

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2023-4-022 (Soruşturma)
Karar Sayısı : 24-56/1246-534
Karar Tarihi : 27.12.2024

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Birol KÜLE
Üyeler : Ahmet ALGAN (İkinci Başkan), Şükran KODALAK,
Cengiz ÇOLAK, Rıdvan DURAN

B. RAPORTÖRLER : Kübra Dilara AYAR, Rabia BALTACI, Melih Gökhan DURMUŞ,
Emre NEBİOĞLU

C. BAŞVURUDA

BULUNAN : Resen

D. HAKKINDA SORUŞTURMA

YAPILANLAR : Kadioğlu Kırtasiye Pazarlama Ticaret AŞ
Macun Mah. 198. Cad. No:27/1 Yenimahalle/Ankara

- (1) **E. DOSYA KONUSU:** Kadioğlu Kırtasiye Pazarlama Ticaret AŞ'nin yeniden satıcıların satış fiyatını tespit etmek ve internet satışlarını kısıtlamak suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği iddiası.
- (2) **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Rekabet Kurulunun (Kurul) 23.03.2023 tarihli ve 23-15/262-M sayılı kararıyla Canon Eurasia Görüntüleme ve Ofis Sistemleri AŞ (CANON) hakkında 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 4. maddesinin ihlal edilip edilmediğinin tespitine yönelik olarak yürütülen önaraştırma kapsamında 06.04.2023 tarihinde CANON distribütörü olan ve diğer sağlayıcıların ürünlerine ilişkin de yeniden satış faaliyeti sürdüren Kadioğlu Kırtasiye Pazarlama Ticaret AŞ'de (KADIOĞLU) yerinde inceleme gerçekleştirilmiştir. Söz konusu yerinde incelemede, Epson Italia S.P.A. Merkezi İtalya Türkiye İstanbul Şubesi (EPSON TÜRKİYE) ile KADIOĞLU'nun 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal etmiş olabileceği yönünde şüphe doğuran birtakım belgeler elde edilmiştir.
- (3) **G. DOSYA EVRELERİ:** Anılan belgelere ilişkin hazırlanan 08.05.2023 tarih ve 2023-4-022/İİ sayılı İlk İnceleme Raporu, Kurulun 11.05.2023 tarihli toplantısında görüşülerek EPSON TÜRKİYE ve KADIOĞLU hakkında 4054 sayılı Kanun'un 40. maddesinin birinci fıkrası uyarınca önaraştırma yapılmasına 23-21/419-M sayı ile karar verilmiştir. Başkanlık Makamınının 31.08.2023 tarih ve 71599 sayılı Oluru uyarınca 05.09.2023 tarihinde başlatılan önaraştırma kapsamında; EPSON TÜRKİYE'de 05.09.2023 tarihinde, EPSON TÜRKİYE'nin yeniden satıcılarından KADIOĞLU'nda 05.09.2023 tarihinde, 2D Büro Makineleri Ticaret Limited Şirketi (2D BÜRO), Inokas Bilgi Sistemleri ve Danışmanlık Hizmetleri Ticaret Ltd. Şti. (İNOKAS) ve Koyuncu Elektronik Bilgi İşlem Sistemleri Sanayi ve Dış Ticaret Anonim Şirketinde (KOYUNCU) 06.09.2023 tarihinde, Tecpro Bilgi Teknolojileri Anonim Şirketinde (TECPRO) ise 07.09.2023 tarihinde yerinde inceleme gerçekleştirilmiş ve söz konusu teşebbüslerden bilgi ve belge talebinde bulunulmuştur.

- (4) Ayrıca önaraştırma sürecinde yapılan incelemelerin detaylandırılması adına 18.09.2023 tarih ve 72881 sayı ile EPSON'dan ve 20.09.2023 tarih ve 73025 sayı ile KADIOĞLU'ndan bilgi ve belge talebinde bulunulmuştur.
- (5) Talep edilen bilgi ve belgelere ilişkin KADIOĞLU tarafından gönderilen cevabi yazılar 08.09.2023 tarih ve 42257 sayı, 22.09.2023 tarih ve 42789 sayı ve 03.10.2023 tarih ve 43168 sayı ile; EPSON TÜRKİYE tarafından gönderilen cevabi yazılar 13.09.2023 tarih ve 42453 sayı, 15.09.2023 tarih ve 42548 sayı, 19.09.2023 tarih ve 42625 sayı, 21.09.2023 tarih ve 42751 sayı, 22.09.2023 tarih ve 42806 sayı, 25.09.2023 tarih ve 42852 sayı, 26.09.2023 tarih ve 42915 sayı, 27.09.2023 tarih ve 42959 sayı ve 03.10.2023 tarih ve 43167 sayı ile; 2D BÜRO tarafından gönderilen cevabi yazı 11.09.2023 tarih ve 42347 sayı ile; İNOKAS tarafından gönderilen cevabi yazılar 08.09.2023 ve 42284 sayı ve 21.09.2023 tarih ve 42745 sayı ile; KOYUNCU tarafından gönderilen cevabi yazılar 13.09.2023 tarih, 42446 sayı ve 15.09.2023 tarih, 42520 sayı ile; TECPRO tarafından gönderilen cevabi yazılar ise 11.09.2023 tarih ve 42366 sayı, 18.09.2023 tarih ve 42572 sayı ve 22.09.2023 tarih ve 42784 sayı ile Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına intikal etmiştir.
- (6) Dosya kapsamında elde edilen bilgi ve belgeler işığında hazırlanan 04.10.2023 tarihli ve 2023-4-022/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu Kurulun 12.10.2023 tarihli toplantısında görüşülmüş ve Epson Italia S.P.A. (EPSON İTALYA), EPSON TÜRKİYE (birlikte EPSON olarak anılacaklardır) ve KADIOĞLU hakkında 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlal edilip edilmediğinin tespitine yönelik olarak aynı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına 23-48/909-M sayı ile karar verilmiştir.
- (7) Öte yandan KADIOĞLU'na 26.10.2023 tarihli ve 75677 sayılı, EPSON TÜRKİYE'ye 26.10.2023 tarihli ve 75678 sayılı EPSON İTALYA'ya 26.10.2023 tarihli ve 75641 sayılı yazılar ile soruşturma bildirimini gönderilerek 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca soruşturma bildiriminde yer verilen bulgu, tespit, iddia ve değerlendirmeler hakkındaki yazılı savunmalarını 30 gün içinde Kuruma iletmeleri istenmiştir.
- (8) Bu kapsamda KADIOĞLU tarafından sunulan birinci yazılı savunma 29.11.2023 tarih ve 45469 sayı, EPSON TÜRKİYE tarafından sunulan birinci yazılı savunma 01.12.2023 tarih ve 45548 sayı, EPSON İTALYA tarafından sunulan birinci yazılı savunma ise 01.12.2023 tarih ve 45550 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (9) Ayrıca soruşturma sürecinde yapılan incelemelerin detaylandırılması adına KADIOĞLU'ndan birtakım bilgi ve belgeler talep edilmiştir. Talep edilen bilgi ve belgelere ilişkin KADIOĞLU tarafından gönderilen cevabi yazılar 20.05.2024 tarih ve 52002 sayı, 04.06.2024 tarih ve 52607 sayı, 05.06.2024 tarih ve 52646 sayı, 07.06.2024 tarih ve 52746 sayı, 07.06.2024 tarih ve 52747 sayı, 10.06.2024 tarih ve 52803 sayı, 11.06.2024 tarih ve 52914 sayı ve 11.06.2024 tarih ve 52913 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (10) Bununla birlikte KADIOĞLU ile aynı seviyede faaliyet gösteren rakiplerinden de birtakım bilgi ve belgeler talep edilmiştir. Talep edilen bilgi ve belgelere ilişkin Boğaziçi Bilgisayar Tic ve San Aş (BOĞAZIĞI) tarafından 10.06.2024 tarih ve 52851 sayı, Tesan İletişim Aş (TESAN) tarafından 10.06.2024 tarih ve 52852 sayı, Koyuncu Elektronik Bilgi İşlem Sist. Aş (KOYUNCU) tarafından 10.06.2024 tarih ve 52859 sayı, Arena Bilgisayar San.Tic. Aş (ARENA) tarafından 10.06.2024 tarih ve 52858 sayı, Endeks Bilişim San. ve Dış Tic. Aş (ENDEKS) tarafından 10.06.2024 tarih ve 52857 sayı, Penta Teknoloji Ürün. Dağ. Tic. Aş (PENTA) tarafından 10.06.2024 tarih ve 52855 sayı, Despec Bilgisayar Paz. ve Tic Aş (DESPEC) ve Indeks Bilgisayar Müh.

AŞ (INDEX)¹ tarafından 11.06.2024 tarih ve 52912 sayı ile gönderilen cevabi yazılar Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.

- (11) Soruşturma süreci devam ederken EPSON TÜRKİYE ve EPSON İTALYA tarafından Kurum kayıtlarına sırasıyla; 22.01.2024 tarih ve 47684 sayı ve 05.03.2024 tarih ve 49411 sayı ile yeniden satıcıların satış fiyatının belirlenmesi eylemine ilişkin olarak uzlaşma başvurusu yapılmıştır. Bununla birlikte EPSON TÜRKİYE ve EPSON İTALYA tarafından Kurum kayıtlarına sırasıyla; 20.12.2023 tarih ve 46351 sayı ve 05.03.2024 tarih ve 49412 sayı ile gönderilen yazılarla internet satışlarını kısıtlamaya ve dikey nitelikli bölge ve müşteri sınırlamalarına yönelik eylemlerine ilişkin taahhüt sunma talebinde bulunulmuştur. Söz konusu başvurular üzerine hazırlanan 2023-4-022/BN-03 sayılı Bilgi Notu Kurulun 21.03.2024 tarihli toplantısında görüşülmüş ve yeniden satış fiyatının belirlenmesi eylemine ilişkin uzlaşma talebi 24-14/299-M(2) sayılı Kurul kararıyla kabul edilerek uzlaşma görüşmelerinin başlatılmasına karar verilmiştir. Anılan Kurul kararına istinaden 26.03.2024 tarihinde EPSON temsilcileri ile Kurum merkezinde uzlaşma görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Öte yandan EPSON tarafından gönderilen ve uzlaşma sürecinde ceza takdirine ilişkin değerlendirmelerde kullanılması talep edilen hususları içeren cevabi yazı 29.03.2024 tarih ve 50436 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. Uzlaşma görüşmesi neticesinde hazırlanan 04.04.2024 tarihli ve 2023-4-022/BN-06 sayılı bilgi notu Kurulun 04.04.2024 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 24-16/388-MUA sayı ile;

- EPSON'un yeniden satıcıların satış fiyatına müdahale etmek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiğine,
- Bu nedenle, EPSON'a 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrası ve Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hakim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik'in (Ceza Yönetmeliği) 5. maddesinin birinci fıkrasının (b) bendi, ikinci fıkrası ve üçüncü fıkrasının (b) bendi uyarınca 2022 yılı gayrisafi geliri üzerinden % (.....) oranında olmak üzere 36.418.029,66 TL idari para cezası uygulanmasına,
- 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin yedinci fıkrası ve Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılmasına Yönelik Soruşturmalarda Uygulanabilecek Uzlaşma Usulüne İlişkin Yönetmelik'in (Uzlaşma Yönetmeliği) 4. maddesinin dördüncü fıkrası uyarınca uzlaşma usulü sonucunda teşebbüse verilecek idari para cezasında %25 oranında indirim uygulanmasına,
- Bu kapsamda uzlaşma usulü sonucunda teşebbüse 2022 yılı gayrisafi gelirleri üzerinden nihai olarak % (.....) oranında ve 27.313.522,25 TL tutarında idari para cezası uygulanmasına, Uzlaşma Yönetmeliği'nin 7. maddesinin birinci fıkrasının (e) bendi uyarınca, uzlaşma metninin Kuruma gönderilebilmesi için işbu ara kararın tebliğinden itibaren anılan teşebbüse 15 gün süre verilmesine

karar verilmiştir. Söz konusu karara istinaden EPSON tarafından gönderilen ve ara kararda öngörülen azami idari para cezası oranı ve tutarının açıkça kabul edildiğine ilişkin uzlaşma metni 18.04.2024 tarih ve 51041 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. Kurulun 03.05.2024 tarihli toplantısında EPSON'un yeniden satıcılarının satış fiyatlarına müdahale etmek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiğine, Kurulun 12.10.2023 tarihli ve 23-48/909-M sayılı kararı uyarınca yürütülen soruşturmanın EPSON bakımından yeniden satıcıların satış fiyatına müdahale

¹ (.....) ve (.....) aynı ekonomik bütünlük içinde yer almaktadır.

edilmesine ilişkin iddialar yönünden uzlaşma usulü ile sonlandırılmasına 24-21/478-203 sayı ile karar verilmiştir.

- (12) Öte yandan EPSON'un ilgili taahhüt sunma talebinin de değerlendirildiği 19.03.2024 tarihli ve 2023-4-022/BN-03 sayılı Bilgi Notu, Kurulun 21.03.2024 tarihli toplantısında görüşülmüş ve internet satışlarını kısıtlamaya yönelik eylemlerine ilişkin taahhüt sunma talebinin, internet satışlarını kısıtlamaya yönelik eylemlerinin yeniden satış fiyatının tespitinin bir uzantısı niteliğinde olması ve yeniden satış fiyatının tespiti eyleminin açık ağır ihlal niteliği teşkil etmesi sebebiyle reddine, dikey nitelikli bölge ve müşteri sınırlamalarına yönelik taahhüt sunma talebinin ise kabul edilerek taahhüt görüşmelerine başlanmasına 24-14/299-M(1) sayı ile karar verilmiştir. Anılan kararı takiben 13.05.2024 tarihinde EPSON ile Kurum merkez binasında gerçekleştirilen taahhüt görüşmelerinin ardından teşebbüs temsilcileri tarafından gönderilen Taahhüt Metni 28.05.2024 tarih ve 52315 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. Söz konusu taahhütlere yönelik hazırlanan 29.05.2024 tarihli ve 2023-4-022/BN-09 sayılı Bilgi Notu, Kurulun 04.06.2024 tarihli toplantısında görüşülmüş ve EPSON tarafından bölge ve müşteri sınırlamalarına yönelik sunulan taahhütlerin rekabet sorunlarını giderebilecek nitelikte olması nedeniyle kabulüne ve ilgili teşebbüs açısından bağlayıcı hale getirilmesine, bu çerçevede 12.10.2023 tarihli ve 23-48/909-M sayılı Kurul kararı uyarınca yürütülen soruşturmanın, EPSON tarafından bölge ve müşteri sınırlaması uygulandığı iddiası bakımından sonlandırılmasına 24-24/572-241 sayı ile karar verilmiştir. Bu doğrultuda EPSON hakkında yürütülen soruşturma yeniden satıcıların satış fiyatına müdahale edilmesine ilişkin iddialar yönünden uzlaşma usulü ile dikey nitelikli bölge ve müşteri sınırlamasında bulunmak iddiası bakımından ise taahhüt usulü ile sonuçlandırılmıştır.
- (13) Ayrıca KADIOĞLU tarafından Kurum kayıtlarına 31.01.2024 tarih ve 48054 sayı ile gönderilen yazıyla internet satışlarını kısıtlama eylemine ilişkin olarak rekabet sorunlarının ortadan kaldırılması amacıyla taahhüt sunma talebi ile başvuru yapılmıştır. Söz konusu talebe yönelik olarak KADIOĞLU hakkında hazırlanan 19.03.2024 tarihli ve 2023-4-022/BN-04 sayılı Bilgi Notu, Kurulun 21.03.2024 tarihli toplantısında görüşülmüş ve KADIOĞLU'nun taahhüt sunma talebinin kabul edilerek taahhüt görüşmelerine başlanmasına 24-14/300-M sayı ile karar verilmiştir. Anılan kararı takiben 24.04.2024 tarihinde KADIOĞLU ile Kurum merkezinde gerçekleştirilen taahhüt görüşmelerinin ardından teşebbüs temsilcileri tarafından gönderilen Taahhüt Metni 17.05.2024 tarih ve 51970 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. Söz konusu taahhütlere yönelik KADIOĞLU hakkında hazırlanan 17.05.2024 tarihli ve 2023-4-022/BN-08 sayılı Bilgi Notu, Kurulun 04.06.2024 tarihli toplantısında görüşülmüş ve KADIOĞLU tarafından internet satışlarını kısıtlama eylemine ilişkin sunulan taahhütlerin dosya kapsamında tespit edilen rekabet sorunlarını giderebilecek nitelikte olmadığından reddine ve taahhüt sürecinin sonlandırılmasına 24-24/574-242 sayı ile karar verilmiştir.
- (14) Diğer yandan Kurulun 21.03.2024 tarihli ve 24-14/301-M sayılı kararı ile soruşturma süresinin 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin birinci fıkrası hükmü uyarınca iki ay uzatılmasına karar verilmiştir.
- (15) Soruşturma süreci sonunda hazırlanan 12.06.2024 tarihli ve 2023-4-022/SR-01 sayılı Soruşturma Raporu (Rapor/Soruşturma Raporu) ve ekleri, 4054 sayılı Kanun'un 45. maddesinin ilk fıkrası gereğince KADIOĞLU'na tebliğ edilerek yazılı savunmasını sunması talep edilmiştir. Bu çerçevede, ilgili soruşturma raporu KADIOĞLU tarafından 25.06.2024 tarihinde tebellüğ edilmiştir.

- (16) İkinci yazılı savunma süreci içerisinde KADIOĞLU tarafından 09.07.2024 tarih ve 53650 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal eden yazıyla 4054 sayılı Kanun'un 45. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca yazılı savunmanın sunumu için 30 gün ilave süre tanınması talebinde bulunulmuştur. Bu doğrultuda 18.07.2024 tarih ve 24-30/712-M sayılı Kurul kararı ile KADIOĞLU'nun ikinci yazılı savunma süresinin 30 gün uzatılmasına karar verilmiştir.
- (17) İlerleyen süreçte, KADIOĞLU'nun ikinci yazılı savunması yasal süresi içinde 23.08.2024 tarih ve 55512 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. 4054 sayılı Kanun'un 45. maddesinin değişiklik öncesi ikinci fıkrası uyarınca soruşturma tarafının ikinci yazılı savunmasına yönelik olarak hazırlanacak ek yazılı görüş için öngörülen süre Kurulun 05.09.2024 tarihli ve 24-36/862-M sayılı kararı ile 15 gün uzatılmasına karar verilmiştir. KADIOĞLU tarafından gönderilen ikinci yazılı savunmaya yönelik 4054 sayılı Kanun'un 45. maddesi uyarınca 23.09.2024 tarih ve 2023-4-022/EG sayılı Ek Yazılı Görüş hazırlanmıştır.
- (18) Öte yandan KADIOĞLU'nun üçüncü yazılı savunması 23.10.2024 tarih ve 58064 sayı ile Kurum kayıtlarına yasal süresi içerisinde intikal etmiştir.
- (19) 01.11.2024 tarih ve 2023-4-022/BN-13 sayılı Bilgi Notu ile 4054 sayılı Kanun'un 46. maddesi uyarınca sözlü savunma toplantısı yapılması hususunun görüşülmesi konusu 07.11.2024 tarihli Kurul toplantısında ele alınmış ve 24-45/1047-M sayı ile sözlü savunma toplantısının 23.12.2024 tarihinde yapılmasına karar verilmiştir. Anılan tarihte sözlü savunma toplantısı gerçekleştirilmiştir.
- (20) Kurul; yürütülen soruşturma ile ilgili olarak düzenlenen Rapor'a, Ek Görüş'e, toplanan delillere, yazılı ve sözlü savunmalara ve incelenen dosya kapsamına göre nihai kararı tesis etmiştir.

H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ: İlgili Rapor ve Ek Görüş'te,

- KADIOĞLU'nun yeniden satıcılarının satış fiyatını tespit etmek suretiyle 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettiğine ilişkin herhangi bir bilgi ve belgeye ulaşamadığı, bu nedenle söz konusu ihlal türü açısından teşebbüs hakkında idari para cezası verilmesine yer olmadığı,
- KADIOĞLU tarafından yeniden satıcıların internet satışlarının kısıtlanması suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlal edildiği, bu çerçevede Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrası ve Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik (Ceza Yönetmeliği) uyarınca teşebbüse idari para cezası verilmesi gerektiği

kanaatine ulaşılmıştır.

I. İNCELEME, GEREKÇE VE HUKUKİ DAYANAK

I.1. Hakkında Soruşturma Yürütülen Taraf: KADIOĞLU²

- (21) 1970 yılında faaliyetlerine kırtasiyecilik alanında başlayan KADIOĞLU, 1996 yılından bu yana elektrikli büro eşyaları ve bu ürünlerin sarf malzemeleri sektöründe tedarikçi olarak hizmet vermektedir. KADIOĞLU, Xerox markalı ofis ve sarf malzemesi ürünlerinin, Canon ve Okı markalı sarf malzemesi ürünlerinin, Epson markalı yazıcı, projeksiyon ve sarf malzemesi ürünlerinin Türkiye distribütörü olarak faaliyet

² İlgili bölümün yazımında KADIOĞLU tarafından sunulan cevabi yazıdan ve kamuya açık kaynaklardan yararlanılmıştır.

göstermektedir. KADIOĞLU ayrıca Uniwiz, Cambox, HP, Lexmark ve Brother gibi markaların dağıtıcısıdır.

- (22) KADIOĞLU ağırlıklı olarak bilgisayar ve bilgisayar sarf malzemesi (bilgisayar, bilgisayar aksesuarları, yazıcı, yazıcı sarf malzemeleri, bilgisayar donanım ürünleri vb.) ürünlerinin satışını toptan olarak gerçekleştirmektedir. KADIOĞLU'nun son kullanıcıya doğrudan satışı ise bulunmamaktadır.
- (23) Hâlihazırda Türkiye genelinde toplamda 6.000'in üzerinde bayisi bulunan KADIOĞLU, 20.000 farklı kalem altındaki ürünün satışını gerçekleştirmektedir. KADIOĞLU'nun bayilerine yaptığı satışlar incelendiğinde KADIOĞLU'nun bayilere üç farklı yolla satış yaptığı anlaşılmaktadır. Bunlar mağaza satışları, business to business (işletmeden işletmeye yapılan aracısız satışlar/B2B satışı) satış yöntemi ve bayinin telefon ile sipariş oluşturmak suretiyle gerçekleştirilen satışlardır.
- (24) KADIOĞLU tarafından sunulan cevabi yazıda, KADIOĞLU'nun mağaza satışlarının; 11.500 m² kapalı alanda, bayiye ürünlerin raflarda açık şekilde sergilenmek suretiyle yapıldığı ve bayinin mağazada gezerek istediği ürünü, istediği adette raflardan alabildiği belirtilmiştir. Diğer bir satış yöntemi olan B2B satışında; sağlanan yazılım desteği ile bayilerin XML³ olarak kendi sitelerinde ve çevrim içi pazar yerlerinde (Trendyol, N11, Hepsiburda vb.) XML ile çektikleri ürünlerin satışını gerçekleştirdiği ifade edilmiştir. KADIOĞLU'nun bayiler ile yaptığı sözleşme sonrasında bayilerine kullanıcı giriş ve şifre bilgisi verdiği, söz konusu bilgiler ile bayilerin www.bilgisayarim.com.tr adresinden giriş yaparak kendi sistemine veri (ürün adı, stok adet bilgisi, barkod, ürün fotoğrafı) çekebildikleri, böylece B2B satış yöntemi ile bayilerin, ürünleri kendi stokuna almadan yani deposuna çekmeden çevrim içi olarak satabildiği ve dolayısıyla bayilerin depo ve stok finansman maliyetine katlanmadığı belirtilmiştir. Bu kapsamda bayilerin mağazaya gelmesine gerek kalmadan satmak istedikleri ürünleri daha kolay tedarik etmelerine imkân sağlayan dijital altyapıyı XML sisteminin sağladığı söylenebilecektir. KADIOĞLU'nun gerçekleştirdiği üçüncü satış yönteminde ise 20'ye yakın satış temsilcisi personelin bayilerden telefon ile gelen talepleri ticari yazılımlarına kaydederek tüm Türkiye'ye sevkiyat yapabilecek şekilde bayilerine kargo ile gönderi gerçekleştirdiği belirtilmiştir.
- (25) Aşağıdaki tabloda KADIOĞLU'nun söz konusu pazarda en çok satış yaptığı bayiler ile her bir bayisine yaptığı satışların toplam cirosu içindeki payına yer verilmiştir:

³ XML, çeşitli dijital sistemlerin birbiri arasında tek yönlü veya karşılıklı kolayca okunabilen bir işaretleme dili standardıdır. KADIOĞLU tarafından sunulan cevabi yazıda, XML'nin satışa sunulan ürünlerin bilgilerinin olduğu bir web sitesi satış platformu olduğu, bu bilgilerin; ürün adı, stok adet bilgisi, barkod, ürün fotoğrafı ve bayinin satın alma fiyatından oluştuğu, haricen yeniden satıcıya tavsiye edilen satış fiyatını içermediği ifade edilmiştir.

Tablo 1: 2023 Yılı KADIOĞLU'nun Bayilerine Yaptığı Satışlar ve Söz Konusu Satışların KADIOĞLU'nun Toplam Cirosuna Oranı

BAYİ	SATIŞ TUTARI (TL)	CİROSUNA ORANI (%)
Sönmez Dış Ticaret Ltd. Şti. (SÖNMEZ)	(.....)	(.....)
Serel Bilgi İşlem Malz. Tic. Ltd. Şti. (SEREL)	(.....)	(.....)
Avansas Ofis Malzemeleri Tic. A.Ş. (AVANSAS)	(.....)	(.....)
Altınok Kadioğlu Aş.	(.....)	(.....)
Oz On Büro Mak. ve Baskı Sis. Tic. A.Ş.	(.....)	(.....)
Vatan Bilgisayar A.Ş.	(.....)	(.....)
Küçükadam Kırtasiye Bilgisayar Paz. Tic. A.Ş.	(.....)	(.....)
Ofis Ostim Kırtasiye Bilgi. İnş. Trz. Ltd. Şti.	(.....)	(.....)
Gürel Blg. Sarf Mlz. San. Tic. Ltd. Şti.	(.....)	(.....)
Çözüm Ofis Organizasyon İnş Turz. San. Tic. Ltd. Şti.	(.....)	(.....)
Denge Bilgisayar San. ve Tic. Ltd. Şti. (DENGE)	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi Yazı

- (26) Tablo 1'de sunulan bilgiler incelendiğinde KADIOĞLU'nun en çok satış yaptığı bayilerin (.....), (.....) ve (.....) olduğu, söz konusu bayilere yapılan satışların toplam ciro içerisindeki payının ise sırasıyla %(.....), %(.....) ve %(.....) olduğu görülmektedir.
- (27) Aşağıdaki tabloda ise baskı, kopyalama ve görüntüleme pazarında KADIOĞLU'nun bayilerine en çok tedarikini sağladığı ürünlere ve söz konusu ürünlerin her birinden elde ettiği gelirin toplam cirosu içindeki payına yer verilmiştir:

Tablo 2: KADIOĞLU'nun Bayilerine En Çok Tedarikini Sağladığı Ürünler ve KADIOĞLU'nun Söz Konusu Ürünlerin Her Birinden Elde Ettiği Gelirin KADIOĞLU'nun Toplam Cirosu İçindeki Payı

ÜRÜN	2021 YILI SATIŞ TUTARI (TL)	2021 YILI CİROSUNA ORANI (%)	2022 YILI SATIŞ TUTARI (TL)	2022 YILI CİROSUNA ORANI (%)	2023 YILI SATIŞ TUTARI (TL)	2023 YILI CİROSUNA ORANI (%)
Yazıcı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Tarayıcı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Sarf Malzemesi	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Video Projektör	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Güvenlik Kamerası	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Güvenlik Kamerası Aparatları	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi Yazı

- (28) Tablo 2'de sunulan bilgiler incelendiğinde 2021, 2022 ve 2023 yıllarında baskı, kopyalama ve görüntüleme ürünleri pazarında KADIOĞLU'nun bayilere en çok satışını gerçekleştirdiği ürünlerin yazıcılar ve sarf malzemeleri olduğu görülmektedir. Bununla birlikte tarayıcı, video projeksiyon, güvenlik kamerası ve güvenlik kamerası aparatlarından elde edilen gelirlerin toplam ciro içerisindeki payının ise sınırlı seviyede kaldığı söylenebilecektir.

- (29) KADIOĞLU'nun baskı, kopyalama ve görüntüleme ürünleri pazarında yeniden satıcısı olduğu markalar ile söz konusu markaların her birinden elde ettiği gelirin toplam cirosu içindeki payına ise aşağıda yer verilmiştir:

Tablo 3: KADIOĞLU'nun Marka Bazında Satış Tutarları ve Söz Konusu Satışların KADIOĞLU'nun Toplam Cirosuna Oranı

MARKA	2021 YILI SATIŞ TUTARI (TL)	2021 YILI CİROSUNA ORANI (%)	2022 YILI SATIŞ TUTARI (TL)	2022 YILI CİROSUNA ORANI (%)	2023 YILI SATIŞ TUTARI (TL)	2023 YILI CİROSUNA ORANI (%)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi Yazı

- (30) Tablo 3'te sunulan bilgiler incelendiğinde 2022 ve 2023 yıllarında baskı, kopyalama ve görüntüleme ürünleri pazarında KADIOĞLU'nun bayilere en çok satışını gerçekleştirdiği markaların Epson, Canon ve Okı olduğu, Xerox markasında ise KADIOĞLU satışlarının yıllar itibarıyla düştüğü ve KADIOĞLU'nun Hilook, Uniwiz, Cambox ile S-link marka satışlarının toplam cirosu içerisindeki payının her üç yıl bakımından sınırlı seviyede kaldığı söylenebilecektir.
- (31) KADIOĞLU'nun hissedarlık yapısı aşağıdaki tabloda gösterilmektedir:

Tablo 4: KADIOĞLU Hissedarlık Yapısı

Hissedarlar	Hissedarlık Payı (%)
Kazım BEKMAN	(.....)
İsmail Hakkı BEKMAN	(.....)
Serpil BEKMAN	(.....)
Elif AYHAN	(.....)
Tubanur KÖKTAŞ	(.....)
Mustafa BEKMAN	(.....)

I.2. İlgili Pazar

I.2.1. Sektör Hakkında Bilgi

- (32) KADIOĞLU; baskı, kopyalama, görüntüleme ürünleri ve bu ürünlerin sarf malzemeleri sektöründe distribütör olarak hizmet vermektedir. Baskı ve kopyalama pazarı genel kapsamda kullanım şekline bağlı olarak ev tipi ve ofis tipi baskı ve kopyalama ürünleri olarak ikiye ayrılmaktadır. Ofis tipi ürünler veya diğer bir ifadeyle ofis sistemleri grubu ürünleri iş amaçlı profesyonel görüntüleme ürünleri ve tüketici görüntüleme ürünleri olmak üzere iki temel alana ayrılmaktadır⁴.
- (33) İş amaçlı profesyonel görüntüleme ürünleri; ofis kullanımına veya profesyonel kullanıma yönelik projektörler, siyah beyaz ve renkli kopyalama cihazları, yüksek hızlı tarayıcılar, dijital üretim yazıcılar, büyük ve geniş format yazıcılar, lazer yazıcılar, çok fonksiyonlu aygıtlar ve bu ürünlerin ilgili aksesuarları ve sarf malzemelerini kapsamaktadır. Tüketici görüntüleme ürünleri ise iş birimi yayın ekipmanları, hesap makineleri, kompakt dijital kameralar, dijital SLR kameralar, video kameralar, görüntü

⁴ 29.03.2012 tarihli ve 12-14/447-128 sayılı Kurul kararı.

tarayıcılar, değiştirilebilir lensler, mürekkep püskürtmeli çok fonksiyonlu yazıcılar, faks ve ilgili aksesuarları ve sarf malzemelerinden oluşmaktadır.

- (34) Avrupa Komisyonunun (Komisyon) 2009 yılına ait CANON/OCE kararında⁵, ofis sistemleri grubu ürünleri normal ve geniş ölçekli ürünler olmak üzere ikili ayrıma tabii tutulmuştur.
- (35) Normal ölçekli ürün başlığı altında baskı ve kopyalamanın işlevine, rengine ve hız aralığına göre ilave ayırım yapılmaktadır. Bu çerçevede baskı ve kopyalamanın işlevine göre yapılan değerlendirmede, tek fonksiyonlu ürünler ile çift fonksiyonlu ürünler olmak üzere ikili bir ayrıma gidilmiştir. Bu kapsamda, tek fonksiyonlu ürünler yalnızca tek bir işlevi yerine getirebilmekte olup bu tür cihazlar sadece ya kopyalama ya da sadece yazdırma fonksiyonuna sahip olmaktadır. Öte yandan, çok fonksiyonlu ürünler ise kopyalama, tarama, yazdırma gibi işlevlerden en az ikisine sahip olmaktadır.
- (36) Komisyonun tek fonksiyonlu ürünleri konu alan RICOH/DANKA kararında⁶ fotokopi makineleri, yazıcılar ve faks makinelerinin üç ayrı ürün pazarı oluşturabileceği değerlendirilirken çok fonksiyonlu cihazlar için herhangi bir ilgili pazar tanımı yapılmamıştır. Diğer taraftan bahsi geçen kararda, ofis kullanımlarında tek fonksiyonlu cihazlardan çok fonksiyonlu cihazlara geçiş eğiliminin arttığı belirtilmiştir.
- (37) Normal ölçekli ürün başlığı altında bir diğer alt kırım çıktının rengine göre oluşturulabilmektedir. Komisyonun KONİCA/MİNOLTA kararında⁷ fotokopi makineleri özelinde siyah-beyaz çıktı ve renkli çıktı ayrımı yapılmıştır. Bu duruma siyah-beyaz çıktı veren makinelerin renkli çıktı veren makinelere göre daha yavaş çalışmaları ve daha düşük fiyatlı olmaları gerekçe olarak gösterilmiştir. Ayrıca anılan kararda, yazıcının çıktı verme hızına göre üç farklı aralık belirlenmiştir. Bununla birlikte, Komisyon tarafından yapılan pazar araştırması kapsamında tüketiciler ve rakip teşebbüsler tarafından sunulan bilgilerden hareketle, farklı hız aralıklarında çıktı veren yazıcılar arasındaki arz ve talep ikamesinin yüksek olmasından bahisle hız faktörü bakımından net bir ayrıma gidilmesi uygun görülmemiştir.
- (38) Ofis sistemleri grubu ürünlerinin diğer alt başlığını temsil eden geniş ölçekli yazıcılar ise; tüketiciler tarafından tabela, afiş, poster, araç ve bina reklam baskıları, fotoğraf, grafik ve prova baskılama, bilgisayar destekli tasarımlar (CAD) ve dijital üretim için kullanılmaktadır. Komisyon CANON/OCE kararında geniş ölçekli yazıcıların baskı teknolojisine, baskı yapabilecekleri medyaya, medyanın genişliğine ve baskı kapasitelerine göre alt sınıflandırmalara tabi tutulabileceği ifade edilmektedir.
- (39) KADIOĞLU baskı, kopyalama ve görüntüleme ürünleri arasında daha çok ofis sistemleri grubuna dâhil olan ürünlerin satış ve dağıtım alanlarında faaliyet göstermektedir. Bu kapsamda KADIOĞLU'nun satışını yaptığı bazı ürün grupları bakımından kendisinin ve rakip distribütörlerin sahip olduğu pazar paylarına ilişkin verilere aşağıdaki tablolarda yer verilmiştir⁸:

⁵ Case No COMP/M.5672 - CANON/OCE.

⁶ Case No: COMP/M.4434 - RICOH / DANKA.

⁷ Case No: COMP/M.3091 - KONİCA/MİNOLTA.

⁸ İlgili tablolarda toplam pazar verisi tabloda yer alan teşebbüslerin satış verileri toplanarak elde edilmiş olup faaliyet gösteren diğer oyuncular dâhil edilmemiştir. Her hâlükârda söz konusu ürünleri satan tüm distribütörlerin satış verilerinin toplam satış verisine dâhil edilmesi halinde teşebbüslerin pazar payının daha düşük çıkacağı anlaşılmıştır. Sonuç olarak olası en yüksek yoğunlaşma düzeyi dikkate alınarak pazar payları hesaplanmıştır.

Tablo 5: Yazıcı Pazarında Son Üç Yıla Ait Pazar Payları

TEŞEBBÜS	2021 (%)	2022 (%)	2023 (%)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi Yazı

- (40) Tablo 5'te sunulan pazar payı verileri incelendiğinde yazıcı pazarında KADIOĞLU'nun son üç yıldaki pazar payının yaklaşık % (.....) olduğu, bununla birlikte söz konusu pazarda INDEKS (% (.....)), KOYUNCU (% (.....)) ve PENTA (% (.....)) gibi pazar payları açısından güçlü teşebbüslerin var olduğu görülmektedir.

Tablo 6: Tarayıcı Pazarında Son Üç Yıla Ait Pazar Payları

TEŞEBBÜS	2021 (%)	2022 (%)	2023 (%)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi Yazı

- (41) Tablo 6'da sunulan pazar payı verileri incelendiğinde tarayıcı pazarında KADIOĞLU'nun son üç yıldaki pazar payının % (.....) ile rakiplerine kıyasla görece düşük kaldığı, ek olarak anılan pazarda ARENA (% (.....)), KOYUNCU (% (.....)), INDEKS (% (.....)) ve PENTA (% (.....)) gibi önemli düzeyde pazar payına sahip rakip teşebbüslerin bulunduğu görülmektedir.

Tablo 7: Video Projeksiyon Pazarında Son Üç Yıla Ait Pazar Payları

TEŞEBBÜS	2021 (%)	2022 (%)	2023 (%)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi Yazı

- (42) Tablo 7'de sunulan pazar payı verileri incelendiğinde video projeksiyon pazarında KADIOĞLU'nun son üç yıldaki pazar payının % (.....) arasında seyrettiği görülmektedir. Bununla birlikte ilgili pazarda faaliyet gösteren diğer distribütörlerden PENTA'nın % (.....), ARENA'nın % (.....) ve KOYUNCU'nun % (.....) oranında pazar payına sahip olduğu ve bu kapsamda pazarda güçlü rakiplerin yer aldığı anlaşılmaktadır.

Tablo 8: Güvenlik Kamerası ve Aparatları Pazarında Son Üç Yıla Ait Pazar Payları

TEŞEBBÜS	2021 (%)	2022 (%)	2023 (%)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi Yazı

- (43) Tablo 8'de sunulan pazar payı verileri incelendiğinde güvenlik kamerası ve aparatları ürün grubunda KADIOĞLU'nun son üç yıldaki pazar payının % (.....)'ün altında kaldığı görülmektedir. Bununla birlikte ilgili pazarda faaliyet gösteren diğer distribütörlerden

KOYUNCU'nun % (.....), TESAN'ın % (.....) ve ENDEKS'in % (.....) oranında pazar payına sahip olduğu ve bu kapsamda pazarda güçlü rakiplerin yer aldığı anlaşılmaktadır.

I.2.2. İlgili Ürün Pazarı

- (44) İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz'da (Kılavuz) belirli bir ürün veya hizmetin tüketici gözünde, niteliği, fiyatı ve kullanım amacı dikkate alınarak ilgili ürün pazarı tanımlanmasına gidilebileceği ifade edilmektedir. Ayrıca Kılavuz'da yalnızca ürün/hizmet odaklı bir bakış sergilenmemekte bunların yanı sıra tanımlanacak ilgili ürün pazarını etkileyen veya etkileyebilecek diğer unsurların da değerlendirmeye dâhil edilebileceği ifade edilmektedir.
- (45) İlgili ürün pazarının tanımlanması ile ilgili ürün pazarında birbirine rakip olan, birbiriyle rekabet halinde olan veya rakiplik olasılığı bulunan teşebbüsler ile rekabetin koşulları ortaya konmaktadır. Pazar tanımıyla ayrıca, teşebbüslerin birbirinden bağımsız hareket edebilme yetenekleri, etkin rekabetin kapsamı ile teşebbüslerin davranış sınırları belirlenebilmektedir. İlgili ürün pazarı tanımında talep ikamesinin yanında, talep ikamesine eşdeğer etkisi olduğu durumlarda arz ikamesi de hesaba katılmaktadır.
- (46) Daha önce de bahsedildiği üzere KADIOĞLU'nun distribütörlüğünü yaptığı ürünler baskı, kopyalama ve görüntüleme ürünleri olup, bununla beraber söz konusu ürünlerin temelde ev tipi ve ofis tipi ürünler şeklinde ayrı bir ikili tasnife de tabi tutmak mümkündür.
- (47) Öte yandan, ev tipi ve ofis tipi ürünlerin arzı noktasında mevzuattan kaynaklanan yükümlülükler, pazara giriş engelleri ve maliyetler açısından kayda değer bir farklılığın söz konusu olmadığı, zira ev tipi ürünlerin üretimi için katlanılan maliyet kalemlerinde önemli ölçüde bir farklılık olmadan ofis tipi ürünlerin üretiminin de gerçekleştirilebildiği belirtilmektedir.
- (48) Talep ikamesi açısından bir değerlendirilmeye gidildiğinde ise tüketici nezdinde ev tipi ve ofis tipi ürünleri arasında talep ikamesinin düşük olduğu kanaatine varılmıştır. Zira özellikle bireysel kullanıcılar tarafından tercih edilen ev tipi ürünlerin, ofis tipi ürünleri tercih eden kurumsal şirketlerden oluşan müşteri kitlesi için bir alternatif olamayacağı; benzer şekilde ofis tipi ürünlerin de bireysel kullanıcılar için ev tipi ürünlerin ikamesi olarak kabul göremeyeceği değerlendirilmektedir. Nitekim ev tipi ürünler, gerek ebatı/boyutu gerekse de teknik donanımı bakımından bireysel kullanım için tasarlanmış, kapasite bakımından düşük kullanıcı sayısına hitap eden, kullanıcısı tarafından günlük rutinde çok yoğun bir şekilde ihtiyaç duyulmayan ürünler olarak nitelendirilebilecektir.
- (49) Öte yandan ofis tipi ürünler ise birden fazla kullanıcının kullanımına açılan, günlük rutinde iş akışlarının ve buna bağlı evrak işlerinin gerektiği gibi sağlanması noktasında yoğun bir kullanıma maruz kalan ve çoğunlukla kurumsal şirketler, kamu kurumları ve işyerlerinden oluşan müşteri kitlesinin çeşitli ihtiyaçlarına cevap verebilmesi amacıyla ev tipi ürünlere nazaran daha zengin bir donanıma ve ilave teknik özelliklere sahip olan ürünlerdir. Buna bağlı olarak ev tipi ürünler ile ofis tipi ürünlerin fiyatları da farklılık arz etmektedir. Dolayısıyla tüketiciler bakımından baskı, kopyalama ve görüntüleme ürünleri başlığı altında ev tipi ve ofis tipi ayrımındaki ürünlerin sahip olduğu nitelikler ve iki ürün grubu arasındaki fiyat seviyesindeki farklılıklar sebebiyle, ev tipi ve ofis tipi ürünlerin farklı ilgili ürün pazarlarını teşkil ettiği değerlendirilmektedir.

- (50) Sektöre ilişkin bilgilerin paylaşıldığı bölümde etraflıca yer verilen bilgiler ile Kurul ve Komisyon kararlarında yer alan hususlar birlikte değerlendirildiğinde, ilgili ürün pazarının “*baskı, kopyalama ve görüntüleme ürünlerinin satışı pazarı*” olarak belirlenebileceği veya alt kırılımlara gidilerek “*ev tipi baskı, kopyalama ve görüntüleme ürünlerinin satışı pazarı*” ve “*ofis tipi baskı, kopyalama ve görüntüleme ürünlerinin satışı pazarı*” şeklinde belirlenebileceği kanaatine varılmıştır. Diğer taraftan; Kılavuz’un 20. paragrafında; “... *inceleme konusu işlem, gerek ürün gerekse coğrafi açıdan olası alternatif pazar tanımları çerçevesinde rekabet açısından endişeler yaratmıyorsa ya da alternatif tüm tanımlar açısından rekabeti bozucu bir etki söz konusu oluyorsa pazar tanımı yapılmayabilir.*” ifadesine yer verilerek alternatif pazar tanımlarının sonucu etkilemediği durumlarda ilgili pazarın tayin edilmeyebileceği belirtilmiştir.
- (51) Bu çerçevede, işbu dosya kapsamında yapılacak alternatif ilgili ürün pazar tanımlarının rekabet analizine ilişkin ulaşılan sonucu değiştirmeyeceğinden bahisle kesin ilgili ürün pazar tanımlamasına ihtiyaç olmadığı kanaatine ulaşılmıştır.

I.2.3. İlgili Coğrafi Pazar

- (52) İlgili coğrafi pazar belirlenirken, ilgili bölge ile komşu bölgeler arasında ilgili mal ve hizmetlerin özellikleri, giriş engelleri, teşebbüslerin pazar payları veya mal ve hizmetlerin fiyatları bakımından hissedilir bir farklılığın olup olmadığı gibi unsurlar dikkate alınmaktadır. İnceleme konusu ilgili ürün pazarlarında yer alan ürünler bakımından pazara giriş, arz kaynaklarına ulaşım, üretim, dağıtım, pazarlama ve satış şartlarının bölgesel bir farklılık göstermediği göz önüne alınarak ilgili coğrafi pazar “*Türkiye*” olarak belirlenmiştir.

I.3. Dosya Kapsamında Yapılan Tespitler⁹

I.3.1. Yapılan Yerde İncelemelerde Elde Edilen Belgeler

Bulgu-39

- (53) 06.04.2023 tarihinde KADIOĞLU’nda gerçekleştirilen yerinde incelemede elde edilen, 23.01.2023-24.01.2023 tarihleri arasında KADIOĞLU bayisi olarak faaliyet gösteren Denge Bilgisayar San. ve Tic. Ltd. Şti.’nin (DENGE) (.....) ile KADIOĞLU (.....) arasında geçen “*OKI xml hk.*” konulu e-posta silsilesinin içeriği aşağıdaki gibidir:

23.01.2023 (.....)

“(.....) Bey Selamlar,

(.....) bey ile konuştuğunuz OKI modelleri xml’e kapatılmıştır.

İyi çalışmalar “

24.01.2023 (.....)

“Abi Günaydın.

Aşağıdaki bayiler muhtemelen senden xml çekiyor. Müdahale edebilir misin fiyatlara.”

⁹ Tespitlerde yer alan belgelere orijinal halleri ile yer verilmiş, yazım hataları ve anlatım bozuklukları muhafaza edilmiştir. Belge numaralandırılmasında Soruşturma Raporu’ndaki numaralandırma esas alınmıştır.

<p>kargo EN Ucuz 13.118,90 TL Ücretsiz kargo</p>	<p>OKI 9006144 C650DN A4 TEK FONKSİYONLU RENKLI LAZER YAZICI 35ppm 23.yıl - Kurumsal satış ve Toplu alımlarda özel fiyat</p>	<p>Stokta Son güncelleme: Bugün 08:19</p>	<p>uzmanlarpc.com 8,3 17 Yorum Yorumları oku İstanbul Şişli Perpa</p>	<p>Satıcıya Git →</p>
<p>13.937,03 TL Ücretsiz kargo WORLD /3 %0 akess /3 %0</p>	<p>Okı 9006144 C650DN Renkli Lazer Yazıcı Hemen Üye Ol, 25 TL Hoş Geldin Kuponu Kazan</p>	<p>Stokta 5 adet 3 iş günü Son güncelleme: 12 dakika önce</p>	<p>nö /uzmanlarpc</p>	<p>Satıcıya Git →</p>
<p>13.942,42 TL Ücretsiz kargo WORLD /3 %0 akess /3 %0</p>	<p>Okı 9006144 C650DN Renkli Lazer Yazıcı Hemen Üye Ol, 25 TL Hoş Geldin Kuponu Kazan</p>	<p>Stokta 4 adet 2 iş günü Son güncelleme: 12 dakika önce</p>	<p>nö /aknoloji</p>	<p>Satıcıya Git →</p>
<p>14.299,60 TL Ücretsiz kargo</p>	<p>Okı 9006144 C650dn A4 Tek Fonksiyonlu Renkli Lazer Yazıcı 35ppm Türkiye'nin En Güvenilir E-Ticaret Sitesi</p>	<p>Stokta 5 adet Yarın kargoda Son güncelleme: 13 dakika önce</p>	<p>AVMI/Uzmanlar Bilgisayar</p>	<p>Satıcıya Git →</p>
<p>18.250,70 TL Ücretsiz kargo WORLD /3 %0 akess /3 %0</p>	<p>Okı 9006144 C650DN Renkli Lazer Yazıcı Hemen Üye Ol, 25 TL Hoş Geldin Kuponu Kazan</p>	<p>Stokta 5 adet 3 iş günü Son güncelleme: 12 dakika önce</p>	<p>nö /techno-hobby</p>	<p>Satıcıya Git →</p>

24.01.2023 (.....)

“(.....) bey selamlar,

C650DN, C824DN, MC883DNCT

Bu ürünler XML'e kapatılmıştı. Eski bilgiye göre gösteriyor olabilir ya da başka yerden çekiyordur.

24.01.2023 (.....)

“Muhtemelen manuel çekiyorlar abi. teşekkürler.”

Bulgu-45

- (54) 05.09.2023 tarihinde KADIOĞLU'nda yapılan yerinde incelemede (.....) bilgisayarından elde edilen, 03.04.2023 tarihinde KADIOĞLU (.....) tarafından (.....) ve (.....) isimli alıcılara gönderilen ve ekinde “uniwiz lista.xls” ve “Uniwiz – Fiyat Listesi 2022 Ekim V1.pdf” isimli dosyaların bulunduğu e-postanın içeriği aşağıdaki gibidir:

03.04.2023 (.....)

“Merhaba Uniwiz marka kameralara ait fiyat listesi ve görsel katalog ekte sunulmuştur Bu işi yapan bayilere gerçekten güvenlikçi olan bayilere % 10+10 iskonto verebiliriz

En önemli olan satış yaptığınız bayilerin ürünü internet te satmaması eğer böyle bir olay gerçekleşirse kapalı devre para kazandığımız bir iş biter önemle vurgulamak istiyorum Eğer internet satıcısı ise sistem fiyatları geçerli Önerdiğiniz veya iyi fiyat verdiğini işlerde karşılıklı bilgi alış verişi yapalım ki sorun yaşamayalım bol satışlar İyi Çalışmalar”

Bulgu-46

- (55) 05.09.2023 tarihinde KADIOĞLU'nda yapılan yerinde incelemede (.....) bilgisayarından elde edilen, 04.09.2023 tarihinde (.....) ile KADIOĞLU bayisi olarak faaliyet gösteren Küçükadam Kırtasiye Bilgisayar Pazarlama İthalat İhracat AŞ (KÜÇÜK ADAM) (.....) arasında yapılan Skype yazışmasının içeriği aşağıdaki gibidir:

04.09.2023

“(.....): *abi günaydın*

(.....): *700.50.10.0033*

700.50.10.0035

700.50.10.0038

700.50.10.0039

700.50.10.0041

700.50.10.0042

700.50.10.0043

700.50.10.0045

700.50.10.0050

700.50.10.0005

700.50.10.0009

700.50.10.0046

700.50.10.0037

700.50.10.0036

Ürünleri xml'e açar mısın?

(.....): *xml açamam*

(.....): *xml vermeyeceğimize dair söz verdik*

(.....): *bunları internette satma*

(.....): *maapzaya gelsin alsın*

(.....): *cambox*

(.....): *hepsi*

(.....): *abi zateen bunnlar mağaza almışta*

(.....): *faturayı giremiyorum*

(.....): *xml açtığımında 400 firma internette çekecek onu nasıl düzeltereğim sonra*

(.....): *xml (.....) biliyor*

(.....): *manuel gir*

(.....): *tamam abi*

I.4. Değerlendirme

I.4.1. 4054 sayılı Kanun Kapsamında Yapılan Değerlendirme

- (56) İşbu kararın konusunu, KADIOĞLU'nun yeniden satıcıların satış fiyatını tespit etmek ve internet satışlarını kısıtlamak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği iddiası oluşturmaktadır. Bu kapsamda kararın devamında öncelikle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında incelenecek olan yeniden satış fiyatının belirlenmesi ve internet satışlarının kısıtlanması davranışlarına yönelik teorik çerçeveye değinilecek ve akabinde söz konusu ihlal türleri bakımından yerinde incelemede elde edilen belgeler değerlendirilecektir. Nihai olarak KADIOĞLU'nun, bayilerinin yeniden satış fiyatını belirlediğinin ve/veya internet satışlarını kısıtladığının tespiti durumunda söz konusu eylemler muafiyet incelemesine konu edilecektir.

I.4.1.1. Yeniden Satış Fiyatının Belirlenmesine İlişkin Teorik Çerçeve

- (57) 4054 sayılı Kanun'un “Kapsam” başlıklı 2. maddesi; “Türkiye Cumhuriyeti sınırları içinde mal ve hizmet piyasalarında faaliyet gösteren ya da bu piyasaları etkileyen her türlü teşebbüsün aralarında yaptığı rekabeti engelleyici, bozucu ve kısıtlayıcı anlaşma,

uygulama ve kararlar ile piyasaya hâkim olan teşebbüslerin bu hâkimiyetlerini kötüye kullanmaları ve rekabeti önemli ölçüde azaltacak birleşme ve devralma niteliğindeki her türlü hukukî işlem ve davranışlar, rekabetin korunmasına yönelik tedbir, tespit, düzenleme ve denetlemeye ilişkin işlemler bu Kanun kapsamına girer.” hükmünü haizdir.

- (58) 4054 sayılı Kanun'un "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar" başlıklı 4. maddesi uyarınca "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." Bu maddenin birinci 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" yasaklanan haller arasında sayılmıştır. İlgili madde, aynı seviyede faaliyet gösteren rakip teşebbüsler arasındaki rekabeti sınırlayıcı anlaşmaları (yatay anlaşmalar) kapsadığı gibi, rakip olmayan başka bir ifadeyle tedarik zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren teşebbüsler arasındaki anlaşmaları (dikey anlaşmalar) da kapsamaktadır. Bu yönüyle rekabeti kısıtlayıcı yeniden satış fiyatının tespiti uygulamaları, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında bir anlaşma olarak ele alınabilmektedir.
- (59) 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde ise Kurula belirli koşulları taşıyan anlaşma türlerine grup olarak muafiyet tanınmasını sağlayan ve söz konusu koşulları belirleyen tebliğler çıkarma yetkisi verilmiş bulunmaktadır. Bu doğrultuda, teşebbüslerin üretim ve dağıtım sürecini en iyi şekilde kurmalarını ve bunun sonucu olarak genellikle pazarda markalar arası rekabetin artmasını sağlayan dikey anlaşmalar, belirli koşulları sağlamaları halinde Kanun'un 4. maddesindeki yasaklamadan muaf tutulabilmektedir. 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin (2002/2 sayılı Tebliğ) 2. maddesinde "Üretim ve dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren iki ya da daha fazla teşebbüs arasında belirli mal veya hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımı amacıyla yapılan anlaşmalar"ın yine bu Tebliğ'de sayılan koşulları taşıması koşuluyla 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinden muaf tutulacağı düzenlenmiştir.
- (60) Bununla birlikte, 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinde sayılan dikey rekabet kısıtlamaları ağır rekabet sınırlaması niteliğini haiz olduğundan, bu eylemler grup muafiyetinden yararlanamamaktadır.
- (61) 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinin birinci fıkrasının (a) bendi uyarınca "Tarafların herhangi birisinin baskısı veya teşvik etmesi sonucu sabit veya asgari satış fiyatına dönüşmemesi koşuluyla, sağlayıcının azami satış fiyatını belirlemesi veya tavsiye etmesi mümkündür." Alıcıya bildirilen azami veya tavsiye nitelikteki satış fiyatlarının asgari veya sabit fiyata dönüşmemesi için, söz konusu fiyatların azami veya tavsiye niteliğinde olduğunun yayınlanan fiyat listelerinde ya da ürünün üzerinde açıkça belirtilmesi gerekmektedir.
- (62) Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz'un (Dikey Kılavuz) 18. paragrafında yeniden satış fiyatının tespiti uygulamasının doğrudan yapılabileceği gibi dolaylı olarak da gerçekleştirilebileceği ifade edilmektedir. Sağlayıcı teşebbüsler, akdetmiş oldukları dikey anlaşmalara açık hüküm koymak suretiyle alıcının satış fiyatını doğrudan belirlemelerinin yanı sıra, aynı ihlali değişik uygulamalar vasıtasıyla dolaylı yollarla da gerçekleştirebilmektedirler. Alıcının kâr marjının belirlenmesi, tavsiye fiyat niteliğinde ilan edilmiş bir fiyat seviyesinden alıcının uygulayabileceği indirim oranının en üst seviyesinin belirlenmesi, alıcıya tavsiye edilen fiyatlara uyduğu oranda ilave indirimler

uygulanması ya da bu fiyatlara uymaması durumunda teslimatların geciktirilmesi, askıya alınması veya anlaşmanın sona erdirilmesi şeklinde alıcının tehdit edilmesi ya da fiilen bu tür cezai yaptırımların uygulanması yeniden satış fiyatının dolaylı yoldan belirlenmesine örnek olarak verilebilir. Dikey Kılavuz'un 19. paragrafında ise, yeniden satış fiyatının belirlenmesi uygulamasına yönelik doğrudan veya dolaylı yöntemlerin, alıcıların uyguladığı fiyatların sağlayıcı tarafından izlenebildiği ve kontrol edilebildiği durumlarda daha etkili olabileceği belirtilmektedir. Örneğin, standart fiyat listelerinden farklı fiyatlardan satış yapan alıcıları rapor etme konusunda tüm alıcılara getirilecek bir yükümlülük sağlayıcının pazarda uygulanan fiyatları kontrol etmesini önemli ölçüde kolaylaştıracaktır.

- (63) Bu doğrultuda, sağlayıcıların yeniden satıcılarının yaptıkları satışlara yönelik yalnızca tavsiye fiyat verebildiği ve azami satış fiyatını belirleyebildiği, bunun haricinde yeniden satıcının asgari satış fiyatının belirlenmesi veya sabit fiyat oluşumuna sebebiyet verecek fiyat tespitinde bulunması eylemlerinin rekabet ihlali teşkil edeceği anlaşılmaktadır.
- (64) İlgili mevzuat hükümlerinden yola çıkılarak, yeniden satış fiyatına müdahale eyleminin doğrudan ve dolaylı yolla ortaya çıkabileceği görülmektedir. Bununla birlikte 2002/2 sayılı Tebliğ'de belirtildiği üzere, tavsiye niteliğindeki perakende satış fiyatlarının sağlayıcının baskısı ve teşviki sonucu sabit veya asgari satış fiyatına dönüşmemesi gerekmektedir. Daha açık bir anlatımla, baskı ve teşvik unsuru, ilgili Tebliğ kapsamında muaf tutulan tavsiye niteliğinde fiyat listelerinin yayımlanmasının, aynı Tebliğ'de yasaklanan yeniden satış fiyatının tespitine dönüşüp dönüşmediğini belirleme konusunda ele alınan bir kriterdir. Bir başka deyişle, baskı ve teşvik unsuru yeniden satış fiyatına müdahale eyleminin doğrudan gerçekleştiği durumda ihlalin varlığını ortaya koymak için gerekli bir koşul olarak aranmamakta yalnızca tavsiye edilen satış fiyatlarının uygulamadaki bayilerin satış fiyatı ile paralelliğinin, bayinin inisiyatifi sonucu mu gerçekleştiğini veyahut sağlayıcının tavsiye adı altında yayımladığı fiyatlara uyum konusunda kurduğu baskı sonucunda mı geliştiğini ortaya koymak hususunda önem arz etmektedir. Dolayısıyla ilgili hükümden anlaşıldığı üzere, yeniden satış fiyatına doğrudan müdahalenin varlığını gösteren bulgular sabit olduğunda baskı ve teşvik unsuru ihlalin niteliğini ortaya koymakta belirleyici bir unsur teşkil etmemektedir.
- (65) Yeniden satış fiyatının tespiti davranışı, bireysel muafiyet bakımından ele alındığında, Muafiyetin Genel Esaslarına İlişkin Kılavuz'un 8. paragrafında dikey anlaşmalar bakımından yeniden satış fiyatına minimum sınır getirilmesinin amacının rekabeti sınırlamak olduğunun ilk bakışta görülebilecek kadar açık olduğu belirtilmektedir. Bunun yanında aynı Kılavuz'un 9. paragrafında anlaşmanın amaç bakımından 4. maddeyi ihlal ettiğinin tespit edilmesi durumunda; ayrıca anlaşmanın pazarda yarattığı ya da yaratacağı etkilerin araştırılmasına gerek olmadığı, anlaşmanın rekabeti sınırlamak amacıyla yapıldığının tespit edildiği hâllerde ilave olarak anlaşmanın etkilerinin de araştırılmasının ve ihlalin ağırlığının ortaya konulmasının idari yaptırımın belirlenmesi amacına yönelik olduğu yer almaktadır.
- (66) Buradan hareketle, yeniden satış fiyatının tespiti eylemine 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi kapsamında bireysel muafiyet tanınmasının mümkün olmadığı değerlendirilmektedir. Zira söz konusu uygulamanın, istisnai durumlar dışında, 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sıralanan ve birlikte sağlanması gerektiği belirtilen muafiyet koşullarını karşılaması beklenmeyecektir. Benzer şekilde, yeniden satış fiyatının tespiti eylemi, Türk ve AB rekabet hukukunda ağır bir dikey rekabet kısıtlaması olarak kabul edilmekte, Kurul tarafından alınan birçok kararda, Avrupa Komisyonuna (Komisyon) benzer şekilde yeniden satış fiyatının tespitinin rekabet ihlali olarak

değerlendirilebilmesi için amaç unsurunun varlığının yeterli olduğu belirtilmektedir. Örnek vermek gerekirse Kurulun *Baymak*¹⁰ kararında;

“Rekabetin en önemli unsurlarından birisi olan fiyatın, yeniden satış fiyatının tespiti yoluyla belirlenmesinin çoğunlukla, amaç bakımından bir rekabet kısıtı teşkil ettiği kabul edilmekte ve söz konusu uygulamaya 4054 sayılı Kanun’un 5. maddesi kapsamında muafiyet tanınmamaktadır. Zira söz konusu uygulamanın, bazı istisnai haller dışında, 5. maddenin birinci fıkrasının (a) ve (b) bentlerinde sayılan “malların üretim veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması” ve “tüketicilerin bundan yarar sağlaması” koşullarını karşılaması beklenmemektedir.”

ifadeleriyle yeniden satış fiyatının tespitine yönelik uygulamalara bireysel muafiyet verilemeyeceği, zira anılan eylemin etkinlik kazanımı doğurmasının ve bu etkinliğin tüketiciye yansımalarının mümkün olmadığı değerlendirilmesinde bulunulmuştur. Keza yeniden satış fiyatının belirlenmesi neticesinde tüketiciler daha yüksek fiyatlarla karşılaşabilmektedir. Fiyat rekabetinin piyasalarda etkinliği ve dolayısıyla iktisadi refahın artırılmasını sağlayan temel unsur olduğu göz önüne alındığında, marka içi rekabetin fiyata müdahale etmek suretiyle sınırlandırılması tüketici refahını olumsuz yönde etkilemektedir.

- (67) Benzer şekilde Kurul, *“Rekabeti bozucu nitelikte olan anlaşmalar, tarafların kendi bağımsız rekabetçi faaliyetlerini ortak çıkarlar adına gözden çıkardıkları bir yapısal çerçeve yaratır. Bu sebepten dolayı, sadece rekabete aykırı bir anlaşmaya taraf olmak, anlaşma etkilerini gerçekleştirmemiş olsa dahi yasaktır.”* tespiti ile amacı rekabeti kısıtlayıcı olan bir anlaşmanın etkisinin aranmayacağını açıkça ortaya koymuştur¹¹. Bu doğrultuda, yeniden satış fiyatının tespitinin amaç bakımından rekabeti kısıtlayıcı niteliği haiz olduğu; rekabeti kısıtlayıcı etki doğurmasa dahi anılan uygulamanın 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesi kapsamında ihlal olarak nitelendirilebileceği açıktır.
- (68) Yukarıda yer verilen mevzuat hükümleri ışığında yeniden satış fiyatının belirlenmesine ilişkin eylemlerin geçmiş Kurul kararlarında ne şekilde ele alındığına değinmekte fayda görülmektedir. Kurulun yeniden satış fiyatının belirlenmesine ilişkin kararları incelendiğinde, büyük çoğunluğunda yeniden satış fiyatının belirlenmesinin amacı itibarıyla rekabeti kısıtlayıcı olduğu yönünde değerlendirme yapıldığı görülmektedir. Örnek vermek gerekirse, *Doğuş Otomotiv* kararında¹², Kurul tavsiye adı altında olsa dahi, yeniden satış fiyatının tespiti söz konusu olduğunda, herhangi bir inceleme yapılmasının gerekmediğini ve uygulamanın doğrudan yasaklanması, cezalandırılması gerektiğini ifade etmiştir. Keza *Anadolu Elektronik* kararında¹³ *“(…) amacının rekabeti kısıtlamak olduğu kabul edilen yeniden satış fiyatının tespiti uygulamalarının 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesi kapsamında yer aldığına şüphe bulunmamaktadır. Bu nedenle 4. madde hükmü göz önüne alındığında ihlalin ortaya konulabilmesi için yeniden satış fiyatının tespiti uygulamalarına yönelik olarak bir etki analizi yapılması zorunluluğu bulunmamaktadır.”* şeklinde bir değerlendirme

¹⁰ Kurulun 26.03.2020 tarih ve 20-16/232-113 sayılı *Baymak* kararı.

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

¹² Kurulun 05.10.2001 tarih ve 01-47/483-120 sayılı *Doğuş Otomotiv* kararı.

¹³ Kurulun 23.06.2011 tarih ve 11-39/838-262 sayılı *Anadolu Elektronik* kararı.

yapılmıştır. Daha yakın tarihli *Aral Oyun*¹⁴, *Sony*¹⁵, *Groupe SEB*¹⁶ ve *Baymak*¹⁷ kararlarında da Kurul benzer şekilde yeniden satış fiyatı tespitinin amacı bakımından rekabeti sınırlayıcı olduğunu belirtmiş ve idari para cezası uygulamıştır. Bunun yanı sıra, Kurulun uzlaşma müessesesi ile sonlandırdığı *Philips*¹⁸ ve *Singer*¹⁹ kararlarında da yeniden satış fiyatına müdahale eylemi rekabeti amaç bakımından kısıtlayan ihlaller kategorisinde ele alınmıştır.

- (69) Kurulun *Korkmaz* kararında²⁰ ise, sağlayıcının ve distribütörlerinin yeniden satıcılarının satış fiyatının tespiti suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiğine karar verilmiş, ilgili kararda, Korkmaz'ın yeniden satıcılarıyla akdettiği sözleşmelerinin doğrudan yeniden satış fiyatını tespit etmeye yönelik hükümler içermesi sebebiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini amaç bakımından ihlal ettiği sonucuna ulaşılmıştır.
- (70) Yukarıda değinilen Kurul kararlarına ek olarak, yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik yakın tarihli *Baymak*²¹, *Akaryakıt*²², *DyDO*²³, *NUMIL*²⁴ ve *Duru Bulgur*²⁵ gibi diğer kararlarda da aynı çerçeve benimsenmiş ve uygulamanın amacı itibarıyla rekabet ihlali teşkil ettiği değerlendirilmiştir. Tüm bunlara ek olarak Kurulun yakın tarihli *Hiksan*, *Miele* ve *Hayırlı El Kozmetik* kararlarında da benzer yaklaşım sergilenmiştir²⁶.
- (71) AB uygulamasına bakıldığında, gerek Komisyonun gerek mahkemelerin yeniden satış fiyatının belirlenmesine karşı katı bir tutum sergilediği görülmektedir. Komisyon geçmişte vermiş olduğu kararlarda²⁷ yeniden satış fiyatını belirlediği tespit edilen teşebbüslere amaç bakımından ihlâl tespitinde bulunarak idari para cezası uygulamıştır. Keza örnek mahkeme kararları incelendiğinde de, yetkili satıcıların asgari ve/veya sabit satış fiyatlarına müdahalede bulunularak, anılan satıcıların yeniden satış fiyatlarını bağımsız bir şekilde belirlemeleri engellenerek rekabetin amaç bakımından kısıtlandığı ve Avrupa Birliği'nin İşleyişine Dair Anlaşma'nın (ABİDA) 101. maddesinin ihlal edildiği değerlendirilmesinde bulunmaktadır²⁸.
- (72) Komisyon, yeniden satış fiyatının belirlenmesine ilişkin olarak 24.07.2018 tarihinde tüketici elektroniği alanında faaliyet gösteren teşebbüsler hakkında verilen *Asus*²⁹, *Denon&Marantz*³⁰, *Philips*³¹ ve *Pioneer*³² kararlarında inceleme konusu teşebbüslerin çevrim içi perakendecilerin kendi satış fiyatlarını belirleme yeteneklerini sınırlandırmak yoluyla, sabit veya asgari yeniden satış fiyatını belirledikleri gerekçesiyle teşebbüsler

¹⁴ Kurulun 07.11.2016 tarih ve 16-37/628-279 sayılı *Aral Oyun* kararı.

¹⁵ Kurulun 22.11.2018 tarih ve 18-44/703-345 sayılı *Sony* kararı.

¹⁶ Kurulun 04.03.2021 tarih ve 21-11/154-63 sayılı *Groupe SEB* kararı.

¹⁷ Kurulun 26.03.2020 tarih ve 20-16/232-113 sayılı *Baymak* kararı.

¹⁸ Kurulun 05.08.2021 tarih ve 21-337/524-258 sayılı *Philips* kararı.

¹⁹ Kurulun 30.09.2021 tarih ve 21-46/672-336 sayılı *Singer* kararı.

²⁰ 10.11.2022 tarihli ve 22-51/754-313 sayılı Kurul kararı.

²¹ 26.03.2020 tarihli ve 20-16/232-113 sayılı Kurul kararı.

²² 12.03.2020 tarihli ve 20-14/192-98 sayılı Kurul kararı.

²³ 07.07.2022 tarihli ve 22-32/508-205 sayılı Kurul kararı.

²⁴ 30.06.2022 tarihli ve 22-29/483-192 sayılı Kurul kararı.

²⁵ 17.02.2022 tarihli ve 22-09/130-50 sayılı Kurul kararı.

²⁶ 22.12.2022 tarihli ve 22-56/882-365 sayılı, 10.11.2022 tarihli ve 22-51/753-312 sayılı, 21.07.2022 tarihli ve 22-33/523-210 sayılı Kurul kararları.

²⁷ Case COMP.F.1/35.918 (2000); Case COMP.F.2/36.693 (2001).

²⁸ *Binon v AMP*, C-243/83; *VVR v Sociale Dienst van de Plaatselijke en Gewestelijke Overheidsdiensten*, C-311/8; *SPRL Louis Erauw-Jacquery v La Hesbignonne SC*, C-27/87.

²⁹ Case COMP/AT.40465.

³⁰ Case COMP/AT.40469.

³¹ Case COMP/AT.40182.

³² Case COMP/AT.40181.

hakkında idari para cezası uygulanmasına karar vermiştir. Ayrıca Komisyon 25.01.2019 tarihinde Guess Inc'nin perakendecilerin yeniden satış fiyatlarını belirlediği ve "tavsiye edilen" yeniden satış fiyatları ile uyum göstermeyen fiyatları istenilen seviyeye çekmek için müdahalede bulunduğu kanaatine vararak Guess'in yetkili satıcılarının yeniden satış fiyatlarına müdahale etmek suretiyle ABİDA'nın 101. maddesini ihlal ettiğini tespit etmiştir.³³ Komisyon söz konusu kararlarında yeniden satış fiyatının belirlenmesi gibi bazı dâhilî davranışların neticesinde özellikle fiyat, tüketici tercihleri, mal ve hizmetlerin arzı ve kalitesi üzerinde olumsuz etki gösterme olasılığının çok yüksek olması sebebiyle söz konusu davranışların pazardaki gerçek etkilerini göstermenin gereksiz bulunabileceğini belirterek yeniden satış fiyatının belirlenmesini amaç bakımından rekabet ihlali olarak değerlendirmiştir.

1.4.1.2. İnternet Satışlarının Kısıtlanmasına İlişkin Teorik Çerçeve

- (73) Teşebbüslere münhasır bir bölge veya müşteri grubu vermek suretiyle tanınan koruma mutlak bir koruma olmayıp alıcı teşebbüsler kendilerine tahsisli bölgeye veya müşteri grubuna satış yaparken sisteme dâhil diğer alıcıların ancak aktif rekabetinden korunabilirler. Başka bir ifadeyle, sağlayıcı teşebbüs, kendisine veya bir alıcıya tahsis edilmiş münhasır bölgeye ya da müşteri grubuna yapılacak aktif satışları kısıtlayabilir. Bu bölgeye veya müşteri grubuna yapılacak pasif satışların kısıtlanması ise anlaşmayı grup muafiyeti dışına çıkartan bir ihlal olarak değerlendirilecektir.
- (74) Bu açıklamadan yola çıkarak, münhasır bölge/müşteri paylaşımının bulunduğu dağıtım sistemlerinde sadece aktif satışların yasaklanabileceği; böyle bir sistemin bulunmadığı hallerde ise aktif satışın da yasaklanamayacağı anlaşılmaktadır. Diğer bir deyişle, dağıtıcılarına münhasır bölgeler ya da müşteri grupları tahsis etmek suretiyle dağıtım ağı kurmamış olan sağlayıcıların aktif ve pasif satış yasağı getirmeleri hukuka aykırıdır. Bu çerçevede, özellikle pasif satış yasaklarının değerlendirilmesinde internet üzerinden yapılacak olan satışların ele alınması önem arz etmektedir.
- (75) Yukarıda da ifade edildiği üzere 2002/2 sayılı Tebliğ'in "Anlaşmaları Grup Muafiyeti Kapsamı Dışına Çıkaran Sınırlamalar" başlıklı 4. maddesinin (b) bendine göre, bir sağlayıcı tarafından alıcının sözleşme konusu mal veya hizmetleri satacağı bölge veya müşterilere ilişkin kısıtlamalar getirilmesi 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında muafiyetten yararlanamayan bir sınırlamadır. Pasif satışların kısıtlanması da bahsi geçen kısıtlamalar arasında sayılabilecektir. Nitekim anılan Tebliğ kapsamında hazırlanan Dikey Kılavuz'un 22. paragrafında da belli bir bölgeye veya müşteri grubuna yapılacak pasif satışların kısıtlanmasının anlaşmayı grup muafiyeti dışına çıkaran bir ihlal olarak değerlendirileceği ifade edilmiştir. Aynı Kılavuz'un 24. paragrafında ise pasif satış başka bir alıcının bölgesindeki veya müşteri grubundaki müşterilerden gelen ve alıcının aktif çabaları neticesi olmayan talepleri karşılamak (alıcı malın teslimatını müşterinin adresine götürerek yapsa dahi) şeklinde tanımlanmaktadır. Bu kapsamda bir sağlayıcının, dağıtıcıların/bayilerin/alıcıların kendi internet siteleri üzerinden satış yapmalarını kısıtlaması bir tür pasif satış kısıtlaması niteliğindedir. Bu bağlamda, tüketicilerin bayiye ait siteyi ziyaret etmesi ve bayi ile iletişime geçmesi veya tüketicilerin bayi tarafından otomatik olarak bilgilendirilmeyi talep etmiş olması vesilesiyle gerçekleşen satışlar pasif satışlardır. Prensipte olarak her bayi, internet üzerinden satış yapabilme hakkına sahip olmalıdır.
- (76) İnternet satışları aynı zamanda seçici dağıtım sistemi kapsamında da ele alınmaktadır. Tebliğ'in 4. maddesinin birinci fıkrasının (c) bendinde belirtildiği üzere, seçici dağıtım

³³ Case COMP/AT.40428.

sistemi üyelerine son kullanıcılara yapılacak satışlar bakımından aktif veya pasif satış yasağı getirilememektedir. Sağlayıcı konumundaki teşebbüs belirli bir bölgede sınırlı sayıda alıcıya mal vereceğini belirtmek suretiyle münhasır bölgeler oluştursa dahi, alıcıların bölge dışındaki son kullanıcılara yapacakları aktif veya pasif satışlar engellenemez. Başka bir ifadeyle, seçici dağıtım sistemi üyesi alıcılar, internet kanalı da dâhil olmak üzere, diledikleri bölgedeki son kullanıcıya aktif veya pasif satış yapabilirler. Seçici dağıtım sisteminin varlığı halinde sağlayıcının, yeniden satıcıların internet kanalıyla satış yapmasını engellemesi halinde bu uygulama grup muafiyeti kapsamı dışında kalacaktır.

- (77) Bununla birlikte sağlayıcı, satış kanalı olarak internetin kullanımına yönelik olarak da bazı koşullar öngörebilecektir. Örneğin sağlayıcı, ürünlerinin satışa sunulduğu internet sitesine yönelik kalite koşulları getirebilecek, bunun gibi internetten alışveriş yapan tüketicilere belli hizmetlerin sunulması şartını öngörebilecektir. Özellikle seçici dağıtım sisteminde sağlayıcı, dağıtıcıların en az bir fiziki satış noktasına da sahip olmalarına ilişkin bir yükümlülük getirilebilecektir. Ancak bu koşulun amacı, sadece internet üzerinden satış yapan oyuncuları (*pure player*) pazarın dışına itmek veya satışlarını kısıtlamak olmamalıdır. İnternet satışlarına getirilebilecek koşulların amacı doğrudan veya dolaylı olarak dağıtıcının internet satışlarını engellemek olmamalıdır. Öyle ki, internet satışlarına getirilen koşulların gerekçesi, dağıtımın niteliği ve kalitesini, marka imajını ve/veya potansiyel etkinliği artırıcı vb. unsurlar bakımından objektif olarak somut, makul ve kabul edilebilir olmalıdır.
- (78) Bu çerçevede, sağlayıcı, alıcının sadece belirli standart ve koşulları karşılayan “satış platformları/pazar yerleri” üzerinden satış yapmasını isteyebilecektir. Ancak getirilen bu kısıtlamanın amacı, dağıtıcının internet üzerinden satışını ve fiyat rekabetini engellemek olmamalıdır. Bunun gibi, nesnel, tek tip ve ürünün kendine has nitelikleri doğrultusunda şartlar ve gerekçeler öne sürmeden genel olarak platformlardan satışın yasaklanması ihlal olarak değerlendirilebilecektir.

I.4.1.3. KADIOĞLU ile Bayileri Arasında Akdedilen Sözleşme Hükümlerinin Değerlendirilmesi

- (79) KADIOĞLU ile bayileri arasında; “Elektronik Ortam Ticareti “Kadioğlu Web Üyesi” Üyelik Sözleşmesi”, “Müşteri (Bayi) Sözleşmesi” ve “Müşteri-Pazaryeri (Marketplace) Siparişleri Lojistik Hizmet Sözleşmesi” isimli üç adet sözleşme akdedildiği görülmektedir. Anılan sözleşmelerden “Elektronik Ortam Ticareti “Kadioğlu Web Üyesi” Üyelik Sözleşmesi”nin 7 numaralı maddesine değinilmesi gerekmektedir. “KADIOĞLU’na Verilen Yetkiler” başlıklı madde;

“KADIOĞLU herhangi bir zamanda Kadioğlu web³⁴ ortamının çalışmasını geçici bir süre askıya alabilir veya tamamen durdurabilir. Ortamın geçici bir süre askıya alınması veya tamamen durdurulmasından dolayı “Kadioğlu web” üyelerine veya üçüncü şahıslara karşı hiçbir sorumluluğu olmayacaktır.”

hükümünü haizdir.

- (80) Yukarıda mezkûr maddeye göre KADIOĞLU çevrim içi satış sistemlerini dilediğince askıya alabilme veya kapatabilme hakkını saklı tutmaktadır. Bu doğrultuda

³⁴ Söz konusu sözleşmenin “Tanımlar” başlıklı 2. Maddesine göre “Kadioğlu E-Ticaret” kavramı KADIOĞLU’nun internet üzerinden çalıştığı firmalara online olarak ürün satışı yaptığı www.kadioglu.gen.tr, www.kadioglukirtasiye.com.tr, www.bilgisayarim.com.tr ile www.kirtasiyem.com.tr veya ileride duyurulabilecek diğer web adreslerinden erişilebilen internet web adreslerinden oluşan satış kanalına verilen isimdir.

KADIOĞLU'nun internet üzerinden satış yapan bayilerinin toplu şekilde ürünlere ilişkin verileri çekmesini sağlamaya yarayan XML sisteminden bahsetmek gerekmektedir. XML sistemi; ürüne ilişkin ürün adı, stok adet bilgisi, barkod, ilgili ürünün internet sitesinde veya çevrim içi platformlarda satışa sunulabilmesine yönelik olarak profesyonel bir şekilde çekilen ürün fotoğrafı ve yeniden satıcının alış fiyatı bilgilerinin yer aldığı bir işaretleme dilidir. KADIOĞLU'nun yeniden satıcıları da www.bilgisayarim.com.tr adresi üzerinden KADIOĞLU tarafından kendilerine verilen kullanıcı adı ve şifre ile bu sisteme giriş yaparak satışa sunmayı planladıkları ürüne ilişkin bilgileri otomatik olarak çekmek suretiyle satış yapılacak internet sayfasına aktarabilmektedir. Bu kapsamda XML sisteminin bayiler için internet satışını kolaylaştırıcı bir unsur olduğu değerlendirilmektedir. İlaveten XML sistemi; yeniden satıcıların ürünleri kendi stokuna almadan yani depolama maliyetine katlanmaksızın çevrim içi olarak satabilmesine imkân verdiğinden belirli bir ürüne ilişkin olarak bu sistemi kullanamayan yeniden satıcının ek maliyetlerle karşı karşıya kalacağı anlaşılmaktadır. Bununla birlikte XML sisteminin kapatılması ürün satışını tümüyle imkânsız hale getirmemektedir. Yeniden satıcıların ürünleri mağazadan fiziki olarak, KADIOĞLU'na ait internet sitesi üzerinden (KADIOĞLU kendi sitesinden yalnızca B2B (*business to business*) satışlar gerçekleştirmektedir.) ve telefonla arayarak satın alabilmesi mümkündür. Dolayısıyla bir ürüne ilişkin olarak XML sisteminin kapatılması internet satışını tümüyle kısıtlamamakla birlikte zorlaştırıcı bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

- (81) Yukarıda yer verilen değerlendirmeler ışığında; KADIOĞLU ile bayileri arasında akdedilen "Elektronik Ortam Ticareti "Kadioğlu Web Üyesi" Üyelik Sözleşmesi"nin 7. maddesinde yer alan ve KADIOĞLU'nun çevrim içi satış sistemlerini dilediğince askıya alabilme veya kapatabilme hakkına sahip olduğuna ilişkin hükmün, bayiler için internetten satış yapmayı kolaylaştırıcı bir unsur olan XML sistemini de kapsadığı, dolayısıyla KADIOĞLU tarafından internet satışlarının kısıtlanmasının sözleşmesel bir zeminde önünü açtığı kanaatine ulaşılmıştır. Sonuç olarak "Elektronik Ortam Ticareti "Kadioğlu Web Üyesi" Üyelik Sözleşmesi"nin 7. maddesi 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal etmektedir.
- (82) Bununla birlikte ilgili sözleşmelerde KADIOĞLU tarafından yeniden satıcıların satış fiyatını tespit ettiğine ilişkin herhangi bir hükmün yer almadığı görülmektedir.

I.4.1.4. KADIOĞLU Hakkında Elde Edilen Belgelerin Değerlendirilmesi

Bulgu 39'a İlişkin Değerlendirmeler

- (83) Bulgu 39'a konu yazışmanın başlangıcında DENGİ çalışanı tarafından KADIOĞLU çalışanına Okı markalı ürünlerin "xml'e³⁵ kapatıldığı" ifade edilmiştir. Akabinde KADIOĞLU tarafından DENGİ ile Akakçe veya Cimri gibi bir fiyat karşılaştırma sitesinden Okı markalı yazıcıları düşük fiyata satışa sunan bayilere ilişkin ekran görüntüsünün paylaşıldığı görülmektedir. KADIOĞLU tarafından söz konusu bayilerin DENGİ'den "XML çektikleri" belirtilmekte ve DENGİ'den fiyatlara müdahalede bulunması talep edilmektedir. Yazışmanın devamında ise DENGİ çalışanı tarafından XML'in kapatıldığına ifade edilmesi üzerine KADIOĞLU'nun söz konusu hususu onaylayarak bayilerin ilgili verileri manuel (elle) yöntemle elde etmiş olabilecekleri ifade edilmiştir.

³⁵ XML, internet üzerinden veri alışverişi yapan platformlar ve sistemler arasındaki veri alışverişini standart hale getirmek için geliştirilmiş bir biçimlendirme dilidir. Uygulamada XML sistemi satışa sunulan ürünlerin bilgilerinin (model, ürün fotoğrafları, teknik özellikleri, stok durumu vb.) olduğu bir web sitesi satış platformu olarak kullanılmaktadır (**Belge 139**).

- (84) İlgili yazışmadan, bayilerin yeniden satış fiyatlarına DENGİ vasıtasıyla KADIOĞLU tarafından müdahalede bulunulduğu, ek olarak bayilerin fiyatları takip edebilmesine olanak sağlayan XML yönteminin KADIOĞLU'nun müdahalesiyle sonlandırıldığı yönünde şüphe oluşmuştur.
- (85) Teşebbüs tarafından sunulan yazılı savunmada özetle;
- Yazışma konusu ürünlerin bireysel kullanıcılara hitap etmediği sadece kurumsal kanala hitap eden ürünler olduğu, bu tarz büyük hacimli ürünlerin garantisinin aktif olabilmesi için yetkili teknik servisler tarafından kurulumunun yapılmasının gerektiği, tüketiciye teknik desteğin sağlanmadığı durumda marka imajının zedelendiği, bu nedenle bu tür ürünlerin internetten son kullanıcıya satışının yapılmasının uygun olmadığı,
 - İlgili bulguda fiyatlara bir müdahalenin söz konusu olmadığı, yalnızca ürün bilgilerini otomatik bir şekilde elde etmeyi sağlayan XML sistemine yönelik bir müdahalenin yapıldığı,
 - Bulguda yer alan “*Aşağıdaki bayiler muhtemelen senden xml çekiyor. Müdahale edebilir misin fiyatlara.*” ifadesinden bayilerin satış fiyatına doğrudan müdahale girişiminde bulunulduğu anlaşılabilir olsa da söz konusu ifadeler ile temelde farklı seviyelerdeki bayiler arasındaki fiyat dengesinin korunmaya çalışıldığı,
 - Nitekim KADIOĞLU'nun farklı seviyedeki ve farklı ticari potansiyeldeki bayilerine ticari koşulları gereği farklı fiyatlar uyguladığı, bazı bayilerin istisnai durumlarda kendilerine yapılan ekstra indirim marjlarını kullanarak diğer bayilerin belli bir süre hiç mal satamamasına yol açabildiği, bu durumun söz konusu bayiler açısından mağduriyetler oluşturduğu,
 - Bulguda yer alan “*Muhtemelen manuel çekiyorlar abi, teşekkürler*” ifadesine bakıldığında ise durumun KADIOĞLU'ndan bağımsız gerçekleştiğinin anlaşıldığı, nitekim KADIOĞLU bayilerinin gerek XML'den gerekse de manuel olarak veya direkt mağazadan fiyatları öğrenebildiği, KADIOĞLU'nun buna müdahale etme iradesinin ve imkânının bulunmadığı

hususları ifade edilmektedir.

- (86) Ek olarak teşebbüs yetkilisi tarafından 20.05.2024 tarihinde sunulan cevabi yazıda özetle;
- Bulguda yer alan ürünlerin Devlet Malzeme Ofisi (DMO) özelinde tedariki sağlanan ve ayrı bir yasal mevzuat ile satış ve kar marjları belirlenen ürünler olduğu, bu nedenle söz konusu ürünlerin fiyat marjlarının mevzuat³⁶ gereği piyasadan çok daha düşük olması gerektiği,
 - DENGİ tarafından söz konusu yazıcıların DMO'ya satılmak üzere çok sayıda ve daha uygun fiyatlarla tedarik edildiği, tedarik edilen ihale fazlası yazıcıların ise internet üzerinden satışa sunulduğu, bu şekilde DMO'ya satılmak üzere çok düşük kar marjlarıyla toptan tedarik edilen ürünlerin amaçlandığı pazar dışında internet kanalından, ilaveten teknik destek maliyeti eklenmeksizin satışa

³⁶ DMO'nun Devlet Malzeme Ofisi Satın Alma ve Satış İşlemleri Yönergesi'nin 9. maddesinin ikinci fıkrasının b bendinde “*Yapılan araştırmada düşük fiyat tespit edilmesi halinde; ilgili yükleniciye durum yazılı olarak bildirilerek ürün fiyatının revize edilmesi istenilir ... Ayrıca, fiyat revizelerine ilişkin geçmişe dönük fiyat farkları ilgili yüklenicilerden talep edilir.*” hükmü yer almaktadır.

sunulması diğer bayilerin kar marjlarını olumsuz etkilediği ve bayilerin benzer ürünleri hiç satamamasına neden olduğu,

- Bulguda açık bir fiyat kontrolü ibaresinin bulunmadığı, nitekim bulguda yer alan *“muhtemelen manuel çekiyorlar”* ifadesiyle zaten bunun gerek teknik, gerekse pratik olarak mümkün olmadığı kabul edildiği, yazışmanın devamında fiyatlara müdahale edildiğine dair bir açıklama veya tespitin bulunmadığı,
- Bulguda yer alan *“Aşağıdaki bayiler muhtemelen senden xml çekiyor. Müdahale edebilir misin fiyatlara.”* ifadesi dikkate alındığında sadece DMO'ya tedarik etmek amacıyla çok daha düşük sayılarla satılan söz konusu ürünlerin XML üzerinden satışlarla DMO kataloğunun dahi altında satılmasının diğer bayilerin nezdinde olumsuz karşılanabileceği, akabinde *“Muhtemelen manuel çekiyorlar abi. teşekkürler.”* şeklinde biten görüşme ile bu konuda tarafların zaten bir müdahale iradesinin bulunmadığının görüldüğü

hususları ifade edilmektedir.

- (87) Söz konusu bulguya ilişkin olarak öncelikle ürünlerin kurumsal kanala hitap eden büyük ebatlı yazıcılar olması ve söz konusu ürünlerin satış sonrasında yetkili teknik servis hizmeti gerektirmesi nedeniyle internet üzerinden son kullanıcıya satış yapılmasının uygun olmadığı, bu nedenle XML sisteminin kapatılmasının amaçlandığı belirtilmektedir.
- (88) Bu noktada XML sisteminden bahsetmek yerinde olacaktır. XML sisteminin ürüne ilişkin ürün adı, stok adet bilgisi, barkod, ürün fotoğrafı ve yeniden satıcının alış fiyatı bilgilerinin otomatik olarak elde edilmesini sağladığı ve internet satışını kolaylaştırıcı bir unsur olduğu değerlendirilmektedir. İlaveten XML sistemi; yeniden satıcıların ürünleri kendi stokuna almadan yani depolama maliyetine katlanmaksızın çevrim içi olarak satabilmesine imkân verdiği için belirli bir ürüne ilişkin olarak bu sistemi kullanamayan yeniden satıcının ek maliyetlerle karşı karşıya kalacağı anlaşılmaktadır. Bununla birlikte XML sisteminin kapatılması ürün satışını tümüyle imkânsız hale getirmemektedir. Yeniden satıcıların ürünleri mağazadan fiziki olarak, KADIOĞLU'na ait internet sitesi üzerinden (KADIOĞLU kendi sitesinden yalnızca B2B (*business to business*) satışlar gerçekleştirmektedir.) ve telefonla arayarak satın alabilmesi mümkündür. Dolayısıyla bir ürüne ilişkin olarak XML sisteminin kapatılması internet satışını tümüyle kısıtlamamakla birlikte zorlaştırıcı bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Bu kapsamda KADIOĞLU tarafından dolaylı olarak internet satışlarının kısıtlandığı kanaati oluşmaktadır. Dolayısıyla söz konusu ürünlerin teknik bilgi gerektirmesi, yetkili kişiler tarafından kurulum gerekliliği ve marka imajının korunması vb. sebeplerle internet satışlarının yasaklanması 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlal edildiği hallerden biri olarak kabul edilecektir.
- (89) Savunmada ayrıca KADIOĞLU tarafından söz konusu yazıcıların DENGİ'ye DMO Genel Müdürlüğü mevzuatına uyulmasının sağlanması amacıyla düşük fiyatla tedarik edildiği, ancak düşük marjlarla DMO ihalesine girecek bayilere verilen bir ürün olmasına rağmen bayilerin ihale fazlası ürünleri internet kanalıyla sattıkları ifade edilmiştir.
- (90) DMO'nun Devlet Malzeme Ofisi Satın Alma ve Satış İşlemleri Yönergesi'nin 9. maddesinin ikinci fıkrasının (b) bendinde *“Yapılan araştırmada düşük fiyat tespit edilmesi halinde; ilgili yükleniciye durum yazılı olarak bildirilerek ürün fiyatının revize edilmesi istenilir... Ayrıca, fiyat revizelerine ilişkin geçmişe dönük fiyat farkları ilgili yüklenicilerden talep edilir.”* hükmü yer almaktadır. Söz konusu hükme göre DMO,

ihale konusu ürüne ilişkin olarak kendisine verilen fiyattan daha düşük bir fiyat tespit etmesi durumunda yükleniciden fiyat revizesi isteyebileceği söylenebilecektir. Bu noktada söz konusu anlaşmaya KADIOĞLU'nun taraf olmadığı ve anlaşma taraflarının DMO ile bayi olduğu değerlendirildiğinde, KADIOĞLU'nun herhangi bir ticari yükümlülüğünün bulunmadığı anlaşılmaktadır. Ayrıca anılan Yönerge'ye uymak amacıyla KADIOĞLU tarafından XML sisteminin kapatılmasının talep edilmesi, söz konusu eylemi 4054 sayılı Kanun kapsamında meşru hale getirmemektedir. Kanun'un 4. maddesinde yer alan hükmün temel amacı, her bir teşebbüsün kendi ticari politikalarını ve piyasadaki faaliyetlerini tek başına, bağımsız olarak belirlemesidir.

- (91) Öte yandan KADIOĞLU tarafından DMO'ya satılmak üzere verilen ürünün indirimli fiyatla verildiğine ve sadece DMO'ya satılmak üzere tedarik edildiğine dair herhangi bir somut delil de sunulmamıştır. KADIOĞLU tarafından gönderilen cevabi yazıda DENGE'nin ilgili ürünleri DMO'ya doğrudan kendisinin ihaleye girmek üzere almadığı, DMO ihaleleri konusunda uzmanlaşan başka bir alt bayiye satmak üzere bu yazıcıları tedarik ettiği, bu nedenle DENGE ile söz konusu hususa yönelik bir yazışmanın veya doğrudan ispatlayıcı bir belgenin bulunmadığı ifade edilmiştir. Bu kapsamda söz konusu hususun soyut iddialardan ibaret olduğu değerlendirilmektedir.
- (92) İlgili yazışma kapsamında incelenmesi gereken son husus, KADIOĞLU tarafından yeniden satıcıların satış fiyatlarına müdahale edilmediğidir. Söz konusu bulguda yer alan "*Müdahale edebilir misin fiyatlara*" ifadesi KADIOĞLU tarafından çevrim içi platformlarda satış yapan yeniden satıcıların fiyatlarına müdahalede bulunduğu yönünde şüphe oluşturmaktadır. Bununla birlikte, yazışmanın bir diğer tarafı olan DENGE tarafından bu talebe yönelik olarak herhangi bir cevap verilmediği, yalnızca duruma ilişkin olası sebeplerin ileri sürüldüğü görülmektedir. Dolayısıyla **Bulgu 39**'un, şüphe oluşturan yeniden satış fiyatının tespiti eylemine yönelik olarak müdahalenin gerçekleştiğini, bir diğer deyişle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde bahsi geçen "anlaşma" şartının sağlandığını tam olarak ortaya koyamadığı, bu hususta ispat standardını sağlayamadığı değerlendirilmektedir.
- (93) Bu kapsamda işbu bulgu internet satışlarının kısıtlanmasına ilişkin aşağıda yer verilen diğer bulgular ile birlikte değerlendirildiğinde, KADIOĞLU'nun yeniden satıcıların internet satışlarını kısıtladığı kanaati oluşmaktadır.

Bulgu-45'e İlişkin Değerlendirmeler

- (94) 03.04.2023 tarihinde KADIOĞLU Satın Alma ve Satış Yetkilisi (.....) tarafından, diğer KADIOĞLU çalışanlarının erişimine açık olan KADIOĞLU Satın Alma ve Satış departmanlarının e-posta adreslerine gönderilen yazışmada Uniwiz markalı ürünler kapsamında KADIOĞLU'nun satış stratejilerine ilişkin bilgi verildiği görülmektedir. İletide yer alan "*En önemli olan satış yaptığınız bayilerin ürünü internet te satmaması eğer böyle bir olay gerçekleşirse kapalı devre para kazandığımız bir iş biter önemle vurgulamak istiyorum*" ve "*Eğer internet satıcısı ise sistem fiyatları geçerli*" ifadelerinden son kullanıcılara satış gerçekleştiren bayilerin internet üzerinden satış yapmalarının istenen bir durum olmadığı ve internet üzerinden satış gerçekleştiren bayilerin iskontosuz olduğu tahmin edilen sistem fiyatları üzerinden ürün satın alabileceği anlaşılmaktadır.
- (95) KADIOĞLU tarafından sunulan savunmada özetle;
- KADIOĞLU'nun Uniwiz marka güvenlik kamera ve aksesuarları ürün grubunun ithalatçısı veya distribütörü olmadığı, söz konusu ürünlerin distribütör olan TESAN İletişim AŞ ünvanlı teşebbüsten tedarik edildiği,

- "Eğer internet satıcısı ise sistem fiyatları geçerli" ifadesinin ürünün internetten satışının engellenmediğini gösterdiği, yapılan iskonto farkının ürünün kurulumunu yapabilecek teknik yeterliliğe sahip ve asıl faaliyet konusu güvenlik kamerası işi olan bayiler için geçerli olduğu,
- Bu kapsamda güvenlik kamera sistemleri sektörü özelinde bakıldığında güvenlik kameraları satış sonrası ve kurulum hizmetlerini de kapsayan farklı bir yapıya sahip olduğu, bir güvenlik kamerası satıldıktan sonra kurulum ve montaj hizmetinin bireysel olarak veya faaliyet konusu dışında olan bayiler tarafından yapılmasının çoğunlukla mümkün olmadığı, bu nedenle güvenlik kamerası satışlarının ayrı veriler dikkate alınarak yapılmak zorunda kalındığı,
- E-postadaki "Eğer internet satıcısı ise sistem fiyatları geçerli önerdiğiniz veya iyi fiyat verdiğini işlerde karşılıklı bilgi alışverişi yapalım ki sorun yaşamayalım." ifadesi ile amaçlananın, internetten alış yapan müşterilerin bu güvenlik kameralarını tek başlarına monte edemeyeceklerinden dolayı yaşanacak satış sonrası problemlerin önüne geçmek olduğu,
- Bu çerçevede güvenlik kameraları özelinde ortaya çıkan kurulum öncesi ve sonrası teknik aksaklıkların önüne geçmek maksadıyla gerek bayilerle bilgi alışverişi açısından ve gerekse kameraların kurulum maliyetinden dolayı ortaya çıkan fiyatlandırma politikası açısından belli teknik yönlendirmeler yapılmasının amaçlandığı

hususları ifade edilmiştir.

- (96) KADIOĞLU tarafından özetle; bulguya konu yazışmanın güvenlik kameraları özelinde ortaya çıkan kurulum öncesi ve sonrası teknik aksaklıkların önüne geçmek maksadıyla gerçekleştirildiği, "Eğer internet satıcısı ise sistem fiyatları geçerli" ifadesinin ürünün internetten satışının engellenmediğini gösterdiği ifade edilmiştir.
- (97) Öncelikle teşebbüs tarafından sunulan ve ilgili yazışmanın teknik aksaklıkların önüne geçilmesi amacıyla gerçekleştirildiği yönündeki savunma incelendiğinde; KADIOĞLU'nun satış yaptığı bir yeniden satıcıdan tüketicinin temin ettiği bir ürünün kurulumunun KADIOĞLU'nun tüketici sorumluluğu ve ticari sorumluluk alanına girmediği değerlendirilmektedir. KADIOĞLU tarafından herhangi bir ürünün yeniden satıcıya satışının gerçekleştirildiği aşamadan itibaren bu üründen kaynaklanan her türlü sorumluluğun ürünün satışını gerçekleştiren yeniden satıcıda bulunduğu anlaşılmaktadır. İlaveten yeniden satıcının örneğin bir pazar yerinde satış yapması durumunda son kullanıcının ürünün hangi distribütörden temin edildiğini tespit edilebilmesi mümkün olmayıp KADIOĞLU'nun marka imajının zarar görmesi gibi bir durum da somut olayda söz konusu değildir. Dolayısıyla KADIOĞLU'nun bu husustaki savunmasına itibar etmek mümkün değildir.
- (98) KADIOĞLU tarafından sunulan bir diğer savunma, "Eğer internet satıcısı ise sistem fiyatları geçerli" ifadesinin ürünün internetten satışının engellenmediğini, internet satışının gerçekleşebildiğini gösterdiği savunmasıdır. Belgede yer alan "sistem fiyatları" ibaresinin yazının başında bahsedilen "%10+10" iskonto alamayan, diğer deyişle KADIOĞLU'ndan herhangi bir destek veya indirim alamayan liste fiyatlarını ifade ettiği değerlendirilmektedir. Bu kapsamda KADIOĞLU'nun internet satışlarını tümüyle kısıtlamasa dahi internet üzerinden satış yapan yeniden satıcılara diğer satıcılara sağladığı destek ve indirimleri sağlamadığı anlaşılmaktadır. Bu durum, internet üzerinden satış yapan bayilerin yapmayanlara kıyasla daha dezavantajlı hale gelmesine yol açacak, yeniden satıcıların internet kanalından satış yapma

motivasyonlarını olumsuz yönde etkileyecektir. Sonuç olarak söz konusu uygulama ile KADIOĞLU'nun yeniden satıcıların dolaylı olarak internet satışlarını kısıtladığı değerlendirilmektedir. Bununla birlikte belgede geçen "*En önemli olan satış yaptığınız bayilerin ürünü internet te satmaması*" ifadesinden bayinin kendi internet sitesi veya çevrim içi satış platformu olarak hizmet veren pazar yerlerindeki satışlarına yönelik bir ayrıma gitmediği, dolayısıyla internet satışlarını her türlü platform üzerinden kısıtladığı değerlendirilmektedir.

- (99) İlgili e-postanın devamında kullanılan "*eğer böyle bir olay gerçekleşirse kapalı devre para kazandığımız bir iş biter*" ifadesinden, KADIOĞLU'nun internet satışlarını kısıtlama eyleminin altında yatan sebebin salt fiziksel satışlarda gerek rakiplerin birbirlerinin fiyatlarından gerekse tüketicilerin tüm satıcıların fiyatlarından haberdar olmalarının zorlaşması dolayısıyla fiyat rekabetinin çevrim içi satışlara kıyasla daha düşük seviyede kalması ve fiyatların yükselmesi olduğu değerlendirilmektedir. Diğer bir deyişle KADIOĞLU'nun "kapalı devre sistemde" fiyatların daha kolay yüksek tutulabilmesi niyetiyle internet satışlarını kısıtladığı kanaatine varılmıştır. Bununla birlikte KADIOĞLU tarafından fiyatların yükselmesi amacıyla yeniden satış fiyatlarının belirlendiği, buna yönelik olarak KADIOĞLU tarafından herhangi bir müdahalede bulunulduğu hususu işbu bulguda ortaya koyulamamaktadır.
- (100) Bu kapsamda söz konusu bulgu ile KADIOĞLU tarafından internette satış yapan yeniden satıcılara iskonto uygulamamak suretiyle dolaylı olarak internet satış kısıtlaması eyleminde bulunulduğu değerlendirilmektedir.

Bulgu-46'ya İlişkin Değerlendirmeler

- (101) KADIOĞLU satış temsilcisi ile yeniden satıcı KÜÇÜK ADAM arasında geçen *Skype* yazışmasında KÜÇÜK ADAM çalışanı (.....)'in paylaştığı Cambox ve S-link marka olduğu tespit edilen ürünlere yönelik olarak KADIOĞLU'ndan XML sistemi açmasını, diğer bir ifadeyle söz konusu ürünlerin görsel, teknik bilgi ve fiyat gibi bilgileri aktarmasına izin veren sistemi açmasını talep ettiği görülmektedir. Buna karşılık KADIOĞLU'nun "*xml vermeyeceğimize dair söz verdik*" ifadesinden KADIOĞLU tarafından xml'in açılmayacağını belirtildiği görülmekte, dolayısıyla KADIOĞLU tarafından bayilerin internet üzerinden yapacağı satışların zorlaştırılmaya çalışıldığı değerlendirilmektedir. Akabinde KADIOĞLU çalışanının "*bunları internetten satma*" ifadesinden ise KADIOĞLU'nun bayilerinin satış ve pazarlamasını yaptıkları ürünlerin internet üzerinden satılmasını yasakladığı anlaşılmaktadır.
- (102) KADIOĞLU tarafından yapılan savunmada özetle;
- "*xml vermeyeceğimize dair söz verdik*" ifadesinin Cambox marka ürünlere ait olup bu ürünlerin güvenlik kameralarının montajı için kullanılan plastik bir aksesuar olduğu, bu aksesuarlar plastik olduğundan, kargo yapıldığında hasar gördüğü bu nedenle internetten satış yapan firmaların görüntülenmesine kapatıldığı, ancak internet satışlarının tamamen yasaklanmadığı,
 - Yazışmanın devamında güvenlik aksesuarı olan S-link marka ürünlere yönelik olarak "*mahazaya gelip alsın*" şeklinde cevap verildiği, internetten satmak isteyen yeniden satıcının manuel şekilde ürün bilgilerini girerek bu ürünlerin satışını gerçekleştirebileceği, ürünün hem mağaza satışına hem de internet satışına açık olduğunun görüldüğü, bu ürünlerin internete kapalı olmadığı,
 - Söz konusu yazışmanın, ilgili kamera montaj aparatlarının düşük fiyatlı ve kırılğan nitelikteki ürünler olmalarından dolayı ortaya çıkan nakliyat sorunları

çerçevesinde internet üzerinden satışının sorun teşkil edeceği düşüncesiyle ve mağazadan alınması amacıyla gerçekleştirildiği,

- Bu uygulamanın tamamen teknik sebeplerden kaynaklı olduğu, herhangi bir fiyat satış kısıtlaması benzeri uygulamalar içermediği

hususları ifade edilmiştir.

- (103) KADIOĞLU tarafından sunulan savunmada özetle, bulguya konu ürünlerin kırılğan nitelikli olmalarından dolayı ortaya çıkan nakliyat sorunları çerçevesinde internet üzerinden satışının sorun teşkil edeceği ve bu ürünlerin mağazadan alınması amacıyla yazışmanın gerçekleştirildiği ifade edilmiştir.
- (104) Bulgu 46'da da, Bulgu 39 ve Bulgu 45'e benzer olarak teknik uygulamalarda oluşabilecek aksaklıklar sebebiyle ürünlerin yalnızca fiziksel kanaldan satışa sunulmasının amaçlandığı savunmasına başvurulmaktadır. İnternet satışı kısıtlamalarına ilişkin diğer bulgularda da bahsedildiği üzere; marka imajı, nakliyat sorunları vb. problemlerin çözümüne yönelik olarak internet satışlarının bütünüyle yasaklanmasına göre rekabeti çok daha az kısıtlayıcı alternatiflerin olduğu kabul edilmektedir. Örneğin, kırılğan ve nakliyatta zarar görebilecek ürünlerin internet üzerinden satışa sunulması halinde yeniden satıcı teşebbüse belirli kargo ve paketleme standartları öngörülerek bu sorunun önüne geçilmesi mümkündür. Dolayısıyla KADIOĞLU tarafından sunulan savunmanın kabul edilemeyeceği değerlendirilmektedir.
- (105) KADIOĞLU tarafından ileri sürülen ve XML sisteminin kapatılmasının internet satışlarını kısıtlamadığı, yalnızca çevrim içi satış yapmayı amaçlayan bayilerin ilgili ürünlere ilişkin bilgileri elle girmesine sebep olduğu yönündeki savunmaya yönelik olarak da Bulgu 39'da bahsedilen hususların tekrar edilmesi gerekecektir. Bu kapsamda ürüne ilişkin ürün adı, stok adet bilgisi, barkod, ürün fotoğrafı ve yeniden satıcının alış fiyatı bilgilerinin otomatik olarak elde edilmesini sağlayan XML sisteminin internet satışını kolaylaştırıcı bir unsur olduğu değerlendirilmektedir. İlaveten XML sistemini kullanan bir yeniden satıcının kendi stoklarına ürün eklemeksizin doğrudan distribütörün stoklarından satış yapabilmesi mümkünken bu sistemin kapatılması ihtimalinde internetten satış yapabilmesi için o ürünü öncesinde stoklarına eklemesi gerekecek, dolayısıyla yeni bir stok maliyetine katlanması gerekecektir. Bu kapsamda bir ürüne ilişkin olarak XML sisteminin kapatılması internet satışını tümüyle kısıtlamamakla birlikte zorlaştırıcı bir eylem olarak değerlendirilmektedir.
- (106) Sonuç olarak normal şartlar altında bayilerine XML sistemini açan bir distribütörün internetten satış yapan bayilere bu sistemi kapatmasının ve bayileri fiziksel satış yapmaları ihtimalinde katlanmayacakları zorluk ve maliyetlerle karşı karşıya bırakmasının da bir tür internet satış kısıtlaması olduğu kanaati oluşmaktadır.
- (107) Yukarıda bahsedilen bilgiler ışığında KADIOĞLU tarafından yeniden satıcıların internet satışlarının kısıtlanmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlal edildiği değerlendirilmektedir.

1.4.1.5. Kadioğlu'nun İkinci Yazılı Savunması ve Değerlendirme

- (108) Teşebbüsün ikinci yazılı savunması çerçevesinde sunduğu savunmalara ve bunlar hakkındaki değerlendirmelere aşağıda yer verilmektedir.

I.4.1.5.1. Yeniden Satış Fiyatının Tespiti Uygulamasına ve EPSON ile KADIOĞLU Arasındaki Ticari İlişkiye İlişkin Savunmalar

(109) KADIOĞLU'un ikinci yazılı savunmasında özetle;

- EPSON özelinde elde edilen bulgular ile ilgili olarak daha önceki yapmış oldukları savunma ve açıklamaları tekrarladıkları, Soruşturma Raporu'nda da yeniden satış fiyatının tespitine yönelik iddialara somut bir dayanak bulunmadığının tespit edildiği ve bu konuya ilişkin iddiaların Soruşturma Heyeti tarafından geri çekildiği,
- EPSON ile KADIOĞLU arasındaki ticari ilişkinin EPSON'un çok katmanlı ve geniş dağıtım ağı politikasına dayandığı,
- (.....),
- (.....),
- (.....),
- EPSON tarafından sunulan taahhütler kapsamında KADIOĞLU yetkililerine yönelik olarak kapsamlı bir rekabet uyum programı da uygulandığı

hususları ifade edilmiştir.

Değerlendirme

(110) Savunmada özetle, (.....) ileri sürülmüştür.

(111) Mevcut durumda KADIOĞLU hakkındaki ihlal isnadının temelini teşebbüs tarafından yeniden satıcıların internet satışlarının kısıtlanması hususu teşkil etmektedir. İnternet satışlarının kısıtlanmasına ilişkin bulgular ise Bulgu-39, Bulgu-45 ve Bulgu-46 olup bu bulgulara konu yazışmaların hiçbirinde EPSON'un yazışma tarafı olmadığı, yazışmaların KADIOĞLU çalışanları veya KADIOĞLU ile yeniden satıcısı arasında gerçekleştiği görülmektedir. Nitekim söz konusu belgelerde yer alan ihlale konu ürünlerin EPSON markasına ilişkin olmadığı; Oki, Uniwiz, Cambox ve S-Link marka ürünlere ait olduğu anlaşılmaktadır.

(112) Dolayısıyla (.....) sonucuna ulaşılmıştır.

I.4.1.5.2. İnternet Satış Kısıtı İddiasına İlişkin Genel Savunmalar

(113) KADIOĞLU tarafından sunulan ikinci yazılı savunmada özetle;

- KADIOĞLU'nun bayilerinin farklı stoklama ve satış politikaları nedeniyle belirli dönemlerde düşük fiyatlı satışlar yapmaları gerektiği ve bu durumun bayilerin zararına satış yapmasını engellemek amacıyla uyguladığı önlemlerden biri olduğu,
- Özellikle pandemi dönemi sonrasında internet satışlarının artmasıyla birlikte, tüketicilerin ürün fiyatlarına duyarlılığının oldukça arttığı, bu artış dolayısıyla bayilerinin rekabet gücünü koruyabilmesi amacıyla KADIOĞLU'nun fiyat marjlarını gözetmek durumunda kaldığı, dolayısıyla gerekli durumlarda indirimli satışlar yaptığı ancak bu indirimlerin rekabeti engelleme amacı taşımadığı, aksine piyasa koşullarına uyum sağlamak için olduğu,
- Öte yandan, ilgili pazarda KADIOĞLU'nun çok sayıda rakibinin bulunduğu, XML ve internet aracılığıyla satışların baskın olduğu bir piyasa ortamında KADIOĞLU'nun güçlü rakiplerinin yanında yüksek fiyatları dayatan ve rekabeti ihlal ederek internet satışlarını kısıtlar nitelikte bir satış politikasının olması

halinde rakipleri karşısında hiçbir şanslarının olamayacağı ve hızla ürün satamaz hale gelebilecekleri,

- Nitekim KADIOĞLU'nun özellikle pandemi dönemi ve sonrasında, yüksek seviyedeki rekabetçi fiyat ve stratejileri sayesinde önemli seviyede büyüme sağladığı, bu durumun da KADIOĞLU'nun rekabetçi politika ve stratejilerini ispatlayan başka bir unsur olduğu, dolayısıyla rekabet ihlaline yönelik iddiaların KADIOĞLU'nun uyguladığı satış stratejisi ile çeliştiği,
- Diğer yandan Kurulun *Loreal* kararında³⁷, ilgili firmanın belirli spesifik durum ve koşullar altında internet üzerinden gerçekleşen satışlarına sınırlama getirebilmesine izin verildiği,
- Bu çerçevede Bulgu-39, 45 ve 46 özelinde gelişen durumların, Kurulun *Loreal* kararındaki spesifik ürünlerin internet satışlarının kısıtlanmasına imkân verilmesi durumuna temelde benzerlik arz eden durumlar olduğu, eğer KADIOĞLU hakkında dolaylı olarak bir internet satış kısıtlaması söz konusuysa da bu durumun teknik ve ticari gerekçelerinin bulunduğu

hususları ifade edilmiştir.

Değerlendirme

- (114) Savunmada özetle, KADIOĞLU'nun internet satışlarını kısıtlamadığı ve birçok rakibin bulunduğu bir pazarda anılan uygulamalarda bulunmanın rekabetçi olamayacağı ileri sürülmüştür.
- (115) Öncelikle KADIOĞLU hakkında ihlal isnadına dayanak olarak Bulgu-39, Bulgu-45 ve Bulgu-46'ya yer verilmektedir. Bulgu-39 ve Bulgu-46'da, XML sisteminin internette satış yapan yeniden satıcıların erişimine kapatılması suretiyle, Bulgu-45'te ise internette satış yapan yeniden satıcıların yapmayanlara kıyasla dezavantajlı hale getirilmesi suretiyle KADIOĞLU tarafından yeniden satıcıların internet satışlarının kısıtlandığı sonucuna ulaşılmıştır.
- (116) Savunmada teşebbüs tarafından, Kurulun *Loreal* kararına atıfta bulunularak internet satış kısıtı iddiasının spesifik ürünlerin internet satışlarının kısıtlanmasına imkân verilmesi durumunun teşebbüsün mevcut durumuyla benzerlik gösterdiği ifade edilmiştir. Bununla birlikte ilgili kararda internet satışlarının belirli koşullarda tamamen yasaklanabileceğine ilişkin bir ifadeye yer verilmemiş, satış kanalı olarak internetin kullanımına yönelik olarak bazı koşullar öngörülebileceği, internet satışlarına getirilen koşulların; gerekçesi, dağıtımın niteliği ve kalitesini, marka imajını ve/veya potansiyel etkinliği artırıcı vb. unsurlar bakımından objektif olarak somut, makul ve kabul edilebilir olması gerektiği belirtilmiştir. Ayrıca Kurulun ilgili kararında internet satış kısıtlarının her halükarda 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal teşkil ettiği ve internet satışlarına ilişkin olarak Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz'da (Dikey Kılavuz) yeniden satıcının amacının doğrudan veya dolaylı olarak dağıtıcının internet satışlarını engellemek olmaması gerektiği ifade edilmiştir.
- (117) Söz konusu Kurul kararı sonucunda L'Oreal Türkiye Kozmetik Sanayi ve Ticaret AŞ tarafından sunulan nihai taahhüt metninin, rekabet sorunlarıyla orantılı, bu sorunları gidermeye elverişli, kısa sürede yerine getirilebilir ve etkili şekilde uygulanabilir nitelikte olması nedeniyle kabulüne ve ilgili teşebbüs açısından bağlayıcı hale getirilmesine karar verilmiş, bu kapsamda soruşturmanın internet satış kısıtı iddiası bakımından

³⁷ Kurulun 07.09.2023 tarihli ve 23-41/808-287 sayılı kararı.

sonlandırılmasına karar verilmiştir. Diğer bir deyişle ilgili dosya kapsamında teşebbüsün eylemlerinin rekabeti kısıtladığı değerlendirilmiş ve teşebbüsten bu sorunun giderilmesine yönelik taahhütler alınmıştır. İşbu dosya kapsamında ise Kurulun 04.06.2024 tarih ve 24-24/574-242 sayılı kararı ile KADIOĞLU tarafından sunulan taahhütlerin dosya kapsamında tespit edilen rekabet sorunlarını giderebilecek nitelikte olmadığı gerekçesiyle anılan taahhütler reddedilmiştir.

- (118) Son olarak teşebbüs, markalar arası yoğun rekabetin olduğu bir pazarda internet satışlarının kısıtlanmasının mümkün olmadığını belirtmiştir. İnternet satışlarının kısıtlanması marka içi rekabeti sınırlamaktadır. Bu kapsamda markalar arası yoğun bir rekabetin olması marka içi sınırlamaların gerçekleşmesini zorlaştırırsa dahi bu ihtimali ortadan kaldırmamaktadır. Teşebbüs hakkında elde edilen bulgulardan KADIOĞLU tarafından internette satış yapan yeniden satıcıların yapmayanlara kıyasla çeşitli şekillerde dezavantajlı hale getirildiği, bu suretle yeniden satıcıların internet satışlarının kısıtlandığı ortaya konulmaktadır.
- (119) Sonuç olarak bahse konu savunmanın kabul edilemeyeceği kanaatine varılmıştır.

I.4.1.5.3. Sözleşme Hükümlerine İlişkin Genel Savunmalar

- (120) KADIOĞLU tarafından sunulan ikinci yazılı savunmada özetle;
- KADIOĞLU ile bayileri arasında akdedilen ve Soruşturma Raporu'nda internet satışlarının kısıtlanması uygulamasına ilişkin olduğu değerlendirilen "Elektronik Ortam Ticareti "Kadioğlu Web Üyesi" Üyelik Sözleşmesi"nin 7. maddesinin yeniden satışı yapılan ürünlerde rekabeti ve internet satışlarını kısıtlama amacı ile kullanılan bir hüküm olmadığı,
 - Bu hükmün asıl amacının KADIOĞLU'nun söz konusu ürünlerin tedarik ve stok noktalarında ortaya çıkabilecek sorunlarda alıcı firmaların mağduriyet yaşamaması amacıyla önceden tedbir amaçlı eklenen bir düzenleme olduğu, stokta bulunmayan ürünün internetten satışının devam etmesi durumunda hem KADIOĞLU hem de alıcı bakımından sorunlar oluşabileceği,
 - Söz konusu hükmün Soruşturma Raporu'nda internet satışlarının zorlaştırılması olarak değerlendirmiş olmasına rağmen istisnai piyasa ve stok koşullarına yönelik bir hüküm olduğu ve hükmün konulma amacının rekabetçi koşulları engellemek değil, ürün tedariki, stok miktarı gibi değişkenlerde ortaya çıkabilecek olumsuzluklara ve beklenmeyen anlık stok düşmelerine karşı önlem alma amaçlı olduğu,
 - Ticari hayatın olağan akışı gereği farklı pazarlarda internetten yeniden satışın yapıldığı pek çok piyasada da buna benzer hükümlerin bulunduğu

hususları ifade edilmiştir.

Değerlendirme

- (121) Savunmada özetle, sözleşmede yer alan hükmün internet satışını engellemek olmadığı, hayatın olağan akışında stok ve tedarik konularında yaşanabilecek olumsuzluklara karşı önlem alma amaçlı olduğu ifade edilmiştir.
- (122) KADIOĞLU ile bayileri arasında akdedilen "Elektronik Ortam Ticareti "Kadioğlu Web Üyesi" Üyelik Sözleşmesi"nin 7. maddesinde yer alan ve KADIOĞLU'nun çevrim içi satış sistemlerini dilediğince askıya alabilme veya kapatabilme hakkına sahip olduğuna ilişkin hükmün, bayiler için internetten satış yapmayı kolaylaştırıcı bir unsur olan XML sistemini de kapsadığı, dolayısıyla KADIOĞLU tarafından internet

satışlarının kısıtlanmasının sözleşmesel bir zeminde önünü açtığı değerlendirilmektedir. XML sistemi; ürüne ilişkin ürün adı, stok adet bilgisi, barkod, ilgili ürünün internet sitesinde veya çevrim içi platformlarda satışa sunulabilmesine yönelik olarak profesyonel bir şekilde çekilen ürün fotoğrafı ve yeniden satıcının alış fiyatı bilgilerinin yer aldığı bir işaretleme dilidir. KADIOĞLU'nun yeniden satıcıları da www.bilgisayarim.com.tr adresi üzerinden KADIOĞLU tarafından kendilerine verilen kullanıcı adı ve şifre ile bu sisteme giriş yaparak satışa sunmayı planladıkları ürüne ilişkin bilgileri otomatik olarak çekmek suretiyle satış yapılacak internet sayfasına aktarabilmektedir. İlâveten XML sistemi; yeniden satıcıların ürünleri kendi stokuna almadan yani depolama maliyetine katlanmaksızın çevrim içi olarak satabilmesine imkân verdiğinden belirli bir ürüne ilişkin olarak bu sistemi kullanamayan yeniden satıcının ek maliyetlerle karşı karşıya kalacağı anlaşılmaktadır. Bu kapsamda XML sisteminin bayiler için internet satışını kolaylaştırıcı bir unsur olduğu değerlendirilmektedir.

- (123) Teşebbüsün yapmış olduğu savunmada sözleşmede yer alan hükmün stok ve tedarik konularında yaşanabilecek olumsuzluklara karşı önlem alma amacıyla yer aldığı ifade edilmekte olup yapılan savunmalarda bu hususa ilişkin herhangi bir somut ispat vasıtasının sunulmadığı görülmektedir. İlgili hükmün KADIOĞLU'nun stok ve tedarik yönetimi amacıyla XML sisteminin kapatılmasına yönelik olarak getirildiği varsayımı altında dahi bunun çözümünün XML sisteminin kapatılması gibi bir uygulama yerine ürünün satışa sunulduğu sistem üzerinden yeniden satıcılara stok bulunmadığı bilgisinin verilmesi gibi daha az kısıtlayıcı yöntemlerle çözümlenebileceği değerlendirilmektedir. Nitekim söz konusu uygulama ile XML sistemi askıya alınmadan yalnızca stok bulunmayan ürünler için bayilerin bilgilendirilmesi sağlanmış olacaktır.
- (124) Teşebbüs hakkında elde edilen ilgili bulgular kapsamında da KADIOĞLU tarafından XML sisteminin internet üzerinden satış yapan yeniden satıcıların internet satışlarının kısıtlanması amacıyla kullanıldığı anlaşılmaktadır. Bu kapsamda bir ürüne ilişkin olarak XML sisteminin kapatılması internet satışını tümüyle kısıtlamamakla birlikte zorlaştırıcı bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Dolayısıyla ilgili sözleşme hükmü yerinde incelemede elde edilen bulgular ile birlikte değerlendirildiğinde KADIOĞLU'nun yeniden satıcıların internet satışlarını kısıtladığı sonucuna ulaşılmaktadır.
- (125) Sonuç olarak bahse konu savunmanın kabul edilebilir olmadığına karar verilmiştir.

I.4.1.5.4. İddia Konusu Bulgulara İlişkin Savunmalar

Bulgu 39'a İlişkin Savunmalar

- (126) KADIOĞLU'nun bulguya ilişkin savunmasında özetle;
- Bulgu-39'da yer alan yazışma sonrasında internet satışlarının açıkça kısıtlandığı tespitinin yapılmasının mümkün olmadığı, nitekim bulguda temelde firma yetkilileri tarafından bir durum tespitinin yapıldığı, akabinde KADIOĞLU tarafından herhangi bir aksiyon alınmadığı,
 - Yazışmadaki *“Muhtemelen manuel çekiyorlar abi”* ifadesinin de aksiyon alma imkânının bulunmadığını açıkça gösterdiği,
 - Ayrıca yazışmadaki *“Bu ürünler XML'e kapatılmıştı. Eski bilgiye göre gösteriyor olabilir ya da başka yerden çekiyordur.”* ifadesinin de firma yetkilileri tarafından XML'i bu şekliyle kapatmanın mümkün olmadığını teknik olarak ortaya koyduğu ve yazışma içeriğinin temelde bir durum tespiti niteliğinde olduğunu ispatladığı,

- Oki marka 9006144 C650DN model yazıcının temelde DMO'ya tedarik edilen, kurumsal nitelikli bir ürün olması nedeniyle teknik destek zorunluluğunun bulunduğu, bayilerin bu ürünü satarken teknik destek verme zorunluluklarını da hesaba katarak toplam maliyetlerini buna göre belirleyerek fiyatlama yapmak durumunda olduğu,
- Teknik destek verme maliyeti yok sayılarak söz konusu ürünün satıldığı durumda piyasaya göre daha uygun görünen fiyatlarla satışların gözlemlenebildiği, ancak bu durumda söz konusu ürünleri alan kurumsal kullanıcıların teknik destek alamadıkları için mağduriyetler yaşayabildiği, alt bayilerin bu gibi hataları sebebiyle sağlayıcıların sorumluluk altına girebildiği,
- Bu durumun internet satışlarını kısıtlamaya çalışma girişiminden ziyade, standart dışı ve eksik ürün satışının önüne geçme girişimi olarak değerlendirilmesi gerektiği,
- Diğer yandan KADIOĞLU'nun genel olarak internet satışlarını kısıtlayarak rekabeti bozma gibi temel bir irade ve kastı olsaydı bu durumun sadece Oki markalı söz konusu spesifik ve servis destek maliyetini zorunlu kılan bir ürün ile sınırlı kalmak yerine, daha pek çok normal satışa konu ürün bakımından da tespit edilerek ihlal bulgularına ulaşılmış olmasının bekleneceği, ancak iddiaya konu ihlal bulgusunun sadece Oki markalı spesifik bir ürün özelinde gerçekleştiği, bunun nedeninin de servis destek maliyeti ve paketi eklenmeksizin satılan bir ürünün mağduriyetlere yol açma olasılığının önüne geçme gayretinden ibaret olduğu, KADIOĞLU'nun söz konusu yazışmada aksiyon almadığı ve ihlale konu bir eylem de gerçekleştirmediği,
- Söz konusu ürünün özel nitelikte ve teknik destekle satılması zorunlu bir ürün olması nedeniyle yüksek sayılarda satılan bir ürün olmadığı gibi yazışma tarafı olan Denge Bilgisayar San. ve Tic. Ltd. Şti.'nin (DENGE) anılan ürünü ihlal iddiasına konu 2023 yılında toplam beş adet satın aldığı, bunun dört tanesini sonradan sebepsiz iade ettiği, bu ürünün 2023 yılında toplamda sadece 21 adet satıldığı ve buradan elde edilen ciro tutarının da (.....) TL olduğu, bu ürünü DMO ile çalışan firmalar dışında alan tek teşebbüsün ihlal iddiasına konu belgedeki DENGE olduğu,
- KADIOĞLU'nun satışı sınırlı olan spesifik bir ürün bakımından rekabeti bozarak fahiş kâr elde etme gibi bir kastının olamayacağını bu veriler üzerinden de ortaya koyulduğu, nitekim gözetilmek istenen asıl hususun bayilerin ve alıcıların sorun yaşamamasını temin etmek olduğu,
- Öte yandan, **Bulgu-39** özelinde gündeme gelen XML satışları yoluyla internet satışlarının kısıtlandığı iddiası noktasında bir kıstas olması bakımından 2023 yılında XML kullanıcısı bayilerinin toplam sipariş tutarının sadece (.....) TL olduğu, 2023 yılındaki toplam ciro baz alındığında XML üzerinden yapılan sipariş tutarının toplam cironun ancak %(.....)'lik gibi oldukça düşük bir kısmını teşkil ettiği, bu haliyle de KADIOĞLU'nun bilanço kârının çok düşük bir kısmını teşkil eden XML bazlı satışlarda kısıtlamaya gitmeye çalışarak ve rekabeti engelleyerek buradan fahiş kârlar elde etmeye çalışmak gibi bir stratejisinin bulunmasının ticari hayatın olağan akışına aykırı olacağı ve KADIOĞLU'nun net kâr marjının %(.....) civarında seyrettiği

hususları ifade edilmektedir.

Değerlendirme

- (127) KADIOĞLU tarafından Bulgu-39'a ilişkin olarak öncelikle internet satışlarının açıkça kısıtlandığı tespitinin yapılmasının mümkün olmadığı, nitekim yazışmanın temelini firma yetkilileri tarafından yapılan bir durum tespitinden ibaret olduğu ve herhangi bir aksiyon alınmadığı ileri sürülmüştür.
- (128) İlgili yazışma incelendiğinde DENGE tarafından KADIOĞLU'na hâlihazırda ilgili ürünlere ilişkin XML sisteminin zaten kapatıldığı bilgisinin verildiği, bu nedenle KADIOĞLU tarafından aksiyon almasını gerektirecek bir durumun bulunmadığı görülmektedir. Bununla birlikte tarafın sunduğu birinci ve ikinci yazılı savunmalar incelendiğinde ürünlerin kurumsal kanala hitap eden büyük ebatlı yazıcılar olması ve söz konusu ürünlerin satış sonrasında yetkili teknik servis hizmeti gerektirmesi nedeniyle internet üzerinden son kullanıcıya satış yapılmasının uygun olmadığı, bu nedenle KADIOĞLU tarafından ilgili yazışmanın gerçekleştirildiği belirtilmiştir. Dolayısıyla KADIOĞLU tarafından söz konusu ürünlere ilişkin olarak XML sisteminin kapatılmak istendiği ancak sistemin zaten kapalı olması nedeniyle aksiyon almasını gerektirecek bir durumun olmadığı anlaşılmaktadır.
- (129) Yukarıda da ayrıntısına yer verildiği üzere XML sisteminin bayiler için internet satışını kolaylaştırıcı bir unsur olduğu söylenebilecektir. Dolayısıyla bir ürüne ilişkin olarak XML sisteminin kapatılması internet satışını tümüyle kısıtlamamakla birlikte zorlaştırıcı bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Bu kapsamda Bulgu-39'un yalnızca teşebbüs yetkilileri tarafından yapılan bir durum tespitinden ibaret olmadığı anlaşılmakta olup KADIOĞLU tarafından dolaylı olarak internet satışlarının kısıtlandığı değerlendirilmektedir.
- (130) Ek olarak KADIOĞLU tarafından yapılan diğer bir savunmada ihlal belgesinin sadece Oki markalı spesifik bir ürüne ait olduğu, KADIOĞLU'nun rekabeti bozma kastının bulunduğu durumda başka ürünler bakımından da ihlal bulgularına ulaşılmış olmasının bekleneceği, dolayısıyla KADIOĞLU'nun amacının rekabeti bozmak değil mağduriyetleri gidermek olduğu belirtilmektedir.
- (131) Bu noktada yalnızca Oki markalı ürünlere ilişkin olarak ihlal isnadında bulunulmadığının belirtilmesinde fayda bulunmaktadır. İnternet satışlarının kısıtlanmasına ilişkin ihlal isnadında kullanılan diğer iki bulgu olan Bulgu-45'te Uniwiz markalı, Bulgu-46'da ise Cambox ve S-link markalı ürünlerin konu edinildiği görülmektedir. Dolayısıyla KADIOĞLU hakkında sadece bir markalı üründen yola çıkılarak ihlal değerlendirmesi yapılmamıştır. Her hâlükârda söz konusu ihlal için tek bir marka ve model için tespit yapıldığı durumda dahi ihlal değerlendirmesinin değişmeyeceği belirtilmelidir. Neticede KADIOĞLU tarafından başka marka ve ürünler için ihlal bulgusuna ulaşılamadığı savunması yerinde görülmemiştir.
- (132) Son olarak savunmada ürünlerin satış sonrasında yetkili teknik servis hizmeti gerektirmesine rağmen teknik destek verme maliyeti eklenmeden söz konusu ürünlerin internet üzerinden uygun fiyatlı olarak satıldığı, ancak bu durumun standart dışı ve eksik ürün satışı şeklinde mağduriyetlere sebep olduğu ve bayilerin bu hataları sebebiyle ana markaların ve KADIOĞLU'nun sorumlu tutulabildiği ifade edilmektedir.
- (133) KADIOĞLU'nun satış yaptığı bir yeniden satıcıdan tüketicinin temin ettiği bir ürünün kurulumunun KADIOĞLU'nun tüketici sorumluluğu ve ticari sorumluluk alanına girmediği değerlendirilmektedir. KADIOĞLU tarafından herhangi bir ürünün yeniden satıcıya satışının gerçekleştirildiği aşamadan itibaren bu üründen kaynaklanan her türlü sorumluluğun ürünün satışını gerçekleştiren yeniden satıcıda bulunduğu

anlaşılmaktadır. İlaveten yeniden satıcının örneğin bir pazar yerinde satış yapması durumunda son kullanıcının ürünün hangi distribütörden temin edildiğini tespit etmesi mümkün olmayıp KADIOĞLU'nun sorumlu tutulması söz konusu değildir. Dolayısıyla KADIOĞLU'nun bu husustaki savunmasına itibar etmek mümkün görülmemiştir.

- (134) Ek olarak, internet satışlarının geleneksel satış yöntemlerine göre çok daha fazla sayıda alıcıya ulaşmak için güçlü bir araç olduğu, internetin tüketicilere kolaylıkla geniş bir bilgi setine ulaşma, fiyatları ve hizmeti karşılaştırma, arama maliyetlerini azaltarak daha fazla ürüne ve satıcıya erişme imkânı sağladığı ve tüketicin daha uygun fiyatlarla ürünlere ulaşmasına imkan tanıdığı dikkate alındığında ürünlerin teknik bilgi gerektirmesi ve yetkili kişiler tarafından kurulum gerekliliği vb sebeplerin ileri sürülmesi ilgili dosya kapsamında tüketici yararı sağlayan bir husus olarak ele alınmamıştır.
- (135) Bu doğrultuda işbu bulgu internet satışlarının kısıtlanmasına ilişkin diğer bulgular ile birlikte değerlendirildiğinde, KADIOĞLU'nun yeniden satıcıların internet satışlarını kısıtladığı kanaati oluşmakta, Bulgu-39 bakımından sunulan savunmaların kabul edilemeyeceği değerlendirilmiştir.

Bulgu 45'e İlişkin Savunmalar

- (136) KADIOĞLU'nun bulguya ilişkin savunmasında özetle;
- Soruşturma Raporu'nda Bulgu-45 özelinde KADIOĞLU'nun satış yaptığı bir yeniden satıcıdan tüketicinin temin ettiği bir ürünün kurulumunun KADIOĞLU'nun tüketici sorumluluğu ve ticari sorumluluk alanına girmediğinin değerlendirildiği, ancak bilhassa güvenlik kameraları gibi satış sonrası destek operasyonlarını zorunlu kılan ürünler bakımından KADIOĞLU'nun alt bayilerine satış yaparken her ne kadar ticari olarak onların satışları ve ticari başarılarıyla doğrudan ilgilenmese de, uzun dönemde onların satış sonrası süreçte ürün tanıtımı, ürün tutundurulması ve potansiyel sorunların çözülebilmesi gibi noktalarda süreçlerini dolaylı olarak da olsa takip ettiği, aksi halde uzun dönemde KADIOĞLU'nun rekabet gücü ve ticari başarısının olumsuz etkilenebileceği,
 - Diğer yandan bulgu özelinde bahse konu ürünlerin güvenlik kameraları olduğu, bu kameraların temelde iki tip alıcı grubu tarafından satın alındığı, en büyük alıcı grubunun güvenlik kamerası sistemi kuran güvenlik şirketleri, ikinci grup alıcıların ise çok düşük adetlerle ürün alımı yapan ve herhangi bir güvenlik sistemi kurma işi üstlenmeyen alıcılar olduğu,
 - KADIOĞLU'nun ticari hayatın olağan akışı gereği büyük miktarlarda kamera alımı yapan güvenlik şirketlerine büyük miktarlarda alımları nedeniyle daha uygun fiyatlı satışlar yaparken düşük sayılarla alım yapan ve güvenlik kamerası sistemi kurulumu süreciyle uğraşmayan bayilere de daha yüksek fiyatlarla satış yaptığı, bu bulgu özelinde gerçekleşen iç yazışmanın tamamen bu ayrımın gözetilmesinin sağlanmasına yönelik bir değerlendirmeden ibaret olduğu,
 - Kamera kurulumunun çok karmaşık ve problemlerle karşılaşma olasılığı bulunan bir süreç olduğu, bu bayilere yönelik olarak düşük fiyat politikalarının arkasındaki önemli nedenlerden birinin de bu teknik kurulum sürecinde de bu bayilerinin maliyetlerini azaltarak rekabet gücü elde etmelerinin amaçlandığı,
 - Bu kapsamda güvenlik kamerası kurulum hizmetinin çeşitli alanlarda güvenlik ve gözetim amacıyla kullanılan kapalı devre televizyon sistemlerinin

planlanması, montajı, yapılandırılması ve devreye alınması sürecini kapsayan bir süreç olduğu, bu hizmetin genellikle aşağıda yer alan aşamaları içerdiği:

- a) İhtiyaç Analizi ve Planlama,
 - b) Ekipman Seçimi,
 - c) Yazılım ve Ağ Ayarları,
 - d) Test ve Devreye Alma,
- Bu kapsamda, güvenlik kameralarıyla ilgili olarak gerekli teknik destek sağlanmamışsa, gerek kurulum sırasında ve gerekse kurulum tamamlandıktan çok sonra çeşitlik problemler yaşanabildiği, bu konuda yaşanabilecek problemlerin genel çerçevesinin şöyle sıralanabileceği:
1. Kablolama Sorunları,
 2. Güç Kaynağı Sorunları,
 3. Ağ ve Bağlantı Problemleri,
 4. Ekipman Uyumluluğu,
 5. Çevresel Faktörler,
- Bu zorlukların, güvenlik kamerası kurulum hizmeti sırasında karşılaşılan yaygın teknik problemler olup profesyonel bir yaklaşım gerektirdiği,
- Kurulum yapan bayilerin KADIOĞLU'nun ürünlerini satarken birçok teknik zorluğa katlanarak büyük miktarlarda ürün satarken sadece internet satıcısı olan bayilerinin bu tür zorluklara katlanmaksızın ve ürünlerini müşteri bazında tanıtımı maliyetlerine katlanmaksızın ürün satışı gerçekleştirdikleri,
- Bu noktada bu iki grup bayi arasındaki fiyat farklılaştırmasını sağlamak bakımından Bulgu-45'te yer alan *“Eğer internet satıcısı ise sistem fiyatları geçerli.”* ifadesinin özellikle kullanıldığı,
- Aynı kapsamda *“En önemli olan satış yaptığınız bayilerin ürünü internette satmaması, eğer böyle bir olay gerçekleşirse kapalı devre para kazandığımız bir iş biter önemle vurgulamak istiyorum.”* ifadesi ile de yine amaçlananın kamera kurulumu işi yapmadığı halde doğrudan alım yapan firmalar ile ticari potansiyel, ek maliyetler, tanıtım gayreti gibi unsurları taşıyan bayiler arasındaki ticari ayrımı gözetmek olduğu,
- Dolayısıyla bulguda yer alan *“Eğer internet satıcısı ise sistem fiyatları geçerli”* ifadesindeki *“internet satıcısı”* ile kastedilenin aslında arka planda kamera kurulumu yapmayan ve toplu ürün alımı yapmayan bayilerin kastedildiği

hususları ifade edilmiştir.

Değerlendirme

- (137) KADIOĞLU tarafından yapılan savunma incelendiğinde öncelikle bulguya konu yazışmanın güvenlik kameraları özelinde ortaya çıkan kurulum öncesi ve sonrası teknik aksaklıkların önüne geçmek amacıyla gerçekleştirildiği, bilhassa satış sonrası hizmetlerin gereğince bayiler tarafından sunulmadığı durumlarda KADIOĞLU'nun ticari başarısının uzun dönemde olumsuz etkilendiği ifade edilmektedir.
- (138) Bu noktada, KADIOĞLU'nun satış yaptığı bir yeniden satıcıdan tüketicinin temin ettiği bir ürünün kurulumunun KADIOĞLU'nun tüketici sorumluluğu ve ticari sorumluluk

alanına girmediği, ilaveten yeniden satıcının ürünlerinin bir pazar yerinden satıldığı durumda, son kullanıcının ürünü hangi distribütörden alındığını tespit etmesinin de genellikle mümkün olmadığı söylenebilecektir.

- (139) Diğer yandan internet üzerinden yapılan ticaretin dünyada olduğu kadar ülkemizde de giderek yaygınlaşmaya başladığı görülmektedir. İnternetin yeni bir dağıtım kanalı olarak gelişmesi bir yandan tüketicilere kolaylıkla geniş bir bilgi setine ulaşma, fiyatları ve hizmeti karşılaştırma, daha fazla ürüne ve satıcıya erişme fırsatı sağlarken üreticilere daha geniş coğrafyaya daha düşük maliyetle ürün pazarlama imkânı tanımaktadır. Dolayısıyla savunmada belirtilenin aksine internetin tüketicilere ve üreticilere sağladığı faydalar dikkate alındığında, internet satışlarını kısıtlamanın KADIOĞLU'nun ticari başarısını olumsuz etkileyeceği değerlendirilmektedir.
- (140) Değinilen diğer bir husus olarak savunmada, bulgunun KADIOĞLU tarafından kamera kurulumu ve yüksek miktarda ürün alımı yapan kamera şirketleri ile düşük miktarda alım yapan ve herhangi bir güvenlik sistemi kurma işi üstlenmeyen alıcılar arasındaki ticari ayırımın gözetilmesini sağlamak olduğu ifade edilmiştir. İlaveten KADIOĞLU tarafından kamera kurulumu yapan firmalar bakımından düşük fiyat politikasının arkasındaki önemli nedenlerden birinin teknik kurulum sürecinde söz konusu bayilerin maliyetlerini azaltarak rekabet gücü elde etmeyi amaçlamak olduğu eklenmiştir.
- (141) İlgili bulgu incelendiğinde Uniwiz markalı ürünler kapsamında KADIOĞLU'nun satış stratejilerine ilişkin bilgi verildiği görülmektedir. Belgede yer alan "sistem fiyatları" ibaresinin yazının başında bahsedilen "%10+10" iskonto alamayan, diğer deyişle KADIOĞLU'ndan herhangi bir destek veya indirim alamayan liste fiyatlarını ifade ettiği ve söz konusu indirimli fiyatların internet satıcısı olamayan bayilere verileceği değerlendirilmektedir. Bu kapsamda KADIOĞLU'nun internet üzerinden satış yapan yeniden satıcılara diğer satıcılara sağladığı destek ve indirimleri sağlamadığı anlaşılmaktadır. Bu durum KADIOĞLU'nun internet üzerinden satış yapan bayilerin diğer bayilere göre dezavantajlı hale gelmesine yol açacak ve yeniden satıcıların internet kanalı üzerinden satış yapma isteğini olumsuz etkileyecektir. Dikey Kılavuz'un 25. vd. paragraflarında hangi sınırlamaların internet satış yasağı anlamına gelebileceği örnekleyici şekilde açıklanmıştır. Buna göre, "*Dağıtıcının, sağlayıcıya, internet üzerinden tekrar satışa sunacağı ürünler için fiziki satış noktalarında arz edilecek ürünlere kıyasla daha yüksek fiyat ödemesinin kararlaştırılması.*" hükmü pasif satışlar kapsamında ele alınarak inceleme konusu dikey anlaşmayı grup muafiyeti kapsamı dışına çıkaran ağır sınırlama olarak kabul edilmektedir. İnternet satış kısıtlamalarına dair, ürünün kurulum gerektirmesi gibi satış sonrası servis hizmeti problemlerinin çözümü için internet satışlarını tamamen yasaklamak yerine, rekabeti çok daha az sınırlayan alternatifler bulunmaktadır. Örneğin, ürün kurulum gerektiriyorsa ve bunun tüketici tarafından fark edilmesi bekleniyorsa, yeniden satıcıların satış yaptıkları çevrim içi ortamlara bu tür uyarılar koymaları talep edilebilir. Dolayısıyla söz konusu uygulama ile KADIOĞLU'nun yeniden satıcıların dolaylı yoldan internet satışlarını sınırladığı söylenebilecektir. Ayrıca, belgede geçen "*En önemli olan, bayilerinizin ürünü internet üzerinden satmamasıdır*" ifadesi, bayilerin kendi internet siteleri veya çevrim içi pazar yerlerinde yapılan satışları arasında bir ayırım yapılmadığını, dolayısıyla internet satışlarının her türlü platformda kısıtlandığını göstermektedir.
- (142) Bununla birlikte savunmada söz konusu satış stratejisi ile KADIOĞLU'nun amacının rekabet gücü elde etmeyi amaçlamak olduğu ifade edilmişse de internet satışlarına getirilen kısıtlamaların marka içi rekabetin kısıtlanması sonucunu doğurduğu dikkate alındığında KADIOĞLU'nun bu savunmasının da kabul edilebilir olmadığı değerlendirilmektedir.

(143) Bu kapsamda söz konusu bulgu ile KADIOĞLU tarafından internette satış yapan yeniden satıcılara fiziksel satış yapan yeniden satıcılardan daha yüksek fiyat uygulamak suretiyle dolaylı olarak internet satış kısıtlaması eyleminde bulunduğu anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda Bulgu-45 bakımından sunulan savunmaların kabul edilemeyeceği sonucuna ulaşılmıştır.

Bulgu 46'ya İlişkin Savunmalar

(144) KADIOĞLU'nun bulguya ilişkin savunmasında özetle;

- Bulgu-46'da yer alan toplam 14 kalem ürünün hepsinin Cambox veya S-link markalı güvenlik kamerası montaj aksesuarları niteliğindeki ürünler olduğu ve ortalama bir güvenlik kamerasına göre düşük fiyatlı ürünlerden ibaret olduğu,
- Ürünlerin parasal değerlerinin düşük olduğu, genellikle hacimli olmaları sebebiyle kargolama maliyetlerinin yüksek olduğu ve paketlemesinin teknik ve maliyet gerektirmesi sebebiyle yapılamadığından dolayı kargoda hasara uğrama olasılıklarının yüksek olduğu ve bu nedenle söz konusu ürünlerin internette satışlarının ticari kaygılarla tercih edilmediği,
- Güvenlik kamerası montaj aksesuarlarının fiyatlarının genel olarak 1 ABD doları ile 10 ABD doları arasındaki bir fiyat marjında değiştiği, ürünlerin çoğunun ve özellikle çok miktarda satan ürünlerin ağırlığının 2-3 ABD doları civarında olduğu,
- Ürünlerin pek çoğunun kargo desimetreküplerinin genelde ortalamanın çok üzerinde olmasının yanında plastik nitelikleri, özel paketleme yapmanın zor ve maliyetli olması, diğer pek çok ürüne göre büyük hacimli olmaları gibi teknik nedenlerle kargolama sürecinde hasar alarak iade edilme olasılıklarının normale göre çok daha yüksek olduğu,
- KADIOĞLU'nun bu özel nitelikleri haiz kamera montaj aparatları ürün grubunda; bir yanda bu ürünlerin çoğunun büyük hacimleri nedeniyle yüksek kargo maliyetlerine katlanmak zorunda kaldığı, diğer yandan düşük parasal değerleri nedeniyle kargo maliyetini kurtarmayacak fiyat marjları gözetmediği, öte yandan hacimli, ucuz ve kargosu pahalı bu ürünlerin yüksek maliyetli paketlemesini minimize etmeye çalışması nedeniyle kargo sürecinde ürünlerin hasar gördüğü ve dolayısıyla iade, yeniden kargolama ve ek iş yükü gibi süreçlerle uğraşmak zorunda kalabildiği,
- Bulguda ortaya çıkan niyet ve iradenin KADIOĞLU'nun bu ürün grubundan fahiş kâr elde etmeye çalışma girişiminden ziyade, bu spesifik ürün grubunun haiz olduğu özel niteliklerinden dolayı, internetten satılmaları sonucunda kargolama sürecine ve maliyetine katlanılarak yapılan satışların pek çok durumda KADIOĞLU'nu zarara sokacak süreçleri beraberinde getirmesinden kaynaklandığı,
- Bilindiği üzere internetten satılan ürünlerin nakliyesi esnasında ortaya çıkan kargo maliyetinde; ürünün ağırlığı, hacmi (desimetreküp cinsinden), hasar görme olasılığını azaltmak amacıyla asgari paketleme gerekliliği gibi unsurların belirleyici olduğu, bu unsurlar dışında kargo şirketinin ekstra indirim uygulayıp uygulamadığının da önem kazanabildiği,
- Soruşturma Raporu'nda genel olarak ürünlerin kargoda gerekli paketleme yapılarak ve gerekli maliyetlere katlanarak bu ürünlerin alıcıya hiçbir hasar

almadan problemsiz ulaştırılabileceğinin vurgulandığı, ancak bu durumun genelde standart nitelikte ürünler için geçerli bir durum olduğu, yukarıda ifade edilen sebeplerle bulguda yer alan ürünler için ticari olarak geçerli olmadığı,

- Bu çerçevede gönderilen ürünlerde hasar, iade gibi durumların meydana gelmesi halinde KADIOĞLU ile ilgili olumsuz geri dönüşlerin ortaya çıktığı, gerek bayiler nezdinde ve gerekse internette çeşitli platform ve mecralarda olumsuz şikayetler birikerek firma itibarının zedelenme noktasına kadar gidebildiği,
- Ancak bu spesifik güvenlik kamerası aksesuarlarını bayilerin mağazaya gelip aldığı durumda hem ürünü görerek ve fiziken kontrol ederek almaları nedeniyle iade ve değişim gibi zorlu ve maliyetli süreçlere katlanmak zorunda kalma olasılıklarının azaldığı,
- Diğer yandan günümüzde tüketicilerin Hepsiburada, Trendyol ve N11 gibi sitelerden alışveriş yaptıkları, bu şirketlerin ulusal bazda büyük miktarlarda satış yapmalarından dolayı belli bir yekünün üzerinde kargo bedava şeklinde çalışabildikleri, kargo şirketlerinin bu sayılan firmalara toplu gönderimlerden dolayı KADIOĞLU'na göre çok daha düşük fiyatlarla ürünleri kargolayabildikleri

hususları ifade edilmiştir.

Değerlendirme

- (145) KADIOĞLU tarafından Bulgu-46 kapsamında önceki savunmada ifade edilen hususlar tekrar edilmiş olup özetle; XML sisteminin kapatılmasının fahiş kâr elde etme amacıyla yapılmadığı, kısıtlamadaki amacın ihlal iddiasını oluşturan ürünlerin parasal değerinin düşük ve nakliyatının maliyetli olmasından kaynaklandığı ifade edilmiştir.
- (146) KADIOĞLU'nun bir satış temsilcisi ile yeniden satıcı Küçükadam KÜÇÜK ADAM arasında geçen Skype yazışmalarında, KÜÇÜK ADAM çalışanının Cambox ve S-link markalı ürünlerle ilgili olarak KADIOĞLU'ndan XML sistemini açmasını, yani bu ürünlerin görsel, teknik bilgi ve fiyat gibi bilgilerini sağlayacak sistemin aktif hale getirilmesini talep ettiği görülmüştür. Buna karşılık KADIOĞLU temsilcisinin “XML vermeyeceğimize dair söz verdik” ifadesinden, KADIOĞLU'nun bu talebi reddettiği ve XML sisteminin açılmayacağını belirttiği anlaşılmaktadır. Bu durum, KADIOĞLU'nun, bayilerinin internet üzerinden yapacakları satışları zorlaştırmayı hedeflediğini göstermektedir.
- (147) Devamında, KADIOĞLU çalışanının “bunları internetten satma” şeklindeki ifadesi, KADIOĞLU'nun, bayilerinin satış ve pazarlamasını yaptığı ürünlerin internet üzerinden satılmasını açıkça yasakladığını ortaya koymaktadır. Bu yazışmalar, KADIOĞLU'nun internet satışlarını kısıtlayarak fiziksel mağazalarda fiyatların daha yüksek tutulmasını sağlamaya yönelik bir strateji izlediğini düşündürmektedir.
- (148) Bulgu-46'da da, Bulgu-39 ve Bulgu-45'e benzer şekilde, ürünlerin yalnızca fiziksel kanaldan satışa sunulmasının gerekçesi olarak teknik uygulamalarda yaşanabilecek aksaklıklar öne sürülmektedir. Ancak, internet satışı kısıtlamalarına dair diğer bulgularda da belirtildiği gibi, marka imajının korunması, nakliye sorunları gibi problemlerin çözümü için internet satışlarını tamamen yasaklamak yerine, rekabeti çok daha az sınırlayan alternatifler bulunmaktadır. Örneğin, kırılğan ve nakliyede zarar görebilecek ürünler internet üzerinden satılacaksa, yeniden satıcılara belirli kargo ve paketleme standartları getirilerek bu tür risklerin önüne geçilebilecektir. Bu tür düzenlemeler, hem ürün güvenliğini sağlarken hem de rekabetin korunmasına katkı

sunmaktadır. Ürünün nakliyat standartlarının yükseltilmesi durumunda nakliyat maliyetinin ürün maliyetinin üstüne çıkması ise yine internet satışlarının kısıtlanması için yeterli bir gerekçe olarak görülmemektedir. Böylesi bir durumda internet satışlarının tamamen kısıtlanması yerine taşıma maliyetlerine yeniden satıcının katıldığı bir satış politikasının veya yeniden satıcıya yapılacak fiyatlandırmada taşıma giderlerinin dâhil edildiği bir fiyat politikasının uygulanması tercih edilebilecektir.

- (149) KADIOĞLU ile bayi arasında; "Müşteri-Pazaryeri (Marketplace) Siparişleri Lojistik Hizmet Sözleşmesi" incelendiğinde "4. Tarafların Yükümlülükleri" başlıklı 4.4 hükmü "Bu sözleşme kapsamındaki sevkiyatlardan oluşan her türlü taşıma giderlerden MÜŞTERİ sorumludur". şeklinde olup mezkur hükme göre nakliye giderlerini KADIOĞLU'nun değil, yeniden satıcının üstlendiği anlaşılmaktadır. Bu noktada taşıma giderlerine ilişkin olarak KADIOĞLU'nun savunmasının dikkate alınamayacağı değerlendirilmektedir.
- (150) Sonuç olarak, internetten satış yapan bayilere XML sisteminin kapatılması ve bayilerin fiziksel satış yaptıkları durumda katlanmak zorunda kalmayacakları zorluklar ve maliyetlerle karşı karşıya bırakılması, internet satışlarına yönelik bir kısıtlama olarak değerlendirilmektedir. Bu uygulama, internetten satış yapmayı zorlaştırarak bayileri dolaylı yoldan fiziksel satışa yönlendirmekte ve rekabeti sınırlayıcı bir etki yaratmaktadır. Bu doğrultuda Bulgu-46 bakımından da sunulan savunmaların kabul edilemeyeceği kanaatine varılmıştır.

1.4.1.6. İnternet Satışlarının Kısıtlanması Uygulamasına İlişkin Muafiyet Değerlendirmesi

- (151) KADIOĞLU'nun yeniden satıcılarının internet satışlarını yasaklamasına yönelik uygulamalarının 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi kapsamında muafiyet incelemesine de konu edilmesi gerekmektedir.
- (152) İnternet satışlarına getirilen kısıtlamalar (yeniden) satış kısıtlaması olarak görülmekte ve prensip olarak her yeniden satıcının internet üzerinden satış yapmasına izin verilmesi gerekmektedir. Nitekim yeniden satıcının ürünlerini bir internet sitesi üzerinden satması temel olarak pasif satış niteliğindedir. Pasif satışlara getirilen kısıtlamalar 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinde öngörülen prensiplere uymadığı ölçüde anlaşmaları grup muafiyeti kapsamı dışına çıkaran ağır sınırlamalardan biri olarak görülmektedir.
- (153) 2002/2 sayılı Tebliğ'in "Anlaşmaları Grup Muafiyeti Kapsamı Dışına Çıkaran Sınırlamalar" başlıklı 4. maddesinin (b) bendine göre, bir sağlayıcı tarafından alıcının sözleşme konusu mal veya hizmetleri satacağı bölge veya müşterilere ilişkin kısıtlamalar getirilmesi, muafiyetten yararlanamayan bir sınırlamadır. Pasif satışların kısıtlanması uygulaması, bahsi geçen kısıtlamalar arasında sayılabilecektir. Nitekim Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz'un 21. paragrafında da belli bir bölgeye veya müşteri grubuna yapılacak pasif satışların kısıtlanmasının anlaşmayı grup muafiyeti dışına çıkaran bir ihlal olarak değerlendirileceği ifade edilmiştir. Kılavuz'un 24. paragrafında ise pasif satış başka bir alıcının bölgesindeki veya müşteri grubundaki müşterilerden gelen ve alıcının aktif çabaları neticesi olmayan talepleri karşılamak (alıcı malın teslimatını müşterinin adresine götürerek yapsa dahi) şeklinde tanımlanmaktadır.
- (154) Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz'un 25. paragrafında, "bir sağlayıcının, dağıtıcıların/bayilerin/alıcıların kendi internet siteleri üzerinden satış yapmalarını kısıtlaması bir tür pasif satış kısıtlaması niteliğindedir." ifadesi yer almaktadır. Böylece, anılan düzenlemeler uyarınca yetkili dağıtıcıların internet üzerinden satış yapmasının

yasaklanması pasif satış olarak nitelendirilmekte ve ilgili anlaşmayı grup muafiyetinin kapsamı dışına çıkaran bir kısıtlama oluşturmaktadır. Bu nedenle KADIOĞLU'nun bayilerin internetten satış yapmalarına ilişkin getirdikleri kısıtlamalar 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi uyarınca bireysel muafiyet koşulları bakımından incelenmiştir.

- (155) 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi uyarınca bireysel muafiyetten yararlanabilmek için ikisi pozitif, ikisi negatif toplam dört şartın tamamının birlikte gerçekleşmesi gerekmektedir:

“(a) Malların üretim veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması,

(b) Tüketicinin bundan yarar sağlaması,

(c) İlgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması,

(d) Rekabetin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlanmaması.”

- (156) KADIOĞLU internet satışlarını yasaklamadaki amacının ürünün teknik bilgi gerektirmesi sebebiyle eğitilmiş personel barındıran bayiler tarafından fiziki kanaldan satılmasını sağlamak olduğunu belirtmiştir. Bu gerekçelerin internet üzerinden yapılacak satışları kısıtlamasını haklı gösterecek nitelikte olup olmadıklarının değerlendirilmesi gerekmektedir.

- (157) 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan ve her biri karşılanmak zorunda olan muafiyet koşullarından ilki malların üretim veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanmasıdır. Elde edilen ekonomik iyileşme ve gelişmelerden tüketicilerin de yararlanabilmesi ise bir anlaşmanın bireysel muafiyetten faydalanabilmesinin ikinci koşuludur. Tüketicinin elde edeceği fayda, ilgili ürünün/hizmetin fiyatının düşmesi, kalitesinin veya çeşitliliğinin artması, satış sonrası etkin hizmet, tüketicinin ürüne daha kolay ulaşabilmesi, bu ürünün dağıtımında veya hizmetin sunulmasında elde edilen iyileşmenin tüketiciye yansımaları şeklinde olabilir. KADIOĞLU tarafından ürünün teknik bilgi gerektirmesi sebebiyle eğitilmiş personel barındıran bayiler tarafından fiziki kanaldan satılması amacıyla bayilerin internet satışlarına kısıtlama getirildiği görülmektedir. Söz konusu uygulama ile internet satış kısıtlaması uygulamaları marka içi rekabetin kısıtlanması sonucunu doğurmaktadır. Mevcut dosyaya konu ürünler ve dağıtım sistemi özelinde bu uygulamanın ilgili pazarda herhangi bir etkinlik kazanımına sebebiyet vermediği kanaatine varılmıştır. Nitekim KADIOĞLU'nun satış yaptığı çok fazla sayıda ürün ve KADIOĞLU'nun ürünlerinin dağıtımında çok fazla sayıda ve nitelikte bayi bulunmaktadır. Bununla birlikte internet satışlarının geleneksel satış yöntemlerine göre çok daha fazla sayıda alıcıya ulaşmak için güçlü bir araç olduğu, teknolojinin bir sonucu olarak internet üzerinden yapılan satışların alıcı ya da tüketicilerin belli bir ürüne ulaşmalarını kolaylaştırdığı ve arama ve karşılaştırma maliyetlerini azalttığı görüldüğünden ürünlerin teknik bilgi gerektirmesi, yetkili kişiler tarafından kurulum gerekliliği ve marka imajının korunması vb. sebeplerin ileri sürülmesi tüketici yararı da sağlamamaktadır. Bu nedenle söz konusu uygulamanın ilgili pazarda herhangi bir etkinlik kazanımına sebebiyet vermediği gibi tüketici yararı da sağlamadığı değerlendirildiğinde Kanun'un 5. maddesinin (a) ve (b) bendinde yer alan koşulları sağlamadığı sonucuna ulaşılmıştır.

- (158) Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (d) bendine göre anlaşma ile getirilen rekabet kısıtlarının anlaşma sonucunda ortaya çıkan ve tüketiciye fayda sağlayan mal veya hizmetlerin üretim ya da dağıtımında iyileşme ile ekonomik veya teknik gelişme için

zorunlu olması gerekmektedir. Rekabetin zorunlu olandan fazla sınırlanıp sınırlanmadığına ilişkin değerlendirilmesi gereken husus rekabet kısıtlarının var olduğu durumda, var olmadığı duruma nazaran daha fazla etkinlik sağlayıp sağlamadığıdır.

- (159) Kılavuz'un 28. paragrafında sağlayıcının fiziki satış noktaları veya reklam ve promosyonların yayınlandığı kataloglar için veya satış kanalı olarak internetin kullanımına yönelik bazı koşullar öngörebileceği belirtilmiştir. Örneğin sağlayıcının, ürünlerinin satışa sunulduğu internet sitesine yönelik kalite koşulları getirebileceği, bunun gibi internette alışveriş yapan tüketicilere belli hizmetlerin sunulması şartını öngörebileceği ifade edilmiştir. İlaveten *"...bu koşulun amacı, sadece internet üzerinden satış yapan oyuncuları pazarın dışına itmek veya satışlarını kısıtlamak olmamalıdır. Bu koşula ek koşulların getirilmesi de mümkün olmakla birlikte önem arz eden husus, bu koşulların amacının doğrudan veya dolaylı olarak dağıtıcının internet satışlarını engellemek olmamasıdır. Getirilen koşulların gerekçesi, dağıtımın niteliği ve kalitesini, marka imajını ve/veya potansiyel etkinliği artırıcı vb. unsurlar bakımından objektif olarak somut, makul ve kabul edilebilir olmalıdır. Benzer şekilde sağlayıcı, alıcının sadece belirli standart ve koşulları karşılayan satış platformları/pazar yerleri üzerinden satış yapmasını isteyebilecektir. Ancak getirilen bu kısıtlamanın amacı, dağıtıcının internet üzerinden satışını ve fiyat rekabetini engellemek olmamalıdır. Bunun gibi, nesnel, tek tip ve ürünün kendine has nitelikleri doğrultusunda şartlar ve gerekçeler öne sürmeden genel olarak platformlardan satışın yasaklanması ihlal olarak değerlendirilebilecektir."* ifadelerine yer verilmiştir.
- (160) Bu noktada KADIOĞLU tarafından ileri sürülen ürünün teknik bilgi gerektirmesi, yetkili kişiler tarafından kurulum gerekliliği sebeplerinin internet üzerinden yapılacak satışların zorlaştırmasını haklı gösterecek nitelikte olup olmadıklarının değerlendirilmesi gerekmektedir.
- (161) Bu değerlendirmede AB Komisyonunun dikey kısıtlara ilişkin rehberindeki yaklaşımı yol gösterici olabilecektir. Buna göre, marka imajına ve bedavacılık sorununa yönelik endişeleri dikkate alan Komisyon, tıpkı sağlayıcının yeniden satıcının mağazalarına, katalog satışlarına ya da reklam ve promosyon faaliyetlerine yönelik kalite standartları getirebildiği gibi, yeniden satıcıların interneti ürünleri yeniden satmak üzere kullanmalarına da kalite standartları getirebileceklerini dile getirmektedir. Bu çerçevede örneğin sağlayıcı yeniden satıcının bir ya da daha fazla sayıda fiziki satış noktasına sahip olması gerekliliğini ileri sürebilecektir. Ayrıca sağlayıcının fiziki satış noktalarının etkin bir şekilde faaliyet gösterebilmelerini güvence altına almak için yeniden satıcıya, internet üzerinden satış yapmasını kısıtlamadan, asgari belli bir mutlak (*absolute*) miktarda ürünü "offline" (fiziki satış noktasından yapılan satışlar vb.) satma yükümlülüğü getirmesi de mümkündür. Öte yandan sağlayıcının yeniden satıcısının "offline" satışlarını desteklemek için "offline" satılan ürün miktarının bir oranı olmayan sabit tutarda bir prim uygulaması ya da yetkilendirilmemiş dağıtıcılara yapılacak satışları engellemek için, tıpkı fiziki satış noktaları bakımından da geçerli olduğu gibi internet üzerinden yapılacak satışlarda belli bir müşterinin satın alabileceği ürün miktarına yönelik kısıtlamalar getirilmesi Komisyonun makul gördüğü kısıtlamalar olarak ortaya çıkmaktadır.
- (162) Yukarıdaki açıklamalardan anlaşılacağı üzere Komisyon, marka imajının zarar görmesi ya da bedavacılık sorununu çözmek ve internet üzerinden yapılan satışların sağlayıcının dağıtım modeliyle uyumlu hale getirilmesini sağlamak adına internet satışlarının bütünüyle yasaklanmasına göre rekabeti çok daha az kısıtlayıcı alternatiflerin olduğuna işaret etmektedir. Bu çerçevede KADIOĞLU'nun ürünlerinin internet üzerinden satışını bütünüyle yasaklamasının, bu yasaklamayla ulaşmak

istediği amacın elde edilebilmesi için 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (d) bendinde öngörülen rekabetin gereğinden fazla sınırlanmaması koşulunu sağlamadığı kanaatine varılmıştır.

- (163) Netice itibarıyla KADIOĞLU'nun bayilerinin internet üzerinden satışlarını kısıtlaması uygulamasının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olduğu ve 5. maddede yer alan koşulları sağlamadığı için bireysel muafiyetten yararlanamayacağı sonucuna ulaşılmıştır.

I.4.2. Genel Değerlendirme

- (164) Dosya kapsamında incelenen hususlardan ilki KADIOĞLU hakkında yeniden satıcıların satış fiyatını belirlemek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlal edilip edilmediği iddiasıdır. Söz konusu iddia kapsamında herhangi bir bulguya ulaşılmadığından, KADIOĞLU tarafından yeniden satış fiyatının belirlenmesi suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlal edilmediği sonucuna ulaşılmıştır.
- (165) İşbu dosya kapsamında incelemeye konu bir diğer husus ise KADIOĞLU tarafından yeniden satıcıların internet satışlarının kısıtlanması suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlal edildiği hususudur. Söz konusu eylemlere ilişkin yapılan tespit ve incelemelerde;
- Bulgu 39 ve Bulgu 46'da, XML sisteminin internette satış yapan yeniden satıcıların erişimine kapatılması suretiyle,
 - Bulgu 45'te ise internette satış yapan yeniden satıcıların yapmayanlara kıyasla dezavantajlı hale getirilmesi suretiyle

KADIOĞLU tarafından yeniden satıcıların internet satışlarının kısıtlandığı sonucuna ulaşılmıştır. Söz konusu eylemlerin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği değerlendirilmiştir.

- (166) Yukarıda yer verilen değerlendirmeler ışığında soruşturma tarafınca gerçekleştirilen davranışların, internet satışlarının kısıtlanması niteliği taşıyan bir eylem olduğu ve 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine aykırılık teşkil ettiği kanaatine varılmıştır.
- (167) Bununla birlikte internet satışlarının kısıtlanması eylemlerine ilişkin bireysel muafiyet değerlendirmesi yapılmış ve 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sıralanan şartları taşımadığı gerekçesiyle söz konusu eylemlerin bireysel muafiyetten yararlanmadığı değerlendirilmiştir. Bu nedenle anılan teşebbüse 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca idari para cezası verilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

I.4.3. İdari Para Cezasına İlişkin Değerlendirme

- (168) 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.

- (169) Ceza Yönetmeliği'nin 4. maddesi uyarınca öncelikle temel para cezası belirlenmeli ve ardından anılan Yönetmelik'in 6. ve 7. maddeleri uyarınca varsa ağırlaştırıcı ve hafifletici unsurlar uygulanarak nihai para cezası tespit edilmelidir. Söz konusu

Yönetmelik hükümleri çerçevesinde ceza takdirine ilişkin yapılan değerlendirmelere aşağıda yer verilmektedir.

- (170) Ceza Yönetmeliği'nin 5. maddesinde temel para cezasının hesaplanması bakımından karteller ve diğer ihlaller şeklinde bir ayırım yapılmaktadır. Ceza Yönetmeliği'nin temel para cezasını düzenleyen 5. maddesinin birinci fıkrasına göre; temel para cezası hesaplanırken ihlale taraf olan teşebbüslerin Kurul tarafından saptanacak yıllık gayri safi gelirlerinin, karteller için %2'si ile %4'ü, diğer ihlaller için %0,5'i ile %3'ü arasında bir oran esas alınacaktır. Ceza Yönetmeliği'nin 3. maddesinin birinci fıkrasının (ç) bendi uyarınca fiyat tespiti, müşterilerin, sağlayıcıların, bölgelerin ya da ticaret kanallarının paylaşılması, arz miktarının kısıtlanması veya kotalar konması, ihalelerde danişıklı hareket konularında, rakipler arasında gerçekleşen, rekabeti sınırlayıcı anlaşma ve/veya uyumlu eylemler kartel olarak tanımlanmış olup bunların dışında kalan ihlaller ise "diğer ihlaller" olarak değerlendirilmektedir. Bu çerçevede ilk olarak tespit edilen ihlalin hukuki niteliğinin ortaya konulması gerekmektedir.
- (171) İşbu kararın önceki bölümlerinde yer verilen bilgiler çerçevesinde KADIOĞLU'nun ürün tedarik ettiği yeniden satıcılarının internet satışlarını kısıtlamak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği tespit edildiğinden, bahse konu ihlalin dikey ilişkiler kapsamında ortaya çıkan bir ihlal olduğu ve "diğer ihlaller" kategorisinde ele alınması gerektiği kanaati oluşmuştur. Bu doğrultuda, Ceza Yönetmeliği'nin 5. maddesinin birinci fıkrasının (b) bendi çerçevesinde, teşebbüsün nihai karardan bir önceki mali yıl sonunda oluşan gayri safi gelirin %0,5'i ile %3'ü arasında Kurul tarafından belirlenecek bir oran temel para cezası bakımından esas alınabilecektir. Bu doğrultuda, Ceza Yönetmeliği'nin 5. maddesinin birinci fıkrasının (b) bendi çerçevesinde temel para cezası oranı %(.....) olarak belirlenmiştir.
- (172) Ceza Yönetmeliği'nin 5. maddesinin üçüncü fıkrasının (a) ve (b) bendinde, bir yıldan uzun beş yıldan kısa süren ihlallerde temel para cezasının yarısı oranında; beş yıldan uzun süren ihlallerde ise bir katı oranında artırılacağı hükme bağlanmıştır. KADIOĞLU'na yönelik olarak yapılan ihlal isnadına dayanak teşkil eden en eski tarihli yazışma Bulgu 39'da yer alan 23.01.2023 tarihli belgedir. Teşebbüs hakkında elde edilen ve ihlal isnadında bulunulan en yakın tarihli belge ise Bulgu 46'ya konu olan 04.09.2023 tarihli yazışmadır. Bu kapsamda teşebbüs hakkında elde edilen ve ihlal isnadında bulunulan ilk ve son belge tarihleri arasındaki sürenin yedi ay on iki gün olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda ihlal süresinin bir yıldan az olduğu ve KADIOĞLU bakımından temel para cezasının ihlalin süresi bakımından artırılmasına gerek olmadığı anlaşılmaktadır.
- (173) KADIOĞLU'nun eylemleri bakımından Ceza Yönetmeliği'nin 6. maddesi kapsamında temel para cezasının artırılmasını gerektirecek herhangi bir ağırlaştırıcı unsur bulunmadığı kanaatine varılmıştır.
- (174) Ceza Yönetmeliği'nin 7. maddesinin birinci fıkrasında temel para cezasının indirilmesini gerektirecek haller; 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 şeklinde tadadi olarak sayılmıştır. KADIOĞLU hakkında ihlal isnadına dayanak oluşturan bulgular incelendiğinde söz konusu bulgularda yer alan ürünlerin yazıcı, güvenlik kamerası ve güvenlik kamerası aparatlarından oluştuğu görülmektedir. İhlale konu ürünlerin KADIOĞLU'nun 2023 yılı cirosu içindeki payı incelendiğinde ise yazıcıların KADIOĞLU'nun cirosu içindeki payının %(.....), güvenlik kameralarının

KADIOĞLU'nun cirosu içindeki payının %(.....) ve güvenlik kamerası aparatlarının payının ise %(.....) olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla ihlal konusu faaliyetlerin KADIOĞLU'nun yıllık gayri safi geliri içerisindeki payının düşük olması sebebiyle, Ceza Yönetmeliği'nin 7. maddesinin birinci fıkrası uyarınca hafifletici sebep uygulanmış ve para cezası oranı yarısı oranında indirilerek %(.....) olarak belirlenmiştir.

J. SONUÇ

(175) 12.10.2023 tarihli ve 23-48/909-M sayılı Kurul kararı uyarınca yürütülen soruşturma ile ilgili olarak düzenlenen Rapor'a ve Ek Görüş'e, toplanan delillere, yazılı savunmalara, sözlü savunma toplantısında yapılan açıklamalara ve incelenen dosya kapsamına göre,

I- Kadioğlu Kırtasiye Pazarlama Ticaret AŞ'nin yeniden satıcılarının satış fiyatını tespit etmek suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'u ihlal ettiğine ilişkin herhangi bir bilgi ve belgeye ulaşamadığına, dolayısıyla söz konusu ihlal türü açısından idari para cezası verilmesine gerek olmadığına,

II-

1. Kadioğlu Kırtasiye Pazarlama Ticaret AŞ tarafından yeniden satıcıların internet satışlarının kısıtlanması suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesinin ihlal edildiğine,
2. Bu nedenle, 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrası ile Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hakim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik'in 5. maddesinin birinci fıkrası, ikinci fıkrası ve 7. maddesinin birinci fıkrasının (ç) ve (d) bentleri uyarınca 2023 yılı gayrisafi geliri üzerinden taktiren %(.....) oranında olmak üzere Kadioğlu Kırtasiye Pazarlama Ticaret AŞ'ye 7.432.445,61-TL idari para cezası verilmesine

24-56/1246-534

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