

**Rekabet Kurumu Başkanlığından,**

**REKABET KURULU KARARI**

**Dosya Sayısı** : 2024-3-002 (Soruşturma/Taahhüt)  
**Karar Sayısı** : 24-53/1183-511  
**Karar Tarihi** : 12.12.2024

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

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

**B. RAPORTÖRLER:** Kemal KÜÇÜKKAVRUK, Beyza BAHADIRHAN, Gamze GÜNDÜZ  
HALICI, Hafize KÖSE, Abdurrahim YİĞİTTEKİN

**C. İLGİLİ TARAF** : - Homm Bitkisel Ürünler Pazarlama AŞ  
Zümrütevler Mah. Nazmi İlker Sk. No: 30 Maltepe/İSTANBUL

**D. BAŞVURUDA  
BULUNAN** : - Gizlilik talebi bulunmaktadır.

- (1) **E. DOSYA KONUSU:** Homm Bitkisel Ürünler Pazarlama AŞ'nin yeniden satıcıların yeniden satış fiyatlarını tespit etmek ve internet satışlarını kısıtlamak suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesini ihlal edip etmediğinin tespitine yönelik olarak Rekabet Kurulunun 15.08.2024 tarihli ve 24-33/781-M sayılı kararı ile açılan soruşturma kapsamında Homm Bitkisel Ürünler Pazarlama AŞ tarafından sunulan taahhüt metninin değerlendirilmesi.
- (2) **F. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına 20.12.2023 tarih ve 46355 sayı ile intikal eden gizlilik talepli başvuruda kozmetik ve kişisel bakım sektöründe doğrudan satış yöntemi ile faaliyet gösteren bazı teşebbüslerin yeniden satıcılarının satış fiyatını belirlediği ve/veya internet satışlarını kısıtladığı iddiaları üzerine Rekabet Kurulunun (Kurul) 08.02.2024 tarihli ve 24-07/120-M sayılı kararı ile dosya konusu iddialara yönelik olarak önaraştırma açılmasına karar verilmiştir. Söz konusu önaraştırma kapsamında 10.07.2024 tarihinde Homm Bitkisel Ürünler Pazarlama AŞ'de (HOMM BİTKİSEL) yerinde inceleme gerçekleştirilmiştir.
- (3) Önaraştırma süreci sonunda hazırlanan 06.08.2024 tarih ve 2024-3-002/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu Kurulun 15.08.2024 tarihli toplantısında ele alınmış ve 24-33/781-M sayılı kararla Forever Living Sağlık ve Güzellik Ürünleri Dağıtım Limited Şirketi, Herbalife International Ürünleri Ticaret Limited Şirketi ve HOMM BİTKİSEL hakkında yeniden satıcıların satış fiyatlarını tespit etmek ve internet satışlarını kısıtlamak<sup>1</sup> suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 4. maddesini ihlal edip etmediğinin tespiti amacıyla soruşturma açılmasına karar verilmiştir.
- (4) HOMM BİTKİSEL hakkında açılan soruşturmaya ilişkin olarak hazırlanan Soruşturma Bildirimi 22.08.2024 tarihli yazı ile tarafa tebliğ edilmiştir. HOMM BİTKİSEL tarafından Kurum kayıtlarına 16.09.2024 tarih ve 56310 sayı ile yapılan başvuruda özetle; 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinde düzenlenen uzlaşma usulüne ilişkin başvuru hakkının

<sup>1</sup> Teşebbüs, yeniden satıcıların satış fiyatlarının belirlenmesi ihlal türü bakımından uzlaşma başvurusu gerçekleştirmiş olup internet satışlarının kısıtlanması ihlal türü bakımından ise taahhüt başvurusunda bulunmuştur.

kullanılmak istendiği, uzlaşma talebinin kabulü ile usule ilişkin sürecin başlatılması ve HOMM BİTKİSEL hakkında yürütülen soruşturmanın uzlaşma usulü ile sonlandırılması talep edilmiştir. HOMM BİTKİSEL tarafından aynı dilekçe ile taahhüt sunma talebinde de bulunulmuştur. Söz konusu başvuru kapsamında herhangi bir taahhüde yer verilmemiştir.

- (5) HOMM BİTKİSEL tarafından yapılan uzlaşma talebi, 03.10.2024 tarihli Kurul gündeminde görüşülmüş olup Kurulun 03.10.2024 tarihli ve 24-40/952-M(2) sayılı kararı ile HOMM BİTKİSEL'in uzlaşma talebi kabul edilerek uzlaşma görüşmelerine başlanılmasına karar verilmiştir.
- (6) Öte yandan HOMM BİTKİSEL tarafından Kurum kayıtlarına 16.09.2024 tarih ve 56310 sayı ile yapılan aynı başvuruda özetle internet satış yasaklarına yönelik taahhüt sunmak istedikleri bildirilmiş ve taahhüt görüşmelerine başlanılması talep edilmiştir. HOMM BİTKİSEL tarafından yapılan taahhüt sunma talebi, 03.10.2024 tarihli Kurul gündeminde görüşülmüş olup Kurulun 03.10.2024 tarihli ve 24-40/952-M(1) sayılı kararı ile HOMM BİTKİSEL'in talebi kabul edilerek taahhüt sürecinin başlatılmasına karar verilmiştir.
- (7) Taahhüt süreci kapsamında HOMM BİTKİSEL yetkilileriyle 16.10.2024 tarihinde Kurum merkez adresinde toplantı gerçekleştirilmiştir. HOMM BİTKİSEL tarafından gönderilen taslak taahhüt metni ise 15.11.2024 tarih ve 59031 sayı, 25.11.2024 tarih ve 59391 sayılı yazı ve 06.12.2024 tarih ve 59827 sayılı yazı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. Sunulan taahhüt metninde özetle 2021/2 sayılı Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar İle Hâkim Durumun Kötüye Kullanılmasına Yönelik Öneri ve Kararlar ile Soruşturmalarda Sunulacak Taahhütlere İlişkin Tebliğ'in (2021/2 sayılı Tebliğ) 14. maddesi uyarınca sunulan taahhütlerin HOMM BİTKİSEL bakımından bağlayıcı hale getirilerek açılmış bulunan soruşturmanın internet satış kısıtlamaları iddiaları bakımından sonlandırılması taleplerinin bulunduğu ifade edilmiştir.
- (8) Yukarıda yer verilen süreç sonucunda taahhüt başvurusu kapsamında hazırlanan 09.12.2024 tarih ve 2024-3-002/BN-05 sayılı Bilgi Notu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (9) **G. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili Bilgi Notu'nda özetle; HOMM BİTKİSEL'in sunduğu taahhüt metnine ilişkin olarak;

- Taahhütlerin rekabet sorunlarıyla orantılı, bu sorunları gidermeye elverişli, kısa sürede yerine getirilebilir ve etkili şekilde uygulanabilir olduğu ve bağlayıcı hale getirilebileceği,
- HOMM BİTKİSEL'in, bağlayıcı hale getirilen taahhütleri kısa kararın tebliğini takip eden 60 (altmış) gün içinde yerine getirmiş olduğunu Kuruma yazılı olarak tevsik etmesi gerektiği,
- Söz konusu taahhütler çerçevesinde HOMM BİTKİSEL hakkında yürütülen soruşturmanın internet satış yasakları ve müşteri kısıtlaması iddiaları bakımından sonlandırılabilirliği

ifade edilmiştir.

## H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

### H.1. HOMM BİTKİSEL Hakkında Bilgi

- (10) HOMM BİTKİSEL, 2005 yılında İstanbul'da kurulmuş olup 2009 yılından bu yana 30'un üzerinde ürünün fason üretimini yapmakta, 20'den fazla ülkeye ise ihracat

gerçekleştirmektedir. Bitkisel gıdalar ve gıda takviyeleri, bitkisel kozmetik ve temizlik ürünleri üreten teşebbüs, ürünlerinin dağıtım ve satışını doğrudan satış modeliyle yapmaktadır<sup>2</sup>.

## H.2. İlgili Pazar

### H.2.1. İlgili Ürün Pazarı

- (11) Kozmetik, 5324 sayılı Kozmetik Kanunu ve 25823 sayılı Kozmetik Yönetmeliği çerçevesinde, insan vücudunun epiderma, tırnaklar, kıllar, saçlar, dudaklar ve dış genital organlar gibi değişik dış kısımlarına, dişlere ve ağız mukozasına uygulanmak üzere hazırlanmış, tek veya temel amacı bu kısımları temizlemek, koku vermek, görünümünü değiştirmek ve/veya vücut kokularını düzeltmek ve/veya korumak veya iyi bir durumda tutmak olan bütün preparatları ve maddeleri kapsamaktadır. Ürün ve ürün grupları bazında birçok alt pazara ayrılabilen kozmetik sektöründe, kremler, makyaj malzemeleri, parfümler, saç boyaları ve sabunlar gibi ürünler belli başlı kozmetik ürünlerini oluşturmaktadır.
- (12) Geçmiş Kurul kararlarında<sup>3</sup> kozmetik ürünleri, harcıâlem (*mass market*) kozmetik ürünleri ve seçici (*selektif*) kozmetik ürünleri olmak üzere ikiye ayrılmıştır. Bu ayrımın dayandığı temel nokta, seçici kozmetik ürünlerinin diğer ürünlerden farklılaştırılmış özel niteliklere sahip olması dolayısıyla, farklı üretim ve pazarlama yöntemleri kullanılarak piyasaya arz edilmesidir. Harcıâlem ürünler, marketler gibi alışlagelmiş perakende satış kanallarıyla pazarlanıp satılabilirken, seçici ürünlerde, ürünün satışı sırasında özel eğitilmiş personel görevlendirilmekte, müşteri ihtiyaçlarını belirleyebilmek için çeşitli cihazlar kullanılabilmektedir. Harcıâlem ve seçici kozmetik ürünleri genel itibarıyla birbirinden farklılaşmaktadır. Bununla birlikte bu ayrıma gerek duyulmayıp pazarın kozmetik ürünleri olarak daha geniş tanımlandığı Kurul kararları da mevcuttur<sup>4</sup>.
- (13) Gıda takviyesi ürünleri; kapsül, toz ya da sıvı şeklinde eczane kanalından ya da perakende kanalından satışı yapılan; içeriğinde mineral, vitamin, amino asitler, yağ asitleri, çeşitli bio aktif maddeleri, bitki ve bitki ekstraktlarını içeren beslenmeye yardımcı ürünlerdir. Tedavi edici değil, destekleyici ürünler olmaları nedeniyle ilaç kullanım amacından farklılık göstermektedir.
- (14) Deterjan ürünleri, “*yüzey aktif özelliği olup, bu özellik nedeniyle temizleme işlemi yapabilen, içinde ayrıca yıkamaya yardımcı kimyasal maddeleri de içeren*” sentetik bir üründür. Genel anlamda deterjan tanımlaması, insan vücudunun bakım ve temizliğinde kullanılmayan, sadece mekân, eşya ve özellikle çamaşır yıkama amacıyla kullanılan bütün temizlik maddeleri için kullanılmaktadır.
- (15) Deterjanlar ev tipi ve sanayi (kurumsal) tipi olarak ikiye ayrılmaktadır. Kurumsal temizlik ürünlerinin satışı oteller, restoranlar, hastaneler ve okullar gibi hâlihazırda profesyonel bir üretim yahut hizmet faaliyetinin yürütüldüğü noktalara yapılmaktadır. Bu tip endüstriyel ve kurumsal tüketicilerin talep yapısının, ihtiyaç duyulan temizlik malzemelerinin bir bütün halinde satın alınması ve marka bilincinin yüksek seviyede olmaması gibi kendine has özellikleri mevcuttur. Sanayi tipi deterjanlar daha ziyade sınai tesisler, hastaneler, oteller, fabrikalar gibi büyük tüketim yerlerinde kullanılmaktadır ve yapı/nitelik itibarıyla aslında ev tipi deterjanlardan çok farklı değildir.

<sup>2</sup> <https://www.hommbitkisel.com.tr/icerik/hakkimizda> Son Erişim Tarihi: 18.09.2024.

<sup>3</sup> 10.10.2005 tarihli, 05-66/946-255 sayılı; 08.05.2008 tarihli, 08-32/401-136 sayılı, 09.09.2009 tarihli, 09-41/987-249 sayılı ve 16.09.2021 tarihli, 21-43/638-317 sayılı Kurul kararları.

<sup>4</sup> Kurulun 15.01.2004 tarihli ve 04-03/48-13 sayılı kararı.

- (16) Ev temizlik ve bakım ürünleri ise nihai tüketicilere hitap etmekte, bu noktada ürünlere ilişkin olarak marka –dolayısıyla reklam- ve fiyat bilincinin önem kazandığı görülmektedir.
- (17) Diğer yandan ev temizlik ve bakım ürünleri pazarında birbirinden farklı birçok alt kategoriden bahsetmek mümkündür. Çamaşır ve bulaşık deterjanlarından, oda kokularına kadar uzanan geniş bir ürün grubu çeşitliliğini içeren bu pazara tüketici tercihleri açısından bakıldığında, nihai tüketicinin her bir ürün grubuna ilişkin talebinin diğerlerinden farklılaştığı, diğer bir deyişle bir ürün grubuna ilişkin tüketici talep ve tercihlerinin başka bir gruba ait ürün tarafından karşılanmadığı görülmektedir. Örnek olarak, belirli bir tüketicinin ihtiyaç duyduğu çamaşır deterjanının, ev temizlik ve bakım ürünleri pazarına dâhil olan diğer ürünlerle ikame edilmesi olanaksızdır. Bu noktadan hareketle, incelemenin en geniş anlamıyla ev temizlik ve bakım ürünleri pazarının alt segmentlerine doğru yönlendirilmesi gereği doğmaktadır.
- (18) Deterjan ve temizlik maddeleri sektörü kapsamındaki ürünler genel olarak şu şekilde sınıflandırılabilir:
1. El ve otomatik yıkama için çamaşır deterjanları ve çamaşır katkı maddeleri
  2. El ve otomatik yıkama için bulaşık deterjanları
  3. Ovma maddeleri
  4. Genel temizleme maddeleri (banyo/mutfak, cam temizleyicileri, kireç çözücü, tuvalet temizleyicileri)
  5. Çamaşır suları
- (19) Dosyaya esas pazar incelendiğinde ilgili ürün pazarlarının her bir ürün bazında ayrı ayrı belirlenebileceği, ancak söz konusu ürünlerle aynı amaca hizmet eden ve dolayısıyla bu ürünlerle rekabet halinde olan başka ürünler de bulunduğu, dolayısıyla ilgili ürün pazarlarını daha geniş bir biçimde belirlemenin mümkün olduğu değerlendirilmiştir. Ancak İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz'un 20. paragrafında yer alan “...inceleme konusu işlem, gerek ürün gerekse de coğrafi açıdan olası alternatif pazar tanımları çerçevesinde rekabet açısından endişeler yaratmıyor ya da alternatif tüm tanımlar açısından rekabeti bozucu bir etki söz konusu oluyorsa pazar tanımı yapılmayabilir.” ifadesi kapsamında alternatif pazar tanımları ulaşılabilecek sonucu değiştirmeyeceğinden dosya kapsamında kesin bir ilgili ürün pazarı tanımına yer verilmemiştir.
- (20) Tüm bu değerlendirmeler ışığında; dosya kapsamında incelenen iddialar hakkında yapılacak değerlendirmeyi değiştirmeyeceğinden, kesin bir ilgili pazar tanımı yapılmasına gerek görülmemiş, bununla birlikte değerlendirmeler “kozmetik ve kişisel bakım ürünleri”, “gıda takviyesi ürünleri” ve “çamaşır ve ev bakımı ürünleri” pazarları esas alınarak yapılmıştır.

### **H.2.2. İlgili Coğrafi Pazar**

- (21) İlgili mal ve hizmetlerin özellikleri ile tüketici tercihleri bakımından önemli giriş engellerinin bulunmadığı, farklı bölgeler arasında teşebbüslerin pazar payları veya mal ve hizmetlerin fiyatları bakımından hissedilir bir farklılığın olmadığı, internet satışları yoluyla da pazarın homojenliğinin arttığı dikkate alınarak ilgili coğrafi pazar “Türkiye” olarak belirlenmiştir.

### H.3. Değerlendirme

#### H.3.1. İnternet Satış Yasağına İlişkin Bulgular

##### Bulgu 29:

- (22) 05.01.2022 tarihinde HOMM BİTKİSEL Yönetim Kurulu Başkanı (.....) ve Yönetim Kurulu Üyesi ve Genel Müdür (.....)'nın aralarında bulunduğu "Yazılım Şirket" isimli WhatsApp grubunda gerçekleşen görüşmelerde yer alan ifadeler aşağıdaki şekildedir:

(.....): (İletilen mesaj) "BAĞIMSIZ TEMSİLCİ, trendyol.com, hepsiburada.com, n11.com gibi online pazaryerlerinde satışlar yapamayacağını, aksi durumda Homm Bitkisel'in zararlarını karşılayacağını kabul, beyan ve taahhüt eder. Temsilci online Pazar yerinde katalog altı satış yapmayacağını, işbu Sözleşme'deki tüm yükümlülüklerle uygun davranacağını aksi durumda her ihlali başına Bin Türk Lirasını herhangi bir ihtara gerek kalmaksızın Homm Bitkisel'e ödeyeceğini kabul, beyan ve taahhüt eder.

BAĞIMSIZ TEMSİLCİ'nin sözleşme kurallarına aykırı satışları sonrasında elde edilen haksız kazançlar Homm Bitkisel'e iade edilecektir.

BAĞIMSIZ TEMSİLCİ'nin katalog altı satış yapıldığının tespiti halinde yönetici panelinin kapatılacağını, tazminat, haksız rekabet, marka zedeleme ve haksız kazanç doğrultusunda talepte bulunamayacağını, online pazaryerlerinde yer alan mağazalarının kapatılması konusunda, ürünlerinin satışlarının durdurulması hususunda Homm Bitkisel'e muvafakat verdiğini kabul, beyan ve taahhüt eder. Temsilci, işbu Sözleşme'ye aykırılık hallerinde Homm Bitkisel yönetici panelinin de kapatılabileceğini ve içinde hak edişi bulunan miktarın iade edilmeyeceğini, Homm Bitkisel'in zararları kapsamında mahsup dahi edilebileceğini kabul, beyan ve taahhüt eder."

bunu bağımsız temsilci sözleşmemizin 3. ve 4. maddesi olarak eklememiz gerekirmiş (...)

##### Bulgu 33:

- (23) 17.08.2022 tarihinde HOMM BİTKİSEL Kıdemli Saha Koordinatörü (.....) ile HOMM BİTKİSEL'in yeniden satıcısı olduğu anlaşılan (.....) arasında gerçekleşen WhatsApp yazışmasında yer alan ifadeler aşağıdaki şekildedir:

17.08.2022

(.....): (.....) hanım iyi günler yine ben rahatsızlık veriyorum ama dunki konuyu hallettik şimdi yeni bir sorum olacak trendyoldan satis yapmak icin sirketten resmi bir belge almaya gerek varmi yoksa direk satisa baslayabiliyormuyuz

(.....): trendyol üzerinden satış yasaktır

(.....): Anladim tesekkur ederim  
Peki baska platformlarda da durum aynimi

(.....): online pazar yerlerinde ürünlerin satışı yasaktır

(.....): Tammdir (.....) hanım tesekkur ederim

##### Bulgu 35:

- (24) 07.11.2022 tarihinde HOMM BİTKİSEL çalışanları ve yeniden satıcıların yer aldığı "Diamond+(.....)" isimli WhatsApp grubunda gerçekleşen görüşmelerde yer alan ifadeler aşağıdaki şekildedir:

07.11.2022

(.....): Merhabalar. Trendyol da katalog fiyatına satış yapmakta yasak dimi?

(.....): Evet liderim

(.....): Tamamdır teşekkür ederim müdürüm

(.....): Satış izni vermiyoruz onlineda

(.....): Ok

(.....): Rica ederim

**Bulgu 39:**

- (25) 29.04.2024 tarihinde HOMM BİTKİSEL Kıdemli Saha Koordinatörü (.....) ile HOMM BİTKİSEL'in yeniden satıcısı olduğu anlaşılan (.....) arasında gerçekleşen WhatsApp yazışmasında yer alan ifadeler aşağıdaki şekildedir:

29.04.2024

(.....): (.....) Hanım merhaba

Nasılsınız

Kurumsal bir müşteri buldu uyemiz

Ama tam anlamıyla bilgi alabilirmiyim

Nasıl islicecek surec

Trendyol hepsiburada vs satislari

Var

(.....): liderim online pazar yerlerinde hiçbir şekilde satışa izin vermiyoruz maalesef

**Bulgu 40:**

- (26) 03.07.2024-04.07.2024 tarihlerinde HOMM BİTKİSEL'in yeniden satıcısı olduğu anlaşılan (.....) ile HOMM BİTKİSEL Kıdemli Saha Koordinatörü (.....) arasında gerçekleşen WhatsApp yazışmasında yer alan ifadeler aşağıdaki şekildedir:

03.07.2024

(.....): (.....) Hanım iyi akşamlar

Biliyorum yasak ama tekrar sormak istiyorum bir tane liderim yüksek tutarlarda katalog fiyatına Trendyol da satış yapmak istiyor kendine ait sayfası var

Yapamıyor demi hiç bir şekilde

04.07.2024

(.....): selamlar liderim maalesef herhangi bir işlem sağlayamaz

(.....): Tamamdır teşekkür ederim (.....) hanımcım

**H.3.2. Taahhüde Konu Rekabet Sorunları**

- (27) Dosya kapsamında elde edilen ve yukarıda yer verilen belgelerden HOMM BİTKİSEL'in yeniden satıcılarının internet satışlarını bütünüyle yasakladığı ya da kısa süreli olarak izin verdiği ancak temel politikasının internet satışlarını kısıtlamak olduğu bu anlamda yeniden satıcılara bir pasif satış yasağı getirdiği görülmektedir. HOMM BİTKİSEL'in internet satış yasağına uymayan yeniden satıcılara yaptırım uyguladığı, bu yaptırımların satış durdurma ve panel kapatma yoluyla baskı unsurunu da içerdiği görülmektedir.

(28) Sonuç olarak, HOMM BİTKİSEL'in marka ortaklarına yönelik uyguladığı internet satış kısıtlamasının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında ihlal teşkil edebileceği kanaatine ulaşılmıştır.

(29) 2021/2 sayılı Tebliğ'in "Kapsam" başlıklı 2. maddesi şu şekildedir:

*"Bu Tebliğ; açık ve ağır ihlaller hariç olmak üzere, 4054 sayılı Kanunun 4 üncü veya 6 ncı maddesi kapsamında ortaya çıkan rekabet sorunlarının giderilmesine yönelik olarak ilgili teşebbüslerce ya da teşebbüs birliklerince sunulan taahhütleri kapsamaktadır."*

(30) Bununla birlikte 2021/2 sayılı Tebliğ'in "Tanımlar" başlıklı 4. maddesi açık ve ağır ihlallere konu olan hususları;

*"Bir mal veya hizmet piyasasındaki rekabet doğrudan ya da dolaylı olarak engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan;*

*1) Rakip teşebbüsler arasında fiyat tespiti, müşterilerin, sağlayıcıların, bölgelerin ya da ticaret kanallarının paylaşılması, arz miktarının kısıtlanması veya kotalar konması, ihalelerde danışıklı hareket, gelecekte uygulanması planlanan fiyat, üretim ya da satış miktarı gibi rekabete duyarlı bilgilerin paylaşılması,*

*2) Üretim veya dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren teşebbüsler arası ilişkide alıcının sabit veya asgari satış fiyatının belirlenmesi*

*konularında gerçekleşen anlaşma ve/veya uyumlu eylemler ile bu konulara ilişkin teşebbüs birliği karar ve eylemleri"*

olarak düzenlemiştir.

(31) Dosya kapsamında yapılan tespitler sonucunda HOMM BİTKİSEL'in gerçekleştirdiği eylemlerin yeniden satıcıların internet satışlarının kısıtlanması niteliğinde olabileceği değerlendirilmiştir. Bu çerçevede dosya konusu iddiaların anılan Tebliğ'in 4. maddesinde sayılan açık ve ağır ihlal kapsamına girmediği, dolayısıyla HOMM BİTKİSEL'in bu eylemler bakımından taahhüt sunmasının mümkün olduğu değerlendirilmiştir.

### H.3.3. İnternet Satışlarının Kısıtlanmasına İlişkin Değerlendirme

(32) İnternet üzerinden yapılan satışlar, tüketicilerin arama maliyetinin ve işletmelerin dağıtım maliyetinin azalması, işletmelere daha geniş coğrafyaya ve daha fazla tüketiciye ulaşma imkânı sunması ve yeni iş modelleri yaratması nedeniyle dünyada ve ülkemizde giderek yaygınlaşmıştır.

(33) AB mevzuatında olduğu gibi ülkemiz rekabet hukuku mevzuatında da internet üzerinden yapılan satışlar çoğunlukla pasif satış olarak değerlendirilmektedir. Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz'un (Dikey Kılavuz) 25. paragrafında, *"bir sağlayıcının, dağıtıcıların/bayilerin/alıcıların kendi internet siteleri üzerinden satış yapmalarını kısıtlaması bir tür pasif satış kısıtlaması niteliğindedir"* açıklaması yer almaktadır. Böylece, anılan düzenlemeler kapsamında yetkili dağıtıcıların internet üzerinden satış yapmasının yasaklanması pasif satış kısıtlaması olarak nitelendirilmektedir.

(34) Dikey Kılavuz'un 28. paragrafında sağlayıcının satış kanalı olarak internetin kullanımına yönelik bazı koşullar öngerebileceği belirtilmiştir. Örneğin sağlayıcının, ürünlerinin satışa sunulduğu internet sitesine yönelik kalite koşulları getirebileceği, bunun gibi internetten alışveriş yapan tüketicilere belli hizmetlerin sunulmasını şart koşabileceği ifade edilmiştir. İlaveten *"... bu koşulun amacı, sadece internet üzerinden satış yapan oyuncuları pazarın dışına itmek veya satışlarını kısıtlamak olmamalıdır. Bu koşula ek koşulların getirilmesi de mümkün olmakla birlikte önem arz eden husus, bu koşulların amacının doğrudan veya dolaylı olarak dağıtıcının internet satışlarını engellemek olmamasıdır. Getirilen koşulların gerekçesi, dağıtımın niteliği ve kalitesini,*

*marka imajını ve/veya potansiyel etkinliği arttırıcı vb. unsurlar bakımından objektif olarak somut, makul ve kabul edilebilir olmalıdır. Benzer şekilde sağlayıcı, alıcının sadece belirli standart ve koşulları karşılayan “satış platformları/pazar yerleri” üzerinden satış yapmasını isteyebilecektir. Ancak getirilen bu kısıtlamanın amacı, dağıtıcının internet üzerinden satışını ve fiyat rekabetini engellemek olmamalıdır. Bunun gibi, nesnel, tek tip ve ürünün kendine has nitelikleri doğrultusunda şartlar ve gerekçeler öne sürmeden genel olarak platformlardan satışın yasaklanması ihlal olarak değerlendirilebilecektir.”* açıklamasına yer verilmiştir.

- (35) İnternet satış yasakları ile ilgili Kurulun Yatsan<sup>5</sup> kararında öncelikle, internetten satış yasağının, pasif satışların engellenmesi bağlamında ağır sınırlama niteliği taşıdığı belirtilmiş; sonrasında, bu nitelikteki kısıtlamaya ilişkin kamu güvenliğinin ve sağlığının korunması gibi objektif bir gerekçenin ve yeni bir ürünün pazara sunulması/mevcut markanın yeni bir pazarda ilk defa pazarlanması durumunun var olup olmadığı analiz edilerek olay özelinde bu şartların karşılanmadığı sonucuna varılmıştır. Bireysel muafiyet değerlendirmesinde ise teşebbüs tarafından yasaklamanın gerekçesi olarak ileri sürülen bedavacılık riski ve marka imajını koruma sebeplerinin önemli olduğu kabul edilmiş ancak Avrupa Komisyonunun benimsediği yaklaşıma dikkat çekilerek anılan hedeflere ulaşmak açısından daha az kısıtlayıcı önlemlerin olduğu vurgulanmıştır. Ayrıca, internetin tüketicilere sağladığı faydalara değinilerek kısıtlamanın tüketici nezdinde fayda doğurmasının muhtemel olmadığı belirtilmiştir.
- (36) İnternet satış yasakları AB rekabet hukuku uygulamalarında da ele alınmış ve muhtelif kararlarda mutlak kısıtlamaların hukuka aykırı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna, Avrupa Birliği Adalet Divanının (ABAD) Pierre Fabre<sup>6</sup> hakkındaki kararı örnek verilebilecektir. ABAD, ilgili kararında internet satışlarına getirilen mutlak kısıtlamaların nesnel bir gerekçeye dayanıp dayanmadığını incelemiştir. Pierre Fabre internetten satışının mutlak olarak engellenmesine gerekçe olarak, ürünün doğasının (kozmetik ve kişisel bakım ürünleri) müşteriye bireysel tavsiye vermek için zorunlu olduğu ve prestijli marka imajının internetten yapılan satışlar nedeniyle zarar gördüğü savunmalarını getirmiş ancak ABAD bu türden anlaşmaların nesnel bir gerekçenin olmadığı hallerde amaç bakımından bir rekabet kısıtlaması olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca ABAD prestijli markanın imajının korunması amacıyla, rekabetin kısıtlanmasının meşru bir amaç taşımadığını da kararında ifade etmiştir.
- (37) Paris Temyiz Mahkemesi ise anılan dosya hakkında yaptığı muafiyet incelemesinde; internet satışlarını mutlak olarak kısıtlayan bir anlaşma ile tüketicilere kişiselleştirilmiş hizmet tavsiyesi sağlamak için vazgeçilmez olmayan bir kısıtlama getirildiği, zira tüketicilerin, danışma hattı vasıtasıyla ürün hakkında detaylı bilgi alabildiği, ayrıntılı kullanım talimatları da dâhil her türlü bilgiye erişebildiği ve benzer ürünler aracılığıyla çapraz kontrol yapabildiği sonucuna varmıştır. Sahtecilik iddiası ile ilgili olarak ise internet satışları nedeniyle sahteciliğin daha çok arttığı ve Pierre Fabre’nin kısıtlama sebebiyle rakiplere kıyasla bundan daha çok etkilendiğini gösteren herhangi bir bulgu olmadığını değerlendirmiş ve söz konusu anlaşmanın bireysel muafiyetten yararlanamayacağına karar vermiştir<sup>7</sup>.

<sup>5</sup> 23.09.2010 tarih ve 10-60/1251-469 sayılı Kurul kararı.

<sup>6</sup> Pierre Fabre Case C- 439/09, para. 39-46.

<sup>7</sup> Hande GÖÇMEN, İnternet Satışlarında Dikey Kısıtlamalar, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Ankara, 2022, s. 20-21.; Courd’appel de Paris, 31 January 2013, RG no. 2008/23812, Pierre Fabre DermoCosmétique SAS. E.T. 09.01.2023; <https://www.concurrences.com/fr/review/issues/no-2-2013/CaseComments-1436/XXX-Distribution-selective-La-Cour>.



- (38) Yukarıda yer verilen kararlar ve değerlendirmeler doğrultusunda, gerek Türk rekabet hukuku mevzuatı kapsamında gerekse mehz mevzuat olan AB hukukunda internet satışlarına ilişkin kesin ve genel bir yasaklamanın, marka içi rekabeti kısıtladığı ve pasif satışların engellenmesi olarak kabul edildiği görülmektedir.

### H.3.4. Taahhüt Metninin İncelenmesi ve Değerlendirilmesi

#### H.3.4.1. Taahhüt Metni

- (39) HOMM BİTKİSEL tarafından sunulan taahhüt metninde internet satış yasaklarına yönelik rekabetçi endişelerin giderilmesine ilişkin olarak;
- *“HOMM BİTKİSEL ÜRÜNLER PAZARLAMA A.Ş. ileriye dönük olarak ürünlerinin yeniden satışını yapmak üzere üçüncü kişi yeniden satıcılar ile akdedeceği Bağımsız Temsilci Sözleşmesi’nde aşağıdaki hükümleri eklemeyi ve bu hükümlere aykırı herhangi bir hükme yer vermemeyi, mevcut aykırılıkları da değiştirip gidermeyi taahhüt etmektedir.*
  - *Satıcı (Bağımsız Temsilci) sözleşme konusu ürünlerin çevrimiçi pazaryerleri de dahil olmak üzere internet üzerinden satışını yapabilir.*
  - *Satıcıların (Bağımsız Temsilci) başkaca herhangi bir şirket ile doğrudan satış iş ilişkisi kurması ticari hayatın teamülleri gereği meşru kabul edilir, aksine hüküm düzenlenmez.*
  - *Homm Bitkisel Ürünler Pazarlama A.Ş.; yukarıda belirtilen madde metinlerine aykırı hiçbir madde hükmüne sözleşmede yer vermemeyi taahhüt etmektedir.*
  - *HOMM BİTKİSEL ÜRÜNLER PAZARLAMA A.Ş. yeniden satıcılarının kullanımına özgü çevrimiçi platformda (Panel) ve Şirketin resmi internet sitesinde (“<https://www.hommbitkisel.com.tr>”) aşağıda yer verilen bilgilendirici açıklamayı yapmayı taahhüt etmektedir:*
  - *Bağımsız Temsilciler; ürünlerin çevrimiçi pazaryerleri de dahil olmak üzere internet üzerinden satışını yapabilir.*
  - *Taahhütler; Kurul tarafından taahhütlerin kabulüne dair kısa kararın HOMM BİTKİSEL’e tebliğini takiben 60 gün içerisinde icra edilerek Kurum’a iletilecektir.”*

hükümleri yer almaktadır.

#### H.3.4.2. Taahhüt Metninin Değerlendirilmesi

- (40) HOMM BİTKİSEL’in yeniden satıcıları ile akdedilen sözleşmelerde yer alan hükümlerden internet satış yasaklarına yönelik hükümleri kaldırarak uygulamalarını 2002/2 sayılı Tebliğ ile uyumlu hale getireceği, yapılan değişikliklerden tüm yeniden satıcıların haberdar olmasını sağlamak adına duyuru yapılacağı dikkate alındığında, söz konusu taahhütlerin dosya kapsamında ortaya konulan internet satış yasaklarına yönelik rekabet karşıtı eylemlerin tamamıyla sonlandırılmasına imkân tanıdığı ve rekabet sorunlarıyla orantılı, bu sorunları gidermeye elverişli ve etkili şekilde uygulanabilir olduğu anlaşılmaktadır.
- (41) Söz konusu taahhütlerin yerine getirilme süresi olarak öngörülen, Kurul tarafından taahhütlerin kabulüne dair alınan kısa kararın HOMM BİTKİSEL’e tebliğinden itibaren 60 (altmış) günlük sürenin de makul olduğu değerlendirilmektedir. Bu çerçevede, anılan taahhütlerin HOMM BİTKİSEL açısından bağlayıcı hale getirilerek soruşturmanın internet satış yasakları bakımından sonlandırılmasının uygun olacağı kanaatine ulaşılmıştır.

## I. SONUÇ

(42) Rekabet Kurulunun 15.08.2024 tarihli ve 24-33/781-M sayılı kararı uyarınca yürütülen soruşturma kapsamında;

- Homm Bitkisel Ürünler Pazarlama AŞ'nin 15.11.2024 tarih ve 59031 sayı, 25.11.2024 tarih ve 59391 sayı ve 06.12.2024 tarih ve 59847 sayı ile sunmuş olduğu taahhütlerin dosya kapsamında tespit edilen ilgili rekabet sorunlarını giderebilecek nitelikte olması nedeniyle kabulüne ve ilgili teşebbüs açısından bağlayıcı hale getirilmesine,
- Homm Bitkisel Ürünler Pazarlama AŞ'nin sunmuş olduğu taahhütlerin yerine getirildiğinin kısa kararın tebliğinden itibaren 60 gün içerisinde Rekabet Kurumuna intikal edecek şekilde tevsik edilmesine,
- Bu çerçevede, 15.08.2024 tarihli ve 24-33/781-M sayılı Kurul kararı uyarınca yürütülen soruşturmanın internet satış yasakları ve müşteri kısıtlaması iddiaları bakımından sonlandırılmasına

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