazardaki diğer rakiplerin ise %(.....) altında ihmal edilebilecek düzeydeki pazar payları ile faaliyet gösterdikleri görülmektedir.
- (55) Yukarıda yer verilen pazar payları incelendiğinde, ÇİÇEKSEPETİ'nin çevrim içi çikolata ve şekerleme satışına aracılık hizmetleri pazarında gerek işlem hacmi gerekse işlem sayısı bakımından ikinci oyuncu olarak faaliyet gösterdiği, pazar paylarının 2024/9 itibarıyla toplam işlem hacmi ve toplam alışveriş/işlem sayısı bakımından sırasıyla %(.....) ve %(.....) olarak gerçekleştiği, dolayısıyla ÇİÇEKSEPETİ'nin çevrim içi çikolata ve şekerleme satışına aracılık hizmetleri pazarında rakiplerine kıyasla oldukça düşük paya sahip olduğu değerlendirilmektedir.
- (56) İlaveten, çikolata ve şekerleme kategorisinde ÇİÇEKSEPETİ üzerinden satış gerçekleştiren satıcıların, özellikle mevcut dosya konusu diğer kategorilerle kıyaslandığında, ÇİÇEKSEPETİ karşısında alıcı gücü oluşturabileceği anlaşılmaktadır. Nitekim aşağıdaki tabloda, çikolata ve şekerleme kategorisi bakımından ÇİÇEKSEPETİ bünyesinde yer alan ilk on satıcının işlem hacminin ÇİÇEKSEPETİ'nin bu kategorideki toplam işlem hacmi içerisindeki payına yer verilmektedir:

Tablo 5- Çikolata ve Şekerleme Kategorisinde ÇİÇEKSEPETİ Üzerinden Satış Yapan En Büyük İşlem Hacmine Sahip İlk On Satıcının ÇİÇEKSEPETİ'nin İlgili Kategorideki Toplam İşlem Hacmi İçerisindeki Payı (%)

Satıcı	2022 Toplam Satış Hacmi	2022 (%)	2023/11 Toplam Satış Hacmi	2023/11 (%)
Satıcı 1	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Satıcı 2	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Satıcı 3	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Satıcı 4	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Satıcı 5	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Satıcı 6	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Satıcı 7	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Satıcı 8	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Satıcı 9	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Satıcı 10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ÇİÇEKSEPETİ'nden En Çok Satış Yapan İlk 10 Satıcının Toplam Tutarı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: ÇİÇEKSEPETİ cevabi yazısı.				

- (57) Yukarıda yer alan tablodan, çikolata ve şekerleme kategorisi bakımından ilk sırada yer alan satıcının toplam satış hacminin ÇİÇEKSEPETİ'nin toplam satış hacmi içerisindeki payı 2022 ve 2023/11 dönemlerinde sırayla %(.....) ve %(.....) olmakla birlikte, satış hacmi bakımından ilk 10 sırada yer alan satıcının ÇİÇEKSEPETİ'nin toplam satış hacmi içerisindeki payı ilgili dönemde sırasıyla %(.....) ve %(.....) olarak gerçekleşmiştir. Bu itibarla çikolata ve şekerleme kategorisi bakımından ÇİÇEKSEPETİ'nin karşısında alıcı gücü oluşturabilecek nitelikte görece büyük bir müşteri grubunun varlığından söz edilebilecektir.
- (58) Yukarıda yer alan bilgiler bir bütün olarak değerlendirildiğinde, ÇİÇEKSEPETİ'nin "çikolata ve şekerleme ürünlerinin çevrim içi satışına aracılık hizmetleri" pazarında hâkim durumda olmadığı değerlendirilmektedir.

H.5. Genel Değerlendirme

- (59) Dosya kapsamında ÇİÇEKSEPETİ, soruşturma konusu iddialar ile bağlantılı endişeleri bertaraf etmek amacıyla, 2021/2 sayılı Tebliğ kapsamında taahhüt sunma talebinde bulunmuştur. 2021/2 sayılı Tebliğ'in "Taahhüdün niteliği" başlıklı 9. maddesinin ikinci fıkrası "Taahhüt rekabet sorunlarıyla orantılı, bu sorunları gidermeye elverişli, kısa sürede yerine getirilebilir ve etkili şekilde uygulanabilir olmalıdır. ..." düzenlemesini haizdir. Aynı Tebliğ'in "Taahhüdün değerlendirilmesi" başlıklı 10. maddesinin birinci fıkrası "Kurul, 8 inci ve 9 uncu maddelerde belirtilen unsurları dikkate alarak taahhüdün rekabet sorunlarını giderip gidermediğini ve gerekli gördüğü diğer hususları değerlendirir." şeklindedir. Bu kapsamda Taahhüt Metni, esas itibarıyla dosya kapsamındaki rekabet sorunlarını gidermeye elverişli olup olmadığı yönünden 2021/2 sayılı Tebliğ kapsamında değerlendirilmelidir. Buradan hareketle öncelikle dosya kapsamındaki rekabetçi endişelere yer verilecektir.

H.5.1 Dosya Kapsamındaki Rekabet Karşıtı Endişeler

- (60) Dosya kapsamında esas itibarıyla ÇİÇEKSEPETİ'nin platform hizmetini üçüncü taraf satıcılara kapatmasının ve kendi bayileri lehine davranışlarda bulunmasının yol açabileceği rekabet karşıtı endişeler incelenmektedir. Yukarıda da belirtildiği gibi ÇİÇEKSEPETİ'nin söz konusu davranışları "(i) çiçek, (ii) bonnyfood ve (iii) çikolata ve şekerleme" kategorilerinde tezahür etmektedir. Öte yandan, daha önce ifade edildiği üzere, ÇİÇEKSEPETİ'nin "çikolata ve şekerleme ürünlerinin çevrim içi satışına aracılık hizmetleri" pazarında hâkim durumda olmadığı tespit edilmiştir. Bu bakımdan mevcut

durumda dosya konusu rekabet karşıtı endişeler “çevrim içi çiçek satışına aracılık hizmetleri” ile “çevrim içi bonnyfood satışına aracılık hizmetleri” pazarları bakımından ortaya çıkmaktadır. Zira dosya kapsamında yapılan değerlendirmeler sonucunda ÇİÇEKSEPETİ'nin “çevrim içi çiçek satışına aracılık hizmetleri pazarı” ve “çevrim içi bonnyfood satışına aracılık hizmetleri pazarı”nda hâkim durumda olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

- (61) 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi bir veya birden fazla teşebbüsün ülkenin bütününde ya da bir bölümünde bir mal veya hizmet piyasasındaki hâkim durumunu tek başına yahut başkaları ile yapacağı anlaşmalar ya da birlikte davranışlar ile kötüye kullanmasını yasaklamaktadır. ÇİÇEKSEPETİ mevcut iş modeli kapsamında ilgili kategorilerde bir taraftan kendi bayileri aracılığıyla söz konusu ürünlerin satışını gerçekleştirirken, diğer taraftan söz konusu ürünlerin satışı için üçüncü taraf satıcılara aracılık hizmeti sunmaktadır. ÇİÇEKSEPETİ'nin sahip olduğu bu ikili rol, hâkim durumda olduğu ilgili pazarlardaki pazar gücünü, ilişkili başka bir pazara aktararak haksız bir rekabetçi üstünlük/avantaj elde etmesine yönelik endişeleri gündeme getirmektedir. Nitekim ÇİÇEKSEPETİ'nin dosya konusu eylemleri ile “çevrim içi çiçek satışına aracılık hizmetleri pazarı” ve “çevrim içi bonnyfood satışına aracılık hizmetleri pazarı”nda sahip olduğu hâkim durumunu, üçüncü taraf satıcıların nihai olarak platformdan dışlanmasına neden olabilecek şekilde kötüye kullanabileceği değerlendirilmektedir. Dosya kapsamında yapılan değerlendirmelerde, çiçek ve bonnyfood kategorilerinde faaliyet gösteren üçüncü taraf satıcılar açısından ÇİÇEKSEPETİ vasıtasıyla gerçekleştirilen satışların büyük önem arz ettiği ve bunun bir sonucu olarak satıcıların ÇİÇEKSEPETİ üzerinden satış yapamamaları durumunda, pazardaki varlıklarını sürdürmelerinin güç olduğu tespitinde bulunulmuştur. Zira ÇİÇEKSEPETİ üzerinden çiçek satışı gerçekleştiren üçüncü taraf satıcıların, ilgili kategoride faaliyet gösteren üçüncü taraf aracı platformlardaki toplam satışları içerisinde ÇİÇEKSEPETİ'nden gerçekleştirilen satışların payı yaklaşık %(...) oranında iken, benzer şekilde bonnyfood kategorisinde satış gerçekleştiren satıcıların satışları içerisinde ÇİÇEKSEPETİ vasıtasıyla elde etmiş oldukları satışların oranının %(...) arasında değiştiği görülmüştür. Dolayısıyla ÇİÇEKSEPETİ ile çalışan pazaryeri satıcıları bakımından ÇİÇEKSEPETİ'nin vazgeçilmez bir ticari ortak olduğu değerlendirilmektedir. Bu kapsamda üçüncü taraf satıcılar nezdinde neredeyse tek oyuncu olarak nitelendirilebilecek olan ÇİÇEKSEPETİ'nin platformunu satıcılara kapatmasıyla hem çiçek hem de bonnyfood satışı alanında faaliyet gösteren ve işlemlerini büyük ölçüde ÇİÇEKSEPETİ üzerinden gerçekleştiren üçüncü taraf satıcıların pazardan dışlanma riski ortaya çıkmaktadır.
- (62) ÇİÇEKSEPETİ'nin “çevrim içi çiçek satışına aracılık hizmetleri pazarı” ve “çevrim içi bonnyfood satışına aracılık hizmetleri pazarı”nda platform hizmetini üçüncü taraf satıcılara kapatması ve kendi bayileri lehine davranışlarda bulunması yönündeki rekabet karşıtı endişelerin temel olarak; (i) sözleşme yapmanın reddi ve (ii) kendini kayırma zarar teorileri altında değerlendirilmesinin mümkün olduğu değerlendirilmektedir. İlgili davranışlar 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinin (a) bendinde belirtilen “a) Ticarî faaliyet alanına başka bir teşebbüsün girmesine doğrudan veya dolaylı olarak engel olunması ya da rakiplerin piyasadaki faaliyetlerinin zorlaştırılmasını amaçlayan eylemler” kapsamında ele alınabilecektir. Bu çerçevede, ÇİÇEKSEPETİ tarafından sunulan Taahhüt Metni'nin söz konusu rekabet karşıtı endişeleri bertaraf edip etmeyeceği ilerleyen bölümlerde değerlendirilmektedir.

H.5.2. Soruşturma Kapsamında İncelenen Rekabetçi Endişelere Dair ÇİÇEKSEPETİ Tarafından Sunulan Taahhütler

- (63) ÇİÇEKSEPETİ tarafından sunulan ve 19.11.2024 tarih ve 59162 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal eden Taahhüt Metni'nde ÇİÇEKSEPETİ, dosya konusu rekabet karşıtı endişeleri gidermek adına sunduğu (1) numaralı “Üçüncü Taraf Satıcılarla Pazaryeri Modelinde Çalışılmasına Yönelik Taahhütler” kapsamında, hâkim durumda bulunduğu tespit edilen “çevrim içi çiçek satışına aracılık hizmetleri” ve “çevrim içi bonnyfood satışına aracılık hizmetleri” pazarlarında 31.12.2023 tarihi itibarıyla son verdiği aracılık hizmetini tekrar sunmaya başlayacağını taahhüt etmektedir. Öte yandan söz konusu hizmetlerin üçüncü taraf satıcılara açılması noktasında üçüncü taraf satıcıların ön koşul niteliğinde aşağıda yer verilen kriterleri sağlaması öngörülmektedir:
- ÇİÇEKSEPETİ *Bizim Bayi* modeliyle çalışan tedarikçi acentelerle (bayiler) ile büyük ölçüde aynı teslimat koşullarına sahip olunması,
 - ÇİÇEKSEPETİ pazaryerinde faaliyet göstermek isteyen üçüncü taraf satıcıların haftanın tüm günleri (.....) saatleri arasında teslimat yapabilecek altyapısının bulunması ve bu saat dilimlerinde aktif olması,
 - ÇİÇEKSEPETİ pazaryerinde faaliyet göstermek isteyen üçüncü taraf satıcıların çiçek kategorisi için üçer saat (.....); *bonnyfood* kategorisi için ise dört buçuk saat (.....) aralıklarla belirlenen dar saat aralıklarında servis ile teslimat sağlayabilmesi¹⁴,
 - Türkiye genelinde aynı hizmet standardının tutturulabilmesi adına yalnızca ÇİÇEKSEPETİ'yle aynı ürün kataloğunda yer alan ürünlerin satışa sunulması,
 - Üçüncü taraf satıcıların her bir ürünü bakımından kendi iradesiyle belirlediği, ancak ÇİÇEKSEPETİ'nin doğrudan satış fiyatını (.....) oranından daha fazla aşmayacak şekilde bir fiyattan satış yapılması¹⁵,
 - *Bonnyfood* kategorisinde faaliyet gösteren satıcılar bakımından aşağıda yer verilen hijyen ve depolama koşullarının sağlanması:

(.....TİCARİ SIR.....)

- (64) Yukarıda yer verilen teslimat kriterleri çerçevesinde, yalnızca belirli bölgelere servis yapabilen üçüncü taraf satıcıların, ancak tüketici anılan bölgeyi seçmek suretiyle arama

¹⁴ Taahhüt Metni'nde ÇİÇEKSEPETİ'yle *Bizim Bayi* modelinde çalışan tüm tedarikçi acentelerin bir (.....) bulunduğu, bu acentelerin tamamının kendilerine tanımlanan yakın bölgeye çiçek kategorisi bakımından üçer, *bonnyfood* kategorisi bakımından ise dört buçuk saat aralıklarla belirlenen dar saat aralıklarında servis ile teslimat sağlayabildiği belirtilmektedir.

¹⁵ ÇİÇEKSEPETİ, tüketicilerin üçüncü taraf satıcıları ayırt etmesine yarayacak bir işareti üçüncü taraf satıcıların ürünlerinin üzerinde konumlandırma ve üçüncü taraf satıcıların Kuruma sunulan taahhütler kapsamında pazaryerine alındığı, üçüncü taraf satıcıların ürünleri bakımından ÇİÇEKSEPETİ'nin herhangi bir sorumluluğunun bulunmadığına yönelik “Çiçeksepeti, üçüncü taraf satıcılara Rekabet Kurumu'na sunulan taahhütler kapsamında pazaryerinde hizmet sağlamakta ve satış yapmalarına izin vermektedir. Çiçeksepeti, 6563 sayılı Kanun md. 9(1) çerçevesinde, üçüncü taraf satıcılar tarafından sunulan ürün veya hizmetlerle ilgili hukuku aykırı hususlardan sorumlu değildir.” şeklinde veya bu anlamı ihtiva edecek bir çekiinceye yer verme hakkını saklı tuttuğunu belirtmektedir.

yaptığında arama sonuçlarında yer alabileceği¹⁶, mevcut uygulamada da müşterinin bölge seçiminin akabinde o ürünün müşterinin önüne çıkarıldığı ifade edilmektedir.

- (65) İlaveten Taahhüt Metni'ne göre ÇİÇEKSEPETİ, üçüncü taraf satıcılarının standarda uygun olarak ürün satmasını sağlamak adına "*Çiçeksepeti Ürün Kataloğu*"na uygun ürünlerin listelenmesine müsaade edecektir. Burada her ürün için üçüncü taraf satıcının talep edebileceği fiyat üst sınırı belirlenecektir¹⁷. ÇİÇEKSEPETİ, ÇİÇEKSEPETİ üzerinden satışa sunduğu ürünlerin, ürün özelliklerinin ve fiyatının yer aldığı kataloğu ÇİÇEKSEPETİ bünyesinde faaliyet gösteren üçüncü taraf satıcıların erişimine açacaktır. ÇİÇEKSEPETİ, kataloğunda yer alan ürünleri ve bu ürünlere dair fiyatlarını dilediği vakit değiştirme hakkına sahip olmakla birlikte, bir üründe değişiklik yapması durumunda üçüncü taraf satıcılar için anılan değişiklik (yalnızca değişiklik yapılan ürünlerle sınırlı olmak üzere) kataloğa işlendikten 1 hafta sonra yürürlüğe girecektir¹⁸.
- (66) ÇİÇEKSEPETİ, yukarıda yer alan ön koşulları sağlayan üçüncü taraf satıcılarla, Kısa Karar'ın tebliği itibarıyla 90 (doksan) gün içerisinde, üçüncü taraf satıcı olarak daha önce pazaryerinde bulunan satıcılarla "*Çiçeksepeti Pazaryeri Sözleşmesi*" taslağını paylaşacak, sözleşme kapsamındaki koşulları karşılayan teşebbüslerle sözleşme imzalayacak ve sözleşme imzaladığı üçüncü tarafların listesini Kuruma tevsik edecektir. Ayrıca, satıcıların erişebildiği panelde ÇİÇEKSEPETİ'nin çiçek ve *bonnyfood* kategorilerinde Taahhüt Metni'nde yer alan nitelikleri karşılayan üçüncü taraf satıcılara aracılık faaliyeti yapmaya başladığı duyurulacaktır.
- (67) ÇİÇEKSEPETİ ayrıca (1) numaralı taahhüt kapsamında satıcılara getirdiği kriterlerde ticari gerekçelerle farklılaştırmaya gidebilecek olup bu değişiklikler üçüncü taraf satıcılarla birlikte ÇİÇEKSEPETİ *Bizim Bayi* modeliyle çalışan tedarikçi acenteler için de geçerli olacak ve söz konusu kriterlerde yapılacak değişiklikleri yürürlüğe girmeden önce Kurumun bilgisine sunacaktır.
- (68) ÇİÇEKSEPETİ, (1) numaralı taahhüt kapsamında satıcılara getirdiği kriterlerdeki nitelikleri haiz olup ilerleyen dönemlerde bu niteliklerden bir veya birkaçını yitiren üçüncü taraf satıcılara bu hususu ihtar edecek, beklenen değişiklikleri yazılı olarak bildirecek ve bu değişikliklerin 5 (beş) gün içerisinde yapılmaması halinde ilgi üçüncü taraf satıcının ürünlerinin satışa kapatılacağını ihtar edecektir. Bu koşulların karşılanmaması halinde ilgili üçüncü taraf satıcının pazaryerinde satış yapması durdurulabilecek ve nihayetinde bir takvim yılı içerisinde, hakkında 3 (üç) defa bu sürecin uygulandığı üçüncü taraf satıcılar (farklı bir unvanla dahi), pazaryerinden çıkarıldıktan sonra 1 (bir) yıl süreyle ÇİÇEKSEPETİ'nde ürün satamayacaktır.
- (69) Ayrıca ÇİÇEKSEPETİ sunduğu (2) numaralı "*Pazaryeri İş Modelinin İşleyişine İlişkin Taahhütler*" kapsamında;

¹⁶ Örneğin, ÇİÇEKSEPETİ pazaryerinde yer almak isteyen üçüncü taraf satıcı aynı gün teslimat ile yalnızca Kadıköy bölgesinde hizmet verebileceğini belirtirse üçüncü taraf satıcının ürünleri müşterinin teslimat bölgesini Kadıköy ilçesi olarak seçmesi halinde listelenecektir.

¹⁷ ÇİÇEKSEPETİ tarafından, ÇİÇEKSEPETİ'nin ürün kataloğunu ve satış fiyatını tek taraflı olarak değiştirme hakkına sahip olduğu, katalogda düzenli ve sezonsal olarak yapılacak değişikliklerde Kuruma bildirim yükümlülüğü bulunmadığı ifade edilmektedir.

¹⁸ ÇİÇEKSEPETİ tarafından, bir ürünü katalogdan kaldırdıktan sonra üçüncü taraf satıcıların söz konusu ürünü 1 hafta daha ÇİÇEKSEPETİ'nde satma hakkına sahip olacağı, benzer şekilde ÇİÇEKSEPETİ'nin bir ürünün fiyatını değiştirdiğinde, üçüncü taraf satıcı için fiyat üst sınırı değişiklikten bir hafta sonra yürürlüğe gireceği, ortalama bir kesme çiçeğin raf ömrünün 5 gün olduğu dikkate alındığında bu 1 haftalık sürenin bu çerçevede makul olduğu ifade edilmektedir.

- İnternet sitesi ve akıllı cihaz uygulamalarındaki arama sonuçlarında şeffaflığı sağlamak adına arama sıralamasına etki eden temel parametreleri üçüncü taraf satıcılara duyuracağını,
- Arama sonuçlarında bedel karşılığı üst plana çıkarılan ürünler için “*Satıcının Seçimi*” (anılan ürünün bedel karşılığı üst konuma yerleştirdiğini gösteren) gibi bir ibareyi kullanacağını,
- ÇİÇEKSEPETİ’nin, internet sitesi ve akıllı cihaz uygulamalarındaki arama sonucu ekranında tüketicilere,
 - Önerilen Sıralama
 - Pahalıdan Ucuza
 - Ucuzdan Pahalıya
 - En Çok Favorilenenler
 - En Çok Değerlendirilenler
 - En Yeniler
 - En Çok Satanlar

şeklindeki kriterlere göre sıralama yapma imkânı sunacağını taahhüt etmektedir.

(70) ÇİÇEKSEPETİ dosya konusu rekabet karşıtı endişeleri gidermek adına sunduğu (1) ve (2) numaralı taahhütlerin yanı sıra, (3) numaralı “*Diğer Taahhütler*” kapsamında; taahhütlerin üçüncü taraflara duyurulması ve çalışanlarına rekabet hukuku eğitimleri verilmesine ilişkin ilave taahhütler de sunmuştur. Bu kapsamda;

- ÇİÇEKSEPETİ tüm taahhütleri daha önce pazaryeri modelinde çalışılan üçüncü taraf satıcılara elektronik posta yoluyla duyuracaktır. Ayrıca, satıcıların erişebildiği panelde ÇİÇEKSEPETİ’nin çiçek ve *bonnyfood* kategorilerinde Taahhüt Metni’nde yer alan nitelikleri karşılayan üçüncü taraf satıcılara aracılık faaliyeti sunmaya başladığı duyurulacaktır.
- ÇİÇEKSEPETİ, tüm personeline taahhüt süresi boyunca senede en az bir kez olmak üzere rekabet hukuku eğitimi verecektir.

(71) Taahhüt Metni’nin “*Taahhütlerin Yerine Getirilme Süresi*” başlığına göre;

- Taahhütler, Kurul tarafından taahhütlerin kabulüne dair Kısa Karar’ın ÇİÇEKSEPETİ’ne tebliğini takiben 90 (doksan) gün içerisinde icra edilmeye başlanacaktır.
- ÇİÇEKSEPETİ, taahhütlerin yerine getirilmeye hazır olduğuna dair hazırlanacak raporun Kuruma sunulması üzerine Kurul tarafından verilecek kararın tebliğinden veya her halükârda raporun Kuruma sunulmasını takip eden yedinci günün sonundan (hangisi daha önceyse) başlayarak 2 yıl boyunca bu taahhütlerle bağlı kalmayı kabul ve taahhüt etmektedir.

(72) “*Taahhütlerin İfasının Denetimi ve Piyasa Üzerindeki Etkisi*” başlığına göre ise;

- Sunulan taahhütlerin Kurul tarafından kabulüne dair Kısa Karar’ın ÇİÇEKSEPETİ’ne tebliğini takip eden 90. (doksanıncı) günün sonundan itibaren bir hafta içerisinde aşağıda belirtilen usul ve prosedürler doğrultusunda izleme dönemi sona erdirilecek ve sürece ilişkin nihaî rapor sunulacaktır.
 - (1) numaralı taahhüt çerçevesinde, “Pazaryeri” modelinde çalışmak üzere iletişime geçilen teşebbüslerin listesi ve bunlarla iletişime geçme yöntemi ve eğer verildiyse bu teşebbüslerin cevapları ile (2) numaralı taahhüt çerçevesinde yapılan çalışmalar ve konuya ilişkin teknik detaylar Kurula

sunularak taahhütlerin yerine getirildiği tevsik edilmek suretiyle izleme süreci sona erdirilecektir.

- (1) ve (2) numaralı taahhütlerin yerine getirilmesinden sonraki her 12 ayın sonunda (ve toplamda 2 defa olmak üzere), ÇİÇEKSEPETİ'nin taahhüt süreci dolayısıyla "Pazaryeri" iş modeliyle çalışmak için sözleşme imzalamak adına iletişime geçtiği çiçek ve *bonnyfood* satıcılarının unvanları, ÇİÇEKSEPETİ'yle pazaryeri modelinde çalışmaya başlayan üçüncü taraf çiçek ve *bonnyfood* satıcılarının unvanları, her bir yıl bakımından;
 - satıcıların ÇİÇEKSEPETİ bünyesinde açtığı ürün sayısı,
 - satıcıların ÇİÇEKSEPETİ platformunda elde ettiği işlem sayısı ve işlem hacmi,
 - ürün kataloğu, fiyat ve hijyen ve depolama kriterlerine ilişkin olarak gerçekleştirilen değişiklikler,
 - platformda faaliyet gösteren satıcıların ne kadarına işbu taahhüt kapsamında getirilen kriterlere uyum sağlamaması sebebiyle uyarıda bulunduğu,
 - satıcıların ne kadarının kriterleri sağlayamamasından ötürü ÇİÇEKSEPETİ platformundaki faaliyetlerine son verildiği,
 - satıcıların faaliyetlerine son verilme sebepleri,
 - söz konusu satıcıların ünvanları

başta olmak üzere ÇİÇEKSEPETİ ve satıcılar arasındaki ticari ilişkiye dair bilgiler Kurum nezdinde tevsik edilecektir.

- (73) Yukarıda yer alan bilgiler dâhilinde, ÇİÇEKSEPETİ tarafından sunulan nihai Taahhüt Metni'ne ilişkin olarak yapılan değerlendirmelere aşağıda yer verilmektedir.

H.5.3. 4054 Sayılı Kanun'un 43. Maddesi ve 2021/2 Sayılı Tebliğ Kapsamında Yapılan Değerlendirme

- (74) Yürütülmekte olan soruşturma kapsamında ÇİÇEKSEPETİ'nin taahhüt sunma talebi üzerine Kurulun taahhüt görüşmelerine başlanması yönündeki 18.04.2024 tarihli ve 24-19/405-M sayılı kararının ardından ÇİÇEKSEPETİ tarafından sunulan "Taahhüt Metni"ne açıklamalarıyla birlikte yukarıda yer verilmiştir.
- (75) 2021/2 sayılı Tebliğ'in "Taahhüdün niteliği" başlıklı 9. maddesinin ikinci fıkrası, sunulan taahhüdün değerlendirilmesi bakımından yol göstericidir:
- *"Taahhüt rekabet sorunlarıyla orantılı, bu sorunları gidermeye elverişli, kısa sürede yerine getirilebilir ve etkili şekilde uygulanabilir olmalıdır. ..."*
- (76) Bu kapsamda ÇİÇEKSEPETİ tarafından dosyadaki endişeleri bertaraf etme üzere sunulan taahhütlerin rekabet sorunlarıyla orantılı, bu sorunları gidermeye elverişli, kısa sürede yerine getirilebilir ve etkili şekilde uygulanabilir olup olmadığı incelenmiştir.
- (77) Detaylarına daha önce yer verildiği üzere, dosya konusu rekabet karşıtı endişeler temel olarak ÇİÇEKSEPETİ'nin "*çevrim içi çiçek satışına aracılık hizmetleri*" ve "*çevrim içi bonnyfood satışına aracılık hizmetleri*" pazarlarında platform hizmetlerini üçüncü taraf satıcılara kapatması ve kendi bayileri lehine davranışlarda bulunması olarak sınıflandırılacaktır. Bu çerçevede dosya kapsamındaki rekabet karşıtı endişeleri gidermek adına, ÇİÇEKSEPETİ (1) numaralı taahhüt kapsamında, platform hizmetini "çiçek" ve "*bonnyfood*" kategorilerinde faaliyet gösteren üçüncü taraf satıcılara açmayı

ve (2) numaralı taahhüt kapsamında, platformu üzerinden sunduğu reklam hizmetini çiçek ve *bonnyfood* kategorilerinde faaliyet gösteren satıcılara açmayı ve satıcılara sıralama kriterleri bakımından objektif muamelede bulunmayı taahhüt etmektedir.

- (78) Bu çerçevede öncelikle, (1) numaralı taahhüde ilişkin değerlendirmelere yer verilmelidir. Belirtildiği üzere, ÇİÇEKSEPETİ (1) numaralı taahhüt kapsamında dosya konusu rekabet karşıtı endişeleri gidermek adına hâkim durumda bulunduğu tespit edilen “çevrim içi çiçek satışına aracılık hizmetleri” ve “çevrim içi bonnyfood satışına aracılık hizmetleri” pazarlarında 31.12.2023 tarihi itibarıyla son verdiği aracılık hizmetini üçüncü taraf satıcılara belirli koşullar getirmek suretiyle tekrar sağlamaya başlayacağını taahhüt etmektedir. Bu doğrultuda, ÇİÇEKSEPETİ tarafından (1) numaralı taahhüt kapsamında getirilen her bir koşulun dosya konusu rekabet karşıtı endişeleri gidermek bakımından yeterli ve ölçülü olup olmadığının değerlendirilmesi gerekmektedir. Bir başka deyişle, ÇİÇEKSEPETİ tarafından üçüncü taraf satıcıların belirli koşulları karşılması durumunda ÇİÇEKSEPETİ aracılığıyla satış yapabilmesine ilişkin olarak getirilen koşulların, üçüncü taraf satıcıların platformda satış yapmalarını fiili olarak imkânsız kılıp kılmadığı mevcut dosyadaki değerlendirmeler bakımından önem taşımaktadır.
- (79) Bu kapsamda ÇİÇEKSEPETİ tarafından öncelikle (1) numaralı taahhüt kapsamında; çiçek ve *bonnyfood* kategorilerinde faaliyet gösteren üçüncü taraf satıcıların, ÇİÇEKSEPETİ ile *Bizim Bayi* modeliyle çalışan tedarikçi acentelerle büyük ölçüde aynı teslimat koşullarına sahip olması gerektiği ifade edilerek teslimat saatlerine yönelik bir koşul getirilmektedir. Bu koşula göre ÇİÇEKSEPETİ pazaryerinde faaliyet göstermek isteyen üçüncü taraf satıcıların;
- Haftanın tüm günleri (.....) saatleri arasında teslimat yapabilecek altyapısının bulunması ve bu saat dilimlerinde aktif olması¹⁹,
 - Çiçek kategorisi için üçer saat aralıklarla belirlenen dar saat aralıklarında (örneğin, (.....) gibi) servis ile teslimat sağlayabilmesi²⁰,
 - *Bonnyfood* kategorisi için dört buçuk saatlik aralıklarla belirlenen dar saat aralıklarında (örneğin, (.....) gibi) servis ile teslimat sağlayabilmesi²¹

gerekmektedir.

- (80) ÇİÇEKSEPETİ tarafından, *Bizim Bayi* modelinde çalışan tüm tedarikçi acentelerin bir (.....) bulunduğu ve bu acentelerin tamamının kendilerine tanımlanan yakın bölgeye üçer saat aralıklarla belirlenen dar saat aralıklarında (örneğin, (.....) gibi) servis ile teslimat sağlayabildiği ve bu kapsamda üçüncü taraf satıcıların da aynı teslimat şartlarını sağlaması gerektiği belirtilmektedir. ÇİÇEKSEPETİ ilaveten, yukarıda öngörülen saat aralıklarını (geniş teslimat aralığı, (.....); dar teslimat aralığı, çiçek satıcıları için 3'er saat ve *bonnyfood* satıcıları için 4,5 saat) Kurulun bilgisi olmadan üçüncü taraf satıcılar için daraltmayacağını; her halükarda ÇİÇEKSEPETİ pazaryerinde faaliyet gösteren üçüncü taraf satıcılarının ana teslimat saat aralıklarını ÇİÇEKSEPETİ'nde *Bizim Bayi* modeliyle çalışan tedarikçi acentelerden daha dar bir şekilde belirlemeyeceğini taahhüt etmektedir.
- (81) ÇİÇEKSEPETİ tarafından üçüncü taraflara bu şekilde bir koşul getirilmesinin temel gerekçesinin, üçüncü taraf satıcıların sınırlı teslimat seçeneğine sahip olması nedeniyle

¹⁹ Taahhüt Metni'nde ÇİÇEKSEPETİ'nin haftanın 7 günü ilgili bölgelerde hizmet verdiği belirtilmektedir. Zira üçüncü taraf satıcılar için aksi bir durumun olması halinde ürününü pazar günü teslim almak isteyen herhangi bir müşterinin ürünü listelemeye görmesine sipariş oluşturamayacağı belirtilmektedir.

²⁰ ÇİÇEKSEPETİ tarafından (.....) ifade edilmektedir.

²¹ ÇİÇEKSEPETİ tarafından (.....) ifade edilmektedir.

ÇİÇEKSEPETİ üzerinden satış yapmakta başarısız olmaları olduğu ifade edilmektedir. ÇİÇEKSEPETİ'nin kendi bayisi aracılığıyla 2 saat içerisinde teslim ettiği ürünleri, üçüncü taraf satıcıların daha uzun sürelerde teslim edebildiği ve bazı durumlarda kargo dahi kullanıldığı, ürün teslimatının hızlı bir şekilde yapılamadığı durumda ÇİÇEKSEPETİ'nin rekabetçi gücü önemli ölçüde zarar göreceği için ilgili koşulun kaçınılmaz bir parametre teşkil ettiği belirtilmektedir.

- (82) Bu doğrultuda, ÇİÇEKSEPETİ tarafından çiçek kategorisinde faaliyet gösteren satıcılardan (1) numaralı taahhüt kapsamında getirilen koşulları karşılayıp karşılamayacaklarına ilişkin görüşleri talep edilmiştir. Bu kapsamda ilk olarak ÇİÇEKSEPETİ pazaryerinin erişimlerine açılması durumunda (.....) saatleri arasında teslimat yapabilecek altyapılarının bulunup bulunmadığı, bir başka deyişle bu saat aralığında pazaryerinde aktif olmalarının mümkün olup olmadığı hususundaki görüşleri sorulmuştur. Bu çerçevede çiçek kategorisinde faaliyet gösteren üçüncü taraf satıcılar tarafından ilgili soruya yönelik sunulan görüşlerde; (.....) ve (.....) tarafından; söz konusu saat aralığında çalışmalarının mümkün olduğu ifade edilmiştir. Ayrıca *bonnyfood* kategorisinde faaliyet gösteren üçüncü taraf satıcılar tarafından ilgili soruya yönelik sunulan görüşlerde; (.....) ve (.....) tarafından söz konusu saat aralığında çalışmanın mümkün olduğu belirtilmektedir. Dolayısıyla yer verilen satıcı görüşlerinin tamamından, satıcıların (.....) saatleri arasında teslimat yapabilecek alt yapıya sahip olduğu ve hatta bazı satıcıların 09:00-22:00 saat aralığında dahi teslimat yapılabildiği anlaşılmaktadır.
- (83) Bunun yanı sıra üçüncü taraf satıcıların, Bizim Bayi satış modeli ile çalışan tedarikçi acentelere benzer şekilde, ÇİÇEKSEPETİ tarafından belirlenen saat aralıklarında teslimat yapması beklenmektedir. Bu kapsamda çiçek kategorisinde faaliyet gösteren satıcılara ÇİÇEKSEPETİ pazaryerinin erişimlerine açılması durumunda çiçek siparişleri için üçer saat aralıklarla (örneğin, (.....)) teslimat yapmalarının mümkün olup olmadığı hususundaki görüşleri talep edilmiştir. İlgili soruya yönelik sunulan görüşlerde; (.....) tarafından ilgili saat aralıklarında teslimat gerçekleştirebilmelerinin mümkün olduğu belirtilmektedir. Öte yandan, (.....) tarafından ilgili koşulun sağlanamayacağı belirtilmektedir. Bu kapsamda olumsuz görüş bildiren satıcılardan (.....) ve (.....) İstanbul'da, (.....) İzmir'de ve (.....) Ankara'da faaliyet göstermektedir. Sayılan tüm satıcılar, görüşlerinde söz konusu saat aralıkları ile teslimat sağlamalarının faaliyette buldukları şehrin tamamı bakımından mümkün olmadığını belirtmektedir. Nitekim (.....) mevcut durumda kendi bölgesinde bu saat aralıklarında teslimat yapılabildiğini, ancak İzmir'in tamamı bakımından belirtilen koşulu sağlayamayacağını ifade etmektedir.
- (84) Benzer şekilde *bonnyfood* kategorisinde faaliyet gösteren üçüncü taraf satıcılara, ÇİÇEKSEPETİ pazaryerinin erişimlerine açılması durumunda *bonnyfood* siparişleri için 4,5 saatlik aralıklarla (örneğin, (.....) gibi) teslimat yapmalarının mümkün olup olmadığı hususundaki görüşleri sorulmuştur. Bu çerçevede, ilgili soruya yönelik sunulan görüşlerde; (.....) ve (.....) tarafından belirtilen saat aralıkları ile teslimat yapabilmelerinin mümkün olduğu ve ilgili koşulun sağlanabileceği belirtilmiştir.
- (85) Yukarıda yer verilen hususlar birlikte değerlendirildiğinde, ÇİÇEKSEPETİ'nin anlık teslimat beklentisi bulunan tüketicileri de dikkate alarak Türkiye çapında aynı hizmet kalitesi ile hizmet sunma gayesi makul karşılanabilecektir. İlaveten satıcı görüşleri incelendiğinde, gerek çiçek gerekse *bonnyfood* kategorisinde faaliyet gösteren üçüncü taraf satıcıların büyük çoğunluğunun ÇİÇEKSEPETİ tarafından belirlenen saat aralıklarında teslimat yapabileceği anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra, olumsuz görüş bildiren satıcıların da belirli bölgelerde belirtilen saat aralıkları ile teslimat gerçekleştirebildikleri, ancak faaliyette buldukları ilin tamamı bakımından yeterli bir

altyapılarının bulunmadığı çıkarımı yapılmaktadır. Öte yandan Taahhüt Metni'nde üçüncü taraf satıcılara herhangi bir ilin tamamında belirtilen saat aralıkları ile teslimat koşulu getirilmemekte; bunu yalnızca bir bölgede gerçekleştirme yeterliliği olan satıcıların, tüketicilerin yalnızca o bölgeyi seçmeleri halinde listelenecekleri belirtilmektedir. Bu bakımdan ilgili satıcılar da ÇİÇEKSEPETİ'nde yalnızca söz konusu teslimat aralıklarına uyabilecekleri bölgeler için üçüncü taraf satıcı olarak faaliyet gösterebileceklerdir. Keza Taahhüt Metni'nde "*Örneğin, Çiçeksepeti pazaryerinde yer almak isteyen üçüncü taraf satıcı aynı gün dar saat aralıklarıyla yalnızca Kadıköy bölgesinde teslimat yapabileceğini belirtirse, o halde yalnızca müşteri teslimat bölgesi olarak Kadıköy ilçesini seçerse bu satıcının ürünleri listelenecektir.*" hükmü bulunmaktadır. Bu çerçevede, herhangi bir ilin tamamında Taahhüt Metni'nde belirlenen teslimat aralıklarına uyamayacak üçüncü taraf satıcıların o ilin belirli bölgelerini seçerek söz konusu teslimat aralıklarına uygun şekilde ÇİÇEKSEPETİ platformunda faaliyet göstermelerinin önünde herhangi bir engel bulunmamaktadır. Tüm bu hususlar doğrultusunda (1) numaralı taahhüt kapsamında, ÇİÇEKSEPETİ'nin üçüncü taraf satıcılara yönelik getirdiği ve teslimat saat aralıklarını düzenleyen koşulların karşılanabildiği, bu bakımdan ölçülü olduğu kanaatine varılmıştır. ÇİÇEKSEPETİ üzerinden gerçekleştirilen satışlarda anlık teslimat beklentisi olan tüketiciler bakımından ürünün teslimat zamanının önemi dikkate alındığında da söz konusu koşulların makul ve ölçülü olduğu değerlendirilmektedir.

- (86) Teslimat koşullarına ilave olarak, ÇİÇEKSEPETİ tarafından (1) numaralı taahhüt kapsamında çiçek ve *bonnyfood* kategorilerinde "*tüm Türkiye'de aynı hizmet standardının tutturulabilmesi için yalnızca ÇİÇEKSEPETİ'yle aynı ürün kataloğunda ürünlerin açılması*"na yönelik bir koşul getirildiği görülmektedir. Bu koşula göre, üçüncü taraf satıcıların yalnızca ÇİÇEKSEPETİ'nin ürün kataloğuna uygun ürünlerinin listelenmesine müsaade edilecektir.
- (87) ÇİÇEKSEPETİ'nin satıcıların pazaryerindeki faaliyetini kendisinin ürün kataloğundaki ürünler ile sınırlamasının gerekçesine ilişkin olarak ise ürünlerin fiyatının çiçeğin niteliğine göre değiştiği, bir çiçeğin boyunun, açılmış yaprak ve dal sayısının, ürünün fiyatını önemli ölçüde etkilediği, fiyat rekabetinin yoğun olduğu bir piyasada, satıcıların ürünlerin fiyatını düşürmek için ürünlerde tüketicilerin anlamakta zorlanacağı küçük değişiklikler yapabileceği, bu durumun tüketici memnuniyetine önemli ölçüde zarar vereceği, tüketici memnuniyetinde ortaya çıkan zararın da ÇİÇEKSEPETİ'nin marka değerini tüketici nezdinde önemli ölçüde düşüreceği ve bu bakımdan ilgili sınırlamanın ÇİÇEKSEPETİ'nin iş modelini koruması için gerekli olduğu belirtilmektedir.
- (88) İlgili koşulun hâlihazırda ÇİÇEKSEPETİ'nin ürün kataloğunda yer alan ürünler için getirilen kalite standartlarına uyulmasının yanı sıra, ürün kataloğu dışında kalan ürünlerin platformda listelenemeyecek olması bakımından da ele alınması gerekmektedir. Bu kapsamda ÇİÇEKSEPETİ tarafından, ÇİÇEKSEPETİ'nin Türkiye'nin her noktasına aynı ürünlerle ve aynı hizmet kalitesiyle hizmet sağlamak hedefiyle faaliyet yürüttüğü, ürünlerin bazılarının sınırlı bölgelere teslim edilmesinin ÇİÇEKSEPETİ'nin Türkiye'nin her bölgesine aynı hizmet standardını sağlayabilmesini güçleştireceği, ÇİÇEKSEPETİ'nin mevcut durumda çok çeşitli bir ürün kataloğu ile faaliyet gösterdiği ve neredeyse tüm ürün türlerini platformunda satışa sunduğu, ÇİÇEKSEPETİ'nin ürün portföyünde bulunmuyor olmasına rağmen çabuk bozulabilecek veya teslimatı zor olan ayçiçeği gibi bir ürünün yalnızca bir üçüncü taraf satıcının bölgesinde satılarak aynı ildeki diğer bölgelerde veya Türkiye'nin diğer illerinde satışa sunulmamasının müşteri deneyimini olumsuz etkileyeceği ifade edilmektedir.

- (89) Bu çerçevede, ÇİÇEKSEPETİ'nde çiçek ve *bonnyfood* kategorisinde faaliyette bulunan üçüncü taraf satıcılara, ÇİÇEKSEPETİ pazaryerinin erişimlerine açılması durumunda "yalnızca ÇİÇEKSEPETİ'nin ürün kataloğunda yer alan ürünleri satmalarına" dair bir koşulun öngörülmesi ile bu koşulun teşebbüsleri pazaryerinde faaliyet göstermekten caydırmaya sebep olup olmayacağı hususlarındaki görüşleri sorulmuştur. İlgili soruya yönelik olarak çiçek kategorisinde faaliyet gösteren satıcılar tarafından sunulan görüşlerde; (.....) ve (.....) tarafından yalnızca ÇİÇEKSEPETİ'nin ürün kataloğunda yer alan ürünlerin satılmasına ilişkin koşulun kabul edilebileceği ve bu koşulun satıcıları ÇİÇEKSEPETİ'nde faaliyet göstermekten caydırmayacağı belirtilmiş olup (.....) tarafından ayrıca, satıcıya ait ürünlere ilişkin ebat kriterlerinin genel olarak ÇİÇEKSEPETİ'nin ürünlerine benzetmekle birlikte kısmen farklılıklar gösterebileceği ifade edilmiştir. Öte yandan; (.....), (.....) ve (.....) ilgili koşulun kabul edilemeyeceğini belirtmiş olup gerekçelerine ilişkin olarak (.....) tarafından, teşebbüsün faaliyetleri kapsamında ciddi bir maliyete katlanarak toplu ürün tedarikinde bulunduğu ve stokundaki ürünleri satmak istediği, (.....) tarafından, ÇİÇEKSEPETİ'nin sattığı ürünler ile satıcının sattığı ürünlerin aynı olmadığı, örneğin satıcının ithal orkide kullanırken ÇİÇEKSEPETİ'nin yerli orkide kullandığı ve bu iki ürünün kalitesinin aynı olmadığı, kaliteli ürün kullanılması nedeniyle platform erişime kapanmadan önce satıcı puanının çok yüksek olduğu ve aynı kalite ile faaliyet gösterilmek istendiği; (.....) tarafından, teşebbüsün ÇİÇEKSEPETİ'nin aksine tasarım çiçek kategorisinde modeller hazırladığı ifade edilmiştir.
- (90) Çiçek kategorisinde faaliyet gösteren satıcıların yanı sıra *bonnyfood* kategorisinde faaliyet gösteren satıcılara da görüşleri sorulmuş olup ilgili soruya yönelik sunulan cevaplarda; (.....), (.....), (.....) ve (.....) tarafından yalnızca ÇİÇEKSEPETİ'nin ürün kataloğunda yer alan ürünlerin satılmasına ilişkin koşulun kabul edilebileceği ve bu koşulun satıcıları ÇİÇEKSEPETİ'nde faaliyet göstermekten caydırmayacağı belirtilmiştir. Öte yandan (.....) ve (.....) tarafından, ilgili koşulun kabul edilemeyeceği belirtilmiş olup gerekçesine ilişkin olarak (.....) tarafından ilgili koşulun satıcının rekabet gücünü zayıflatabileceği, zira teşebbüsün ÇİÇEKSEPETİ ile rekabet edebilmesi için ürününü farklılaştırarak satması gerektiği ve ürünün yanına kupa, cüzdan, defter gibi kişiye özel şeyler de koyulabildiği ve (.....) tarafından ÇİÇEKSEPETİ'ne nazaran daha kaliteli ve farklı ürünler sunulduğu ifade edilmiştir.
- (91) ÇİÇEKSEPETİ'nden edinilen bilgilere göre, ÇİÇEKSEPETİ'nin, Türkiye çapında aynı katalog ile faaliyet göstermek istemesinin temelinde aynı kalitede hizmet verilmesi ve müşteriler nezdinde bir memnuniyetsizlik yaşanmasının engellenmesi kaygısı bulunmaktadır. Bu kapsamda ürünlerin yeterli sayıda çiçek içermesi, belirli bir uzunlukta olması ve kaliteli vazolar veya ambalajlar ile sunulması beklenmektedir. Nitekim ÇİÇEKSEPETİ tarafından sunulan örnek niteliğindeki ürün kataloğunda ilgili kategoride yer alan "Ürünün toplam yaklaşık ebat ölçüleri verilmiştir. Buna %100 uyum beklenmemekte olup bu ebatlara yaklaşık bir oranda ürün listelenmesi ve teslim edilmesi yeterli olacaktır. Bu noktada amaçlanan, fotoğrafta farklı bir izlenim verilip sonrasında tüketiciye çok küçük/kısa ürünlerin gönderiminin önüne geçilmesidir. Bununla birlikte ürün malzemesine ve rengine ilişkin her bir ürün özelinde uyum gösterilmesi zorunludur. Zira ürün malzemesi doğrudan ürün fiyatını değiştirebilecek bir unsurdur. Örneğin cam vazoda olan bir ürün plastik vazoda satıldığında maliyetlerde farklılık olması beklenir." ifadeleri de bu hususu doğrular niteliktedir. Bu açıdan, ilgili koşulun makul olduğu değerlendirilmektedir. İlaveten birçok çiçek satıcısının da ÇİÇEKSEPETİ'yle aynı katalog ile faaliyet gösterilmesi koşulunu sağlayabileceğini ve bu koşulun kendilerini ÇİÇEKSEPETİ'nde satıcı olarak tekrar faaliyet göstermekten

caydırmayacağını belirttiği dikkate alındığında ilgili koşulun ölçülü olduğu değerlendirilmektedir.

- (92) Öte yandan satıcıların bazı çekincelerine tekrar değinmekte fayda görülmektedir. Bunlardan ilki, ürünlere ilişkin ebat kriterlerinin genel olarak ÇİÇEKSEPETİ'nin ürünlerine benzemekle birlikte kısmen farklılıklar gösterebileceği hususudur. ÇİÇEKSEPETİ'nin örnek ürün kataloğunda yer alan açıklamalardan bu yöndeki kısmi farklılıkların sorun teşkil etmeyeceği ve bu noktada daha hassas olunan hususun ürünün malzemesi ve rengi olduğu anlaşılmaktadır. Bu kapsamda, ÇİÇEKSEPETİ yerli bir çiçek ürünü sunarken satıcının ithal bir ürün sunuyor olması da sunulan ürünün kalitesi bakımından herhangi bir problem yaşanmadığı sürece sorun teşkil etmeyecektir. Diğer bir endişe, satıcıların faaliyetleri kapsamında katlandıkları maliyetler doğrultusunda toplu ürün tedarikinde bulunduğu ürünlerin ellerinde kalması ve satıcıların farklı tasarımlar ile faaliyet gösterebilmesinin engellenmesidir. Özellikle canlı çiçek ürünü söz konusu olduğunda çiçeklerin tüketicilere sunulacak şekilde dayanıklı olarak çok uzun süre saklanamayacağı değerlendirilmektedir. Zira (.....) tarafından ortalama bir kesme çiçeğin raf ömrünün (5) gün olduğu belirtilmektedir. Bu açıdan esas endişenin yapay çiçek bakımından katlanılan maliyetler olduğu değerlendirilmektedir. Buna ilaveten, ÇİÇEKSEPETİ kataloğu dışında kalan ürünler (tasarım çiçekler vb.) bakımından 1 satıcı nezdinde endişe ortaya çıktığı anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, ÇİÇEKSEPETİ'nin kendisinin satışını gerçekleştirdiği ürünler bakımından tüketici tercihlerini ürün çeşitliliğiyle de karşılamayı hedeflediği ve ürün kataloğundaki ürünlerin çeşitliliği dikkate alındığında, oldukça az sayıda satıcının yalnızca dar aralıktaki tüketici talebine yanıt veren az sayıdaki ürününün ÇİÇEKSEPETİ üzerinden satışını gerçekleştiremeyeceği kanaatine varılmıştır. Kaldı ki, satıcılar alternatif kanallar vasıtasıyla da (kendi fiziki satış kanalları veya farklı çevrim içi kanallar gibi) faaliyette bulunabilecektir. Zira satıcılar diğer alternatif kanallarda ürünlerini istedikleri şekil veya formatta satmakta özgürdür. ÇİÇEKSEPETİ tarafından da bu husus doğrulanmakta; üçüncü taraf satıcıların kendi mağazalarında veya farklı platformlarda dilediği ürünü dilediği fiyattan satabileceği ayrıca belirtilmektedir. Dolayısıyla, satıcıların yalnızca ÇİÇEKSEPETİ'nin ürün kataloğunda yer alan ürünleri listeleyebilmelerine ilişkin olarak getirilen koşulun da makul ve ölçülü olduğu değerlendirilmektedir.
- (93) ÇİÇEKSEPETİ tarafından (1) numaralı taahhüt kapsamında getirilen diğer bir koşul, üçüncü taraf satıcıların her bir ürünü bakımından kendi iradesiyle belirlediği, ancak ÇİÇEKSEPETİ'nin doğrudan satış fiyatını %(.....) oranından daha fazla aşmayacak şekilde bir fiyattan satış yapılmasına ilişkindir. Bu kapsamda ÇİÇEKSEPETİ üzerinden satışa sunulan ürünleri, ürün özelliklerini ve ürün fiyatlarını içeren ürün kataloğunun ÇİÇEKSEPETİ bünyesinde faaliyet gösteren üçüncü taraf satıcıların erişimine açılacağı belirtilmektedir. İlaveten ÇİÇEKSEPETİ'nin ürün kataloğunda yer alan ürünleri ve bu ürünlere dair fiyatları değiştirme hakkına sahip olmakla birlikte, bir üründe değişiklik yapması durumunda üçüncü taraf satıcılar için anılan değişiklik kataloğa işlendikten (.....) sonra yürürlüğe girecektir. Dolayısıyla, ürün kataloğuna yeni eklenecek ürünler bakımından herhangi bir sakınca bulunmamakla birlikte, var olan ürünlerin kaldırılması halinde satıcıların ilgili ürünlere ilişkin gerçekleştirdikleri alımlar ve katlandıkları maliyetler dikkate alındığında, üçüncü taraf satıcıların herhangi bir kayıp yaşamamaları adına ürün kataloğundan çıkarılması planlanan ürünler (.....) öncesinde satıcılara bildirilecektir.
- (94) ÇİÇEKSEPETİ tarafından üçüncü taraf satıcılara bu şekilde bir koşul getirilmesinin gerekçesinin; üçüncü taraf satıcıların, piyasa koşullarına göre oldukça yüksek bir fiyattan ürün satması ve bu durumun hem tüketici refahına hem de uygun fiyatlar ve iyi

hizmet koşulları ile ürün satışı gerçekleştirmesi ile tanınan ÇİÇEKSEPETİ'nin piyasadaki itibarına ciddi zarar vermesi olduğu ifade edilmektedir.

- (95) ÇİÇEKSEPETİ'nin üçüncü taraf satıcıların, ÇİÇEKSEPETİ'nin doğrudan satış fiyatını %(.....) oranından daha fazla aşmayacak şekilde bir fiyattan satış yapmasına ilişkin getirmiş olduğu koşul, rekabet hukuku zemininde azami fiyatın belirlenmesi olarak karşılık bulabilecektir. Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz'da (Kılavuz) sabit veya asgari satış fiyatına dönüşmemesi koşuluyla sağlayıcının, alıcının azami satış fiyatını belirlemesi veya alıcıya satış fiyatını tavsiye etmesinin mümkün olduğu belirtilmektedir²². ÇİÇEKSEPETİ'nin de üçüncü taraf satıcılara, platformda kendi bayileri aracılığıyla sattığı ürünlerin satış fiyatı üzerinden %(.....) bir marj sağladığı görülmektedir. Bu noktada ÇİÇEKSEPETİ'nin kendi bayileri aracılığıyla satışını gerçekleştirdiği ürünlerden elde ettiği kar marjı ile üçüncü taraf satıcıların çiçek ve *bonnyfood* ürünlerinden elde ettiği kar marjının karşılaştırmalı olarak incelenmesinde fayda görülmektedir. Bu kapsamda ÇİÇEKSEPETİ'nden ve üçüncü taraf satıcılardan çiçek ve *bonnyfood* kategorileri bakımından 2022-2024/9 ay döneminde her bir dönem için en çok satılan 5 ürüne ilişkin gelir ve maliyet bilgileri talep edilmiştir. Aşağıdaki tablolarda dönem bazında ilgili ürünlerin maliyet, gelir ve kar marjı bilgilerine yer verilmektedir.

²² Kılavuz, para. 17.

Tablo 6- ÇİÇEKSEPETİ'nin En Çok Sattığı İlk 5 Ürün İçin Kar Marjı Bilgileri (TL) (2022-2024/9)

Dönem	Kategori	Ürün Adı	Tedarik Maliyet ²³	Diğer Giderler	Satış Fiyatı	Kar Marjı (%)
2022	Çiçek	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
		(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
		(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
		(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
		(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
2023	Çiçek	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
		(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
		(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
		(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
		(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
2024/9	Çiçek	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
		(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
		(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
		(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
		(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
2022	Bonnyfood	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
		(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
		(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
		(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
		(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
2023	Bonnyfood	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
		(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
		(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
		(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
		(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
2024/9	Bonnyfood	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
		(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
		(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
		(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
		(....)	(....)	(....)	(....)	(....)

Kaynak: ÇİÇEKSEPETİ'nden elde edilen bilgiler çerçevesinde dosya kapsamında yapılan hesaplamalar.

²³ ÇİÇEKSEPETİ'nde satışa sunulan bitmiş ürünleri oluşturan alt ürünlerin (gül, orkide, vazo vs.) bayiye KDV dâhil satış fiyatlarından hesaplandığı belirtilmiştir.

Tablo 7- Bonnyfood Kategorisinde Faaliyet Gösteren Üçüncü Taraf Satıcıların En Çok sattığı İlk 5 Ürün için Kar Marjı Bilgileri (TL) (2022-2023)

Satıcı İsmi	Dönem	Ürün Adı	Ortalama Tedarik Maliyeti	Diğer Maliyetlerin Ortalaması	ÇİÇEKSEPETİ'ne Ödenen Giderlerin Ortalaması ²⁴	Ortalama Toplam Maliyet	Ortalama Satış Fiyatı	Kar Marjı (%)
(.....)	2023	16'lı Truff Çikolata Kutusu ve Dekoratif Saksıda Kalanchoe	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		16'lı Truff Çikolata Kutusu ve Dekoratif Saksıda Orkide	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		16'lı Truff Çikolata Kutusu ve Dekoratif Saksıda Haworthia	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		Tropical Leaf Serisi Mix Çikolata Kutusu - 11	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		Truff Çikolata Kutusu ve Kişiyeye Özel Harf Sukulent	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	2022	16 Adet Truf paketi	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		16 Adet Kalp Çikolata	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		18 Adet Madlen Çikolata	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		500gr Spesiyal Çikolata	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		750 gr Spesiyal Çikolata	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	2023	16 Adet Truf paketi	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		16 Adet Kalp Çikolata	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		18 Adet Madlen Çikolata	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		500gr Spesiyal Çikolata	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		750 gr Spesiyal Çikolata	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	2022	10 Dilim Pasta	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		15 Dilim Pasta	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		16 Dilim Pasta	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		Akordion Kutu Çikolata	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		Ayıcıklı Kutu Çikolata	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	2023	10 Dilim Pasta	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		15 Dilim Pasta	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		16 Dilim Pasta	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		Akordion Kutu Çikolata	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		Ayıcıklı Kutu Çikolata	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: ÇİÇEKSEPETİ'nden elde edilen bilgiler çerçevesinde dosya kapsamında yapılan hesaplamalar.

²⁴ Komisyon, kurye, kargo, listeleme bedeli vs. giderleri oluşturmaktadır.

Tablo 8- Çiçek Kategorisinde Faaliyet Gösteren Üçüncü Taraf Satıcıların En Çok sattığı İlk 5 Ürün İçin Kar Marjı Bilgileri (TL) (2022-2023)

Satıcı İsmi	Dönem	Ürün Adı	Ortalama Tedarik Maliyeti	Diğer Maliyetlerin Ortalaması	ÇİÇEKSEPETİ'ne Ödenen Giderlerin Ortalaması	Ortalama Toplam Maliyet	Ortalama Satış Fiyatı	Kar Marjı (%)
(.....)	2022	Göl Kenarında Orkideli Teraryum	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		Teraryum - Yan Yana Bi Ömür Bizim Bahçemiz	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		Venedik Serisi Balonlu Haworthia	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		Sırt Sırta Bi Ömür Teraryum	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		Ring Serisi Mini Mor Orkideli T.	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	2022	Çiftal Miniorkide	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		Tek Dalmini Orkide	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		Ateş Midi Orkide	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		Mavi Mini Orkide	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		Antoryum	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	2023	Çiftal Miniorkide	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		Tek Dalmini Orkide	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		Ateş Midi Orkide	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		Mavi Mini Orkide	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		Antoryum	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	2022	Teraryum Işıklı Pembe aşk Bahçesi	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		Teraryum Rüya Gibi Evimiz	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		Teraryum Mini Yeni İş Erkek	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		Teraryum Işıklı Düş Bahçesi	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		Teraryum Yeni İş Tebriği Sarışın	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	2023	Teraryum Işıklı Pembe aşk Bahçesi	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		Teraryum Rüya Gibi Evimiz	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		Teraryum Mini Yeni İş Erkek	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		Teraryum Yeni İş Tebriği Mavi	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
		Teraryum Yeni İş Tebriği Sarışın	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: ÇİÇEKSEPETİ'nden elde edilen bilgiler çerçevesinde dosya kapsamında yapılan hesaplamalar.

- (96) Tablo-6 incelendiğinde, ÇİÇEKSEPETİ'nin kendi bayileri aracılığıyla satışını gerçekleştirdiği çiçek kategorisinde 2022-2024/9 dönemi için sırasıyla ortalama %(.), %(.) ve %(.), *bonnyfood* kategorisinde ise ilgili dönemde sırasıyla ortalama %(.), %(.) ve %(.) oranlarında kar marjlarına sahip olduğu görülmektedir. İlaveten Tablo-7 ve Tablo-8 incelendiğinde, *bonnyfood* kategorisinde faaliyet gösteren üçüncü taraf satıcılar bu kategorideki ürünlerin satışından 2022-2023 döneminde ortalama %(.) oranında kar marjı elde ederken, çiçek kategorisinde faaliyet gösteren üçüncü taraf satıcıların ise %(.) oranında kar marjı elde ettiği anlaşılmaktadır. Her iki kategorideki üçüncü taraf satıcıların gerek ortalama kar marjları gerekse ürün bazında kar marjları incelendiğinde, hiçbir satıcının %(.) geçen kar marjı ile çalışmadığı görülmektedir. Kaldı ki, ÇİÇEKSEPETİ'nin ilgili marjı kendi bayileri ile satışını gerçekleştirdiği ürünlerin satış fiyatı üzerinden, bir başka deyişle kendisinin de hâlihazırda kar elde ettiği bir fiyat üzerinden belirlediği düşünüldüğünde, üçüncü taraf satıcıların ürünlerinin satış fiyatlarını belirlemesi ve karlı bir şekilde faaliyet gösterebilmesi konusunda gereken özgürlüğe sahip olduğu değerlendirilmektedir.
- (97) Ayrıca üçüncü taraf satıcıların ÇİÇEKSEPETİ üzerinden gerçekleştirdiği satışlarda, ÇİÇEKSEPETİ'nin kendi bayileri ile rekabet ettiği göz önünde bulundurulduğunda, üçüncü taraf satıcıların rekabetçi fiyat sunma güdüsüne sahip olacağı, eş deyişle ÇİÇEKSEPETİ tarafından öngörülen %(.) marjın platformdaki fiyatların yeknesaklaşmasına neden olarak platform içi rekabete zarar verme ihtimalinin bulunmadığı değerlendirilmektedir.
- (98) Ayrıca mevcut dosya kapsamında, üçüncü taraf satıcılara ÇİÇEKSEPETİ pazaryerinin erişimlerine açılması durumunda ÇİÇEKSEPETİ tarafından "her bir ürün için ÇİÇEKSEPETİ'nin doğrudan satış fiyatının %(.) aşmayacak şekilde kendi iradeleriyle bir fiyat belirlemelerine" dair bir koşulun öngörülmesi ile bu koşulun ÇİÇEKSEPETİ üzerinden satış yapma güdülerini nasıl etkileyeceğine yönelik görüşleri sorulmuştur. Bu çerçevede ilgili soruya yönelik sunulan görüşlerde; (.) ve (.) tarafından, satış fiyatının ÇİÇEKSEPETİ'nin satış fiyatının %(.) aşmayacak şekilde belirlenmesi koşuluna uyum gösterilebileceği, (.) ve (.) tarafından, platform hizmeti kapsamında alınan komisyon oranının düşürülmesi halinde ilgili koşula uyum gösterilebileceği ifade edilmiştir. Öte yandan, (.), (.), (.), (.) ve (.) ilgili koşula uyum göstermelerinin mümkün olmadığını belirtmiş olup, gerekçelerine ilişkin olarak; ÇİÇEKSEPETİ'nin tedarikçilerden toplu alım yaptığı için aynı ürünleri üçüncü taraf satıcılara nazaran daha uygun fiyatlarda tüketicilere sunduğu, ürünler arasında kalite farkının söz konusu olduğu ve satıcıların ürünün güvenli ve hızlı ulaştırılması bakımından ilave ciddi teslimat maliyetlerine katlanacağı ifade edilmiştir.
- (99) *Bonnyfood* kategorisinde faaliyet gösteren üçüncü taraf satıcılar tarafından konuya ilişkin sunulan görüşlerde; (.), (.), (.) ve (.) tarafından, satış fiyatının ÇİÇEKSEPETİ'nin satış fiyatının (.) aşmayacak şekilde belirlenmesi koşuluna uyum gösterilebileceği; (.) tarafından ise bu koşulun ÇİÇEKSEPETİ tarafından art niyetli kullanılabilirliği, bu nedenle kesin bir cevap verilemeyeceği belirtilmiştir. (.) ve (.) tarafından ayrıca komisyon oranlarının da göz ardı edilmemesi gerektiği ifade edilmiştir.
- (100) Yukarıda yer verilen üçüncü taraf satıcı görüşlerinden; ÇİÇEKSEPETİ'nin doğrudan satış fiyatını %(.) oranından daha fazla aşmayacak bir fiyattan satış yapılabilmesinin bazı satıcılar bakımından kabul edilebilir olarak görüldüğü anlaşılmaktadır. Nitekim her iki kategorideki üçüncü taraf satıcıların gerek ortalama kar marjları gerekse ürün bazında kar marjları incelendiğinde, hiçbir satıcının kar marjının %(.) geçmediği görülmektedir. Olumsuz görüş bildiren satıcılardan bazıları satışa sunulan ürünün

niteliğinin daha kaliteli olması durumunda söz konusu marjın uygulanamayacağını, zira ürünün daha yüksek fiyatlardan satılması gerektiğini belirtmektedir. Bu bakımdan, ÇİÇEKSEPETİ tarafından (1) numaralı taahhüt kapsamında getirilen üçüncü taraf satıcıların yalnızca ÇİÇEKSEPETİ'yle aynı ürün kataloğundaki ürünleri satabileceği koşulunun satıcıların bu endişelerini giderici nitelikte olduğu değerlendirilmektedir.

- (101) Bu çerçevede, gerek her iki kategorideki üçüncü taraf satıcıların hem ortalama kar marjları ve hem de ürün bazında kar marjlarının %(...) geçmemesi ve üçüncü taraf satıcıların ürünlerinin satış fiyatlarını belirlemesi konusunda gereken özgürlüğe sahip olması gerekse ÇİÇEKSEPETİ ile aynı ürün kataloğunda faaliyet gösterilecek olması sebebiyle satışa sunulan ürünler bakımından katlanılacak maliyetler ile satış fiyatlarının büyük ölçüde farklılaşmayacak olması hususları birlikte değerlendirildiğinde azami fiyat bakımından getirilen koşulun da ölçülü olduğu değerlendirilmektedir.
- (102) ÇİÇEKSEPETİ tarafından sunulan taahhüt paketi incelendiğinde, ÇİÇEKSEPETİ'nin (1) numaralı taahhüt kapsamında platformun üçüncü taraflara açılması bakımından *bonnyfood* satıcılarına ilave koşullar getirdiği görülmektedir. Bu koşullar, *bonnyfood* satıcılarının birtakım hijyen ve depolama kriterlerine uymasına ilişkindir.
- (103) ÇİÇEKSEPETİ tarafından, 2023 yılı öncesinde pazaryerindeki satışlardan kaynaklanan şikâyetlerin ağırlıklı olarak *bonnyfood* kategorisine ilişkin olduğu, söz konusu şikâyetlerin temelinde ürünlerin uygun şartlarda muhafaza edilmemesi, zamanında teslim edilmemesi halinde bozulması, bayatlaması ve böylelikle kamu sağlığını olumsuz etkilemesi hususlarının yer aldığı ifade edilmektedir. Bu koşulların gerekçesine ilişkin olarak ise *bonnyfood* kategorisindeki ürünlerin prensip olarak hızlı ve korumalı teslimatı gerektiren ürünler olduğu belirtilmekte; bu çerçevede satışa sunulan ürünlerin tüketiciye ulaştırılmadan önce bozulmasının önüne geçilmesinin hedeflendiği ifade edilmektedir. Tüketici sağlığının korunmasına ilişkin gerekçeye ek olarak söz konusu koşulların marka değerinin korunması bakımından da gerekli olduğu, üçüncü taraf satıcılar aracılığıyla gerçekleştirilen satışlarda ürünün bozuk çıkması başta olmak üzere tüketici sağlığını etkileyecek her türlü hatanın ÇİÇEKSEPETİ'nin iş modeli üzerinde olumsuz etkiye sebep olabileceği belirtilmektedir.
- (104) ÇİÇEKSEPETİ'nin (1) numaralı taahhüt kapsamında platformun üçüncü taraflara açılması bakımından *bonnyfood* satıcılarına getirdiği bazı hijyen ve depolama kriterlerine uyulması koşulu kapsamında ÇİÇEKSEPETİ tarafından *bonnyfood* kategorisinde faaliyet gösterecek üçüncü taraf satıcıların;

(.....TİCARİ SIR.....)

yönündeki nitelikleri haiz olması gerektiği belirtilmektedir.

- (105) ÇİÇEKSEPETİ tarafından, yukarıda yer verilen kriterlerin *Bizim Bayi* modeliyle çalıştığı tedarikçi acentelere de getirildiği belirtilmektedir. Nitekim ilgili acenteler ile akdedilen İş Birliği Sözleşmesi'nin ekinde yer alan Çalışma Şartları başlıklı 38. madde incelendiğinde ÇİÇEKSEPETİ'nin;
- İşyerini sözleşme şartlarına uyumunun tespitine yönelik olarak aşağıdaki hususlar bakımından denetleyebileceği;
 - İşletme standartları (Türk Gıda Kodeksi ve sair ilgili mevzuatta yer alan şartlar, işyeri çalışanlarının hijyen belgesine sahip olması, işyerinin usulüne

uygun olarak ilaçlanması, işyerinde gerekli demirbaşların bulunması dahil ancak bunlarla sınırlı olmamak üzere),

- Ürünlerin saklanması ve dağıtılması,
- Mali hususlar,
- Pazarlama ve genel görünüm,
- Müşteri şikâyetleri,

- Bu denetleme sonucunda birtakım önerilerde veya uyarılarda bulunabileceği ve işyerinin bu doğrultuda gerekli düzenlemeleri derhal yapacağı,
- İşyerinin 38. maddeye aykırı davrandığının tespiti halinde önce yazılı uyarıda bulunacağı, aykırılığın devamı halinde ise sözleşme kapsamındaki hak edişlerin bulunup bulunmamasına göre her bir usulsüzlük bakımından para cezası uygulanacağı ve üçüncü usulsüzlükten sonra tek taraflı olarak sözleşmenin feshedilebileceği

görülmektedir.

- (106) Söz konusu kriterlere ilişkin olarak, pazaryerleri bünyesinde *bonnyfood* kategorisinde faaliyet gösteren ve ÇİÇEKSEPETİ'nin rakibi konumundaki teşebbüslere (i) satıcılarına hijyen ve depolamaya ilişkin herhangi bir kriter getirilip getirilmediği, (ii) getirildiyse bu kriterlerin neler olduğu ve (iii) ilgili kategorilerde faaliyet gösterilebilmesi için sektör genelinde hangi asgari koşulların mevcut olduğu hususları sorulmuştur. Bu kapsamda (.....) ve (.....) tarafından; *bonnyfood* kategorisinde faaliyet gösteren teşebbüsler için herhangi bir koşul öngörülmediği ve sektör genelinde de spesifik asgari koşulların bulunmadığı, koşulların her bir firmaya özgü olarak belirlendiği; (.....) tarafından, *bonnyfood* kategorisinde faaliyet gösteren üçüncü taraf satıcılardan Tarım İl Müdürlüğü'nün belirlediği gıda üretim ve paketlenme için yeterlilik izinlerini almış olmasının gerekli ve yeterli olduğu ifade edilmiştir.
- (107) Ayrıca, ÇİÇEKSEPETİ'nde daha önce *bonnyfood* kategorisinde faaliyette bulunan üçüncü taraf satıcılara, ÇİÇEKSEPETİ tarafından getirilecek hijyen ve depolama kriterlerine uyum gösterip gösteremeyecekleri ve bu kriterlerin satıcıları ÇİÇEKSEPETİ'nde faaliyet göstermekten caydırmaya sebep olup olmayacağı hususları sorulmuştur. Bu çerçevede; (.....), (.....) ve (.....) tarafından tüm kriterlerin mevcut durumda karşılandığı, (.....), (.....) ve (.....) tarafından sayılan kriterlerden birçoğunun karşılandığı, mevcut durumda karşılanmayan kriterlerin ise sağlanabileceği, büyük bir ek maliyet yaratmayacağı ve bu kriterlerden kaynaklı maliyetlerin kendilerini ÇİÇEKSEPETİ platformu üzerinden faaliyet göstermekten caydırmayacağı ifade edilmiştir. İlaveten (.....) tarafından komisyon oranları, sözleşme şartları ve karlılığın da ayrıca incelenmesi gerektiği belirtilmiştir.
- (108) Bunun yanı sıra, Resmi Gazete'de 17.12.2011 tarihinde yayımlanan Gıda Hijyeni Yönetmeliği'nin²⁵ ÇİÇEKSEPETİ tarafından sunulan taahhüt kapsamında getirilen kriterler bakımından yol gösterici olduğu değerlendirilmektedir. Zira ilgili yönetmelik gıda güvenilirliği açısından tüketicinin korunmasını sağlamak amacıyla gıda işletmecisinin, gıdanın birincil üretiminden son tüketiciye arzına kadar uyması gereken gıda hijyenine ilişkin genel kuralları belirlemektedir. Bu kapsamda, Yönetmeliğin "Gıda İşletmecisi'nin Genel Sorumlulukları" başlıklı bölümünde, gıda işletmecisinin sorumlulukları arasında; gıda güvenilirliğinin birincil üretimden başlayarak son tüketiciye kadar gıda zinciri boyunca sağlanması ve ortam sıcaklığında güvenilir bir şekilde

²⁵ <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/12/20111217-5.htm>, Erişim Tarihi: 05.11.2024.

muhafaza edilemeyen, özellikle soğukta muhafazası gereken gıdalarda, soğuk zincirin korunması hususlarının yer aldığı belirtilmelidir.

- (109) (1) numaralı taahhüt kapsamında, *bonnyfood* kategorisine ilişkin olarak getirilmesi planlanan hijyen ve depolama kriterlerinin doğrudan gıda ürünü niteliğindeki *bonnyfood* kategorisine yönelik olduğu ve ilgili kriterlerin esas olarak tüketici sağlığının korunması hedefini taşıdığı dikkate alındığında, ilgili kriterlerin makul olduğu değerlendirilmektedir. Zira sayılan hususlar herhangi bir gıda ürününün hazırlanması ve satışa sunulması bakımından asgari şartları oluşturmakta ve gıda güvenilirliğinin sağlanması bakımından gerekli görülmektedir. İlaveten *bonnyfood* kategorisinde faaliyet gösteren üçüncü taraf satıcıların cevabi yazıları incelendiğinde de satıcıların söz konusu kriterlerden birçoğunu hâlihazırda karşıladıkları ve kalan hususların da çok ciddi bir ek maliyet yaratmayacağını ve ilgili kriterlerin kendilerini ÇİÇEKSEPETİ'nde tekrar satıcı olarak faaliyet göstermekten caydırmayacağını düşündükleri anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, teşebbüslerin hâlihazırda sayılan kriterlerin birçoğunu karşıladığı ve kalan hususlar bakımından ciddi ek maliyetlere katlanmayacakları dikkate alındığında ilgili kriterlerin ölçülü olduğu değerlendirilmektedir. Bu bakımdan (1) numaralı taahhüt kapsamında *bonnyfood* kategorisinde faaliyet gösteren satıcılar bakımından getirilen hijyen ve depolama kriterlerinin satışa sunulan gıda niteliğindeki *bonnyfood* ürünleri bakımından gerekli, makul ve ölçülü olduğu değerlendirilmektedir.
- (110) Ayrıca bu noktada ÇİÇEKSEPETİ'nin taahhüt müzakereleri sürecinde sunduğu Taslak Taahhüt Metni'nde *bonnyfood* keklerinin de ÇİÇEKSEPETİ'nden tedarik edilmesi ve keklerin sipariş gününde hazırlanması koşulu bulunduğu belirtilmelidir. Süreç içerisinde söz konusu koşula ilişkin olarak üçüncü taraf satıcılara, *bonnyfood* keklerinin ÇİÇEKSEPETİ'nden tedarik edilmesi ve keklerin sipariş gününde hazırlanması koşuluna uyum sağlayıp sağlayamayacakları bilgisi sorulmuş olup (.....), (.....), (.....) ve (.....) tarafından söz konusu koşulun sağlanabileceği belirtilmiştir. (.....) tarafından ayrıca, karlılığın önem arz ettiği ve bu bakımdan komisyon oranları ve satış fiyatlarının da incelenmesi gerektiği ifade edilmiştir. Öte yandan (.....) tarafından, ilgili koşulun satıcının kazancını olumsuz etkileyeceği ve bu nedenle kabul edilemeyeceği ifade edilmiştir. Bu çerçevede, bazı üçüncü taraf satıcılarca bu koşulun ÇİÇEKSEPETİ ile fiyat bakımından rekabet edebilme gücünü zayıflatacağına ilişkin dile getirilen görüşler ÇİÇEKSEPETİ'ne bildirilmiş ve süreç sonunda ilgili koşul nihai Taahhüt Metni'nden kaldırılmıştır.
- (111) Tüm bu hususlar birlikte ele alındığında, ÇİÇEKSEPETİ'nin 31.12.2023 tarihinde üçüncü taraf satıcıların erişimine kapattığı platformunu satıcılara tekrar açması yönündeki (1) numaralı taahhüt bakımından getirilen teslimat, aynı ürün kataloğu ile faaliyet gösterilmesi, satıcıların satışa sunacağı ürünlerin fiyatının ÇİÇEKSEPETİ'nin belirleyeceği fiyatların %(.....) fazla olmaması ile yalnızca *bonnyfood* kategorisi bakımından getirilen hijyen ve depolama kriterlerine uyulması koşullarının gerekli, makul ve ölçülü olduğu, bir bütün olarak değerlendirildiğinde ilgili taahhüdün soruşturma konusu rekabet endişeleriyle orantılı ve bu endişeleri gidermeye elverişli olduğu değerlendirilmektedir.
- (112) İlaveten ÇİÇEKSEPETİ, (1) numaralı taahhüt kapsamında satıcılara getirdiği kriterlerde ticari gerekçelerle farklılaştırmaya gidebilecek bu değişiklikler üçüncü taraf satıcılarla birlikte ÇİÇEKSEPETİ Bizim Bayi modeliyle çalışan tedarikçi acenteler için de geçerli olacak ve söz konusu kriterlerde yapılacak değişiklikleri yürürlüğe girmeden önce Kurumun bilgisine sunacaktır. Söz konusu taahhüt ÇİÇEKSEPETİ'nin mevcut durumda öngöremediği ticari hususlar bakımından getirilmektedir. Bu durum Taahhüt Metni'nde ÇİÇEKSEPETİ'nin hijyen koşullarına ilişkin yeni bir çalışma koşulu getirmesi ile

örneklendirilmektedir. Bu çerçevede, gerek söz konusu değişikliklerin Bizim Bayi modeliyle çalışan tedarikçi acenteler için de geçerli olacağı gerekse yürürlüğe girmeden önce Kurumun bilgisine sunulacağı dikkate alındığında ilgili hükmün ayrımcı olarak değerlendirilebilecek tek taraflı birtakım davranışların ortaya çıkması noktasında herhangi bir rekabet karşıtı endişeye yol açmayacağı değerlendirilmektedir.

- (113) ÇİÇEKSEPETİ (1) numaralı taahhüt kapsamında ayrıca, ürün kataloğunu ve satış fiyatını tek taraflı olarak değiştirme hakkına sahip olduğunu ve katalogda düzenli ve sezonsal olarak yapılacak değişikliklerde Kuruma bildirim yükümlülüğü bulunmadığını belirtmektedir. Bununla birlikte, katalogdaki değişikliklerin kataloga işlendikten sonra üçüncü taraf satıcılar bakımından (.....) sonra yürürlüğe gireceği ifade edilmektedir. Bu açıdan bakıldığında, katalogun belirli aralıklarla güncellenmesinin ticari hayatın işleyişi gereği beklenen bir durum olduğu, zira ürün portföyünde mevsimsel değişikliklere göre genişleme ve/veya daraltma yapılmasının, ayrıca çeşitli özel günler için farklı ürünler çıkarılmasının ve çeşitli kampanyalar düzenlenmesinin tüketici faydasını da artıracığı değerlendirilmektedir. Bu noktada, ÇİÇEKSEPETİ'nin katalogdaki değişiklikleri kendi ticari koşullarına göre tek taraflı değiştirerek üçüncü taraf satıcıları rekabetçi açıdan dezavantajlı duruma düşürmesi endişesi gündeme gelebilecektir. Öte yandan böyle bir durum üçüncü taraf satıcılara herhangi bir geçiş süreci öngörülmemesi halinde ortaya çıkabilecektir. Bu çerçevede, Taahhüt Metni'nde değişikliklerin kataloga işlendikten sonra üçüncü taraf satıcılar bakımından (.....) sonra yürürlüğe girmesi hususunun bu endişeyi bertaraf ettiği değerlendirilmektedir. Zira (.....) tarafından ortalama bir kesme çiçeğin raf ömrünün (5) gün olduğu belirtilmektedir. Dolayısıyla, gerek üçüncü taraf satıcıların kataloga düzenli erişim imkânı bulunmasının gerekse de değişikliklere uyum sağlamları için (.....) süreleri bulunmasının makul ve ölçülü olduğu değerlendirilmektedir.
- (114) ÇİÇEKSEPETİ ayrıca, (1) numaralı taahhüt kapsamında satıcılara getirdiği kriterlerdeki nitelikleri haiz olup ilerleyen dönemlerde bu niteliklerden bir veya birkaçını yitiren üçüncü taraf satıcılara bu hususu bildirecek, beklenen değişiklikleri yazılı olarak bildirecek ve bu değişikliklerin 5 (beş) gün içerisinde yapılmaması halinde ilgi üçüncü taraf satıcının ürünlerinin satışa kapatılacağını ihtar edecektir. Bu koşulların karşılanmaması halinde ilgili üçüncü taraf satıcının pazaryerinde satış yapması durdurulabilecek ve nihayetinde bir takvim yılı içerisinde, hakkında 3 (üç) defa bu sürecin uygulandığı üçüncü taraf satıcılar (farklı bir unvanla dahi), pazaryerinden çıkarıldıktan sonra 1 (bir) yıl ÇİÇEKSEPETİ'nde ürün satamayacaktır. Dolayısıyla satıcılar taahhüt kapsamında getirilen ve uymalarının beklediği kriterlere hâlihazırda hâkim olmalarına karşın bu nitelikleri kaybettikleri pazaryeri tarafından da ayrıca bilgilendirilmektedir. Sonrasında beklenen değişiklikleri gerçekleştirebilmeleri adına tanınan 5 günlük sürenin de makul ve ölçülü olduğu değerlendirilmektedir. Avusturya Rekabet Otoritesinin (*Bundeswettbewerbsbehörde* - BWB) Amazon hakkında başlattığı ve Amazon'un sözleşme hüküm ve koşulları üzerinde değişiklik yapması ile sonuçlanan soruşturma²⁶ kapsamında güncellenen sözleşme maddelerine göre, AMAZON satıcının sözleşmeyi esaslı olarak ihlal ettiğini ve düzeltme bildiriminden sonraki 7 gün içinde düzeltme yapmadığını belirlemesi halinde satıcının platforma erişimini derhal sonlandırabilmektedir. İlgili kararda satıcılara ilave bir hak tanınmamakta olup satıcının hesabı doğrudan askıya alınabilmektedir. Bu açıdan, satıcıların pazaryerindeki faaliyetlerine son verilmesi bakımından getirilen "üç defa aynı davranışın tekrarlanması" kriterinin de makul ve ölçülü olduğu değerlendirilmektedir.

²⁶ https://www.bwb.gv.at/fileadmin/user_upload/Fallbericht_20190911_en.pdf, Erişim tarihi: 05.11.2024.

- (115) Dosya kapsamındaki endişelerden bir diğeri, ÇİÇEKSEPETİ'nin 12.04.2023 tarihinde çiçek ve *bonnyfood* kategorilerinde reklam süreçlerinin kapatılacağına dair yaptığı duyuru sonrasında 12.05.2023 tarihinde ilgili kategorilerde reklam verme süreçlerine son vermesidir. Bu kapsamda yerinde incelemeden elde edilen belgeler ve satıcı görüşleri de dikkate alındığında, ÇİÇEKSEPETİ'nin üçüncü taraf satıcılar bakımından söz konusu reklam hizmetini yasaklayarak kendi bayilerine ilişkin ürünleri ön plana çıkartmak suretiyle satıcıların platform üzerindeki görünürlüklerini azaltarak faaliyetlerini zorlaştırabileceğine yönelik endişe oluşmuştur.
- (116) ÇİÇEKSEPETİ söz konusu endişe bakımından sunduğu (2) numaralı "Pazaryeri İş Modelinin İşleyişine İlişkin Taahhütler" kapsamında;
- İnternet sitesi ve akıllı cihaz uygulamalarındaki arama sonuçlarında şeffaflığı sağlamak adına arama sıralamasına etki eden temel parametreleri üçüncü taraf satıcılara duyuracağını,
 - Arama sonuçlarında bedel karşılığı üst plana çıkarılan ürünler için "*Satıcının Seçimi*" (anılan ürünün bedel karşılığı üst konuma yerleştirdiğini gösteren) gibi bir ibareyi kullanacağını,
 - ÇİÇEKSEPETİ'nin, internet sitesi ve akıllı cihaz uygulamalarındaki arama sonucu ekranında tüketicilere,
 - Önerilen Sıralama
 - Pahalıdan Ucuza
 - Ucuzdan Pahalıya
 - En Çok Favorilenenler
 - En Çok Değerlendirilenler
 - En Yeniler
 - En Çok Satanlar

şeklindeki kriterlere göre sıralama yapma imkânı sunacağını taahhüt etmektedir.

- (117) ÇİÇEKSEPETİ tarafından sunulan, reklam hizmetinin satıcılara tekrar açılması, satıcılara platformdaki sıralamaları bakımından objektif muamelede bulunulması, arama sıralamasına etki eden temel parametrelerin üçüncü taraf satıcılar ile paylaşılması yönündeki taahhütlerin dosya konusu rekabet sorunları ile orantılı olduğu kanaatine varılmıştır. İlaveten ön plana çıkarılan ürünler için "*Satıcının Seçimi*" ibaresinin eklenmesi ve tüketicilere arama sonucu ekranında çeşitli kriterlere göre sıralama yapma imkânı tanınması da tüketicilerin yanıltılmasının önlenmesi ve olası bir arama yanlışlığının önüne geçilmesini sağlayacak ilave taahhütler olarak görülmektedir. Dolayısıyla (2) numaralı taahhüt kapsamında sunulan hususların da soruşturma konusu rekabet sorunlarıyla orantılı ve bu sorunları gidermeye elverişli olduğu değerlendirilmektedir.
- (118) ÇİÇEKSEPETİ Taahhüt Metni'nin son kısmında ise, dosya konusu rekabet karşıtı endişeleri gidermek adına sunduğu (1) ve (2) numaralı taahhütlerin yanı sıra, diğer taahhütleri içeren (3) numaralı taahhüt kapsamında; taahhütlerin üçüncü taraflara duyurulması ve çalışanlarına rekabet hukuku eğitimlerine ilişkin ilave taahhütler sunduğu görülmektedir.
- (119) ÇİÇEKSEPETİ'nin taahhütleri daha önce pazaryerinde faaliyet gösteren üçüncü taraf satıcılara e-posta aracılığıyla bildirecek olması, ayrıca satıcı panelinde çiçek ve *bonnyfood* kategorilerinde üçüncü taraf satıcılara aracılık faaliyeti yapmaya başladığını duyuracak olması bakımından sunmuş olduğu taahhüt, taahhüdün uygulanabilir olması bakımından zaruri görülmektedir. İlaveten ÇİÇEKSEPETİ çalışanlarına soruşturma

kapsamındaki endişeler ve sunulan taahhütler kapsamında bilinçlendirilmeleri adına düzenli aralıklarla rekabet hukuku eğitimi verilmesinin ve bu yolla teşebbüs bünyesinde taahhütlere ilişkin bilincin geliştirilmesinin taahhütlerin sağlıklı bir şekilde uygulanabilirliği ve uygulamanın devamlılığı açısından yararlı olacağı değerlendirilmektedir.

- (120) ÇİÇEKSEPETİ, dilekçe kapsamında sunulan tüm taahhütlerin ve bu taahhütlere ilişkin tüm hususların Kurul tarafından kabulüne dair Kısa Karar'ın ÇİÇEKSEPETİ'ne tebliğini takiben 90 (doksan) gün içerisinde taahhütleri uygulamaya geçirecek ve taahhütlerin yerine getirilmeye hazır olduğuna dair hazırlanacak raporun Kuruma sunulması üzerine Kurul tarafından verilecek kararın tebliğinden veya her halükârda raporun Kuruma sunulmasını takip eden yedinci günün sonundan (hangisi daha önceyse) başlayarak 2 yıl boyunca işbu taahhütlerle bağlı kalacaktır. ÇİÇEKSEPETİ tarafından sunulan taahhütlerin kısa sürede yerine getirilebilir nitelikte olduğu, taahhütlerin uygulanmaya başlanması bakımından öngörülen sürenin makul olduğu ve sunulan taahhütlerin uygulamaya geçirilmesi -büyük ölçüde- zaman ve maliyet gerektirmedikinden etkili şekilde uygulanabilir olduğu değerlendirilmektedir.
- (121) Son olarak taahhütlerin izlenmesi ve yerine getirilmesine ilişkin taahhütlere yer verilmelidir. 2021/2 sayılı Tebliğ'in 15. maddesi²⁷ taahhütlerin izlenmesi ve yerine getirilmesini düzenleme altına almaktadır. Bu kapsamda, ÇİÇEKSEPETİ öncelikle taahhütlerin yerine getirilmesine ilişkin olarak, (1) numaralı taahhüt çerçevesinde, Kısa Karar'ın tebliği itibarıyla 90 gün içerisinde, üçüncü taraf satıcı olarak daha önce pazaryerinde bulunan satıcılarla "*Çiçeksepeti Pazaryeri Sözleşmesi*" taslağını paylaşacak, sözleşme kapsamındaki koşulları karşılayan teşebbüslerle sözleşme imzalayacak ve sözleşme imzaladığı üçüncü tarafların listesini Kuruma tevsik edecektir. (1) numaralı taahhüt çerçevesinde pazaryeri modelinde çalışmak üzere iletişime geçilen teşebbüslerin listesi ve bunlarla iletişime geçme yöntemi ve eğer verildiyse bu teşebbüslerin cevapları ile (2) numaralı taahhüt çerçevesinde yapılan çalışmalar ve konuya ilişkin teknik detayları içeren rapor Kurula sunulacaktır.
- (122) İlaveten taahhütlerin izlenmesi amacıyla (1) ve (2) numaralı taahhütlerin yerine getirilmesinden sonraki her 12 ayın sonunda (ve toplamda 2 defa olmak üzere), ÇİÇEKSEPETİ'nin taahhüt süreci dolayısıyla "*Pazaryeri*" iş modeliyle çalışmak için sözleşme imzalamak adına iletişime geçtiği çiçek ve *bonnyfood* satıcılarının ünvanları, ÇİÇEKSEPETİ'yle pazaryeri modelinde çalışmaya başlayan üçüncü taraf çiçek ve *bonnyfood* satıcılarının ünvanları, her bir yıl bakımından;
- satıcıların ÇİÇEKSEPETİ bünyesinde açtığı ürün sayısı,
 - satıcıların ÇİÇEKSEPETİ platformunda elde ettiği işlem sayısı ve işlem hacmi,
 - ürün kataloğu, fiyat ve hijyen ve depolama kriterlerine ilişkin olarak gerçekleştirilen değişiklikler,
 - platformda faaliyet gösteren satıcıların ne kadarına işbu taahhüt kapsamında getirilen kriterlere uyum sağlamaması sebebiyle uyarıda bulunulduğu,

²⁷ "**Taahhüdün izlenmesi ve yerine getirilmesi**

MADDE 15 – (1) Tarafların taahhüde uyumlarının izlenmesi taraflarca düzenli olarak rapor sunulması, denetim amacıyla üçüncü kişilerin atanması ya da meslek birlikleriyle veya ilgili kamu kurum ve kuruluşlarıyla işbirliği yapılması gibi yollarla gerçekleştirilebilir. Denetim amacıyla üçüncü kişilerin atanmasının öngörüldüğü durumlarda, taraflarca önerilen üçüncü kişinin uygunluğunun Kurul tarafından onaylanması gereklidir. (...)

- satıcıların ne kadarının kriterleri sağlayamamasından ötürü ÇİÇEKSEPETİ platformundaki faaliyetlerine son verildiği,
- satıcıların faaliyetlerine son verilme sebepleri,
- söz konusu satıcıların ünvanları

başta olmak üzere ÇİÇEKSEPETİ ve satıcılar arasındaki ticari ilişkiye dair bilgilere ilişkin olarak hazırlanan rapor Kuruma sunulacaktır.

- (123) Dolayısıyla ÇİÇEKSEPETİ hem sürecin başında taahhütlerin yerine getirildiğine ilişkin olarak hem de her bir yılın sonunda taahhütlerin denetimine ilişkin olarak Kurula rapor sunacak olup ilaveten ticari sebeplerle taahhüt kapsamında getirilen koşullarda değişiklikler yapması halinde de ilgili değişiklikleri Kurulun bilgisine sunacak ve taahhütlerin izlenmesi ve yerine getirilmesine ilişkin yükümlülüklerini yerine getirmiş olacaktır.
- (124) Sonuç olarak, 2021/2 sayılı Tebliğ'in "Taahhüdün niteliği" başlıklı 9. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca ÇİÇEKSEPETİ tarafından sunulan taahhüt metni bir bütün olarak değerlendirildiğinde; sunulan taahhütlerin soruşturma konusu rekabet sorunlarıyla orantılı ve bu sorunları gidermeye elverişli olduğu, ilgili taahhütlerin kısa kararın tebliğ tarihinden itibaren 90 gün içerisinde yerine getirileceği öngörüldüğünden kısa sürede yerine getirilebilir nitelikte olduğu ve sunulan taahhütlerin uygulamaya geçirilmesi - büyük ölçüde- zaman ve maliyet gerektirmediğinden etkili şekilde uygulanabilir olduğu değerlendirilmektedir.

I. SONUÇ

(125) Yapılan görüşmeler sonucunda; Rekabet Kurulunun 11.01.2024 tarihli ve 24-03/23-M sayılı kararı uyarınca yürütölen soruşturma kapsamında;

- Çiçeksepeti İnternet Hizmetleri AŐ'nin sunmuş olduğu ve 19.11.2024 tarih ve 59162 sayı ile Kurum kayıtlarına giren taahhütlerin dosya kapsamında tespit edilen ilgili rekabet sorunlarını giderebilecek nitelikte olması nedeniyle kabulüne ve ilgili teşebbüs açısından bağlayıcı hale getirilmesine,
- Bu çerçevede, 11.01.2024 tarihli ve 24-03/23-M sayılı Kurul kararı uyarınca yürütölen soruşturmanın sonlandırılmasına

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