

Türkiye’de Rekabet Kurumu’nun soruşturması sürerken, Avrupa’da, Google’a 2.42 Milyar € Ceza Kesildi

22 Eyl 2017

Avrupa Komisyonu, kısa bir süre önce, kendi karışıklaştırmalı alışıvermiş hizmetlerine haksız avantaj sağlayarak arama motoru pazarındaki hakimiyetini kötüye kullandığını için Google'a 2.42 milyar avro para cezası kesti. Genel olarak, Türkiye, Avrupa rekabet hukukunu yakından takip etme ehlilimindedir. Bu nedenle, Avrupa'daki kararlar ve ehlilimler, kısa ve orta vadede ortaya çıkabilecek olası rekabet hukuku gelişmelerine yönelik emareler oluşturmaktadır.

Türkiye'de açılmış ilintisiz bir soruşturma kapsamında ise Google'ın orijinal ekipman üreticileriyle olan münhasırlık anlaşmaları da incelenmektedir. Soruşturmalar birbirinden farklı konularda olsa bile, Google'ın i ve ihlallerinin kümülatif olarak rekabet otoriteleri tarafından daha fazla mercek altına alındığını bir emaresini oluşturmaktadır.

Avrupa Komisyonu'nun Google'a ilikin karar

Google, karışıklaştırmalı alışveriş pazarında, tüketicilerin ürün ve fiyatları karışıklaştırabildiği, üretici veya satıcıların çevrimiçi mağazaları üzerinden karışıklaştırma yaparak farklı fırsatlara erişmesine olanak sağlayan ayrı bir arama sayfası kullanarak faaliyet göstermeye başlamıştır.

Komisyon'un hâkim durumun kötüye kullanıldığını ilikin çakışmalarla aşıladır;

- Google, karışıklaştırmalı alışveriş pazarındaki rekabetçi dinamiklerinden kaçarak, arama motoru pazarındaki hâkim durumundan yararlanmak sureti ile karışıklaştırmalı alışveriş hizmetindeki pazar payını artırmıştır.
- Google, kendi karışıklaştırmalı alışveriş hizmetine sistematik olarak arama sonuçlarında üst sıralarda yer ayırmıştır.
- Google, rakip karışıklaştırmalı alışveriş hizmetlerini, arama algoritmalarına bir dizi kriter eklemek suretiyle arama sonuçlarında alt sıralara indirerek kendi karışıklaştırmalı alışveriş hizmetini Google'ın arama sonuçlarındaki tüketiciler için daha fazla görünür hale getirmiştir. Sonuç olarak, Google, kendi karışıklaştırmalı alışveriş hizmetine rakiplerine karşı önemli ve haksız bir avantaj sağlamıştır.

Fransız ve Alman Rekabet Otoritelerinin ortaklaa raporu

Authority de la Concurrence (Fransız Rekabet Kurumu) ve Bundeskartellamt (Alman Rekabet Kurumu) tarafından ortaklaa hazırlanmış "Rekabet Hukuku ve Veri" başlıklı raporda, Google'a benzer şirketler ile ilgili rekabet hukuku sorunlarının altı çizilmiştir.

Raporun girişi, yerel rekabet otoritelerinin yaklaşımlarının yanı sıra verinin artan önemi ve rekabet hukuku dinamikleri üzerindeki etkisini kapsamlı şekilde ele almaktadır ve aşışındaki gibidir:

*"Verilerin toplanması, ihlmesi ve ticari kullanımı çoğunlukla rekabet hukukuna ilikin bir problemten ziyade verilerin korunması ile ilgili bir problem olarak atfedilmektedir. Bununla birlikte, **rekabet otoritelerinin son zamanlarda, belirli durumlarda verilerin saklanması ve kullanılması kaynaklanan olası rekabet hukuku problemlerini araştırmaya başladığını bir gerçektir.**"*

Dijital piyasalardaki son gelişmeler, (ço?unlukla kişisel) verilerin toplanmas? ve ticari kullan?m?n? içeren iř modellerine dayanan son derece yüksek cirolar elde eden bazı te?ebbüslerin ortaya ç?kmas?na yol açm??t?r. Bu te?ebbüslerin bir k?sm?, ba?ta Google arama motoru ve Facebook Social olmak üzere, çok fazla say?da kullan?c?ya sahiptir. Bu te?ebbüsler taraf?ndan sa?lanan hizmetlerin birço?u 'ücretsiz' olarak pazarlanmakla birlikte, kullan?m?, uygulamada kullan?c?larla ilgili kişisel bilgilerin toplanmas? ile mümkündür. Bu, ekonomik ilikilerde verilerin rolü ve rekabet hukukunun bu tür ilikilere uygulanmas?nda, bilhassa verilerin pazar gücü oluşturmak için bir araç olarak de?erlendirilmesiyle ilgili yeni tart??malar? ortaya ç?karm??t?r. Bu sorunlar ço?u kez Google ve Facebook örnekleri ile incelenmekle birlikte, birçok ba?ka sektörlerde de s?çrama potansiyeli vard?r. Gerçekten de veri toplama, geliştirme, arama motorlar?, sosyal a?lar veya çevrimiçi reklamc?l???n ötesine geçmiş ve günümüzde enerji, telekomünikasyon, sigorta, bankac?l?k veya ulaş?m gibi sektörlerde kadar uzanmaktadır. Dahası, yakın gelecekte, ba?lı? cihazlar?n geliştirilmesi, kişisel veriyi yalnızca çevrimiçi servisler için de?il, ürün endüstrileri için de giderek daha önemli hale getirecektir."

Avrupa E-Ticaret Sektörü Arařtırmas?

Avrupa Komisyonu, e-ticaret sektörüne yönelik iki yıl?k incelemesinin sonuçlar?n? Mayıs 2017'de yayınladı. Soruşturma, AB rekabet kurallar?na dayanan Dijital Tek Pazar stratejisinin bir parças? olarak yapıldı. Rapor hakkında [daha fazla bilgi için](#) lütfen linke tıklayın.

Türk rekabet otoritesinin önümüzdeki yıllarda yerel e-ticaret sektörünü daha yakından ele alması muhtemeldir. Avrupa Komisyonu'nun incelemesinde olduğu gibi Türkiye'de de dikkat çekici konular arasında seçici dağıtım, co?rafi engelleme, fiyat sabitleme ve platform yasakları konuları yer alabilecektir.

ÖLÖL ÇALIřMA ALANLARI

- [Tekelleřme ve Rekabet](#)