

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2023-3-026 (Soruşturma)
Karar Sayısı : 24-23/549-232
Karar Tarihi : 21.05.2024

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Birol KÜLE
Üyeler : Ahmet ALGAN (İkinci Başkan), Hasan Hüseyin ÜNLÜ,
Cengiz ÇOLAK, Berat UZUN

B. RAPORTÖRLER: Mesut MORGÜL, Abdulsamed TÜRLÜ, Özlem NARHİN,
Selahattin Burak EKEN, Zeynep ÇUBUK

C. BAŞVURUDA

BULUNAN : - Resen
- Gizlilik talebi bulunan iki başvuru

D. HAKKINDA İNCELEME

YAPILAN : - CHI Kozmetik İthalat İhracat San. ve Tic. AŞ
Temsilcileri: Av. Fatih SEVİMLİ, Av. Emet KÖKLÜSOY
Avrupa Konutları Ataköy Residence 7-8-9-10. Kısım Mah.
Çobançeşme E-5 Yan Yol Cad. No:8 K:1 D:7 Bakırköy/İstanbul

- (1) **E. DOSYA KONUSU:** CHI Kozmetik İthalat İhracat Sanayi ve Ticaret AŞ hakkında alıcıların yeniden satış fiyatını belirlemek suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği iddiası.
- (2) **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** CHI Kozmetik İthalat İhracat San. ve Tic. AŞ'nin (CHI KOZMETİK) alıcıların yeniden satış fiyatlarını tespit etmek suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 4. maddesini ihlal ettiği iddiası.
- (3) **G. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurulunun (Kurul) 20.10.2022 tarihli ve 22-48/696-M (1-6) sayılı kararları ile başlatılan soruşturmalar kapsamında, kozmetik ve kişisel bakım sektöründe faaliyet gösteren teşebbüslerde gerçekleştirilen yerinde incelemeler neticesinde hakkında delil elde edilen teşebbüslere yönelik önaraştırma başlatılması talep edilmiş ve bu çerçevede Kurulun 22.12.2022 tarihli ve 22-56/875-M (2) sayılı kararı ile CHI KOZMETİK hakkında 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edip etmediğinin tespiti amacıyla önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. Söz konusu önaraştırma kapsamında 30.03.2023 tarihinde CHI KOZMETİK'te yerinde inceleme gerçekleştirilmiştir. Ayrıca yerinde inceleme esnasında CHI KOZMETİK'ten bilgi ve belge talebinde bulunulmuş olup buna yönelik sunulan cevabi yazı 06.04.2023 tarih ve 37278 sayı ile Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına intikal etmiştir.
- (4) Önaraştırma süreci sonunda hazırlanan 12.04.2023 tarih ve 2023-3-001/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu, Kurulun 13.04.2023 tarihli toplantısında ele alınmış ve 23-18/343-M (2) sayılı kararla CHI KOZMETİK hakkında, alıcıların yeniden satış fiyatını tespit etmek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edip etmediğinin tespiti amacıyla soruşturma açılmasına karar verilmiştir.
- (5) 28.04.2023 tarih ve 63645 sayılı Soruşturma Bildirimi'ne istinaden CHI KOZMETİK'in birinci yazılı savunması 31.05.2023 tarih ve 39165 sayı ile süresi içinde Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.

- (6) Bu süreçte Kurum kayıtlarına 02.06.2023 tarih ve 39261 sayı ile intikal eden dilekçe ile CHI KOZMETİK tarafından Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılmasına Yönelik Soruşturmalarda Uygulanabilecek Uzlaşma Usulüne İlişkin Yönetmelik'in (Uzlaşma Yönetmeliği) 5. maddesi kapsamında uzlaşma sürecinin başlatılması talep edilmiştir.
- (7) Uzlaşma başvurusu kapsamında hazırlanan 06.06.2023 tarih ve 66211 sayılı Bilgi Notu Kurulun 07.06.2023 tarihli toplantısında görüşülmüş, 23-26/497-M sayılı kararla uzlaşma görüşmelerine başlanmasına karar verilmiştir. İlgili Kurul kararı 07.06.2023 tarih ve 66277 sayılı belge ile tarafa bildirilmiştir.
- (8) CHI KOZMETİK ile 13.06.2023 tarihinde çevrim içi uzlaşma görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Uzlaşma Yönetmeliği'nin 6. maddesinin beşinci fıkrası uyarınca yapılan görüşmede teşebbüs vekillerine; söz konusu iddiaların içeriği, isnat edilen ihlalin niteliği, kapsamı ve süresi, uzlaşma tarafı olan teşebbüs hakkında ihlal isnadına dayanak oluşturan başlıca belgeler, sürecin uzlaşma ile sonuçlanması halinde uygulanabilecek indirim oranı ve uzlaşma tarafına verilebilecek idari para cezası aralığı hakkında bilgi verilmiştir.
- (9) CHI KOZMETİK tarafından Kurum kayıtlarına 03.07.2023 tarih ve 40048 sayı, 12.07.2023 tarih ve 40395 sayı ile intikal eden dilekçeler ile Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik (Ceza Yönetmeliği) kapsamında hafifletici unsurlar bakımından dikkate alınması talep edilen hususlar ifade edilmiştir.
- (10) Bu kapsamda hazırlanan 12.07.2023 tarih ve 68193 sayılı Bilgi Notu Kurulun 13.07.2023 tarihli toplantısında ele alınmış, 23-31/598-MUA sayılı uzlaşma ara kararıyla sürecin uzlaşma ile sonuçlanması halinde CHI KOZMETİK'e 2022 yılı gayrisafi geliri üzerinden %(.....) oranında olmak üzere (.....) TL idari para cezası uygulanmasına, uzlaşma usulü sonucunda teşebbüse verilecek idari para cezasında %25 oranında indirim uygulanmasına, nihai olarak teşebbüse %(.....) oranında ve (.....) TL tutarında idari para cezası verilmesine karar verilmiş olup tarafa uzlaşma metnini Kuruma göndermesi için 15 günlük süre tanınmıştır. İlgili karar 13.07.2023 ve 68260 sayılı belge ile tarafa bildirilmiştir.
- (11) CHI KOZMETİK'in uzlaşma ara kararının tebliğinden itibaren 15 günlük süre içinde uzlaşma metnini göndermemesi nedeniyle, tarafın uzlaşma sürecinden zımnen çekilmesine ilişkin olarak hazırlanan 08.08.2023 tarih ve 70088 sayılı Bilgi Notu Kurulun 10.08.2023 tarihli toplantısında ele alınmış ve 23-37/700-M sayılı kararla uzlaşma sürecinin sonlandırılmasına ve olağan soruşturma usulünün takip edilmesine karar verilmiştir. Bu karar ise soruşturma tarafına 10.08.2023 tarih ve 70229 sayı ile bildirilmiştir.
- (12) Soruşturma kapsamındaki değerlendirmelerin daha detaylı yapılabilmesi adına 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.*" hükmüne istinaden hazırlanan 06.09.2023 tarih ve 71903 sayılı Bilgi Notu Kurulun 07.09.2023 tarihli toplantısında görüşülmüş 23-41/791-M sayılı kararla soruşturma süresinin altı aylık sürenin bitimi olan 13.10.2023 tarihinden itibaren dört ay uzatılmasına karar verilmiştir. İlgili karar tarafa 07.09.2023 tarih ve 72129 sayılı yazı ile bildirilmiştir.
- (13) Soruşturma süreci devam ederken, CHI KOZMETİK'in faaliyet gösterdiği pazara yönelik kapsamlı bilgi edinmek amacıyla 30.10.2023 tarih ve 75972 sayılı belgeyle Türk Henkel Kimya San. ve Tic. AŞ'den (HENKEL), 30.10.2023 tarih ve 75969 sayılı

belgeyle Loreal Türkiye Kozmetik San. ve Tic. AŞ'den (LOREAL), 30.10.2023 tarih ve 75968 sayılı belge ile Unilever San. ve Tic. Türk AŞ'den (UNİLEVER), 14.08.2023 tarih ve 70408 sayı ve 31.10.2023 tarih ve 75986 sayılı belge ile CHI KOZMETİK'ten bilgi ve belge talep edilmiştir. Anılan teşebbüslerden gelen cevabi yazılar 21.08.2023 ve 17.11.2023 tarihleri arasında Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.

- (14) Yürütülen soruşturma kapsamında hazırlanan 13.02.2024 tarihli ve 2023-3-026/SR sayılı Soruşturma Raporu (Soruşturma Raporu) tarafa tebliğ edilmiş ve ikinci yazılı savunmasının sunulması gerektiği bildirilmiştir. 13.02.2024 tarihinde CHI KOZMETİK tarafından tebellüğ edilmiş ve tarafça hazırlanan ikinci yazılı savunma 13.03.2024 tarih ve 49718 sayılı yazı ile yasal süresi içerisinde Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (15) Tarafın ikinci yazılı savunmasına karşı hazırlanan 27.03.2024 tarihli ve 2023-3-026/EG-01 numaralı Ek Görüş CHI KOZMETİK'e gönderilmiş, tarafın üçüncü yazılı savunması ise 24.04.2024 tarihli yazı ile Kuruma gönderilmiştir.
- (16) Kurul; yürütülen soruşturma ile ilgili olarak düzenlenen Rapor'a ve Ek Görüş'e, toplanan delillere, yazılı savunmalara ve incelenen dosya kapsamına göre 21.05.2024 tarih ve 24-23/549-232 sayı ile nihai kararı tesis etmiştir.
- (17) **H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili Rapor ve Ek Görüş'te, hakkında inceleme yapılan CHI KOZMETİK'in; alıcılarının yeniden satış fiyatını belirlemek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği, söz konusu uygulamaların 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği (2002/2 sayılı Tebliğ) ile öngörülen grup muafiyetinden yararlanamadığı ve bu nedenle CHI KOZMETİK'e aynı Kanun'un 16. maddesi uyarınca idari para cezası uygulanması gerektiği ifade edilmiştir.

I. İNCELEME, GEREKÇE VE HUKUKİ DAYANAK

I.1. Hakkında Soruşturma Yürütülen Taraf: CHI KOZMETİK

- (18) 19.07.2013 tarihinde kurulan CHI KOZMETİK'in ortakları (.....) (%(.....)) ve Farouk Systems INC'dir (%(.....)). CHI KOZMETİK, "CHI, BioSilk, Plex" markaları ile kozmetik ve kişisel bakım ürünleri içerisinde yer alan saç bakım ürünleri pazarında faaliyet göstermektedir. CHI KOZMETİK'in faaliyet gösterdiği saç bakım ürünleri; şampuan, saç kremi, saç serumları ve saç boyasından¹ oluşmaktadır. CHI KOZMETİK; CHI² ve BioSilk markalı ürünleri ithal etmekte, Plex markalı ürünlerin üretimini ise Türkiye'de gerçekleştirmektedir.
- (19) CHI KOZMETİK, ürünlerinin satışını kendi internet sitesinden, toptan satış yoluyla ve yeniden satıcıları aracılığıyla perakende ve e-ticaret kanalı üzerinden yapmaktadır. Teşebbüs, e-ticaret satışlarını DSM Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Tic. AŞ (TRENDYOL), D-Market Elektronik Hizmetler ve Tic. AŞ (HEPSİBURADA), Amazon Turkey Perakende Hizmetleri Ltd. Şti. (AMAZON) ve Doğu Planet Elektronik Ticaret ve Bilişim Hizmetleri AŞ (N11) platformları üzerinden gerçekleştirmektedir.
- (20) 2020-2023 Ekim dönemi için e-ticaret ve fiziki satış kanalları ayrımı yapılmak suretiyle CHI KOZMETİK'in satışlarının, satış kanalı bazında dağılımına aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

¹ Saç boyası ürünü sadece CHI markasında bulunmaktadır.

² CHI marka grubunda bulunan CHI Infra Şampuan-Krem-Serum, CHI Keratin Şampuan Krem-Serum ürünlerinin kısa bir dönem Türkiye'de üretimi gerçekleştirilmiştir.

Tablo-1: CHI KOZMETİK Tarafından Yapılan Satışların Satış Kanalına Göre Dağılımı

Satış Kanalı	2020		2021		2022		2023 (Ekim)	
	Satış (TL)	Oran (%)	Satış (TL)	Oran (%)	Satış (TL)	Oran (%)	Satış (TL)	Oran (%)
E-Ticaret	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Geleneksel/ Fiziki Satış	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	(.....)	100,00	(.....)	100,00	(.....)	100,00	(.....)	100,00

Kaynak: Cevabi Yazı

- (21) Tablo-1'den de görülebileceği üzere, CHI KOZMETİK'in e-ticaret satışlarının, toplam satışlar içerisinde payı 2020, 2021, 2022 ve 2023 Ekim döneminde sırasıyla %(.....), %(.....), %(.....) ve %(.....) oranında gerçekleşmiştir.
- (22) Öte yandan CHI KOZMETİK'in 2022 yılına ilişkin marka bazında satış tutarları ve oranları ile marka bazında yer alan ürün gruplarının ciro içerisindeki payına aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo-2: CHI KOZMETİK'in 2022 Yılına Ait Satışlarına İlişkin Marka Bazında Ciro Bilgisi ve Dağılımı

Marka	Satış (TL)	Oran (%)	Ürün	Ciro İçerisindeki Payı (%)
Plex	(.....)	(.....)	Şampuan	(.....)
			Krem	(.....)
			Serum	(.....)
BioSilk	(.....)	(.....)	Şampuan	(.....)
			Krem	(.....)
			Saç Bakım	(.....)
CHI	(.....)	(.....)	Şampuan	(.....)
			Krem	(.....)
			Serum	(.....)
			Boya	(.....)
			Saç Bakım	(.....)
Toplam	(.....)	100,00	Toplam	100

Kaynak: Cevabi Yazı

- (23) Tablo-2 incelendiğinde, CHI KOZMETİK'in satış gelirlerinin yaklaşık %(.....)'i CHI markalı ürünlerden elde edilmektedir. Plex markalı ürünlerin toplam satışlar içerisindeki payı %(.....) iken BioSilk markalı ürünlerin payı ise %(.....)'dir. Her üç markanın da en fazla ciro elde eden ürün grubu şampandır.
- (24) Toplam pazar büyüklüğü bakımından Nielsen Araştırma Hizmetleri Ltd. Şti. (Nielsen) verileri baz alınarak soruşturma tarafı teşebbüs açısından oluşturulan pazar payı bilgilerine aşağıda yer verilmiştir.

Tablo-3: CHI KOZMETİK'in 2020-2023 Ekim Dönemine Ait Pazar Payı (%)

	2020		2021		2022		2023 ³	
	Satış (TL)	Oran	Satış (TL)	Oran	Satış (TL)	Oran	Satış (TL)	Oran
CHI KOZMETİK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam Pazar ⁴	2.655.436.000	100,00	3.314.123.000	100,00	6.182.638.000	100,00	8.125.121.000	100,00

Kaynak: Cevabi Yazı

³ 2023 yılına ilişkin sunulan veriler bakımından; CHI KOZMETİK'e ilişkin 2023 yılı satış verisi Ekim ayına, toplam pazar büyüklüğü verisi ise Eylül ayına kadar olan süreci kapsamaktadır.

⁴ Toplam pazar büyüklüğüne ilişkin bilgiler, Nielsen verilerinden alınmış olup indirim marketleri, süpermarketler, geleneksel kanal, eczane ve parfümeri satış mağazalarını kapsamaktadır.

- (25) 2020-2023 dönemi içerisinde CHI KOZMETİK'in pazar payının sırasıyla %(.....), %(.....), %(.....) ve %(.....) olarak gerçekleştiği görülmektedir. Söz konusu dönem içerisinde CHI KOZMETİK en fazla %(.....) oranında pazar payına ulaşmıştır.

I.2. İlgili Pazar

I.2.1. Sektöre İlişkin Bilgi

- (26) Kozmetik, 5324 sayılı Kozmetik Kanunu ve 32184 sayılı Kozmetik Ürünler Yönetmeliği çerçevesinde, insan vücudunun epiderma, tırnaklar, kıllar, saçlar, dudaklar ve dış genital organlar gibi değişik dış kısımlarına, dişlere ve ağız mukozasına uygulanmak üzere hazırlanmış, tek veya temel amacı bu kısımları temizlemek, koku vermek, görünümünü değiştirmek ve/veya vücut kokularını düzeltmek ve/veya korumak veya iyi bir durumda tutmak olan bütün preparatları ve maddeleri kapsamaktadır. Ürün ve ürün grupları bazında birçok alt pazara ayrılabilen kozmetik sektöründe, kremler, makyaj malzemeleri, parfümler, saç boyaları ve sabunlar gibi ürünler belli başlı kozmetik ürünlerini oluşturmaktadır.
- (27) Genel itibarıyla, kozmetik ve kişisel bakım ürünleri (a) saç bakım ürünleri, (b) renkli kozmetik ürünleri, (c) güneş bakım ürünleri, (ç) yüz bakım ürünleri, (d) vücut bakım ürünleri, (e) banyo ve duş ürünleri, (f) erkek bakım ürünleri, (g) deodorantlar ve (h) parfümeri olarak alt sınıflara ayrılmaktadır. Ayrıca Gümrük tarifesine göre kozmetik ve kişisel bakım ürünleri GTIP (Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu) kodlarına göre alt pazarlara ayrılmış ve bu çerçevede ilgili ürün pazarı (i) parfüm ve kolonyalar, (ii) renkli kozmetikler ve cilt bakım ürünleri, (iii) saç bakım ürünleri, (iv) ağız bakım ürünleri, (v) banyo müstahzarları ve kokulu kozmetikler ve (vi) sabunlar olmak üzere alt pazarlara ayrılmıştır. Bunun yanı sıra 5324 Sayılı Kozmetik Kanunu ve 32184 sayılı Kozmetik Ürünler Yönetmeliği'ne göre de alt pazar tanımları yapmak mümkündür. Kozmetik Yönetmeliği madde 4/h uyarınca kozmetik ve kişisel bakım ürünleri pazarının alt pazarları; (a) cilt ürünleri, (b) saç ve saç derisi ürünleri, (c) tırnak ve kütikül ürünleri, (d) ağız bakım ve temizlik ürünlerinden oluşmaktadır.
- (28) Öte yandan Rekabet Kurumu E-Pazaryeri Platformları Sektör İncelemesi Nihai Raporu'nda (E- Pazaryeri Raporu) yer alan verilere göre kozmetik ve kişisel bakım kategorisi altında aşağıdaki ürün grupları yer almaktadır:

Tablo-4: Kozmetik ve Kişisel Bakım Kategorisinde Yer Alan Ürün Grupları⁵

Kozmetik ve Kişisel Bakım Kategorisinde Yer Alan Ürün Grupları
Parfüm ve deodorant
Şampuan ve saç kremleri
Kişisel temizlik ürünleri (sabun, duş jeli, tıraş köpüğü, tıraş bıçağı, tıraş jeli vb.)
Saç şekillendiriciler (saç spreyi, saç köpüğü vb.)
Güneş bakım ürünleri
Ağız bakım ürünleri (diş fırçası, diş macunu, diş ipi, ağız gargarası vb.)
Makyaj malzemeleri
Vücut, saç ve cilt bakım ürünleri
Kaynak: E-Pazaryeri Raporu

- (29) Söz konusu kişisel bakım ve kozmetik ürünleri; eczaneler, parfümeriler, zincir marketler, zincir kozmetik marketleri gibi pek çok alternatif satış kanalı aracılığıyla tüketiciye ulaştırılmaktadır. Diğer yandan anılan satış kanallarının yanı sıra e-ticaret de önemli bir satış kanalı olarak dikkat çekmektedir. E-Pazaryeri Raporu'nda kozmetik ve kişisel bakım kategorisi başlığı altında yer verilen tespitlere göre, 2015 yılında 139 milyon TL olan e-ticaret hacminin; 2020 yılının dokuzuncu ayı itibarıyla, 1,7 milyar TL'ye

⁵ E-Pazaryeri Platformları Sektör İncelemesi Nihai Raporu, Nisan 2022.

ulaştığı görülmektedir. İncelenen dönemde, ilgili kategori pazarında yıllık bazda ortalama olarak %50'nin üzerinde büyüme kaydedilmiş olup en yüksek büyüme, %78 oranı ile 2019 yılında gerçekleşmiştir. İlgili kategoride, 2020 yılının ilk dokuz ayında gerçekleşen büyüme ise bir önceki yıla göre %68 seviyesindedir. Kozmetik mevzuatına⁶ tabi ürünlerin piyasaya arz edilmesi için ayrıca T.C. Sağlık Bakanlığı'nın Ürün Takip Sistemine (ÜTS) kayıt edilmesi gerekmektedir.

- (30) Kozmetik ve kişisel bakım ürünleri pazarının içerisinde yer alan saç bakım ürünleri; şampuanlar, saç kremleri, saç bakım ürünleri ve boya olmak çeşitli alt kategorilere ayrılabilir. Öte yandan kozmetik mevzuatı kapsamındaki tanımlamalara göre ise CHI KOZMETİK'in ürünlerinin yer aldığı saç ve saç derisi ürünleri iki ana başlık altında kategorize etmektedir: (i) saç ve saç derisi bakım ve temizleme ürünleri ve (ii) saç şekillendirici ürünler.
- (31) Saç bakım ürünleri, kozmetik ve kişisel bakım ürünleri içerisinde en büyük paya sahipken şampuanlar ise saç bakım ürünlerinin yaklaşık %59'unu oluşturmaktadır.⁷ Saç bakım ürünleri pazarının toplam büyüklüğüne bakıldığında Nielsen verilerine göre 2023 Eylül ayı itibarıyla saç bakım ürünlerinin pazar büyüklüğü (.....) TL'ye ulaşmıştır. Nielsen verileri çerçevesinde 2020-2023 Eylül dönemine ait saç bakım ürünleri pazarındaki dağıtım kanallarına ilişkin satış tutarlarına ve dağıtım kanallarının toplam pazar içerisindeki paylarına aşağıda yer verilmiştir.

Tablo-5: Saç Bakım Ürünleri Pazarına Ait Dağıtım Kanalı Bazında 2020-2023 Eylül Dönemine İlişkin Satış Verisi⁸

Dağıtım Kanalı	Satış Tutarı (TL)				Satış Payı (%)			
	2020	2021	2022	2023 (Eylül)	2020	2021	2022	2023 (Eylül)
İndirim Marketleri	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Süpermarket	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Geleneksel	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eczane	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Parfümeri	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	2.655.436.000	3.314.123.000	6.182.638.000	8.125.121.000	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Cevabi Yazı

- (32) Tablo-5'ten görülebileceği üzere son dört yıl içerisinde saç bakım ürünlerine ait satışların yaklaşık %(.....)'i indirim market ve süpermarketlerde gerçekleşmiştir. Bununla birlikte hem indirim marketleri hem de süpermarketlerin toplam satışlar içerisindeki payının az da olsa gerilediği anlaşılmaktadır. İndirim marketleri 2020 yılında %(.....) oranında paya sahipken 2023 (Eylül) itibarıyla %(.....)'e gerilemiştir. Benzer şekilde 2020 yılında %(.....) oranında paya sahip olan süpermarketler %(.....)'a gerilemiştir. Eczane kanalındaki satış payı da giderek azalmakta olup 2020'de %(.....) olan pay, 2023 Eylül'de (.....)'e düşmüştür. Bu noktalardaki düşüşün aksine parfümeri satış noktaları payını artırmış olup 2020 yılında %(.....) olarak gerçekleşen payını 2023 (Eylül) sonunda %(.....)'e çıkarmıştır.

⁶ Kozmetik mevzuatı, 5324 Sayılı Kozmetik Kanunu ve 32184 sayılı Kozmetik Ürünler Yönetmeliği'ni ifade etmek amacıyla kullanılmıştır.

⁷ Ticaret Bakanlığı Kozmetik Sektör Raporu (2022).

⁸ Nielsen verileri; indirim marketleri, süpermarketler, geleneksel kanal, eczane ve parfümeri satış mağazalarını kapsamakta olup e-ticaret kanalı ayrımını göstermemektedir. Dosyada yer alan Nielsen verilerinin tamamı bakımından 2023 yılı verisi Eylül ayı dâhil olmak üzere ilk on ayı içermektedir.

- (33) CHI KOZMETİK'in faaliyet gösterdiği saç bakım ürünleri alanında; UNILEVER (Elidor, Clear ve Dove markalarıyla), HENKEL (Gliss, Blendax ve Syoss markalarıyla), LOREAL (Loreal Paris, Garnier, İpek, Vichy, Kiehl's ve Kerastase markalarıyla) ve Procter & Gamble Tüketim Malları AŞ (P&G) (Head& Shoulders, Pantene, Herbal Essences markalarıyla) gibi güçlü teşebbüsler faaliyet göstermektedir.
- (34) Nielsen verileri kapsamında, anılan teşebbüslerin 2020-2023 Eylül dönemi için saç bakım pazarına ilişkin ciro bazında pazar paylarına aşağıda yer verilmiştir.

Tablo-6: Türkiye Saç Bakım Ürünleri Pazarına Ait 2020-2023 Eylül Dönemine İlişkin Pazar Payları (%)

Teşebbüsler	2020	2021	2022	2023 Eylül
UNILEVER	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
P&G	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HENKEL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
LOREAL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100,0	100,0	100,0	100,0
Kaynak: Cevabi Yazı				

- (35) Tablo-6 incelendiğinde saç bakım ürünleri pazarında 2020-2023 Eylül arasındaki dönem için pazar paylarında büyük değişimlerin yaşanmadığı ve pazarda yerleşik büyük oyuncuların faaliyet gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu kapsamda söz konusu dört yıl için pazar payı bakımından en büyük teşebbüsün UNILEVER olduğu ve onu sırasıyla P&G, HENKEL ve LOREAL'in takip ettiği söylenebilecektir. Yukarıda da ifade edildiği üzere CHI KOZMETİK'in pazar payının söz konusu yıllarda sırasıyla %(.....), %(.....), %(.....) ve %(.....) arasında gerçekleştiği tespit edilmiştir.
- (36) Saç bakım ürünleri pazarındaki genel görünüme yer verdikten sonra CHI KOZMETİK'in faaliyet gösterdiği saç bakım ürünleri pazarının alt kırımları olan şampuan pazarı ve saç kremi pazarında faaliyet gösteren en büyük oyunculara ve satış değeri bazında pazar paylarına aşağıda yer verilmektedir.

Tablo-7: Türkiye Şampuan Ürünleri Pazarına Ait 2020-2023 Eylül Dönemine İlişkin Pazar Payları (%)

Teşebbüsler	2020	2021	2022	2023 Eylül
UNILEVER	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
P&G	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HENKEL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
LOREAL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100,0	100,0	100,0	100,0
Kaynak: Cevabi Yazı				

- (37) Yukarıda yer alan Tablo-7'ye bakıldığında şampuan ürünleri pazarında son dört yıl içerisinde UNILEVER ve P&G'nin pazarın yarısından fazlasına sahip olduğu görülmekte olup HENKEL ve LOREAL'in söz konusu oyuncuları takip ettiği anlaşılmaktadır. Öte yandan CHI KOZMETİK'in 2022 yılında şampuan pazarından elde ettiği toplam ciro (.....) TL olup söz konusu miktar pazarın yaklaşık %(.....)'ine denk gelmektedir.

Tablo-8: Türkiye Saç Kremi Ürünleri Pazarına Ait 2020-2023 Eylül Dönemine İlişkin Pazar Payları (%)

Teşebbüsler	2020	2021	2022	2023 Eylül
UNILEVER	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
LOREAL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
P&G	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HENKEL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100,0	100,0	100,0	100,0
Kaynak: Cevabi Yazı				

- (38) Tablo-8'den de görülebileceği üzere saç kremi pazarında UNILEVER, LOREAL ve P&G'nin 2020-2023 döneminde pazar payları toplamının %(.....)'i aştığı görülmekte olup HENKEL'in anılan üç teşebbüsün ardından dördüncü büyük oyuncu olduğu anlaşılmaktadır. Soruşturma tarafı CHI KOZMETİK ise 2022 yılında saç kremi pazarından (.....) TL satış geliri elde etmiş olup ilgili yıldaki pazar payının %(.....) olduğu tespit edilmiştir.
- (39) Özet olarak CHI KOZMETİK'in her bir ürün grubu bakımından pazarda oldukça küçük bir oyuncu olduğu ve çok sayıda güçlü rakibinin bulunduğu görülmektedir.

1.2.2. İlgili Ürün Pazarı

- (40) Geçmiş tarihli Kurul kararlarında⁹ kozmetik ürünleri, harcıâlem (*mass market*) kozmetik ürünleri ve seçici (*selektif*) kozmetik ürünleri olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Bu ayrımın dayandığı temel nokta, seçici kozmetik ürünlerinin diğer ürünlerden farklılaştırılmış özel niteliklere sahip olması dolayısıyla, farklı üretim ve pazarlama yöntemleri kullanılarak piyasaya arz edilmesidir. Harcıâlem ürünler, marketler gibi alışılacalmış perakende satış kanallarıyla pazarlanıp satılabilirken, seçici ürünlerde, ürünün satışı sırasında özel eğitimli personel görevlendirilmekte, müşteri ihtiyaçlarını belirleyebilmek için çeşitli cihazlar kullanılabilmektedir. Harcıâlem ve seçici kozmetik ürünleri genel itibarıyla birbirinden farklılaşmaktadır. Bununla birlikte bu ayrıma gerek duyulmayıp pazarın kozmetik ürünleri olarak daha geniş tanımlandığı Kurul kararları da mevcuttur.¹⁰ Kozmetik ürün grupları kendi içinde saç bakım, cilt bakım ve kişisel bakım gibi alt kategorilere ayrılabilir. Söz konusu ürün grupları ilgili ürün pazarının tanımında dikkate alınabilmektedir.
- (41) Bununla birlikte, İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz'un 20. maddesinde; "... *İnceleme konusu işlem, gerek ürün gerekse de coğrafi açıdan olası alternatif pazar tanımları çerçevesinde rekabet açısından endişeler yaratmıyor ya da alternatif tüm tanımlar açısından rekabeti bozucu bir etki söz konusu oluyorsa pazar tanımı yapılmayabilir*" ifadesine yer verilmiştir. Bu bakımdan mevcut dosya kapsamında ilgili ürün pazarı soruşturma yürütülen teşebbüsün faaliyet konusu dikkate alınarak " saç bakım ürünleri pazarı" veya daha alt kırılımlarda (şampuan, saç kremi vb) tanımlanabilecekse de ulaşılabilecek sonucu değiştirmeyeceği için kesin bir ilgili ürün pazarı tanımı yapılmamıştır.

1.2.3. İlgili Coğrafi Pazar

- (42) Dosya kapsamında, bölgesel değerlendirme yapmayı gerektirecek bir husus olmadığı, dolayısıyla ilgili coğrafi pazarın "Türkiye" olarak tespit edilebileceği değerlendirilmektedir. Bununla birlikte, İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz'un 20. maddesi doğrultusunda ilgili coğrafi pazarın tanımlanması mevcut dosyadaki değerlendirmeyi etkilemeyeceğinden kesin bir coğrafi pazar tanımı yapılmasına gerek duyulmamıştır.

⁹ 10.10.2005 tarihli ve 05-66/946- 255 sayılı, 08.05.2008 tarihli ve 08-32/401-136 sayılı, 09.09.2009 tarihli ve 09-41/987-249 sayılı, 16.09.2021 tarihli ve 21-43/638-317 sayılı Kurul kararları.

¹⁰ Kurulun 15.01.2004 tarihli ve 04-03/48-13 sayılı kararı.

I.3. Yerinde İncelemede Elde Edilen Bilgi ve Belgeler^{11,12}

- (43) **Bulgu-2:** 15.03.2022 tarihinde CHI KOZMETİK E-Ticaret Sorumlusu (.....) ve yeniden satıcı olduğu anlaşılan İkoncan Kozmetik Genel Müdürü (.....) arasında gerçekleşen WhatsApp görüşmesinde yer alan ifadeler aşağıdaki şekildedir.

15.03.2022

(.....): (Ürün Görseli Paylaşılmıştır)

(.....): Merhaba, Sizden fiyatları revize etmeniz gerekmektedir. Bu konuda hassasiyet göstermemiz hem size değerli iş ortaklarımız hem de markamızı korumak adınadır. Diğer bayilerimizi de rahatsız etmemek adına fiyatları yönetimin de talimatıyla size ilettiğimiz liste doğrultusunda revize etmeniz gerekiyor. Bu konuda sizden desteğinizi rica ediyoruz. İşlem uygulanan birkaç mağaza oldu (mağaza kapatılma) bunu sizin için uygulamak istemeyiz. Revizelerinizi beklemekteyiz. Sevgilerimle teşekkürler.

- (44) **Bulgu-3:** 23.03.2022 tarihinde CHI KOZMETİK E-Ticaret Sorumlusu (.....) ve TRENDYOL Müşteri Temsilcisi (.....)¹³ arasında gerçekleşen WhatsApp görüşmesinde yer alan ifadeler aşağıdaki şekildedir.

23.03.2022

(.....): (.....) Hanım bu konuda bayinizi uyarabilir misiniz? Müdehale edemeyelim diye böyle bir şey yapmış büyük ihtimalle. Farklı marka ve barkod ile açmış. Bizim chi ve biosilk markasına müdehale hakkımız var. Bu marka ile satarsa karışmayız diye düşünüyor sanırım. Ama düzeltmezse şu an mağazasının tamamını sahte ürün satıyor diyerek şikâyet etme hakkımız var. Hem para cezası öder hem de hesapları kapatılır.

(.....): ("Easyso adı altında" mesajını yanıtlamıştır) .Ürünü bu markadan açmış

(.....): Yönetime bildirdim ben durumu direkt olarak yönetim iletişime geçmek istedi bi bekleyelim ben size haber vereceğim

(.....): Tamamdır

(.....): (.....) Hanım merhaba, hepsiburada.com da düşük fiyattan satanlar için nasıl bir yaptırım uygulayabiliriz

(.....): orda da yetkilerini alabiliyor muyduk*

- (45) **Bulgu-4:** 26.04.2022-27.04.2022 tarihlerinde CHI KOZMETİK E-Ticaret Sorumlusu (.....), yeniden satıcı olduğu anlaşılan Koala Kozmetik yetkilisi (.....), CHI KOZMETİK Marka Müdürü (.....) arasında gerçekleşen ve bilgi kısmında CHI KOZMETİK Türkiye Direktörü (.....)'nın yer aldığı "FW: 3 lü set Buybox¹⁴ kazanımı hk." konulu e-postada yer alan ifadeler aşağıdaki şekildedir.

26.04.2022-(.....)>(.....)

Merhaba (.....) hanım, attığınız mail üzerine istinaden yazmaktayım, fiyatları yükselttim ancak benim trendyol tarafından 20 gün komisyon indirimim söz konusudur, bu komisyon indirimi en iyi şekilde değerlendirmeye çalışıyorum, sadece 3 lü sette buyboxı kazanmak

¹¹ Yazışmalardan alıntılanan ifadeler aslına uygun olarak işlenmiş, belgelerde herhangi bir düzeltme yapılmamıştır.

¹² Bulgu içeriklerine yer verilirken ilgili raporda yer alan bulgu numaralarına sadık kalınmıştır.

¹³ CHI KOZMETİK tarafından (.....)'ın TRENDYOL'da müşteri temsilcisi olarak görev yaptığı belirtilmiştir.

¹⁴ Çevrim içi satış platformlarında "Sepete Ekle" veya "Şimdi Al" kutucuğu olarak da bilinen BuyBox kutucukları, listelenmiş ürün sayfalarında yer alan ürünlerden birinin tüketici tarafından seçilmesi halinde tüketicinin otomatik olarak Buybox'ı kazanmış olan satıcıya yönlendirilmesine olanak tanımlanmaktadır. Platformlar tarafından müşteri memnuniyetini artırmak adına düşük fiyat, hızlı teslimat ve düzgün ürün gibi çeşitli kriterleri sağlayan satıcılara BuyBox verilmekte, böylelikle bahse konu satıcılar rakiplerinin önüne geçebilmektedir. Birçok müşteri, listelenen diğer satıcıları kontrol etmeden alışveriş yapabildiğinden BuyBox'ı kazanmış olmak ilgili platformdaki satıcılar bakımından önem arz etmektedir.

üzerine, sizlerinde belirlediği şartlarda çalışmayı talep ediyorum, sadece önümüzdeki 20 günlük süreçte bu şekilde buybox kazanma takibi yapacağım, sizlerinde bilginiz dahilinde olması gerekir, bu konu ile ilgili aksi bir durum söz konusudur?

27.04.2022-(.....)>(.....)

Merhaba,

Trendyol üzerindeki düşük fiyatlar sebebiyle bayilere mail iletmiştim.

(.....) bayimizin uygulamış olduğu fiyatlar için yaptığı açıklama aşğırda yer aldığı gibidir.

Trendyol'dan komisyon desteği almak için en dip fiyat uygulamasını sürdürüyor.

20 gün sonra sona ereceğini belirtiyor.

Bilginize sunar, iyi çalışmalar dilerim.

Sevgilerimle

- (46) **Bulgu-5:** 10.05.2022 tarihinde CHI KOZMETİK E-Ticaret Sorumlusu (.....) ile yeniden satıcı olduğu anlaşılan Bosphorus Kozmetik yetkilisi (.....) arasında gerçekleşen WhatsApp görüşmesinde yer alan ifadeler aşağıdaki şekildedir.

10.05.2022

(.....): Merhaba güncel fiyatları size mailden ilettim yarına kadar fiyatları revize etmemeniz halinde mağaza yetkiniz alınmış olacak bilginize

(.....): Merhaba ilgileneyeğim

- (47) **Bulgu-6:** 10.05.2022-17.05.2022-13.06.2022 tarihlerinde CHI KOZMETİK E-Ticaret Sorumlusu (.....) ve yeniden satıcı olduğu anlaşılan İkoncan Kozmetik Genel Müdürü (.....) arasında gerçekleşen WhatsApp görüşmesinde yer alan ifadeler aşağıdaki şekildedir.

10.05.2022

(.....): Merhaba güncel fiyatları size mailden ilettim yarına kadar düzeltme yapılmazsa mağaza yetkiniz alınmış olacak bilginize

17.05.2022

(.....): Merhaba ilettiğiniz kampanya mailine istinaden yazıyorum kampanyanın sona ermiş olması gerekmiyor muydu rica etsem fiyatları revize edebilir misiniz

(.....): Merhaba hemen ilgileniyorum

13.06.2022

(.....): (.....) bey merhaba fiyat listemiz güncellendi

(.....): Size ilettim lütfen fiyatları revize eder misiniz çok düşükten satış yapıyorsunuz şu an da

(.....): Teşekkür ederim şimdiden.

- (48) **Bulgu-7:** 17.05.2022 tarihinde CHI KOZMETİK E-Ticaret Sorumlusu (.....) ile yeniden satıcı olduğu anlaşılan Prestige Grup Kozmetik İth. İhr. Ltd. Şti. (Prestije Kozmetik) yetkilisi (.....) arasında gerçekleşen WhatsApp görüşmesinde yer alan ifadeler aşağıdaki şekildedir.

17.05.2022

(.....): Merhaba (.....) Bey, Chi kozmetikten (.....) ben. E ticaretteki fiyatları kontrol altına alabilmemiz için size ilettiğimiz liste doğrultusunda fiyatlarınızı sabit tutmanız gerekiyor. Sizden ricam fiyatlarınızı revize edebilir misiniz? Şimdiden teşekkür eder, iyi çalışmalar dilerim.

(.....): Merhaba (.....) hanım

(.....): Tamamdır ilgileniyorum akşam üzeri düzeltiyorum

(.....): Tamamdır teşekkür esdiyorum tekrardan

- (49) **Bulgu-8:** 11.08.2022 tarihinde CHI KOZMETİK E-Ticaret Sorumlusu (.....) ve yeniden satıcı olduğu anlaşılan Nar Kozmetik yetkilisi (.....) arasında gerçekleşen WhatsApp görüşmesinde yer alan ifadeler aşağıdaki şekildedir.

11.08.2022

(.....): (.....) Bey merhaba bir mail iletmiştim e ticaretteki fiyatlarınız ile ilgili bugün son gün fiyatları revize etmeniz gerekiyor. Yetkinizin alınmaması için

(.....) Bey: OK

- (50) **Bulgu-9:** 12.08.2022 tarihinde CHI KOZMETİK E-Ticaret Sorumlusu (.....) ve yeniden satıcı olduğu anlaşılan Eyfel Kozmetik AŞ (Eyfel Kozmetik) yetkilisi (.....) arasında gerçekleşen WhatsApp görüşmesinde yer alan ifadeler aşağıdaki şekildedir.

12.08.2022

(.....): (.....) bey merhaba sizden ricam bugün gün içerisinde fiyatlarınızı günceller i

(.....): güncelleyebilir misiniz

(.....): (Fiyat Listesi Paylaşılmıştır)

(.....): Merhabalar

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

(.....): Hanım

(.....): Güncellerim

(.....): mağaza kapatma talimatı verdim hemen güncellerseniz mağazanız kapanmasın

(.....): Tamam (.....) hanım

- (51) **Bulgu-10:** 05.09.2022 tarihinde CHI KOZMETİK E-Ticaret Sorumlusu (.....) ve yeniden satıcı olduğu anlaşılan Bayer Kozmetik Elek. İnş. ve Oto. San. Tic. Ltd. Şti (Bayer Kozmetik) arasında gerçekleşen WhatsApp görüşmesinde yer alan ifadeler aşağıdaki şekildedir.

05.09.2022

(.....): Merhaba, Chi kozmetikten (.....) ben. E ticaret sisteminde ürünlerimizin satışını olması gereken fiyatın altında satıyorsunuz. Rica etsem size ilettiğim liste doğrultusunda fiyatları revize eder misiniz

(.....): (Fiyat Listesi Paylaşılmıştır)

- (52) **Bulgu-11:** 14.02.2023 tarihinde CHI KOZMETİK E-Ticaret Sorumlusu (.....) ve yeniden satıcı olduğu anlaşılan Kar-dağ Karadeniz Gıda Dağıtım Temizlik ve Sağlık Ürünleri San. ve Tic. AŞ¹⁵ (Kardağ) Ankara Ofis Müdürü (.....) arasında gerçekleşen ve bilgi kısmında CHI KOZMETİK Marka Müdürü (.....), CHI KOZMETİK Türkiye Direktörü (.....), Kardağ İstanbul Ofis Müdürü (.....), Kardağ Müdür Asistanı (.....) ve Kardağ Yetkilisi (.....)'ün yer aldığı "RE: (.....) satış fiyatları" konulu e-postada yer alan ifadeler aşağıdaki şekildedir.

14.02.2023-(.....)>(.....)

(.....) hanım günaydın,

E ticaret tarafında genel fiyat kontrolü yapabilirsek çok iyi olur.Örn. (.....) adlı portal,bizim 704 tl ye salonumuza verdiğimiz P.PLUS Kit'i 680 tl'ye satıyor. Sorun,müşteriden bize iadeye dönüşmeden,müdahale etmenizi rica ediyorum.

Kolay gelsin.

¹⁵ Recepoğlu AŞ Grup ile aynı ekonomik bütünlük içerisinde yer almaktadır.

14.02.2023-(.....)>(.....)

Merhaba,

Konuyla ilgilenip dönüş yapacağım.

İyi çalışmalar dilerim.

I.4. Değerlendirme

- (53) Soruşturmanın konusunu, CHI KOZMETİK'in yeniden satıcılarının satış fiyatını belirlemek (YSFB) suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği iddiası oluşturmaktadır. Bu nedenle takip eden başlıklarda 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine ve YSFB hakkındaki teorik çerçeveye değinildikten sonra, dosya konusu iddia bakımından yapılan değerlendirmelere yer verilmiştir.

I.4.1. 4054 sayılı Kanun'un 4. Maddesi ve YSFB'nin Teorik Çerçevesi

- (54) 4054 sayılı Kanun'un "Kapsam" başlıklı 2. maddesinde "...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 hakim olan teşebbüslerin bu hakimiyetlerini kötüye kullanmaları... bu Kanun kapsamına girer." düzenlemesine yer verilmektedir.
- (55) 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi "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." hükmünü haizdir. Söz konusu maddenin ikinci fıkrasında özellikle hangi hallerin bu kapsamda yer aldığı düzenlenmekte ve "Mal veya hizmetlerin alım ya da satım fiyatının, fiyatı oluşturan maliyet, kâr gibi unsurlar ile her türlü alım yahut satım şartlarının tespit edilmesi" bu hallerden biri olarak sayılmaktadır. İlgili maddede rakipler arası veya rakip olmayanlar arası fiyat anlaşması gibi bir ayırım olmadığından her iki durum da anılan hüküm kapsamına girmektedir. Diğer bir deyişle, söz konusu madde aynı seviyede faaliyet gösteren rakip teşebbüsler arasındaki rekabeti sınırlayıcı anlaşmaları (yatay anlaşmalar) kapsadığı gibi rakip olmayan, başka bir ifadeyle arz zincirinin farklı seviyelerinde yer alan teşebbüsler arasındaki anlaşmaları da (dikey anlaşmalar) kapsamaktadır.
- (56) Üst pazarda bulunan üreticiler alt pazarda bulunan teşebbüslere ürünlerin yeniden satışı kapsamında bazı kısıtlamalar getirebilmektedir. Bu kısıtlamalar marka içi kısıtlamalar olarak da bilinmektedir. Uygulamada en çok rastlanılan dikey kısıtlamalardan biri yeniden satış fiyatının belirlenmesidir. Yeniden satış fiyatının belirlenmesi, en geniş tanımıyla üst pazarda bulunan üreticinin alt pazarda bulunan yeniden satıcıya ürünün satışıyla ilgili fiyat zorlaması olarak tanımlanmaktadır. Yeniden satış fiyatının tespitine yönelik uygulamaların farklılaştığı görülmektedir. Üst pazardaki teşebbüs minimum bir fiyat belirleyerek ürünün belirli bir fiyattan aşağı satılmamasını, maksimum bir fiyat belirleyerek ürünün belirli bir fiyattan yukarı satılmamasını isteyebilmekte ya da sabit bir fiyattan satılmasını isteyerek alt pazardaki teşebbüsün satış fiyatına müdahale edebilmektedir.
- (57) Yeniden satış fiyatının, üretim ve dağıtım kartellerini kolaylaştırmak, perakende seviyede fiyat artışlarına neden olmak, piyasaya girişleri engellemek, tüketicilere zarar vermek gibi rekabeti kısıtlayıcı etkileri olduğu ifade edilmektedir. Yeniden satış fiyatının sağlayıcı tarafından belirlenmesinin pazarın şeffaflığını artırdığı ve üreticiler arasında

kartel oluşumunu kolaylaştırdığı belirtilmektedir.¹⁶ Ayrıca yeniden satış fiyatının tespiti üreticiye perakendecinin kâr marjını kontrol imkânı vermektedir. Bu durum ise önemli pazar gücüne sahip üreticilerin olduğu pazarlar bakımından bir giriş engeli oluşturabilecektir.

- (58) 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında yer alan bazı anlaşmalar, belli koşulları taşımaları halinde söz konusu maddenin uygulanmasından muaf tutulabilmektedir. 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. maddesi hükümlerinin uygulanmasından muaf tutulacağı hükme bağlanmıştır. Yine aynı Tebliğ'in 4. maddesinde anlaşmaları ilgili Tebliğ ile sağlanan muafiyet kapsamı dışına çıkaran sınırlamalara yer verilmiştir. Bu sınırlamalar arasında *"Alıcının kendi satış fiyatını belirleme serbestisinin engellenmesi"* hali sayılmış ve bu sınırlamaya bir istisna olarak *"Tarafların herhangi birisinin baskısı veya teşvik etmesi sonucu sabit veya asgari satış fiyatına dönüşmemesi koşuluyla, sağlayıcının azami satış fiyatını belirlemesi veya tavsiye etmesi mümkündür."* ifadesine yer verilmiştir. Buna göre, alıcının kendi satış fiyatını belirleme serbestisini engelleyen hükümler içeren sözleşmeler ilgili Tebliğ kapsamında sağlanan muafiyetten yararlanamamakta ve 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesindeki yasaklamaya tabi hale gelmektedir. Bu kapsamda, teşebbüsler tarafından ürünün satış fiyatının belirlenmesi anlaşmanın yatay veya dikey nitelikte olmasından bağımsız olarak yasaklanmaktadır. Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz'da (Dikey Kılavuz) ise YSFB'ye ilişkin olarak aşağıdaki açıklamalar bulunmaktadır.
- (59) Dikey Kılavuz'un 17. paragrafında da belirtildiği üzere, alıcının sabit veya asgari satış fiyatının belirlenmesi yasak olmakla birlikte, sabit veya asgari satış fiyatına dönüşmemesi koşuluyla sağlayıcının, alıcının azami satış fiyatını belirlemesi veya alıcıya satış fiyatını tavsiye etmesi mümkündür. Alıcıya bildirilen azami veya tavsiye nitelikteki satış fiyatının asgari veya sabit fiyata dönüşmemesi için, söz konusu fiyatların azami veya tavsiye niteliğinde olduğunun yayınlanan fiyat listelerinde ya da ürünün üzerinde açıkça belirtilmesi gerekmektedir.
- (60) Dikey Kılavuz'un 18. paragrafında ise YSFB uygulamasının doğrudan yapılabileceği gibi dolaylı olarak da gerçekleştirilebileceği ifade edilmektedir. Buna göre; sağlayıcı teşebbüsler akdetmiş oldukları dikey anlaşmalara açık hüküm koymak suretiyle alıcının satış fiyatını doğrudan belirleyebileceği gibi, aynı ihlali değişik uygulamalar vasıtasıyla dolaylı yollarla da gerçekleştirebilirler. Dikey Kılavuz'un 18. paragrafında; alıcının kâr marjının belirlenmesi, tavsiye fiyat niteliğinde ilan edilmiş bir fiyat seviyesinden alıcının uygulayabileceği indirim oranının en üst seviyesinin tespiti, alıcının tavsiye edilen fiyatlara uyduğu oranda kendisine ilave indirimlerin 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 dolaylı YSFB'ye örnek olarak sayılmıştır. Dolaylı YSFB uygulamaları da Tebliğ'in 4. maddesinin birinci fıkrasının (a) bendi uyarınca anlaşmaları grup muafiyeti kapsamı dışına çıkarmaktadır.
- (61) Dikey Kılavuz'un 19. paragrafında yer aldığı üzere, YSFB uygulamasına yönelik doğrudan veya dolaylı yöntemler, alıcıların uyguladığı fiyatların sağlayıcı tarafından izlenebildiği ve kontrol edilebildiği durumlarda daha etkili olacaktır. Örneğin, standart fiyat listelerinden farklı fiyatlardan satış yapan alıcıları rapor etme konusunda tüm

¹⁶ OECD Roundtable 2008, <http://www.oecd.org/daf/competition/43835526.pdf>, s. 10-11.

alıcılara getirilecek bir yükümlülük sağlayıcının pazarda uygulanan fiyatları kontrol etmesini önemli ölçüde kolaylaştıracaktır.

- (62) Kurulun son dönemdeki kararlarında YSFB'ye ilişkin yaklaşımı; ürünlerin piyasadaki fiyatının takip edilmesinin ve alıcılara yeniden satış fiyatı iletilmesinin, alıcıların bağımsız ticari kararları neticesinde belirlemeleri gereken perakende satış fiyatına doğrudan müdahale niteliği taşıdığı ve yeniden satış fiyatının serbest rekabet koşulları çerçevesinde belirlenmesini engellediği yönündedir. Bu çerçevede Kurul tarafından, rekabetin en önemli unsurlarından biri olan fiyata müdahale edilmesinin çoğunlukla amaç bakımından bir rekabet kısıtı teşkil edeceği, dolayısıyla bu tür uygulamaların 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi kapsamında muafiyet almasının da mümkün olamayacağı hükme bağlanmaktadır.
- (63) Kurulun *Sony Eurasia*¹⁷ kararında; yerinde incelemede elde edilen belgelerde yer alan ifadelerin, SONY'nin dikey anlaşmanın tarafı olan bayilerinin internet üzerinden hangi fiyattan satış yapacakları konusundaki özgürlüklerini kısıtladığına işaret ettiği, SONY'nin çevrim içi satışlar bakımından bayilerinin YSFB uyguladığı ve bu uygulamanın çoğunlukla amaç bakımından rekabet ihlali teşkil ettiği hususuna değinilerek YSFB uygulanmasının SONY ürünlerinin dağıtım ağında ve teknomarketlerin sunduğu ürün ve hizmetlerde gelişme ve iyileşme oluşturmayaacağı belirtilmektedir. Bu doğrultuda, Kurul SONY'nin YSFB'ye yönelik uygulamalarını amaç yönünden değerlendirerek ihlâl tespitinde bulunmuş olmakla birlikte, söz konusu kararda gerçekleştirilen etki analizinin sonuçları verilen idari para cezasında dikkate alınmıştır.
- (64) *Turkcell*¹⁸ kararında YSFB şeklindeki eylemlerin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ikinci fıkrasının (a) bendini ihlal ettiği ve doğrudan marka içi rekabeti kısıtladığı, fiyat rekabetinin piyasalarda etkinliği ve dolayısıyla iktisadi refahın artırılmasını sağlayan temel unsur olduğu göz önüne alındığında, fiyat rekabetinin ortadan kalkmasının tüketici refahını olumsuz etkileyeceği ve dolayısıyla söz konusu eylemin genellikle amaç bakımından rekabeti kısıtladığının kabul edildiği hususları ifade edilerek Turkcell'in YSFB suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiğine, adı geçen teşebbüse idari para cezası verilmesine karar verilmiştir.
- (65) *Bellona*¹⁹ kararında, Kurul tarafından YSFB'nin çoğunlukla amaç bakımından rekabet ihlali teşkil ettiği, ihlalin varlığı hususunda amaç bakımından rekabeti kısıtlayıcı uygulamaların ayrıca etkilerinin gösterilmesine gerek bulunmadığı, dosya kapsamında önaraştırma safhasında elde edilen belgelerin rekabeti kısıtlama amacının varlığını açık bir biçimde ortaya koyduğu, bu itibarla *Bellona* tarafından bayilerin YSFB amacını taşıyan eylemler vasıtasıyla 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi hükmünün ihlal edildiği ve bu tür uygulamaların 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi çerçevesinde düzenlenen bireysel muafiyetten faydalanamayacağı belirtilerek teşebbüse idari para cezası verilmesine hükmedilmiştir.
- (66) *Groupe SEB*²⁰ kararında Groupe SEB tarafından bayilerin fiyatlarına müdahale edildiği, bayilere YSFB uygulandığı tespit edilmiştir. Kararda ayrıca, YSFB eyleminin marka içi rekabeti ortadan kaldırmaya yönelik doğrudan bir sınırlamayı teşkil ettiği, fiyat rekabetinin piyasalarda etkinliği ve dolayısıyla iktisadi refahın artırılmasını sağlayan temel unsur olduğu göz önüne alındığında, fiyat rekabetinin ortadan kalkmasının

¹⁷ 22.11.2018 tarihli ve 18-44/703-345 sayılı Kurul kararı.

¹⁸ 10.01.2019 tarihli ve 19-03/23-10 sayılı ile 12.11.2019 tarihli ve 19-39/610-263 sayılı Kurul kararları.

¹⁹ 26.03.2020 tarihli ve 20-16/231-112 sayılı Kurul kararı

²⁰ 04.03.2021 tarihli ve 21-11/154-63 sayılı Kurul kararı.

tüketici refahını önemli ölçüde olumsuz etkileyeceği ifade edilmiştir. Kurul tarafından, Groupe SEB'in, nihai satış noktalarına YSFB uygulamak ve internet sitelerinden gerçekleştirilen satışlarını kısıtlamak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiğine ve teşebbüse idari para cezası verilmesine karar verilmiştir.

- (67) *DYO*²¹ kararında DYO'nun bayilerinin satış koşullarına ve fiyatlarına müdahalelerde bulunduğu, bayilerin DYO'nun bu müdahaleleri kapsamındaki uyarılarını dikkate aldığı, uyarılarına uymayan bayilerine yaptırım uyguladığı tespit edilmiştir. Dosya kapsamındaki belgeler doğrultusunda DYO'nun çeşitli uygulamalarıyla bayilerine YSFB uyguladığı ve bu uygulamaların 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında ihlal teşkil ettiği değerlendirilmiştir.
- (68) *Perakende ve Zincir Market*²² kararında ise sağlayıcı/tedarikçi konumundaki SAVOLA'nın perakende seviyesinde faaliyet gösteren teşebbüslerin nihai satış fiyatlarına doğrudan müdahalelerde bulunduğu, marka içi rekabetin sınırlanması sebebiyle tüketici refahının önemli ölçüde azaltıldığı ifade edilmiştir. Dosya kapsamında elde edilen belgelerde perakendecilerin SAVOLA'nın talimatına uyduğu ve fiyatlarını SAVOLA'nın bildirdiği yönde değiştirdiği, fiyat artışlarında zaman zaman başarıya ulaşılmasa da SAVOLA'nın fiyat artışlarının uygulanması konusunda güçlü bir motivasyona sahip olduğu ve tüm perakendecilerin katılımı ile teşebbüsün ürün tedarik ettiği tüm kanallarda fiyatların koordineli bir şekilde artışının sağlanmasının özellikle hedeflendiği tespit edilmiştir. Bu kapsamda sağlayıcı/tedarikçi konumundaki SAVOLA'nın perakende seviyesinde faaliyet gösteren teşebbüslere YSFB uygulamak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiğine ve teşebbüse idari para cezası verilmesine karar verilmiştir.
- (69) Yukarıda değinilen Kurul kararlarına ek olarak, YSFB'ye yönelik yakın tarihli *Baymak*²³, *Akaryakıt*²⁴, *DyDO*²⁵, *Numil*²⁶, *Natura*²⁷, *Duru Bulgur*²⁸, *Pierre Fabre*²⁹, *Sunny Elektronik*³⁰, *Avon*³¹ ve *Gerçek Kozmetik*³² gibi diğer kararlarda da YSFB'ye yönelik aynı çerçeveye benimsenmiş ve uygulamanın amacı itibarıyla rekabet ihlali teşkil ettiği değerlendirilmiştir.
- (70) Ülkemiz rekabet hukuku uygulamaları göz önüne alındığında YSFB'ye ilişkin birçok dosyada, YSFB'nin amaç yönünden rekabeti kısıtlayıcı nitelikte olduğu ortaya konulmuştur. Bir diğer ifade ile Kurulun yukarıda bahsi geçen kararları çerçevesinde, yeniden satış fiyatının sağlayıcı tarafından tespiti, piyasada etki doğurup doğurmamasına bakılmaksızın amaç yönünden rekabet ihlali olarak değerlendirilmektedir.
- (71) Diğer yandan YSFB'nin, mehzaz Avrupa Birliği rekabet hukuku mevzuatı kapsamında da amaç yönüyle rekabeti kısıtladığı kabul edilmektedir. 2014 yılında Avrupa Komisyonu (Komisyon) tarafından yayımlanan "*Amaç Yönünden Rekabet Kısıtlarına*

²¹ 15.04.2021 tarihli ve 21-22/267-117 sayılı Kurul kararı.

²² 28.10.2021 tarihli ve 21-53/747-360 sayılı Kurul kararı.

²³ 26.03.2020 tarihli ve 20-16/232-113 sayılı Kurul kararı.

²⁴ 12.03.2020 tarihli ve 20-14/192-98 sayılı Kurul kararı.

²⁵ 07.07.2022 tarihli ve 22-32/508-205 sayılı Kurul kararı.

²⁶ 30.06.2022 tarihli ve 22-29/483-192 sayılı Kurul kararı.

²⁷ 23.11.2022 tarihli ve 22-52/771-317 sayılı Kurul kararı.

²⁸ 17.02.2022 tarihli ve 22-09/130-50 sayılı Kurul kararı.

²⁹ Kurulun 09.03.2023 tarih ve 23-13/214-70 sayılı kararı.

³⁰ Kurulun 05.01.2023 tarih ve 23-01/12-7 sayılı kararı.

³¹ Kurulun 09.03.2023 tarih ve 23-13/223-72 sayılı kararı.

³² Kurulun 23.03.2023 tarih ve 23-15/269-91 sayılı kararı.

İlişkin Kılavuz"un³³ 3.4. maddesinde YSFB'nin amaç yönüyle rekabeti kısıtlayıcı bir ihlal olduğu ifade edilmiştir.

- (72) Bununla birlikte, 16.06.2020 tarihli ve 7246 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile 4054 sayılı Kanun'un 41. ve 43. maddeleri değiştirilmiş ve Türk Rekabet Hukukuna göz ardı edilebilirlik (*De Minimis*)³⁴ ile taahhüt müesseseleri kazandırılmıştır. 16.03.2021 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren "2021/2 sayılı Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılmasına Yönelik Öneriştirmelerde ve Soruşturmelerde Sunulacak Taahhütlere İlişkin Tebliğ" (2021/2 sayılı Tebliğ) ve "2021/3 sayılı Rekabeti Kayda Değer Ölçüde Kısıtlamayan Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Teşebbüs Birliği Karar ve Eylemlerine İlişkin Tebliğ" (2021/3 sayılı Tebliğ) ile anılan müesseselerin uygulanma usul ve esasları belirlenmiştir. Buna göre ihlal konusunu oluşturan davranışın açık ve ağır ihlal olması durumunda, söz konusu ihlal anılan tebliğlerin kapsamı dışında tutulmaktadır. Açık ve ağır ihlalleri oluşturan davranışlar ilgili tebliğlerde sayılmış olup YSFB'ye tekabül eden "üretim veya dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren teşebbüsler arası ilişkide alıcının sabit veya asgari satış fiyatının belirlenmesi" durumu açık ve ağır ihlallerden biri olarak belirtilmiştir.
- (73) Yukarıdaki açıklamalar çerçevesinde dosya konusu iddiaya yönelik gerçekleştirilen incelemeler ile yapılan tespitlere ve değerlendirmelere aşağıda yer verilmektedir.

1.4.2. Yerinde İncelemede Elde Edilen Belgelere Yönelik Değerlendirme

- (74) 15.03.2022 tarihli Bulgu-2'de CHI KOZMETİK E-Ticaret Sorumlusu (.....) tarafından yeniden satıcı olarak faaliyet gösteren İkoncan Kozmetik'in Genel Müdürü (.....)'e "Sizden fiyatları revize etmeniz gerekmektedir. Bu konuda hassasiyet göstermemiz hem size değerli iş ortaklarımız hem de markamızı korumak adına. Diğer bayilerimizi de rahatsız etmemek adına fiyatları yönetimin de talimatıyla size ilettiğimiz liste doğrultusunda revize etmeniz gerekiyor. Bu konuda sizden desteğinizi rica ediyoruz. İşlem uygulanan birkaç mağaza oldu (mağaza kapatılma) bunu sizin için uygulamak istemeyiz. Revizelerinizi beklemekteyiz." ifadelerini içeren mesajın gönderildiği görülmektedir. Benzer şekilde Bulgu-6'da ise sırasıyla 10.05.2022, 17.05.2022, 13.06.2022 tarihlerinde gerçekleşen yazışmalarda CHI KOZMETİK E-Ticaret Sorumlusu (.....) tarafından İkoncan Kozmetik Genel Müdürü (.....)'e;
- "güncel fiyatları size mailden ilettim yarına kadar düzeltme yapılmazsa mağaza yetkiniz alınmış olacak bilginize"
 - "ilettiğiniz kampanya mailine istinaden yazıyorum kampanyanın sona ermiş olması gerekmiyor muydu rica etsem fiyatları revize edebilir misiniz?"
 - "fiyat listemiz güncellendi Size ilettim lütfen fiyatları revize eder misiniz çok düşükten satış yapıyorsunuz şu an da"

ifadeleri kullanılmıştır.

³³ Guidance on restrictions of competition "by object" for the purpose of defining which agreements may benefit from the De Minimis Notice, Madde 3.4.

³⁴ Rekabet Terimleri Sözlüğü'nde göz ardı edilebilirlik olarak Türkçeleştirilen kavrama ilişkin şu ifadelere yer verilmektedir: "Tam açılımı, "De Minimis non curat lex/prætor" olan terimin Türkçe karşılığı "Hukuk teferruatla, pek önemsiz meselelerle meşgul olmaz" şeklinde ifade edilmektedir. Toplam pazar payı belli bir eşğin altında kalan teşebbüs faaliyetlerinin rekabet üzerindeki etkilerinin ihmal edilebilir düzeyde olduğu kabul edilerek rekabet otoritelerince göz ardı edilebilmesidir. Ancak, kartel gibi önemli ihlaller De Minimis kapsamı dışındadır." Bkz. <https://www.rekabet.gov.tr/tr/Sayfa/Yayinlar/rekabet-terimleri-sozlug-u/terimler-listesi?icerik=d3ea5f65-f025-43ba-8474-91ff5979f85b>,

- (75) Söz konusu ifadelerden; CHI KOZMETİK tarafından yeniden satıcıların, liste fiyatlarından daha düşük fiyatların uygulanması ve fiyatların revize edilmemesi durumunda, mağazasının kapatılacağı yönünde uyarıldığı görülmektedir. Ayrıca daha önce liste fiyatlarına uyum sağlamayan bazı yeniden satıcıların mağazalarının kapatıldığı da açıkça ifade edilmektedir. Bu bakımdan söz konusu belgeden CHI KOZMETİK'in yeniden satıcıların fiyatlarına doğrudan müdahale ettiği ve mağaza kapatma şeklindeki yaptırım mekanizmalarını hem bir tehdit unsuru olarak kullandığı, hem de uyguladığı anlaşılmaktadır. Özellikle, CHI KOZMETİK'in bilgisi dâhilinde, satıcı tarafından uygulanan kampanya dönemlerinin dahi takip edilerek, kampanya sonunda fiyatların revize edilmesinin talep edilmesi, CHI KOZMETİK'in, yeniden satıcıların fiyatları üzerindeki kontrol seviyesini gösterdiği değerlendirilmektedir.
- (76) Bulgu-3'teki 23.03.2022 tarihli yazışmada CHI KOZMETİK E-Ticaret Sorumlusu (.....) tarafından TRENDYOL Müşteri Temsilcisi (.....)'a "(.....) Hanım merhaba, hepsiburada.com da düşük fiyattan satanlar için nasıl bir yaptırım uygulayabiliriz", "orda da yetkilerini alabiliyor muyduk*" ifadelerinden CHI KOZMETİK'in, HEPSİBURADA üzerinden düşük fiyatla yapılan ürün satışlarını tespit ettiği ve böylece yeniden satıcılara yaptırım uygulamayı amaçladığı anlaşılmaktadır. Bu kapsamda, TRENDYOL üzerinden düşük fiyatlı ürün satışı yapan yeniden satıcıların satış yetkilerinin bir şekilde geri alınmaya çalışıldığı³⁵, müşteri temsilcisine ise HEPSİBURADA da benzer şekilde yetki alınma yaptırımının uygulanıp uygulanmayacağı sorulduğu anlaşılmaktadır. Söz konusu yazışmanın içeriğinden yeniden satıcıların fiyatlarına müdahale edildiği, bu müdahalenin yetki geri alma yoluyla baskı unsurunu da barındırdığı, alt pazarda düşük fiyatlı satış yapan satış noktalarının engellenmesinin amaçlandığı değerlendirilmektedir. Öte yandan Bulgu-3'te yer alan "(.....) Hanım bu konuda bayinizi uyarabilir misiniz? Müdahale edemeyelim diye böyle bir şey yapmış büyük ihtimalle. Farklı marka ve barkod ile açmış. Bizim chi ve biosilk markasına müdahale hakkımız var. Bu marka ile satarsa karışmayız diye düşünüyor sanırım. Ama düzeltmezse şu an mağazasının tamamını sahte ürün satıyor diyerek şikâyet etme hakkımız var. Hem para cezası öder hem de hesapları kapatılır." ifadesinden CHI KOZMETİK'in yeniden satıcısı olarak faaliyet gösteren bir e-ticaret satıcısının CHI KOZMETİK ürünlerini başka bir marka adı altında TRENDYOL üzerinden satışa sunduğu, tüketiciyi yanıltıcı şekilde satışa sunulan ürünlere yönelik olarak müdahale hususunun ve şikâyet hakkının konu edildiği anlaşılmaktadır.

³⁵ Bulguda yer alan e-ticaret platformlarından yetki hususu ile ilgili açıklama istenmiştir. TRENDYOL tarafından gönderilen cevabi yazıda; tescilli markalara ilişkin ürünler satışa sunulduğunda bu markalara ait yetkili satıcı belgesinin sunulmasının beklenmediği, ancak tescilli bir markaya ait orijinal olmayan ürün satışını engellemek amacıyla veya ilgili markalara ilişkin sahte ürün satışlarının mevcut olması gerekçesiyle satıcıların ürünleri listelemeden önce Elektronik Ticari Aracı Yer Sağlayıcı ve Elektronik Ticaret Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmelik'in m.12,13,14 hükümleri gereği bu ürünün orijinal olduğunu kanıtlayan belgeleri sisteme yüklemesi gerektiği belirtilmiştir. Bu çerçevede kozmetik kategorisi de dâhil olmak üzere tüm kategorilerde marka hakkı sahipleri veya marka hak sahiplerinin hak ihlali bildirimine ilişkin yetkilendirdiği kişiler tarafından platform üzerinden mezkûr Yönetmelik maddeleri uyarınca marka ihlal bildiriminde bulunabildiği ifade edilmiştir. Hak ihlali bildirimi sonrasında ilgili satıcıdan, mevzuat hükümleri çerçevesinde öngörülen belgelerden birini 36 saat içerisinde yüklemesinin beklendiği, 36 saatin sonunda belge yüklemeyen satıcıların ürünlerinin satışa kapatıldığı söylenmiştir. HEPSİBURADA tarafından gönderilen cevabi yazıda ise; e-ticaret platformunda faaliyet gösteren satıcıların tedarikçilerden ya da sağlayıcılardan yetki belgesi temin etmelerine yönelik kurallarının bulunmadığı ifade edilmiştir. Ancak insan sağlığı bakımından önem arz eden ve/veya sahtelik iddiasıyla müşteri şikâyetinin ya da sahtelik şüphesinin yoğun olduğu kozmetik, gıda takviyesi, parfümler vb. ürünlerin satışa açılabilmesi için fatura silsilesi ve/veya satış izin belgesi/yetki belgesi istenebildiği ifade edilmiştir. Bu kapsamda insan sağlığı açısından risk teşkil edebilecek ve/veya sahtelik iddiasının yoğun olduğu ürünler bakımından ürünlerin satışa kapatılabildiği söylenmiştir.

- (77) Bulgu-4'te CHI KOZMETİK'in yeniden satıcısı olarak faaliyet gösteren Koala Kozmetik Yetkilisi (.....)'in; "Merhaba (.....) hanım, attığınız mail üzerine istinaden yazmaktayım, fiyatları yükselttim" ifadesinden CHI KOZMETİK'in satıcının yeniden satış fiyatına müdahale ettiği, satıcı tarafından fiyat artış talebinin onaylandığı ve uygulamaya geçirildiği anlaşılmaktadır. Keza bulgunun devamında yer alan CHI KOZMETİK yetkilileri arasındaki 27.04.2022 tarihli e-postada ise; "Trendyol üzerindeki düşük fiyatlar sebebiyle bayilere mail iletmıştim." ifadesinde de bayilerin e-ticaret platformlarındaki satış fiyatlarının takip edildiği ve düşük olan fiyatlara müdahale edildiği açıkça anlaşılmaktadır. Öte yandan aynı bulguda Koala Kozmetik Yetkilisi (.....), TRENDYOL tarafından kendisine sağlanan 20 günlük komisyon indirimini fiyatlarına yansıtabilmek ve buybox'a³⁶ girebilmek için CHI KOZMETİK ürünlerinden birini liste fiyatından daha düşük fiyata satmak istediğini CHI KOZMETİK'in bilgisine sunmakta ve bu hususta izin/onay beklemektedir. Söz konusu yazışmalar, alıcının yalnızca bir veya birkaç ürün için ve kısa süreli uygulanacak indirimlerde dahi CHI KOZMETİK'ten onay almak durumunda olduğunu ve CHI KOZMETİK tarafından yeniden satıcıların fiyatları üzerindeki kontrolün sıkı bir şekilde yapıldığını göstermektedir.
- (78) Bulgu-5, Bulgu-7, Bulgu-8, Bulgu-9 ve Bulgu-10'da yer alan ifadeler, CHI KOZMETİK'in yeniden satıcılarına müdahalesini gösterir niteliktedir. Bu kapsamda;
- Bulgu-5'te yer alan ve 10.05.2022 tarihli yazışmada; E-Ticaret Sorumlusu (.....) tarafından "Merhaba güncel fiyatları size mailden ilettim yarına kadar fiyatları revize etmemeniz halinde mağaza yetkiniz alınmış olacak bilginize" ifadelerinin yer aldığı buna yönelik olarak yeniden satıcı olarak faaliyet gösteren Bosphorus Kozmetik Yetkilisi (.....)'in "Merhaba ilgileneneğim" şeklinde dönüş yaptığı,
 - Bulgu-7'deki 17.05.2022 tarihli yazışmada CHI KOZMETİK E-Ticaret Sorumlusu (.....) tarafından yeniden satıcı olarak faaliyet gösteren Prestije Kozmetik Yetkilisi (.....) Bey'e "E ticaretteki fiyatları kontrol altına alabilmemiz için size ilettiğimiz liste doğrultusunda fiyatlarınızı sabit tutmanız gerekiyor. Sizden ricam fiyatlarınızı revize edebilir misiniz?" ifadelerinin kullanıldığı, buna karşılık Prestije Kozmetik Yetkilisi (.....) Bey'in "Tamamdır ilgileniyorum akşam üzeri düzeltiyorum" şeklinde cevap verdiği,
 - 11.08.2022 tarihli Bulgu-8'de, CHI KOZMETİK E-Ticaret Sorumlusu (.....) tarafından yeniden satıcı olarak faaliyet gösteren Nar Kozmetik Yetkilisi (.....) Bey'e "(.....) Bey merhaba bir mail iletmıştim e ticaretteki fiyatlarınız ile ilgili bugün son gün fiyatları revize etmeniz gerekiyor. Yetkinizin alınmaması için" ifadelerinin kullanıldığı Nar Kozmetik Yetkilisi (.....) Bey'in ise "OK" şeklinde yanıt verdiği,
 - Bulgu-9'daki 12.08.2022 tarihli yazışmada, CHI KOZMETİK E-Ticaret Sorumlusu (.....) ve yeniden satıcı olarak faaliyet gösteren Eyfel Kozmetik Yetkilisi (.....) arasında gerçekleşen WhatsApp görüşmesinde; (.....)'ın, fiyat listesi paylaşarak Eyfel Kozmetik'ten gün içerisinde fiyatları güncellenmesini istediği, Eyfel Kozmetik Yetkilisi (.....)'nın "Güncellerim" ifadesine rağmen yazışmanın devamında (.....)'ın "mağaza kapatma talimatı verdim hemen güncellerseniz mağazanız kapanmasın" şeklinde bir ifade kullandığı,

³⁶ HEPSİBURADA'nın cevabi yazısına göre, Buybox algoritması temel olarak bir ürüne en düşük fiyatı ve en iyi hizmeti sağlayan satıcı ile müşterinin buluşturulması için oluşturulmuş bir yapıdır. Buybox algoritmasında satıcılar bakımından; fiyat, ürünü kargoya verilmesi için taahhüt edilen süre, son bir ayda yapılan satış adedi ve satıcı puanı gibi kriterler mevcuttur. Söz konusu kriterler ağırlıklandırılır ve aynı ürünün satışını gerçekleştiren satıcıların e-ticaret platformunda hangi sıra ile sıralanacağı belirlenir.

- Bulgu-10'da yer alan ve 05.09.2022 tarihinde CHI KOZMETİK E-Ticaret Sorumlusu (.....) ve yeniden satıcı olarak faaliyet gösteren Bayer Kozmetik arasında gerçekleşen WhatsApp görüşmesinde; *"E ticaret sisteminde ürünlerimizin satışını olması gereken fiyatın altında satıyorsunuz. Rica etsem size ilettiğim liste doğrultusunda fiyatları revize eder misiniz"* ifadelerinin yer aldığı

görülmektedir. İlgili yazışmalardan CHI KOZMETİK tarafından e-ticaret kanalındaki fiyatların sıkı bir şekilde takip edilerek kontrol altında tutulmasının amaçlandığı, liste fiyatlarına uyumun beklendiği ve mağaza kapatma, mağaza yetkisini geri alma gibi uyarılarla/yaptırım mekanizmalarıyla liste fiyatlarına uyumun sağlanmaya çalışıldığı anlaşılmaktadır. Söz konusu yazışmaların, e-ticaret satıcıları tarafından liste fiyatlarına tam uyum gösterilmesi ve uygulanabilecek farklı fiyatların önüne geçilmesi yönündeki teşebbüs stratejisini ortaya koyması ve CHI KOZMETİK tarafından alıcıların yeniden satış fiyatlarına doğrudan müdahale edildiğini göstermesi bakımından önemli olduğu değerlendirilmektedir.

- (79) Bulgu-11'de yer alan ve 14.02.2023 tarihinde CHI KOZMETİK E-Ticaret Sorumlusu (.....) ve Kardağ Ankara Ofis Müdürü (.....) arasında gerçekleşen ve bilgi kısmında her iki teşebbüsten yetkililerin olduğu e-postada; (.....) tarafından; *"E ticaret tarafında genel fiyat kontrolü yapabilirsek çok iyi olur.Örn. (.....) adlı portal,bizim 704 tl ye salonumuza verdiğimiz P.PLUS Kit'i 680 tl'ye satıyor. Sorun, müşteriden bize iadeye dönüşmeden, müdahale etmenizi rica ediyorum."* ifadesine cevaben (.....) tarafından *"Konuyla ilgilenip dönüş yapacağım."* şeklinde dönüş yapılmıştır. Kardağ'ın, 2022 yılında CHI KOZMETİK'in en büyük alıcısı konumunda olduğu tespit edilmiş olup ilgili yazışmada Kardağ yetkilisinin bir e-ticaret satıcısı olan (.....) satış fiyatını örnek vererek e-ticaret kanalında genel bir fiyat kontrolü talep ettiği, Kardağ'ın diğer alıcılara yönelik fiyat müdahalesi talebine ilişkin olarak CHI KOZMETİK'in e-ticaret kanalı yetkilisinin konuyla ilgileneneğini belirttiği ve Kardağ'a dönüş yapacağı anlaşılmaktadır.

- (80) Yukarıda yer verilen bulgular:

- CHI KOZMETİK'in özellikle e-ticaret satış kanalı üzerinden satış yapan yeniden satıcılarının fiyatlarını sıkı sıkıya takip ettiğini (Bulgu-2,4,5,6,7,8,9,10),
- CHI KOZMETİK tarafından belirlenen liste fiyatlarından düşük fiyata ürün satan yeniden satıcılara açık bir şekilde müdahale edildiğini (Bulgu-2,4,5,6,7,8,9,10,),
- E-ticaret platformlarında ürün satışı yapan yeniden satıcıların liste fiyatlarına uymaması durumundan mağaza kapama ya da mağaza yetkisinin geri alınması gibi yaptırım mekanizmalarının bir tehdit unsuru olarak öne sürüldüğünü ve uygulamaya koyulduğunu (Bulgu-2,5,6,8,9),
- Dolayısıyla CHI tarafından sistematik bir şekilde yeniden satıcıların fiyatlarının kontrol altında tutulmaya çalışıldığı, fiyatlara yapılan müdahalelerin münferit davranışlar olmayıp teşebbüsün genel politikası niteliğinde olduğunu (Bulgu-2,4,5,6,7,8,9,10)

şüpheyi yer bırakmayacak şekilde ortaya koymaktadır.

- (81) Bu kapsamda CHI KOZMETİK'in 15.03.2022 ve 14.02.2023 tarihleri arasında alıcıların yeniden satış fiyatının tespit etmek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği değerlendirilmektedir.

I.4.3. CHI KOZMETİK'in YSFB Uygulamalarının 4054 sayılı Kanun'un 5. Maddesi Bakımından Değerlendirilmesi

- (82) Yukarıda ifade edildiği üzere, CHI KOZMETİK'in YSFB'ye yönelik davranışları ve uygulamaları, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ikinci fıkrasının (a) bendinde yer verilen örnek kapsamında değerlendirilmektedir. Bu noktada, 4054 sayılı Kanun'un "Muafiyet" başlıklı 5. maddesi de değerlendirme bakımından önem arz etmektedir. Zira anılan maddenin birinci fıkrasında dört bent halinde sayılmış olan koşulların tamamının varlığı halinde, Kanun'un 4. maddesi kapsamına giren anlaşma, uyumlu eylem ve teşebbüs birliği kararları anılan madde hükümlerinin uygulanmasından muaf tutulmaktadır.
- (83) Bununla birlikte, 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin son fıkrası ile söz konusu maddenin birinci fıkrasında sayılan şartların gerçekleşmesi halinde Kurulun belirli konudaki anlaşma türlerine grup olarak muafiyet tanıyabileceği hüküm altına alınmıştır. Bu doğrultuda Kurul, bu hükme dayanarak 2002/2 sayılı Tebliğ'i yayımlamıştır.
- (84) 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 şartıyla 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin uygulanmasından muaf tutulacağı düzenlenmiştir. Tebliğ'in aynı maddesinin ikinci fıkrasında yer alan düzenleme uyarınca bu koşullardan ilki, sağlayıcının faaliyet gösterdiği pazardaki pazar payının %30'u aşmaması gerektiridir.
- (85) Bununla birlikte, Tebliğ'in 4. maddesinde, anlaşmaları muafiyet kapsamı dışına çıkaran sınırlamalara da yer verilmektedir. Bu sınırlamalar arasında *"Alıcının kendi satış fiyatını belirleme serbestisinin engellenmesi"* hali yer almaktadır. Dolayısıyla, CHI KOZMETİK'in 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olan YSFB uygulamalarının, teşebbüsün pazar payına bakılmasına gerek bulunmaksızın Tebliğ'in sağladığı grup muafiyetinden yararlanamadığı değerlendirilmektedir.
- (86) Bu aşamada, CHI KOZMETİK'in 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olan ve 2002/2 sayılı Tebliğ'in sağladığı grup muafiyetinden yararlanamayan YSFB uygulamalarının Kanun'un 5. maddesinde sayılan bireysel muafiyet koşullarını karşılayıp karşılamadığı incelenmiştir.
- (87) 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde bir anlaşmaya bireysel muafiyet tanınması için iki olumlu ve iki de olumsuz toplam dört koşulun varlığı aranmaktadır. Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasında sayılan dört koşulun birinin dahi karşılanmaması halinde anlaşmanın Kanun'un 4. maddesi hükümlerinin uygulamasından muaf tutulması mümkün değildir.
- (88) Bununla birlikte, 2021/2 sayılı Tebliğ ile 2021/3 sayılı Tebliğ'in *"Tanımlar"* başlıklı 4. maddeleri incelendiğinde, YSFB uygulamalarının "açık ve ağır ihlal" olarak nitelendirildiği görülmektedir. YSFB uygulamaları da dâhil olmak üzere, 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinde yer alan sınırlamalar Komisyon tarafından yayımlanan Dikey Sınırlamalara İlişkin Rehber'in 179. ve 180. paragraflarında da, "ağır kısıtlama" olarak nitelendirilmektedir. Avrupa Birliği mevzuatında yer alan Dikey Sınırlamalara İlişkin Rehber'in 180. paragrafında, söz konusu sınırlamaları içeren anlaşmaların Avrupa Birliği'nin İşleyişine Dair Anlaşma'nın 101. maddesinin üçüncü fıkrasındaki koşulları sağlamasının, bir başka deyişle bireysel muafiyet almasının muhtemel olmadığı kabul edilmektedir.

- (89) Komisyonun yaklaşıma benzer şekilde, Muafiyetin Genel Esaslarına İlişkin Kılavuz'un 20. paragrafında *"Kanun belli tip veya türdeki rekabeti kısıtlayıcı anlaşmaları 5. madde koruması dışında bırakan bir düzenleme ihtiva etmemektedir. Teorik olarak 5. maddede yer alan koşulları sağlayan her türlü rekabeti kısıtlayıcı anlaşma ve hüküm muafiyet korumasından faydalanabilir. Fakat gerek hukuken gerek iktisadi olarak doğası gereği rekabeti aşırı ölçüde sınırladıkları ve rekabet üzerindeki olumsuz etkilerini bertaraf edecek nitelikte ekonomik faydalar yaratabilme ihtimallerin oldukça düşük olduğu varsayılan anlaşmaların muafiyet koşullarını sağlama ihtimalinin görece düşük olduğu kabul edilmektedir. Hangi tür kısıtlamaların bu kapsama girdiği konusunda ise geçmiş Kurul Kararları, grup muafiyet tebliğleri ve kılavuzlar yol gösterici olmaktadır. Fiyat tespiti, bölge ve müşteri paylaşımı, yeniden satış fiyatının tespiti gibi sınırlamalar bu kısıtlamalardandır."* ifadelerine yer verilmiştir.
- (90) Bu noktada değerlendirilmesi gereken husus, YSFB uygulamaları içeren anlaşmaların ve uygulamaların 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi nazarındaki durumudur. Yukarıda anılan tebliğlerde açık ve ağır kısıtlama olarak nitelendirilen YSFB uygulamalarının 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi bağlamında değerlendirilmesine ilişkin geçmiş tarihli Kurul kararları³⁷ incelendiğinde, bu kısıtlamaların bireysel muafiyetten yararlanamayacağını belirtildiği görülmektedir. Zira rekabet hukuku mevzuatı uyarınca açık ve ağır bir ihlal niteliğinde bulunan uygulamalardan olan ve dosya kapsamında CHI KOZMETİK'in eylemleri sonucunda ortaya çıkan YSFB uygulamalarının; 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (a) ve (b) bentlerinde yer alan ekonomik veya teknik gelişme ve tüketici faydası koşulu ile aynı fıkranın (c) ve (d) bentlerinde yer alan pazarın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması ve rekabetin zorunlu olan fazla sınırlanmaması şartını karşılamadığı değerlendirilmektedir. Bu nedenle CHI KOZMETİK'in YSFB uygulamalarının bireysel muafiyetten faydalanamayacağı sonucuna varılmıştır.

I.4.4. Savunmaların Değerlendirilmesi

- **Soruşturma Raporu'nda yer verilen bulguların yeniden satıcılara tavsiye ve azami fiyatları hatırlatma niteliğinde olduğuna, yeniden satış fiyatının tespiti ve/veya pasif satışların engellenmesinin piyasadaki etkilerine bakılmadığına, bu çerçevede herhangi bir ekonomik analiz yapılmadığına ve teşebbüsün idari para cezasını ödeyebilecek gücünün bulunmadığına yönelik savunma**

- (91) Savunmada özetle;
- Yeniden satış fiyatının tespiti ve ve/veya pasif satışların engellenmesinin piyasadaki etkilerine bakılmadığı, herhangi bir ekonomik analiz yapılmadığı, Soruşturma Raporu'nda yer verilen mail yazışmalarının satıcılara tavsiye ve azami fiyatları hatırlatma niteliğinde olduğu,
 - 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi ve 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin "Kapsam" başlıklı 2. ve 4. maddesi kapsamında müvekkil şirketin asgari yahut sabit fiyat olmak üzere, yeniden satış fiyatının tespitine yönelik davranışlarının olmadığı,
 - 2002/2 sayılı Tebliğ'de "Tarafların herhangi birisinin baskısı veya teşvik etmesi sonucu sabit veya asgari satış fiyatına dönüşmemesi koşuluyla, sağlayıcının azami satış fiyatını belirlemesi veya tavsiye etmesi mümkündür." düzenlemesine yer verildiği,

³⁷ Kurulun 25.11.2009 tarihli ve 09-57/1365-357 sayılı; 22.11.2018 tarihli ve 18-44/703-345 sayılı; 10.01.2019 tarihli ve 19-03/23-10 sayılı; 20.06.2019 tarihli ve 19-22/353-159 sayılı ve 15.04.2021 tarihli ve 21-22/267-117 sayılı kararları

- Buna ek olarak pazardaki müşterilerin/satıcıların, CHI KOZMETİK'in fiyatlama politikalarına, fiyat artışlarına şikâyeti olmadığı, keza günümüz ekonomik koşulları göz önüne alındığında fiyatların zaman içerisindeki değişkenlikleri ve tavsiye niteliğindeki fiyatların makul karşılanması gerektiği,
- CHI KOZMETİK'in kurulduğu günden bu yana zarar ettiği, personel giderlerini dahi karşılayamadığı, oldukça düşük kapasite ile faaliyetini sürdürdüğü, son üç yıldır likitide sıkışıklığı yaşadığı, soruşturmaya konu edilen eylemi kabul anlamına gelmemekle beraber şirkete idari para cezası verilmesi halinde şirketin ödeme gücünün bulunmadığı

ifade edilmektedir.

- (92) 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ikinci fıkrasının (a) bendinde *"Mal veya hizmetlerin alım ya da satım fiyatının, fiyatı oluşturan maliyet, kâr gibi unsurlar ile her türlü alım yahut satım şartlarının tespit edilmesi"* rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğrudan örnek hâller arasında sayılmıştır. Bulgu-2'de yer verilen *"Sizden fiyatları revize etmeniz gerekmektedir. (...) İşlem uygulanan birkaç mağaza oldu (mağaza kapatılma) bunu sizin için uygulamak istemeyiz. Revizelerinizi beklemekteyiz."*, Bulgu-4'de yer verilen *"Trendyol üzerindeki düşük fiyatlar sebebiyle bayilere mail iletmıştim"*, Bulgu-5'de yer verilen *"Merhaba güncel fiyatları size mailden ilettim yarına kadar fiyatları revize etmemeniz halinde mağaza yetkiniz alınmış olacak bilginize"*, Bulgu-6'da yer verilen *"güncel fiyatları size mailden ilettim yarına kadar düzeltme yapılmazsa mağaza yetkiniz alınmış olacak bilginize, Size ilettim lütfen fiyatları revize eder misiniz çok düşüktür satış yapıyorsunuz şu an da"*, Bulgu-7'de yer verilen *"E ticaretteki fiyatları kontrol altına alabilmemiz için size ilettiğimiz liste doğrultusunda fiyatlarınızı sabit tutmanız gerekiyor. Sizden ricam fiyatlarınızı revize edebilir misiniz?"*, Bulgu-8'de yer verilen *"(.....) Bey merhaba bir mail iletmıştim e ticaretteki fiyatlarınız ile ilgili bugün son gün fiyatları revize etmeniz gerekiyor. Yetkinizin alınmaması için"*, Bulgu-9'da yer verilen *"merhaba sizden ricam bugün gün içerisinde fiyatlarınızı güncelleyebilir misiniz"*, Bulgu-10'da yer verilen *"E ticaret sisteminde ürünlerimizin satışını olması gereken fiyatın altında satıyorsunuz. Rica etsem size ilettiğim liste doğrultusunda fiyatları revize eder misiniz"*, ifadelerinden anlaşılabileceği üzere, CHI KOZMETİK alıcıların satış fiyatlarının düşük olmasından rahatsız olup fiyatları yukarıya çekmeye çalışmaktadır. Bu bakımdan yeniden satış fiyatının belirlenmediği, azami fiyatların hatırlatıldığı savunması kabul edilmemiştir. Öte yandan CHI KOZMETİK tarafından bildirilen liste fiyatlarına uymayan alıcılara, mağazalarının kapatılacağı ve/veya mağaza yetkisinin geri alınacağı yönünde baskı yapıldığı ve bazı satıcılar için bu yaptırım mekanizmalarının uygulandığı (Bulgu-2,5,6,8) göz önüne alındığında CHI KOZMETİK'in bildirdiği fiyat listesinin tavsiye niteliğinde olmadığı da değerlendirilmektedir.
- (93) Diğer yandan Kurul içtihadında yeniden satış fiyatının belirlenmesinin amaç bakımından ihlal olduğu görülmekte olup bu tür ihlallerde ihlal tespiti için eylemin piyasadaki etkilerinin gösterilmesine gerek bulunmamaktadır. Kurulun Bellona³⁸

³⁸ Kurulun 26.03.2020 tarih ve 20-16/231-132 sayılı kararı

Groupe SEB³⁹, Turkcell⁴⁰, DYO⁴¹, Pierre Fabre⁴², Sunny Elektronik⁴³, Numil⁴⁴, Duru Bulgur⁴⁵, Avon⁴⁶ ve Gerçek Kozmetik⁴⁷ gibi kararlarında yeniden satış fiyatının değerlendirilmesinde söz konusu esaslar benimsenmiştir. Dolayısıyla yeniden satış fiyatı tespiti eyleminin amaç bakımından rekabet ihlali teşkil ettiği ve söz konusu davranışların piyasadaki etkilerinin ayrıca incelenmesine gerek olmadığı yönünde yerleşik bir Kurul içtihadının olduğu söylenebilecektir.

- (94) Öte yandan yeniden satıcıların, CHI KOZMETİK'in söz konusu uygulamalarından ve/veya fiyatlandırma politikalarından şikâyetçi olmaması, yapılan eylemin 4054 sayılı Kanun'a aykırılığını ortadan kaldırmayacaktır.
- (95) İlaveten YSFB uygulamaları gerek Komisyon nezdinde gerekse Kurul içtihadında amaç bakımından rekabet ihlali olarak değerlendirilmektedir. CHI KOZMETİK'in son (.....) yıldır zarar ettiği, soruşturma neticesinde idari para cezası verildiği takdirde CHI KOZMETİK'in cezayı ödeyemeyeceği savunması ancak Kurul tarafından uygulanacak idari para cezasının takdirinde göz önüne alınabilecektir.

- Pazardaki alıcıların ve nihai müşterilerin, CHI KOZMETİK'in fiyatlandırma politikalarına, fiyat artışlarına ilişkin herhangi bir şikâyetlerinin söz konusu olmadığı, keza günümüz ekonomik koşullarının fiyatların maliyet ve taleple olan ilişkisi, fiyat-maliyet marjlarının zaman içerisindeki değişkenliği, pazar paylarının değişimi ve tüm bu değişkenlerin zaman içerisinde yapısal kırılmalara neden olduğu, bu nedenle azami ve tavsiye niteliğindeki fiyatların makul karşılanması gerektiği savunması

- (96) CHI KOZMETİK'in 4054 sayılı Kanun'a aykırı olarak alıcıların satış fiyatlarına müdahale ettiği, elde edilen belgelerden açıkça görülmektedir (Bulgu-2, 4,5,6,7,8,9,10). Yeniden satıcıların, CHI KOZMETİK'in söz konusu uygulamalarından veya fiyatlandırma politikalarından şikâyetçi olmaması, yapılan eylemin hukuka aykırılığını ortadan kaldırmayacaktır.

- 2002/2 sayılı Tebliğ ile sağlanan muafiyetin sağlayıcının ilgili ürün pazarındaki pazar payının %30'u aşmaması koşuluyla uygulandığı dolayısıyla müvekkil şirketin pazar payının %30'u aşmadığı, CHI KOZMETİK tarafından alıcıların yapacakları veya yaptığı satışlarda ürünlerin sadece tavsiye niteliğindeki azami fiyatları belirtildiği, buradaki amacının ürünlerin sahte olup olmadığını sorularıyla ve endişesiyle karşı karşıya kalmamak olduğu savunması

- (97) Rekabet hukuku mevzuatı uyarınca açık ve ağır bir ihlal niteliğinde bulunan YSFB uygulamalarının 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi çerçevesinde bireysel muafiyetten ve/veya grup muafiyetinden yararlanamayacağına ilişkin değerlendirmeye yukarıda I.4.3 başlığı altında yer verilmiştir. Keza Bulgu-2,4,5,6,7,8,9 ve 10 için yapılan değerlendirmelerden de görülebileceği üzere CHI KOZMETİK, liste fiyatlarına uymayan ve/veya daha düşük fiyattan satış yapan yeniden satıcılara müdahale etmektedir. Yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik uygulamalar, 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4.

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

⁴⁰ Kurulun 10.01.2019 tarih ve 19-03/23-10 sayılı ile Kurulun 12.11.2019 tarih ve 19-39/610-263 sayılı kararları.

⁴¹ Kurulun 15.04.2021 tarih ve 21-22/267-117 sayılı kararı.

⁴² Kurulun 09.03.2023 tarih ve 23-13/214-70 sayılı kararı.

⁴³ Kurulun 05.01.2023 tarih ve 23-01/12-7 sayılı kararı.

⁴⁴ Kurulun 30.06.2022 tarih ve 22-29/483-192 sayılı kararı.

⁴⁵ Kurulun 17.02.2022 tarih ve 22-09/130-50 sayılı kararı.

⁴⁶ Kurulun 09.03.2023 tarih ve 23-13/223-72 sayılı kararı.

⁴⁷ Kurulun 23.03.2023 tarih ve 23-15/269-91 sayılı kararı.

maddesince anlaşmaları grup muafiyeti kapsamında çıkaran ağır kısıtlama olarak değerlendirilmektedir.

- CHI KOZMETİK'in Plex markalı ürünlerinin teşebbüsün pazar payına ve gayrisafi gelirine dâhil edilmemesine yönelik savunma

- (98) Savunmada özetle; yerinde inceleme sırasında CHI KOZMETİK bünyesinde yer alan Plex markasına ait herhangi bir bulguya rastlanılmadığı, bu sebeple Plex markasının cirosu esas alınarak tespit edilen pazar payı ve gayrisafi gelir bilgilerine itiraz edildiği ifade edilmektedir.
- (99) 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrasında *"Bu Kanun'un 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. İlâveten Ceza Yönetmeliği'nin 3. maddesinin (f) bendinde *"Yıllık gayri safi gelir: Tek düzen hesap planındaki net satışları veya bunun hesaplanması mümkün olmazsa, Kurul tarafından saptanacak olan, net satışlara en yakın geliri..."* hükmüne yer verilmiştir. İlgili hükümler ışığında soruşturma tarafı teşebbüslerin yıllık gayri safi gelirleri üzerinden idari para cezası belirlenmektedir. Bu nedenle belirli bir marka ve/veya ürün grubunun teşebbüsün yıllık gayri safi gelirine dâhil edilmeksizin idari para cezasına esas alınmasına yönelik savunmaya itibar edilmemiştir.

- Yürütülen soruşturmanın yalnızca 2022 yılını kapsadığı 2020, 2021 ve 2023 yıllarına ait tespitlerin kabul edilmediğine yönelik savunma

- (100) Savunmada özetle; Soruşturma Raporu'nda tespit edilen unsurların yalnızca 2022 yılına ait olduğu, 2020, 2021 ve 2023 yıllarına ilişkin bilgilerin talep edilmesi ve bu bilgilerin Soruşturma Raporu'na tanzim edilmesinin hukuka aykırı olduğu, aynı şekilde 2020, 2021 ve 2023 yıllarında Chi, Biosilk, Plex markalarına ait ürünlerin cirosu dikkate alınarak tespit edilen pazar payı ve gayrisafi gelire itiraz edildiği, CHI KOZMETİK'in 2019-2022 yıllarında yeniden satıcılarına yaptığı toplam satış tutarı ve bu satışların dağıtım kanalları bazında oransal dağılımı hakkında sunulan bilgi ve belgeler esas alınarak tespit edilen oranların kabul edilmediği belirtilmektedir.
- (101) Soruşturma Raporu'nda CHI KOZMETİK tarafından rekabetin ihlal edildiğini gösteren ilk ve son belgenin tarihleri sırasıyla 15.03.2022 ve 14.02.2023'tür. Bu çerçevede ihlal isnadı yalnızca söz konusu tarihleri içeren dönemi kapsamakta olup CHI KOZMETİK hakkındaki ihlal isnadı, yerinde incelemeler sırasında elde edilen bulgulara dayanmaktadır. Öte yandan yürütülen soruşturma süreci içerisinde CHI KOZMETİK'in 2020-2023 yıllarında yeniden satıcılarına yaptığı toplam satış tutarı ve bu satışların dağıtım kanalları bazında oransal dağılımına da teşebbüs ve faaliyet gösterdiği pazar hakkında bilgi sunulması amacıyla Soruşturma Raporu'nda yer verilmiştir. 4054 sayılı Kanun'un 14. maddesinde *"Kurul, bu Kanunun kendisine verdiği görevleri yerine getirirken, gerekli gördüğü her türlü bilgiyi tüm kamu kurum ve kuruluşlarından, teşebbüslerden ve teşebbüs birliklerinden isteyebilir. Bu makamlar, teşebbüsler ve teşebbüs birliklerinin yetkilileri istenen bilgileri Kurulun belirleyeceği süre içinde vermek zorundadır."* ve 44. maddesinde ise *"Kurul adına hareket eden ve Kurul tarafından belirlenip, görevlendirilen raportörlerden oluşan bir heyet, soruşturma safhasında bu Kanunun 14 üncü maddesinde düzenlenen bilgi isteme... yetkilerini kullanabilir. Belirlenen bu süre içinde lüzum gördükleri evrakın gönderilmesini ve her türlü bilginin*

verilmesini taraflardan ve ilgili diğer yerlerden isteyebilir” hükümleri yer almaktadır. Anılan nedenlerle teşebbüsün savunmasına itibar edilmemiştir.

- CHI KOZMETİK’in eylemlerinin piyasanın işleyişine katkı sağlayıp sağlamadığı hususunun göz ardı edildiğine yönelik savunma

(102) Savunmada özetle;

- Kurumun tüketici odaklı yaklaşımı açıkça görülmekle beraber serbest piyasa ekonomisinin işlerliği, girişimciliğin korunması, çevresel kaygılar, adil rekabet gibi hususların da göz önüne alınması gerektiği,
- CHI KOZMETİK’in eylemlerinin piyasanın işleyişine katkı sağlayıp sağlamadığı hususlarının göz ardı edildiği

belirlenmektedir.

(103) Rekabet hukuku uygulamalarında toplumsal refaha katkı sağlayabilecek her türlü unsur ve etkinlikler değerlendirmelerde göz önünde bulundurulmaktadır. Piyasa ekonomilerinde faaliyet gösteren teşebbüslerin ticari kararlarında serbest olması esas olmakla birlikte başka teşebbüslerle birlikte piyasa parametrelerini belirlemeye/etkilemeye yönelik herhangi bir davranışta bulunmaması piyasa ekonomisinin işleyişi için gerekli rekabet sürecinin vazgeçilmez unsurudur. Ticari kararlarını almak noktasında özgür olamayan yeniden satıcılar etkin bir şekilde rekabet edemeyeceğinden fiyat, kalite, teknoloji, arz miktarı gibi piyasa parametrelerinde gelişim göstermeleri sınırlanabilmektedir. Bu bakımdan yeniden satış fiyatının belirlenmesi yoluyla marka içi rekabetin kısıtlanması, pazarda yeniden satıcı olarak faaliyet gösteren teşebbüslerin ve dolayısıyla nihai tüketicilerin maruz kaldığı/kalabileceği zarar olarak ifade edilebilecektir. Yeniden satış fiyatının ortaya çıkardığı rekabet kısıtı karşısında tarafın savunmasında sıraladığı unsurlar ancak 4054 sayılı Kanun’un 5. maddesi anlamında muafiyet incelemesinde etkinlik kazanımları çerçevesinde ele alınabilmektedir. Ancak bu analiz için en önemli husus bu kazanımların teşebbüsün genel faaliyetinden dolayı değil inceleme konusu eylemden kaynaklı olarak ortaya çıkması gereği ve rekabeti daha az kısıtlayıcı bir yolla elde edilememesidir. İlaveten etkinliklerin tüketiciye fayda sağlaması da gerekmektedir. Bahse konu tüm hususlar dikkate alınarak CHI KOZMETİK ve yeniden satıcıları arasındaki ilişki elde edilen bulgular çerçevesinde incelenmiş ve yeniden satış fiyatının tespit edildiği kanaati oluşmuştur. CHI KOZMETİK’in bu uygulamaları 4054 sayılı Kanun’un 5. maddesi bakımından değerlendirilerek muafiyet alamayacağı sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla soruşturma tarafı teşebbüsün eylemleri bakımından, piyasanın işleyişine katkı sağlayıp sağlamadığı hususunun dikkate alınmadığına yönelik savunmaya itibar edilmemiştir.

- Buybox sistemi nedeniyle e-ticaret pazaryerlerinde faaliyet gösteren satıcıların ürün fiyatlarını düşürdüğü ve bunun neticesinde CHI KOZMETİK’in müşterilerden sürekli olarak satışa sunulan ürünlerle ilgili olarak sahte ürün olup olmadığı hakkında dönüş aldığı ve yeniden satıcılarına bu kapsamda bilgilendirme e-postası gönderdiği savunması

(104) Savunmada özetle;

- E-ticaret pazaryerlerinde faaliyet gösteren satıcıların buybox sistemi çerçevesinde ürünlerinin ön plana çıkması ve sıralamaya dâhil olabilmesi adına ürün fiyatlarını oldukça aşağı çektikleri, oluşan düşük fiyatlar neticesinde CHI KOZMETİK’in, müşterilerden ve diğer yeniden satıcılardan ürünlerin sahte olup olmadığı, son kullanma tarihleri gibi hususlar açısından geri dönüşler aldığı,

- Bu durumun akabinde CHI KOZMETİK tarafından ürünlerle ilgili olarak yeniden satıcılara yalnızca azami ve tavsiye niteliğindeki fiyatlar konusunda bilgilendirme e-postası gönderildiği ve rekabet ihlali gibi bir durumun söz konusu olmadığı

ifade edilmektedir.

- (105) CHI KOZMETİK hakkında elde edilen bulgular çerçevesinde anılan teşebbüsün eylemleri, azami ve/veya tavsiye fiyatların belirlenmesi çerçevesinde değerlendirilmemiştir. CHI KOZMETİK'in 4054 sayılı Kanun'a aykırı olarak alıcıların satış fiyatlarına müdahale ettiğini gösterir bulgulara ve söz konusu bulgulara ilişkin değerlendirmelere 1.4. Değerlendirme başlıklı bölümde ayrıntılı bir şekilde yer verilmiştir.

- 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinin ihlal edilmediği savunması

- (106) Dosya kapsamında CHI KOZMETİK hakkında 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinin ihlal edildiğine dair herhangi bir değerlendirme ya da tespit yapılmamıştır.

1.4.5. Ceza Yönetmeliği Kapsamında Değerlendirme

- (107) 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrasında *"Bu Kanun'un 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.
- (108) Ceza Yönetmeliği'nin 1. maddesinde ise Yönetmelik'in amacı; *"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 para cezasının tespitine ilişkin usul ve esasları düzenlemek"* şeklinde belirlenmiştir.
- (109) Bu bağlamda yukarıdaki bölümlerinde yer verilen bilgiler, bulgular ve değerlendirmeler çerçevesinde; CHI KOZMETİK'in, alıcılarının yeniden satış fiyatını belirlemeye yönelik eylemleri 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlali niteliğindedir. Bu çerçevede CHI KOZMETİK hakkında, 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesi ve ilgili Ceza Yönetmeliği hükümleri uyarınca idari para cezası uygulanması gerekmektedir.
- (110) Ceza Yönetmeliği'nin 4. maddesinin birinci fıkrasının (b) bendinde, para cezası belirlenirken temel para cezasının hesaplanmasının ardından ağırlaştırıcı ve hafifletici unsurların göz önünde bulundurulacağı belirtilmektedir. Ceza Yönetmeliği'nin 5. maddesinde ise temel para cezası düzenlenmektedir. Buna göre temel para cezası hesaplanırken ihlalde bulunan teşebbüslerin yıllık gayri safi gelirlerinin karteller için %2'si ile %4'ü, diğer ihlaller için %0,5'i ile %3'ü arasında bir oran esas alınacaktır.
- (111) CHI KOZMETİK'in ihlal teşkil eden eylemleri, Ceza Yönetmeliği'nin 3. maddesinin (b) bendinde yer alan "diğer ihlaller" tanımına uymaktadır. Bu çerçevede CHI KOZMETİK'e uygulanacak temel para cezasının başlangıç oranının anılan Yönetmeliğin 5. maddesinin birinci fıkrasının (b) bendi çerçevesinde %0,5 ile %3 arasında olması gerekmektedir.
- (112) Ceza Yönetmeliği'nin 5. maddesinin ikinci fıkrasında, söz konusu oranın belirlenmesinde ilgili teşebbüslerin piyasadaki gücü, ihlal neticesinde gerçekleşen veya gerçekleşmesi muhtemel zararın ağırlığı gibi hususlarının dikkate alınması gerektiği ifade edilmektedir. Bu çerçevede temel para cezasına esas oran **%(.....)** olarak belirlenmiştir.

- (113) İlâveten Ceza Yönetmeliği'nin 5. maddesinin üçüncü fıkrasında ise ilk fıkra göre belirlenen temel para cezası miktarının bir ila beş yıl arasında süren ihlallerde yarısı oranında, beş yıldan uzun süren ihlallerde ise bir katı oranında artırılacağı düzenlenmiştir. Mevcut dosya bakımından CHI KOZMETİK tarafından rekabetin ihlal edildiğini gösteren ilk ve son belgenin tarihleri sırasıyla 15.03.2022 ve 14.02.2023'tür. Dolayısıyla ihlalin süresinin bir yıldan kısa olduğu anlaşılmaktadır. Bu çerçevede, Ceza Yönetmeliği'nin 5. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca herhangi bir artırım yapılmamış olup temel para cezası başlangıç oranı %(...) olarak belirlenmiştir.
- (114) Öte yandan hakkında ihlal isnadında bulunulan CHI KOZMETİK bakımından Ceza Yönetmeliği'nin 6. maddesi kapsamında ağırlaştırıcı, 7. maddesi çerçevesinde ise hafifletici unsurun bulunmadığı değerlendirilmektedir.

J. SONUÇ

- (115) Yukarıda 13.04.2023 tarihli ve 23-18/343-M(2) sayılı Kurul kararı uyarınca yürütülen soruşturma ile ilgili olarak düzenlenen Rapor'a ve Ek Görüş'e, toplanan delillere, yazılı savunmalara ve incelenen dosya kapsamına göre,
- 1- CHI Kozmetik İthalat İhracat Sanayi ve Ticaret AŞ'nin alıcılarının yeniden satış fiyatını belirlemek suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiğine,
 - 2- Söz konusu uygulamaların 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği ile öngörülen grup muafiyetinden yararlanamadığına, anılan uygulamalara bireysel muafiyet de tanınamayacağına,
 - 3- Bu nedenle, CHI Kozmetik İthalat İhracat Sanayi ve Ticaret AŞ'ye aynı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrası ile Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik'in 5. maddesinin birinci fıkrasının (b) bendi, ikinci fıkrası uyarınca 2023 yılı gayrisafi geliri üzerinden takdiren %(...) oranında olmak üzere 93.776,19-TL idari para cezası verilmesine

24-23/549-232

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