

**Rekabet Kurumu Başkanlığından,  
(Yargı Kararı Üzerine)  
REKABET KURULU KARARI**

**Dosya Sayısı** : 2023-3-026 (Soruşturma)  
**Karar Sayısı** : 25-49/1200-679  
**Karar Tarihi** : 23.12.2025

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

**Başkan** : Birol KÜLE  
**Üyeler** : Ahmet ALGAN (İkinci Başkan), Şükran KODALAK,  
Hasan Hüseyin ÜNLÜ, Ridvan DURAN,  
Ayşe USLU CEVLEK

**B. RAPORTÖRLER:** Abdulsamed TÜRLÜ, Özlem NARHİN POLAT,  
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:** Ankara 9. İdare Mahkemesinin 05.11.2025 tarih ve 2025/279 E. 2025/1591 K. sayılı kararı ile Rekabet Kurulunun CHI Kozmetik İthalat İhracat San. ve Tic. AŞ hakkında 21.05.2024 tarih ve 24-23/549-232 sayı ile verdiği kararı iptal etmesi üzerine yeniden karar alınması.
- (2) **F. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurulunun (Kurul) 13.04.2023 tarihli ve 23-18/343-M (2) sayılı kararıyla CHI Kozmetik İthalat İhracat San. ve Tic. AŞ (CHI KOZMETİK) hakkında, alıcıların yeniden satış fiyatını tespit etmek suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 4. maddesini ihlal edip etmediğinin tespiti amacıyla soruşturma açılmasına karar verilmiştir.
- (3) 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca hakkında soruşturma açıldığına ve ilk yazılı savunmasının 30 gün içinde gönderilmesi gerektiğine ilişkin 28.04.2023 tarih ve 63645 sayılı Soruşturma Bildirimi, CHI KOZMETİK tarafından 04.05.2023 tarihinde tebellüğ edilmiştir. Teşebbüsün birinci yazılı savunması, 31.05.2023 tarih ve 39165 sayı ile süresi içinde Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (4) 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.
- (5) Uzlaşma başvurusu kapsamında hazırlanan 06.06.2023 tarih ve 66211 sayılı Bilgi Notu, Kurulun 07.06.2023 tarihli toplantısında görüşülmüş olup 23-26/497-M sayılı kararlar uzlaşma görüşmelerine başlanmasına karar verilmiştir. İlgili Kurul kararı 07.06.2023 tarih ve 66277 sayılı belge ile tarafa bildirilmiştir.

- (6) Akabinde 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.
- (7) CHI KOZMETİK tarafından Kurum kayıtlarına 03.07.2023 tarih ve 40048 sayı ve 12.07.2023 tarih ve 40395 sayı ile intikal eden dilekçeler ile 15.02.2009 tarih ve 27142 sayı ile Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar İle Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek İdari Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik (Mülga Ceza Yönetmeliği) kapsamında hafifletici unsurlar bakımından dikkate alınması talep edilen hususlar ifade edilmiştir.
- (8) 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 117.361,23 TL idari para cezası uygulanmasına, uzlaşma usulü sonucunda teşebbüse verilecek idari para cezasında %(.....) oranında indirim uygulanmasına, nihai olarak teşebbüse %(.....) oranında ve 88.020,92 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.
- (9) CHI KOZMETİK'in uzlaşma ara kararının tebliğinden itibaren on beş 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.
- (10) Soruşturma çerçevesinde hazırlanan ve 4054 sayılı Kanun'un 45. maddesi uyarınca Kurul üyeleri ile tarafa tebliğ edilen 13.02.2024 tarihli ve 2023-3-026/SR sayılı Soruşturma Raporu (Soruşturma Raporu) 18.02.2024 tarihinde CHI KOZMETİK tarafından tebellüğ edilmiştir. CHI KOZMETİK'in ikinci yazılı savunması 13.03.2024 tarih ve 49718 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. Akabinde CHI KOZMETİK'in ikinci yazılı savunması üzerine hazırlanan 27.03.2024 tarihli ve 2023-3-026/EG sayılı Ek Görüş 4054 sayılı Kanun'un 45. maddesi çerçevesinde Kurul üyeleri ve tarafa tebliğ edilmiştir. CHI KOZMETİK tarafından hazırlanan üçüncü yazılı savunma ise 24.04.2024 tarih ve 51205 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (11) Yürütülen soruşturma sonucunda Kurul, 21.05.2025 tarih ve 24-23/549/232 sayılı kararı ile CHI KOZMETİK'in alıcılarının yeniden satış fiyatını tespit etmek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlal ettiğine, yeniden satış fiyatının tespitinin açık ve ağır ihlallerden olması nedeniyle grup muafiyetinden ve bireysel muafiyetten yararlanamayacağına hükmetmiştir. Bu kapsamda dosya konusu ihlalin "diğer ihlaller" kategorisinde yer aldığı ve idari para cezası için yıllık gayri safi gelir üzerinden %0,5 ve %3 arasında bir oran belirlenmesi gerektiği belirtilmiştir. Kararda ihlal süresinin 1 yıldan kısa olduğu ve teşebbüsün pazarda küçük bir oyuncu olduğu ifade edilmiş olup, Ceza Yönetmeliği'nin göre 6. maddesi kapsamında ağırlaştırıcı, 7. madde çerçevesinde ise hafifletici bir unsurun bulunmadığı kanaatine varılmıştır. Nihayetinde Kurul CHI

KOZMETİK hakkında 2023 yılı gayri safi geliri üzerinden %(...) oranında temel para cezası oranı belirlenmiş ve teşebbüse 93.776,19 TL idari para cezası verilmesine karar vermiştir.

- (12) CHI KOZMETİK tarafından Ankara 9. İdare Mahkemesi nezdinde açılan davada; yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik bir ihlalin bulunmadığı, isnat edilen eylemin muafiyetten yararlandığı ve pazar payının düşük olması nedeniyle rekabeti bozucu nitelikte bir eylemde bulunulmasının mümkün olmadığı ileri sürülerek, ilgili Kurul kararının hukuka aykırı olduğu gerekçesiyle iptali talep edilmiştir.
- (13) İlgili talebe istinaden Ankara 9. İdare Mahkemesinin almış olduğu 05.11.2025 tarih ve E. 2025/279 ve K. 2025/1591 sayılı karar ile davacının yeniden satış fiyatının belirlenmesi fiilinin sübuta erdiği, dava konusu kararın tesis edildiği 21.05.2024 tarihinde, Mülga Ceza Yönetmeliği'nin yürürlükte olduğu, 27.12.2024 tarih ve 32765 sayı ile Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek İdari Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik (Yeni Ceza Yönetmeliği) ile Mülga Ceza Yönetmeliği'nin mülga olduğu belirtilerek Kurul tarafından her iki yönetmelik dikkate alınmak ve kıyaslanmak suretiyle temel ve sonuç idari para cezası oranlarının yeniden belirlenmesi ve lehe olan düzenlemenin davacıya uygulanması gerektiğinden bahisle Kurul kararının iptaline karar verilmiştir.
- (14) Ankara 9. İdare Mahkemesinin söz konusu iptal kararı 01.12.2025 tarihinde Kurum tarafından tebellüğ edilmiştir. Mahkeme kararının yerine getirilmesini teminen hazırlanan 23.12.2025 tarih ve 2023-3-026/BN-06 sayılı Bilgi Notu üzerine Kurul tarafından bu karar alınmıştır.
- (15) **H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili Bilgi Notunda
- 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 ile öngörülen grup muafiyetinden yararlanmadığı, anılan uygulamalara bireysel muafiyet de tanınamayacağı,
  - Bu nedenle CHI KOZMETİK'e 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 hükümleri kapsamında idari para cezası uygulanması gerektiği,
  - Tesis edilecek yeni idari para cezasının tespitinde, aleyhe bozmama ilkesine uygun olarak Kurulun 21.05.2024 tarihli ve 24-23/549-232 sayılı kararında belirlenen 93.776,19 TL tutarının aşılması koşuluyla, başlangıç ceza oranının mahkeme kararında alt sınırdan uzaklaşmak suretiyle belirlendiği yönündeki değerlendirme göz önünde bulundurularak; teşebbüsün pazardaki konumu ile ihlal sonucunda gerçekleşen veya gerçekleşmesi muhtemel zararın ağırlığı dikkate alındığında, iptal edilen kararda belirlenen %(...) oranı veya altında bir oran belirlenmesi gerektiği,
  - Temel para cezasının %(...) olarak tespit edildiği ve teşebbüs bakımından ağırlaştırıcı veya hafifletici unsurun bulunmadığı dikkate alındığında, Mülga Ceza

Yönetmeliği ile Yeni Ceza Yönetmeliği'nin karşılaştırılması sonucunda herhangi biri bakımından lehe veya aleyhe bir durumun ortaya çıkmayacağı

ifade edilmiştir.

## I. İNCELEME, GEREKÇE VE HUKUKİ DAYANAK

- (16) 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 boyasından<sup>1</sup> oluşmaktadır. CHI KOZMETİK; CHI<sup>2</sup> ve BioSilk markalı ürünleri ithal etmekte, Plex markalı ürünlerin üretimini ise Türkiye'de gerçekleştirmektedir.
- (17) 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.
- (18) 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.

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

- (19) 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.
- (20) 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.

<sup>1</sup> Saç boyası ürünü sadece CHI markasında bulunmaktadır.

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

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	(.....)
Toplam	(.....)	100,00	Toplam	100

Kaynak: Cevabi Yazı

- (21) 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.
- (22) 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 <sup>3</sup>	
	Satış (TL)	Oran	Satış (TL)	Oran	Satış (TL)	Oran	Satış (TL)	Oran
CHI KOZMETİK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam Pazar <sup>4</sup>	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

- (23) 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

- (24) 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.

<sup>3</sup> 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.

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

- (25) 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.
- (26) 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 Grupları<sup>5</sup>

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

- (27) 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 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 mevzuatına<sup>6</sup> tabi ürünlerin piyasaya arz edilmesi için ayrıca T.C. Sağlık Bakanlığı'nın Ürün Takip Sistemine (ÜTS) kayıt edilmesi gerekmektedir.
- (28) 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.

<sup>5</sup> E-Pazaryeri Platformları Sektör İncelemesi Nihai Raporu, Nisan 2022.

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

- (29) Saç bakım ürünleri, kozmetik ve kişisel bakım ürünleri içerisinde en büyük paya sahipken şampuanlar ise saç bakım ürünlerinin yaklaşık %59'unu oluşturmaktadır.<sup>7</sup> 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 Verisi<sup>8</sup>

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

- (30) 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.
- (31) 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.
- (32) 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

<sup>7</sup> Ticaret Bakanlığı Kozmetik Sektör Raporu (2022).

<sup>8</sup> 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) 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.
- (34) Saç bakım ürünleri pazarındaki genel görünüme yer verdikten sonra CHI KOZMETİK'in faaliyet gösterdiği saç bakım ürünleri pazarının alt kırılımları 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

- (35) 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

- (36) 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.
- (37) 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

- (38) Geçmiş tarihli Kurul kararlarında<sup>9</sup> kozmetik ürünleri, harcıâlem (*mass market*) kozmetik ürünleri ve seçici (*selektif*) kozmetik ürünleri olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Bu ayrımın

<sup>9</sup> 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.

dayandığı temel nokta, seçici kozmetik ürünlerinin diğer ürünlerden farklılaştırılmış özel niteliklere sahip olması dolayısıyla, farklı üretim ve pazarlama yöntemleri kullanılarak piyasaya arz edilmesidir. Harcıâlem ürünler, marketler gibi alışlagelmiş perakende satış kanallarıyla pazarlanıp satılabilirken, seçici ürünlerde, ürünün satışı sırasında özel eğitilmiş personel görevlendirilmekte, müşteri ihtiyaçlarını belirleyebilmek için çeşitli cihazlar kullanılabilir. Harcıâlem ve seçici kozmetik ürünleri genel itibarıyla birbirinden farklılaşmaktadır. Bununla birlikte bu ayrıma gerek duyulmayıp pazarın kozmetik ürünleri olarak daha geniş tanımlandığı Kurul kararları da mevcuttur.<sup>10</sup> 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 alınabilecektir.

- (39) 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.

### I.2.3. İlgili Coğrafi Pazar

- (40) 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.

### I.3. Yerinde İncelemede Elde Edilen Bilgi ve Belgeler<sup>11,12</sup>

- (41) **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 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. Sevgilerimle teşekkürler.

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

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

<sup>11</sup> Yazışmalardan alıntılanan ifadeler aslına uygun olarak işlenmiş, belgelerde herhangi bir düzeltme yapılmamıştır.

<sup>12</sup> Bulgu içeriklerine yer verilirken ilgili raporda yer alan bulgu numaralarına sadık kalınmıştır.

<sup>13</sup> CHI KOZMETİK tarafından (.....)'in TRENDYOL'da müşteri temsilcisi olarak görev yaptığı belirtilmiştir.

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\*

- (43) **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 Buybox<sup>14</sup> 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 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 aşğıda 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

- (44) **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 ilgileneceğim

<sup>14</sup> 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.

- (45) **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 anda

(.....): Teşekkür ederim şimdiden.

- (46) **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

- (47) **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

- (48) **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 Paylaşmıştır)

(.....): Merhabalar  
(.....): (.....)  
(.....): Hanım  
(.....): Güncellerim  
(.....): mağaza kapatma talimatı verdim hemen güncellerseniz mağazanız kapanmasın  
(.....): Tamam (.....) hanım

- (49) **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)

- (50) **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. AŞ<sup>15</sup> (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.  
14.02.2023-(.....) > (.....)Merhaba,  
Konuyla ilgilenip dönüş yapacağım.  
İyi çalışmalar dilerim.

#### I.4. Değerlendirme

- (51) 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

- (52) 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.

<sup>15</sup> Recepoğlu AŞ Grup ile aynı ekonomik bütünlük içerisinde yer almaktadır.

- (53) 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.
- (54) 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.
- (55) 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.<sup>16</sup> 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.
- (56) 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 "*Alicının 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.

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

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.

- (57) 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.
- (58) 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.
- (59) 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 alıcılara getirilecek bir yükümlülük sağlayıcının pazarda uygulanan fiyatları kontrol etmesini önemli ölçüde kolaylaştıracaktır.
- (60) 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.
- (61) Kurulun *Sony Eurasia*<sup>17</sup> 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 oluşturmayacağı belirtilmektedir. Bu doğrultuda, Kurul SONY'nin YSFB'ye yönelik uygulamalarını amaç

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

yönünden değerlendirerek ihlâl tespitinde bulunmuş olmakla birlikte, söz konusu kararda gerçekleştirilen etki analizinin sonuçları verilen idari para cezasında dikkate alınmıştır.

- (62) *Turkcell*<sup>18</sup> 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.
- (63) *Bellona*<sup>19</sup> 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.
- (64) *Groupe SEB*<sup>20</sup> 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 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.
- (65) *DYO*<sup>21</sup> 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.
- (66) *Perakende ve Zincir Marke*<sup>22</sup> 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

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

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

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

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

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

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.

- (67) Yukarıda değinilen Kurul kararlarına ek olarak, YSFB'ye yönelik yakın tarihli *Baymak*<sup>23</sup>, *Akaryakıt*<sup>24</sup>, *DyDO*<sup>25</sup>, *Numi*<sup>26</sup>, *Natura*<sup>27</sup>, *Duru Bulgur*<sup>28</sup>, *Pierre Fabre*<sup>29</sup>, *Sunny Elektronik*<sup>30</sup>, *Avon*<sup>31</sup> ve *Gerçek Kozmetik*<sup>32</sup> gibi diğer kararlarda da YSFB'ye yönelik aynı çerçevede benimsenmiş ve uygulamanın amacı itibarıyla rekabet ihlali teşkil ettiği değerlendirilmiştir.
- (68) 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.
- (69) Diğer yandan YSFB'nin, mehz Avrupa Birliği rekabet hukuku mevzuatı kapsamında da amaç yönüyle rekabeti kısıtladığı kabul edilmektedir. 2014 yılında Avrupa Komisyonu (Komisyon) tarafından yayımlanan "*Amaç Yönünden Rekabet Kısıtlarına İlişkin Kılavuz*"un<sup>33</sup> 3.4. maddesinde YSFB'nin amaç yönüyle rekabeti kısıtlayıcı bir ihlal olduğu ifade edilmiştir.
- (70) 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*)<sup>34</sup> 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 Öneri Kararlarında ve Soruşturmalarda 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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

<sup>34</sup> 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 eşiğin 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>,

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.

- (71) 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**

- (72) 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 dır. 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.

- (73) 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.

- (74) 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 çalışıldığı<sup>35</sup>, müşteri temsilcisine ise HEPSİBURADA da benzer şekilde

<sup>35</sup> 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

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? 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." 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.

- (75) Bulgu-4'te CHI KOZMETİK'in yeniden satıcısı olarak faaliyet gösteren Koala Kozmetik Yetkilisi "(.....)"ın; "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 iletmiştim." 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'a<sup>36</sup> 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.

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 listelemen 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 bildirimini 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.

<sup>36</sup> 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.

(76) 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 ilgileneyeceğim*" 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 iletiştim 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 (.....)'nün "*Güncellerim*" ifadesine rağmen yazışmanın devamında (.....)'ın "*mağaza kapatma talimatı verdim hemen güncellerseniz mağazanız kapanmasın*" şeklinde bir ifade kullandığı,
- 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.

(77) 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 ilgileneceğini belirttiği ve Kardağ'a dönüş yapacağı anlaşılmaktadır.

(78) 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)

şüpheye yer bırakmayacak şekilde ortaya koymaktadır.

(79) 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**

(80) 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.

(81) 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.

(82) 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 gerektirir.

(83) 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.

- (84) 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.
- (85) 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.
- (86) 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 sağlamanın, bir başka deyişle bireysel muafiyet almasının muhtemel olmadığı kabul edilmektedir.
- (87) 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.
- (88) 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 kararları<sup>37</sup> 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

<sup>37</sup> 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

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**

(89) 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,
- 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.

(90) 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 ilettiğim*", 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 düşükten satış yapıyorsunuz şu an da*", Bulgu-7'de yer verilen "*E ticarettteki 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 iletmiştim 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 iletmiş liste doğrultusunda fiyatları revize eder misiniz”, ifadelerinden anlaşılacağı 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.

- (91) 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 Bellona<sup>38</sup> Groupe SEB<sup>39</sup>, Turkcell<sup>40</sup>, DYO<sup>41</sup>, Pierre Fabre<sup>42</sup>, Sunny Elektronik<sup>43</sup>, Numil<sup>44</sup>, Duru Bulgur<sup>45</sup>, Avon<sup>46</sup> ve Gerçek Kozmetik<sup>47</sup> 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.
- (92) Öte yandan yeniden satıcıların, CHI KOZMETİK’in söz konusu uygulamalarından ve/veya fiyatlama politikalarından şikâyetçi olmaması, yapılan eylemin 4054 sayılı Kanun’a aykırılığını ortadan kaldırmayacaktır.
- (93) 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**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- (94) 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**

- (95) 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. maddesince anlaşmaları grup muafiyeti kapsamında çıkarılan ağır kısıtlama olarak değerlendirilmektedir.

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

- (96) 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.

- (97) 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. İlaveten 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 gelirin 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**

- (98) 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.

- (99) 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**

- (100) 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 belirtilmektedir.

- (101) 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 alınabilecektir. 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**

(102) 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.

(103) 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**

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

#### **1.4.5. İdari Para Cezasına İlişkin Değerlendirme**

(105) CHI KOZMETİK tarafından Kurulun 21.05.2025 tarih ve 24-23/549-232 sayılı kararı aleyhine açılan davada Ankara 9. İdare Mahkemesinin almış olduğu 05.11.2025 tarih ve E. 2025/279 ve K. 2025/1591 sayılı kararda;

- Dava dosyasında yer alan tüm bulgu ve deliller birlikte değerlendirildiğinde, davacı şirketin yeniden satıcılarına satış fiyatlarının belirlenen şekilde güncellenmemesi halinde satış yetkilerinin sonlandırılacağı, satılan ürünlerin sahte olduğu yönünde şikâyetle bulunarak cezalandırılma ihtimallerinin gündeme getirildiği, alıcıların mağazalarının kapatılacağı yönünde beyanlarının bulunduğu, bu şekilde alıcılarının kendi satış fiyatını belirleme serbestisini engelleyici nitelikte baskı oluşturulduğu, davacının yeniden satıcılarının fiyatlarını tespit etme eyleminin yaygın bir biçimde gerçekleştiği ve ilgili alıcıların kendi bağımsız kararlarını almasının engellendiği anlaşıldığından, davacının yeniden satış fiyatının belirlenmesi fiilinin sübuta erdiği,

- Kural olarak idari işlemlerin yargısal denetiminin, tesis edildikleri tarihte yürürlükte bulunan mevzuata göre yapıldığı, bu doğrultuda idari işlem niteliğindeki idari yaptırımların da tesis edildiği tarihte yürürlükte bulunan mevzuata göre yargısal denetiminin yapılması gerektiği,
- Dava konusu kararın tesis edildiği 21.05.2024 tarihinde, 15.02.2009 tarih ve 27142 sayı ile Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe Mülga Ceza Yönetmeliği yürürlükte olduğu,
- Ancak 27.12.2024 tarih ve 32765 sayı ile Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren Yeni Ceza Yönetmeliği ile 15.02.2009 tarihli yönetmeliğin mülga olduğu,
- Bu doğrultuda Yeni Ceza Yönetmeliği'nin, Mülga Ceza Yönetmeliği'ne kıyasla lehe hükümler içerip içermediğinin ayrıca değerlendirilmesi gerektiği, nitekim Kurulun da Yeni Ceza Yönetmeliği yürürlüğe girdikten sonra lehe hüküm ilkesine riayet etmek suretiyle kararlar verdiği,
- 4054 sayılı Kanun'un 4. ve 6. maddelerine aykırı davranışlar yönünden verilecek idari para cezalarının tespitine ilişkin usul ve esasları düzenleyen Mülga Ceza Yönetmeliği ve Yeni Ceza Yönetmeliği'nin kıyaslanmasından; önceden karteller ve diğer ihlaller ayrımı yapılarak, bunlar için belirlenecek temel ceza oranlarının alt ve üst sınırları belirlenmişken, yeni durumda "kartel - diğer ihlal" ayrımı bulunmadığı gibi, bunlara ilişkin herhangi bir alt sınıra da yer verilmediği, temel ceza oranının belirlenmesi bakımından önceden ilgili teşebbüs veya teşebbüs birliklerinin piyasadaki gücü dikkate alınmaktayken, artık ihlalin niteliğinin açık ve/veya ağır olup olmadığının gözetileceğinin belirtildiği, temel ceza oranı belirlenirken ihlalin süresine bağlı olarak yapılacak artırım bakımından, önceden "1-5 yıl" süren ihlaller için yarısı oranında artırım yapılacağı belirtilmişken, artık "1-2 yıl" için 1/5, "2-3 yıl" için 2/5, "3-4 yıl" için 3/5 ve "4-5 yıl" için 4/5 oranında kademeli artırım yapılacağı, Yeni Ceza Yönetmeliği'nde bazı ağırlaştırıcı unsurların kaldırıldığı, ayrıca hafifletici yeni unsurların eklendiği,
- Bu durumda, temel ceza oranına ilişkin önceden belirlenmiş olan alt sınırların kaldırılmış olduğu, 1 yıldan uzun 3 yıldan kısa olan ihlaller bakımından temel ceza oranı belirlenirken ihlalin süresi yönünden yapılacak artırımın azaltıldığı, ağırlaştırıcı bazı unsurların kaldırıldığı ve hafifletici yeni unsurlara yer verildiği,
- Bu kapsamda davacı hakkında uygulanan temel idari para cezasının Mülga Ceza Yönetmeliği'ne göre alt sınırdan uzaklaşarak belirlendiği, Yeni Ceza Yönetmeliği'nde herhangi bir alt sınırın bulunmadığı, bir bütün olarak karşılaştırıldığında Yeni Ceza Yönetmeliği'nin Mülga Ceza Yönetmeliği'ne kıyasen lehe düzenlemeler içerdiği,
- Kurul tarafından her iki yönetmelik dikkate alınmak ve kıyaslanmak suretiyle temel ve sonuç idari para cezası oranlarının yeniden belirlenmesi ve lehe olan düzenlemenin davacıya uygulanması gerektiği gözetilerek Kurul kararının iptaline karar verildiği

ifade edilmiştir. Bu bilgiler ışığında CHI KOZMETİK hakkında yeni bir idari para cezasının tespit edilmesi gerektiği anlaşılmaktadır.

**Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelikler Kapsamında Değerlendirme**

- (106) Kurul kararı uyarınca idari para cezasının uygulandığı tarihte yürürlükte bulunan düzenleme Mülga Ceza Yönetmeliği olmakla birlikte mahkemenin bozma gerekçesi Yeni Ceza Yönetmeliği'nin CHI KOZMETİK'in lehine olup olmadığının Mülga Ceza Yönetmeliği ile karşılaştırılarak yeniden değerlendirilmesi gerektiğine ilişkindir. Bu karşılaştırma yapılırken dikkat edilecek husus lehe olan kanunun uygulanması ilkesinin göz önünde bulundurulmasıdır. Öncelikle aleyhe bozmama ilkesi kapsamında CHI KOZMETİK hakkında yeniden yapılacak incelemede uygulanabilecek idari para cezasının, Kurulun 21.05.2024 tarihli ve 24-23/549-232 sayılı kararında belirlenen 93.776,19 TL tutarını aşamayacağı değerlendirilmektedir.
- (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 yılsonunda oluşan ve Kurul tarafından saptanacak olan yıllık gayri safi gelirlerinin yüzde onuna kadar idarî para cezası verilir*" hükmüne yer verilmiştir. Aynı Kanun maddesinin son fıkrasıysa "*Bu maddeye göre verilecek idarî para cezalarının tespitinde dikkate alınan hususlar, işbirliği halinde para cezasından bağışıklık veya indirim şartları, işbirliğine ilişkin usul ve esaslar Kurulca çıkarılacak yönetmeliklerle belirlenir.*" hükmünü amirdir.
- (108) Bahse konu son fıkra uyarınca, 15.02.2009 tarih ve 27142 sayı ile Resmî Gazete'de yayımlanmış olan Mülga Ceza Yönetmeliği, aynı fıkra uyarınca 27.12.2024 tarihli ve 32765 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak aynı gün yürürlüğe giren Yeni Ceza Yönetmeliği ile güncellenmiştir.
- (109) Bu doğrultuda lehe kanun ilkesi gereğince mahkeme kararının yerine getirilmesini teminen, somut olay bakımından Mülga Ceza Yönetmeliği ve Yeni Ceza Yönetmeliği hükümlerinin karşılaştırılması gerekmektedir.<sup>48</sup> Bu bağlamda Yeni Ceza Yönetmeliği ile Mülga Ceza Yönetmeliği'nin bir bütün halinde ele alınıp hangisi teşebbüs lehine ise onun karara esas alınması gerektiği değerlendirilmektedir.
- (110) Somut dosyada CHI KOZMETİK'in anlaşma ve/veya uyumlu eylemler suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği değerlendirilmiş ve Mülga Ceza Yönetmeliği'nin 3. maddesinde yer alan "diğer ihlaller" tanımı uyarınca cezanın uygulanması gerektiğine karar verilmiştir.
- (111) Bu kapsamda Mülga Ceza Yönetmeliği'nin 5. maddesinin birinci fıkrası uyarınca başlangıç ceza oranı CHI KOZMETİK'in gayri safi gelirin %0,5'i ile %3'ü arasında bir oran olan %(.....) üzerinden tespit edilerek teşebbüs hakkında ceza takdirinde bulunulmuştur.
- (112) Bununla birlikte Yeni Ceza Yönetmeliği ile birlikte temel ceza oranının yalnızca "kartel" ve "diğer ihlaller" şeklinde sınıflandırılmış ihlal türlerine bağlı olarak belirlendiği yaklaşımdan vazgeçilmiş olup özellikle ihlalin niteliğinin ve rekabet üzerindeki olumsuz etkisinin dikkate alındığı yeni bir yöntem benimsenmiştir. Buna paralel olarak temel

<sup>48</sup> Detay için bkz. KAPLAN, O. (2021), "Danıştay Kararları Çerçevesinde İdari Yaptırımlarda Lehe Hükmün Uygulanması İlkesi," *Erciyes Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, C. 16, S. 2, s. 445-486; ÖZKAN, G. (2020), "İdari Yaptırımlar, Lehe Kanun Uygulanması ve Yargıya Güven," *International Conference On Eurasian Economies 2020*," Session 6A: Hukuk, s. 175-185.

ceza oranının belirlenmesinde “kartel” ve “diğer ihlaller” ayırımına bağlı olarak getirilmiş olan alt ve üst sınırlar kaldırılmıştır.

- (113) Bu kapsamda Mülga Ceza Yönetmeliği'nin mi yoksa Yeni Ceza Yönetmeliği'nin mi lehe olacağını belirlerken başlangıç para cezasının hangi oran üzerinden belirleneceği büyük önem taşıyacaktır. Zira Kurul, %0,5'ten düşük bir oran belirleyebileceği gibi %3'ten yüksek bir oran da öngörebilecektir.
- (114) Öte yandan, başlangıç ceza oranının belirlenmesinde Mülga Ceza Yönetmeliği'nin 5. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca “*Birinci fıkrada yazılı oranların belirlenmesinde, ilgili teşebbüs veya teşebbüs birliklerinin piyasadaki gücü, ihlal neticesinde gerçekleşen veya gerçekleşmesi muhtemel zararın ağırlığı gibi hususlar*” dikkate alınırken Yeni Ceza Yönetmeliği'nin 5. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca da “*özellikle, ihlal dolayısıyla gerçekleşen veya gerçekleşmesi muhtemel zararın ağırlığı ile ihlalin niteliğinin açık ve/veya ağır olup olmadığı*” gözetilmektedir.
- (115) Mülga Ceza Yönetmeliği'nin ve Yeni Ceza Yönetmeliği'nin 5. maddesinin üçüncü fıkrasında, ihlalin süresinin temel para cezasının tespitinde dikkate alınacağı öngörülmektedir. Mülga Ceza Yönetmeliği'nde belirtilen hükme göre temel para cezasına esas oran; bir ila beş yıl arasında süren ihlallerde yarısı oranında, beş yıldan uzun süren ihlallerde ise bir katı oranında artırılacaktır. Yeni Ceza Yönetmeliği'nde belirtilen hükme göre ise temel ceza oranı; bir yıldan uzun iki yıldan kısa süren ihlallerde beşte biri oranında, iki yıldan uzun üç yıldan kısa süren ihlallerde beşte ikisi oranında, üç yıldan uzun dört yıldan kısa süren ihlallerde beşte üçü oranında, dört yıldan uzun beş yıldan kısa süren ihlallerde beşte dördü oranında ve beş yıldan uzun süren ihlallerde ise bir katı oranında artırılmaktadır. CHI KOZMETİK'in ihlal süresi 1 yıldan kısa olduğundan her iki yönetmelik bakımından da başlangıç para cezasında herhangi bir artış olmadan temel para cezası belirlenmiş olacaktır.
- (116) Öte yandan teşebbüslere verilecek idari para cezalarının tayininde temel ceza oranının belirlenmesinden sonraki aşamayı yönetmeliğın 6. maddesinde düzenlenen ağırlaştırıcı unsurlar ve/veya 7. maddesindeki hafifletici unsurlar değerlendirilerek nihai ceza oranının belirlenmesi oluşturmaktadır.
- (117) Kurulun ilgili kararında herhangi bir ağırlaştırıcı veya hafifletici unsurun somut olay nezdinde gerçekleşmediğini değerlendirmiştir. Yeni Ceza Yönetmeliği kapsamında ağırlaştırıcı ve hafifletici sebeplere ilişkin çeşitli değişiklikler yapılmış olup, CHI KOZMETİK'e uygulanan idari para cezasının anılan düzenlemeler çerçevesinde ağırlaştırıcı ve hafifletici sebepler yönünden ayrıca değerlendirilmesi gerekmektedir.
- (118) Mülga Ceza Yönetmeliği'nin ağırlaştırıcı unsurlar başlıklı 6. maddesinin birinci fıkrasında temel para cezasının a) ihlalin tekerrürü halinde, her bir tekrar için, b) soruşturma kararının tebliğinden sonra kartele devam edilmesi halinde yarısından bir katına kadar artırılacağı düzenlenmiştir. İkinci fıkrasında ise a) Kanunun 4. veya 6. maddeleri kapsamında ortaya çıkan rekabet sorunlarının giderilmesine yönelik olarak verilen taahhütlere uyulmaması halinde, yarısından bir katına kadar, b) incelemeye yardımcı olunmaması halinde yarısına kadar, c) diğer teşebbüslerin ihlale zorlanması gibi hallerde dörtte bir katına kadar artırılabilen düzenlenmektedir.
- (119) Yeni Ceza Yönetmeliği'nin ağırlaştırıcı unsurlar başlıklı 6. maddesinde birinci fıkrasında Kanunun 4. ve/veya 6. maddesinin ihlal edildiğinin Kurul tarafından tespit edilmesinden sonra aynı teşebbüs veya teşebbüs birliği tarafından Kanunun 4. ve/veya 6. maddesinin tekrar ihlal edilmesi halinde temel ceza oranı bir katına kadar artırılır hükmü yer almaktayken, İkinci fıkrasında ise soruşturma kararının tebliğinden sonra ihlale devam edilmesi, ihlalde belirleyici etkinin bulunması, Uzlaşma Yönetmeliği'nin 12. maddesinin

üçüncü fıkrasında yer alan gizlilik yükümlülüğünün ihlal edilmesi halinde temel ceza oranı bir katına kadar artırılabilir düzenlenmiştir.

- (120) Bu kapsamda CHI KOZMETİK'in ihlale konu eylemleri bakımından ilgili hükümler çerçevesinde herhangi bir ağırlaştırıcı nedenin sübut etmediği anlaşılmakta olup Kurul kararında yer alan ağırlaştırıcı unsurun olmadığı yönündeki değerlendirmenin korunması gerektiği değerlendirilmektedir.
- (121) Mülga Ceza Yönetmeliği'nin hafifletici unsurlar başlıklı 7. maddesinin birinci fıkrasında "*Temel para cezası, yasal yükümlülüklerin yerine getirilmesi haricinde incelemeye yardımcı olunması, ihlalde kamu otoritelerinin teşvikinin veya diğer teşebbüslerin zorlamasının bulunması, zarar görenlere gönüllü olarak tazminat ödenmesi, diğer ihlallere son verilmesi, ihlal konusu faaliyetlerin yıllık gayri safi gelirler içerisindeki payının çok düşük olması gibi haller ilgili teşebbüs veya teşebbüs birliği tarafından ispatlanırsa, dörtte bir ile beşte üç arasında indirilebilir.*" hükmü yer alırken Yeni Ceza Yönetmeliği hafifletici unsurlar başlıklı 7. maddesinin birinci fıkrasında ise "*Temel ceza oranı veya 6 ncı madde uyarınca hesaplanan ağırlaştırılmış ceza oranı; a) Yasal yükümlülüklerin yerine getirilmesi haricinde, yerinde incelemenin daha kısa sürede tamamlanmasını veya daha etkin şekilde gerçekleştirilmesini sağlayan fiziksel ve/veya teknik imkânların sunulması suretiyle ya da yerinde inceleme esnasında inceleme konusuyla bağlantılı olan ilave bilgi veya belgelerin incelenen tarafça kendiliğinden sunulması suretiyle yerinde incelemeye yardımcı olunması, b) İhlalde diğer teşebbüslerin zorlamasının bulunması, c) İhlale katılımın sınırlı olması, ç) İhlal konusu faaliyetlerin yıllık gayri safi gelirler içerisindeki payının düşük olması, d) İdari para cezasına esas alınan yıllık gayri safi gelirler içinde yurt dışı satış gelirlerinin bulunması, gibi hallerin ilgili teşebbüs veya teşebbüs birliği tarafından ispatlanması halinde indirilebilir*" ifadesi bulunmaktadır.
- (122) Lehe hüküm ilkesi gereği, nihai olarak her iki ceza yönetmeliğinin bütüncül şekilde değerlendirilmesi ve teşebbüs lehine olan düzenlemenin uygulanması gerekmektedir.
- (123) Yukarıda yer verilen hafifletici unsur hükümleri somut olay nezdinde değerlendirildiğinde CHI KOZMETİK'in 2023 ve 2024 yıllarında herhangi bir yurt dışı gelirin bulunmadığı görülmektedir. Bu çerçevede, teşebbüs herhangi bir ihracat gelinine sahip olmadığından bu durum hafifletici unsur olarak dikkate alınamayacaktır.
- (124) İhlale konu faaliyetlerin yıllık gayrisafi gelirler içindeki payı bakımından Mülga Ceza Yönetmeliği'nde "çok düşük olması" şartı aranırken, Yeni Ceza Yönetmeliği'nin yalnızca "düşük olması" tabirini kullanması, hafifletici unsurun uygulanabilirliğini genişleten ve Kurulun takdir alanını artıran bir yaklaşım ortaya koymaktadır. Bu kapsamda dosya kapsamında, CHI KOZMETİK'in, CHI, Biosilk ve Plex markaları ile faaliyet gösterdiği, ihlale konu bulgularda CHI ve Biosilk markalı ürünlerin açıkça yer aldığı, bununla birlikte bazı bulgularda (Bulgu-6 ve Bulgu-8) ise marka ya da ürün ismi belirtilmeksizin alıcıların yeniden satış fiyatını müdahale edildiği tespit edilmiştir. Bu doğrultuda karara konu eylemin tüm ürün gruplarına yönelik bulgular içerdiği anlaşılmaktadır. Anılan sebeple, ihlale konu ürünlerin teşebbüsün toplam cirosu içindeki payının düşük ve/veya çok düşük olmasının, somut olayda hafifletici unsur olarak değerlendirilmesi mümkün görülmemektedir.<sup>49</sup>

<sup>49</sup> Bulgularda açıkça yer alan markaların (CHI ve Biosilk) toplam ciro içerisindeki payının % (.....) seviyesinde olması ve ihlal döneminin büyük bir kısmının 2022 yılını (15.03.2022 ve 14.02.2023) kapsamaması birlikte değerlendirildiğinde, ihlale konu faaliyetlerin ciro içerisindeki payının düşük ya da çok düşük olması beklenmemektedir.

- (125) Hem Mülga Ceza Yönetmeliği'nde sayılan yasal yükümlülüklerin yerine getirilmesi haricinde incelemeye yardımcı olunması, ihlalde kamu otoritelerinin teşvikinin veya diğer teşebbüslerin zorlamasının bulunması, zarar görenlere gönüllü olarak tazminat ödenmesi, diğer ihlallere son verilmesi hallerinin hem de Yeni Ceza Yönetmeliği kapsamında yasal yükümlülüklerin yerine getirilmesi haricinde, yerinde incelemenin daha kısa sürede tamamlanmasını veya daha etkin şekilde gerçekleştirilmesini sağlayan fiziksel ve/veya teknik imkânların sunulması suretiyle ya da yerinde inceleme esnasında inceleme konusuyla bağlantılı olan ilave bilgi veya belgelerin incelenen tarafça kendiliğinden sunulması suretiyle yerinde incelemeye yardımcı olunması, ihlalde diğer teşebbüslerin zorlamasının bulunması, ihlale katılımın sınırlı olması hallerinin bulunmadığı değerlendirilmektedir.
- (126) Buna ek olarak her iki Yönetmelik açısından da hafifletici unsur indiriminin uygulanması Kurulun takdirinde olup dosya kapsamında söz konusu indirimin uygulanması uygun görülmemiştir.
- (127) Yukarıda yer verilen açıklamalar kapsamında, Mülga Ceza Yönetmeliği ve Yeni Ceza Yönetmeliği'nin bütüncül şekilde değerlendirilmesi ve teşebbüs lehine olan düzenlemenin uygulanması gerekmektedir. Bu çerçevede, başlangıç ceza oranı 21.05.2024 tarihli ve 24-23/549-232 sayılı kararda Mülga Ceza Yönetmeliği'ne göre %(.....) olarak tespit edilmiş, ihlalin bir yıldan kısa sürmesi nedeniyle artırıma gidilmemiştir. Teşebbüs bakımından herhangi bir hafifletici veya ağırlaştırıcı neden öngörülmemiştir. Yeni Ceza Yönetmeliği'ne göre yapılan değerlendirmede ise yine başlangıç ceza oranı %(.....) olarak takdir edilmiş, süre nedeniyle bir artırım yapılmamış, herhangi bir ağırlaştırıcı veya hafifletici unsur öngörülmemiştir. Bu açıklamalar doğrultusunda teşebbüs bakımından her iki yönetmeliğin ayrı ayrı uygulanması neticesinde ulaşılan sonuç cezalar kıyaslandığında lehe veya aleyhe bir durum ortaya çıkmaması sebebiyle ve aleyhe hüküm verme yasağı da dikkate alınarak teşebbüse uygulanacak idari para cezasının 93.776,19-TL olarak belirlenmesi yönünde kanaat oluşmuştur.

## J. SONUÇ

- (128) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre, Ankara 9. İdare Mahkemesinin 05.11.2025 tarih ve 2025/279 E. 2025/1591 K. sayılı kararının gereğinin yerine getirilmesini teminen;
- 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- CHI Kozmetik İthalat İhracat Sanayi ve Ticaret AŞ'ye 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrası, beşinci 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" ve 15.02.2009 tarih ve 27142 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar İle Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik" in karşılaştırılması sonucunda lehe veya aleyhe bir durum ortaya çıkmaması sebebiyle 15.02.2009 tarih ve 27142 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar İle Hâkim

**25-49/1200-679**

Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik” 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

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