

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2023-5-017
Karar Sayısı : 25-42/1034-590
Karar Tarihi : 11.11.2025

(Soruşturma)

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Birol KÜLE
Üyeler : Ahmet ALGAN (İkinci Başkan), Şükran KODALAK,
Ayşe ERGEZEN, Rıdvan DURAN, Ayşe USLU CEVLEK

B. RAPORTÖRLER : Gizem HEKİM, Sebahat YILMAZ, Ali Ozan ŞAHANER
Mine ŞEVİK, Muhammed Mustafa AÇIKEL

C. BAŞVURUDA

BULUNAN : -Gizlilik talebi bulunmaktadır.

D. HAKKINDA SORUŞTURMA

YAPILANLAR : - Özelcan Babymall Mağazacılık Dağıtım Ticaret ve Sanayi AŞ
Temsilcileri: Av. Sibel ÖZTÜRK, Av. Yakup ERİKEL
Talatpaşa Bulvarı İnci Sokak No:1
Hamamönü, Altındağ/ANKARA

(1) **E. DOSYA KONUSU: Özelcan Babymall Mağazacılık Dağıtım Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi'nin franchise verdiği yeniden satıcılarına yönelik rekabeti kısıtlayıcı eylemleri aracılığıyla 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği iddiası.**

(2) **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına (.....) tarafından 10.05.2023 tarih ve 38566 sayı ile intikal eden gizlilik talepli şikâyet başvurusu ile 06.06.2023 tarih ve 39379 sayı ile giren ek bilgi yazısında özetle;

- Şikâyetçinin (.....) Özelcan Babymall Mağazacılık Dağıtım Ticaret ve Sanayi Anonim Şirketi (ÖZELCAN) bünyesinde yer alan Botti Anne&Bebek mağazasında İtameks Dış Ticaret ve Pazarlama Anonim Şirketi (İTAMEKS) ünvanlı distribütörün (.....) markalı ana kucağı ürünlerinin satışını gerçekleştirdiği ve söz konusu ürünleri aralarındaki franchise anlaşması kapsamında İTAMEKS'in bayisi konumundaki ÖZELCAN'dan tedarik ettiği,
- Şikâyetçinin anılan fiziki mağazanın yanında; "(.....)" adı ile HEPSİBURADA, N11, TRENDYOL, PTTAVM gibi e-pazar yerleri ve (.....) isimli internet sitesi üzerinden de ürün satışı gerçekleştirdiği,
- İTAMEKS'in şikâyetçiye satış fiyatlarını değiştirmesi konusunda uyarıda bulunduğu ancak şikâyetçinin olumsuz yönde cevap vermesi üzerine İTAMEKS tarafından şikâyetçiye perakende satış fiyatları konusunda iş birliği yapması gerektiğine, aksi halde kendileri ile çalışmama ve servis desteği vermeme kararı alındığına ilişkin e-posta gönderildiği,
- Nitekim şikâyetçinin nihai tüketiciye satmış olduğu ürünlerde sorun yaşayan bir tüketicinin tüketici hakem heyetine başvurduğu ancak fiyat politikasına uymadığı gerekçesiyle İTAMEKS tarafından şikâyetçinin sattığı ürünlere yönelik satış sonrası servis desteği verilmediği,

- Şikâyetçinin stoku biten ürünlere ilişkin olarak yeni ürün talebinde bulunmasına rağmen fiyat politikalarını bozduğu gerekçesiyle İTAMEKS tarafından fiziki ortamda satılması şartıyla az miktarda ürün gönderildiği ve çevrim içi satışlar için İTAMEKS'in belirlemiş olduğu fiyatlara uyulmasının garanti edilmesi halinde yeniden ürün gönderimi sağlanacağını beyan edildiği, dolayısıyla bu yolla şikâyetçinin internet satışlarına da müdahale edildiği

iddia edilerek İTAMEKS hakkında 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun (4054 sayılı Kanun) kapsamında gereğinin yapılması talep edilmiştir.

- (3) **G. DOSYA EVRELERİ:** Başvuru üzerine hazırlanan 22.06.2023 tarihli ve 2023-5-017/İİ sayılı İlk İnceleme Raporu, Rekabet Kurulunun (Kurul) 05.07.2023 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 23-29/573-M sayılı karar ile İTAMEKS hakkında bayilerinin yeniden satış fiyatlarını belirlemek ve internet üzerinden yapacakları satışlarını kısıtlamak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edip etmediğinin tespiti amacıyla aynı Kanun'un 40. maddesinin birinci fıkrası uyarınca önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.
- (4) Anılan Kurul kararı ve Başkanlık Makamının 02.04.2024 tarihli ve 86805 sayılı görevlendirme onayı doğrultusunda başlatılan önaraştırma çerçevesinde 18.04.2024 tarihinde İTAMEKS ve ÖZELCAN'da yerinde incelemeler yapılmıştır. İlgili yerinde incelemeler esnasında teşebbüslerden bir dizi bilgi ve belge talebinde bulunulmuştur.
- (5) Bahsi geçen bilgi ve belge taleplerine ilişkin olarak;
 - İTAMEKS tarafından gönderilen cevabi yazı 08.05.2024 tarihli, 51587 sayılı ve 51597 sayılı yazılar ile,
 - ÖZELCAN tarafından gönderilen cevabi yazı 03.05.2024 tarihli ve 51437 sayılı yazı ile

Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.

- (6) Bunun yanı sıra dosya kapsamında değerlendirilmek üzere İTAMEKS'in rakibi konumundaki teşebbüslerden, İTAMEKS'in ve ÖZELCAN'ın bayilerinden ve Bebek Araç Gereçleri Üretici, İthalatçı ve Perakendeciler Derneği'nden de (BAGİDER) bilgi ve belge taleplerinde bulunulmuştur.
- (7) Bu kapsamda rakip teşebbüslerden talep edilen bilgi ve belgelere ilişkin cevabi yazılar;
 - Artsana Turkey Bebek ve Sağlık Ürünleri Anonim Şirketi (ARTSANA) tarafından 08.05.2024 tarihli ve 51629 sayılı, 30.04.2025 tarihli ve 67259 sayılı,
 - Atak Dış Ticaret Anonim Şirketi (ATAK) tarafından 07.05.2024 tarihli ve 51573 sayılı,
 - Bebek Yaşam Ürünleri İthalat İhracat Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi (BEBEK YAŞAM) tarafından 03.05.2024 tarihli ve 51462 sayılı,
 - Dalpa Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi (DALPA) tarafından 08.05.2024 tarihli, 51596 sayılı ve 51599 sayılı,
 - Ebebek Mağazacılık Anonim Şirketi (E-BEBEK) tarafından 08.05.2024 tarihli ve 51582 sayılı,
 - Gami Giyim Ticaret Anonim Şirketi (MINY CENTER) tarafından 02.05.2024 tarihli ve 51417 sayılı,

- Grup Elektronik İç ve Dış Ticaret Limited Şirketi (GRUP BABY) tarafından 02.05.2024 tarihli ve 51410 sayılı,
- Opt Bilişim Hizmetleri ve Elektronik Ticaret Anonim Şirketi (OPT) tarafından 03.05.2024 tarihli, 51474 sayılı ve 24.04.2025 tarihli, 66965 sayılı,
- Sersa İthalat İhracat ve Ticaret Limited Şirketi (SERSA) tarafından 03.05.2024 tarihli ve 51445 sayılı,
- Şahin ARLI (TOYSCLUB) tarafından 08.05.2024 tarihli ve 51601 sayılı,
- Vatan Çocuk Gereçleri İmalat Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi (VATAN ÇOCUK) tarafından 08.05.2024 tarihli ve 51605 sayılı

yazılar ile Kurum kayıtlarına girmiştir.

(8) Öte yandan, bayiler tarafından gönderilen cevabi yazılar;

- Amazon Turkey Perakende Hizmetleri Limited Şirketi (AMAZON) tarafından 07.05.2024 tarihli ve 51545 sayılı,
- Ayhan Çocuk Gereçleri Gıda Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi (AYHAN ÇOCUK) tarafından 08.05.2024 tarihli ve 51607 sayılı,
- Bebe Çeyiz Sarayı Tekstil Ticaret Limited Şirketi (BEBE ÇEYİZ) tarafından 08.05.2024 tarihli, 51600 sayılı ve 51608 sayılı,
- Bebek Ekspres Elektronik Hizmetler Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi (BEBEK EKSPRES) tarafından 02.05.2024 tarihli ve 51411 sayılı,
- D-Market Elektronik Hizmetleri Ticaret Anonim Şirketi (HEPSİBURADA) tarafından 07.05.2024 tarihli ve 51578 sayılı,
- ESC Teknoloji Bilişim Ticaret Limited Şirketi (ESC) tarafından 03.05.2024 tarihli ve 51460 sayılı,
- MINY CENTER tarafından 02.05.2024 tarihli ve 51418 sayılı,
- Gürkan Bebe Mağazacılık Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi (GÜRKAN BEBE) tarafından 08.05.2024 tarihli ve 51602 sayılı,
- Hoşgeldin Bebek İthalat İhracat Sanayi Ticaret Limited Şirketi (WELCOME BABY) tarafından 02.05.2024 tarihli, 51390 sayılı ve 17.04.2025 tarihli, 66600 sayılı,
- Leylek Mağazacılık Hizmetleri Limited Şirketi (LEYLEK) tarafından 03.05.2024 tarihli ve 51443 sayılı,
- Minimoda Pazarlama Mobilya Limited Şirketi (MINİMODA) tarafından 02.05.2024 tarihli ve 51414 sayılı,
- Mom Store Perakende Giyim Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi (MOMSTORE) tarafından 06.05.2024 tarihli ve 51525 sayılı yazılar ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.

(9) Son olarak BAGİDER tarafından gönderilen cevabi yazı ise 26.04.2024 tarih ve 51243 sayı ile Kurum kayıtlarına girmiştir.

(10) Yapılan önaraştırma neticesinde hazırlanan 17.05.2024 tarihli ve 2023-5-017/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu, 21.05.2024 tarihli Kurul toplantısında görüşülmüş ve 24-23/520-M sayılı karar ile İTAMEKS ve ÖZELCAN'ın 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal

edip etmediğinin tespitine yönelik olarak aynı Kanun'un 41. maddesinin birinci fıkrası uyarınca soruşturma açılmasına karar verilmiştir.

- (11) Soruşturma taraflarına haklarında soruşturma açıldığına ve 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca ilk yazılı savunmalarının 30 gün içinde Kuruma intikal edecek şekilde gönderilmesi gerektiğine dair soruşturma bildirimleri yapılmış olup ilgili soruşturma bildirimleri taraflarca 10.06.2024 tarihinde tebellüğ edilmiştir. ÖZELCAN tarafından gönderilen ilk yazılı savunma 04.07.2024 tarih ve 53518 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal ederken İTAMEKS tarafından ise süresi içerisinde birinci yazılı savunma sunulmamıştır.
- (12) Yürütülmekte olan soruşturma kapsamında Kurum kayıtlarına 04.07.2024 tarih ve 53518 sayı ile intikal eden birinci yazılı savunmasında ÖZELCAN tarafından franchise mağazalarının pasif satışlarının kısıtlanması ve franchise sözleşmeleri kapsamında tek elden satın alma ve rekabet etmeme yükümlülüğü getirilmesi iddiaları ile bağlantılı endişeleri bertaraf etmek amacıyla 2021/2 sayılı Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılmasına Yönelik Önerştirmelerde ve Soruşturmelerde Sunulacak Taahhütlere İlişkin Tebliğ (2021/2 sayılı Tebliğ) kapsamında taahhüt sunma talebinde bulunulmuştur. Söz konusu başvuruya ilişkin olarak hazırlanan 16.07.2024 tarihli ve 2023-5-017/BN-02 sayılı Bilgi Notu Kurulun 25.07.2024 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 24-31/738-M sayılı kararıyla taahhüt sunma talebinin reddine ve olağan soruşturma usulünün takip edilmesine karar verilmiştir. İlgili karar ÖZELCAN tarafından 31.07.2024 tarihinde tebellüğ edilmiştir.
- (13) Anılan Kurul kararına istinaden, ÖZELCAN tarafından 2577 sayılı İdari Yargılama Usulü Kanunu'nun (İYUK) 11. maddesi uyarınca yapılan ve Kurum kayıtlarına 08.08.2024 tarih ve 54979 sayı ile intikal eden başvuru kapsamında; Kurulun 25.07.2024 tarihli ve 24-31/738-M sayılı kararının yeniden değerlendirilmesi talep edilmiştir. Bu doğrultuda hazırlanan 19.08.2024 tarihli ve 2023-5-017/BN-03 sayılı Bilgi Notu Kurulun 22.08.2024 tarihli toplantısında görüşülmüş olup 24-34/820-347 sayılı karar ile 25.07.2024 tarihli ve 24-31/738-M sayılı Kurul kararının İYUK'un 11. maddesi kapsamında kaldırılmasına, geri alınmasına, değiştirilmesine veya yeni bir işlem yapılmasına yer olmadığına karar verilmiştir.
- (14) Soruşturma süreci devam ederken 03.07.2024 tarih ve 53469 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal eden yazıyla İTAMEKS tarafından soruşturma kapsamındaki yeniden satış fiyatının tespitine yönelik iddialara ilişkin olarak 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesi uyarınca Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılmasına Yönelik Soruşturmelerde Uygulanabilecek Uzlaşma Usulüne İlişkin Yönetmelik (Uzlaşma Yönetmeliği) kapsamında uzlaşma usulünün başlatılması talep edilmiştir.
- (15) Söz konusu başvuruya ilişkin olarak hazırlanan 16.07.2024 tarihli ve 2023-5-017/BN-01 sayılı Bilgi Notu Kurulun 18.07.2024 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 24-30/705-M(2) sayılı kararıyla uzlaşma başvurusunun kabul edilerek uzlaşma görüşmelerine başlanmasına karar verilmiştir. Anılan karara istinaden 13.08.2024 tarihinde İTAMEKS vekili ve temsilcileriyle uzlaşma görüşmeleri gerçekleştirilmiştir.
- (16) Uzlaşma Yönetmeliği'nin 6. maddesinin beşinci fıkrası uyarınca yapılan görüşmede teşebbüse, dosya kapsamındaki iddiaların içeriği, isnat edilen ihlalin niteliği, kapsamı ve süresi, İTAMEKS hakkında yeniden satış fiyatının belirlenmesi ihlali isnadına dayanak oluşturan başlıca belgeler, sürecin uzlaşma ile sonuçlanması halinde uygulanabilecek indirim oranı ve uzlaşma tarafına verilebilecek idari para cezası aralığı

hakkında bilgi verilmiştir. Teşebbüs yetkilileri tarafından uzlaşma sürecine devam etme iradesi beyan edilmiştir. Akabinde Kurulun 18.10.2024 tarihli ve 24-42/1005-MUA sayılı kararıyla alınan uzlaşma ara kararı İTAMEKS tarafından 26.10.2024 tarihinde tebellüğ edilmiş olup anılan karara istinaden gönderilen uzlaşma metni 01.11.2024 tarihli ve 58479 sayılı yazı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiş ve Kurulun 07.11.2024 tarihli ve 24-45/1067-455 sayılı kararıyla yeniden satış fiyatının belirlenmesi uygulamalarına yönelik olarak İTAMEKS bakımından süreç uzlaşma ile sonuçlanmıştır.

- (17) Yürütülmekte olan soruşturma kapsamında İTAMEKS tarafından bayilerin satış kanallarına kısıtlamalar getirilmesine yönelik iddialara ilişkin olarak ise 2021/2 sayılı Tebliğ çerçevesinde 03.07.2024 tarih ve 53470 sayı ile taahhüt sunma talebinde bulunulmuştur. Söz konusu talep, Kurulun 18.07.2024 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 24-30/705-M(1) sayılı karar ile taahhüt görüşmelerine başlanmasına karar verilmiştir. Bu çerçevede, İTAMEKS ile 13.08.2024 tarihinde taahhüt başvurusuna ilişkin toplantı gerçekleştirilmiş olup yapılan taahhüt görüşmeleri neticesinde İTAMEKS'in nihai taahhüt metni 25.11.2024 tarih ve 59384 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (18) İTAMEKS tarafından sunulan bahse konu nihai taahhüt metni, Kurulun 12.12.2024 tarihli ve 24-53/1186-512 sayılı kararı ile kabul edilerek bayilerin satış kanallarına kısıtlamalar getirilmesi iddiası bakımından soruşturma sürecinin taahhüt ile sonlandırılmasına hükmedilmiştir. Söz konusu karar İTAMEKS tarafından 22.12.2024 tarihinde tebellüğ edilmiştir. Bahse konu karar kapsamında ayrıca İTAMEKS'in, kısa kararın tebliğ edilmesini takip eden 60 (altmış) gün içerisinde taahhütleri yerine getirmesi gerektiğine yer verilmiştir. Taahhütlerin yerine getirildiğine dair yazılar ve ekleri ise 12.02.2025 tarih, 62986 sayı ve 03.03.2025 tarih, 64154 sayı ile Kurum kayıtlarına süresi içerisinde intikal etmiştir. İlgili cevabi yazıların akabinde 03.03.2025 tarihli ve 2023-5-017/BN-08 sayılı Bilgi Notu Kurulun 06.03.2025 tarihli toplantısında görülmüş ve 25-09/206-MB sayılı karar ile İTAMEKS tarafından sunulan taahhütlerin gereğinin süresi içerisinde yerine getirildiğine karar verilmiştir.
- (19) Öte yandan soruşturma sürecinde 08.10.2024 tarihli ve 2023-5-017/BN-04 sayılı Bilgi Notu ile ek süre talep edilmiş olup Kurulun 10.10.2024 tarihli ve 24-41/983-M sayılı kararıyla 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin birinci fıkrasında yer alan "*Gerekli görüldüğü hallerde bir defaya mahsus olmak üzere Kurul tarafından 6 aya kadar ek süre verilebilir.*" hükmü uyarınca soruşturma süresinin bitiminden itibaren 6 ay uzatılmasına karar verilmiştir.
- (20) Bunun yanı sıra dosya kapsamında değerlendirilmek üzere ÖZELCAN'dan, ÖZELCAN'ın rakibi konumundaki teşebbüslerden ve ÖZELCAN'ın franchise mağazalarından bilgi ve belge taleplerinde bulunulmuştur.
- (21) Bu kapsamda, ÖZELCAN tarafından gönderilen cevabi yazı 12.02.2025 tarih ve 62986 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (22) Öte yandan ÖZELCAN'ın franchise bayilerinden talep edilen bilgi ve belgelere ilişkin cevabi yazılar;
 - Aksu Bebek Mağazaları Sanayi Ticaret Limited Şirketi (KAYSERİ BOTTİ) tarafından 03.03.2025 tarihli ve 64215 sayılı,

- Alkan Mağazacılık Anonim Şirketi (SİNCAN BOTTİ)¹ tarafından 17.02.2025 tarihli ve 63277 sayılı,
- Başaran Reklam Özgür Başaran (Özgür BAŞARAN)² tarafından 18.03.2025 tarihli ve 65006 sayılı,
- Bsr Eğitim Hizmetleri İnşaat Tarım Gıda Turizm Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi (MUŞ BOTTİ) tarafından 18.03.2025 tarihli ve 65029 sayılı,
- Cd Mağazacılık Ev Gereçleri Tekstil Gıda Limited Şirketi (TEKİRDAĞ BOTTİ)³ tarafından 18.03.2025 tarihli ve 65034 sayılı,
- Dilek KAYTAN (ORDU BOTTİ) tarafından 10.03.2025 tarihli ve 64531 sayılı,
- Deniz Seyahat Turizm Gıda İnşaat Petrol Ticaret ve Sanayi Limited Şirketi (BURSA BOTTİ) tarafından 14.02.2025 tarihli ve 63222 sayılı,
- ESC tarafından 17.02.2025 tarihli ve 63307 sayılı,
- Lahza Tekstil Gıda Züccaciye Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi (MARDİN BOTTİ) tarafından 03.03.2025 tarihli ve 64217 sayılı,
- Mymier Mağazacılık ve Turizm Limited Şirketi (KASTAMONU BOTTİ)⁴ tarafından 18.03.2025 tarihli ve 65011 sayılı,
- Öndercan Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi (UŞAK BOTTİ) tarafından 18.03.2025 tarihli ve 65028 sayılı

yazılar ile Kurum kayıtlarına girmiştir.

(23) Bununla birlikte, ÖZELCAN'ın rakipleri tarafından gönderilen cevabi yazılar ise;

- Altunbilekler Gıda ve İhtiyaç Maddeleri Ticaret ve Sanayi Limited Şirketi (ALTUNBİLEKLER) tarafından 25.02.2025 tarihli ve 63854 sayılı,
- AMAZON tarafından 04.03.2025 tarihli ve 64242 sayılı,
- Armağan Oyuncak Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi (ARMAĞAN OYUNCAK) tarafından 17.02.2025 tarihli, 63293 sayılı ve 21.02.2025 tarihli, 63617 sayılı,
- ARTSANA tarafından 08.05.2024 tarihli ve 51629 sayılı, 30.04.2025 tarihli ve 67259 sayılı,
- ATAK tarafından 07.05.2025 tarihli ve 67522 sayılı,
- Barış Bebe Çocuk Gereçleri Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi (BARIŞ BEBE) tarafından 18.02.2025 tarihli ve 63412 sayılı,
- Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi Anonim Şirketi (CARREFOURSA) tarafından 25.02.2025 tarihli ve 63901 sayılı,

¹ İlgili teşebbüs tarafından gönderilen cevabi yazıda SİNCAN BOTTİ'nin ÖZELCAN'ın eski franchise'ı olduğu ancak 31.12.2024 tarihinden beri bebek ürün ve gereci satmadığı ifade edilmiştir.

² İlgili teşebbüs tarafından gönderilen cevabi yazıda ÖZGÜR BAŞARAN'ın ÖZELCAN'ın eski franchise'ı olduğu ancak 31.12.2024 tarihinden beri bebek ürün ve gereci satmadığı ifade edilmiştir.

³ İlgili teşebbüs tarafından gönderilen cevabi yazıda TEKİRDAĞ BOTTİ'nin ÖZELCAN'ın eski franchise'ı olduğu ancak 01.07.2024 tarihi itibarıyla ÖZELCAN ile ticari ilişkisinin sona erdiği ifade edilmiştir.

⁴ İlgili teşebbüs tarafından KASTAMONU BOTTİ'nin ÖZELCAN'ın eski franchise'ı olduğu, ancak 23.09.2024 tarihi itibarıyla ÖZELCAN ile akdedilen franchise sözleşmesinin feshedildiği ifade edilmiştir.

- Civil Mağazacılık Anonim Şirketi (CİVİL) tarafından 18.02.2025 tarihli ve 63401 sayılı,
- Yeni Çağdaş İhtiyaç ve Gıda Maddeleri İnş. Tic. Ltd. Şti. (ÇAĞDAŞ) tarafından 17.02.2025 tarihli ve 63290 sayılı,
- Çağrı Mağazacılık Anonim Şirketi (ÇAĞRI MAĞAZACILIK) tarafından 21.02.2025 tarihli ve 63705 sayılı,
- Defacto Perakende Ticaret Anonim Şirketi (DEFACTO) tarafından 25.04.2024 tarihli ve 67013 sayılı,
- DSM Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Ticaret Anonim Şirketi (TRENDYOL) tarafından 21.02.2025 tarihli ve 63703 sayılı,
- E-BEBEK tarafından 05.03.2025 tarihli ve 64348 sayılı,
- Genç Bebe Mobilya Tekstil Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi (GENÇ BEBE) tarafından 07.04.2024 tarihli ve 65878 sayılı,
- GÜRKAN BEBE tarafından 07.05.2025 tarihli ve 67517 sayılı,
- Hasan Genç Tekstil Sanayi Ticaret Limited Şirketi (MADRENINO) tarafından 18.03.2025 tarihli ve 65005 sayılı,
- HEPSİBURADA tarafından 26.02.2025 tarihli ve 63929 sayılı,
- İlke Bebe Giyim Turizm ve Gıda Ticaret Limited Şirketi (İLKE BEBE) tarafından 18.03.2025 tarihli ve 65009 sayılı,
- Koton Mağazacılık Tekstil Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi (KOTON) tarafından 02.05.2025 tarihli ve 67330 sayılı,
- Lc Waikiki Mağazacılık Hizmetleri Ticaret Anonim Şirketi (LCW) tarafından 30.04.2025 tarihli ve 67261 sayılı,
- MINY CENTER tarafından 21.02.2025 tarihli ve 63697 sayılı,
- Migros Ticaret Anonim Şirketi (MİGROS) tarafından 21.02.2025 tarihli ve 63685 sayılı,
- MİNİMODA tarafından 21.02.2025 tarihli ve 63699 sayılı,
- Mobi Tekstil Kuyumculuk İnşaat Emlak İletişim ve Dayanıklı Tüketim Malları Gıda Sanayi Ticaret Limited Şirketi (ÇOCUKİSTAN) tarafından 18.02.2025 tarihli ve 63390 sayılı,
- MOMSTORE tarafından 07.05.2025 tarihli ve 67518 sayılı,
- OPT tarafından 24.04.2025 tarihli ve 66965 sayılı,
- Özen Gross Gıda Ticaret Anonim Şirketi (ÖZEN GROSS) tarafından 21.02.2025 tarihli ve 63638 sayılı,
- SERSA tarafından 07.05.2025 tarihli ve 67523 sayılı,
- Toypa Mağazacılık Ticaret Anonim Şirketi (TOYZZ SHOP) tarafından 24.02.2025 tarihli ve 63804 sayılı,
- WELCOME BABY tarafından 14.02.2025 tarihli, 63189 sayılı ve 27.02.2025 tarihli, 63984 sayılı,

- Yeni Çağdaş İhtiyaç ve Gıda Maddeleri İnşaat Ticaret Limited Şirketi (ÇAĞDAŞ) tarafından 17.02.2025 tarihli ve 63290 sayılı,
- Zahir Tekstil İnşaat Taahhüt Turizm Ticaret Limited Şirketi (MINY CITY) tarafından 18.03.2025 tarihli ve 65004 sayılı,
- Zerre Elektronik Hizmetleri Danışmanlık ve Yazılım Ticaret Anonim Şirketi (HAPPY ÇOCUK) tarafından 21.02.2025 tarihli ve 63696 sayılı

yazılar ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.

- (24) ÖZELCAN tarafından gönderilen ikinci yazılı savunma 28.07.2025 tarih ve 71318 sayı ile yasal süresi içerisinde Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (25) 4054 sayılı Kanun'un 46. maddesi uyarınca sözlü savunma toplantısı yapılması hususunun görüşülmesi konusu 18.09.2025 tarihli Kurul toplantısında ele alınmış ve 25-35/823-M sayı ile sözlü savunma toplantısının 04.11.2025 tarihinde yapılmasına karar verilmiştir. Anılan tarihte sözlü savunma toplantısı gerçekleştirilmiştir.
- (26) Kurul; yürütülen soruşturma ile ilgili olarak düzenlenen Rapor'a, Ek Görüş'e, toplanan delillere, yazılı ve sözlü savunmalara ve incelenen dosya kapsamına göre nihai kararı tesis etmiştir.
- (27) **H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili Rapor ve Ek Görüş'te,
- ÖZELCAN'ın franchise bayilerinin yeniden satış fiyatını tespit etmesi, internet üzerinden satış yapmalarını kısıtlaması ve franchise bayiler ile imzalanan sözleşmelerde amacını aşacak şekilde rekabet etmeme yükümlülüğüne yer vermesi suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği,
 - Söz konusu sözleşmelerin ve uygulamaların 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği (2002/2 sayılı Tebliğ) kapsamında grup muafiyetinden yararlanamayacağı ve sözleşmelere mevcut haliyle 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi kapsamında bireysel muafiyet tanınamayacağı,
 - ÖZELCAN hakkında 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesi kapsamında olası bir idari para cezası belirlenirken 24.12.2024 tarihli "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik" göz önünde bulundurularak idari para cezası verilmesi gerektiği,
 - Ayrıca 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin birinci fıkrası uyarınca; yürürlükte olan sözleşmelerde yer alan yeniden satış fiyatının tespitine yönelik hükümlerin sözleşmeden çıkarılması ve "İşletmede satılacak tüm ürünler Firma tarafından tedarik edilir. (...) İşletme, hiçbir tedarikçiden direkt ürün alımı yapamaz." ifadesi ile benzer şekilde franchise bayilerin söz konusu ürünleri doğrudan başkaca tedarikçilerden temin etmesinin engellenmesi anlamına gelebilecek ifadelerin sözleşmeden çıkarılması; söz konusu düzenlemeler için ÖZELCAN'a gerekçeli kararın tebliğinden itibaren altmış (60) gün süre verilmesinin ve bu süre içerisinde yapılan değişikliklerin Rekabet Kurumuna tevsik edilmesinin uygun olacağı

sonuç ve kanaatine ulaşıldığı ifade edilmiştir.

I. İNCELEME, GEREKÇE VE HUKUKİ DAYANAK

I.1. Hakkında Soruşturma Yürütülen Taraf: ÖZELCAN

- (28) 20.12.2000 tarihinde Ankara'da kurulan ÖZELCAN; e-ticaret, şube mağazacılık ve franchise kanalları aracılığıyla bebek ürünlerinin toptan ve perakende satışı alanında faaliyet göstermektedir.
- (29) ÖZELCAN'ın ürün gamı incelendiğinde, teşebbüsün çok sayıda kategoriye yönelik bebek ürünlerinin satışını gerçekleştirdiği ve belirli bir ürün kategorisiyle sınırlı olmadığı görülmektedir. Bu ürünler arasında özellikle bebek odası, ana kucağı ve oto koltuğu, oyuncak, bebek arabası ve bebek giyim gibi kategoriler öne çıkmaktadır. Aşağıdaki tabloda ÖZELCAN'ın 2024 yılında toplam satışları içerisinde en yüksek getiriye sahip ürün kategorilerine ve bunların toplam gelir içerisindeki oransal ağırlığına yer verilmektedir:

Tablo-1: ÖZELCAN 2024 yılı Perakende Satış Geliri İçerisindeki Payı (%)

Ürün Kategorileri	Perakende Satış Geliri İçerisindeki Payı (%)
Bebek Odası	(.....)
Ana Kucağı ve Oto Koltuğu	(.....)
Oyuncak	(.....)
Bebek Arabası	(.....)
Bebek Giyim	(.....)
Kaynak: Teşebbüsler Tarafından Gönderilen Bilgiler Doğrultusunda Yapılan Hesaplamalar	

- (30) Tablodan da açıkça görüleceği üzere ÖZELCAN'ın toplam perakende satışları içerisinde en yüksek paya sahip 5 ürün grubu sırasıyla %(.....) ile bebek odası, %(.....) ile ana kucağı ve oto koltuğu, %(.....) ile oyuncak, %(.....) ile bebek arabası ve %(.....) ile bebek giyim grubu olmuştur. İlgili ürün gruplarının ÖZELCAN'ın toplam perakende satışları içerisindeki ağırlığının ise %(.....)'a karşılık geldiği görülmektedir.
- (31) ÖZELCAN'ın hissedarlık yapısına ise aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

Tablo-2: ÖZELCAN'ın Hissedarlık Yapısı

Hissedar Adı	Hisse Oranı (%)
(.....)	(.....)
(.....)	(.....)
Toplam	100,0
Kaynak: Teşebbüsten elde edilen bilgiler	

- (32) Teşebbüsün %(.....) oranındaki hissesine sahip olan (.....) aynı zamanda Yönetim Kurulu başkanlığını da icra etmektedir. Teşebbüsün 2024 yılı cirosu ise (.....) TL'dir.

I.1.1. ÖZELCAN'ın Dağıtım Sistemi

- (33) Yukarıda da ifade edildiği üzere ÖZELCAN; e-ticaret, şube mağazacılık ve franchise kanalları aracılığıyla bebek ürünlerinin toptan ve perakende satışı alanında faaliyet göstermekte; bu kapsamda 2024 yılı sene sonu itibarıyla (.....) marka ve (.....) adet ürün özelinde, yaklaşık (.....)-(.....) tedarikçi ile çalışmaktadır. ÖZELCAN'ın bebek ürünlerine ilişkin herhangi bir üretim faaliyeti bulunmamakla birlikte, teşebbüs bünyesinde satışı gerçekleştirilen tüm ürünler söz konusu tedarikçilerden temin edilmektedir. Teşebbüs

"Babymall"⁵ markasıyla yedi şehirde (.....) adet fiziksel mağazası (şubesi)⁶ ve (.....) e-ticaret kanalı⁷ üzerinden perakende satış yapmaktadır. ÖZELCAN'ın bunların haricinde "Botti" adında (.....) adet franchise verdiği yeniden satıcısı⁸ da bulunmaktadır. Aşağıdaki tabloda ÖZELCAN'ın 2024 yılında elde ettiği gelirler içerisindeki toptan ve perakende satışın ağırlığına yer verilmektedir:

Tablo-3: ÖZELCAN'ın 2024 Yılındaki Gelirleri İçerisinde Perakende ve Toptan Satışların Oransal Dağılımı

Satış Türü	İlgili Satıştan Elde Edilen Gelir (TL)	Toplam Gelir İçerisindeki Payı (%)
Perakende ⁹	(.....)	(.....)
Toptan	(.....)	(.....)
Toplam	(.....) ¹⁰	100
Kaynak: Teşebbüsten Elde Edilen Bilgi ve Belgeler		

- (34) Yukarıda yer verilen Tablo-3 incelendiğinde, ÖZELCAN'ın gelirlerinin neredeyse tamamına yakınının (%(.....)'si) perakende satışlardan elde edilen gelirlerden oluştuğu; teşebbüsün toptan faaliyetlerinin ise %(.....) gibi oldukça sınırlı bir düzeyde kaldığı görülmektedir. İlgili tablodan hareketle, ÖZELCAN'ın ana faaliyetini bebek ürünlerinin perakende satışının oluşturduğu söylenebilecektir. Aşağıdaki tabloda ise ÖZELCAN'ın perakende satışları içerisinde satış kanallarının oransal dağılımına yer verilmektedir:

Tablo-4: ÖZELCAN'ın 2024 Yılındaki Perakende Satışları İçerisinde Satış Kanallarından Elde Ettığı Gelirin Toplam Gelirleri İçerisindeki Payı

Satış Kanalı	İlgili Kanaldan Elde Edilen Gelir (TL)	Toplam Gelir İçerisindeki Payı (%)
Şube (Babymall)	(.....)	(.....)
Franchise (Botti)	(.....)	(.....)
E-ticaret Platformları	(.....)	(.....)
Toplam	(.....)	100,00
Kaynak: Teşebbüsten Elde Edilen Bilgi ve Belgeler		

- (35) İlgili tablodan da görülebileceği üzere, ÖZELCAN satışlarının büyük bir kısmını (yaklaşık %(.....)'sini) "Babymall" adı verilen şube mağazaları aracılığıyla gerçekleştirmekte; bu satışların %(.....)'sini "Botti" adı verilen franchise bayileri üzerinden yapılan satışlar oluşturmaktadır. Toplam satışlar içerisinde internet kanalının payının ise %(.....)'e karşılık geldiği görülmektedir.

⁵ÖZELCAN tarafından Kurum kayıtlarına intikal eden cevabi yazıda, Babymall mağazalarının ÖZELCAN ile aynı ekonomik bütünlük içerisinde yer aldığı ve tek merkezden yönetildiği; bunun yanında söz konusu mağazalar bakımından üçüncü kişiler ile herhangi bir bayilik yahut franchise ilişkisi olmadığı ifade edilmektedir. Bu bakımdan Babymall mağazalarının ayrı birer tüzel kişiliğe sahip olmaksızın, ÖZELCAN bünyesinde yer alması, dolayısıyla aralarında herhangi bir alıcı-sağlayıcı ilişkisi bulunmaması sebebiyle "ÖZELCAN Hakkında Elde Edilen Bulgular" başlığı altında ÖZELCAN'ın yalnızca franchise ilişkisi içerisinde olduğu yeniden satıcılarla olan yazışmalarına yer verilmiştir.

⁶Ankara ilinde (.....) adet, İzmir ilinde (.....) adet, İstanbul, Bursa, Antalya, Eskişehir ve Konya illerinde (.....) adet "Babymall" markalı fiziki mağazası bulunmaktadır.

⁷E-ticaret platformu kanalı olarak www.Babymall.com.tr ve www.Botti.com.tr alan adları ile faaliyet göstermektedir.

⁸Uşak, Kayseri, Mardin, Trabzon, Diyarbakır, Ordu, Nevşehir, Antalya, İzmir, Bursa ve Adıyaman illerinde (.....) adet olmak üzere toplam (.....) adet "Botti" markalı franchise mağazası bulunmaktadır.

⁹Teşebbüsün franchise satışları ve internet satışlarından elde ettiği gelir perakende satışlara dâhil edilmiştir.

¹⁰İlgili verinin sağlandığı tarih itibarıyla (12 Şubat 2025) teşebbüsün gelir tabloları kesinleşmediğinden 2024 yılı net satışlarından daha düşük bir değer üzerinden hesaplama yapılmış olup bu durum, hesaplamada göz ardı edilebilir değişikliklere yol açmaktadır.

- (36) Bu noktada dosya konusu iddiaların ÖZELCAN'ın franchise bayilerine yönelik eylemlerinden oluşması hasebiyle teşebbüsün franchise dağıtım sistemine değinmek de yerinde olacaktır.
- (37) Detaylarına ileride yer verilecek olmakla birlikte, franchise sistemini en genel anlamda, bir anlaşma dâhilinde franchise verenin franchise alana belirli bir ücret karşılığında sahibi olduğu mal ve hizmetleri satma yetkisi veren bir sürüm sistemi olarak tanımlamak mümkündür. Bu sistem ile franchise alan taraf, tanınmış markanın işletme hakkını elinde bulundurmakta ve marka imajından faydalanarak sürekli müşteri potansiyeli kazanmaktadır. Franchise sisteminde franchise veren, franchise alana işletme planlaması, pazarlama stratejileri, personel eğitimi ve hatta finansal planlama gibi konularda destek vermekte; böylelikle franchise alan faaliyetlerine başlangıç aşamasında önemli bir avantaj elde etmektedir. Franchise veren ise buna karşılık bir bedele hak kazanmaktadır. Bu bedel genelde “franchise ücreti” olarak bilinmektedir.
- (38) Bu anlamda franchise sözleşmesi; bir sistem içerisinde her iki tarafa borç yükleyen, dikey anlaşma niteliğinde satma ve dağıtma hakkı olan çerçeve bir sözleşme niteliğindedir. Franchise sözleşmeleri *sui generis* niteliği itibarıyla farklı şekillerde kaleme alınabilmekle birlikte; tüm franchise sözleşmelerinin taşıması gereken bazı ortak unsurlar bulunmaktadır. Bu unsurları ise temelde; franchise alanın bağımsız olması, sözleşmeye dair ücret unsuru, tarafların sürekli borç ilişkisi içerisinde olması, franchise paketi (sistemi), tarafların satma ve dağıtma hakları olarak ifade etmek mümkündür. Bu noktada öncelikle ÖZELCAN'ın gerçek anlamda bir franchise sistemine sahip olup olmadığına ortaya konması önem arz etmektedir.
- (39) Franchise sisteminin ilk unsuru olan “franchise alanın bağımsız olması” koşulu, esasında, franchise alanın riski üstlenen taraf olarak ayrı bir tüzel kişiliğe sahip olmasını ve kendi nam ve hesabına çalışmasını ifade etmektedir. Bu noktada franchise alanın sistemin bir parçası olabilmek için kendi sermayesine sahip olması gerekmektedir. Dosya kapsamında ÖZELCAN'ın franchise'ı olduğu tespit edilen teşebbüslerin görüşüne başvurulmuş olup teşebbüslerce bu hususa ilişkin olarak kendi nam ve hesaplarına hareket ettikleri, ÖZELCAN ile herhangi bir gelir paylaşım modellerinin bulunmadığı ve ÖZELCAN tarafından teminat mektubu karşılığında teslim edilen ürünlerin satışından ÖZELCAN'a herhangi bir bedel ödenmediği ifade edilmektedir. Keza ÖZELCAN tarafından da franchise alanlar ile herhangi bir gelir paylaşımının söz konusu olmadığı ve franchise mağazaların ticari faaliyetlerini bağımsız teşebbüsler olarak yürüttüğü ifade edilmektedir. Açıklanan hususlar sebebiyle somut olay bakımından ilk koşulun sağlandığı değerlendirilmektedir.
- (40) Sisteme yönelik ikinci koşul franchise alan tarafından ödenecek ücret unsurudur. Dosya kapsamında ÖZELCAN'ın taraf olduğu tüm sözleşmeler incelenmiş olup sözleşmelerde franchise alan tarafından franchise verene ödenmesi kararlaştırılan bir “franchise bedeli”nin belirlendiği ve bu bedelin ödeme yönteminin sözleşme taraflarınca düzenlendiği görülmektedir. ÖZELCAN tarafından gönderilen cevabi yazıda franchise bedelinin içinde franchise tabela bedeli, pazarlamaya ilişkin hizmet bedelleri, yazılım bedeli gibi bedellerin olduğu da ifade edilmiş olup söz konusu bedeller aşağıdaki gibi tanımlanmaktadır:
- **Franchise tabela bedeli:** Franchise mağazaları tarafından franchise sözleşmesinin imzalanmasının ardından mağaza büyüklüğüne bağlı olarak belirlenen franchise tabela bedeli tek seferlik olarak ödenmektedir.
 - **GizSoft programı kullanım bedeli:** Bu bedel, franchise alanların satış, fiyat değişikliği, kasa işlemleri ve raporlama gibi operasyonlarını yürütmek amacıyla

kullanılan GizSoft programı için ödediği kurulum bedeli, aylık bakım ücreti gibi bedellerden oluşmaktadır.

- **Pazarlama faaliyetleri kapsamındaki hizmet bedelleri:** Franchise alanlara pazarlama faaliyetleri doğrultusunda belirli hizmetler sağlanmakta olup bu kapsamda bir pazarlama bütçesi belirlenmekte ve duruma göre bu bütçe franchise alanlarla paylaşılmaktadır.

- (41) Yukarıda yer verilen açıklamalardan da anlaşılacağı üzere, ilgili koşulun da sağlandığı görülmektedir.
- (42) Franchise sistemine yönelik bir diğer koşul da taraflar arasındaki borç ilişkisinin sürekliliğidir. Bununla kastedilen ise söz konusu sözleşme ile her iki tarafa borç yüklenmesi ve tarafların borcunu devamlı ifa etmesi yükümlülüğüdür. ÖZELCAN'ın sözleşmeleri incelendiğinde, sözleşmelerin franchise alan ve franchise veren olmak üzere her iki tarafı borç altına sokacak şekilde kaleme alındığı, her iki tarafın ifa yükümlülüğünün belirlilik taşıdığı ve tarafların sözleşmede belirlenen süre boyunca bu borçlarını yerine getirmesinin kararlaştırıldığı görülmektedir. Bu bakımdan anılan koşulun da somut olay bakımından karşılık bulduğu söylenebilecektir.
- (43) Bir diğer koşul franchise paketi olarak da isimlendirilen, franchise verenin, franchise alana sunduğu üretim, işletme ve pazarlama sistemi, gayri maddi mallar (marka, işletme adı, amblem, sembol, logo, know-how, dekorasyon, işletme ile ilgili teknik bilgiler, vb.), franchise organizasyonu vb. edimleri ifade etmektedir.
- (44) ÖZELCAN tarafından gönderilen cevabi yazıda franchise alana destek sağlanan hususlar aşağıdaki gibi örneklendirilmektedir:
- Mağazanın açılmasının planlandığı aşamada mağazanın bulunması ve franchise alanın mağazanın fiziki imkânları hakkında bilgilendirilmesi.
 - Franchise kimliği göz önünde bulundurularak açılacak olan mağazaların aynı dekor ve dizayna sahip olabilmesi için gerekli standartların paylaşılması.
 - Mağazanın ürün yerleştirilecek olan reyonlarının mağazanın fiziksel alanına göre en optimal şekilde yerleştirilmesi ve verimli kullanılabilmesi için gerekli proje planlamasının yapılması.
 - Mağazada satılacak marka ve ürünlerin satılabilirliği ve segmentasyonu konusunda bilgi aktarımı yapılması.
 - ÖZELCAN tarafından franchise mağazası için oluşturulan marka ve ürün segmentasyonun diğer franchise mağazalarındaki gibi yerleştirilmesinin sağlanması.
 - Açılacak olan franchise mağazasının mağaza içinde veya dışında reklama elverişli alanlarının belirlenerek atıl olarak boş kalacak kısımların gerekli reklam ekipmanları ile dekore edilmesi.
 - Ürünlerin mağazaya gelen müşteriye özellikleri ile detaylı bir şekilde anlatılması ve ürünü alacak müşterinin aldığı üründen maksimum faydayı sağlayabilmesi için yeni açılacak franchise bayisi personelinin eğitilmesi.
 - Franchise alanların operasyonlarını yönetebilmeleri için GizSoft adı verilen bir programa yönelik eğitim verilmesi.
- (45) Yukarıda açıklanan hususlar, ÖZELCAN tarafından franchise alanlara, ilgili marka ve hizmete ilişkin gerekli tüm eğitim ve desteklerin verildiğini ortaya koymakta; dolayısıyla söz konusu koşulun da sağlandığı değerlendirilmektedir.
- (46) Franchise sistemine ilişkin son unsur ise franchise alanın ekonomik olarak bağımsız faaliyette bulunması amacıyla franchise alana franchise veren tarafından mal ve

hizmetleri satma veya dağıtma hakkının verilmesidir. ÖZELCAN'ın tarafı olduğu sözleşmeler incelendiğinde, franchise alana, sözleşmede belirtilen “ürün”lerin satış hakkının verildiği ve bu hususun sözleşmeye “*Botti’de satılacak perakende mallar, Ürün(ler) olarak anılacaktır.*” şeklinde dercedildiği görülmektedir. Dahası, sözleşmelerin muhtelif bölümlerinde de ürünlerin satış hakkının franchise alana verildiğine yönelik açık hükümler yer almaktadır. Dolayısıyla, somut olay bakımından son koşulun da karşılandığı görülmektedir.

- (47) Yukarıda yer verilen açıklamalar ışığında ÖZELCAN'ın incelemeye konu iddialar bakımından ele alınan dağıtım sisteminin franchise niteliği taşıdığı değerlendirilmektedir.
- (48) ÖZELCAN'ın franchise bayileri ile akdettiği sözleşmeler incelendiğinde, teşebbüsün, franchise bayilere ürünleri yalnızca kendisinden tedarik edeceğine, başkaca herhangi bir sağlayıcıdan ürün temin etmeyeceğine ve satışa sunulacak ürünlerin ÖZELCAN tarafından belirleneceğine yönelik rekabet etmeme yükümlülüğü getirdiği görülmektedir. Söz konusu sözleşme hükümlerine yönelik detaylı değerlendirmelere ilerleyen kısımlarda ayrıca yer verilmektedir.

I.2. İlgili Pazar

- (49) Pazar tanımı, teşebbüsler arasındaki rekabetin sınırlarını tespit etmekte kullanılan bir araçtır. Pazarın tanımlanmasındaki temel saik, incelenen teşebbüslerin karşı karşıya bulundukları rekabet koşullarının belirlenmesidir. Bir pazarı hem ürün hem de coğrafi bölge boyutlarıyla tanımlamaktaki amaç ise incelenen teşebbüslerin davranışlarını sınırlama ve etkin bir rekabetçi baskıdan bağımsız olarak davranmalarını önleme gücüne sahip rakiplerinin ortaya çıkarılmasıdır. Kurul, ilgili pazarın tanımlanmasında esas alacağı temel ilkeleri İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz (İlgili Pazar Kılavuzu) kapsamında ortaya koymuştur. Bu kapsamda, ilgili pazarın daha sağlıklı tanımlanabilmesi açısından aşağıda öncelikli olarak dosya konusu sektöre ilişkin genel bilgi verilecek, akabinde ilgili ürün pazarı ve coğrafi pazar belirlenecektir.

I.2.1. Bebek Ürünleri Sektörü Hakkında Bilgi

- (50) Bebek ürünleri sektörü, bebek ve küçük çocukların yaşamlarını kolaylaştırmak, güvenliğini sağlamak ve gelişimlerini desteklemek için tasarlanmış çok sayıda ürün kategorisinden oluşan ve çeşitli yaş grupları özelinde farklılaşma gösterebilen dinamik bir sektördür. Bu sektör, genel olarak bebekler ve küçük çocukların ihtiyaçları doğrultusunda şekillendiğinden oldukça geniş bir ürün yelpazesinden oluşmakta; bu ürünler ise bebek bakım ürünleri, beslenme ürünleri, giyim ve tekstil ürünleri, oyuncak ve eğlence ürünleri, güvenlik ürünleri ve sağlık ürünleri gibi çeşitli alt kategorilere ayrılmaktadır. Bu kapsamda;
- *Bebek bakım ürünleri* kategorisinde yer alan bebek bezi, ıslak mendil, krem, şampuan, bebek banyoları, havlu, tarak vb.,
 - *Bebek besin ürünleri* kategorisinde yer alan bebek mamaları, takviye besinler vb.,
 - *Bebek emzirme ve beslenme ürünleri* kategorisinde yer alan göğüs pompası, emzik, biberon, önlükler vb.,
 - *Bebek tekstil ürünleri* kategorisinde yer alan kıyafet, ayakkabı, şapka ve çeşitli giyecekler vb.,

- *Mobilya ve dekorasyon ürünleri* kategorisinde yer alan bebek yatakları, bebek dolapları, bebek beşikleri, bebek koltukları ve aksesuarları, çocuk masaları, çocuk sandalyeleri, çocuk odası duvar kağıtları vb.,
- *Oyuncak ve eğlence ürünleri* kategorisinde yer alan peluş oyuncaklar, eğitici oyuncaklar, bulmacalar, oyun halıları vb.,
- *Güvenlik ürünleri* kategorisinde yer alan bebek kapı tıkaçları, çocuk koruma kapakları, bebek kapı kilitleri, bebek monitörleri, bebek telsizleri vb.,
- *Bebek taşıma ve seyahat gereçleri* kategorisinde yer alan bebek taşıma çantaları, bebek taşıma *slingleri*¹¹, bebek arabaları, ana kucağı vb.

gibi ürünler ilgili sektörün odak noktasını oluşturmaktadır. Bu sektörde ürünlerin tasarımı, güvenliği, ergonomisi ve çevresel etkileri gibi unsurlar ön plana çıkmakta; ayrıca, sürekli değişen ebeveyn talepleri ve çocuk ihtiyaçları doğrultusunda yenilikçi yöntemlerin benimsenmesi, sektördeki firmaların pazar trendlerine uyum sağlaması açısından önem arz etmektedir.

- (51) Bebek ürünleri sektörü, dünya genelindeki demografik ve sosyo-ekonomik değişimlerden doğrudan etkilenen ve büyüme potansiyeli yüksek olan sektörlerin başında gelmektedir. *Grand View Research*¹² tarafından yapılan bir araştırma, küresel bebek ürünleri piyasasının 2024 yılında 337,6 milyar dolar büyüklüğünde olduğunu, 2030 yılında ise küresel çaptaki boyutunun 475,15 milyar dolara ulaşacağını tahmin edildiğini ortaya koymaktadır. Özellikle son yıllarda sektörün büyüme hızı artan bir ivme kazanmış olup bu büyümenin temelinde sektörün ekonomik krizlere karşı dirençli olması, hızlı nüfus artışı, artan gelir düzeyi, ebeveynlerin çocuklarının sağlığı, güvenliği ve konforu konusundaki bilinç düzeyinin yükselmesi ve bu doğrultuda çocuklarını daha güvenli ve sağlıklı şekilde yetiştirme istekleri, annelerin çalışma hayatındaki aktif rolü ve bebek ürünlerine yönelik talep artışları gibi önemli faktörler yer almaktadır. Ayrıca, teknolojik gelişmeler ve yenilikçi ürünlerin ortaya çıkması da sektörün dinamiklerini etkileyen unsurların başında gelmektedir. Odaklandığı müşteri grubu gereği bebek ve küçük çocuklar için özelleştirilen çeşitli tekstil, oyuncak, güvenlik ve yiyecek ürünlerini barındıran bu sektöre yön verme konusunda ebeveyn tercihleri de önem arz eden bir diğer husustur.
- (52) Ebeveynlerin çocuklarının sağlığı ve güvenliği konusundaki endişeleri, bebek ürünlerin daha sıkı düzenlemelere tabi tutulmasına ve kalite standartlarının yükseltilmesine yol açmıştır. Bu doğrultuda bebek ve çocuklara yönelik ürünler; güvenliği, kalitesi ve tüketicilerin sağlığına uygunluğunu sağlamak amacıyla küresel çapta ve Türkiye’de birçok düzenlemeye tabi tutulmuştur. Örneğin bebek formüllerine¹³ yönelik olarak 02.07.2019 tarihli ve 30819 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak çıkarılan 2019/14 sayılı Türk Gıda Kodeksi Bebek Formülleri ve Devam Formülleri Tebliği (Bebek Formülleri Tebliği) bebek formülleri ile ilgili bileşenlere, pestisitlerle¹⁴ ilgili şartlara ve diğer çeşitli gerekliliklere yer vermektedir. Bebek Formülleri Tebliği kapsamında bebek formülleri ve devam formülleri, sadece işbu Tebliğ’e uygun olmaları halinde ve Tarım

¹¹Bebek taşıma *slingi* ya da bebek askısı, genellikle esnek materyalli bir kumaştan tasarlanan ve bebeğin ebeveynin vücuduna bağlanarak taşınmasına olanak sağlayan bir bebek ürünüdür.

¹²Kaynak: https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/baby-products-market?utm_source=prnewswire&utm_medium=referral&utm_campaign=fmcg_6-feb-23&utm_term=baby-products-market&utm_content=rd1/request/rs2; Erişim Tarihi: 08.04.2025.

¹³ Bebeklerin yaşamlarının ilk ayları boyunca kullanılması amaçlanan ve uygun tamamlayıcı beslenme başlayıncaya kadar tek başına bebeklerin ihtiyaçlarını karşılayan gıdaları ifade etmektedir.

¹⁴ Pestisit, zararlı organizmaları engellemek, kontrol altına almak ya da zararlarını azaltmak için kullanılan madde ya da maddelerden oluşan karışımlardır.

ve Orman Bakanlığının 21.03.2024 tarihinde revize edilen Bakanlıkça Bebek Formülleri ve Devam Formüllerinde Kullanımına İzin Verilen Bileşenler Listesi gözetilerek piyasaya arz edilebilmektedir.

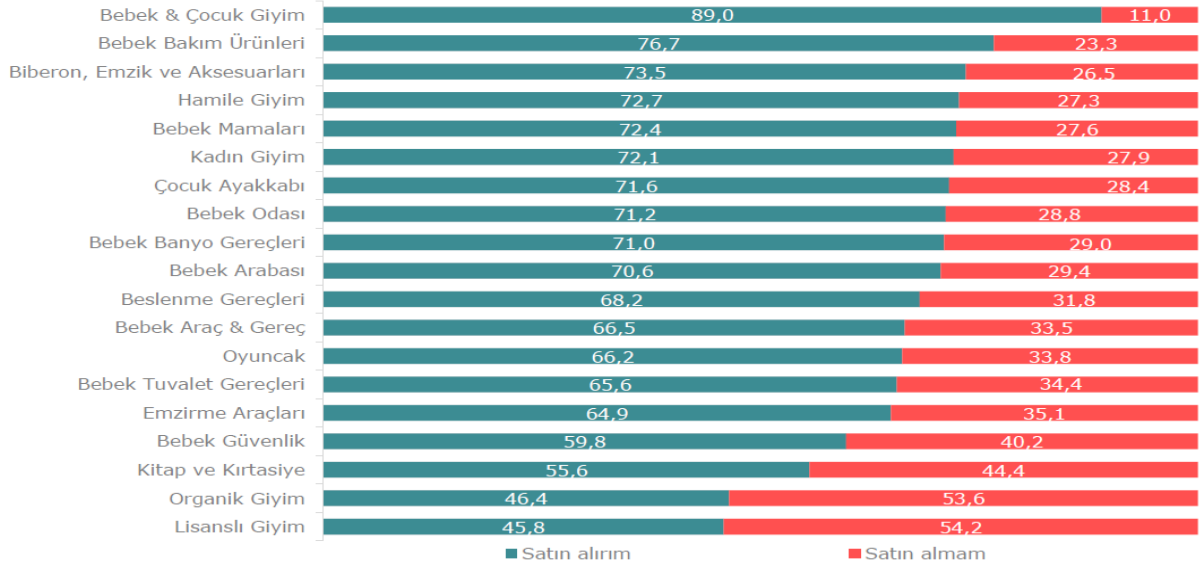
- (53) İlgili sektöre ilişkin bir diğer düzenleme biberon, emzik, diş kaşıyıcı gibi bebek ürünlerinin ithalatında tabi olunan standartların uygunluğunun denetlenmesi amacıyla 31.12.2023 tarihli ve 32416 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak çıkarılan 2024/17 sayılı Anne ve Bebek Ürünlerinin İthalat Denetimi Tebliği’dir. İlgili Tebliğ çerçevesinde bahse konu ürünlerin ithalatını gerçekleştirmek isteyen teşebbüslerin Dış Ticarete Risk Esaslı Kontrol Sistemi¹⁵’nde (TAREKS) tanımlanması ve teşebbüs adına işlem yapacak en az bir kullanıcının yetkilendirilmesi gerekmektedir. Bununla birlikte mezkûr Tebliğ kapsamında yer alan ürünlerin standartlara uygunluğunun denetlenmesi amacıyla bahse konu ürünlere ilişkin risk analizi veya fiili denetim de gerçekleştirilmektedir.
- (54) İlgili düzenlemelerin yanında, bazı bebek ürünlerinin kullanımı çeşitli mevzuat hükümleri çerçevesinde zorunlu kılınmış olup bu ürünlerin denetimleri adına çeşitli standartlar ve testler oluşturulmuştur. Keza oto koltuklarının kullanımına ilişkin olarak 18.07.1997 tarihli ve 23053 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Karayolları Trafik Yönetmeliği’nin 150. maddesinde; “M1, M1G, N1, N1G, N2 ve N3 sınıfı araçlarda¹⁶ 150 cm’den kısa ve 36 kg’ın altındaki çocukların taşınması sırasında çocukların ağırlığına uygun bu Yönetmeliğin ekinde yer alan (1) sayılı cetvelde yer alan çocuk bağlama sistemlerinin¹⁷ kullanılması zorunludur.” düzenlemesine yer verilmektedir. Aynı yönetmelikte çocuk bağlama sistemi olmayan bahsi geçen araçlarda 3 yaşın altındaki çocukların taşınması da yasaklanmaktadır. Oto koltuklara ilişkin standartlar ise Avrupa Birliği tarafından uygulanan “ECE R44/04 Standartları” ve “i-Size Kriterleri” ile Almanya’da çocuk araç koltukları testlerini organize eden bir kuruluş olan Allgemeiner Deutscher Automobil-Club (ADAC) tarafından yürütülen testlerden oluşmaktadır.
- (55) Bebek ürünleri sektörü, geniş bir ürün gamından oluşmakla birlikte, bu ürünlerin aktif kullanımı ve hanelerde bulunabilirlik oranları farklılık gösterebilmektedir. BAGİDER tarafından 2022 yılında hazırlanan “Bebek Araç ve Gereç Bulunurluğu Raporu”nda; emzik, biberon, göğüs pompaları, bebek arabaları ve oto koltuklarının bulunurluğunun incelendiği, incelenen ürünlerden biberon ve bebek arabaları gibi ürünlerin hem bulunurluk hem de aktif kullanım noktasında oldukça yüksek bir orana sahip olduğu görülmektedir.
- (56) Kantitatif Araştırma Merkezi tarafından 2023 yılının Haziran ayında hazırlanan ve tüketicilerin mevcut ve potansiyel eğilimlerini konu alan “Potansiyel Müşteriler Nezdinde Profil, Algı ve Alışveriş Davranışları Araştırması” (Kantitatif Araştırması) isimli raporda da bebek ürünlerin aktif kullanımı ve hanelerde bulunabilirlik oranlarına yönelik tespitlere yer verilmektedir. Söz konusu raporda yer alan grafik aşağıdaki gibidir:

¹⁵ Ürün Güvenliği ve Teknik Düzenlemeler Mevzuatı uyarınca yürütülen denetim, uygunluk ve izin işlemlerinin elektronik ortamda ve risk analizi esaslı olarak yapılması amacıyla kurulan internet tabanlı uygulamayı ifade etmektedir.

¹⁶ İlgili yönetmelikte ifade edilen bu araçlardan M1 ve M1G otomobil, N1 ve N1G kamyonet ve panelvan, N2 ve N3 ise kamyon ve çekici cinsi araçları temsil etmektedir.

¹⁷ Yönetmelik metninde “çocuk bağlama sistemi” olarak ifade edilen düzenek aynı zamanda oto koltuğu olarak adlandırılmaktadır.

Şekil-1: Tüketiciler Nezdinde Bebek Gereçleri Sektöründe En Az Bir Kere Alınan Ürün Grupları (%)



- (57) Şekilde ilgili ürünler özelinde şekillenen tüketici eğilimleri dikkate alındığında, ankete katılan katılımcıların %89'unun bebek & çocuk giyim ürün grubundan en az bir defa satın alım gerçekleştirdikleri, bu ürünleri %76,7 oranla bebek bakım ürünlerinin ve %73,5 oranla biberon, emzik ve aksesuarların izlediği görülmektedir. Bunların yanı sıra hamile giyim ve bebek mamaları da sıklıkla satın alınan ürün kategorileri arasında yer almaktadır.
- (58) İlgili raporda dikkat çeken husus ise, birçok sektörde etkisini fazlasıyla gösteren dijital dönüşüme rağmen bebek ürünleri sektöründe halen %98,3 oranında fiziki satış noktalarının tercih ediliyor olmasıdır.

Tablo-5:Tüketiciler Tarafından Alışveriş Yapılan Satış Yerleri

Tüketiciler Tarafından Alışveriş Yapılan Satış Yeri	Satış Yüzdesi (%)
Alışveriş Merkezleri	55,8
Cadde Üzerindeki Mağazalar	24,3
Boyer, YKM vb.	10,9
Outlet- Fabrika Satış Mağazaları	4,8
Pazar	2,5

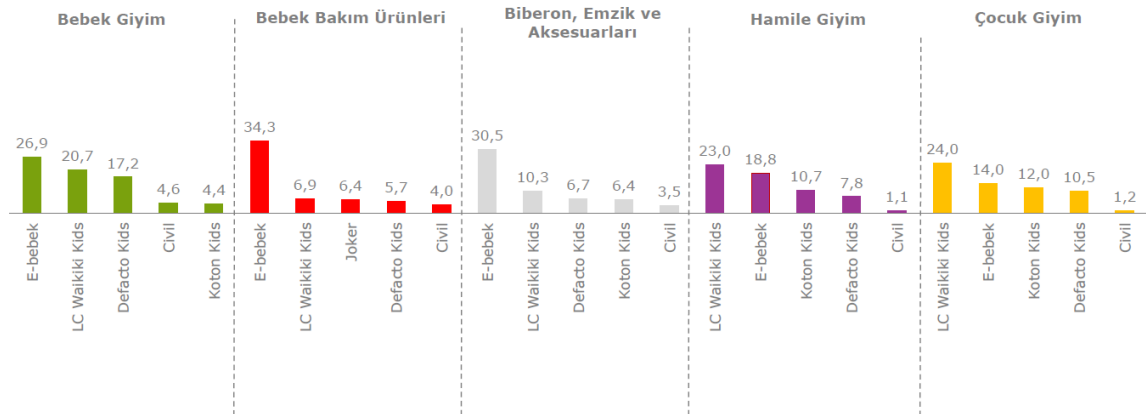
Kaynak: CİVİL müşteri memnuniyeti araştırması "KALİTATİF ARAŞTIRMA RAPORU" Mayıs 2023

- (59) BAGİDER tarafından 2022 yılında hazırlanan raporda da benzer tespitlere yer verilerek son dönemlerde tüketicilerin alışveriş alışkanlıklarında yaşanan dijital dönüşüme rağmen, incelenen ürünlerin tümü için fiziki mağazaların hala kritik öneme sahip olduğu, bu kapsamda bebek beslenmesine yönelik alışverişin %87'sinden fazlasının, bebek arabalarına yönelik alışverişin %76'sının ve oto koltuklarına yönelik alışverişin ise %60'ının fiziksel mağazalardan yapıldığı ifade edilmektedir.
- (60) Dosya kapsamında bebek ve çocuk ürünleri sektöründe faaliyet gösteren oyuncuların görüşlerine de başvurulmuş olup Kurum kayıtlarına intikal eden cevabi yazılarda bebek besin ürünlerinin satışında eczanelerin; göğüs pompaları, bebek oto koltukları ve bebek arabalarının satışında ise bebek ürünleri satan fiziki mağazaların en çok tercih edilen satış noktaları olduğu belirtilmektedir. Bununla birlikte, teşebbüsler tarafından fiziki kanalların yanında, e-ticaretin gelişmesiyle birlikte çevrim içi kanalların da son dönemlerde önem kazandığına vurgu yapılmaktadır.
- (61) Kurum kayıtlarına intikal eden cevabi yazılarda ayrıca, bebek ve çocuk ürünlerinin ağırlıklı olarak yurt dışından ithal edilerek distribütörler aracılığıyla dağıtıldığı, söz

konusu ürünlere yönelik ithalatın ise büyük oranda Çin'den yapıldığı ifade edilmektedir. Dosya kapsamında bilgisine başvurulmuş teşebbüsler tarafından, anılan ürünlerin üretimine ilişkin maliyetin yüksek olmasından bahisle yerli üretimin oldukça sınırlı olduğu ifade edilerek bu durumun Türkiye’de üretimin tercih edilmemesine neden olduğu belirtilmektedir. İlaveten, üretim maliyetinin yüksek olmasının yanında, yurt dışından ithal edilen ürünlere uygulanan gümrük vergilerinde yaşanan artış, döviz kurunda meydana gelen dalgalanmalar, ilgili ürünlere yönelik güvenlik ve sertifika uygulamalarının olması gibi faktörlerin de bebek ve çocuk gereçleri sektöründe faaliyet gösteren oyuncular tarafından pazara giriş engeli olarak değerlendirildiği görülmektedir.

- (62) Giriş engellerinin varlığına rağmen, Türkiye’de anne-bebek gereçlerinin tedariki ve satışı alanında faaliyet gösteren çok sayıda marka bulunmaktadır. Sektörün büyüme potansiyeline bağlı olarak yakın bir gelecekte marka sayısında da artış yaşanması öngörülmektedir. Mevcut durumda Türkiye’de anne-bebek sektöründe nihai müşteriye satışı yapılan 285 markanın varlığından bahsedilmektedir¹⁸. Ayrıca çok sayıda perakendeci mağazanın bebek ürünlerini ayrı bir bölümde satmaya başladığı bilinmektedir. Sektörde yalnızca bebek ürünlerinin satışını gerçekleştiren mağazalar olabildiği gibi, çoklu ürün kategorilerinin satışını yapan market/mağaza veya e-ticaret siteleri de yer almaktadır.
- (63) CİVİL tarafından 2023 yılında müşteri memnuniyeti esas alınarak hazırlanan *KALİTATİF ARAŞTIRMA RAPORU* isimli raporda, bebek ürün grupları bazında en çok tercih edilen bebek/çocuk mağazalarının oransal dağılımına yönelik bir çalışma gerçekleştirilmiştir. İlgili çalışmaya ilişkin bulgulara aşağıda yer verilmektedir:

Şekil-2: Ürün Grupları Bazında Alışveriş Yapılan Mağazaların Oransal Dağılımı



Kaynak: CİVİL müşteri memnuniyeti araştırması “*KALİTATİF ARAŞTIRMA RAPORU*” Mayıs 2023

- (64) Raporda yer verilen çalışma incelendiğinde (Şekil-2), bebek giyim kategorisinde en çok tercih edilen mağazanın %26,9 ile E-BEBEK olduğu görülmektedir. Aynı kategoride LCW ve DEFACTO sırasıyla %20,7 ve %17,2 oranında tercih edilirken, bu mağazaları %4,6 ve %4,4 ile CİVİL ve KOTON izlemektedir. Bebek bakım ürünleri kategorisine gelindiğinde de en yüksek alışveriş oranının %34,3 ile E-BEBEK’te olduğu görülmekte; E-BEBEK’i %6,9, %6,4, %5,7 ve %4 ile sırasıyla LCW, JOKER, DEFACTO ve CİVİL takip etmektedir. Benzer bir tabloya biberon, emzik ve aksesuarlar

¹⁸ “Bebek Popüler Markalar”, Anne Bebek Sektörü Aktörleri: Link (<https://www.e-bebek.com/markalar/>), (Erişim Tarihi: 08.05.2024).

kategorisinde de rastlanmakta olup söz konusu ürün kategorisi bakımından da en fazla tercih edilen mağazanın %30,5 pay ile E-BEBEK olduğu dikkat çekmektedir. İlgili ürün kategorisi bakımından en yüksek orana sahip diğer mağazalar ise %10,3, %6,7, %6,4 ve %3,5 pay ile sırasıyla LCW, DEFACTO, KOTON ve CİVİL olmuştur. İlgili çalışmada yer verilen tespitler ışığında, E-BEBEK'in, özellikle bebek bakım ürünleri, biberon/emzik/aksesuarlar ve bebek giyim kategorilerinde pazarın lideri konumunda olduğu söylenebilecektir.

- (65) Öte yandan, söz konusu çalışmada pazar büyüklüğü hesaplanırken ağırlıklı olarak bebek/çocuk giyim ürünlerinin satışını gerçekleştiren mağazaların dikkate alındığı, çoklu ürün satışı yapan mağaza ve e-ticaret siteleri ile ÖZELCAN gibi bazı oyuncuların pazarın dışında bırakıldığı görülmüştür. Bu noktada, ilgili çalışmada, soruşturma tarafı ÖZELCAN'ın söz konusu pazara dâhil edilmemesi, seçilen örneklemin ve ürün gamının sınırlı bir düzeyde kalması ve ilgili verilerin yalnızca tüketici memnuniyetinin esas alınarak oluşturulmuş olması hasebiyle dosya kapsamında daha sağlıklı bir değerlendirme yapabilmek adına bebek ürünleri sektöründe faaliyet gösterdiği tespit edilen çok sayıda teşebbüsten bilgi talebinde bulunulmuştur.
- (66) Bu noktada önemle belirtmek gerekir ki, daha önce detaylı bir şekilde ifade edildiği üzere, soruşturma tarafı ÖZELCAN, bünyesinde (.....) marka ve (.....) adet bebek ürününün perakende satışını gerçekleştirmekte olup oldukça geniş bir ürün yelpazesine sahiptir. ÖZELCAN'ın satışları belirli bir ürün grubu üzerine yoğunlaşmadığından, teşebbüsün genel anlamda bebek ürünlerinin perakende satışı alanında faaliyet gösterdiği söylenebilecektir. Bununla birlikte, ÖZELCAN perakende satış faaliyetlerini hem fiziki mağazalar hem de çevrim içi mecralar üzerinden gerçekleştirmektedir. Bu çerçevede, bebek ürünlerinin perakende satışı alanında faaliyet gösteren fiziki mağazalar ile e-ticaret platformlarının da ÖZELCAN'ın rakibi olarak ele alınabileceği değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda aşağıdaki tabloda üçüncü taraflarca sağlanan bilgiler ışığında hesaplanan gelir bazlı pazar payı verilerine yer verilmektedir:

Tablo-6: Bebek Ürünlerinin Perakende Satışı Pazarında Faaliyet Gösteren Teşebbüslerin Gelir Bazlı Pazar Payları (%)

Teşebbüsler	2020	2021	2022	2023	2024
E-BEBEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MİGROS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
LCW	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ÖZELCAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DEFACTO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
CARREFOURSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HEPSİBURADA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
CİVİL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KOTON	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HAPPY ÇOCUK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DİĞER ¹⁹	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100	100	100	100	100

Kaynak: Teşebbüsler Tarafından Gönderilen Bilgiler Doğrultusunda Yapılan Hesaplamalar

¹⁹Sektörde bebek ürünlerinin perakende satışını gerçekleştiren çok sayıda teşebbüsün varlığı tespit edilmiş olup "Diğer" olarak ifade edilen kategoride OPT, AMAZON, MİNİ MODA, ÇAĞRI MAĞAZACILIK, ÇAĞDAŞ, ARTSANA, İLKE BEBEK, ÇOCUKİSTAN, TRENDYOL, MINY CENTER, GÜRKAN BEBE, ATAŞ, BARIŞ BEBE, MINY CITY, MADRENINO, SERSA, GENÇ BEBE, MOMSTORE, ÖZEN GROSS, WELCOME BABY, ALTUNBİLEKLER, ARMAĞAN OYUNCAK gibi pazar payı % (.....)'in altında kalan teşebbüsler yer almaktadır.

- (67) Teşebbüslerin gelir bazlı pazar paylarının yer aldığı Tablo-6 incelendiğinde 2020-2024 yılları arasında bebek gereçleri sektöründe %(.....) pazar payıyla (.....) ilk sırada yer almakta, soruşturma tarafı ÖZELCAN'ın pazar payı ise %(.....) gibi oldukça düşük bir seviyede kalmaktadır.
- (68) Aşağıdaki tabloda ise yalnızca bebek ürünlerinin perakende satışı alanında faaliyet gösteren teşebbüslerin gelir bazlı pazar paylarına yer verilmektedir.

Tablo-7:Yalnızca Bebek Ürünü Satışı Gerçekleştiren Teşebbüslerin Pazar Payları (%)

Teşebbüsler	2020	2021	2022	2023	2024
E-BEBEK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ÖZELCAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
CİVİL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HAPPY ÇOCUK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
OPT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DİĞER ²⁰	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100	100	100	100	100

Kaynak: Teşebbüsler Tarafından Gönderilen Bilgiler Doğrultusunda Yapılan Hesaplamalar

- (69) Bir önceki tabloya benzer şekilde, Tablo-7'de yer alan veriler incelendiğinde de 2020-2024 yıllarında (.....)'in %(.....) arasında değişen oldukça yüksek bir pazar payı ile pazarın lideri konumunda olduğu, ÖZELCAN'ın pazar payının ise %(.....) gibi görece düşük bir orana karşılık geldiği görülmektedir. İlgili tablodan da anlaşılabileceği üzere pazarda irili ufaklı çok sayıda teşebbüs faaliyet göstermekte olup (.....) dışında kalan tüm teşebbüslerin pazar payları %(.....) arasında değişkenlik göstermekte, bu bakımdan pazarın çok oyunculu, parçalı ve rekabetçi bir yapı sergilediği göze çarpmaktadır.

1.2.2. İlgili Ürün Pazarı

- (70) İlgili Pazar Kılavuzu'nda belirtildiği üzere, ilgili pazarın tespitinde; ürünü satın alanların veya hizmetten yararlananların gözünde ürünün/hizmetin fiyatı, kullanım amaçları, fiziksel özellikleri ve nitelikleri bakımından aynı sayılan ya da yüksek ikame edilebilirliği olan mal ve hizmetlerden oluşan pazar dikkate alınmaktadır. Bu kapsamda, talep ikamesinin ilgili ürün pazarı tanımında belirleyici rolü olmakla birlikte, arz ikamesi de talep ikamesi ile eşdeğer etkisi olduğu durumlarda hesaba katılmaktadır.
- (71) Mevcut dosyanın da konusunu oluşturan bebek ürün gruplarının her biri, bebeklerin büyüme süreciyle paralel olarak değişen ihtiyaçlarına cevap vermek ve ebeveynlerin hayatını kolaylaştırmak amacıyla tasarlanmış çok sayıda ürün kategorisinden oluşmaktadır. Bu ürün grupları içerisinde özellikle bebek bakım ürünleri, bebek besin ürünleri, bebek emzirme ve beslenme ürünleri, bebek tekstil ürünleri, mobilya ve dekorasyon ürünleri, oyuncak-eğlence ürünleri ve bebek taşıma ve seyahat gereçleri en sık tercih edilen ürün grupları olarak öne çıkmaktadır.
- (72) Dosya kapsamında elde edilen bilgiler çerçevesinde, bebek ürünlerinin perakende satışını gerçekleştiren çok sayıda oyuncunun varlığı dikkat çekmekte olup bu ürünlerin bebek mağazalarının yanında, yerel veya zincir mağaza ya da bebek ürünü alanında ihtisas mağazası olup olmadığına bakılmaksızın farklı amaçlarla kurulmuş birçok mağaza ya da çevrim içi satış kanalı tarafından da satılabildiği görülmektedir. Bu

²⁰Sektörde yalnızca bebek ürünlerinin perakende satışını gerçekleştiren çok sayıda teşebbüsün varlığı tespit edilmiş olup "Diğer" olarak ifade edilen kategoride MİNİ MODA, ARTSANA, İLKE BEBEK, ÇOCUKİSTAN, MINY CENTER, GÜRKAN BEBE, ATA, BARIŞ BEBE, MINY CITY, MADRENINO, SERSA, MOMSTORE, WELCOME BABY, ARMAĞAN OYUNCAK gibi pazar payı %(.....)'in altında kalan teşebbüsler yer almaktadır.

noktada dikkat çeken husus ise, çoklu ürün kategorilerinin satışına odaklanan, diğer bir deyişle bebek ürünleri alanında ihtisası bulunmayan (.....) gibi birçok oyuncunun, salt bebek ürünleri satışı gerçekleştiren mağazalara kıyasla pazardan daha fazla pay alabiliyor olmasıdır²¹. Sektörde marka bilinirliği, reklam, ürün çeşitliliği gibi unsurlar teşebbüslerin tüketiciler nezdinde tercih edilebilirliğini artıran faktörler arasında yer almakla birlikte, bu unsurların tüketici tercihlerinde her zaman belirleyici olmadığı, dönemsel koşullara ve trendlere bağlı olarak bu tercihlerin de değişkenlik gösterebildiği söylenebilecektir²². Ayrıca, dosya kapsamında edinilen bilgiler ışığında, sektöre girişi doğrudan zorlaştıracak bir engelin varlığından bahsetmek mümkün görünmemektedir. Zira sektörde faaliyet gösteren oyuncu sayısının fazlalığı, sektörün rekabetçi, yenilikçi ve dinamik yapısı ile sektöre yapılan yeni girişler de bu durumu destekler niteliktedir.

- (73) Daha önce de ifade edildiği üzere, soruşturma tarafı olan ÖZELCAN e-ticaret, şube mağazacılık ve franchise kanalları aracılığıyla ağırlıklı olarak bebek ürünlerinin perakende satışı alanında faaliyet göstermekte; bu kapsamda (.....) marka ve (.....) adet ürün özelinde, yaklaşık (.....)-(.....) tedarikçi ile çalışmaktadır. ÖZELCAN'ın satışını gerçekleştirdiği ürün gamı içerisinde çok sayıda ürün kategorisi yer almaktadır. Teşebbüs tarafından sağlanan cevabi yazılarda, ÖZELCAN'ın 2024 yılı özelinde en çok satışını gerçekleştirdiği 5 ürün grubu sırasıyla bebek odası, ana kucağı ve oto koltuğu, oyuncak, bebek arabası ve bebek giyim olarak ifade edilmiştir. Söz konusu ürün gruplarının teşebbüsün ilgili yıldaki toplam geliri içerisindeki ağırlığının da sırasıyla %(.....), %(.....), %(.....), %(.....) ve %(.....)'ya karşılık geldiği görülmektedir. Dolayısıyla teşebbüsün satışını gerçekleştirdiği ürün gamının çeşitlilik gösterdiği söylenebilecektir.
- (74) Bu noktada, bebek ürünleri/gereçlerine ilişkin geçmiş tarihli Kurul kararlarına değinmek yerinde olacaktır. Kurul içtihadına bakıldığında, bebek ürünleri sektörünün çeşitli alt kırımlarının rekabet incelemesine konu olabildiği görülmekte ve Kurulun dosya konusu iddiaları da göz önünde bulundurarak farklı pazar tanımları benimseyebildiği dikkat çekmektedir.
- (75) Örneğin, Kurulun 14.08.2003 tarihli ve 03-56/651-299 sayılı "Numil" kararında, Numil Gıda Ürünleri Sanayi ve Ticaret AŞ'nin ürünlerini market, bakkal, büfe vb. gibi satış yerleri kanalıyla da tüketicilere ulaştırmak için distribütörleri ile imzaladığı "Distribütörlük Sözleşmesi"ne menfi tespit belgesi verilmesi veya muafiyet tanınması talebi değerlendirilmiştir. Bahse konu kararda ilgili ürün pazarının, "*başlangıç biberon mamaları pazarı*", "*devam biberon mamaları pazarı*", "*kaşık mamaları pazarı*" ile "*kavanoz mamaları pazarı*" şeklinde birden fazla alt ürün pazarından oluştuğu belirtilmekle birlikte pazarın en geniş anlamda "*hazır bebek maması pazarı*" ile "*rezene ve papatya içerikli bitkisel çay pazarı*" olarak tanımlanabileceği belirtilmiştir.
- (76) Kurulun 03.11.2015 tarihli ve 15-39/644-224 sayılı "Evolvia" kararında, Sanset Gıda Turizm San. ve Tic. AŞ'nin Evolvia markalı bebek mamasının yeniden satış fiyatını belirlediği ve Gimsa marketlerine mal teminini durdurduğu iddiası incelenmiş, söz konusu kararda Kurulun 14.08.2003 tarihli ve 03-56/651-299 sayılı kararından bahsedilmekle beraber dosya kapsamında ilgili ürün pazarı ve coğrafi pazar tanımı yapılmasına gerek duyulmamıştır.
- (77) Öte yandan Kurulun 25.10.2018 tarihli ve 18-40/643-313 sayılı kararında ise, bebek maması üretici ve satıcılarının fiyatları birlikte belirleyerek 4054 sayılı Kanun'u ihlal

²¹ Bkz. Tablo-6.

²² Bkz. Kantitatif Araştırması

ettikleri iddiası incelenmiştir. Mezkûr kararda tedavi edici ürünlerin standart bebek mamalarının yerine kullanılamayacağı ve bu nedenle ayrı bir ürün pazarı olarak değerlendirilmesi gerektiği kanaatine ulaşılmıştır. Bu itibarla, ilgili ürün pazarı biberon maması pazarının alt kırımları olan “*başlangıç sütü*”, “*devam sütü*” ve “*büyüme sütü*” olarak belirlenmiştir.

- (78) Ek olarak Kurulun 07.03.2019 tarihli ve 19-11/129-56 sayılı kararında da anne ve bebek ürünleri sektöründe faaliyet gösteren Okan Okandan Mini Moda–Okan Okandan (MİNİKOLİ) ünvanlı şirketin e-ticaret bayiliğine ait XML Bayilik Sözleşmesi'nin satış fiyatını belirleyici hüküm içerdiği, bayilere verilen XML linkinde fiyatların sabit olduğu ve MİNİKOLİ'nin uyguladığı fiyat politikası ile bayilerinin ticari faaliyetini zorlaştırdığı iddiası incelenmiştir. Söz konusu kararda anne ve bebek ürünleri sektöründe faaliyette bulunan MİNİKOLİ'nin uygulamalarının e-ticaret alanında bir rekabet kısıtı yarattığı, rekabetin bu alanda sınırlandığı iddia edilmiştir. Sektöre ilişkin verilen bilgiler ve başvuru konusu iddialar çerçevesinde ilgili ürün pazarının “*anne ve bebek ürünleri e-ticaret pazarı*” şeklinde ele alınabileceği belirtilmişse de dosya kapsamında kesin bir ilgili ürün pazarı ve coğrafi pazar tanımı yapılmasına gerek duyulmamıştır.
- (79) Kurulun 14.11.2019 tarihli ve 19-40/664-285 sayılı “*Toypa*” kararında ise, Toypa Mağazacılık Ticaret AŞ'nin (TOYPA) yıkıcı fiyat uygulamak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiği iddiası incelenmiştir. Söz konusu kararda TOYPA'nın faaliyet gösterdiği ürün kategorilerinden yalnızca oyuncaklara odaklanmış olması ve diğer ürün kategorilerinde rakiplerin tespitinin güç olması dikkate alınarak TOYPA'nın elde ettiği cironun büyük çoğunluğunu oluşturan “*perakende oyuncak satış pazarı*” ilgili ürün pazarı olarak tanımlanmıştır.
- (80) Yukarıda yer verilen açıklamalar ve mezkûr Kurul içtihadı ışığında, mevcut dosya kapsamında ÖZELCAN'ın çok sayıda bebek ürün grubunun satışını gerçekleştirmesi hasebiyle bebek ürünlerinin her bir alt kırılımı özelinde pazar tanımı yapılmasının mümkün olduğu görülmekle birlikte; bebek ürünleri sektörünün çok sayıda alt kırılmıdan oluşması ve oldukça geniş bir ürün kategorisini kapsamı, her bir ürün kategorisinde rakiplerin tespitinin mümkün olmaması, soruşturma tarafı ÖZELCAN'ın faaliyetleri, satışını gerçekleştirdiği ürün gamının kapsamı, incelemeye konu iddiaların niteliği ile dosya kapsamında ele alınan iddialar bakımından ihlale konu ürünlerin belirli bir ürün kategorisi ile sınırlı olmaması hususları da dikkate alındığında ilgili ürün pazarı en geniş anlamda “*bebek ürünlerinin perakende satışı pazarı*” olarak tanımlanabilecektir. Bununla birlikte İlgili Pazar Kılavuzu'nun 20. paragrafında geçen “*... inceleme konusu işlem, gerek ürün gerekse coğrafi açıdan olası alternatif pazar tanımları çerçevesinde rekabet açısından endişeler yaratmıyorsa ya da alternatif tüm tanımlar açısından rekabeti bozucu bir etki söz konusu oluyorsa pazar tanımı yapılmayabilir.*” hükmü doğrultusunda, yukarıda yer verilen tespitlerle birlikte işbu dosya kapsamında incelenen iddialar bakımından yapılacak değerlendirmeyi değiştirmeyeceğinden, kesin bir ilgili pazar tanımı yapılmasına gerek olmadığı değerlendirilmektedir.

1.2.3. İlgili Coğrafi Pazar

- (81) İlgili coğrafi pazar belirlenirken, ilgili mal ve hizmetlerin özellikleri ile tüketici tercihleri bakımından giriş engelleri, ilgili bölge ile komşu bölgeler arasında teşebbüslerin pazar payları veya mal ve hizmetlerin fiyatları bakımından hissedilir bir farklılığın olup olmadığı gibi unsurlar dikkate alınmaktadır.
- (82) Dosya kapsamında incelemeye konu ürünlere ilişkin satışların Türkiye genelinde farklı illerde gerçekleşebildiği, söz konusu ürünler bakımından pazara giriş, arz kaynaklarına

ulaşım, üretim, dağıtım, pazarlama ve satış koşullarının bölgesel bir farklılık göstermediğı de dikkate alındığında ilgili coğrafi pazarın “Türkiye” olarak belirlenebileceğı değerlendirilmektedir.

I.3. ÖZELCAN Hakkında Elde Edilen Bulgular

- (83) 18.04.2024 tarihinde yapılan yerinde incelemelerde ve dosya sürecinde talep edilen bilgi ve belgeler vasıtasıyla elde edilen bulgulara aşağıda yer verilmektedir.

Bulgu-1:

- (84) ÖZELCAN tarafından gönderilen ve Kurum kayıtlarına 12.02.2025 tarih ve 62989 sayı ile intikal eden cevabi yazıda yer alan 2014 tarihli ve “BOTTİ (.....)” isimli sözleşmenin hükümlerine aşağıda yer verilmektedir:

“ B O T T İ ” <i>Franchise İşletme Sözleşmesi</i> (...) <i>III. İşletme</i> (...) <i>b)İşletmede satılacak tüm ürünler Firma tarafından tedarik edilir. İşletme, Firma tarafından listesi verilen ve tedarik edilen ürünler dışında hiç bir farklı ürün çeşidini bulunduramaz, teşhir edemez ve/veya satamaz. İşletme, hiçbir tedarikçiden direkt ürün alımı yapamaz. Aksi tespit edildiğinde; İşletme tespit edilen her bir ürün için (.....)\$ cezai bedeli en geç 7 gün içinde ödemeyi kabul ve taahhüt eder, Ayrıca bu sebeple oluşacak zararlar nedeniyle Firma; tek taraflı olarak sözleşmenin feshi hakkını saklı tutar. Firma'nın mevcut portföyünde olmayan bir ürünü İşletme satmayı arzu ederse, yazılı talep yapar ve Firma tarafından rasyonelliğı araştırılarak uygun bulunması durumunda, talep yerine getirir. Firma, ürün ve ürün gruplarında istediğı zaman değışiklik yapma, portföyden ürün iptali, portföye yeni ürün ekleme hakkına sahiptir. İşletme bu gibi değışiklikleri aynen uygular.</i> (...) <i>f)Perakende satış fiyatları Firma tarafından belirlenir ve İşletme tarafından aynen uygulanır. İşletme tarafından herhangi bir üründe, farklı bir fiyat, iskonto, vade, bantlama, promosyon vb. yapılamaz.</i> (...) <i>V. Kontrol</i> <i>Firma'nın yetkilendirdiğı kişi tarafından iki ayda bir işletme ziyaret yapılacak ve genel işleyiş kontrol edilerek gerekli konular İşletme ile istişare edilecektir. Firma, yetkilendirdiğı kişi ve/veya kuruluşlar alenen ve gizli müşteri aracılığıyla İşletme'yi denetleme hakkına sahiptir. Firma merkezinden ve/veya İşletme'ye ait mağazada yapılacak denetimlerde; İşletme, Firma tarafından istenen her türlü bilgi ve belgeyi en fazla 7 (yedi) iş günü içinde vermek zorundadır.</i> <i>Denetim sırasında tespit edilen uygunsuzluklar İşletme'ye bildirilecek ve tebliğ edilecek süre zarfında eksiksiz giderilmesi talep edilecektir. Aksi takdirde akde aykırılık sayılacaktır.</i> (...) <i>İş bu sözleşme 7 (yedi) sayfana oluşmakta olup, 2 (iki) nüsha olarak hazırlanmış ve .../Kasım/2014 tarihinde imza altına alınmıştır.</i> <i>Sözleşme, imza tarihinde yürürlüğe girer ve süresi işletmenin satışa başladığı tarihten itibaren tüm hak ve vecibelerin yerine getirilmesi şartı ile 3 (üç) yıldır. Taraflardan birinin sözleşme bitiminden en az 2 (iki) ay öncesine kadar karşı tarafa resmi</i>
--

kanallarla sözleşmeyi sonlandırma bildiriminde bulunmadığı sürece işbu sözleşme yenilenmiş sayılır.”

Bulgu-2:

- (85) ÖZELCAN’da yapılan yerinde incelemede, ÖZELCAN (.....)’nin bilgisayarından elde edilen ve 27.02.2020 tarihinde ÖZELCAN (.....) tarafından (.....)@botti.com.tr’ye gönderilen, bilgi kısmında ÖZELCAN personeli (.....) ve ÖZELCAN (.....)’in bulunduğu “(.....) Ana Kucağı” konulu e-postaya aşağıda yer verilmektedir:

27.02.2020

Kimden : ÖZELCAN (.....)
Kime : (.....)@botti.com.tr
Bilgi : ÖZELCAN çalışanı (.....)
 ÖZELCAN (.....)
Konu : (.....) Ana Kucağı

“Merhabalar,
 Arkadaşlar mağazalarımız ve internet satışlarında
 (.....) Ana Kucağını (.....) tl nin aşağısında satılmamasını rica ederiz.
 İyi çalışmalar.”

Bulgu-3:

- (86) ÖZELCAN’da yapılan yerinde incelemede elde edilen, 04.03.2021 tarihinde ÖZELCAN (.....) ve BOTTİ (.....) Yetkilisi (.....) ile gerçekleşen WhatsApp görüşmesinde yer alan ifadeler aşağıdaki şekildedir:

04.03.2021

(.....): selam (.....) abim
 (.....): (.....) ı öldürmüşsün abi :)
 (.....): (.....)da gözün aydın
 (.....): fiyatları genel çektik yukarı abi
 (.....): sen şimdilik onu yukarı çek
 (.....): akşam kaç
 (.....): elindekileri şu süreçte erit abi
 (.....): (.....) bu fiyata bile alan yok ki
 (.....): Firma mi yukarı çektiriyor
 (.....): evet abi
 (.....): şimdi hgerkezi çektirdi
 (.....): sende akşamları şamarlarsın
 (.....): 1 ay bu şekilde giderse
 (.....): Kaç yapcaz
 (.....): sen bu arada eritirsin
 (.....): abi şimdi (.....) gir
 (.....): Ok
 (.....): boşluk bulunca kaç abi,
 (.....): Akşam bozarım
 (.....): onlar bana yazar tıkanıdığımız yerdede düzeltiriz

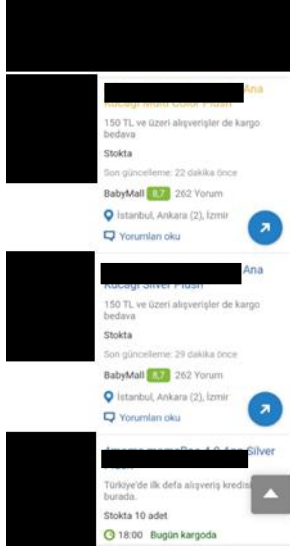
(.....): akşam boz abi
 (.....): osrun yok
 (.....): Eyvallah
 (.....): dikkat çekmeden satarsak
 (.....): harika olcak
 (.....): ama sabaha düzeltirsin geri
 (.....): Aynen
 (.....): tamm abi

Bulgu-4:

- (87) İTAMEKS'te yapılan yerinde incelemede elde edilen, 21.04.2021 tarihinde ÖZELCAN (.....) ile İTAMEKS (.....) arasında gerçekleşen WhatsApp yazışmasında aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

21.04.2021

(.....): Günaydın (.....) En düşük fiyat sizdeydi yavaş yavaş fiyat iniyor galiba



(.....): Günaydın (.....) Hanım Dün düşüldü çünkü (.....) fiyat kırmış idi
 (.....): (.....) sizden ürün alıyormuş Ona da müdahale edip sizde fiyatı (.....) a çekebilir misin (.....) da şuan fiyatlar normal düşük fiyat yok
 (.....): (.....)u kontrol ediyorum hemen (.....) düzelttireyim (.....) sizden habersizmi bu işi yapıyor?



(.....): (.....) değil (.....) yapıyor Sade o ürün değil ki bir sürü ürün var
 (.....): Peki bu böylemi olacak? 😊
 (.....): Yurt dışı müdahale ediyor
 (.....): Anladım

(.....): Ya da ney böylemi olacak yanlış anlamış olabilirim
(.....): Yok bu isimi kaldırmayacakmı (.....)? (.....)in elinde bu çünkü
(.....): (.....) değil(.....) yapıyor sadece onu birsürü var (.....) yürüteç ilaç vitamin kozmetik ürünü
(.....): O ürünlwrde görmüştüm
(.....): Raporladık avukat yazı gönderdi marka telif hakkı yurt dışında olduğu için onlar devam edecekler

Bulgu-5:

- (88) İTAMEKS'te yapılan yerinde incelemede elde edilen, 11.06.2021 tarihinde ÖZELCAN (.....) ve İTAMEKS (.....) arasında gerçekleşen WhatsApp yazışmasında aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

11.06.2021

(.....): Günaydın (.....)²³ hala düzelmemiş Rica etsem destek sağlar mısınız Birde (.....) ile görüşür müsün Oda (.....) çekebilir mi fiyatını (.....) rica etsem fiyatı tam %(.....) indirimde denk gelecek rakamla günceller misin ben yanlış bilgi verdim (.....) TL Birde sitenize girdiğimizde fiyatlar indirimliydi şimdi yükseldi
(.....): Fiyatları ayarladım entegrasyon Gececek
(.....): Tamamdır teşekkür ederim
(.....): (.....) hanım (.....) Düzeltecekmi
(.....): Neyi (.....)
(.....): Fiyatları Biz cektik yukarı
(.....): Müsait misin arayabilir miyim
(.....): Birazdan arayayım

Bulgu-6:

- (89) İTAMEKS'te yapılan yerinde incelemede elde edilen, 21.10.2021 tarihinde ÖZELCAN (.....) ile İTAMEKS (.....) arasında gerçekleşen WhatsApp yazışmasında aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

21.10.2021

(.....): Günaydın (.....) görüşebilir misin Fiyat konusunda
(.....): Merhaba (.....) hanım lgileniyorum Onalara daha öncede demiştim

Bulgu-7:

- (90) ÖZELCAN'da yapılan yerinde incelemede, ÖZELCAN (.....)'ın bilgisayarından elde edilen ve 03.11.2021 tarihinde ÖZELCAN personeli (.....) tarafından (.....)@botti.com.tr, (.....)²⁴, (.....) yetkilisi (.....), (.....), (.....) BOTTİ, (.....)'ye gönderilen, bilgi kısmında ÖZELCAN (.....) ve ÖZELCAN (.....)'ın bulunduğu "FW: Doona Bebek Arabası Zam" konulu e-postaya aşağıda yer verilmektedir:

03.11.2021

²³ Adı geçen teşebbüs, ÖZELCAN'ın franchise'ıdır.

²⁴ Anılan kişinin Botti çalışanı olduğu kanaatine ulaşılmıştır.

Kimden : ÖZELCAN personeli (.....)**Kime** : (.....)@botti.com.tr

(.....)@hotmail.com

(.....) yetkilisi (.....)

(.....)

(.....) BOTTİ

(.....)

Bilgi : ÖZELCAN (.....)

ÖZELCAN (.....)

Konu : FW: (.....) Bebek Arabası Zam

“Merhabalar ,
Aşağıdaki ürünlerin PSF ve BAF’ rı değişmiştir.
Gerekli güncellemeleri yapmanızı rica ederim.
İyi çalışmalar”

Stok Kod	Barkod	Stok Adı	PSf	Baf	Yeni Psf	Yeni Baf
ING-2188-DSR-GRN	25500000 60156	(.....) Bebek Arabası Desert Green	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ING-566-FLMRED	48970556 69421	(.....) Bebek Arabası Flame Red	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ING-566-RGRN	48970556 69414	(.....) Bebek Arabası Racing Green	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ING-566-RBLU	48970556 69391	(.....) Bebek Arabası Royal Blue	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ING-566-BPNK	48970556 69384	(.....) Bebek Arabası Blush Pink	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ING-566-NBLK	48970556 69407	(.....) Bebek Arabası Nitro Black	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ING-566-HGRY	48970556 69438	(.....) Bebek Arabası Hound Grey	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ING-566-LCV	48970556 65966	(.....) Bebek Arabası Lacivert	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ING-566-BRD	48970556 65959	(.....) Bebek Arabası Bordo	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ING-566-PMB	48970556 62538	(.....) Bebek Arabası Pembe	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ING-566-KRM	48970556 62521	(.....) Bebek Arabası Kırmızı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Bulgu-8:

- (91) ÖZELCAN’da yapılan yerinde incelemede, ÖZELCAN (.....)’ın bilgisayarından elde edilen ve 13.12.2021 tarihinde ÖZELCAN personeli (.....) tarafından (.....)@botti.com.tr, (.....), (.....), (.....)²⁵, (.....) BOTTİ, (.....)’ye gönderilen, bilgi kısmında ÖZELCAN (.....) (.....) ve ÖZELCAN (.....)’ın bulunduğu “FW: (.....) fiyat değişikliği Hak.” konulu e-postaya aşağıda yer verilmektedir:

13.12.2021

²⁵ Anılan kişinin Botti çalışanı olduğu kanaatine ulaşılmıştır.

Kimden : ÖZELCAN personeli (.....)

Kime : (.....)@botti.com.tr
(.....)

(.....) yetkilisi (.....)

(.....)

(.....) BOTTİ

(.....)

Bilgi : ÖZELCAN (.....)
ÖZELCAN (.....)

“Merhabalar,

(.....) markasına ait PSF değişikliği yapılmıştır.

Fiyatı değişen ürünler ve fiyat listesi aşağıdaki gibidir.

Gerekli güncellemeleri yapmanızı rica ederim.

İyi çalışmalar.

(...)”

Bulgu-9:

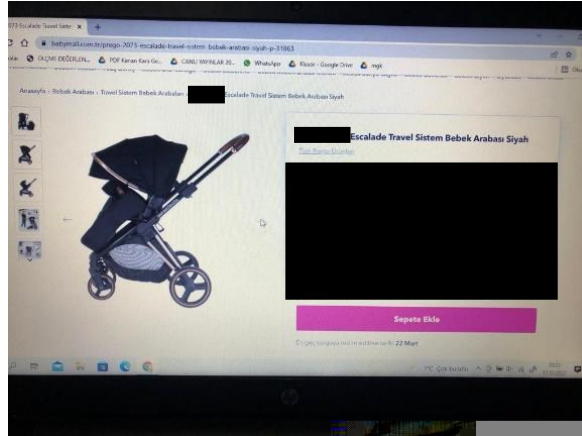
- (92) ÖZELCAN’da yapılan yerinde incelemede elde edilen, 22.03.2022 tarihinde ÖZELCAN (.....) ve ÖZELCAN (.....) arasında gerçekleşen WhatsApp yazışmasında aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

22.03.2022

(.....): (.....)

(.....): Abi gunaydin bursaya soyleyebilirmisin psf ye ceksin

(.....):



Bulgu-10:

- (93) İTAMEKS’te yapılan yerinde incelemede elde edilen, 06.04.2022 tarihinde ÖZELCAN (.....) ile İTAMEKS (.....) arasında gerçekleşen WhatsApp yazışmasında aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

06.04.2022

(.....): Merhaba (.....) nasılsın Fiyatla ilgili destek rica ediyorum

(.....): Merhaba (.....) Hanım iyyim siz nasılsınız toplantıdaydık hemen yazamadı kusura bakmayın (.....) ile ilgili söyledim halen düzelmedimi fiyat

(.....): Düzelmemiş

(.....): tekrardan iletişime geciyorum

Bulgu-11:

- (94) İTAMEKS'te yapılan yerinde incelemede elde edilen, 25.04.2022 tarihinde ÖZELCAN (.....) ile İTAMEKS (.....) arasında gerçekleşen WhatsApp yazışmasında aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

25.04.2022

(.....): (.....) fiyatlar konusunda ciddi sıkıntı yaşıyorum bu durum bizi ciddi yoruyor lütfen (.....) ile görüşebilir misiniz (.....) TL altında ürün satışı yapmayalım Düzeltsin her noktada fiyatları düzeltireceğim Birde sen onlara toplum bugüne kadar ne kadar ürün gönderdin

(.....): teşekkür ederim(.....) Hanım (.....) de ile bizde sıkıntıdayız

(.....): Bu sene nekadur ürün gönderdin onlara bakacaktın

(.....): eğer bu şekilde devam ederlerse bu ürünle çalışmayacağız

(.....): (.....) nedir gerçekten anlamıyorum

(.....): gerçekten bizde şikayetciyiz

(.....): Senden nekadara alıyor

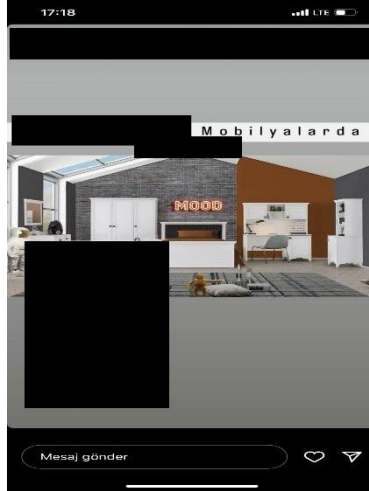
(.....): bizen şu an (.....)+kdv ye alıyor dolar

Bulgu-12:

- (95) ÖZELCAN'da yapılan yerinde incelemede elde edilen, 27.10.2022 tarihinde ÖZELCAN (.....) ve ÖZELCAN (.....) arasında gerçekleşen WhatsApp görüşmesinde aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

27.10.2022

(.....):



(.....):

17:18

Mobilvalarda



Mesaj gönder

Mobilvalarda



Mesaj gönder

(.....):

(.....): (.....) bunu nasıl söyleriz

(.....): bu tarz uyumsuz ve kendi dediğim dedik adamları defaeten uyarmamıza rağmen, çaldığım düdüğü adamlarla uğraşmak istemiyoruz

(.....): çok yoruyor bizi

(.....): Dayıcım, hayırlı sabahlar

(.....): fiyatlı olarak görsel paylaşması

(.....): dayıcım saygılar

(.....): haklisin

(.....): burdaki durum kendi yapması değilmi

(.....): (.....) a nakliye desteğimizii kesiyoruz bugün itibarıyla ve direk sevk yapmayacağız

(.....): biz çerçici malı satmıyoruz abi

(.....): tmm

(.....): yada %(.....) kampanya olmasını

(.....): bunu (.....) yazmış

(.....): duruyorum

(.....): işin ucu size dokunur diye

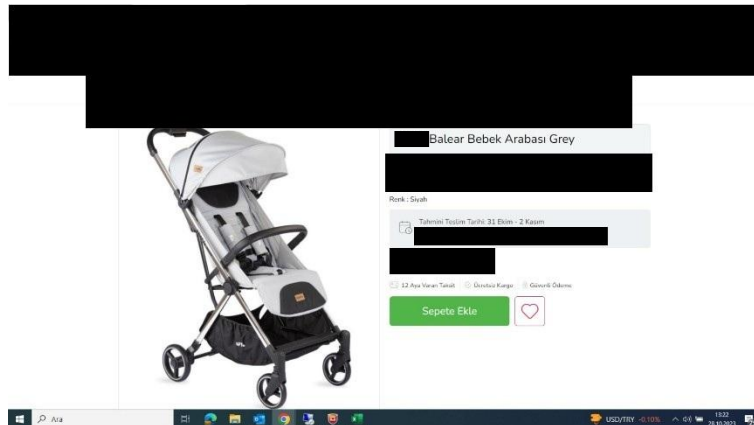
(.....): avukat kanalıyla yazacağız ama
 (.....): izinsiz görsel ve marka kullanımından da hesabındaki bu postları kaldırması için instagrama
 (.....): Tamam abi
 (.....): zarar verdiğimizizin farkındayım telafi edeceğiz
 (.....): sonuçta marka senin
 (.....): Ben konuşayım (.....) ile
 (.....): gardas yapmasınlar
 (.....): çok bunalmışlar bak
 (.....): Evet abi dediğin gibi
 (.....): Düne kadar
 (.....): Sarmayacaktı
 (.....): Şimdi
 (.....) Kıymetemi bindi
 (.....): yapmasın alttan satalım diyo milletın gözüne sokuyor
 (.....): acil kaldırsınlar lütfen senden ricam
 (.....): ciğeri beş para etmes bi adam bei bunu gösterip vuruyor
 (.....): 3 kurşluk adamları diline düşürüyorlar bizi en çok ona üzülyoum
 (.....): millete laf söylüyor bize diyor
 (.....) şimdi aramada
 (.....): (.....) ve (.....)da fiyat yazsın ona da sorun değil ama (.....) de fiyatlı bir vurgu yapmasın lütfen
 (.....): kendine ekmek çıkarmaya çalışıyor olabilir
 (.....): söyledik ama belki yeni eleman geldiyse
 (.....): (.....) ben arayacağım

Bulgu-13:

- (96) ÖZELCAN'da yapılan yerinde incelemede elde edilen, 28.10.2022 tarihinde ÖZELCAN (.....) ve ÖZELCAN (.....) arasında gerçekleşen WhatsApp görüşmesinde aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

28.10.2022

(.....): hayırlı günler yine botti yine problem
 (.....):



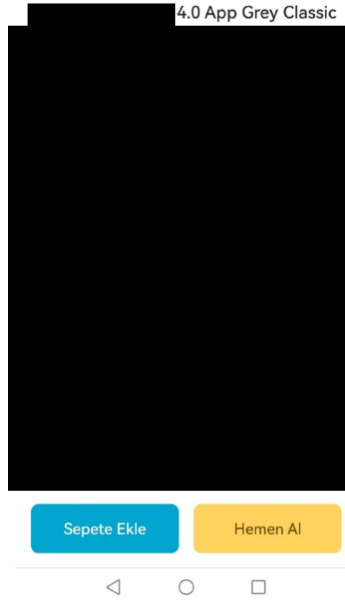
(.....): hem fiyat bozuk hem de pazaryeri satışı var.

Bulgu-14:

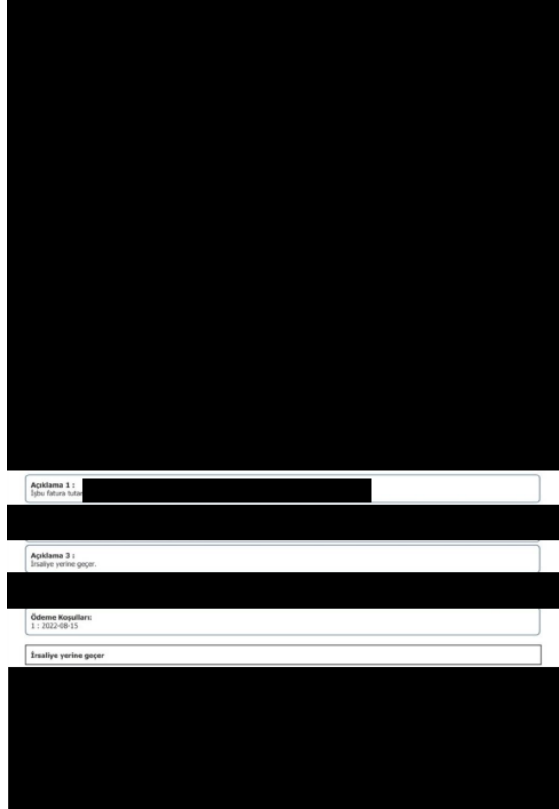
- (97) İTAMEKS'te yapılan yerinde incelemede elde edilen, 09.12.2022 tarihinde ÖZELCAN (.....) ile İTAMEKS (.....) arasında gerçekleşen WhatsApp yazışmasında aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

09.12.2022

(.....):



İyi akşamlar (.....) müşterilerine servis hizmeti veremeyeceğimizi bildirmek isterim
(.....): (.....) artık sizin ürünü buraya çıkmayacağız aramızda ama elinde bitti diye biliyorum Tamam Siz ne derseniz yapalım
(.....): Bununların yaptığı artık terbiyesizlik
(.....): Bizde e ticareti için destek vermeyeceğiz
(.....): Vallahi şimdi görüştüm bir müşteriyle



(.....): Tamam biz bu konuda yanınızdayız

(.....):



(.....): Müdahil olmaya çalışacağız

(.....): Birazda o uğraşsın

(.....): Tamamdır İş bende bundan sonra Bize gelirler Bende aynısını iletceğim

(.....): Tamamdır teşekkür ederim kusura bakma ne olur

(.....): Olurmu (.....) asil siz kusura bakmayin

Bulgu-15:

- (98) ÖZELCAN'da yapılan yerinde incelemede elde edilen, 19.12.2022 tarihinde ÖZELCAN (.....) ile ÖZELCAN (.....) arasında gerçekleşen WhatsApp görüşmesinde aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

19.12.2022

(.....): (.....)

(.....): bi (.....) fiyatlarını psf ye çekmesi lazım 2 haftadır adamlar atıp duruyor

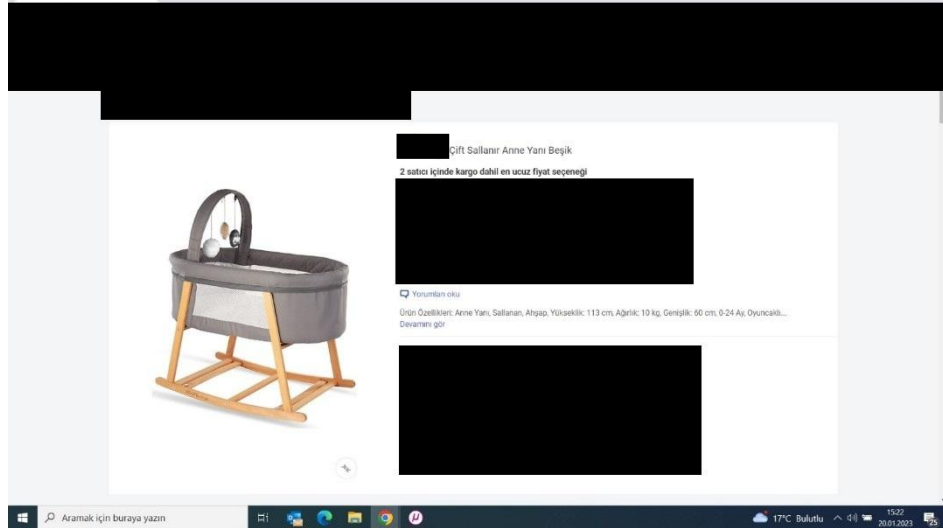
(.....): Tamam

Bulgu-16:

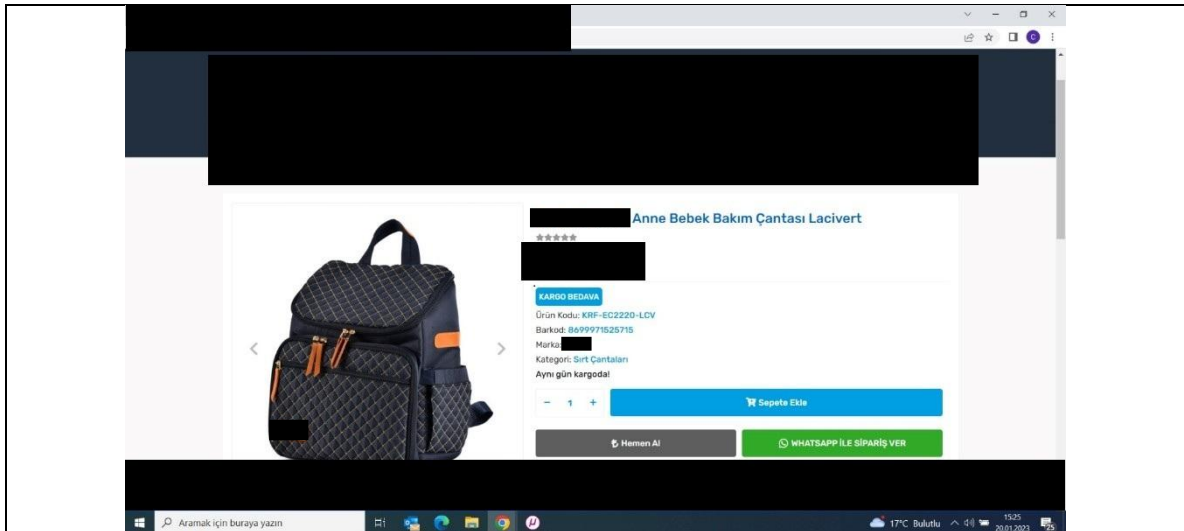
- (99) ÖZELCAN'da yapılan yerinde incelemede elde edilen, 20.01.2023 tarihinde ÖZELCAN (.....) ile ÖZELCAN (.....) arasında gerçekleşen WhatsApp görüşmesinde aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

20.01.2023

(.....):



(.....):



(.....): Bunların
(.....): Kalkmasını
(.....): Fiyatlı
(.....): Gerekli
(.....): Abi
(.....): Fiyatları
(.....): Yok kendi sitelerinde
(.....): Satanılır
(.....): Ama fiyatlar psf olması
(.....): Anladım
(.....): Psf
(.....): Olacak
(.....): Aynen abi
(.....): Gönderiyorum
(.....): (.....)
(.....):


$$\left(\begin{array}{c} \vdots \\ \vdots \end{array} \right) :$$


(.....): *Tamam abi sagolasin*

Bulgu-17:

(100) ÖZELCAN'da yapılan yerinde incelemede elde edilen, 24.01.2023 tarihinde ÖZELCAN (.....) ile (.....) arasında gerçekleşen *WhatsApp* görüşmesinde aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

24.01.2023

(.....): *Abi selam*

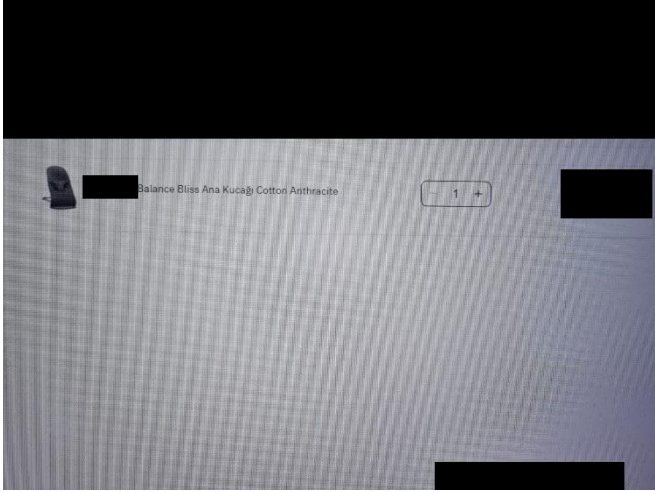
(.....): Mail attım

(.....): (.....) yine fiyatları bozdu

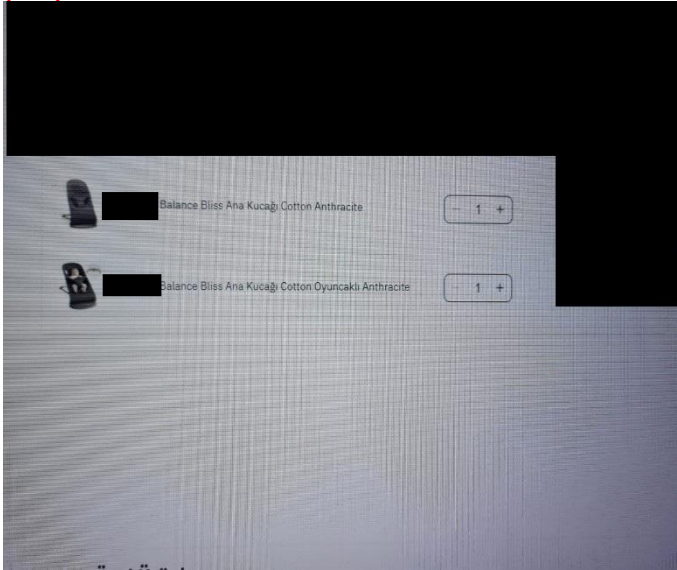
(.....): Lütfen ürünleri geri alalım rica ediyorum

(.....): *Abi inan kaç kere uyardım*

(.....): Yine arıyorum
(.....): Biliyorum
(.....): Çözeceğim abi
(.....): Mümkünse ürünleri iade al kapansın bu konu
(.....): Değişen bir şey olmadı
(.....): Abi düzeldi
(.....): Kontrol edermisn
(.....):



(.....): Duruyor
(.....):



(.....): Hepsi duruyor
(.....): Boşuna kendini üzüp yoruyorsun
(.....): Al malı geri olsun bitsin
(.....): Üç tane beş tane satacak diye yorma kendini
(.....): İki günde bir bununla uğraşamayız
(.....): Abi malı almamız olmaz zaten 1-2 tane var
(.....): Elinde

Bulgu-18:

(101) ÖZELCAN'da yapılan yerinde incelemede elde edilen, 18.03.2023 tarihinde ÖZELCAN (.....) ile ÖZELCAN (.....) arasında gerçekleşen *WhatsApp* görüşmesinde aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

18.03.2023

(.....):



(.....): *Selam baskanim pazar yvrlerinde acik olmayacak bunlar*

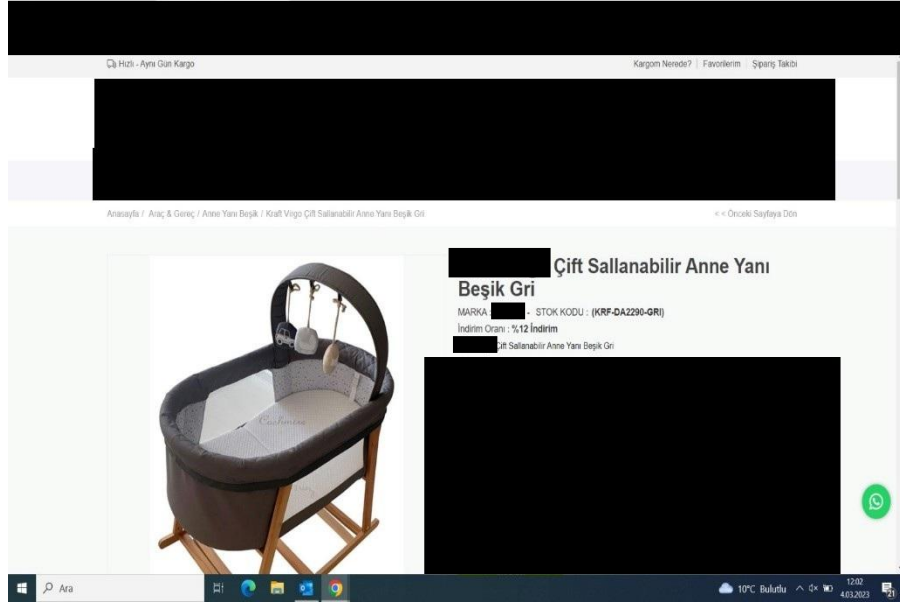
(.....): *Tamam başganımm (...)*

Bulgu-19:

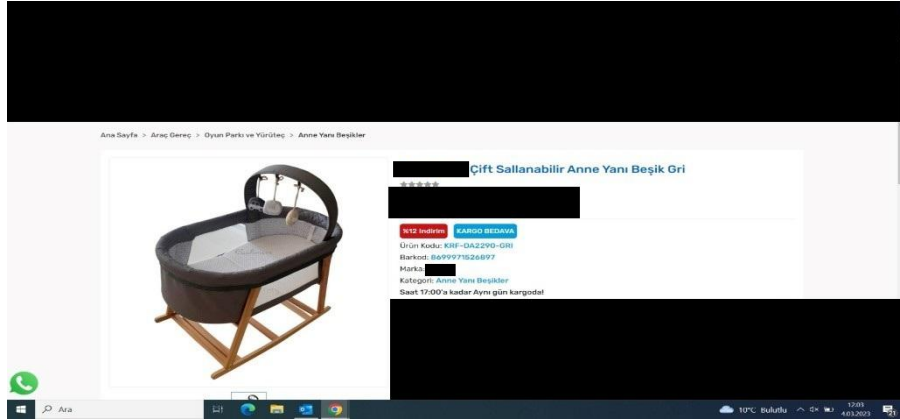
(102) ÖZELCAN'da yapılan yerinde incelemede elde edilen, 03.04.2023 tarihinde ÖZELCAN (.....) ile ÖZELCAN (.....) arasında gerçekleşen *WhatsApp* görüşmesinde aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

03.04.2023

(.....):



(.....):



(.....): Baskanim selam acil psf lere cekilirse

(.....): Sana zahmet (.....) ve (.....)

Bulgu-20:

(103) ÖZELCAN'da yapılan yerinde incelemede elde edilen, 08.04.2023 tarihinde ÖZELCAN (.....) ile (.....) arasında gerçekleşen WhatsApp yazışmasında aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

08.04.2023

(.....):



(.....): Seni rahatsız ediyorum

(.....): İlgilenmenizi rica ederim lütfen

(.....): Şimdide (.....) mağaza da indirimli satıyor

(.....): Abi (.....) nin bu tavrlarındnq dolayı bunlarla artık çalışmayacağız

(.....): Büyük ihtimalle

(.....): Elinde 2 3 tane vardır

(.....): Ama yine ilgileneneğim şimdi

(.....): Çok teşekkür ederim anlayışın için

(.....): Sen kapattıra biliyormusun

(.....): Hyr

(.....): Yazdım şimdi

(.....): Halledecekşer

Bulgu-21:

- (104) ÖZELCAN'da yapılan yerinde incelemede, ÖZELCAN (.....) tarafından kullanılan bilgisayardan elde edilen ve 20.02.2024 tarihinde ÖZELCAN (.....) tarafından ÖZELCAN personeli (.....)'a e-posta gövdesinde herhangi bir açıklama olmaksızın gönderilen "Botti Sözleşme son 2024" konulu e-posta ekinin içeriğine aşağıda yer verilmektedir :

“ B O T T İ ”

Franchise İşletme Sözleşmesi

I. Konu ve Taraflar

İşbu sözleşme; anne ve bebek ürünleri üreten, ithal eden, alan, satan ve pazarlayan Özelcan BabymallMağazacılık Dağıtım Tic. ve San. A.Ş.’nin “Botti” markası altında, perakende mağazacılık işletmesi işini; franchise vermesini düzenlemektedir.

- 1) Franchisor (franchise veren: Firma) (.....) adresinde mukim Özelcan Babymall Mağazacılık Dağıtım Tic. Ve San. A.Ş.’ni ifade etmektedir ve Firma olarak anılacaktır.*
- 2) Franchise (franchise alan: İşletme) (...)*
- 3) (...) adresinde mukim (...)’ni ifade etmektedir ve İşletme olarak anılacaktır.*
- 4) Firma’ya ait tüm mağazalar(kendisince yönetilen) bundan böyle Master Franchise olarak anılacaktır.*
- 5) Firma ve İşletme’nin üzerinde anlaştığı ve/veya anlaşacağı adreste, Firmanın bu sözleşme ile İşletme’nin kullanımına izin verdiği perakende mağazanın tabela adı “Botti Anne ve Bebe Ürünleri Merkezi”olacak ve Botti olarak anılacaktır.*
- 6) Botti’de satılacak perakende mallar, Ürün(ler) olarak anılacaktır.*

(...)

III. İşletme

(...)

b)İşletmede satılacak tüm ürünler Firma tarafından tedarik edilir. İşletme, Firma tarafından listesi verilen ve tedarik edilen ürünler dışında hiç bir farklı ürün çeşidini bulunduramaz, teşhir edemez ve/veya satamaz. İşletme, hiçbir tedarikçiden direkt ürün alımı yapamaz. Aksi tespit edildiğinde; İşletme tespit edilen her bir ürün için (.....)\$ cezai bedeli en geç 7 gün içinde ödemeyi kabul ve taahhüt eder, Ayrıca bu sebeple oluşacak zararlar nedeniyle Firma; tek taraflı olarak sözleşmenin feshi hakkını saklı tutar.Firma’nın mevcut portföyünde olmayan bir ürünü İşletme satmayı arzu ederse, yazılı talep yapar ve Firma tarafından rasyonelliği araştırılarak uygun bulunması durumunda, talep yerine getirir. Firma, ürün ve ürün gruplarında istediği zaman değişiklik yapma, portföyden ürün iptali, portföye yeni ürün ekleme hakkına sahiptir. İşletme bu gibi değişiklikleri aynen uygular.

b.1 İşletme ortakları ve ortaklarının birinci derece yakınları işletmenin bulunduğu il sınırları içerisinde başka bir şirket yada ad ile firma tarafından tedarik edilen ürün portföyüne dahil olan ürünleri satamaz aksi takdirde yukarıda ön görülen cezai şart bu durumda da ayrıca uygulanacaktır.

b.2 İşletme ortakları ve ortaklarının 4.derece dahil olmak üzere kan ve kayın hısımları veya işletme ortakları ile bağlantısı olduğu bilinen 3. kişiler, internet ortamında kendi adlarına veyahut başka bir şirket yada ad ile firma tarafından tedarik edilen ürün portföyüne dahil olan ürünleri satamaz. Aksi takdirde yukarıda ön görülen cezai şart bu durumda da ayrıca uygulanacaktır.

(...)

f)Perakende satış fiyatları Firma tarafından belirlenir ve İşletme tarafından aynen uygulanır. İşletme tarafından herhangi bir üründe, farklı bir fiyat, iskonto, vade, bantlama, promosyon vb. yapılamaz.

(...)

V. Kontrol

Firma’nın yetkilendirdiği kişi tarafından iki ayda bir işletme ziyaret yapılacak ve genel işleyiş kontrol edilerek gerekli konular İşletme ile istişare edilecektir. Firma,

yetkilendirdiği kişi ve/veya kuruluşlar alenen ve gizli müşteri aracılığıyla İşletme'yi denetleme hakkına sahiptir. Firma merkezinden ve/veya İşletme'ye ait mağazada yapılacak denetimlerde; İşletme, Firma tarafından istenen her türlü bilgi ve belgeyi en fazla 7 (yedi) iş günü içinde vermek zorundadır.

Denetim sırasında tespit edilen uygunsuzluklar İşletme'ye bildirilecek ve tebliğ edilecek süre zarfında eksiksiz giderilmesi talep edilecektir. Aksi takdirde akde aykırılık sayılacaktır.

(...)

Sözleşme, imza tarihinde yürürlüğe girer ve süresi işletmenin satışa başladığı tarihten itibaren tüm hak ve vecibelerin yerine getirilmesi şartı ile 3 (üç) yıldır. Taraflardan birinin sözleşme bitiminden en az 2 (iki) ay öncesine kadar karşı tarafa resmi kanallarla sözleşmeyi sonlandırma bildiriminde bulunmadığı sürece işbu sözleşme yenilenmiş sayılır."

Bulgu-22:

- (105) ÖZELCAN'da yapılan yerinde incelemede, ÖZELCAN (.....) tarafından kullanılan bilgisayardan elde edilen ve 17.04.2024 tarihinde Botti (.....) tarafından ÖZELCAN (.....), ÖZELCAN (.....) ve (.....)@gmail.com²⁶'e gönderilen "(.....) Ürünleri Hk" konulu e-posta ve ekine aşağıda yer verilmektedir:

17.04.2024
Kimden : Botti (.....)
Kime : ÖZELCAN Franchise (.....)
ÖZELCAN (.....)
(.....)@gmail.com
Konu : (.....) Ürünleri Hk
"Merhabalar 17.04.2024 tarihinde telefonla tarafımıza bildirilen (.....) ürünlerinin internet satışına kapatılmasına istinaden mağazamıza internette açabileceğimiz ürünleri ve fiyatını belirten listenin Tarafımıza gönderilmesini rica ederiz. İyi Çalışmalar."

Bulgu-23:

- (106) ÖZELCAN tarafından gönderilen ve Kurum kayıtlarına 12.02.2025 tarih ve 62989 sayı ile intikal eden cevabi yazıda yer alan, 01.11.2018 tarihinde (.....) ünvanlı franchise mağazasıyla akdedilen sözleşmenin hükümlerine aşağıda yer verilmektedir:

²⁶ Adı geçen e-posta adresinin kime ait olduğu tespit edilememiştir.

“ B O T T İ ”

Franchise İşletme Sözleşmesi
(...)
III. İşletme
(...)
b) İşletmede satılacak tüm ürünler Firma tarafından tedarik edilir. İşletme, Firma tarafından listesi verilen ve tedarik edilen ürünler dışında hiç bir farklı ürün çeşidini bulunduramaz, teşhir edemez ve/veya satamaz. İşletme, hiçbir tedarikçiden direkt ürün alımı yapamaz. Aksi tespit edildiğinde; İşletme tespit edilen her bir ürün için (.....)\$ cezai bedeli en geç 7 gün içinde ödemeyi kabul ve taahhüt eder, Ayrıca bu sebeple oluşacak zararlar nedeniyle Firma; tek taraflı olarak sözleşmenin feshi hakkını saklı tutar. Firma'nın mevcut portföyünde olmayan bir ürünü İşletme satmayı arzu ederse, yazılı talep yapar ve Firma tarafından rasyonelliği araştırılarak uygun bulunması durumunda, talep yerine getirir. Firma, ürün ve ürün gruplarında istediği zaman değişiklik yapma, portföyden ürün iptali, portföye yeni ürün ekleme hakkına sahiptir. İşletme bu gibi değişiklikleri aynen uygular.
(...)
f) Perakende satış fiyatları Firma tarafından belirlenir ve İşletme tarafından aynen uygulanır. İşletme tarafından herhangi bir üründe, farklı bir fiyat, iskonto, vade, bantlama, promosyon vb. yapılamaz.
(...)
Sözleşme, imza tarihinde yürürlüğe girer ve süresi işletmenin satışa başladığı tarihten itibaren tüm hak ve vecibelerin yerine getirilmesi şartı ile 3 (üç) yıldır. Taraflardan birinin sözleşme bitiminden en az 2 (iki) ay öncesine kadar karşı tarafa resmi kanallarla sözleşmeyi sonlandırma bildiriminde bulunmadığı sürece işbu sözleşme yenilenmiş sayılır.”

J. DEĞERLENDİRME

- (107) Dosya kapsamında yapılan incelemelerden ve elde edilen bulgulardan da anlaşılabacağı üzere; işbu soruşturmanın konusunu, ÖZELCAN'ın franchise ilişkisi içerisinde olduğu yeniden satıcılarının satış fiyatlarına müdahale etmek, internet satışlarına kısıtlamalar getirmek ve bu satıcılarla akdedilen franchise sözleşmeleri ile rekabet etmeme yükümlülüğü getirmek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği iddiaları oluşturmaktadır. Bu kapsamda öncelikle franchise sözleşmelerinin rekabet hukukundaki yeri ve niteliği hakkında açıklamalara yer verilecektir. Akabinde yeniden satış fiyatının tespiti, pasif satışlara getirilen sınırlamalar ve rekabet etmeme yükümlülüğüne ilişkin teorik çerçeve sunularak elde edilen bulgular her bir ihlal bakımından ayrı ayrı değerlendirilecektir.

J.1. Rekabet Hukuku Bağlamında Franchise Sözleşmeleri

- (108) 4054 sayılı Kanun'un "Kapsam" başlıklı 2. maddesi; "Türkiye Cumhuriyeti sınırları içinde mal ve hizmet piyasalarında faaliyet gösteren ya da bu piyasaları etkileyen her türlü teşebbüsün aralarında yaptığı rekabeti engelleyici, bozucu ve kısıtlayıcı anlaşma, uygulama ve kararlar ile piyasaya hâkim olan teşebbüslerin bu hâkimiyetlerini kötüye kullanmaları ve rekabeti önemli ölçüde azaltacak birleşme ve devralma niteliğindeki her türlü hukukî işlem ve davranışlar, rekabetin korunmasına yönelik tedbir, tespit, düzenleme ve denetlemeye ilişkin işlemler bu Kanun kapsamına girer." hükmünü haizdir.
- (109) 4054 sayılı Kanun'un "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar" başlıklı 4. maddesinde ise; "Belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya

dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemleri hukuka aykırı ve yasaktır.” hükmü yer almaktadır. Bu hüküm, teşebbüsler arası anlaşma, karar ve uyumlu eylemlere geniş bir şekilde uygulanmakta olup hükmün temel amacı, her bir teşebbüsün kendi ticari politikalarını ve piyasadaki faaliyetlerini tek başına, diğer teşebbüslerden bağımsız olarak belirlemesini sağlamaktır.

- (110) Söz konusu maddenin ikinci fıkrasında hangi hâllerin bu yasaklama kapsamında yer aldığı düzenlenmekte ve *“mal veya hizmetlerin alım ya da satım fiyatının, fiyatı oluşturan maliyet, kar gibi unsurlar ile her türlü alım yahut satım şartlarının tespit edilmesi”* bu hâllerden biri olarak sayılmaktadır. İlgili madde hükmü aynı seviyede faaliyet gösteren rakip teşebbüsler arasındaki rekabeti sınırlayıcı anlaşmaları (yatay anlaşmalar) kapsadığı gibi rakip konumunda olmayan, başka bir ifadeyle tedarik zincirinin farklı seviyelerinde yer alan teşebbüsler arasındaki anlaşmaları (dikey anlaşmalar) da kapsamaktadır.
- (111) Dikey anlaşmalar, 2002/2 sayılı Tebliğ’in 2. maddesinde *“Üretim veya dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren iki ya da daha fazla teşebbüs arasında belirli mal veya hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımı amacıyla yapılan anlaşmalar”* şeklinde tanımlanmakta olup Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz’a göre (Dikey Kılavuz) bir anlaşmanın dikey anlaşma sayılabilmesi için anlaşmaya iki veya daha fazla teşebbüsün taraf olması, tarafların üretim veya dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteriyor olması, anlaşmanın belirli mal ve veya hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımı amacıyla yapılmış olması gerekmektedir. Mal veya hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımına ilişkin düzenlemelerin yer aldığı bir dikey anlaşmada, aynı zamanda, fikri hakların alıcıya devri veya alıcı tarafından kullanımıyla ilgili hükümler de yer alabilmektedir. Bu türden anlaşmaların başında ise franchise anlaşmaları gelmektedir.
- (112) Dikey anlaşma türlerinden biri olan *franchise* en genel anlamda, sözleşmesel bir ilişkiye bağlı olarak franchise verenin franchise alana belirlediği bir ücret karşılığında franchise verenin sahibi olduğu mal ve hizmetleri satma yetkisi veren bir dağıtım sistemidir. Bu sistem, franchise verene anlaşma kapsamında belirlenen faaliyetin belirli standart ve yöntemle göre yapılması hususunda belirli konularda kontrol yetkisi veren; franchise alana ise tanınmış bir markanın işletme hakkı tanıyan bir uygulamadır.
- (113) Doktrinde franchise sözleşmeleri bulundukları ülke, sözleşmenin konusu, franchise işlemlerinin içeriği, dağıtım kanalları ve niteliği gibi farklı ölçütler temel alınarak çeşitli sınıflandırmalara tabi tutulmaktadır. Ancak rekabet hukuku bağlamında önem arz eden tanım ilk olarak Komisyonun *Pronuptia*²⁷ davasında yapılmıştır. İlgili davada franchise sözleşmeleri üretim, dağıtım ve hizmet franchisingi olarak üç başlık altında kategorize edilmiştir.
- (114) Üretim franchisingi; franchise alanın franchise verenin talimatlarına göre ürünler ürettiği ve franchise verenin ticari markası altında sattığı sözleşmeler olarak tanımlanmaktadır. Bu franchise türünde franchise alan franchise sistemi dışından veya franchise verenden temin ettiği ham maddeler aracılığıyla malları üretip satmaktadır. Öte yandan hizmet franchisingi, franchise alanın, franchise verenin talimatlarına uygun olarak ticari adı, sembolü ve ticaret markasını kullanarak sunduğu hizmeti ifade etmektedir. Bu franchise modeli daha çok temizlik, araç kiralama, eşya taşıma gibi

²⁷ Case 161/84-Pronuptia de Paris GmbH v Pronuptia de Paris Irmgard Schillgallis [1986], para.13.

sektörlerde kullanılmaktadır. Son olarak dağıtım franchisingi ise, franchise alanın sadece belirli ürünleri, franchise verenin marka ismini veya işletme adını kullanarak sattığı sistemi ifade etmektedir. Bu franchise türünde, belirli bir pazarda distribütör olarak faaliyet gösteren ve bu nedenle belirli iş yöntemleri geliştirmiş olan bir teşebbüs, franchise alana ücret karşılığında işletme adını ve iş yöntemlerini vermektedir. Franchise alanlar ise bu sayede başka pazarlarda faaliyet gösterme olanağı elde etmektedir. Mevcut dosya bakımından, franchise bayilerin ÖZELCAN'ın ürünlerinin satışını gerçekleştirmesi dolayısıyla, teşebbüsün franchise sisteminin, dağıtım franchise'ına örnek teşkil ettiği söylenebilecektir.

- (115) Dikey Kılavuz'a göre franchise anlaşmaları, malların veya hizmetlerin dağıtımında kullanılacak olan, özellikle marka, işaret gibi fikri haklarla ve *know-how*'la ilgili lisanslar içermekte; fikri hak ve *know-how* lisanslarına ek olarak franchise veren tarafından genellikle sözleşme süresinde franchise alana ticari ve teknik yardım sağlanmaktadır. Franchise anlaşmaları genellikle dağıtılan ürünle ilgili olarak özellikle seçici dağıtım ve/veya rekabet etmeme ve/veya münhasır dağıtım veya bunların daha zayıf formlarıyla ilgili çeşitli dikey sınırlamaların bileşimlerini içerebilmektedir.
- (116) 2002/2 sayılı Tebliğ'in 2. maddesinde bir franchise anlaşmasının grup muafiyetinden yararlanabilmesi için fikri hakların devri ya da kullanımını düzenleyen hükümlerin, Tebliğ ile muaf tutulmayan dikey sınırlamalarla aynı amaç veya etkiye sahip rekabet sınırlamaları içermemesi gerektiği düzenlenmektedir. Bu Tebliğ ile sağlanan muafiyet ise, sağlayıcının dikey anlaşma konusu mal veya hizmetleri sağladığı ilgili pazardaki pazar payının %30'u aşmaması durumunda uygulanmaktadır.
- (117) Dikey Kılavuz'un 189. paragrafında da bu hususa atıfta bulunularak franchise anlaşması içindeki mal ve hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımına ilişkin seçici dağıtım, rekabet etmeme ya da tek elden dağıtım gibi dikey sınırlamalarla ilgili olarak %30'a kadar pazar payı olan franchise veren veya onun tarafından atanmış sağlayıcılara 2002/2 sayılı Tebliğ'in uygulanabileceği ifade edilmektedir. Paragrafın devamında bu tip sınırlamalar bakımından Dikey Kılavuz'un genelinde yer verilen açıklamaların franchise anlaşmalarına da uygulanacağı belirtilerek franchise anlaşmalarının standart dikey anlaşmalarla benzer şekilde ele alınacağına vurgu yapılmaktadır.
- (118) Detaylarına ilerleyen kısımlarda yer verilecek olmakla birlikte, ilgili Kılavuz'da ayrıca franchise alanın satın aldığı mal ve hizmetlerle ilgili olarak rekabet etmeme yükümlülüğünün, bu yükümlülüğün franchise ağının ortak kimliğini ve prestijini korumak bakımından gerekli olduğu hallerde Kanun'un 4. maddesinin kapsamı dışında olduğu belirtilmekte; böyle bir durumda, rekabet etmeme şartının süresinin de franchise anlaşmasının süresini aşmadığı takdirde 4. madde kapsamında herhangi bir sorun teşkil etmeyeceğine vurgu yapılmaktadır. Bununla birlikte ilgili düzenleme, yalnızca rekabet etmeme yükümlülüğü bakımından öngörülmüş olup franchise tarafları arasındaki yeniden satış fiyatının tespiti, internet satışlarının (pasif satışlar) yasaklanması vb. gibi uygulamalar bakımından bu türden bir gerekçelendirmenin kabul görmeyeceği ve dolayısıyla ilgili uygulamaların 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamı dışında kalacağı açıktır.
- (119) Kurulun çeşitli kararlarında da²⁸ franchise tarafları arasındaki rekabet karşıtı uygulamaların dikey yönlü ilişki kapsamında ele alındığı görülmekte olup ilgili

²⁸ Kurulun 14.11.2019 tarihli ve 19-40/646-273 sayılı *LEVENT BÖREK* kararı, 07.02.2019 tarihli ve 19-06/64-27 sayılı *BFIT* kararı.

kararlarda Tebliğ ve Kılavuz'daki hükümler çerçevesinde bir değerlendirmeye yer verildiği görülmektedir.

- (120) Yer verilen hususlardan da anlaşılacağı üzere franchise tarafları arasındaki rekabete aykırılık teşkil eden dikey kısıtlamalar, ilgili 2002/2 sayılı Tebliğ hükümleri ve Dikey Kılavuz çerçevesinde ele alınmakta, Tebliğ'de yer verilen koşulları sağladığı müddetçe grup muafiyetinden yararlanabilmekte, aksi durumda ise bireysel muafiyet değerlendirmesine tabi olmaktadır.

J.2. Yeniden Satış Fiyatının Belirlenmesine İlişkin Değerlendirme

J.2.1. Yeniden Satış Fiyatının Belirlenmesine İlişkin Teorik Çerçeve

- (121) 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında hangi dikey anlaşmaların grup muafiyetinden yararlanabileceği açıklanmış olup herhangi bir dikey anlaşmanın 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi hükümlerinin uygulanmasından grup olarak muaf tutulabilmesi için 2002/2 sayılı Tebliğ'in "Kapsam" başlıklı 2. maddesinin ikinci paragrafında yer alan *"sağlayıcının dikey anlaşma konusu mal ve hizmetleri sağladığı ilgili pazardaki pazar payının %30'u aşmaması"* koşulunu sağlaması gerekmektedir.
- (122) Bunun yanında, anılan tebliğin 4. maddesinde *"Aşağıda sayılan, rekabeti doğrudan veya dolaylı olarak engelleme amacı taşıyan sınırlamaları içeren dikey anlaşmalar bu Tebliğ ile tanınan muafiyetten yararlanamaz."* hükmü yer almakta olup maddede sayılan kısıtlamaları içermeyen dikey anlaşmaların grup muafiyetinden yararlanabileceği düzenlenmektedir. Buna göre;
- Alıcının kendi satış fiyatını belirleme serbestisinin engellenmesi (Taraflardan herhangi birinin baskısı veya teşvik etmesi sonucu sabit veya asgari satış fiyatına dönüşmemesi koşuluyla, sağlayıcının azami satış fiyatını belirlemesi veya satış fiyatını tavsiye etmesi mümkündür.),
 - Seçici dağıtım sisteminde, bir sistem üyesinin yetkili olmadığı yerde faaliyet göstermesinin yasaklanması hakkı saklı kalmak kaydıyla, perakende seviyesinde faaliyet gösteren sistem üyelerinin son kullanıcılara yapacakları aktif veya pasif satışların kısıtlanması,
 - Seçici dağıtım sisteminde, sistem üyelerinin kendi aralarındaki alım ve satımın engellenmesi,
 - Parçaların birleştirilmesi ile oluşturulan malların söz konusu olması hâlinde, bu parçaları satan sağlayıcı ile birleştiren alıcı arasındaki anlaşmalarda, sağlayıcının bu parçaları son kullanıcılara veya malların bakımı ya da onarımıyla alıcı tarafından yetkilendirilmemiş tamircilere yedek parça olarak satmasının yasaklanması,
 - Aşağıdaki haller dışında, alıcının sözleşme konusu mal veya hizmetleri satacağı bölge veya müşterilere ilişkin kısıtlamalar getirilmesi:
 - Alıcının müşterilerince yapılacak satışları kapsamaması kaydıyla, sağlayıcı tarafından kendisine veya bir alıcıya tahsis edilmiş münhasır bir bölgeye ya da münhasır müşteri grubuna yapılacak aktif satışların kısıtlanması,
 - Toptancı seviyesinde faaliyet gösteren alıcının son kullanıcılara yönelik satışlarının kısıtlanması,

- Bir seçici dağıtım sistemi üyelerinin yetkili olmayan dağıtıcılara satış yapmalarının kısıtlanması,
- Birleştirilmek amacıyla tedarik edilen parçaların söz konusu olması halinde, alıcının bunları üretici konumundaki sağlayıcının rakiplerine satmasının kısıtlanması.

halleri anlaşmaları grup muafiyetinin kapsamından çıkarmaktadır.

- (123) Anılan madde hükmünde yer alan ve anlaşmaları grup muafiyeti kapsamı dışına çıkaran sınırlamalar incelendiğinde alıcının kendi satış fiyatını belirleme serbestisinin engellenmesinin bu türden bir sınırlama olduğu anlaşılmaktadır. Her ne kadar ilgili hükümde “*Taraflardan herhangi birinin baskısı veya teşvik etmesi sonucu sabit veya asgari satış fiyatına dönüşmemesi koşuluyla, sağlayıcının azami satış fiyatını belirlemesi veya satış fiyatını tavsiye etmesi mümkündür.*” ifadesine yer verilse de alıcıya tevdi edilen azami veya tavsiye nitelikteki satış fiyatlarının asgari veya sabit fiyata dönüşmemesi için, söz konusu fiyatların azami veya tavsiye niteliğinde olduğunun yayınlanan fiyat listelerinde ya da ürünün üzerinde açıkça belirtilmesi gerekmektedir.
- (124) Alıcının sabit veya asgari nitelikteki satış fiyatının belirlendiği yeniden satış fiyatına yönelik anlaşmalar Dikey Kılavuz’un 18. paragrafında yer verildiği üzere doğrudan veya dolaylı bir şekilde yapılabilmektedir. Sağlayıcı teşebbüsler, akdetmiş oldukları dikey anlaşmalara açık hüküm koymak suretiyle alıcının satış fiyatını doğrudan belirlemelerinin yanı sıra, aynı ihlali değişik uygulamalar vasıtasıyla dolaylı yollarla da gerçekleştirebilmektedirler. Alıcının kâr marjının belirlenmesi, tavsiye fiyat niteliğinde ilan edilmiş bir fiyat seviyesinden alıcının uygulayabileceği indirim oranının en üst seviyesinin belirlenmesi, alıcıya tavsiye edilen fiyatlara uyduğu oranda ilave indirimler uygulanması ya da bu fiyatlara uymaması durumunda teslimatların geciktirilmesi, askıya alınması veya anlaşmanın sona erdirilmesi şeklinde alıcının tehdit edilmesi ya da fiilen bu tür cezai yaptırımların uygulanması yeniden satış fiyatının dolaylı yoldan belirlenmesine örnek olarak verilebilir. Dikey Kılavuz’un 19. paragrafında ise, yeniden satış fiyatının belirlenmesi uygulamasına yönelik doğrudan veya dolaylı yöntemlerin, alıcıların uyguladığı fiyatların sağlayıcı tarafından izlenebildiği ve kontrol edilebildiği durumlarda daha etkili olabileceği belirtilmektedir. Örneğin, standart fiyat listelerinden farklı fiyatlardan satış yapan alıcıları rapor etme konusunda tüm alıcılara getirilecek bir yükümlülük sağlayıcının pazarda uygulanan fiyatları kontrol etmesini önemli ölçüde kolaylaştıracaktır.
- (125) Bu doğrultuda, sağlayıcıların yeniden satıcılarının yaptıkları satışlara yönelik yalnızca tavsiye fiyat verebildiği ve azami satış fiyatını belirleyebildiği, bunun haricinde yeniden satıcının asgari satış fiyatının belirlenmesi veya sabit fiyat oluşumuna sebebiyet verecek fiyat tespitinde bulunması eylemlerinin rekabet ihlali teşkil edeceği açıktır.
- (126) Kurulun yeniden satış fiyatının belirlenmesine ilişkin kararları incelendiğinde, kararların büyük çoğunluğunda yeniden satış fiyatının belirlenmesinin amacı itibarıyla rekabeti kısıtlayıcı olduğu yönünde değerlendirme yapıldığı görülmektedir. Örneğin, *Doğuş Otomotiv*²⁹ kararında, Kurul tavsiye edilen adı altında olsa dahi, yeniden satış fiyatının tespiti söz konusu olduğunda, herhangi bir inceleme yapılmasının gerekmediği ve uygulamanın doğrudan yasaklanması ve cezalandırılması gerektiğini ifade etmiştir. Keza *Anadolu Elektronik* kararında³⁰ “(...) amacının rekabeti kısıtlamak olduğu kabul

²⁹ Kurulun 05.10.2001 tarihli ve 01-47/483-120 sayılı kararı.

³⁰ Kurulun 23.06.2011 tarihli ve 11-39/838-262 sayılı *Anadolu Elektronik* kararı.

edilen yeniden satış fiyatının tespiti uygulamalarının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında yer aldığına şüphe bulunmamaktadır. Bu nedenle 4. madde hükmü göz önüne alındığında ihlalin ortaya konulabilmesi için yeniden satış fiyatının tespiti uygulamalarına yönelik olarak bir etki analizi yapılması zorunluluğu bulunmamaktadır.” şeklinde bir değerlendirmeye yer verilmiştir.

- (127) Benzer şekilde Kurul *Toros Gübre*³¹ kararında, “*Rekabeti bozucu nitelikte olan anlaşmalar, tarafların kendi bağımsız rekabetçi faaliyetlerini ortak çıkarlar adına gözden çıkardıkları bir yapısal çerçeve yaratır. Bu sebepten dolayı, sadece rekabete aykırı bir anlaşmaya taraf olmak, anlaşma etkilerini gerçekleştirmemiş olsa dahi yasaktır.*” tespiti ile amacı rekabeti kısıtlayıcı olan bir anlaşmanın etkisinin aranmayacağını açıkça ortaya koymuştur.
- (128) Benzer değerlendirmelere Kurulun *Bellona*³², *Aral Oyun*³³ *Sony Eurasia*³⁴, *Turkcell*³⁵, *Akaryakıt*³⁶, *Baymak*³⁷, *Duru Bulgur*³⁸ ve *Groupe SEB*³⁹ gibi kararlarında da yer verilmiş olup yeniden satış fiyatının tespitinin amaç bakımından rekabet ihlali teşkil ettiği ve piyasada doğurduğu etkilerinden bağımsız olarak 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine aykırı olduğu ifade edilmiştir. Bunun yanı sıra, Kurulun uzlaşma müessesesi ile sonlandırdığı *Philips*⁴⁰ ve *Singer*⁴¹ kararlarında da yeniden satış fiyatına müdahale eylemi rekabeti amaç bakımından kısıtlayan ihlaller kategorisinde ele alınmıştır.
- (129) Öte yandan, *Turkcell-3*⁴² soruşturmasında ise yeniden satış fiyatının tespitinin etki analizi (*rule of reason*) çerçevesinde değerlendirilmesi gerektiği belirtilmiş ancak Turkcell'in böyle bir uygulama içerisinde olduğu sonucuna ulaşılmamıştır. Bu karar, yeniden satış fiyatının belirlenmesinin varlığına işaret eden çok sayıda bulgu ve belge dikkate alındığında 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlal edildiği gerekçesiyle Danıştay 13. Dairesinin 16.10.2017 tarihli ve E. 2011/4560, K.2017/2573 sayılı kararıyla iptal edilmiştir.
- (130) AB uygulamasına bakıldığında da gerek Komisyonun gerekse mahkemelerin yeniden satış fiyatının belirlenmesine karşı katı bir tutum sergilediği görülmektedir. Komisyon geçmişte vermiş olduğu kararlarda⁴³ yeniden satış fiyatını belirlediği tespit edilen teşebbüslere amaç bakımından ihlâl tespitinde bulunarak idari para cezası uygulamıştır. Keza örnek mahkeme kararları incelendiğinde de yetkili satıcıların asgari ve/veya sabit satış fiyatlarına müdahalede bulunularak anılan satıcıların yeniden satış fiyatlarını bağımsız bir şekilde belirlemeleri engellenerek rekabetin amaç bakımından kısıtlandığı ve Avrupa Birliği'nin İşleyişine Dair Anlaşma'nın (ABİDA) 101. maddesinin ihlal edildiği değerlendirilmesinde bulunmaktadır⁴⁴.

³¹ Kurulun 19.01.2011 tarihli ve 11-04/64-26 sayılı *Toros Gübre* kararı.

³² Kurulun 02.11.2011 tarihli ve 11-55/1434-509 sayılı kararı

³³ Kurulun 07.11.2016 tarihli ve 16-37/628-279 sayılı kararı.

³⁴ Kurulun 22.11.2018 tarihli ve 18-44/703-345 sayılı kararı.

³⁵ Kurulun 10.01.2019 tarihli ve 19-03/23-10 sayılı, 12.11.2019 tarihli ve 19-39/610-263 sayılı kararları.

³⁶ Kurulun 12.03.2020 tarihli ve 20-14/192-98 sayılı kararı.

³⁷ Kurulun 26.03.2020 tarihli ve 20-16/232-113 sayılı kararı.

³⁸ Kurulun 17.12.2020 tarihli ve 20-54/754-M sayılı kararı.

³⁹ Kurulun 04.03.2021 tarihli ve 21-11/154-63 sayılı kararı.

⁴⁰ Kurulun 05.08.2021 tarihli ve 21-337/524-258 sayılı kararı.

⁴¹ Kurulun 30.09.2021 tarihli ve 21-46/672-336 sayılı kararı.

⁴² Kurulun 06.06.2011 tarihli ve 11-34/742-230 sayılı kararı.

⁴³ Case COMP.F.1/35.918 (2000); Case COMP.F.2/36.693 (2001).

⁴⁴ *Binon v AMP*, C-243/83; *VVR v Sociale Dienst van de Plaatselijke en Gewestelijke Overheidsdiensten*, C-311/8; *SPRL Louis Erauw-Jacquery v La Hesbignonne SC*, C-27/87.

- (131) Komisyon, yeniden satış fiyatının tespitine ilişkin 2018 yılında dört ayrı karar kapsamında tüketici elektroniği alanında faaliyet gösteren *Asus*⁴⁵, *Denon & Marantz*⁴⁶, *Philips*⁴⁷ ve *Pioneer*'a⁴⁸ çevrim içi kanalda satış gerçekleştiren perakendecilerin kendi satış fiyatlarını belirleme yeteneklerini sınırlandırmak yoluyla, sabit veya asgari yeniden satış fiyatını belirledikleri gerekçesiyle idari para cezası vermiştir. Birbirinden bağımsız olarak ürünlerini düşük fiyatla satan firmalara üreticiler tarafından müdahale edildiği ve satıcı firmaların yeniden satış fiyatına uymamaları halinde mal vermenin engellenmesi gibi tehdit veya arzın kısıtlanması gibi yaptırımlarla karşılaştığı ifade edilmiştir. Ayrıca Komisyon 25.01.2019 tarihinde *Guess*'in perakendecilerin fiyatlarını takip ettiğini ve "tavsiye edilen" yeniden satış fiyatları ile uyuşmayan fiyatları düzeltmek için müdahalede bulunduğunu belirterek teşebbüsün rekabetin amaç bakımından kısıtlanması suretiyle ABİDA'nın 101. maddesini ihlal ettiğini tespit etmiştir⁴⁹. Kararda dikkat çeken bir diğer husus, doğası gereği fiyat rekabetini kısıtlayan seçici dağıtım sisteminde, sabit veya asgari satış fiyatının belirlenmesine yönelik uygulamaların dağıtım sisteminin gerekliliklerinin ötesine geçtiği yönündeki değerlendirmedir⁵⁰.
- (132) Sonuç olarak, gerek AB uygulamalarında gerekse Türk rekabet hukuku sistemimizde yeniden fiyat tespiti uygulamaları genel itibarıyla, yeniden satıcılar arasındaki fiyat rekabetini sınırlandıran, amaç bakımından rekabet ihlali teşkil eden ve muafiyetten yararlanamayan eylemler olarak değerlendirilmektedir.

J.2.2. Dosya Kapsamında Elde Edilen Bulgulara İlişkin Değerlendirme

Bulgu-1, 21 ve 23:

- (133) Dosya kapsamında yapılan yerinde incelemelerde Bulgu-21'de yer alan 20.02.2024 tarihli yazışma elde edilmiş olup ilgili belgede ÖZELCAN yetkilisi (.....) tarafından ÖZELCAN personeli (.....)'a ekinde *Word* dokümanının yer aldığı bir e-postanın iletiliği görülmektedir. Söz konusu belgenin içeriğinden, ilgili dokümanın *franchise*'lerle akdedilen *Franchise İşletme Sözleşmesi* taslağı olduğu anlaşılmakta olup taslak sözleşme metninin "III. İşletme" başlığı altında aşağıdaki ifadeler yer almaktadır.

"I. Konu ve Taraflar

İşbu sözleşme; anne ve bebek ürünleri üreten, ithal eden, alan, satan ve pazarlayan Özelcan Babymall Mağazacılık Dağıtım Tic. ve San. A.Ş. 'nin "Botti" markası altında, perakende mağazacılık işletmesi işini; franchise vermesini düzenlemektedir.

1. Franchisor (franchise veren: Firma) : (.....) adresinde mukim Özelcan Babymall Mağazacılık Dağıtım Tic. Ve San. A.Ş.'ni ifade etmektedir ve Firma olarak anılacaktır.

(...)

III. İşletme

⁴⁵ Case COMP/AT.40465.

⁴⁶ Case COMP/AT.40469.

⁴⁷ Case COMP/AT.40182.

⁴⁸ Case COMP/AT.40181.

⁴⁹ Case COMP/AT.40428.

⁵⁰ Agk., para. 136.

f) Perakende satış fiyatları Firma tarafından belirlenir ve İşletme tarafından aynen uygulanır. İşletme tarafından herhangi bir üründe, farklı bir fiyat, iskonto, vade, bantlama, promosyon vb. yapılamaz."

Sözleşme, imza tarihinde yürürlüğe girer ve süresi işletmenin satışa başladığı tarihten itibaren tüm hak ve vecibelerin yerine getirilmesi şartı ile 3 (üç) yıldır. Taraflardan birinin sözleşme bitiminden en az 2 (iki) ay öncesine kadar karşı tarafa resmi kanallarla sözleşmeyi sonlandırma bildiriminde bulunmadığı sürece işbu sözleşme yenilenmiş sayılır."

- (134) Soruşturma süreci devam ederken, ilgili taslak sözleşmenin hayata geçirilip geçirilmediğinin tespiti amacıyla dosya kapsamında ÖZELCAN'dan 2014-2025 yılları arasında franchise'ları ile akdettiği tüm sözleşmelerin imzalı versiyonları talep edilmiş; bu doğrultuda teşebbüs tarafından 12.02.2025 tarihli ve 62989 sayılı cevabi yazısında ilgili sözleşmelerin tamamı Kuruma sunulmuştur. Söz konusu sözleşmelere bakıldığında, ÖZELCAN'ın 2014 yılından 2025 yılına kadar akdettiği tüm sözleşmelerin yukarıda yer alan taslak sözleşme formatında kaleme alındığı ve aynı hükümleri ihtiva ettiği tespit edilmiştir.
- (135) İlgili sözleşmeler incelendiğinde, yeniden satış fiyatının tespitine ilişkin hükmün yer aldığı en eski tarihli sözleşmenin Kasım 2014 yılında BOTTİ (.....) franchise'ı olan (.....) ile akdedildiği (Bulgu-1), en güncel tarihli sözleşmenin ise 01.11.2018 tarihinde (.....) ünvanlı franchise ile akdedilmiş olmakla beraber (Bulgu-23) 26.02.2025 tarihine kadar uygulandığı ve sözleşme hükümlerinin ilgili tarihte yenilenerek revize edildiği görülmüştür. Keza, teşebbüs tarafından gönderilen cevabi yazı incelendiğinde de 2018 yılının Kasım ayında akdedilen sözleşmenin 26.02.2025 tarihine kadar geçerli olduğu ancak soruşturmanın devam ettiği süreçte sözleşmede revizyon yapıldığı ve yeniden satış fiyatının tespitine ilişkin hükmün sözleşmeden çıkarıldığı görülmektedir. Bu çerçevede, söz konusu uygulamanın sözleşmesel olarak Kasım 2014 ile 26.02.2025 tarihleri arasındaki dönemi kapsadığı anlaşılmaktadır. ÖZELCAN'ın 2014-2025 yılları arasında franchise'larla benzer içerikte çok sayıda sözleşme imzaladığı, dolayısıyla ilgili hükmün ara dönemde akdedilen diğer sözleşmelerde de yer aldığı tespit edilmiştir.
- (136) İlgili sözleşmelerde yer alan III(f) hükmü incelendiğinde, franchise'ların perakende satış fiyatının ÖZELCAN tarafından belirlendiği, anılan sözleşme hükmü kapsamında franchise'lara kendi satış fiyatlarını belirleme noktasında herhangi bir inisiyatif tanınmadığı, dolayısıyla yeniden satıcıların doğrudan ÖZELCAN tarafından belirlenen fiyatları uygulamakla yükümlü olduğu anlaşılmaktadır. Sözleşmelerde ayrıca, franchise'ların söz konusu hükümlere uyumunu teminen ÖZELCAN tarafından cezai şart koşulu getirilerek sözleşmeye aykırılığın yaptırıma tabi tutulduğu da görülmektedir. İlgili sözleşmede yer alan hükümler ile ÖZELCAN'ın yeniden satıcılarının satış fiyatını belirlemek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği değerlendirilmektedir.
- (137) ÖZELCAN'ın yazılı savunmasında, taslak sözleşmenin yer aldığı bulguya atıfla; soruşturma heyeti tarafından sözleşmede yer alan belirli kısımların koyu renkle vurgulandığı ve yalnızca e-posta ekinde yer alan bir belgede geçen bir hükümden hareketle ÖZELCAN'ın yeniden satış fiyatının tespiti suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal etmiş olabileceği değerlendirmesine yer verildiği ancak her bir franchise alanın, kendi inisiyatifi ve ticari açıdan bağımsız kararı doğrultusunda ürünü dilediği indirimle satabildiği ifade edilmektedir.
- (138) Ancak yukarıda da yer verildiği üzere, ihlal tespitinde bulunulurken yalnızca yerinde incelemede elde edilen taslak sözleşme ile sınırlı kalınmamış; ilgili sözleşmelerin hayata geçirilip geçirilmediğinin tespiti amacıyla ÖZELCAN'dan franchise'larıyla

akdettiği tüm sözleşmelerin imzalı versiyonları talep edilmiştir. Bu kapsamda soruşturma tarafı tarafından sunulan imzalı tüm sözleşmeler ayrı ayrı incelenmiş olup sözleşmelerin yeniden satıcıların fiyat belirleme serbestisini engelleyecek şekilde kaleme alındığı ve bu hükmün uzun yıllar boyunca sözleşmelerde yer bulduğu tespit edilmiştir. Dahası, ihlal tespitini değiştirmeyecek olmakla birlikte, gerekçeli kararın ilerleyen kısımlarında yer verilen bulgu değerlendirmelerinden de açıkça görüleceği üzere, ilgili hüküm yalnızca sözleşme hükmü ile sınırlı kalmamış, ÖZELCAN tarafından ilgili hüküm çeşitli yazışmalar ve diğer fiillerle bizatihi hayata geçirilmiştir. Bu kapsamda teşebbüsün söz konusu savunmasının yerinde olmadığı değerlendirilmektedir.

Bulgu-2:

- (139) Bulgu-2’de yer alan ve ÖZELCAN tarafından franchise bayilerine iletilen 27.02.2020 tarihli e-postada, (.....) markalı ürünün asgari satış fiyatının (.....) TL olarak belirlendiği hususunda franchise’ların bilgilendirildiği ve teşebbüslerden belirtilen fiyatın altına düşmemelerinin talep edildiği görülmektedir. İlgili bulguda söz konusu talebin İTAMEKS’ten gelip gelmediğine yönelik herhangi bir tespitte bulunulamamakla birlikte, e-postada yer alan ifadelerle ÖZELCAN’ın yeniden satıcılarının satış fiyatına doğrudan müdahale etmeyi amaçladığı değerlendirilmektedir.
- (140) Dosya kapsamında yapılan yerinde incelemelerde elde edilen belgelerde de görülebileceği üzere ÖZELCAN, bebek ürünlerini çeşitli sağlayıcılardan tedarik etmekte; bu tedarikçilerin arasında İTAMEKS de yer almaktadır. ÖZELCAN tarafından yapılan savunmaların bir kısmında, İTAMEKS’ten tedarik edilen ürünlerin (.....) markalı ana kucağı ürününe ilişkin olduğu ve söz konusu ürünün Türkiye’deki tek yetkili sağlayıcısının İTAMEKS olduğundan bahisle yazışmalarda geçen yeniden satıcıların fiyatlarına müdahale edileceğine yönelik ifadelerin tamamen İTAMEKS ile olan ticari ilişkileri korumak maksadıyla sarf edildiği ve rekabeti ihlal etme amacı taşımadığı; bunun yanında ÖZELCAN’ın İTAMEKS tarafından iletilen taleplere karşılık franchise’lar ile yeniden satış fiyatının tespiti konusunda diyaloga girmediği/herhangi bir aksiyon almadığı ifade edilmektedir.
- (141) Ancak Bulgu-2 örneğinde de görülebileceği üzere ÖZELCAN, İTAMEKS’ten tedarik ettiği ürünlere ilişkin olarak yeniden satıcılarıyla doğrudan kendisi iletişime geçmekte ve “*Arkadaşlar mağazalarımız ve internet satışlarında (.....) Ana Kucağını (.....) tl nin aşağısında satılmamasını rica ederiz.*” ifadelerin anlaşılabileceği üzere franchise’lardan fiyatlarını revize etmelerini talep etmektedir. Dolayısıyla ÖZELCAN’ın yeniden satıcılarının satış fiyatlarına müdahale niteliği taşıyan işbu uygulamalarının 4054 sayılı Kanun kapsamında ihlal niteliği taşıdığı değerlendirilmektedir. Benzer bir duruma, Bulgu-3, Bulgu-4, Bulgu-5, Bulgu-6, Bulgu-8, Bulgu-10, Bulgu-11, Bulgu-14 ve Bulgu-17’de de rastlanmaktadır.
- (142) Her ne kadar teşebbüs savunmasında, İTAMEKS’ten gelen fiyat müdahalesi talebine ÖZELCAN tarafından sadece sağlayıcı ile olan ticari ilişkinin korunması amacıyla olumlu yanıt verildiği ve bu nedenle söz konusu davranışın rekabeti ihlal etme amacı taşımadığı ileri sürülmüşse de; ilgili bulgular, ÖZELCAN’ın yeniden satıcılarının belirlenen fiyatlara riayet etmesini sağlamak amacıyla sağlayıcıya destek olacağını belirttiğini, yeniden satıcılarla bu doğrultuda iletişime geçtiğini ve gerektiğinde ürün tedarik etmeme gibi yaptırımların dahi gündeme gelebildiğini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla söz konusu rekabete aykırı uygulamaların sağlayıcı ile sürdürülen ticari ilişkinin devamlılığından ziyade, ÖZELCAN’ın bağımsız ve kendi inisiyatifine dayalı kararları doğrultusunda şekillendiği değerlendirilmektedir. Kaldı ki, ÖZELCAN’ın yeniden satış fiyatının belirlenmesi eyleminden sorumlu tutulabilmesi noktasında söz

konusu talebin tedarikçi firmadan gelip gelmemesinin yahut böyle bir eylemin tedarikçi firma ile olan ticari ilişkiyi koruma amacıyla yapılıp yapılmamasının da herhangi bir önemi bulunmamaktadır. Açıklanan hususlardan hareketle, teşebbüsün savunmasına katılmak mümkün görünmemektedir.

Bulgu-3:

- (143) Bulgu-3'te yer alan 04.03.2021 tarihli *WhatsApp* yazışmasında, ÖZELCAN yetkilisi tarafından Botti yetkilisinin (.....) markalı ürünlerin fiyatının, İTAMEKS'in talebi üzerine piyasa genelinde yukarı çekildiği hususunda bilgilendirildiği ve franchise bayiden fiyatlarını (.....) TL seviyesine yükseltmesinin talep edildiği; bayi yetkilisinin de söz konusu talebe istinaden fiyatları yükseltmeyi kabul ettiği anlaşılmaktadır. İlgili yazışmada yer alan ifadelerden, ÖZELCAN'ın, yeniden satıcısının satış fiyatına doğrudan müdahale ettiği açıkça görülmektedir.
- (144) Her ne kadar ÖZELCAN'ın yazılı savunmasında ilgili bulguda yer alan “*akşam kaç*”, “*akşamları şamarlarsın*”, “*elindekileri şu süreçte erit*”, “*boşluk bulunca kaç*” ifadelerinden franchise alanın kendi fiyatlarını belirleyebildiğinin anlaşıldığı, bulguda zikredilen fiyatın da yalnızca tavsiye mahiyetinde olduğu ve aksi davranışın yaptırıma tabi tutulması gibi bir durumun söz konusu olmadığı ifade edilmiş olsa da anılan bulguda söz konusu fiyatın “tavsiye” niteliğinde olduğuna yönelik herhangi bir ifadeye yer verilmediği gibi ÖZELCAN tarafından franchise yetkilisine iletilen “*ama sabaha düzeltirsin geri*” ifadesi ile yeniden satıcıdan günün belirli saatlerinde fiyatlarını belirtilen seviyeye çekmesinin talep edildiği ve yeniden satıcının da söz konusu talebe uyumu teminen fiyatlarını ilgili seviyeye çekmeyi kabul ettiği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla ilgili bulgu özelinde alıcının fiyat belirleme serbestisinden bahsedilmeyeceği gibi, söz konusu fiyatın tavsiye mahiyetinde olduğu yönündeki bir savunmaya katılmak da mümkün görünmemektedir.

Bulgu-4:

- (145) Bulgu-4'te yer alan 21.04.2021 tarihli *WhatsApp* yazışmasında da benzer şekilde, İTAMEKS'in ÖZELCAN ile internet satış fiyatları konusunda iletişime geçtiği ve fiyatların düşük olmasından yakındığı; ÖZELCAN yetkilisinin ise (.....)'un fiyat kırması üzerine fiyat düşüşüne gittiklerini ifade ettiği görülmektedir. Yazışmanın devamında İTAMEKS yetkilisinin “(.....)⁵¹ sizden ürün alıyormuş Ona da müdahale edip sizde fiyatı (.....) a çekebilir misin(.....) da şuan fiyatlar normal düşük fiyat yok” ifadeleri ile ÖZELCAN yetkilisinden kendi fiyatlarını düzeltmesinin yanı sıra franchise'ı konumundaki (.....)'nin satış fiyatlarına da müdahale etmesini talep ettiği anlaşılmakta; ÖZELCAN tarafından ise ilgili talebe cevaben “(.....)u kontrol ediyorum hemen (.....)de düzelttiyeyim” şeklinde bir dönüş sağlanarak yeniden satıcısının uyguladığı fiyatların “düzeltmesi” konusunda aksiyon alınacağını belirtildiği görülmektedir.
- (146) ÖZELCAN tarafından sunulan birinci yazılı savunmada, Bulgu-4'te yer alan ifadeler kapsamında ÖZELCAN'ın, (.....) ile iletişim kuracağını belirtmiş olmakla birlikte söz konusu bayiden bu yönde bir talepte bulunmadığı, yalnızca İTAMEKS ile devam eden ticari ilişkilerinin bozulmaması adına İTAMEKS'in talebine olumlu dönüş sağlandığı ifade edilmektedir.
- (147) İlgili bulgu özelinde ÖZELCAN'ın franchise bayisi konumundaki (.....)'nin fiyatlarına doğrudan müdahale ettiğine yönelik bir tespitte bulunulamamakla birlikte, bu yöndeki niyetini ortaya koyan ifadelerle yer verdiği görülmekte; dahası ilgili bulgu, dosya

⁵¹ Adı geçen teşebbüs, ÖZELCAN'ın franchise'ıdır.

kapsamında elde edilen diğer bulgularla birlikte değerlendirildiğinde, ÖZELCAN'ın söz konusu talebi hayata geçirmeksizin yalnızca İTAMEKS ile olan ticari ilişkisinin bozulmaması adına İTAMEKS'e olumlu bir dönüş sağlamış olmasının muhtemel olmadığı değerlendirilmektedir. Zira Bulgu-5, 6 ve 10 gibi bulgularda ÖZELCAN, İTAMEKS'in talebi doğrultusunda franchise bayilerinin fiyatlarına müdahale etmek amacıyla aksiyon alacağını yahut daha öncesinde ilgili bayiye defalarca uyardığını belirtmekte; Bulgu-2, 3, 7 ve 8 gibi örneklerde ise, franchise'larıyla doğrudan kendisi iletişime geçmekte, yeniden satıcıyı fiyatlarını güncellemesi konusunda ikaz etmekte veya bu yönde aksiyon almaktadır. Açıklanan sebeplerle teşebbüsün savunmasının yerinde olmadığı değerlendirilmektedir.

Bulgu-5:

- (148) Bulgu-5'te yer alan 11.06.2021 tarihli WhatsApp yazışmasında, İTAMEKS yetkilisi tarafından "Günaydın (.....)⁵² hala düzelmemiş Rica etsem destek sağlar mısınız Birde (.....) ile görüşür müsün Oda (.....) çekebilir mi fiyatını (.....) rica etsem fiyatı tam %(.....) indirimde denk gelecek rakamla günceller misin" ifadelerinin yer aldığı bir iletiyle ÖZELCAN yetkilisinden franchise bayilerinin satış fiyatlarına doğrudan müdahale etmesi talep edilmekte; ÖZELCAN yetkilisinin ise "Fiyatları ayarladım entegrasyon Gececek" ifadeleriyle yeniden satıcılarının fiyatlarına müdahale ettiğini belirttiği görülmektedir. İlgili bulgunun da yeniden satış fiyatının tespitini destekler nitelikte bir yazışma olduğu değerlendirilmektedir.

Bulgu-6:

- (149) Bulgu-6'da yer alan 21.10.2021 tarihli WhatsApp yazışmasında da benzer şekilde İTAMEKS, ÖZELCAN'dan franchise bayisi konumundaki (.....) ile fiyatlar konusunda görüşmesini talep etmekte; ÖZELCAN'ın ise söz konusu talebe "Merhaba(.....) hanım ilgileniyorum Onalara daha öncede demiştim" şeklinde bir dönüş sağlayarak daha öncesinde uyarıda bulunduğu yeniden satıcı ile fiyatlar konusunda tekrardan iletişime geçeceğini ifade ettiği görülmektedir. Söz konusu bulgunun ÖZELCAN'ın yeniden satıcılarının satış fiyatı tespit ettiğini gösterir nitelikte bir yazışma olduğu değerlendirilmektedir.

Bulgu-7:

- (150) Bulgu-7'de yer alan 03.11.2021 tarihli bir diğer e-postada, ÖZELCAN tarafından yeniden satıcısı konumundaki Botti ile (.....) markalı ürünlerin piyasa satış fiyatlarının yer aldığı bir tablonun paylaşıldığı ve yeniden satıcılarından fiyatlarını ilgili tablo doğrultusunda güncellemelerinin talep edildiği görülmektedir.
- (151) ÖZELCAN tarafından yapılan birinci yazılı savunmada, Bulgu-7 ve ilgili bulguyla benzer içeriğe sahip Bulgu-8'de yer alan ifadelerin yalnızca ÖZELCAN tarafından franchise'larına belirli ürünlerin fiyatlarında yaşanan değişiklik hakkında bilgilendirme yapılmasından ibaret olduğu ifade edilmektedir. Öte yandan Bulgu-7'de söz konusu fiyat listesinin tavsiye niteliğinde olduğuna dair herhangi bir ibare yer almaması bir yana, bulguda geçen "Aşağıdaki ürünlerin PSF ve BAF'ı değişmiştir. Gerekli güncellemeleri yapmanızı rica ederim." ifadelerinden teşebbüsün salt bilgilendirme yapmaktan ziyade franchise'ların fiyatlarını listede belirtilen fiyatlarla uyumlu hale getirmeyi amaçladığı açıkça anlaşılmaktadır. Benzer bir duruma Bulgu-14'te de rastlanmakta olup ÖZELCAN tarafından ürünlere ilişkin fiyat listelerinin yeniden satıcılara iletilerek yeniden satıcılardan fiyatlarını ilgili liste doğrultusunda revize

⁵² Adı geçen teşebbüs ÖZELCAN'ın franchise'idir.

etmeleri talep edilmektedir. ÖZELCAN'ın söz konusu davranışının, yeniden satıcılarının “bilgilendirmenin” ötesine geçerek yeniden satış fiyatının tespitine yol açtığı değerlendirilmektedir. Dolayısıyla teşebbüsün söz konusu savunmasına katılmak mümkün olmamıştır.

Bulgu-8:

- (152) Bulgu-8'de yer alan ve 13.12.2021 tarihinde ÖZELCAN tarafından yeniden satıcılara iletilen e-postadaki ifadeler incelendiğinde de ÖZELCAN'ın (.....) markasına ait ürünlerin fiyat değişiklikleri ile ilgili olarak yeniden satıcılarını bilgilendirdiği ve yeni fiyat listesini paylaşarak yeniden satıcılardan fiyatlarını güncellemelerini talep ettiği görülmektedir. İlgili bulgu ile ÖZELCAN'ın göndermiş olduğu fiyat listeleri ile yeniden satıcılarının fiyatlarına doğrudan müdahale ettiği değerlendirilmektedir.

Bulgu-9:

- (153) Bulgu-9'da yer alan 22.03.2022 tarihli şirket içi *WhatsApp* yazışmasında, ÖZELCAN yetkilisi (.....) tarafından yeniden satıcıya ((.....)⁵³) ait internet sitesi linkinin ÖZELCAN çalışanı (.....)'e iletilerek “*Abi gunaydin (.....) soyleyebilirmisin psf ye çeksın*” ifadeleriyle (.....) markalı ürünün fiyatının yükseltilmesi konusunda yeniden satıcının uyarılması talep edilmektedir.
- (154) İlgili şirket içi yazışma, ihlalin varlığını tek başına ortaya koyma noktasında yeterli olmamakla birlikte, soruşturma kapsamında elde edilen bulgularla birlikte değerlendirildiğinde, yazışmada geçen ifadelerin ÖZELCAN'ın yeniden satıcılarının fiyatlarına müdahale amacı taşıdığı değerlendirilmektedir.

Bulgu-10:

- (155) Bulgu-10'da yer alan 06.04.2022 tarihli bir diğer *WhatsApp* yazışmasında, İTAMEKS tarafından ÖZELCAN'dan, fiyatlarını revize etmediği gerekçesiyle (.....)'ye müdahale etmesi talep edilmekte, ÖZELCAN tarafından ise söz konusu yeniden satıcının daha öncesinde uyarıldığı ifade edilerek yeniden satıcı ile yeniden iletişime geçileceği belirtilmektedir. İlgili bulguda geçen ifadelerden de ÖZELCAN'ın, İTAMEKS'in talebi doğrultusunda yeniden satıcısının satış fiyatına müdahalede bulunduğu açıkça görülebilmektedir.

Bulgu-11:

- (156) Bulgu-11'de yer alan 25.04.2022 tarihli *WhatsApp* yazışmasında da benzer şekilde, İTAMEKS tarafından ÖZELCAN'dan satış fiyatının düşük olduğu gerekçesiyle (.....)'ye müdahale etmesi ve yeniden satıcının minimum satış fiyatının (.....) TL olarak belirlenmesi talep edilmektedir. ÖZELCAN tarafından söz konusu iletişime cevaben (.....)'nin tutumundan duyulan rahatsızlığın dile getirildiği görülmekte ve bu tutumun sürdürülmesi halinde söz konusu yeniden satıcıya ürün tedarik edilmeyeceği belirtilmektedir.
- (157) İlgili bulguya ilişkin olarak ÖZELCAN tarafından yapılan savunmada, yazışmada geçen ifadelerde belirtilenin aksine adı geçen yeniden satıcıyla fiyatlara müdahale amacı taşıyan nitelikte bir görüşmenin gerçekleştirilmediği ifade edilmektedir.
- (158) Ancak dosya kapsamında elde edilen bulgular incelendiğinde, ÖZELCAN'ın İTAMEKS'ten tedarik ettiği (.....) markalı ürünler özelinde yaptığı yazışmaların çoğunlukla franchise konumundaki (.....)'ye yönelik olduğu; ilgili yazışmalarda

⁵³ Adı geçen teşebbüs, ÖZELCAN'ın *franchise*'sidir.

ÖZELCAN'ın kimi zaman İTAMEKS'in talebi doğrultusunda kimi zaman da kendi inisiyatifi ile (.....)'nin fiyatlarına müdahale ettiği görülmektedir.

- (159) İlgili bulguda da İTAMEKS'in talebi doğrultusunda, ÖZELCAN tarafından *“eğer bu şekilde devam ederlerse bu ürünle çalışmayacağız”* ve *“gereğkten bizde şikâyetçiyiz”* ifadelerine yer verilerek yeniden satıcının uyguladığı fiyatlardan duyulan rahatsızlığın dile getirildiği ve (.....)'nin fiyatlara uyumunun temini amacıyla yeniden satıcıya ürün satışının durdurulacağını belirtildiği dikkat çekmektedir.
- (160) Söz konusu bulgunun, dosya kapsamındaki mevcut bulgularla birlikte değerlendirildiğinde ÖZELCAN'ın (.....)'nin fiyatlarına müdahale etme yönündeki niyetini açıkça ortaya koyduğu ve yeniden satış fiyatının tespitini destekler nitelikte bir yazışma olduğu değerlendirilmektedir.

Bulgu-12:

- (161) 27.10.2022 tarihinde ÖZELCAN yetkilileri arasında geçen şirket içi WhatsApp yazışmasını içeren Bulgu-12'de, (.....) tarafından franchise bayi konumundaki Botti'de satılan (.....) markalı mobilyaların fiyat bilgisinin yer aldığı görsellerin (.....) ile paylaşıldığı ve *“bu tarz uyumsuz ve kendi dediğim dedik adamları defaeten uyarmamıza rağmen, çaldığım düdük adamlarla uğraşmak istemiyoruz”, “yapmasın alttan satalım diyoz milletin gözüne sokuyor”* ve *“(.....) ve (.....)da fiyat yazsın ona da sorun değil ama (.....) de fiyatlı bir vurgu yapmasın lütfen”* ifadeleriyle, söz konusu ürünlerde indirim yapılmasının önüne geçilmesinin amaçlandığı değerlendirilmektedir. Ayrıca ilgili bulguda yer alan *“(.....) a nakliye desteğimizii kesiyoruz bugün itibarıyla ve direk sevk yapmayacağız”* ifadeleriyle fiyat listesine uymayan franchise'a yaptırım uygulandığı anlaşılmaktadır.
- (162) İlgili bulguya ilişkin olarak ÖZELCAN tarafından Bulgu-12'nin esasında izinsiz görsel kullanımı nedeniyle yapılan bir fikir alışverişinden ibaret olduğu ifade edilse de bulgu içeriğinde yer alan *“gardas yapmasınlar” “yapmasın alttan satalım diyoz milletin gözüne sokuyor” “... sorun değil ama (.....) de fiyatlı bir vurgu yapmasın”* ifadelerinden ÖZELCAN'ın amacının izinsiz görsel paylaşılmasından ziyade istenmeyen bir fiyatın uygulanmasının ve bu fiyatların görsellere yansıtılmasının önüne geçmek olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla anılan bulgunun da ÖZELCAN tarafından yeniden satıcılarının fiyatlarına müdahale amacı taşıyan bir yazışma olduğu değerlendirilmektedir.

Bulgu-14:

- (163) Bulgu-14'te yer alan 09.12.2022 tarihli WhatsApp yazışmasında, İTAMEKS yetkilisinin internet satış fiyatlarını düşük tuttuğu gerekçesiyle (.....)'ye servis desteği verilmeyeceği hususunda ÖZELCAN yetkilisini bilgilendirdiği, ÖZELCAN'ın ise *“(.....) artık sizin ürünü buraya çıkmayacağız aramızda ama elinde bitti diye biliyorum Tamam Siz ne dersiniz yapalım”, “(...) Bizde e ticareti için destek vermeyeceğiz”, “(...) Tamam biz bu konuda yanınızdayız”* şeklinde bir dönüş sağlayarak konu hakkında İTAMEKS'e destek olacağını belirttiği anlaşılmaktadır. İlgili bulguda geçen ifadelerden, İTAMEKS'in talebi doğrultusunda ÖZELCAN'ın, fiyatlara riayet etmemesinin bir yaptırımı olarak (.....)'ye internet satışları için ürün temin etmeme kararı aldığı görülmektedir. Dolayısıyla anılan bulgu özelinde de ÖZELCAN'ın yeniden satıcılarının satış fiyatlarına müdahale etmenin yanında, fiyatlara uyumu teminen bazı yaptırımlara başvurarak yeniden satıcıları fiyatlara uymaya zorladığı görülmektedir.

Bulgu-15:

- (164) 19.12.2022 tarihinde ÖZELCAN yetkilileri arasında gerçekleşen şirket içi *WhatsApp* yazışmasını içeren Bulgu-15'te ise, (.....) tarafından (.....) ünvanlı yeniden satıcının (.....) markalı ürünlerin fiyatlarını piyasa satış fiyatına çekmesi gerektiği belirtilmekte; ilgili iletiye cevaben (.....) tarafından ise “*Tamam*” şeklinde bir geri bildirimde bulunulduğu görülmektedir. İlgili yazışmada geçen ifadelerden ÖZELCAN'ın, franchise alan yeniden satıcısı konumundaki (.....)'in (.....) markalı ürünler özelinde internet satış fiyatlarına müdahale ettiği anlaşılmaktadır.
- (165) Her ne kadar ÖZELCAN'ın birinci yazılı savunmasında Bulgu-15'te yer alan ifadelerin yeniden satıcıların satış fiyatlarına müdahale etme amacı taşımadığı, franchise ağının ortak kimliğinin korunması amacıyla hizmet ettiği ve teşebbüslere söz konusu fiyatlara uyulmaması halinde herhangi bir yaptırım uygulanmadığı ifade edilmiş olsa da bulguda yer alan ifadelerden ÖZELCAN'ın franchise bayisine ilişkin bir fiyat tavsiyesinde bulunmadığı, ürün fiyatının perakende satış fiyatına “*çekilmesinin*” istendiği, böylelikle franchise alanın yeniden satış fiyatının belirlendiği açık bir şekilde görülmektedir. Dahası, fiyatlara yönelik bu türden bir müdahalenin, alıcı teşebbüsün kendi satış fiyatını belirleme serbestisinin engellenmesine neden olarak piyasadaki fiyat rekabetini bozacağı noktasında şüphe bulunmamaktadır. Dolayısıyla, bu türden bir müdahalenin franchise ağının ortak kimliğini koruma amacı için gerekli olduğu savunmasına katılmak da mümkün görünmemektedir.

Bulgu-16:

- (166) Bulgu-16'da yer alan 20.01.2023 tarihli şirket içi bir diğer *WhatsApp* yazışmasında da ÖZELCAN yetkilisi (.....) tarafından fiyat karşılaştırma sitesi üzerinden (.....)'nin internet satış fiyatlarına erişilerek yeniden satıcı tarafından satışı gerçekleştirilen (.....) marka ürünlerin fiyat bilgilerinin yer aldığı görselleri (.....) ile paylaştığı; (.....)'in ise “*bunların kalkması mı gerekiyor*” şeklinde bir dönüş sağlayarak söz konusu ürünlerin internet üzerinden satışının kaldırılıp kaldırılmayacağını sorduğu görülmektedir. İlgili soruya cevaben (.....) tarafından ise görsellerle ilgili asıl sorunun fiyatlar olduğu vurgulanarak (.....)'den (.....)'nin fiyatlarını düzeltmesi konusunda yeniden satıcıya müdahale edilmesi talep edilmekte; (.....) tarafından ise ilgili talebi onaylar nitelikte “*Gönderiyorum (.....)'ye*” şeklinde bir dönüş yapılmaktadır.
- (167) Her ne kadar ÖZELCAN'ın yazılı savunmasında Bulgu-16'da yer alan konuşmaların iç yazışma niteliğinde olduğu ve bulgu özelinde yeniden satıcıların fiyatlara uyumu noktasında herhangi bir baskı yahut tehdit unsurunun söz konusu olmadığı belirtilse de söz konusu yazışmanın içeriğinde yer alan ifadeler, görselleri paylaşılan ürünlere ilişkin tavsiye niteliği taşımayan bir fiyat güncellemesine ilişkin olup ÖZELCAN'ın yeniden satıcılarının satış fiyatına ilişkin yaptığı diğer yazışmalar ile birlikte değerlendirildiğinde ilgili bulgunun yeniden satış fiyatını tespit etme amacıyla hizmet eden bir yazışma olduğu değerlendirilmektedir.

Bulgu-17:

- (168) Bulgu-17'de yer alan 24.01.2023 tarihli *WhatsApp* yazışmasında tedarikçi konumundaki (.....)⁵⁴ tarafından ÖZELCAN'a, “*internet fiyatlarını bozduğu*” gerekçesiyle (.....) hakkında şikâyetle bulunulduğu, ÖZELCAN yetkilisinin ise (.....)'yi konu hakkında defalarca uyardığını belirterek yeniden satıcı ile yeniden iletişime geçeceğini ifade ettiği görülmektedir. Yazışmanın devamında (.....) tarafından (.....)'ye

⁵⁴ Adı geçen teşebbüs ÖZELCAN'ın tedarikçisidir.

ait internet satış fiyatlarında herhangi bir değişiklik olmaması üzerine ÖZELCAN'dan ilgili yeniden satıcıya verilen ürünlerin geri alınması istenmekte, ÖZELCAN'ın ise yeniden satıcıda bulunan ürün miktarının az olduğunu ifade ederek ürün iadesi alamayacağını belirttiği görülmektedir.

- (169) ÖZELCAN'ın yazılı savunmasında, anılan bulguya ilişkin olarak, (.....)'nin ÖZELCAN'ın tedarikçisi olduğu ve (.....)'den ürün alımının gerçekleştirildiği, ÖZELCAN'ın franchise bayisi olan (.....)'nin ise (.....)'den sağlanan ürünleri kendi bağımsız kararları doğrultusunda, bizzat belirlediği fiyatlarda ÖZELCAN'ın hiçbir müdahalesi olmadan sattığı ifade edilmektedir.
- (170) Teşebbüsün yazılı savunmasında ayrıca, Bulgu-17'de yer alan ifadelerin (.....) ile olan ticari ilişkileri bozmamak maksadıyla sarf edildiği ve rekabeti ihlal etme amacının söz konusu olmadığı gibi, pazarda böyle bir etkinin de doğmadığı belirtilmiş olsa da ÖZELCAN yetkilisi tarafından "*Abi inan kaç kere uyardım*" "*Çözeceğim abi*" ve "*Abi düzeldi kontrol eder misin*" ifadelerinden ÖZELCAN'ın fiyatların düzeltilmesi konusunda yeniden satıcılarla aktif iletişimde olduğu ve fiyatlara müdahale ettiği açıkça görülmektedir.
- (171) Bu noktada ayrıca belirtilmelidir ki, dikey anlaşma türlerinden biri olan yeniden satış fiyatının tespitinin amacı bakımından rekabeti sınırlayıcı olduğu kabul edilmekte ve bu türden bir anlaşmanın 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine aykırılık teşkil ettiğinin ileri sürülebilmesi için anlaşmanın pazarda yarattığı ya da yaratacağı etkilerin ayrıca ortaya konulmasına gerek olmamaktadır.⁵⁵ Açıklanan sebeplerle teşebbüsün söz konusu savunmasına katılmak mümkün görünmemektedir.

Bulgu-19:

- (172) Bulgu-19'da 03.04.2023 tarihinde ÖZELCAN yetkilileri arasında geçen bir *WhatsApp* yazışması yer almakta; ilgili yazışmada ÖZELCAN çalışanı (.....) tarafından franchise bayi konumundaki Botti'nin (.....) markalı ürünlerin indirimli satış fiyatlarına istinaden (.....)'e iletilen "*Baskanim selam acil psflere çekilirse*" ifadeleriyle fiyatların ivedilikle piyasa satış fiyatları düzeyine çekilmesinin istendiği görülmektedir. İlgili yazışmada yer alan ifadelerden de anlaşılacağı üzere ÖZELCAN, (.....) marka ürünlerin satışını yapan yeniden satıcıların fiyatlarını internet siteleri aracılığıyla yakından takip etmekte ve piyasa fiyatlarına uymadığını tespit ettiği yeniden satıcıların fiyatlarına müdahalede bulunmaktadır. Bu kapsamda ilgili bulgunun da yeniden satış fiyatının tespitine yönelik bir yazışma olduğu değerlendirilmektedir.

Bulgu-20:

- (173) Bulgu-20'de yer alan 08.04.2023 tarihli *WhatsApp* yazışmasında, (.....) yetkilisinin ÖZELCAN yetkilisine (.....)'nin (.....) üzerinden satışını gerçekleştirdiği (.....) markalı ürünün görselini ileterek söz konusu ürünün indirimli fiyattan satıldığı gerekçesiyle e-pazar yeri üzerinden satışının kapatılmasını talep ettiği, ÖZELCAN'ın ise ilgili talebe cevaben "*Yazdım şimdi, Halledecekşer*" şeklinde bir dönüş sağladığı görülmektedir. İlgili yazışmadan da görüleceği üzere, ÖZELCAN tarafından tedarikçinin talebi doğrultusunda yeniden satıcının satış fiyatına müdahale edildiği, tedarikçi tarafından fiyatın düşük tutulduğu gerekçesiyle ÖZELCAN'dan ilgili ürünün internet satışının kapatılmasının talep edildiği anlaşılmaktadır. Yazışmanın devamında ise ÖZELCAN'ın yeniden satıcının tutumundan yakınlıkla "*bu tavırlarından dolayı bunlarla artık*

⁵⁵ Muafiyetin Genel Esaslarına İlişkin Kılavuz para.9.

çalışmayacağız” ifadeleriyle fiyatların düşük tutulması halinde yeniden satıcı ile ticari ilişkisini bitireceğini belirttiği görülmektedir.

- (174) ÖZELCAN’ın yazılı savunmasında bulguda yer alan *“bu tavırlarından dolayı bunlarla artık çalışmayacağız”* gibi ifadelerin taraflarla ticari ilişkileri bozmadan oyalama mahiyetinde olduğu, nitekim ÖZELCAN’ın (.....)’nin talep ettiği tüm ürünlerde ticari ilişkilerine devam ettiği ifade edilmektedir.
- (175) Ancak ilgili bulguda ÖZELCAN’ın (.....)’nin talebi üzerine fiyatlar konusunda yeniden satıcı ile doğrudan iletişime geçtiği ve *“Halledecekşer”* şeklinde bir dönüş sağlayarak yeniden satıcının fiyatlarını düzeltereği konusunda tedarikçiyi bilgilendirdiği açık bir şekilde görülmektedir. İlgili yazışmada, yeniden satıcının ÖZELCAN’ın uyarısı doğrultusunda fiyatların yukarı çekilmesine yönelik aksiyon aldığı anlaşılmakta olup teşebbüsün söz konusu savunmasına katılmak mümkün görünmemektedir.
- (176) Yukarıda yer verilen tüm bulgular bir bütün olarak değerlendirildiğinde, ÖZELCAN’ın tedarikçilerden gelen talepler yahut kendi inisiyatifi doğrultusunda yeniden satıcıların satışını gerçekleştirdiği çeşitli ürün gruplarının satış fiyatlarına müdahale ettiği görülmekte; bunun yanında yeniden satıcıların fiyatlarını düzenli olarak takip ederek fiyat güncellemesine gitmediği/fiyatları düşük tuttuğu tespit edilen yeniden satıcılarla doğrudan iletişime geçtiği ve yeniden satıcıları fiyatları revize etmeleri konusunda ikaz ettiği anlaşılmaktadır. İlgili bulgularda ÖZELCAN tarafından yeniden satıcıları ile bazı ürünlerin piyasa satış fiyatlarının yer aldığı tabloların paylaşıldığı ve yeniden satıcılarından fiyatlarını ilgili tablo doğrultusunda güncellemelerinin talep edildiği de görülmektedir. İlave ÖZELCAN’ın tarafı olduğu bazı yazışmalarda, fiyatlara uyum sağlanmaması halinde yeniden satıcılara ürün temin etmeme gibi yaptırımların da gündeme gelebildiği, teşebbüsün bu yolla yeniden satıcıları fiyatlara uymaya zorladığı ve tüm piyasadaki fiyatları kontrol altına almayı amaçladığı anlaşılmaktadır. İlgili bulgularda ve dosya kapsamında elde edilen imzalı sözleşmelerde ayrıca, ÖZELCAN’ın franchise sözleşmeleri içerisinde perakende satış fiyatlarını kendisinin belirleyeceğine yönelik hükümlerin de yer aldığı açıkça görülmektedir.
- (177) Bu bölümde yer alan değerlendirmeler ışığında ÖZELCAN’ın yeniden satış fiyatının tespiti suretiyle 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesini ihlal ettiği değerlendirilmektedir. İşbu kararın J.5. başlığı altında teşebbüsün söz konusu eylemlerine yönelik muafiyet değerlendirmesine yer verilecektir.

J.3. Alıcıların İnternet Satışlarına Getirilen Sınırlamalara İlişkin Değerlendirme

J.3.1. Alıcıların İnternet Satışlarına Getirilen Sınırlamalara İlişkin Teorik Çerçeve

- (178) Sağlayıcılar tarafından alıcıların satış kanallarına getirilen sınırlamalar uygulamada çoğunlukla aktif-pasif satışların yasaklanması yahut ürün satışının gerçekleştirildiği mecralara getirilen birtakım koşul ve sınırlamalar (örneğin satış noktası sayısının kısıtlanması, seçici dağıtım sistemi uygulamaları vb.) şeklinde vuku bulmaktadır.
- (179) Satıcılar, ürünlerini fiziksel mağazaların yanı sıra kendi internet sitelerinde ve e-pazar yerlerinde de satışa sunabilmektedir. Son yıllarda yaşanan teknolojik gelişmeler, internet kullanımının artması, tüketicilerin mağazaya gitmelerine gerek olmaksızın alışveriş yapabilmeleri ve böylece zamandan tasarruf edebilmeleri, tüketici kanunları ile internet üzerinden yapılan alışverişlerdeki hakların korunması, bankacılık kanunları ile yapılan düzenlemeler çerçevesinde kredi kartlarına duyulan güvenin artması, üreticilerin fiziki mağaza açmak için katlanmaları gereken maliyetlerden tasarruf

etmeleri gibi nedenler e-ticaret alanının kullanımını artırmaktadır.⁵⁶ İnternet üzerinden yapılan satışlar aynı zamanda tüketicilerin arama maliyetinin azalması, işletmelere daha geniş coğrafyaya ve daha fazla tüketiciye ulaşma imkânı sunması ve yeni iş modelleri yaratması gibi faydalar sağlamaktadır.

- (180) 2002/2 sayılı Tebliğ'in "Anlaşmaları Grup Muafiyeti Kapsamı Dışına Çıkaran Sınırlamalar" başlıklı 4. maddesinin (b) bendine göre, bir sağlayıcı tarafından alıcının sözleşme konusu mal veya hizmetleri satacağı bölge veya müşterilere ilişkin kısıtlamalar getirilmesi, belirli haller dışında, Tebliğ kapsamında muafiyetten yararlanamayan ağır bir sınırlama olarak düzenlenmektedir. Dikey Kılavuz'un 22. paragrafında ise belli bir bölgeye veya müşteri grubuna yapılacak pasif satışların kısıtlanmasının anlaşmayı grup muafiyeti dışına çıkaran bir ihlal olarak değerlendirileceği ifade edilmiştir.
- (181) Ülkemiz rekabet hukuku mevzuatında internet ve benzeri yollarla yapılan satışlar da genellikle pasif satış olarak nitelendirilmekte olup bu çerçevede bir sağlayıcının alıcılarının internet üzerinden satış yapmasını kısıtlaması bir tür pasif satış kısıtlaması niteliğindedir. Nitekim Dikey Kılavuz'un 25. paragrafında, *"bir sağlayıcının, dağıtıcıların/bayilerin/alıcıların kendi internet siteleri üzerinden satış yapmalarını kısıtlaması bir tür pasif satış kısıtlaması niteliğindedir."* ifadesi yer almaktadır. Bu doğrultuda yetkili dağıtıcıların internet üzerinden satış yapmasının yasaklanması pasif satış olarak nitelendirilmekte; bu doğrultuda dikey anlaşmaları grup muafiyetinin kapsamı dışına çıkaran bir kısıtlama oluşturmaktadır.
- (182) Dikey Kılavuz'un 28. paragrafında sağlayıcının, fiziki satış noktaları veya reklam ve promosyonların yayınlandığı kataloglar için getirebildiği gibi, satış kanalı olarak internetin kullanımına yönelik de kalite koşulları, belli hizmetlerin sunulması gibi bazı koşullar öngörebileceği belirtilmekle birlikte, *"... bu koşulun amacı, sadece internet üzerinden satış yapan oyuncuların 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 artırıcı 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."* denilmek suretiyle söz konusu koşulların amacının dağıtıcının internet satışlarını engellemek olamayacağına açıkça vurgu yapılmaktadır.
- (183) Konu ile ilgili Kurul içtihadında ise Jotun, Yataş, Baymak, Groupe SEB, Arçelik ve BSH kararları internet satışlarına ilişkin getirilen kısıtlamaların değerlendirildiği önemli kararlar arasında yer almaktadır. Kurulun Jotun⁵⁷ kararında; Jotun'un seçici dağıtım sistemi uyguladığı, bayileriyle akdettiği sözleşmesinde *"Jotun ürünlerinin internet üzerinden satışı yasaktır."* hükmünün yer aldığı görülmüştür. Yetkili satıcıların internet üzerinden satış yapmalarını mutlak olarak yasaklayan hükmün ilgili mevzuat çerçevesinde dikey anlaşmayı grup muafiyeti kapsamı dışına çıkaran bir dikey sınırlama niteliği taşıdığı değerlendirilmiştir. Bayilere getirilen internet satış yasağının

⁵⁶ 05.11.2020 tarihli ve 20-48/658-289 sayılı Kurul kararı.

⁵⁷ 15.02.2018 tarihli ve 18-05/74-40 sayılı Kurul kararı.

4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olduğu ve gerek grup muafiyetinden gerekse en azından Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (d) bendini sağlamadığı gerekçesiyle bireysel muafiyetten yararlanamayacağı sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte; Jotun'un dekoratif boya pazarında sahip olduğu gücün kısıtlı olması, diğer bir deyişle uygulamanın pazarın önemli bir kısmında rekabeti kısıtlayıcı etki ortaya koyma ihtimalinin düşük olması nedeniyle soruşturma açılmadan başta yetkili satıcılara getirilen internet yasağı olmak üzere pasif satış yasağı tesis edilmesine ilişkin düzenleme ve uygulamalara son vermesine yönelik olarak 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca görüş bildirilmesine hükmedilmiştir.

- (184) Jotun kararı ile benzer değerlendirmenin yapıldığı Yataş⁵⁸ kararında da Kurul, *"Yataş'ın yazılı izni olmaksızın anlaşmaya konu ürünlerin hiçbir mahalde (sanal ortamda satış ve internet üzerinden satış dâhil), geçici sürelerle dahi de olsa hiçbir şekilde pazarlanamayacağı, teşhir edilemeyeceği ve satılamayacağı"* hükmünü ele almıştır. Kurul, söz konusu hükmü bayinin internet satışlarının kısıtlanması olarak değerlendirmiş ve grup muafiyetinden yararlanamayacağına karar vermiştir. Bireysel muafiyet değerlendirmesinde ise muafiyetin ilk şartını sağlamadığı, dolayısıyla diğer muafiyet şartlarının değerlendirilmesine lüzum olmadığı gerekçesiyle bireysel muafiyetten yararlanamayacağına; buna karşılık Yataş'ın mobilya pazarındaki payının düşük olması nedeniyle söz konusu kısıtlamanın etkisinin sınırlı olacağı göz önünde bulundurularak uygulamaya son verilmesi yönünde görüş bildirilmesine hükmetmiştir.
- (185) Baymak⁵⁹ kararında ise Kurul, her ne kadar sözleşmede açıkça internet satışlarının kısıtlanmasına ilişkin bir hüküm bulunmasa da yerinde incelemelerde elde edilen yazışmalardan Baymak'ın, dağıtıcı bayilerinin kendi internet siteleri ve üçüncü taraf platformlar aracılığıyla nihai kullanıcılar ve alt bayi/perakende bayi ayrımı gözetmeksizin internet satışlarının kısıtlandığına, dolayısıyla bahse konu uygulamanın grup muafiyetinden yararlanamayacağına, ek olarak anlaşmaya konu ürünlerin internet üzerinden satışlarının kısıtlanması için haklı bir gerekçenin ileri sürülebileceği ürünlerden olmaması nedeniyle bireysel muafiyetten de yararlanamayacağına hükmetmiştir.
- (186) Kurulun Groupe SEB⁶⁰ kararında, küçük ev aletleri pazarında faaliyet gösteren Groupe SEB İstanbul Ev Aletleri Ticaret AŞ (Groupe SEB) ve genel distribütörü olarak faaliyet gösteren İlk Adım Dayanıklı Tüketim Malları Elektronik Tekstil İnşaat ve İletişim Hiz. San. Tic. Ltd. Şti.'nin (İLKADIM) bayilerine özellikle internet satış fiyatlarını tavsiye satış fiyatı seviyelerinde veya üzerinde tutmaları için müdahalede bulundukları, tavsiye satış fiyatına uymayan bayilerin fiyatlarını düzelttirdikleri veya internet faaliyetlerini doğrudan engelledikleri ve bu uygulamaların marka içi rekabeti kısıtladığı, ayrıca ağır sınırlama niteliği taşıdığı belirtilmiş, akabinde bireysel muafiyet değerlendirmesi yapılmıştır. Kurul, marka imajının korunması ve bedavacılık sorununun çözülmesi amacıyla internet satışlarına kısıtlama getirilmesinin daha çok seçici dağıtım sistemi niteliğinde dağıtım sistemine sahip sağlayıcılar tarafından öne sürüldüğünü, Groupe SEB ürünlerinin dağıtım ağında ise çok fazla sayıda ve nitelikte bayi bulunduğunu ifade ederek başta Kanun'un 5. maddesinin (a) bendindeki koşulun sağlanmadığı gerekçesiyle Groupe SEB'in bireysel muafiyetten yararlanamayacağına karar vermiştir. Kararda internet satışlarının kısıtlanması ya da engellenmesinin; hem yeniden satış fiyatında istikrarı sağlamaya yönelik bir yaptırım aracı hem de doğrudan

⁵⁸ 06.02.2020 tarihli ve 20-08/83-50 sayılı Kurul kararı.

⁵⁹ 26.03.2020 tarihli ve 20-16/232-113 sayılı Kurul kararı.

⁶⁰ Kurulun 04.03.2021 tarihli ve 21-11/154-63 sayılı kararı.

rekabeti kısıtlamaya yönelik bir davranış olduğu kanaatine varılmış, bu nedenle Groupe SEB ve İLKADIM'a tek bir ihlalden ceza verilmiştir.

- (187) Kurulun *BSH Muafiyet*⁶¹ kararında BSH Ev Aletleri ve Sanayi Ticaret AŞ (BSH) ile yetkili bayileri arasında imzalanan bayilik sözleşmelerinin ekindeki sirkülerde yer alan ve BSH'nin yetkili bayilerinin çevrimiçi pazar yeri olarak adlandırılan platformlarda satış yapmasının tamamen yasaklanmasını ve ilgili yasağa uymayan yetkili bayilere çeşitli yaptırımlar uygulanmasını öngören düzenlemelerin 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında grup muafiyeti kapsamında olmadığı ve 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan şartların hiçbirini sağlayamaması nedeniyle bireysel muafiyetten faydalanamayacağı değerlendirmelerine yer verilmiştir.
- (188) Son olarak *Arçelik* kararında⁶² ise; Arçelik Pazarlama AŞ (ARÇELİK) tarafından yetkili satıcılarına, pazar yerleri de dâhil olmak üzere çevrim içi satışlara yönelik olarak; internet kanalıyla yapılan satışların toplam satışlara oranına ilişkin kısıtlama getirilmesi, dağıtıcının sağlayıcıya internet üzerinden tekrar satışa sunacağı ürünler için fiziki satış noktalarında arz edilecek ürünlere kıyasla daha yüksek fiyat ödemesinin kararlaştırılması ve dağıtıcıya çevrim içi kanallardan satış yasağı getirilmesi rekabet sorunu olarak kabul edilmiştir. Bununla birlikte çevrim içi pazar yerlerinin beyaz eşya sektörü bakımından önemine ilişkin tespitlere yer verilen dosyada, ARÇELİK tarafından bayilere çevrim içi pazar yerlerinde satış yasağı getirilmesi eylemine yönelik taahhüt sunulmuş ve sunulan taahhütler Kurul tarafından kısa sürede yerine getirilebilir ve kabul edilebilir bulunmuş ve soruşturma yetkili satıcılara çevrim içi pazar yerlerinden satış yasağı getirilmesi uygulamaları bakımından sonlandırılmıştır.
- (189) İnternet satışlarının kısıtlanmasına yönelik AB rekabet uygulamaları incelendiğinde ise Avrupa Birliği Adalet Divanı'nın (ABAD) *Pierre Fabre*⁶³ kararı, internet satışlarının kısıtlanmasına yönelik içtihadın oluşması bakımından önemli bir yer tutmaktadır. ABAD, kozmetik ve kişisel bakım ürünlerinin satışını konu edindiği *Pierre Fabre* kararında, ABİDA'nın 101. maddesi kapsamında yaptığı analizde, internet üzerinden (her tür) satışın yasaklanmasını içeren seçici dağıtım anlaşmasının, yetkili satıcının faaliyet bölgesinin dışında kalan tüketicilere satış yapabilme yeteneğini önemli ölçüde azalttığı ve doğası gereği rekabeti engellediği yönündeki değerlendirmeye dayanarak, ürünün özelliklerinden kaynaklanan bir nesnel gerekçe bulunmadığı sürece, amacı itibarıyla rekabeti kısıtlayıcı olacağını belirtmiştir.
- (190) İnternet üzerinden satışların kısıtlanmasının değerlendirildiği bir diğer karar olan *Bang et Olufsen*⁶⁴ kararında ise Fransız Rekabet Otoritesi; internetten satış yasağının marka içi rekabeti sınırlandırdığını ve tüketicilerin daha düşük fiyatlardan istifade etmesinin engellediğini belirterek nesnel olarak haklılığın ortaya konmadığı durumda internet satışlarının yasaklanmasına yönelik anlaşma hükmünün, amacı itibarıyla rekabeti kısıtlayıcı olacağını değerlendirmiştir.
- (191) *Guess*⁶⁵ kararında Komisyon, markaya ait ürünün internet üzerinden satışı için sağlayıcıdan önceden izin alınması gerektiği hükmünü incelemiş ve sağlayıcının, ürünün internet satışına izin verilmesi koşulu için herhangi bir kalite kriteri belirlememiş olmasını, yeniden satıcıların internet satışlarını kısıtlama amacı taşıyan bir hüküm

⁶¹ Kurulun 16.12.2021 tarihli ve 21-61/859-423 sayılı kararı.

⁶² Kurulun 08.09.2022 tarih ve 22-41/580-240 sayılı kararı.

⁶³ Pierre Fabre, Case C-439/09 [2011].

⁶⁴ Autorité de la concurrence, 12th December 2012, Decision n°12-D-23, Bang et Olufsen.

⁶⁵ Guess, [2019], Case AT.40428.

olarak değerlendirmiş ve söz konusu kısıtlamanın amaç bakımından rekabeti kısıtladığına karar vermiştir⁶⁶.

- (192) *Ciba Vision*⁶⁷ kararında Almanya Federal Rekabet Kurumu (Bundeskartellamt), kontakt lens üreticisi teşebbüs tarafından ürünlerinin internet ve özellikle çevrim içi pazar yeri olan E-bay üzerinden gerçekleştirilen satışını yasaklamasını ele almıştır. Üretici tarafından sağlık ve güvenlik nedeniyle ve yatırımların bedavacılık riskine karşı korunması gerekçeleriyle böyle bir kısıtlamaya gidildiği belirtilmesine karşın Bundeskartellamt, Almanya'da ölçüm ve kontrol hizmetlerinin optik mağazaları tarafından yapıldığı ve ürünün reçetesiz olarak satıldığı, ayrıca yumuşak lenslerin hâlihazırda çok sayıda eczane ve süpermarkette satıldığı gerekçeleriyle sağlık ve güvenlik savunmasını reddetmiştir. Bedavacılık savunmasına yönelik ise sözleşme konusu ürünlerin özel bir yatırım gerektirmediğini değerlendirmiş ve internet satışlarının yasaklanmasıyla hedeflenen faydaların daha az kısıtlayıcı yollarla da elde edebileceğine hükmetmiştir⁶⁸.
- (193) Benzer yaklaşımını *Adidas*⁶⁹ ve *Asics*⁷⁰ kararlarında da sergileyen Bundeskartellamt, *Adidas* kararında kısıtlama gerekçesi olarak sunulan bedavacılık sorununu önleme ve marka imajını koruma gerekçelerini kabul etmemiştir. Anılan kararda iddia edilen bedavacılık sorununa karşılık tüketici anketlerine dikkat çekerek bedavacılığın sadece çevrim içi pazar yerlerine özgü bir problem olmadığını, ek olarak hem geleneksel kanalda hem internet satış kanallarında da ortaya çıkabileceğini belirtmiştir. Marka imajının korunmasına ilişkin savunmaya ise, marka imajının hem tüketici hem de üretici menfaati açısından korunmaya değer olduğunun kabul edilebileceği, ancak bu durumun pazar yerlerinin kullanılmasının tamamen yasaklanmasını haklı kılmadığını, marka imajını korumak amacıyla hâlihazırda benimsenmiş olan kriterlerin söz konusu satış kanalına uyarlanabileceğini ifade etmiştir. İlâveten satış platformlarını kullanan çevrim içi dağıtıcıların, bu kanallar aracılığıyla yaptıkları satışların, kendi internet sitelerinden (çevrim içi mağazalarından) yaptıkları satışlardan daha fazla olduğunu gösteren çalışmalara işaret edilerek satış platformlarının, pek çok tüketicinin faydasına olduğunu, öne sürülen iddialar açısından bu kısıtlamanın kaçınılmaz olmadığını ve öngörülecek olan kalite standartları ile istenilen amaca ulaşılabilceğini değerlendirmiştir. Sonuç itibarıyla otorite marka imajının korunması ve bedavacılığın önlenmesi gibi gerekçeleri pazaryerlerinden satışların yasaklanması için nesnel olarak gerekli kriterler olarak kabul etmemiş ve bu haliyle ilgili davranışın rekabetçi endişeler barındırdığını ifade etmiştir.
- (194) Bundeskartellamt, *Asics* kararında ise tüketicilerin Asics yetkili satıcısının internet sitesine yönlendirmek için üçüncü bir şahsın Asics marka adlarının kullanımına ilişkin getirilen yasak ile uygulamaya özel ara yüzler kurarak fiyat karşılaştırma sitelerinin kullanımının yasaklanması davranışlarını amaç bakımından rekabeti kısıtlayıcı ihlaller olarak nitelendirirken pazar yerlerinden satışların kısıtlanmasının nihai tüketicilerin önemli bir satış kanalına erişimini engellediği gerekçesiyle amaç bakımından bir

⁶⁶ A.g.k. sf. 30.

⁶⁷ Bundeskartellamt, basın açıklaması, https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2009/25_09_2009_Ciba-Vision.html, Erişim Tarihi: 04.05.2024.

⁶⁸ <https://www.oecd.org/competition/VerticalRestraintsForOnlineSales2013.pdf>, sf. 115.

⁶⁹ Adidas, Bundeskartellamt [2014], B3-137/12.

⁷⁰ Asics, Bundeskartellamt, [2015], B2-98/11., Basın Açıklaması: <https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/EN/Fallberichte/Kartellverbot/2016/B2-98-11.pdf?blob=publicationFile&v=2>.

rekabet ihlali olabileceğini ifade etmiştir. Kararda Asics'in pazar yerlerinden yapılan satışları yasaklamasının ulaşmaya çalıştığı amaç için fazla müdahaleci olduğu ifade edilerek söz konusu kaygıların pazar yerlerini yasaklamaktan daha az müdahaleci yöntemlerle giderilebileceği söylenmiştir.

- (195) Yukarıda yer verilen hususlardan da anlaşılacağı üzere, gerek Türk rekabet hukuku mevzuatı kapsamında gerekse mevzuat olan AB hukukunda internet satışlarına ilişkin, çevrim içi pazar yerleri de dâhil olmak üzere kesin ve genel bir yasaklamanın marka içi rekabetin kısıtlanması ve pasif satışların engellenmesi bağlamında ağır sınırlama niteliği taşıdığı ve bu doğrultuda muafiyet koşullarını sağlamasının mümkün olmadığı değerlendirilmektedir. Benzer şekilde, özellikli bir dağıtım sisteminin mevcut olmadığı durumlarda da (örneğin münhasırlık, seçici dağıtım sistemi vb.), satış kanallarına getirilecek her türden kısıtlama Tebliğ'de öngörülen istisnai koşulları sağlamadığı müddetçe muafiyetten yararlanamayacaktır.

J.3.2. Dosya Kapsamında Elde Edilen Bulgulara İlişkin Değerlendirme

Bulgu-13:

- (196) Bulgu-13'te yer alan 28.10.2022 tarihli şirket içi *WhatsApp* yazışmasında, (.....)'nın Botti tarafından (.....) üzerinden satışı yapılan (.....) marka ürüne ait görseli "*hem fiyat bozuk hem de pazaryeri satışı var.*" ifadeleriyle (.....) ile paylaşarak ilgili Botti bayisinin fiyatlarından ve e-pazar yeri üzerinden yaptığı satıştan duyduğu rahatsızlığı dile getirdiği görülmektedir. Yazışmanın devamında, yeniden satıcının e-pazar yeri üzerinden yaptığı satışlara yahut fiyatlarına müdahale edilip edilmediğine ilişkin herhangi bir ifade yer almamakla birlikte, söz konusu iletinin yeniden satıcının hem fiyatlarına ve hem de internet satışlarına müdahale edilmesi amacıyla gönderilmiş bir ileti olduğu değerlendirilmektedir.

Bulgu-18:

- (197) Bulgu-18'de yer alan ve 18.03.2023 tarihinde ÖZELCAN yetkilileri arasında geçen şirket içi *WhatsApp* yazışmasında, (.....)'in (.....) tarafından satışı gerçekleştirilen (.....) markalı ürünün görselini (.....) ile paylaşarak "*Selam başkanım pazar yvrlerinde acik olmayacak bunlar*" ifadeleriyle söz konusu ürünün e-pazar yeri üzerinden satışının kaldırılması gerektiğini belirttiği görülmektedir. İlgili yazışmada yer alan ifadede ÖZELCAN'ın franchise bayilerinin e-pazar yerleri üzerinden ürün satışlarını engelleme amacıyla hareket ettiği anlaşılmaktadır.
- (198) ÖZELCAN'ın savunmasında, Bulgu-18'de yer alan ifadelerin şirketin bağımsız ticari politikalarına yönelik olduğu, bulguda yer alan hususların yeniden satıcılara intikal ettirilmediği, bu duruma ilişkin olarak da herhangi bir yaptırım öngörülmediği ifade edilmektedir.
- (199) Söz konusu bulguda geçen ifadelerin, ÖZELCAN'ın franchise bayisinin pasif satışlarına müdahale etme yönündeki niyetini açıkça ortaya koyduğu ve dosya kapsamındaki diğer bulgularla birlikte ele alındığında pasif satışların engellenmesini destekler nitelikte bir yazışma olarak değerlendirilebilecektir. Keza ilgili bulgu, Bulgu-22'de yer alan yakın tarihli yazışma ile birlikte değerlendirildiğinde, ÖZELCAN'ın (.....) markalı ürünlerin internet satışlarına doğrudan müdahale ettiği açıkça görülmekte; hatta ilgili markaya ait ürünlerin internet satışlarının kapatılmasına yönelik olarak yeniden satıcılarla iletişime geçtiği anlaşılmaktadır. Açıklanan sebeplerle teşebbüsün söz konusu savunmasına katılmak mümkün görünmemektedir.

Bulgu-22:

- (200) Bulgu-22'de yer alan ve 17.04.2024 tarihinde Botti tarafından ÖZELCAN yetkililerine iletilen *"Merhabalar, 17.04.2024 tarihinde telefonla tarafımıza bildirilen (.....) ürünlerinin internet satışına kapatılmasına istinaden mağazamıza internette açabileceğimiz ürünleri ve fiyatını belirten listenin Tarafımıza gönderilmesini rica ederiz."* içerikli bir e-posta ile yeniden satıcının, ÖZELCAN yetkilileri tarafından internet üzerinden satışa kapatılan (.....) markalı ürünlere atıfta bulunarak internet mağazalarında satışa açabilecekleri ürün ve fiyat bilgisini talep ettiği görülmektedir. İlgili bulguda yer alan ifadelerden, ÖZELCAN'ın, yeniden satıcısının internet üzerinden satışa sunacağı ürünlere müdahale ettiği, ayrıca yeniden satıcının ÖZELCAN tarafından gönderilen fiyat listesi doğrultusunda hareket ettiği anlaşılmaktadır.
- (201) ÖZELCAN tarafından sunulan yazılı savunma kapsamında, Bulgu-22'ye ilişkin yapılan değerlendirmeye katılmanın mümkün olmadığı, zira ÖZELCAN'ın yeniden satıcılarının satış fiyatlarına veya internet satışlarına yönelik bir dayatmada bulunmadığı, ÖZELCAN'ın tedarikçiler tarafından kendisine gelen bu türden taleplere yönelik olarak verilen cevapların geçiştirme amaçlı olduğu ve hiçbir zaman uygulamaya konulmadığı ifade edilmektedir.
- (202) Ancak ilgili yazışmada yer alan *"Merhabalar, 17.04.2024 tarihinde telefonla tarafımıza bildirilen (.....) ürünlerinin internet satışına kapatılmasına istinaden"* ifadesinden, ÖZELCAN'ın franchise bayisiyle internet üzerinden satışını yapamayacağı ürünler hakkında telefon üzerinden doğrudan iletişime geçtiği, bayinin de buna istinaden satışa izin verilecek ürünler ile bu ürünlerin satış fiyatı hakkında ÖZELCAN'dan bilgi talep ettiği açıkça görülmektedir. İlgili yazışmanın mahiyetinden bu türden bir müdahale talebinin ÖZELCAN'a herhangi bir tedarikçi tarafından gelip gelmediği anlaşılamamakla birlikte, bu durumun ÖZELCAN'ın ilgili davranıştan sorumlu tutulması noktasında herhangi bir önemi de bulunmamakta; dahası ÖZELCAN'ın yeniden satıcısının internet satışlarına ve fiyatlarına doğrudan müdahale ettiği ilgili bulguda açıkça görülebildiğinden, teşebbüsün yeniden satıcılarının satış fiyatlarına veya internet satışlarına yönelik bir dayatmada bulunmadığı savunmasına katılmak mümkün görünmemektedir.
- (203) Yukarıda yer verilen bulgulardan da görüleceği üzere, ÖZELCAN, franchise bayilerinin yalnızca fiyatlarına müdahale etmekle kalmamakta; bununla birlikte internet üzerinden yapılan satışlara da müdahalede bulunmaktadır. Öte yandan, J.3.2. başlığı altında yer verilen bulgu değerlendirmelerinden de görüleceği üzere, ÖZELCAN tarafından gerçekleştirilen davranışlara ilişkin belgelerin çoğunun, çevrim içi satışlara yönelik olduğu görülmektedir. Bu durumun da esasında, bayilerin fiyatları ile tavsiye edilen fiyatlardaki uyumsuzluğun çevrim içi satışlar bakımından daha kolay belirlenebiliyor olmasından kaynaklandığı kanaatine varılmıştır. Bu noktada önem arz eden asıl husus ise, internet satışlarına yapılan müdahalenin, çoğunlukla, yeniden satış fiyatının tespitinde bir araç olarak kullanılıyor olmasıdır.
- (204) Zira J.2. başlığı altında yer verilen bazı bulgulardan (örn. Bulgu-11, 14, 20), ÖZELCAN tarafından fiyatlara uyulmadığının tespiti durumunda bayilerin internet satışlarının kapatılması, bayilere ürün temin edilmemesi veya bayilerle ticari ilişkinin sonlandırılması gibi yaptırımların gündeme gelebildiği görülmektedir. Dahası, işbu başlıkta yer alan bulgularda da ÖZELCAN'ın, franchise bayilerin doğrudan internet satışlarını kısıtlamak yerine, fiyatlara uyumu teminen internet satışlarına müdahalede bulunduğu anlaşılmaktadır. Keza, Bulgu-22'de geçen ifadelerden fiyatlara uymamanın bir yaptırımı olarak bazı ürünlerin internet satışına kapatıldığı, franchise alan tarafından

ise satışa sunulacak ürünlerle birlikte uygulanacak fiyatlar konusunda ÖZELCAN'a danışıldığı görülmektedir. Bu bakımdan dosya kapsamında tespit edilen internet satışlarının kısıtlanmasına yönelik davranışın, fiyat istikrarını bozan teşebbüslere bir yaptırım aracı olarak uygulandığı değerlendirilmektedir.

- (205) Bu bölümde yer alan değerlendirmeler ışığında ÖZELCAN'ın yeniden satıcılarının internet üzerinden yapacakları satışları kısıtlaması eyleminin esasında yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik stratejinin bir parçası olduğu değerlendirilmektedir.

J.4. Rekabet Etmeme Yükümlülüğüne İlişkin Değerlendirme

J.4.1. Rekabet Etmeme Yükümlülüğüne İlişkin Teorik Çerçeve

- (206) 2002/2 sayılı Tebliğ'in 3. maddesinde rekabet etmeme yükümlülüğü "*alıcının anlaşma konusu mal veya hizmetlerle rekabet eden mal veya hizmetleri üretmesini, satın almasını, satmasını ya da yeniden satmasını engelleyen doğrudan veya dolaylı her türlü yükümlülük*" olarak tanımlanmaktadır. İlgili tanımdan hareketle rekabet etmeme yükümlülüğü, alıcının anlaşma konusu mal veya hizmetleri kendisinin üretmemesini ve sağlayıcı dışındaki başka bir kaynaktan tedarik etmemesini öngörmektedir. Bu türden sınırlamaların başında alıcının, belirli bir marka için mal ve hizmetlerin tamamını yalnızca sağlayıcıdan temin etmesini zorunlu kılan tek elden satın alma anlaşmaları gelmektedir⁷¹. Tek elden satın alma anlaşmaları, münhasır bölgenin söz konusu olmadığı ancak dağıtıcıların malı belirli bir sağlayıcıdan satın alma yükümlülüğüne tabi olduğu durumda ortaya çıkmaktadır⁷².
- (207) Dikey Kılavuz'un 157. paragrafında tek elden satın almanın münhasır dağıtıcıların belirli bir marka için satın alımlarını doğrudan üreticiden yapmasını gerektirdiği düzenlenmektedir. Tek elden satın alma yükümlülüğü bu şekilde münhasır dağıtıcıların sistem içindeki diğer dağıtıcılardan mal almalarını engelleyerek olası arbitraj imkânını ortadan kaldırmakta, bu durum sağlayıcıya farklı satış koşulları uygularken marka içi rekabetin sınırlandırılmasına neden olmaktadır. Bununla birlikte alıcılara tek elden satın alma yükümlülüğü getirilmesi, seçici dağıtım sistemi uygulanan durumlar hariç olmak üzere sağlayıcının pazar payı %30'u aşmadığı sürece 2002/2 sayılı Tebliğ'den otomatik olarak yararlanabilmektedir⁷³.
- (208) Diğer yandan alıcının, ilgili pazardaki anlaşma konusu mal veya hizmetlerin ya da onları ikame eden mal veya hizmetlerin %80'inden fazlasını sağlayıcıdan veya sağlayıcının göstereceği başka bir teşebbüsten satın almasına yönelik olarak doğrudan veya dolaylı biçimde alıcıya getirilen tek marka sınırlamasına⁷⁴ yönelik herhangi bir yükümlülük de rekabet etmeme yükümlülüğü olarak kabul edilmektedir⁷⁵. Diğer bir deyişle, sağlayıcının alıcıya alımlarının küçük bir kısmını (%20'den azını)

⁷¹ Bkz: 2002/2 sayılı Tebliğ'in 3. maddesinin birinci fıkrasının (d) bendi.

⁷² <https://hukuk.deu.edu.tr/wp-content/uploads/2020/01/E.Camlibel5.pdf>, Erişim Tarihi: 26.03.2025.

⁷³ Dikey Kılavuz, para. 147.

⁷⁴ Tek elden satın almada olduğu gibi, tek marka anlaşmalarının özünü de, alıcının belli bir ürün veya ürün gruplarında ihtiyacının tamamını veya önemli bir kısmını tek bir sağlayıcıdan karşılamasının teşvik edilmesi oluşturmaktadır (Dikey Kılavuz, para.118). Tek marka sınırlaması ve tek elden satın alma anlaşmaları, rekabet hukuku uygulamalarında çerçevesi ve kapsamı net bir şekilde belirlenen sözleşmeler olmamakla birlikte, alıcının satın alımlarının tamamını yahut büyük bir kısmını sağlayıcıdan temin etme zorunluluğu getirmesi bakımından benzerlik taşıyan kısıtlamalardır. Hatta bazı kaynaklarda tek marka anlaşmaları, tek elden satın alma anlaşmaları veya doğrudan rekabet etmeme yükümlülüğü olarak da adlandırılmaktadır. Bu doğrultuda işbu raporda da anılan kavramlar birbirlerinin yerine geçecek şekilde kullanılacaktır.

⁷⁵ Dikey Kılavuz, para. 39.

rakip teşebbüslerden yapma imkânı tanınması, konuya ilişkin hükmün rekabet etmeme yükümlülüğü sayılmasına engel teşkil etmemektedir.

- (209) Bu noktada, alıcıya getirilen rekabet etmeme yükümlülüğünün süresi büyük önem taşımaktadır. Süresi beş yıldan uzun olan rekabet etmeme yükümlülüğünün grup muafiyetinden yararlanması Dikey Kılavuz'un 44. paragrafında belirtilen istisna dışında mümkün değildir. Şayet alıcıya getirilen rekabet etmeme yükümlülüğünün süresi belirsiz ise yine grup muafiyeti uygulanamayacaktır. Beş yıllık süreyi aşacak şekilde zımnen yenilenebilen rekabet etmeme yükümlülükleri de belirsiz süreli sayılmakta ve grup muafiyeti kapsamı dışında kalmaktadır. Ancak, süresi beş yılı aşmayan veya beş yıldan sonraki uzatmanın her iki tarafın açık iradesi ile mümkün olduğu ve alıcının beş yıllık süre sonunda rekabet etmeme şartına son vermesini engelleyen herhangi bir durumun olmadığı hallerde rekabet etmeme yükümlülüğü grup muafiyetinden yararlanacaktır.
- (210) Nitekim Dikey Kılavuz'un 122. paragrafında da *"Tebliğ'de tek marka sınırlamaları (rekabet etmeme yükümlülüğü, miktar zorlaması gibi) sağlayıcının pazar payının %30'ın altında olduğu ve anılan sınırlamanın beş yılı aşmadığı durumda muaf tutulmaktadır."* denilmek suretiyle tek marka sınırlamalarına yönelik uygulamaların muafiyetten yararlanabilmesi için sınırlamanın 5 yıllık süreyi aşmaması şartı getirildiği görülmektedir.
- (211) Beş yıllık rekabet etmeme yükümlülüğünün süresinin hesaplanmasında başlangıç tarihi olarak, taraflar arasında süregelen rekabet yasağına başlangıç teşkil eden ilk anlaşmanın (bayilik sözleşmesi) yapıldığı tarih esas alınacaktır. Taraflar arasındaki, rekabet yasağı içeren bayilik, işleticilik, tedarik vb. sözleşmeler ile birlikte bu sözleşmelerin süresine etki eden intifa, tapuya şerh edilmiş kira, ekipman gibi sözleşmelerin hepsinin ortadan kalktığı tarih ise, rekabet yasağının sona erme tarihi olarak değerlendirilecektir. Bayilik, işleticilik, tedarik vb. sözleşmeler sürmekteyken intifa, kira, ekipman vb. sözleşmelerin sona erdirilmesi veya tam tersine; intifa, kira, ekipman vb. sözleşmeler sürmekteyken mevcut bayilik, işleticilik, tedarik sözleşmeleri sona erdirilerek bu nitelikte yeni bir sözleşme yapılması hallerinde dikey ilişkinin kesintiye uğramadığı kabul edilecek ve beş yıllık süre bu doğrultuda hesaplanacaktır. Bu çerçevede, tarafların yeniden sözleşme yapmalarının önünde herhangi bir engel bulunmamakla birlikte, taraflar arasında kesintisiz olarak süregelen rekabet yasağına dayalı dikey anlaşmalar 5 yıllık sınırlamayı aşmaları halinde muafiyetten yararlanamayacaktır.
- (212) 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında ayrıca, franchise gibi mal veya hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımına ilişkin düzenlemelerle birlikte fikri hakların alıcıya devri veya alıcı tarafından kullanımıyla ilgili hükümler içeren dikey anlaşmaların, söz konusu fikri hakların anlaşmanın asli konusunu oluşturan mal veya hizmetlerin alıcı veya alıcının müşterileri tarafından kullanımı, satımı veya yeniden satımı ile doğrudan ilgili olması ve bu fikri hakların devri veya kullanımının anlaşmanın esas amacını oluşturmaması kaydıyla, ilgili Tebliğ'de öngörülen grup muafiyetinden yararlanabileceği düzenlenmektedir. Ancak bu muafiyet, anlaşma konusu mallarla veya hizmetlerle ilgili olarak, söz konusu haklara ilişkin hükümlerin ilgili Tebliğ ile muaf tutulmayan dikey sınırlamalarla aynı amaç veya etkilere sahip rekabet sınırlamaları içermemesi şartıyla uygulanmaktadır.
- (213) Dikey Kılavuz'a göre, franchise alanın satın aldığı mal ve hizmetlerle ilgili olarak rekabet etmeme yükümlülüğü, bu yükümlülüğün franchise ağının ortak kimliğini ve prestijini korumak bakımından gerekli olduğu hallerde Kanun'un 4. maddesinin

kapsamı dışındadır. Böyle bir durumda, rekabet etmeme şartının süresi de franchise anlaşmasının süresini aşmadığı takdirde 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında bir sorun teşkil etmemektedir. Dahası, yasaklamanın, anlaşma konusu mal ya da hizmetlerle rekabet halindeki mal ve hizmetlere ilişkin olması, anlaşma süresince alıcının faaliyette bulunduğu tesis ya da arazi ile sınırlı olması ve sağlayıcı tarafından alıcıya devredilen *know-how*'ı korumak için zorunlu olması koşullarıyla, alıcıya, anlaşmanın sona ermesinden itibaren bir yılı aşmamak kaydıyla rekabet etmeme yükümlülüğü de getirilebilmektedir. Bu noktada, *know-how* devrinin önemi arttıkça, dikey sınırlamanın muafiyet şartlarını karşılamasının da daha kolay olacağı söylenebilecektir.

- (214) Bu doğrultuda rekabet etmeme yükümlülüğü kapsamında getirilen beş yıllık süre sınırı bakımından franchise sözleşmelere bir istisna tanındığı anlaşılmaktadır. Örneğin Kurul; Çelebi Hizmet Gıda İşletmeleri AŞ ile HADK Gıda Ltd. Şti. arasında akdedilen uluslararası alt franchise sözleşmelerine menfi tespit/muafiyet verilmesi talebini incelediği *Çelebi Gıda*⁷⁶ kararında, süresini aşan rekabet etmeme yükümlülüğünün franchise kimliğini ve itibarını korumayı amaçlaması nedeniyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olmadığını belirtmektedir. *Costa International*⁷⁷ kararında ise; "Costa" markası adı altında yurt dışında faaliyet gösteren kahve dükkânları zincirinin franchise sözleşmeler aracılığıyla Türkiye'de kurulmasına yönelik olarak taraflar arasında imzalanan "Gelişim Sözleşmesi"ne menfi tespit belgesi verilmesi/muafiyet tanınması talebi incelenmiştir. Söz konusu kararda; franchise alanın Costa kahve dükkânları standartlarında inşa edilmiş ve dekore edilmiş kahve dükkânlarında, Costa markasına rakip ürünler satmasının genel Costa franchise'ının kimliğine ve prestijine zarar vereceği ve franchise alanın rakip markalara ait ürünler satmasının Costa tarafından kabul edilemeyeceği değerlendirilmesinden hareketle, rekabet etmeme yükümlülüğüne ilişkin hüküm anlaşmanın gerçekleşebilmesi için zorunlu bir şart olarak ele alınmıştır. Bu doğrultuda Dikey Kılavuz'da yer alan ilgili düzenlemeden de hareketle Costa'nın getirdiği ve süresi beş yılı aşan rekabet etmeme yükümlülüğünün anlaşma süresi boyunca 4. madde kapsamında olmadığı değerlendirilmiştir.
- (215) Görüleceği üzere rekabet etmeme yükümlülüğü kapsamına giren sınırlamaların muafiyet koşullarını sağlayıp sağlamadığının tespitinde, franchise ilişkisinin varlığı, rekabet etmeme yükümlülüğünün süresi, kapsamı, getirilme amacı ve taraflar arasındaki ilişkinin niteliği gibi hususlar bakımından yapılacak bir değerlendirme önem arz etmektedir.

J.4.2. Dosya Kapsamında Elde Edilen Bulgulara İlişkin Değerlendirme

Bulgu-1, 21 ve 23'e ilişkin değerlendirme:

- (216) Daha önce de detaylı bir şekilde ifade edildiği üzere, dosya kapsamında yapılan yerinde incelemelerde ÖZELCAN'ın franchise teşebbüsler ile akdetmek amacıyla hazırladığı ve 2024 yılına ait olduğu görülen taslak sözleşmeye rastlanmış olup ilgili sözleşmenin "III. İşletme" başlığı altında aşağıdaki hüküm yer almaktadır:

III. İşletme

(...)

b) "(...)"

⁷⁶ Kurulun 12.10.2011 tarihli ve 11-54/1378-488 sayılı kararı.

⁷⁷ Kurulun 16.12.2009 tarihli ve 09-59/1445-378 sayılı kararı.

İşletmede satılacak tüm ürünler Firma⁷⁸ tarafından tedarik edilir. İşletme, Firma tarafından listesi verilen ve tedarik edilen ürünler dışında hiç bir farklı ürün çeşidini bulunduramaz, teşhir edemez ve/veya satamaz. İşletme, hiçbir tedarikçiden direkt ürün alımı yapamaz. Aksi tespit edildiğinde; İşletme tespit edilen her bir ürün için (.....)\$ cezai bedeli en geç 7 gün içinde ödemeyi kabul ve taahhüt eder, Ayrıca bu sebeple oluşacak zararlar nedeniyle Firma; tek taraflı olarak sözleşmenin feshi hakkını saklı tutar. Firma'nın mevcut portföyünde olmayan bir ürünü İşletme satmayı arzu ederse, yazılı talep yapar ve Firma tarafından rasyonelliği araştırılarak uygun bulunması durumunda, talep yerine getirir. Firma, ürün ve ürün gruplarında istediği zaman değişiklik yapma, portföyden ürün iptali, portföye yeni ürün ekleme hakkına sahiptir. İşletme bu gibi değişiklikleri aynen uygular. (...)"

(...)

Sözleşme, imza tarihinde yürürlüğe girer ve süresi işletmenin satışa başladığı tarihten itibaren tüm hak ve vecibelerin yerine getirilmesi şartı ile 3 (üç) yıldır. Taraflardan birinin sözleşme bitiminden en az 2 (iki) ay öncesine kadar karşı tarafa resmi kanallarla sözleşmeyi sonlandırma bildiriminde bulunmadığı sürece işbu sözleşme yenilenmiş sayılır."

- (217) İlgili taslak sözleşmenin hayata geçirilip geçirilmediğinin tespiti amacıyla ÖZELCAN'dan 2014-2025 yılları arasında franchise'ları ile akdettiği sözleşmelerin tamamı talep edilmiş ve bu talebe istinaden teşebbüs tarafından ilgili yıldaki tüm sözleşmelerin imzalı hali Kuruma sunulmuştur. Söz konusu sözleşmeler incelendiğinde, ÖZELCAN'ın 2014 yılından 2025 yılına kadar akdettiği tüm sözleşmelerin yukarıda yer alan taslak sözleşme formatında kaleme alındığı ve aynı hükümleri ihtiva ettiği tespit edilmiştir.
- (218) İlgili sözleşmeler incelendiğinde, rekabet etmeme yükümlülüğüne ilişkin hükmün yer aldığı en eski tarihli sözleşmenin Kasım 2014 yılında Botti (.....) franchise bayisi (.....) ile akdedildiği (Bulgu-1), en güncel tarihli sözleşmenin ise 01.11.2018 yılında (.....) ünvanlı bayi ile akdedilmiş olmakla beraber (Bulgu-23) 26.02.2025 tarihine kadar uygulandığı ve ilgili tarihte yenilenerek sözleşme hükümlerinin revize edildiği görülmüştür. Keza, teşebbüs tarafından gönderilen cevabi yazı incelendiğinde de 2018 yılının Kasım ayında akdedilen sözleşmenin 26.02.2025 tarihine kadar geçerli olduğu ancak soruşturmanın devam ettiği süreçte sözleşmede revizyona gidilerek rekabet etmeme yükümlülüğüne ilişkin hükmün anılan tarihte sözleşmeden çıkarıldığı görülmektedir.
- (219) İlgili sözleşmelerde yer alan III(b) hükmü incelendiğinde, ÖZELCAN tarafından yeniden satıcılara, ürün tedarikini yalnızca ÖZELCAN'dan yapabilecekleri ve diğer tedarikçilerden ürün temin edemeyecekleri şeklinde tek elden satın alma niteliği taşıyan bir rekabet etmeme yükümlülüğü getirildiği, bunun yanında yeniden satıcılara, kendilerine tedarik edilen ürünler dışında başkaca hiçbir ürünü mağazalarında bulunduramayacakları hususunda da bir kısıtlama öngörüldüğü anlaşılmaktadır.
- (220) Kararın J.5.1. başlığı altında da yer verildiği üzere, rekabet etmeme yükümlülüğünün grup muafiyetinden yararlanabilmesi için kümülatif olarak karşılanması gereken iki

⁷⁸ Sözleşmede yer alan Konu ve Taraflar başlığı altında "İşbu sözleşme; anne ve bebek ürünleri üreten, ithal eden, alan, satan ve pazarlayan Özcelcan Babymall Mağazacılık Dağıtım Tic. ve San. AŞ'nin "Botti" markası altında, perakende mağazacılık işletmesi işini; franchise vermesini düzenlemektedir. Franchisor (franchise veren: **Firma**): (...) adresinde mukim Özcelcan Babymall Mağazacılık Dağıtım Tic. Ve San. AŞ.'ni ifade etmektedir ve **Firma** olarak anılacaktır." ifadeleriyle "Firma" ile kastedilenin, franchise veren konumundaki ÖZELCAN olduğu belirtilmektedir.

koşul bulunmaktadır. Bunlardan ilki sağlayıcının ilgili pazardaki payının %30'u geçmemesi, diğeri ise alıcıya getirilen rekabet etmeme yükümlülüğünün süresinin beş yılı aşmamasıdır.

- (221) Bununla birlikte, Dikey Kılavuz kapsamında franchise sistemine özgü rekabet etmeme yükümlülüklerinin, franchise sisteminin ortak kimliği ve itibarı ile *know-how* devrini korumak amacı taşıması ve söz konusu yükümlülüğün franchise sözleşmesinin süresi ile sınırlı olması koşuluyla, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında değerlendirilmediği anlaşılmaktadır. Bununla kastedilen ise, rekabet etmeme yükümlülüğünün franchise sisteminin yapısı ve işleyişi bakımından zorunlu olduğu durumlarda süresi 5 yılı aşsa dahi 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında bir rekabet ihlali teşkil etmeyecek olmasıdır. Dolayısıyla bu noktada söz konusu sınırlamanın ÖZELCAN'ın franchise sistemi için gerekli olup olmadığının tespiti, değerlendirmenin esaslı kısmını oluşturmaktadır.
- (222) Franchise sisteminin konusu olan ürünün üretilmesi ve/veya hizmetin sunulabilmesi için gerekli malzemenin (ham maddenin), sadece franchise veren ve/veya onun belirleyeceği kişilerden tedarik edilmesi yönündeki yükümlülük, franchise sözleşmesinin esaslı unsurunu teşkil eden bir yükümlülük olarak kabul edilmemektedir. Bu noktada franchise alan, franchise verenin belirlediği standartlara uygun olmak şartıyla, gerekli malzemeyi kural olarak, istediği başka kaynaklardan da tedarik edilebilmektedir. Ancak, ürün/hizmet kalitesinin standardının sağlanabilmesi için, üretimde/sunumda kullanılan malzemenin de aynı kaynaktan tedarik edilmesi ihtiyacı ortaya çıkabilmektedir. Hatta bazı ürün ya da hizmetler, franchise verenin özel üretimi olabilir ve bu ürün ya da hizmetin başka tedarik kaynağı olmayabilir. Bu sebeplerle, franchise konusu ürün ya da hizmet için ihtiyaç duyulan malzemenin sadece franchise veren tarafından tedarik edileceği yönünde anlaşma kural olarak geçerli olup bu durum franchise ilişkilerinde sıkça rastlanan bir uygulamadır. Bu tür anlaşmalar sözleşme serbestisi çerçevesinde de rekabet kurallarına aykırı olmamak kaydıyla geçerli olarak kabul edilmektedir.
- (223) Bununla birlikte rekabet etmeme yükümlülüğünün kapsamı da önem arz etmektedir. Franchise sözleşmeleri, bu dağıtım sistemine konu olan franchise ağının ortak kimliğini ve prestijini korumak amacıyla getirilebilmektedir. Bu bağlamda, söz konusu dağıtım ağının seçici dağıtım sistemine benzerlik gösterdiği, franchise verenin getireceği dikey sınırlamaların da bu çerçevede ele alınabileceği değerlendirilmektedir.
- (224) Seçici dağıtım sisteminde, sağlayıcı, dağıtım ağının prestijini ve nihai alıcıya satılan ürünlerin kalite standardını korumak üzere, sistem üyelerinin satın alacağı ürünlerin yalnızca kendisinden yahut kendisinin yetkilendirdiği seçici dağıtım sistemi üyelerinden alınmasına yönelik sınırlama getirebilmektedir. Dağıtım franchise'ında da franchise veren sağlayıcının benzer nitelikte dikey kısıtlamalar getirebileceği değerlendirilmektedir.
- (225) Somut olay bakımından değerlendirme yapıldığında; kararın 1.1.1. başlığı altında da yer verildiği üzere ÖZELCAN'ın bebek ürünlerine ilişkin herhangi bir üretim faaliyeti bulunmamakta; teşebbüs çeşitli sağlayıcılardan tedarik ettiği ürünlerin perakende satışını franchise bayileri vasıtasıyla gerçekleştirmektedir. ÖZELCAN'ın ürün gamı, çok sayıda marka ve ürün grubundan meydana gelmekle birlikte bu ürünler, ÖZELCAN bünyesinde yer alan yeniden satıcıların dışında birçok bebek mağazası, çoklu ürün satan e-ticaret sitesi, internet mağazası, süpermarket vb. kanallar aracılığıyla da satışa sunulmaktadır. Kaldı ki, ÖZELCAN'ın dağıtım sistemi içerisinde yer alan franchise mağazaların söz konusu ürünleri, doğrudan başkaca tedarikçilerden temin etme şansı

da bulunmaktadır. Dahası, söz konusu ürünlerden hiçbiri, ÖZELCAN'ın kendi üretimi yahut markası olmadığı gibi, özellikli kabul edilebilecek bir nitelik de taşımamaktadır.

- (226) İlgili sözleşmede yer alan rekabet etmeme yükümlülüğüne bakıldığında, söz konusu sınırlamanın belirli markalar yahut tek bir marka özelinde getirildiğine yönelik herhangi bir ifade yer almamakta, bu sebeple anılan sözleşmenin *Botti* mağazalarında satılacak tüm perakende malları kapsayacak şekilde kaleme alındığı anlaşılmaktadır. Nitekim sözleşme içeriğinde de *“Botti’de satılacak perakende mallar, Ürün(ler) olarak anılacaktır.”* ifadesine yer verilerek marka ayırımına gidilmediği belirtilmektedir. Sözleşme kapsamında ayrıca ÖZELCAN'ın yeniden satıcılarının sözleşmeye uyumunu teminen cezai şart ve sözleşme feshi hükmü getirdiği görülmektedir.
- (227) Bu noktada, ÖZELCAN'ın ürün ve marka portföyünün genişliği göz önünde bulundurulduğunda, yalnızca belirli niteliğe sahip (*örneğin ürün/hizmet kalitesinin standardının önem arz ettiği durumlar, franchise verenin özel üretimi olan ürünler yahut bu ürün ya da hizmetin tedarik kaynağının sınırlı olması vb.*) ürünler açısından getirilebilecek bir sınırlamanın herhangi bir ayırım gözetilmeksizin tüm ürün grubu ve markalar için öngörülmesinin franchise ağının imajını koruma yahut ürünün kalite standardına uyumunu sağlama amacıyla bağdaşmadığı değerlendirilmektedir. Öyle ki, bu türden bir sınırlama çoklu ürün ve marka satışı gerçekleştiren franchise alanın diğer tedarik kaynaklarından ürün temin etme olanağını tamamen ortadan kaldırmakta olup söz konusu kısıtlamanın tüm ürün grubu ve markalar özelinde getirilmiş olmasının franchise ağının prestiji ve ortak kimliğini koruma amacına hizmet etmenin ötesine geçtiği değerlendirilmektedir.
- (228) Dahası, ilgili hükmün devamında, franchise tarafından yeni bir ürünün portföye dâhil edilmesi için ÖZELCAN'dan yazılı talepte bulunulması gerektiği düzenlenmekte olup anılan hüküm doğrultusunda, franchise'ın satışını gerçekleştireceği ürün gruplarının da bizzat ÖZELCAN tarafından belirlendiği anlaşılmaktadır. Bu noktada, söz konusu sınırlamanın da franchise ağının prestijini ve ortak kimliğini koruma amacına hizmet etmediği açıktır.
- (229) Netice itibarıyla ÖZELCAN'ın dağıtım sistemi içerisinde yer alan franchise mağazaların söz konusu ürünleri doğrudan başkaca tedarikçilerden temin etmesine ilişkin getirilen sınırlamanın franchise ağının prestiji ve ortak kimliğini koruma amacına hizmet etmenin ötesine geçtiği; bu doğrultuda teşebbüs tarafından getirilen rekabet etmeme yükümlülüğünün niteliği sebebiyle grup muafiyetinden yararlanamayacağı değerlendirilmektedir.

J.5. ÖZELCAN'ın Dosya Konusu Eylemlerinin 4054 Sayılı Kanun'un 5. Maddesi Kapsamında Değerlendirilmesi

- (230) Mevcut dosya kapsamında ÖZELCAN'a atfedilen eylemler hem doktrinde hem de pratikte “yeniden satış fiyatının belirlenmesi”, “pasif satış yasağı” ve “rekabet etmeme yükümlülüğü” olarak karşılık bulmuş üç ayrı ihlal müessesesi olarak karşımıza çıkmakta ve yukarıda da değinildiği üzere her üç eylem de Türk rekabet hukuku mevzuatında ihlal olarak değerlendirilmektedir. Bu eylem ve uygulamalar Türk rekabet hukukunda münferit ihlaller olarak yer bulmakla birlikte somut olay bakımından incelendiğinde ÖZELCAN tarafından yeniden satıcılara uygulanan pasif satış yasağı eyleminin yine teşebbüsçe uygulanan yeniden satış fiyatının belirlenmesi eylemini sağlama sağlamak ve fiyat müdahalelerine müspet bir karşılık bulunamadığı durumlarda ceza mekanizması olarak kullanmak amacıyla uygulandığı değerlendirilmektedir. Bu

bakımdan somut olayda pasif satış yasağının, yeniden satış fiyatının belirlenmesi amacına ulaşmak için bir araç olarak kullanıldığı söylenebilecektir⁷⁹.

- (231) Dahası, ÖZELCAN'ın yeniden satıcılarıyla (franchise alanlarla) uzun yıllar boyunca akdettiği tüm franchise sözleşmelerinde hem yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik olarak hem de rekabet etmeme yükümlülüğüne ilişkin bazı hükümler öngördüğü görülmekte; bu hükümler ile de esasında franchise alan tarafın genel anlamda satış koşullarına müdahale etmeyi amaçladığı anlaşılmaktadır. Kurulun soruşturma konusu eylemlere benzer nitelikteki iddiaları ele aldığı geçmiş tarihli kararları incelendiğinde⁸⁰ de birden fazla dikey ihlalin söz konusu olduğu dosyalar bakımından, tek bir ihlal üzerinden idari para cezası yaptırımını uyguladığı görülmekte olup somut olay özelinde de söz konusu uygulamaların her birinin ayrı ihlaller olarak ele alınması mümkün olmakla birlikte, teşebbüsün ilgili eylemlerinin esasında “yeniden satıcıların satış koşullarına müdahale edilmesi” gibi spesifik bir amaca yönelik olması, söz konusu kısıtlamaların aynı sözleşmeler kapsamında düzenlenmesi ve sözleşme sürelerinin de ilgili kısıtlamalar bakımından farklılaşmaması gibi sebeplerle tek bir stratejinin parçası olarak değerlendirilmesi gerektiği değerlendirilmektedir.
- (232) Bu kapsamda somut olay özelinde yer alan yeniden satış fiyatının tespiti, yeniden satıcıların internet satışlarının kısıtlanması ve rekabet etmeme yükümlülüğü getirilmesi eylemlerine ilişkin muafiyet değerlendirmesine aşağıda tek bir başlık altında yer verilmektedir.
- (233) 2002/2 sayılı Tebliğ'in 2. maddesinde *“Üretim ve dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren iki ya da daha fazla teşebbüs arasında belirli mal veya hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımı amacıyla yapılan anlaşmalar”*ın yine bu Tebliğ'de sayılan koşulları taşıması koşuluyla 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinden muaf tutulacağı düzenlenmiştir. Bununla birlikte, 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinde sayılan dikey kısıtlamalar grup muafiyetinden yararlanamamaktadır.
- (234) Grup muafiyetinden faydalanamayan teşebbüs eylemleri için ise 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi kapsamında bireysel muafiyet değerlendirmesi gündeme gelmektedir. 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında rekabeti kısıtlayıcı bir anlaşma ve/veya uyumlu eylemin aynı Kanun'un 5. maddesi kapsamında bireysel muafiyet alabilmesi için anılan maddenin birinci fıkrasında sayılan şartların tamamını bir arada sağlaması gerekmektedir. 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasında muafiyet koşulları şu şekilde sayılmıştır:
- a) Malların üretim veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması,
 - b) Tüketicinin bundan yarar sağlaması,
 - c) İlgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması,
 - d) Rekabetin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlandırılması.”
- (235) Dolayısıyla bu şartlardan herhangi birinin sağlanmadığının ortaya konması halinde muafiyet değerlendirmesi bakımından diğer şartların incelenmesi gereği ortadan kalkmaktadır. Aşağıda ilk olarak ÖZELCAN'ın yeniden satış fiyatının tespitine yönelik uygulamaları bakımından muafiyet değerlendirmesine yer verilecektir.

⁷⁹ Bkz. Kurulun 08.12.2022 tarihli ve 22-54/834-344 sayılı kararı.

⁸⁰ Kurulun 10.03.2005 tarihli ve 05-13/156-54 sayılı, 21.02.2007 tarihli ve 07-15/142-45 sayılı, 26.03.2020 tarihli ve 20-16/232-113 sayılı kararları.

- (236) 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinde, anlaşmaları ilgili Tebliğ ile sağlanan muafiyetin kapsamı dışına çıkaran sınırlamalar arasında *"Alıcının kendi satış fiyatını belirleme serbestisinin engellenmesi"* hali sayılmakta ve *"Tarafların herhangi birisinin baskısı veya teşvik etmesi sonucu sabit veya asgari satış fiyatına dönüşmemesi koşuluyla, sağlayıcının azami satış fiyatını belirlemesi veya tavsiye etmesi mümkündür."* düzenlemesi yer almaktadır. Alıcıya bildirilen azami veya tavsiye niteliğindeki satış fiyatlarının asgari veya sabit fiyata dönüşmemesi için ise, söz konusu fiyatların azami veya tavsiye niteliğinde olduğunun yayımlanan fiyat listelerinde ya da ürünün üzerinde açıkça belirtilmesi gerekmektedir. Aksi takdirde asgari ve sabit fiyatların belirlenmesi, anılan Tebliğ'in ilgili hükmü uyarınca grup muafiyetinden yararlanamayacaktır. Somut olay bakımından ÖZELCAN'ın yeniden satıcılarının satış fiyatını belirlemesine yönelik davranışının 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinde sayılan dikey kısıtlamalar arasında yer alması sebebiyle 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında grup muafiyetinden yararlanamayacağı anlaşılmaktadır.
- (237) Bununla birlikte Muafiyetin Genel Esaslarına İlişkin Kılavuz'un 8. paragrafında bazı anlaşmaların amacının rekabeti sınırlamak olduğunun ilk bakışta anlaşılacak kadar açık olduğu ifade edilmektedir. Kurul kararları çerçevesinde; yatay anlaşmalar bakımından birlikte fiyat tespiti, pazar ve müşteri paylaşımı ve arzın kontrolüne ilişkin anlaşmaların genel olarak amaç bakımından rekabeti sınırlayıcı olduğu kabul edilmektedir. Dikey anlaşmalar bakımından ise yeniden satış fiyatının tespiti, yeniden satış fiyatına minimum sınır getirilmesi ve pasif satışları da kapsayacak şekildeki münhasırlık anlaşmaları bu kapsamdadır. Aynı kılavuzun 9. paragrafında da anlaşmanın amaç bakımından 4. maddeyi ihlal ettiğinin tespit edilmesi durumunda; 4. maddeye aykırılığın ileri sürülebilmesi için ayrıca anlaşmanın pazarda yarattığı ya da yaratacağı etkilerin araştırılmasına gerek olmadığı ifade edilmektedir.
- (238) Somut olaya bakıldığında da ÖZELCAN'ın yeniden satış fiyatının belirlenmesine ilişkin uygulamalarının, ürünlerinin dağıtım ağında ve franchise bayilerinin sunduğu ürün ve hizmetlerde herhangi bir gelişme ve iyileşme yaratmayacağı değerlendirilmektedir. Zira ÖZELCAN tarafından yeniden satıcılarının satacağı ürünlerin fiyatlarının belirlenmesinin marka imajı yaratmak veya korumak noktasında herhangi bir etkinlik kazanımı yaratması mümkün görünmemektedir. Dahası, teşebbüsün fiyatlara uyumun temini amacıyla bayilerinin pasif satışlarına müdahale edebildiği de görülmektedir. Dosya kapsamında aynı stratejinin bir parçası olarak değerlendirilmekle birlikte, pasif satışların kısıtlanması genel itibarıyla, yeniden satıcının belirli kanallar üzerinden satış yapma imkânını ortadan kaldırarak pazara girmesini ve rakiplerle rekabet etmesi zorlaştırmakta, bu yolla marka içi rekabetin sınırlanmasına yol açmaktadır. Somut olay özelinde de bu türden bir sınırlamanın pazarda ürünlerin veya hizmetlerin daha sınırlı bir şekilde ve belirli kanallar aracılığıyla sunulmasına yol açarak talebin tüm kanallar üzerinden etkin bir şekilde karşılanmamasına neden olacağı, bu durumun da ürünlerin daha geniş kitlelere ulaşmasını engelleyerek pazarda etkinlik doğurmak bir yana, mevcut etkinliği azaltacağı değerlendirilmektedir. ÖZELCAN'ın satış yaptığı çok fazla sayıda ürün ve marka kategorisi bulunduğu da göz önüne alındığında, mevcut dosyaya konu ürünler ve dağıtım sistemi özelinde bu uygulamanın ilgili pazarda herhangi bir etkinlik kazanımına sebebiyet vermeyeceği açıktır. Bu açıdan söz konusu uygulamanın 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (a) bendindeki koşulu karşılamayacağı değerlendirilmektedir.
- (239) Yeniden satış fiyatının belirlenmesi eylemi doğrudan marka içi rekabeti ortadan kaldırmaya yönelik bir sınırlamadır. Tüketicinin karşı karşıya olduğu fiyatın yükseltilmesine yönelik bu türden bir kısıtlama marka içi rekabette yüksek boyutta

tahribata neden olabilecek niteliktedir. Fiyat rekabetinin piyasalarda etkinliği ve dolayısıyla iktisadi refahın artırılmasını sağlayan temel unsur olduğu göz önüne alındığında, fiyat rekabetinin ortadan kalkmasının tüketici refahını önemli ölçüde olumsuz etkileyeceği ve bu olumsuz etkiyi dengeleyebilecek güçte bir olumlu etkinin ortaya konulmasının da aynı oranda zor olacağı açıktır. Nitekim ilgili pazarda en önemli rekabet aracı fiyat olup fiyat mekanizmasının hassas dengelerinin işlemesine yönelik bir müdahale, yüksek zarar doğurabilecek niteliktedir. Kaldı ki ÖZELCAN tarafından, fiyat istikrarını bozduğu tespit edilen bayilerinin internet satışlarına da müdahale edilmekte; bu yolla teşebbüslerin fiyatlara uyumu yaptırma bağlanmaktadır. Bir ürünün internet kanalı üzerinden satışı, tüketiciler için de bir seçenek olup bazı faydaları beraberinde getirmektedir. Tüketicinin elde edeceği fayda ise, ilgili ürünün/hizmetin fiyatının düşmesi, kalitesinin veya çeşitliliğinin artması, satış sonrası etkin hizmet, tüketicinin ürüne daha kolay ulaşabilmesi, bu ürünün dağıtımında veya hizmetin sunulmasında elde edilen iyileşmenin tüketiciye yansması şeklinde ortaya çıkabilmektedir. İnternet satışlarının geleneksel satış yöntemlerine göre çok daha fazla sayıda alıcıya ulaşmak için güçlü bir araç olduğu, teknolojinin bir sonucu olarak internet üzerinden yapılan satışların alıcı ya da tüketicilerin belli bir ürüne ulaşmalarını kolaylaştırdığı ve arama ve karşılaştırma maliyetlerini azalttığı göz önünde bulundurulduğunda, bu türden bir kısıtlama getirilmesinin tüketici yararı sağlamayacağı da açıktır. Bu doğrultuda, ÖZELCAN tarafından yeniden satıcıların satış fiyatlarının belirlenmesine yönelik eylemlerin tüketici tercihlerini kısıtladığı değerlendirilmekte, sonuç olarak bu uygulamanın Kanun'un 5. maddesinin (b) bendini de karşılamadığı değerlendirilmektedir. Netice itibarıyla ÖZELCAN'ın yeniden satış fiyatının tespiti uygulamasının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olduğu ve 5. maddede yer alan koşulları sağlamadığı için bireysel muafiyetten yararlanamayacağı sonucuna ulaşılmıştır.

(240) Son olarak somut olay özelinde ÖZELCAN'ın yeniden satıcılarına getirdiği rekabet etmeme yükümlülüğüne yönelik olarak yapılacak bir muafiyet değerlendirmesi önem arz etmektedir. Kararın önceki bölümlerinde rekabet etmeme yükümlülüğüne ilişkin grup muafiyeti değerlendirmesine yer verilmiş olup söz konusu yükümlülüğün "franchise kimliğini koruma amacını aşacak şekilde getirilmiş olması" sebebiyle grup muafiyetinden yararlanmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla devam eden kısımda yalnızca bireysel muafiyet değerlendirmesine yer verilmektedir.

(241) Dikey Kılavuz'a göre; dikey kısıtlamalar, üretim ve dağıtım zincirinin alt seviyelerinde yer alan oyuncuların anlaşma konusu markanın ticari konumunu geliştirmeye yönelik güdüsünü teşvik etmek suretiyle fiyat dışı rekabeti ve hizmet kalitesini arttırıcı etki yaratabilmektedir. Özellikle pazar gücü bulunmayan teşebbüsler açısından bu durum önemli hale gelmekte, bu teşebbüslerin pazarda tutunabilmek ya da büyüyebilmek için üretim ve dağıtım süreçlerini optimize etmekten başka yolları bulunmamaktadır. Bilhassa özellikli ürünler söz konusu olduğunda sadece ürünlerin alım satım şartlarını belirleyen anlaşmalar dağıtım sürecinde optimal sonuçlara ulaşmakta yeterli olmayabilmektedir. İşte bu tür durumlarda bazı rekabet kısıtlamaları bu amaç doğrultusunda dikey anlaşmalarda kullanılabilir⁸¹. Ancak söz konusu faydaların ortaya çıkarılması için, rekabetin gereğinden fazla da kısıtlanmaması gerekmektedir. Buna göre, pazarda meydana gelecek ekonomik gelişme veya iyileşme ve tüketicilerin refahında sağlanacak artışın elde edilmesi için, rekabeti daha az sınırlayan bir yöntem mevcut ise söz konusu anlaşmanın bireysel muafiyetten yararlanabilmesi mümkün değildir.

⁸¹ Dikey Kılavuz para. 87.

- (242) Seçici dağıtım sisteminde franchise anlaşmaları, malların veya hizmetlerin dağıtımında kullanılacak olan, özellikle marka, işaret gibi fikri haklarla ve *know-how*'la ilgili lisanslar içeren anlaşmalardır. Franchise ilişkisinin her iki tarafı da hem franchise vereni hem de franchise alanı bağlayıcı bazı yükümlülükler öngörebilmektedir. Tarafları en çok ilgilendiren ve taraflar arasında ortaya çıkan en önemli ihtilaflardan birisi de franchise konusu ürünlerin nereden ve ne şekilde temin edileceği; franchise verenin ise bu konudaki yaptırımlarına franchise alanın uyup uymayacağı hususudur.
- (243) Daha öncesinde de ifade edildiği üzere Dikey Kılavuz'a göre, franchise alanın satın aldığı mal ve hizmetlerle ilgili olarak rekabet etmeme yükümlülüğü, bu yükümlülüğün franchise ağının ortak kimliğini ve prestijini korumak bakımından gerekli olduğu hallerde Kanun'un 4. maddesinin kapsamı dışındadır. Böyle bir durumda, rekabet etmeme şartının süresi de franchise anlaşmasının süresini aşmadığı takdirde 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında bir sorun teşkil etmemektedir. Dahası, yasaklamanın, anlaşma konusu mal ya da hizmetlerle rekabet halindeki mal ve hizmetlere ilişkin olması, anlaşma süresince alıcının faaliyette bulunduğu tesis ya da arazi ile sınırlı olması ve sağlayıcı tarafından alıcıya devredilen *know-how*'ı korumak için zorunlu olması koşullarıyla, alıcıya, anlaşmanın sona ermesinden itibaren bir yılı aşmamak kaydıyla rekabet etmeme yükümlülüğü de getirilebilmektedir. Bu noktada, *know-how* devrinin önemi arttıkça, dikey sınırlamanın muafiyet şartlarını karşılamasının da daha kolay olacağı söylenebilecektir. Dolayısıyla sözleşme kapsamında getirilen rekabet etmeme yükümlülüğünün franchise ağının ortak kimliğini ve prestijini korumak bakımından gerekli olup olmadığı hususunda yapılacak bir değerlendirme önem arz etmektedir.
- (244) İlgili sözleşmede yer alan III(b) hükmü incelendiğinde, ÖZELCAN tarafından yeniden satıcılara, ürün tedarikini yalnızca ÖZELCAN'dan yapabilecekleri ve diğer tedarikçilerden ürün temin edemeyecekleri şeklinde tek elden satın alma niteliği taşıyan bir rekabet etmeme yükümlülüğü getirildiği, bunun yanında bayilere, kendilerine tedarik edilen ürünler dışında başkaca hiçbir ürünü mağazalarında bulunduramayacakları hususunda da bir kısıtlama öngörüldüğü anlaşılmaktadır. İlgili sözleşmede söz konusu sınırlamanın belirli markalar yahut tek bir marka özelinde getirildiğine yönelik herhangi bir ifade yer almamakta, bu sebeple anılan sözleşmenin *Botti* mağazalarında satılacak tüm perakende malları kapsayacak şekilde kaleme alındığı anlaşılmaktadır.
- (245) Kararın önceki bölümlerinde de ifade edildiği üzere, ÖZELCAN, çok sayıda ürün gamı ve markanın satışını gerçekleştirmekte, bu ürünleri de çeşitli sağlayıcılardan tedarik etmektedir. ÖZELCAN'ın ürün ve marka portföyünün genişliği göz önünde bulundurulduğunda, yalnızca belirli niteliğe sahip ürünler açısından getirilebilecek bir sınırlamanın herhangi bir ayırım gözetilmeksizin tüm ürün grupları ve markalar için öngörülmesinin franchise ağının imajını koruma yahut ürünün kalite standardına uyumunu sağlama amacıyla bağdaşmadığı değerlendirilmektedir. Öyle ki, bu türden bir sınırlama çoklu ürün ve marka satışı gerçekleştiren franchise alanın diğer tedarik kaynaklarından ürün temin etme olanağını tamamen ortadan kaldırmaktadır. Bu bakımdan söz konusu uygulamalar nedeniyle yeniden satıcıların, ÖZELCAN'ın rakipleri ile sözleşme yapabilmesine ve diğer markaların söz konusu franchise bayiler üzerinden ürünlerini pazarlayabilmesine sınır getirilmekte, dolayısıyla markalar arası rekabet de doğrudan kısıtlanmaktadır.
- (246) Dahası, ilgili hükmün devamında, franchise bayi tarafından yeni bir ürünün portföye dâhil edilmesi için ÖZELCAN'dan yazılı talepte bulunulması gerektiği düzenlenmekte olup anılan hüküm doğrultusunda, yeniden satıcının satışını gerçekleştireceği ürün

gruplarının dahi bizzat ÖZELCAN tarafından belirlendiği anlaşılmaktadır. Söz konusu kısıtlamalar neticesinde ürünleri dağıtımına ilişkin herhangi bir etkinliğin ortaya çıkması bir yana, ilgili sınırlamanın yeniden satıcı bünyesinde satışı gerçekleştirilecek ver tüketiciye sunulacak ürün ve marka çeşitliğinde de azalmaya neden olacağı değerlendirilmektedir.

- (247) İlaveten, sözleşmelerde yer alan hükümler incelendiğinde, franchise bayisinin satacağı tüm ürünlerin yalnızca sağlayıcı konumundaki ÖZELCAN'dan temin edilmesi gerektiği, bayinin farklı ürün çeşitlerini bulundurması, teşhir etmesi ya da satışa sunmasının yasaklandığı, ayrıca başka herhangi bir tedarikçiden doğrudan ürün alımı yapamayacağının düzenlendiği görülmektedir. Her ne kadar franchise ilişkileri çerçevesinde taraflar arasında belirli ölçüde rekabet etmeme yükümlülüğü getirilmesi mümkün olsa da söz konusu hüküm, franchise bayisinin yalnızca rakip teşebbüslerden değil, aynı sistem içerisindeki diğer franchise bayilerinden dahi ürün temin etmesini engellemektedir.
- (248) Açıklanan sebeplerle ÖZELCAN tarafından yeniden satıcılarına getirilen rekabet etmeme yükümlülüğünün bireysel muafiyet şartlarından olan “(a) malların üretim veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması”, “(b) tüketicinin bundan yarar sağlaması” ve (d) rekabetin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlandırılmaması” koşullarını karşılamadığı, dolayısıyla bireysel muafiyetten de yararlanamadığı değerlendirilmektedir.

J.6. ÖZELCAN'ın Yazılı Savunması ve Savunmaların Değerlendirilmesi

- (249) 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin ikinci fıkrasında yer alan, “Kurul, başlattığı soruşturmaları, soruşturmaya başlanması kararının verildiği tarihten itibaren 15 gün içinde ilgili taraflara bildirir ve tarafların ilk yazılı savunmalarını 30 gün içinde göndermelerini ister.” hükmü⁸² uyarınca ÖZELCAN'ın yazılı savunması yapılan soruşturma bildirimini ile talep edilmiştir. Kanun'un 41. maddesi hükümleri uyarınca soruşturma açıldığına ilişkin bildirim yazısını tebellüğ eden ÖZELCAN'ın yazılı savunması 04.07.2024 tarih ve 53518 sayı ile **(Belge-97)** yasal süresi zarfında Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. Teşebbüsün savunmalarına ve söz konusu savunmalara ilişkin değerlendirmelere aşağıda yer verilmektedir.

J.6.1. Yeniden Satış Fiyatının Tespitine İlişkin Savunmalar⁸³

- (250) ÖZELCAN tarafından yeniden satış fiyatının tespitine ilişkin bulgu ve değerlendirmelere yönelik olarak;
- Teşebbüsün 0-3 yaş bebek ve anne hamile ürünlerinin toptan ve perakende satışıyla iştigal ettiği, perakende satışlarını 9 adet mağazası, Babymall.com.tr ve Botti.com.tr başta olmak üzere internet siteleri ve franchise bayileri aracılığıyla gerçekleştirdiği, bünyesinde herhangi bir üretim faaliyeti bulunmadığı,

⁸² 29.05.2024 tarihli ve 32560 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 7511 sayılı Türk Ticaret Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun'un 4. maddesi kapsamında, 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin ikinci fıkrası “Kurul, başlattığı soruşturmaları soruşturmaya başlanması kararının verildiği tarihten itibaren 15 gün içinde ilgili taraflara bildirir. Kurul, bu bildirim yazısı ile birlikte, iddiaların türü ve niteliği hakkında yeterli bilgiyi ilgili taraflara gönderir.”⁸² şeklinde değiştirilmiş olup ilgili hüküm, söz konusu soruşturmanın yürütüldüğü dönemde henüz değişikliğe uğramadığından, hükmün eski haline yer verilmiştir.

⁸³ Teşebbüsün bulgulara ilişkin savunmaları, her bir bulgu özelinde ayrı ayrı değerlendirilmiştir.

- Bahsedilen sektörde çok farklı ürün kategorilerinin ve yaş grupları özelinde farklılaşmaların olduğu, Türkiye’de bu sektörde faaliyet gösteren birçok teşebbüsün bulunduğu,
- ÖZELCAN’ın bayilerinin satış fiyatına müdahale ettiği değerlendirilmesine yer verilen çeşitli bulgularda yer alan ifadelerin (.....) ürünlerinin tek tedarikçisi olan İTAMEKS ile olan ticari ilişkileri korumak amacıyla yapıldığı, rekabet ihlali amacının hiçbir suretle güdülmediği, nitekim ÖZELCAN çalışanlarının ifadelerinin yer aldığı bulgularda yapılacağı ifade edilen değişikliklerin gerçekte uygulanmadığı ve bayilerle bu yönde bir diyaloga girmediği, yalnızca İTAMEKS ile ticari ilişkilerini bozmamak amacıyla söylendiği,
- ÖZELCAN’ın cirosunun, ilgili pazarda faaliyet gösteren pazar lideri teşebbüsün satış ve cirosunun %(.....)’si kadar olduğu, bunun yanında kimi ürün kategorilerinin özelleşmiş mağazalar dışında süper marketler ve tekstil mağazalarında da satılabildiği, bu nedenle ÖZELCAN’ın sektördeki payının çok düşük seviyelerde olduğu,
- ÖZELCAN tarafından bahse konu franchise sözleşmesi ile temel olarak kalite standartlarına erişim sağlanmasının, bu suretle anlaşma konusu ürünlerin marka imajının gelişimine katkıda bulunulmasının, bu ürünlere yönelik kalite algısının ve dolayısıyla talebin artmasına yardımcı olunmasının amaçlandığı, ÖZELCAN’ın bunun dışında rekabeti ihlal eder nitelikte, hiçbir ilişki, anlaşma ve eylem içerisinde olmadığı,
- ÖZELCAN’ın faaliyet gösterdiği bebek gereçleri pazarında çok sayıda rakip firma ve markanın olduğu, ÖZELCAN’ın söz konusu pazardaki payının %30’un altında olduğu, ayrıca pazara ilişkin herhangi bir giriş engelinin mevcut olmadığı,
- ÖZELCAN’ın eylemlerinin franchise sözleşmesinin imkân tanıdığı yetki ve yüklediği yükümlülükler dâhilinde rekabeti ihlal etmediği, farklı kanaate varılması halinde dahi ÖZELCAN’ın pazardaki konumu itibarıyla 2002/2 sayılı Tebliğ’den ve bireysel muafiyetten yararlanabileceği,
- Şayet sözleşme hükümlerinde rekabet açısından endişe doğurabilecek nitelikte hususlar olduğu değerlendirilmekte ise ÖZELCAN’a 4054 sayılı Kanun’un 9/3 maddesi uyarınca görüş gönderilmesinin talep edildiği, buna karşılık ÖZELCAN’ın da rekabet açısından endişe doğuran tüm hükümleri tadil edecek ve tüm endişeleri ortadan kaldıracak şekilde düzenlemeler yapacağı

ifade edilmiştir.

(251) Teşebbüsün sonraki savunmalarında ise;

- o Yalnızca “Botti” tabelasına sahip franchise bayilerine ERP ve POS sistemi aracılığıyla etiket yazılım hizmeti temin ettiği, bu sistemin franchise alanlara yaptıkları tüm satışlarda müşterilerin talepleri doğrultusunda indirim yapma ve kendi fiyatlarını belirleme özgürlüğü sağladığı,
- o Bu bağlamda franchise alan teşebbüslerin aynı ürünü, aynı tarihte, farklı fiyatlardan sattıklarına dair fatura örneklerinin sunulduğu, yeniden satış fiyatını tespit etme gibi bir irade olmaması nedeniyle farklı fiyatlardan satışlar gerçekleştiren teşebbüsleri cezalandırma, teşebbüslere yaptırım uygulama, yeniden satış fiyatına uygun davrananları ödüllendirme şeklinde somut hiçbir uygulamanın bulunmadığı, bunun aksini gösterir herhangi bir somut delilin dosya kapsamında da yer almadığı,

- 2015-2025 yılları arasında 204.991 adet faturada yer alan 20.418 farklı barkodlu ürün özelinde, Botti franchise bayilerinin aynı ürünleri farklı perakende satış fiyatları ile sattığı, inceleme hacminin büyüklüğü nedeniyle temsili nitelikte 65 adet fatura örneğinin sunulduğu,
- Geçmişte franchise alan bayiler ile akdedilen sözleşmelerde yeniden satış fiyatının belirlendiğine işaret eden sözleşme hükümleri yer alsa da bu hükümlerin hiçbir zaman uygulamaya geçmediği,
- ÖZELCAN'ın rekabet hukukuna tam uyum iradesinin tezahürü olarak franchise bayileri ile yeni sözleşmeler akdederek "Özelcan, Franchise Alana, Ürünlerle ilgili olarak yalnızca satış fiyatı tavsiyesinde bulunur. Franchise Alan kendi satış fiyatını, kar ve indirim oranlarını belirlemekte serbesttir." hükmüne yer verdiği, ayrıca yeni şartlar ile sözleşme yenilemek istemeyen teşebbüsler ile ilişkisini sonlandırdığı

ifade edilmiştir.

Değerlendirme:

- (252) ÖZELCAN tarafından yeniden satış fiyatının tespit edilmesi iddiasına ilişkin olarak yapılan savunmalar kapsamında ifade edilmesi gereken ilk husus, yeniden satış fiyatının tespitinin süregelen rekabet içtihadındaki yerine ilişkindir. Öyle ki bir anlaşmanın rekabeti kısıtlama amacının olup olmadığının değerlendirilmesinde, anlaşmanın içeriği, ulaşmaya çalıştığı hedef ve anlaşmanın yer aldığı iktisadi ve hukuki çerçevenin dikkate alınması gerekmektedir.⁸⁴ Bu kapsamda dikey anlaşmalar bakımından yeniden satış fiyatının tespiti, yeniden satış fiyatına minimum sınır getirilmesi ve pasif satışları da kapsayacak şekilde münhasırlık anlaşmalarının yapılması gibi uygulamaların amacı bakımından rekabeti sınırlayıcı olduğu kabul edilmekte ve bu türden bir anlaşmanın 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine aykırılık teşkil ettiğinin ileri sürülebilmesi için anlaşmanın pazarda yarattığı ya da yaratacağı etkilerin ayrıca ortaya konmasına gerek olmadığı ifade edilmektedir.⁸⁵ Bununla kastedilen, rekabet hukuku perspektifinden amacı bakımından rekabeti kısıtladığı açıkça görülen bir anlaşmanın, pazardaki etkisinin ortaya konulmasına ihtiyaç duyulmamasıdır.
- (253) Dosya kapsamında yapılan yerinde incelemelerde elde edilen belgelerde de görülebileceği üzere ÖZELCAN, bebek ürünlerini çeşitli sağlayıcılardan tedarik etmekte; bu tedarikçilerin arasında savunmalarda adı geçen İTAMEKS de yer almaktadır. ÖZELCAN tarafından yapılan savunmaların bir kısmında, İTAMEKS'ten tedarik edilen ürünlerin (.....) markalı ana kucağı ürününe ilişkin olduğu ve söz konusu ürünün Türkiye'deki tek yetkili sağlayıcısının İTAMEKS olduğundan bahisle yazışmalarda geçen ifadelerin tamamen İTAMEKS ile olan ticari ilişkileri korumak maksadıyla sarf edildiği ve rekabeti ihlal etme amacı taşımadığı; bunun yanında ÖZELCAN'ın İTAMEKS tarafından iletilen taleplere karşılık bayileri ile yeniden satış fiyatının tespiti konusunda diyaloga girmedeği ifade edilmektedir.
- (254) Ancak dosya kapsamında elde edilen Bulgu-2, 3, 4, 5, 6 ve 10, İTAMEKS'ten tedarik edilen ürünlere yönelik yazışmalara ilişkin olup ilgili bulgularda geçen "(.....) Ana Kucağını (.....) tl nin aşağısında satılmamasını rica ederiz.", "fiyatları genel çektik yukarı abi", "sen şimdilik onu yukarı çek", "(.....)u kontrol ediyorum hemen (.....)de düzelttireyim", "Fiyatları ayarladım entegrasyon Gececek", "Merhaba (.....) İlgileniyorum Onalara daha öncede demiştim" ve "(.....) ile ilgili söyledim halen düzelmedi mi fiyat,

⁸⁴ Yatay İşbirliği Anlaşmaları Hakkında Kılavuz para.18.

⁸⁵ Muafiyetin Genel Esaslarına İlişkin Kılavuz para. 9.

tekrardan iletişime geçiyorum" ifadelerinden savunmada belirtilenin aksine ÖZELCAN'ın gerek İTAMEKS'in talebi doğrultusunda gerekse İTAMEKS'in herhangi bir yönlendirmesi olmaksızın franchise bayilerinin satış fiyatlarına müdahale ettiği açık bir şekilde görülebilmektedir. Dahası, dosya kapsamında elde edilen bulgular incelendiğinde, ÖZELCAN tarafından İTAMEKS'ten tedarik edilen ürünlerin yanında, başkaca sağlayıcılardan tedarik edilen ürünlere ilişkin olarak da yeniden satıcıların satış fiyatlarına müdahale edilebildiği anlaşılmaktadır. Keza, Bulgu-17 ve Bulgu-20 bu durumu açıkça örneklemektedir. Örneğin GRUP BABY yetkilisi ile ÖZELCAN arasındaki konuşmanın yer aldığı Bulgu-17'de "(.....)" marka ürüne ilişkin fiyatların tespit edilen seviyeden farklılaşmasına ilişkin olarak yapılan konuşmada ÖZELCAN yetkilisi tarafından "Abi inan kaç kere uyardım" "Çözeceğim abi" ve "Abi düzeldi kontrol eder misin" ifadelerinden ÖZELCAN'ın fiyatların düzeltilmesi konusunda yeniden satıcılarla aktif iletişimde olduğu ve onları doğrudan "uyardığı" anlaşılmaktadır. Kaldı ki, ÖZELCAN'ın tedarikçinin talebi olmaksızın doğrudan kendi inisiyatifiyle de yeniden satıcıların satış fiyatlarına müdahale edebildiği görülebilmektedir (Bulgu-2, 3, 7, 8). Bu kapsamda teşebbüsün yeniden satıcılarının satış fiyatlarına müdahale etmediği, bu anlamda yeniden satıcılarla herhangi bir iletişime girmediği, yazışmada geçen ifadelerin yalnızca tedarikçi ile olan ticari ilişkiyi koruma amacıyla sarf edildiği savunmasına katılmak mümkün görünmemektedir.

- (255) Dosya kapsamında edinilen bulgular incelendiğinde, teşebbüsün yeniden satıcılarla akdettiği franchise sözleşmelerine yeniden satış fiyatının tespitine yönelik hükümler koyduğu da göze çarpmaktadır. Nitekim ilgili sözleşmelerde yer alan ifadeler incelendiğinde franchise sözleşmelerinin "İşletme" başlıklı üçüncü bölümünün (f) bendinde;

"Perakende satış fiyatları Firma tarafından belirlenir ve İşletme tarafından aynen uygulanır. İşletme tarafından herhangi bir üründe, farklı bir fiyat; iskonto, vade; bantlama, promosyon vb. yapılamaz."

hükmüne yer verilmektedir.

- (256) İlgili sözleşme hükmünde; franchise alan tarafların satış fiyatlarını belirleme noktasında herhangi bir iradesinin olmadığı, ÖZELCAN'ın belirlediği fiyatlar dışında farklı fiyat, indirim veya promosyon yapmadığı açıkça ifade edilmektedir.
- (257) İşbu kararın ilgili bölümlerinde de açık bir şekilde belirtildiği üzere "*alıcının kendi satış fiyatını belirleme serbestisinin engellenmesi*" dikey anlaşmaları grup muafiyetinin kapsamından çıkaran bir ihlal niteliğinde olup bu noktada teşebbüsün pazar payının %30'un altında olup olmaması, sektörde faaliyet gösteren oyuncu sayısının fazlalığı yahut giriş engellerinin bulunmaması gibi hususlar önem taşımamaktadır. Kararın "J.5." başlığı altında değerlendirmesine yer verilmiş olmakla birlikte, bu türden bir anlaşmanın bireysel muafiyet koşullarını sağlamasının da mümkün olmadığı değerlendirilmektedir.
- (258) Son olarak teşebbüs tarafından sözleşmede yer alan hükümlerin rekabet açısından endişe doğurabileceğinin tespiti halinde ÖZELCAN'a 4054 sayılı Kanun'un 9/3 maddesi uyarınca görüş gönderilmesinin talep edilmiş, ÖZELCAN'ın da rekabet açısından endişe doğuran tüm hükümleri tadil edecek ve tüm endişeleri ortadan kaldıracak şekilde düzenlemeler yapacağı ifade edilmiştir.
- (259) 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrasında;

"Kurul, birinci fıkraya göre bir karar almadan önce ilgili teşebbüs veya teşebbüs birliklerine ihlale ne şekilde son vereceklerine ilişkin görüşlerini yazılı olarak bildirir."

hükmü yer almaktadır. Yeniden satış fiyatının belirlenmesi iddiasında söz konusu hususun işletilmesine yönelik olarak Kurulun güncel tarihli *ELECTROLUX*⁸⁶ kararında “Dosya kapsamında incelenen eylem yeniden satış fiyatının tespiti niteliğinde olup doğası gereği rekabeti kısıtlama amacı taşıyan ve aynı zamanda Türk rekabet hukuku mevzuatında da “açık ve ağır ihlal” olarak sınıflandırılan bir kısıtlamadır. Ayrıca dosya özelinde tarafa yalnızca görüş gönderilmesi yönünde bir kanaat oluşabilmesi için ihlale son verildiği veyahut eylemin hayata geçirilmediği yönünde herhangi bir bilgi belge de tespit edilmemiştir. Aksine taraf hakkında elde edilen bulgulara, *ELECTROLUX*’un yeniden satış fiyatının belirlenmesi eylemini hayata geçirmiş olduğu ve beş yıldan uzun bir süre ile sistematik bir şekilde sürdürdüğü tespit edilmiştir. Anılan eylemin pazarda doğurduğu etkiler bakımından ise *ELECTROLUX* tarafından gerçekleştirilen yeniden satış fiyatının tespiti sonucunda marka içi rekabet sınırlandırılmakta ve bu suretle serbest rekabet ortamının temin edildiği bir piyasaya kıyasla *ELECTROLUX*’un fiyat tespiti sonucu karşılaşılan nispeten yüksek fiyatlar tüketici zararına yol açmaktadır. Ayrıca, tarafın ihlalin gerçekleştiği pazarlardaki pazar payının düşüklüğü, ne ihlalin varlığını ortadan kaldırmaktadır ne de tarafa idari para cezası uygulanmaksızın yalnızca görüş gönderilmesine tek başına dayanak teşkil etmektedir. Tarafın ilgili pazardaki pazar payının düşüklüğü, ancak teşebbüs hakkında takdir edilecek para cezasının belirlenmesinde göz önünde bulundurulabilecek bir husustur.” denilerek 4054 sayılı Kanun’un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca görüş gönderilmesi uygun bulunmamıştır.

- (260) Benzer bir durum mevcut dosya bakımından da geçerli olup *ÖZELCAN*’ın franchise bayilerinin yeniden satış fiyatına sistematik bir şekilde müdahale ettiği hususu, dosya kapsamında elde edilen çok sayıda bulgu ve hatta sözleşmeler ile açık bir şekilde ortaya konulmuş olduğundan teşebbüse, 4054 sayılı Kanun’un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca görüş gönderilmesinin uygun olmayacağı değerlendirilmektedir.
- (261) Dikey anlaşmalar bakımından yeniden satış fiyatının tespiti, yeniden satış fiyatına minimum sınır getirilmesi ve pasif satışları da kapsayacak şekilde münhasırlık anlaşmalarının yapılması gibi uygulamaların amacı bakımından rekabeti sınırlayıcı olduğu kabul edilmekte ve bu türden bir anlaşmanın 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesine aykırılık teşkil ettiğinin ileri sürülebilmesi için anlaşmanın pazarda yarattığı ya da yaratacağı etkilerin ayrıca ortaya konmasına gerek olmadığı ifade edilmektedir.⁸⁷ Bununla kastedilen, rekabet hukuku perspektifinden amacı bakımından rekabeti kısıtladığı açıkça görülen bir anlaşmanın, pazardaki etkisinin ortaya konulmasına ihtiyaç duyulmamasıdır. Keza, konuya ilişkin Kurul kararları incelendiğinde de 2011 yılından sonra alınan çok sayıda kararda yeniden satış fiyatının belirlenmesinin amacı itibarıyla rekabeti kısıtlayıcı olduğu yönünde değerlendirme yapıldığı görülmektedir. Her ne kadar kimi kararlarda eylemin etkisine bakılmış ve etki doğurmadığı ortaya konulmuş olsa da ceza takdirinde bulunulurken eylemin amacı bakımından rekabeti kısıtlayıcı olduğuna odaklanıldığı görülmektedir. Örneğin Kurulun *Groupe SEB*⁸⁸ ve *Sony*⁸⁹ kararlarında ihlalin etkisi bakımından bir değerlendirme yapılmış olmakla birlikte, yeniden satış fiyatının tespitinin bir tür amaç ihlali olduğu, deliller ışığında bayilerin yeniden satış fiyatına müdahale etme amacının ortaya konulmasının ihlal tespiti için yeterli olduğu kanaatine varılmıştır. Öte yandan *Anadolu Elektronik*⁹⁰

⁸⁶ Kurulun sayılı 18.01.2024 tarihli ve 24-05/83-33 sayılı kararı.

⁸⁷ Muafiyetin Genel Esaslarına İlişkin Kılavuz para. 9.

⁸⁸ Kurulun 04.03.2021 tarihli ve 21-11/154-63 sayılı kararı.

⁸⁹ Kurulun 22.11.2018 tarihli ve 18-44/703-345 sayılı kararı.

⁹⁰ Kurulun 23.06.2011 tarihli ve 11-39/838-262 sayılı kararı.

kararında "(...). 4. madde hükmü göz önüne alındığında ihlalin ortaya konulabilmesi için yeniden satış fiyatının tespiti uygulamalarına yönelik olarak bir etki analizi yapılması zorunluluğu bulunmamaktadır." şeklinde bir değerlendirmeye yer verilmiştir. Ayrıca Toros Gübre⁹¹ kararında, rekabeti bozucu anlaşmaların tarafları ortak çıkarlar adına bağımsız rekabetçi faaliyetlerden vazgeçiren yapısal bir çerçeve oluşturduğu belirtilerek "sadece rekabete aykırı bir anlaşmaya taraf olmak, anlaşma etkilerini gerçekleştirmemiş olsa dahi yasaktır." tespiti ile amacı rekabeti kısıtlayıcı olan anlaşmalarda etkinin aranmayacağı açıkça ortaya konulmuştur. Bu çerçevede, yeniden satış fiyatının tespitine ilişkin rekabet ihlallerine yönelik etki analizine gerek bulunmadığı değerlendirilmektedir.

(262) Her ne kadar sözleşmelerdeki yeniden satış fiyatının tespiti anlamına gelen hükümlerin mevcudiyeti rekabet ihlalinin tespiti için yeterli olsa da daha önce yer verildiği üzere Bulgu-2, 3, 4, 5, 6 ve 10'da geçen "(....) Ana Kucağını (....) tı nin aşağısında satılmamasını rica ederiz.", "fiyatları genel çektik yukarı abi", "sen şimdilik onu yukarı çek", "(....)u kontrol ediyorum hemen (....)de düzelttireyim", "Fiyatları ayarladım entegrasyon Gececek", "Merhaba (....) İlgileniyorum Onalara daha öncede demiştim" ve "(....) ile ilgili söyledim halen düzelmedi mi fiyat, tekrardan iletişime geçiyorum" ifadelerinden savunmada belirtilenin aksine ÖZELCAN'ın franchise bayilerinin satış fiyatlarına müdahale ettiği açık bir şekilde görülebilmektedir. Dolayısıyla dosya kapsamında yer alan belgelerden hareketle ÖZELCAN'ın yeniden satış fiyatlarına müdahale ettiğine ilişkin somut uygulamaların var olduğu anlaşılmaktadır. Bu bakımdan teşebbüs tarafından yapılan savunmaya itibar edilmemiştir.

J.6.2. İnternet Satış Yasağına İlişkin Savunmalar⁹²

(263) ÖZELCAN tarafından internet satış yasağına ilişkin bulgu ve değerlendirmelere yönelik olarak;

- İnternet satışlarına müdahale edildiği değerlendirmesine yer verilen bulgularda rekabeti ihlal etme amacı mevcut olmadığı gibi, böyle bir etkinin de pazarda doğmadığı,
- ÖZELCAN'ın bayilerinin internet satışlarını kısıtlamadığı, fiyat konusunda bir dayatmaya yer vermediği ve herhangi bir yaptırım uygulamadığı, bayilerin istedikleri indirimlerle satış yapabildikleri,
- Franchise bayilerin internet satışlarını engelleme/kısıtlama amacı ve bu yönde bir uygulamasının olmadığı, Soruşturma Raporu'nda da ÖZELCAN'ın franchise bayilerin internet satışlarını kısıtladığına ve bu suretle rekabeti ihlal ettiğine dair açık ve kesin bir bulgunun yer almadığı, bu ihlale ilişkin olarak incelenen bulgulardaki değerlendirmeler sonucunda ÖZELCAN'ın internet satışlarına müdahale ettiği sonucuna ulaşılmasının hukuken isabetli olmadığı,
- ÖZELCAN'ın üçüncü kişilerden kendilerine gelen taleplere karşılık yalnızca ticari ilişkilerin sürdürülebilmesi adına geçiştirici cevaplar verdiği, bulgularda yer alan ifadelerin uygulamaya konmadığı
- Rekabet hukukuna tam uyum iradesinin bir göstergesi olarak franchise bayiler ile akdedilen yeni sözleşmelerde franchise bayilerin çevrim içi pazar yerleri de dâhil olmak üzere internetten satış yapabileceklerinin "Özelcan, internet üzerinden

⁹¹ Kurulun 19.01.2011 tarihli ve 11-04/64-26 sayılı kararı.

⁹² Teşebbüsün bulgulara ilişkin savunmaları, her bir bulgu özelinde ayrı ayrı değerlendirilmiştir.

yapılan satışlara doğrudan ya da dolaylı olarak herhangi bir kısıtlama getirmez.” hükmüyle açıkça düzenlendiği,

- Bu kapsamda elde edilen bulgulardaki ifadelerin herhangi bir talebin ilgili franchise bayisine iletildiği yönünde somut bir delil teşkil etmediği, bulgularda yer alan “(.....) ürünlerinin internet satışına kapatılmasına istinaden, internette açabilecekleri ürünleri ve fiyatını belirten listenin (...)” ifadesi yanlış anlaşılmaya müsait olabileceksin de ÖZELCAN’ın (.....) ürünlerini internet satışına kapattığı yönünde herhangi bir somut tespiti yer vermediği
- İnternet satış yasaklarına ilişkin iddialar bakımından rekabetçi endişelerin giderilmesini teminen taahhüt sunma talebinde bulunulduğu ancak talebin Kurul tarafından reddedildiği, benzer şekilde ilgili karara ilişkin yapılan İYUK 11 başvurusunun da reddedildiği

ifade edilmektedir.

Değerlendirme:

- (264) ÖZELCAN’ın yazılı savunmasında öne sürülen iddialardan ilki pasif satış kısıtlamasına yönelik değerlendirmelerin yer aldığı bulgularda rekabeti ihlal etme amacının mevcut olmadığı ve böyle bir etkinin de pazarda doğmadığı hususudur.
- (265) Daha önce de detaylı bir şekilde yer verildiği üzere, Türk rekabet hukuku mevzuatı bağlamında internet üzerinden yapılan satışlar çoğunlukla pasif satışlar olarak değerlendirilmekte; Dikey Kılavuz’un 25. paragrafında, “*bir sağlayıcının, dağıtıcıların/bayilerin/alıcıların kendi internet siteleri üzerinden satış yapmalarını kısıtlaması*” bir tür pasif satış kısıtlaması olarak ele alınmaktadır.
- (266) 2002/2 sayılı Tebliğ’in “*Anlaşmaları Grup Muafiyeti Kapsamı Dışına Çıkaran Sınırlamalar*” başlıklı 4. maddesinin (b) bendine göre, bir sağlayıcı tarafından alıcının sözleşme konusu mal veya hizmetleri satacağı bölge veya müşterilere ilişkin kısıtlamalar getirilmesi belirli istisnalar⁹³ haricinde Tebliğ kapsamında muafiyetten yararlanamayan bir sınırlama olarak görülmektedir. Pasif satışların kısıtlanması da bahsi geçen kısıtlamalar arasında yer almaktadır. Keza, Dikey Kılavuz’un 21. paragrafında belli bir bölgeye veya müşteri grubuna yapılacak pasif satışların kısıtlanmasının anlaşmayı grup muafiyeti dışına çıkaran bir ihlal olarak değerlendirileceği açıkça ifade edilmektedir. Mezkûr Kurul içtihadında da internet satışlarına ilişkin kesin ve genel bir yasaklamanın, marka içi rekabeti kısıtladığı ve pasif satışların engellenmesi bağlamında ağır sınırlama niteliği taşıdığı kabul edilmektedir.
- (267) Mevcut dosya kapsamında yapılan yerinde incelemelerde elde edilen bulgular, ÖZELCAN tarafından bayilerin satış fiyatlarına uyumunu teminen pasif satışlarının kısıtlandığını, bu yolla, internet satışlarına getirilen kısıtlamanın yeniden satış fiyatının tespitinde bir araç olarak kullanıldığını ortaya koyma noktasında yeterli ispat standardına sahip olduğundan, ihlalin varlığından bahsedebilmek için söz konusu uygulamanın pazar üzerindeki etkisinin ayrıca irdelenmesine ihtiyaç duyulmamıştır.
- (268) İlaveten, ÖZELCAN tarafından sunulan savunmada, bulgularda yer alan ifadelerin ticari ilişkiler kapsamında oyalama mahiyetinde olduğu, buna ilişkin herhangi bir aksiyon alınmadığı ifade edilse de internet satış yasağına ilişkin bulgular incelendiğinde ÖZELCAN’ın franchise bayilerinin yeniden satış fiyatını belirlemeye yönelik olarak çevrim içi kanallardan yapacağı satışların önüne geçmeye çalıştığı anlaşılmaktadır. Nitekim ilgili bulgular incelendiğinde;

⁹³ İstisnalar için bkz: 2002/2 sayılı Tebliğ.

- Bulgu-13'te yer alan “(...) yine botti yine problem hem fiyat bozuk hem de internet satışı var”,
- Bulgu-18'de yer alan “ Selam baskanim pazar ywrlerinde acik olmayacak bunlar”
- ÖZELCAN'ın franchise bayilerinin çeşitli ürünlerine ilişkin internet satış yasağı getirmesine cevaben yazıldığı anlaşılan Bulgu-22'de yer alan “17.04.2024 tarihinde telefonla tarafımıza bildirilen (.....) ürünlerinin internet satışına kapatılmasına istinaden mağazamıza internette açabileceğimiz ürünleri ve fiyatını belirten listenin Tarafımıza gönderilmesini rica ederiz.”

şeklinde yazışmalar tespit edilmiş olup söz konusu ifadelerden ÖZELCAN'ın bayilerinin satış fiyatlarına riayet etmesi amacıyla internet satışlarının kısıtlanması gibi yaptırımlara başvurabildiği açıkça görülebilmektedir. Açıklanan sebeplerle teşebbüsün söz konusu savunmasının da yerinde olmadığı değerlendirilmektedir.

- (269) Diğer yandan ÖZELCAN tarafından internet satışlarının kısıtlanması ihlaline ilişkin taahhüt talebi sunulduğu ve bu talebin Kurul tarafından reddedildiği ifade edilmektedir. 2021/2 sayılı Tebliğ'in 6. maddesinde yer alan “*Tarafların taahhüt sunma taleplerini Kuruma iletmelerinin ardından Kurul ilgili anlaşma, karar veya uygulamanın açık ve ağır ihlal niteliğini ve gerekli gördüğü diğer hususları değerlendirerek taahhüt görüşmelerinin başlatılmasına ya da taahhüt sunma talebinin reddine ve taahhüt sürecinin sonlandırılmasına karar verir.*” hükmü çerçevesinde Kurumun taahhüt görüşmelerine başlama hususunda takdir hakkı mevcuttur. Kurul takdir hakkını kullanırken rekabet sorunlarının taahhütler ile giderilmesi gibi hususların yanında soruşturma sürecinin hızlı bitirilmesinden doğacak usuli faydaları da gözetebilmektedir. Açıklanan sebeplerle teşebbüsün söz konusu savunmasının da yerinde olmadığı değerlendirilmektedir.

J.6.3. Rekabet Etmeme Yükümlülüğüne İlişkin Savunmalar

- (270) ÖZELCAN tarafından rekabet etmeme yükümlülüğüne ilişkin bulgu ve değerlendirmelere ilişkin olarak;
- Bulgu-21'deki sözleşmede 3 yıl için getirilen rekabet etmeme yükümlülüğünün franchise ağının ortak kimliğini ve prestijini korumayı amaçladığı, Dikey Kılavuz'un 189. paragrafında yer alan hüküm gereğince, söz konusu durumun 4054 sayılı Kanun'u ihlal etmediği,
 - Bayilere getirilen bu türden bir tek elden satın alma yükümlülüğünün sağlayıcının pazar payı %30'u aşmadığı sürece 2002/2 sayılı Tebliğ'den otomatik olarak yararlanabildiği, ÖZELCAN'ın pazar payının bu orandan daha az olduğu, bu çerçevede rekabet etmeme yükümlülüğünün 4054 sayılı Kanun'u ihlal etmediği,
 - İşbu bulguda belirtilen sözleşme hükümlerinde rekabet açısından endişe doğurabilecek nitelikte düzenlemeler mevcut olduğu kanaatine varılması halinde 4054 sayılı Kanun'un 9/3 maddesi uyarınca teşebbüse görüş gönderilmesinin istendiği, bu durumda endişe doğuran tüm hususlar hakkında düzenleme yapılacağı,
 - Franchise bayiler ile geçmişte akdedilen sözleşmelerde franchise ağının ortak kimliğini ve prestijini korumanın, anne ve bebek sağlığı ve güvenliğini ön planda tutmanın ve sistemin imaj birliğini sağlamanın amaçlandığı ve süre hususunda ise “sözleşme, imza tarihinde yürürlüğe girer ve süresi işletmenin satışa başladığı tarihten itibaren tüm hak ve vecibelerin yerine getirilmesi şartı ile 3 (üç) yıldır...”

hükmüne yer verildiği, ayrıca tarafların sözleşme bitiminden en az iki ay öncesine kadar resmi kanallar aracılığıyla karşı tarafa bildirilmesi şartıyla sözleşmeyi sonlandırma hakkına sahip olduğu,

- Bu iddialar bakımından rekabetçi endişelerin giderilmesini teminen 4054 sayılı Kanun’un 43. maddesi ve 2021/2 sayılı Tebliğ kapsamında, yasal süresi içerisinde, taahhüt sunma talebinde bulunulduğu ve söz konusu talebin reddedildiği,
- Rekabet hukukuyla tam uyumu teminen yeni imzalanan sözleşmelerde “*İşbu franchise sözleşmesinin süresi 3 yıldır. Taraflar 3 yıllık sürenin dolmasından en geç 1 (Bir) Ay önce her iki tarafın karşılıklı ve yazılı olarak bildirmeleri ve karşılıklı teyit etmesi ile işbu sözleşmeyi 5 (beş) yılı geçmemek üzere belirli bir süreyle uzatabilirler. Aksi takdirde sözleşme kendiliğinden ve sürenin bitimi ile son bulmuş olacaktır.*” hükmüne yer verildiği,
- Benzer şekilde rekabet etmeme yükümlülüğü ile ilgili olarak “*III b) Franchise ağının ortak kimliğini ve prestijini korumak ve gerekli kalite standartlarını sağlamak bakımından, Franchise Alan mağazada satılacak ürünler satın alma kriterlerine uygun bir şekilde Özelcan tarafından tedarik edilir. Bu tedarikte ürünlerin mevzuata uygunlukları, genel özellikleri değerlendirilerek, ürünün satılabilirliği araştırılarak, anne ve bebeğin sağlığı ve güvenliği ön planda tutularak, tedarik uzmanlığı çerçevesinde Özelcan tarafından kapsamlı değerlendirme yapılır. Özelcan’ın mevcut portföyünde olmayan bir ürünü Franchise Alan satmayı arzu ederse, bu konuda Özelcan’a yazılı talepte bulunur. Özelcan tarafından talebin TSE standartlarına, ilgili diğer mevzuata uygunluğu araştırılarak, Franchise kimliği de göz önünde tutulmak suretiyle uygun bulunması durumunda talep yerine getirilir. Bu düzenlemeyle amaçlanan, sözleşme konusunu oluşturan bebek, hamile, anne kategorilerindeki ürünlerin kalite standardına uyumunun sağlanması ve Franchise ağının imajının korunmasıdır. Aksi takdirde alınan ürünlerden doğacak zararlar nedeniyle Özelcan; tek taraflı olarak sözleşmenin feshi hakkını saklı tutar. Özelcan, ürün ve ürün gruplarında istediği zaman değişiklik yapma, portföyden ürün iptali, portföye yeni ürün ekleme hakkına sahiptir. Franchise Alan bu gibi değişiklikleri aynen uygular.*” hükmünün yeni sözleşmelere eklendiği

ifade edilmiştir.

Değerlendirme:

- (271) ÖZELCAN tarafından yapılan savunmada, franchise bayilere getirilen rekabet etmeme yükümlülüğünün franchise ağının ortak kimliğini ve prestijini korumayı amaçladığı, sözleşmenin süresi ve ÖZELCAN’ın pazar payı göz önünde bulundurulduğunda ilgili sözleşmelerin 2002/2 sayılı Tebliğ’de yer alan grup muafiyetinden yararlandığı ifade edilmiştir.
- (272) Rekabet etmeme yükümlülüğünün grup muafiyetinden yararlanabilmesi için kümülatif olarak karşılanması gereken iki koşul bulunmaktadır. Bunlardan ilki sağlayıcının ilgili pazardaki payının %30’u geçmemesi, diğeri ise alıcıya getirilen rekabet etmeme yükümlülüğünün süresinin 5 yılı aşmamasıdır. Bununla kastedilen ise, kendiliğinden yenilenen yahut süresiz akdedilen sözleşmelerin teşebbüsün pazar payına bakılmaksızın grup muafiyetinden yararlanamayacak olmasıdır.
- (273) Öte yandan Dikey Kılavuz kapsamında franchise sistemine özgü rekabet etmeme yükümlülüklerinin, franchise sisteminin ortak kimliği ve itibarı ile know-how devrini korumak amacı taşıması ve söz konusu yükümlülüğün franchise sözleşmesinin süresi ile sınırlı olması koşuluyla, 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesi kapsamında

değerlendirilmediği ifade edilmektedir. Dolayısıyla, franchise ağının kimliğini korumaya yönelik bir rekabet etmeme yükümlülüğü, süresiz olarak kaleme alınmış olsa dahi, 4. madde kapsamında ihlal olarak ele alınmamaktadır.

- (274) Söz konusu düzenlemeden hareketle, dosya kapsamında ÖZELCAN tarafından getirilen rekabet etmeme yükümlülüğünün, franchise sistemi için gerekli olup olmadığı değerlendirilmiş olup ÖZELCAN'ın ürün ve marka portföyünün genişliği de göz önünde bulundurulduğunda, yalnızca belirli niteliğe sahip (*örneğin ürün/hizmet kalitesinin standardının önem arz ettiği durumlar, franchise verenin özel üretimi olan ürünler yahut bu ürün ya da hizmetin tedarik kaynağının sınırlı olması vb.*) ürünler açısından getirilebilecek bir sınırlamanın herhangi bir ayırım gözetilmeksizin tüm ürün grubu ve markalar için öngörülmesinin franchise ağının imajını koruma yahut ürünün kalite standardına uyumunu sağlama amacıyla bağdaşmadığı; öyle ki, bu türden bir sınırlamanın çoklu ürün ve marka satışı gerçekleştiren franchise alanın diğer tedarik kaynaklarından ürün temin etme olanağını tamamen ortadan kaldırdığı tespit edilmiştir.
- (275) Bu doğrultuda, ilgili sözleşmelerin niteliği gereği 2002/2 sayılı Tebliğ'in kapsamı dışında kaldığı sonucuna ulaşılmış olup teşebbüsün savunmasına katılmak mümkün görünmemektedir.

J.7. Ceza Yönetmeliği Kapsamında Yapılan Değerlendirme

- (276) 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrasında; *"Bu Kanunun 4, 6 ve 7 nci maddelerinde yasaklanmış davranışlarda bulunanlara, ceza verilecek teşebbüs ile teşebbüs birlikleri veya bu birliklerin üyelerinin nihai karardan bir önceki mali yıl sonunda oluşan veya bunun hesaplanması mümkün olmazsa nihai karar tarihine en yakın mali yıl sonunda oluşan ve Kurul tarafından saptanacak olan yıllık gayri safi gelirlerinin yüzde onuna kadar idarî para cezası verilir."* hükmüne yer verilmiştir. Yine aynı maddenin son fıkrasında bu maddeye göre verilecek idari para cezalarının tespitinde dikkate alınan hususların, iş birliği halinde para cezasından bağışıklık veya indirim şartlarının, iş birliğine ilişkin usul ve esasların Kurulca çıkarılacak yönetmeliklerle belirleneceği düzenlenmiştir.
- (277) 15.02.2009 tarihli ve 27142 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik" (Mülga Yönetmelik), 27.12.2024 tarih ve 32765 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik" (Yeni Ceza Yönetmeliği) ile yürürlükten kaldırılmıştır. Bu doğrultuda 27 Aralık 2024 itibarıyla yürürlüğe giren Yeni Ceza Yönetmeliği'nin 1. maddesinde ilgili yönetmeliğin amacı Mülga Ceza Yönetmeliği'ne paralel olacak şekilde; *"...4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanunun 4 üncü ve 6 ncı maddelerinde yasaklanmış davranışlarda bulunan teşebbüs ile teşebbüs birlikleri veya bu birliklerin üyeleri ile bunların yönetici ve çalışanlarına, aynı Kanunun 16 ncı maddesi gereğince verilecek idari para cezasının tespitine ilişkin usul ve esasları düzenlemektir."* şeklinde belirlenmiştir. Dosya konusu ihlale ilişkin son bulgunun 26.02.2025 tarihli olduğu göz önünde bulundurulduğunda, ÖZELCAN tarafından rekabet karşıtı uygulamalara Yeni Ceza Yönetmeliği'nin yürürlüğe girmesinin ardından da devam edildiği anlaşılmaktadır. Bu kapsamda soruşturma tarafı bakımından yapılacak ceza değerlendirmesinde Yeni Ceza Yönetmeliği hükümlerinin esas alınması gerektiği kanaatine varılmıştır. Teşebbüs tarafından Ceza Yönetmeliği kapsamındaki değerlendirmelere ilişkin olarak getirilen savunmada özetle

- İhlal iddialarının kabulü anlamına gelmemekle birlikte farklı türdeki sınırlamaların birbirinden bağımsız çok sayıda ihlal olarak değil, tek bir davranış biçimi olarak ele alınması gerektiği,
- Her ne kadar dosya kapsamında son bulgu tarihi olarak 26.02.2025 tarihinin belirlendiği, ÖZELCAN tarafından rekabet karşıtı uygulamalara bu tarihe kadar devam edildiği ve yapılacak ceza değerlendirmesinde Yeni Ceza Yönetmeliği hükümlerinin esas alınması gerektiği ifade edilse de söz konusu bulgunun ÖZELCAN'ın franchise bayileri ile önceden akdetmiş olduğu Franchise Sözleşmesi'nden ibaret olduğu, anılan sözleşmedeki fiyatın belirlenmesine ilişkin hükmün hiçbir zaman uygulanmadığı, sözleşmedeki rekabet etmeme yükümlülüğünün ise rekabet mevzuatı ile uyumlu olduğu,
- Taahhüt ve yeniden değerlendirme talepleri olumsuz değerlendirilse de ÖZELCAN'ın Franchise Sözleşmesi'nde rekabetçi açıdan endişe doğuran hükümlerini kaldırdığı ve/veya değiştirdiği, rekabet mevzuatı ile uyumlu yeni sözleşmelerini hazırlayarak sözleşmelerin imzalanması sürecini başlattığı ve soruşturma heyetini de bu konuda bilgilendirdiği,
- Bu durumda henüz Yeni Ceza Yönetmeliği yürürlüğe girmeden, Kuruma uygulanmayacağı/değiştirileceği bildirilen sözleşme hükümlerinden hareketle ÖZELCAN'ın Yeni Ceza Yönetmeliği'nin yürürlüğe girme tarihi olan 27.12.2024'ten itibaren ihlale devam ettiği görüşüne katılmanın mümkün olmadığı

ifade edilmiştir.

(278) ÖZELCAN'a atfedilen eylemler hem doktrinde hem de pratikte “yeniden satış fiyatının belirlenmesi”, “pasif satış yasağı” ve “rekabet etmeme yükümlülüğü” olarak karşılık bulmuş üç ayrı ihlal müessesesi olarak karşımıza çıkmakta ve her üç eylem de Türk rekabet hukuku mevzuatında ihlal olarak değerlendirilmektedir. Bu eylem ve uygulamalar Türk rekabet hukukunda münferit ihlaller olarak yer bulmakla birlikte somut olay bakımından incelendiğinde ÖZELCAN tarafından yeniden satıcılara uygulanan pasif satış yasağı eyleminin yine teşebbüsçe uygulanan yeniden satış fiyatının belirlenmesi eylemini sağlamaştırmak ve fiyat müdahalelerine müspet bir karşılık bulunmadığı durumlarda ceza mekanizması olarak kullanmak amacıyla uygulandığı değerlendirilmektedir. Bu bakımdan soruşturma kapsamında pasif satış yasağının, yeniden satış fiyatının belirlenmesi amacına ulaşmak için bir araç olarak kullanıldığı değerlendirilmiştir.

(279) Dahası, ÖZELCAN'ın yeniden satıcılarıyla (franchise alanlarla) uzun yıllar boyunca akdettiği tüm franchise sözleşmelerinde hem yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik olarak hem de rekabet etmeme yükümlülüğüne ilişkin bazı hükümler öngördüğü görülmekte; bu hükümler ile de esasında franchise alan tarafın genel anlamda satış koşullarına müdahale etmeyi amaçladığı anlaşılmaktadır. Kurulun soruşturma konusu eylemlere benzer nitelikteki iddiaları ele aldığı geçmiş tarihli kararları incelendiğinde⁹⁴ de birden fazla dikey ihlalin söz konusu olduğu dosyalar bakımından, tek bir ihlal üzerinden idari para cezası yaptırımını uyguladığı görülmekte olup somut olay özelinde de söz konusu uygulamaların her birinin ayrı ihlaller olarak ele alınması mümkün olmakla birlikte, teşebbüsün ilgili eylemleri esasında “yeniden satıcıların satış koşullarına müdahale edilmesi” gibi spesifik bir amaca yönelik olması,

⁹⁴ Kurulun 10.03.2005 tarihli ve 05-13/156-54 sayılı, 21.02.2007 tarihli ve 07-15/142-45 sayılı, 26.03.2020 tarihli ve 20-16/232-113 sayılı kararları.

söz konusu kısıtlamaların aynı sözleşmeler kapsamında düzenlenmesi ve sözleşme sürelerinin de ilgili kısıtlamalar bakımından farklılaşmaması gibi sebeplerle tek bir stratejinin parçası olarak değerlendirilmiştir. Öte yandan, Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek İdari Para Cezalarına İlişkin Kılavuz'un (Ceza Kılavuzu) 11. paragrafında *"Teşebbüslerin fiillerinin bir ya da birden fazla ihlale yol açıp açmadığı hususu Kurul tarafından yapılacak değerlendirme neticesinde tespit edilir. Ayrı ihlal teşkil eden fiillere ayrı cezalar verilir."* düzenlemesi yer almaktadır. Somut olayda ÖZELCAN'ın soruşturma kapsamında tespit edilen eylem ve uygulamalarının niteliği, davranışların aynı kararın icrası kapsamında gerçekleştirilip gerçekleştirilmediği gibi unsurların dikkate alınması neticesinde tek bir ihlal teşkil ettiği değerlendirilmiştir.

- (280) ÖZELCAN tarafından franchise bayiler ile yapılan sözleşmelerdeki değişiklikler veya sözleşmeye eklenen yeni hükümler, teşebbüsün rekabet hukukuna uyum sağlama konusundaki samimi ve iyi niyetli yaklaşımlarının bir göstergesi olarak değerlendirilebilmektedir. Bu tür düzenlemeler, teşebbüsün hukuka uygun davranma konusundaki kararlılığını ve gelecekte benzer ihlallerin tekrarlanmaması yönündeki iradesini ortaya koymak noktasında önemli bir göstergedir. Ancak işbu soruşturma kapsamında düzenlemelerin hukuki mahiyeti ele alındığında, söz konusu hükümlerin esasen zaten kanundan doğan mevcut yükümlülüklerin sözleşmeye eklenmesi niteliğinde olduğu görülmektedir. Başka bir ifadeyle, teşebbüsler bu değişikliklerle hâlihazırda uymakla yükümlü oldukları rekabet hukuku kurallarını sözleşme ile hüküm altına almakta ve yazılı hale getirmektedir. Bu durumun teşebbüslerin mevcut yasal sorumluluklarının sözleşmesel düzleme aksetmesinden ibaret olduğu değerlendirilmektedir. Açıklamalar doğrultusunda teşebbüsün savunmasının isabetli olmadığı kanaatine varılmıştır.
- (281) Yeni Ceza Yönetmeliği'nin 4. maddesinde teşebbüs ile teşebbüs birliklerine veya bu birliklerin üyelerine verilecek temel ceza oranının, her bir ihlal için ayrı ayrı olmak üzere, Kurul tarafından belirleneceği; 5. maddesinde ise ihlal dolayısıyla gerçekleşen veya gerçekleşmesi muhtemel zararın ağırlığı ile ihlalin niteliğinin açık ve/veya ağır olup olmadığı gözetilmek suretiyle belirleneceği düzenlenmektedir.
- (282) Dosya kapsamındaki tüm tespit ve değerlendirmeler ışığında, ÖZELCAN'ın franchise bayilerinin yeniden satış fiyatını tespit etmek, pasif satışlarını kısıtlamak ve franchise bayilerine rekabet etmeme yükümlülüğü getirmek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği sonucuna ulaşılmıştır.
- (283) Başlangıç ceza oranının belirlenmesinin ardından temel para cezasının belirlenmesinde ikinci adım ihlalin süresini tespit etmektedir. Yeni Ceza Yönetmeliği'nde ihlal süreleri bakımından kademeli bir sistem benimsenmiş olup başlangıç ceza oranı;
- a) Bir yıldan uzun, iki yıldan kısa süren ihlallerde beşte biri oranında,
 - b) İki yıldan uzun, üç yıldan kısa süren ihlallerde beşte ikisi oranında,
 - c) Üç yıldan uzun, dört yıldan kısa süren ihlallerde beşte üçü oranında,
 - ç) Dört yıldan uzun, beş yıldan kısa süren ihlallerde beşte dördü oranında,
 - d) Beş yıldan uzun süren ihlallerde bir katı oranında
- artırılmaktadır.
- (284) Mevcut dosya kapsamında ÖZELCAN'a atfedilen eylemler hem doktrinde hem de pratikte "yeniden satış fiyatının belirlenmesi", "pasif satış yasağı" ve "rekabet etmeme yükümlülüğü" olarak karşılık bulmuş üç ayrı ihlal müessesesi olarak karşımıza çıkmakta ve yukarıda da değinildiği üzere her üç eylem de Türk rekabet hukuku

mevzuatında ihlal olarak değerlendirilmektedir. Bu eylem ve uygulamalar Türk rekabet hukukunda ayrı ihlaller olarak yer bulsa da Kurulun soruşturma konusu eylemlere benzer nitelikteki iddiaları ele aldığı kararları incelendiğinde⁹⁵ birden fazla dikey ihlalin söz konusu olduğu dosyalar bakımından, tek bir ihlal üzerinden idari para cezası yaptırımını uyguladığı görülmekte olup bu kapsamda somut olay özelinde de yeniden satış fiyatının tespiti, dağıtıcı bayilerin internet satışlarının kısıtlanması ve rekabet etmeme yükümlülüğü eylemlerine ilişkin olarak temel para cezasının ayrı ayrı hesaplanmasına gerek olmadığı değerlendirilmektedir.

- (285) Soruşturma kapsamında ÖZELCAN'ın yeniden satış fiyatının tespiti ve rekabet etmeme yükümlülüğü getirmesi ihlallerine ilişkin eylemlerinin Kasım 2014-26.02.2025 tarihleri arasında, pasif satışların kısıtlanması ihlaline ilişkin eylemlerinin ise 28.10.2022-17.04.2024 tarihleri arasında gerçekleştiği anlaşılmakta olup yeniden satış fiyatının tespiti ve rekabet etmeme yükümlülüğü getirilmesi ihlallerine ilişkin süre on yıl üç ay, pasif satışların engellenmesi ihlaline ilişkin süre ise bir yıl beş ay yirmi gün olarak hesaplanmaktadır. Sonuç olarak tek bir ihlal olarak değerlendirilen eylemlerin Kasım 2014-26.02.2025 tarihleri arasında gerçekleştirildiği anlaşılmaktadır. Bu bakımından Yeni Ceza Yönetmeliği kapsamında, ihlal süresinin beş yıldan uzun olması nedeniyle başlangıç ceza oranının bir katı oranında artırılması gerektiği değerlendirilmektedir.
- (286) Öte yandan Yeni Ceza Yönetmeliği'nin 6. maddesinde ağırlaştırıcı; 7. maddesinde ise hafifletici unsurlar düzenlenmektedir. Dosya kapsamında yapılan incelemeler neticesinde elde edilen sözleşmelerin tarihi göz önüne alındığında, ihlale dayanak teşkil eden en güncel tarihli sözleşmenin 26.02.2025 tarihinde akdedilmiş olması sebebiyle, ÖZELCAN hakkında temel para cezası belirlenirken 6. maddenin ikinci fıkrası gereği "*soruşturma kararının tebliğinden sonra ihlale devam edilmesi*"nin olası bir idari para cezası takdirinde ağırlaştırıcı unsur olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Bununla birlikte dosya kapsamında edinilen bulgular ve yapılan tespitler sonucunda ihlal konusu faaliyetlerin ağırlıklı olarak "*ana kucağı ve oto koltuğu*" ürün gamı üzerinden gerçekleştirildiği, Tablo-1'de de yer verildiği üzere ilgili ürün gamının ÖZELCAN'ın 2024 yılındaki perakende satış geliri içerisindeki payının %(.....)'unu oluşturduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca ÖZELCAN'ın 2024 yılına ilişkin gelir tablosu incelendiğinde yurt dışı satışlarından da (.....) TL gelir elde ettiği, bu gelirin de toplam gelir içerisindeki ağırlığının %(.....)'ye karşılık geldiği görülmektedir. Bu kapsamda Yeni Ceza Yönetmeliği'nin 7. maddesinin birinci fıkrasının (ç) bendi uyarınca "*ihlal konusu faaliyetlerin yıllık gayri safi gelirler içerisindeki payının düşük olması*" ve (d) bendi uyarınca "*idari para cezasına esas alınan yıllık gayri safi gelirler içinde yurt dışı satış gelirlerinin bulunması*" hususları hafifletici unsur olarak ele alınmıştır.
- (287) Yukarıda yer verilen değerlendirmeler doğrultusunda başlangıç ceza oranı %(.....) olarak belirlenmiş, süre nedeniyle %100 artırıma gidilerek %(.....) temel para cezası oranına ulaşılmıştır. Ağırlaştırıcı unsur nedeniyle yapılan %50 artırım sonrasında ulaşılan %(.....) ceza oranı üzerinden %(.....) hafifletici neden indirimi uygulanmıştır. Bunun sonucunda nihai idari para ceza oranı olarak %(.....) karar verilmiştir.

⁹⁵ Kurulun 10.03.2005 tarihli ve 05-13/156-54 sayılı, 21.02.2007 tarihli ve 07-15/142-45 sayılı, 26.03.2020 tarihli ve 20-16/232-113 sayılı kararları.

K. SONUÇ

(288) Rekabet Kurulunun 21.05.2024 tarihli, 24-23/520-M sayılı kararı uyarınca yürütülen soruşturma ile ilgili olarak düzenlenen Raporlara, toplanan delillere, yazılı ve sözlü savunmaya ve incelenen dosya kapsamına göre,

- Özelcan Babymall Mağazacılık Dağıtım Ticaret ve Sanayi Anonim Şirketi'nin franchise bayilerinin yeniden satış fiyatını tespit etmesi, internet üzerinden satış yapmalarını kısıtlaması ve franchise bayiler ile imzalanan sözleşmelerde amacını aşacak şekilde rekabet etmeme yükümlülüğüne yer vermesi suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiğine,
- Söz konusu sözleşmelerin ve uygulamaların 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği kapsamında grup muafiyetinden yararlanmadığına ve sözleşmelere mevcut haliyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 5. maddesi kapsamında bireysel muafiyet tanınamayacağına,
- Bu kapsamda, 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrası ve 27.12.2024 tarih ve 32765 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar İle Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek İdari Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik" in 5. maddesinin birinci fıkrası, ikinci fıkrası, üçüncü fıkrasının (d) bendi, 6. maddenin ikinci fıkrası ve 7. maddesinin birinci fıkrasının (ç) ve (d) bendi uyarınca 2024 yılı gayrisafi geliri üzerinden takdiren %(.) olmak üzere Özelcan Babymall Mağazacılık Dağıtım Ticaret ve Sanayi Anonim Şirketi'ne 25.821.641,54-TL idari para cezası verilmesine,
- Ayrıca 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin birinci fıkrası uyarınca; yürürlükte olan sözleşmelerde yer alan yeniden satış fiyatının tespitine yönelik hükümlerin sözleşmeden çıkarılması ve "*İşletmede satılacak tüm ürünler Firma tarafından tedarik edilir. (...) İşletme, hiçbir tedarikçiden direkt ürün alımı yapamaz.*" ifadesi ile benzer şekilde franchise bayilerin söz konusu ürünleri doğrudan başkaca tedarikçilerden temin etmesinin engellenmesi anlamına gelebilecek ifadelerin sözleşmeden çıkarılmasına; söz konusu düzenlemeler için Özelcan Babymall Mağazacılık Dağıtım Ticaret ve Sanayi Anonim Şirketi'ne gerekçeli kararın tebliğinden itibaren altmış (60) gün süre verilmesine ve bu süre içerisinde yapılan değişikliklerin Rekabet Kurumuna tevsik edilmesine

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

