

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2022-3-070

(Soruşturma/Taahhüt)

Karar Sayısı : 23-15/252-83

Karar Tarihi : 23.03.2023

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Birol KÜLE

Üyeler : Ahmet ALGAN (İkinci Başkan), Şükran KODALAK,
Hasan Hüseyin ÜNLÜ, Ayşe ERGEZEN,
Cengiz ÇOLAK, Berat UZUN

B. RAPORTÖRLER: Kemal KÜÇÜKKAVRUK, Ömer Mert AKÇİL, Zeynep KUŞDEMİR,
Oğuzhan ÇİFÇİ, Şenol SUAT

C. İLGİLİ TARAF : - Avon Kozmetik Ürünleri Sanayi ve Ticaret AŞ
Temsilcileri: Av. Şahin YAVUZ, Av. Müslüm Volkan AKBAŞ
Levent Mah. Cömert Sok. No:1 Yapı Kredi Plaza C Blok 40
34330 Beşiktaş/İstanbul

D. BAŞVURUDA

BULUNAN : - Resen

- (1) **E. DOSYA KONUSU:** Avon Kozmetik Ürünleri Sanayi ve Ticaret AŞ'nin yeniden satış fiyatlarını tespit etmek ve internet satışlarını kısıtlamak suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesini ihlal edip etmediğinin tespitine yönelik olarak açılan soruşturma kapsamında, Avon Kozmetik Ürünleri Sanayi ve Ticaret AŞ tarafından yapılan taahhüt başvurusuna istinaden Rekabet Kurulunun 23.02.2023 tarih ve 23-10/156-M sayılı kararı uyarınca gerçekleştirilen taahhüt görüşmesi neticesinde Avon Kozmetik Ürünleri Sanayi ve Ticaret AŞ tarafından sunulan taahhüt metninin değerlendirilmesi.
- (2) **F. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına 23.05.2022 tarih ve 28141 sayı ile intikal eden Yöntem Profesyonel Kozmetik Ürün. San. ve Tic. Ltd. Şti. ye (YÖNTEM) yönelik başvuru üzerine ve şikâyetçi ile yapılan telefon görüşmeleri ve çevrim içi pazaryerlerindeki satıcıların fiyatlarının incelenmesi sonucu; anılan teşebbüsün yanı sıra Avon Kozmetik Ürünleri Sanayi ve Ticaret AŞ (AVON), L'Oreal Türkiye Kozmetik San. ve Tic. AŞ (LOREAL), NAOS İstanbul Kozmetik San. ve Tic. Ltd. Şti. (NAOS), Pierre Fabre Dermo Kozmetik Ltd. Şti. (PIERRE FABRE), Kosan Kozmetik Pazarlama ve Tic. AŞ (FLORMAR), Farmasi Enternasyonal Ticaret AŞ (FARMASİ) unvanlı teşebbüslerin de yeniden satıcılarının internet satışlarını kısıtlamak ve/veya yeniden satış fiyatına müdahale etmek suretiyle 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettiklerine dair şüphe oluşmuş ve Rekabet Kurulu (Kurul) tarafından bahsedilen altı teşebbüs incelemeye dahil edilmiştir.
- (3) Konuya ilişkin 17.06.2022 tarihli ve 2022-3-040/İİ sayılı İlk İnceleme Raporu, 23.06.2022 tarihli Kurul toplantısında görüşülmüş ve 22-28/467-M sayı ile dosya konusu iddialara yönelik olarak YÖNTEM, AVON, LOREAL, NAOS, PIERRE FABRE, FLORMAR ve FARMASİ hakkında önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.
- (4) Anılan Kurul kararı uyarınca yürütülen önaraştırma sonucunda hazırlanan 12.10.2022 tarih ve 2022-3-040/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu Kurulun 20.10.2022 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 22-48/696-M(1) sayılı karar ile AVON'un 4054 sayılı

Kanun'un 4. maddesini ihlal edip etmediğinin tespitine yönelik olarak aynı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına karar verilmiştir.

- (5) Soruşturma süreci devam ederken AVON tarafından gönderilen ve Kurum kayıtlarına 05.12.2022 tarih ve 33528 sayı ile intikal eden dilekçe ile taahhüt başvurusunda bulunulmuştur. AVON tarafından yapılan taahhüt başvurusu 23.02.2023 tarih ve 23-10/156-M sayılı Kurul kararı ile kabul edilerek taahhüt görüşmelerine başlanmasına karar verilmiştir. İlgili Kurul kararına istinaden tarafın sunduğu taahhüt metni 06.03.2023 tarih ve 36227 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (6) Yukarıda yer verilen süreç sonucunda taahhüt başvurusu kapsamında hazırlanan 21.03.2023 tarih ve 2022-3-070/BN-06 sayılı Bilgi Notu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (7) **G. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili Bilgi Notu'nda özetle; AVON'un sunduğu taahhüt metnine ilişkin olarak;
- AVON'un ileriye dönük olarak ürünlerinin yeniden satışını yapmak üzere üçüncü kişi yeniden satıcılar ile akdedeceği satış sözleşmelerine "*Satıcı sözleşme konusu ürünlerin çevrimiçi pazaryerleri de dâhil olmak üzere internet üzerinden satışını yapabilir.*" hükmünü eklemeyi taahhüt ettiği,
 - AVON'un yeniden satıcılarının kullanımına özgü (B2B) çevrimiçi platformda ve aylık yayımlanan temsilci dergisinde "*AVON temsilcileri, ürünlerin çevrimiçi pazaryerleri de dâhil olmak üzere internet üzerinden satışını yapabilir.*" açıklamasını duyurmayı taahhüt ettiği,
 - Taahhütlerin tespit edilen rekabet sorunlarıyla orantılı, bu sorunları gidermeye elverişli, kısa sürede yerine getirilebilir ve etkili şekilde uygulanabilir olduğu gerekçesiyle kabul edilebileceği,
 - AVON'un sunduğu taahhütleri, taahhüt nihai kararının kısa karar versiyonunun AVON'a tebliğini takiben 60 gün içerisinde tamamlayarak Kurum kayıtlarına tevsik etmeyi taahhüt ettiği,
 - 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesi uyarınca, sunulan taahhütlerin bağlayıcı hale getirilerek taraf hakkında başlatılmış olan soruşturmanın sonlandırılabilceği ifade edilmiştir.

H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

H.1. İlgili Taraf Hakkında Bilgi (AVON)

- (8) AVON, 21.10.1993 tarihinde "Eczacıbaşı Avon Kozmetik Ürünleri Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi" unvanı ile kurulmuştur. 2003 yılında hisselerinin %50'si Avon International (Avon Grubu) tarafından devralınmış olup şirketin unvanı "*Avon Kozmetik Ürünleri Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi*" olarak değiştirilmiştir¹. 2019 yılında ise Natura Cosméticos S.A. Avon Grubunun tek kontrolüne sahip olmuştur². AVON'un faaliyet alanları; kendi markasına ait banyo ve duş, saç bakımı, cilt bakımı, renkli kozmetikler, bebek ve çocuk ürünlerinin satışı ve pazarlanmasına ilişkindir. Ayrıca AVON bu ürünlerin ithalatı, ihracatı ve toptan ticaretini de gerçekleştirmektedir.

¹ 01.05.2003 tarih ve 03-28/340-141 sayılı Kurul kararı ile devralma işlemine izin verilmiştir.

² 24.07.2019 tarih ve 19-26/413-182 sayılı Kurul kararı ile devralma işlemine izin verilmiştir.

H.2. İlgili Pazar

H.2.1. İlgili Ürün Pazarı

- (9) Kozmetik; 5324 sayılı Kozmetik Kanunu ve 25823 sayılı Kozmetik Yönetmeliği çerçevesinde, insan vücudunun epiderma, tırnaklar, kıllar, saçlar, dudaklar ve dış genital organlar gibi değişik dış kısımlarına, dişlere ve ağız mukozasına uygulanmak üzere hazırlanmış, tek veya temel amacı bu kısımları temizlemek, koku vermek, görünümünü değiştirmek ve/veya vücut kokularını düzeltmek ve/veya korumak veya iyi bir durumda tutmak olan bütün preparatları ve maddeleri kapsamaktadır. Ürün ve ürün grupları bazında birçok alt pazara ayrılabilen kozmetik sektöründe, kremler, makyaj malzemeleri, parfümler, saç boyaları ve sabunlar gibi ürünler belli başlı kozmetik ürünlerini oluşturmaktadır.
- (10) Geçmiş Kurul kararlarında³ kozmetik ürünleri, harcıâlem (*mass market*) kozmetik ürünleri ve seçici (*selektif*) kozmetik ürünleri olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Bu ayrımın dayandığı temel nokta, seçici kozmetik ürünlerinin diğer ürünlerden farklılaştırılmış özel niteliklere sahip olması dolayısıyla, farklı üretim ve pazarlama yöntemleri kullanılarak piyasaya arz edilmesidir. Harcıâlem ürünler, marketler gibi alışılâgelmiş perakende satış kanallarıyla pazarlanıp satılabilirken, seçici ürünlerde, ürünün satışı sırasında özel eğitilmiş personel görevlendirilmekte, müşteri ihtiyaçlarını belirleyebilmek için çeşitli cihazlar kullanılabilir. Harcıâlem ve seçici kozmetik ürünleri genel itibarıyla birbirinden farklılaşmaktadır. Bununla birlikte bu ayrıma gerek duyulmayıp pazarın kozmetik ürünleri olarak daha geniş tanımlandığı Kurul kararları da mevcuttur⁴.
- (11) İlgili pazar, yukarıda belirtildiği gibi ürün bazında tanımlanabilecek olsa da dosya bağlamında yapılacak incelemenin sonuçlarını değiştirmeyeceğinden, İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuzun 20. paragrafındaki *“inceleme konusu işlem, gerek ürün gerekse de coğrafi açıdan olası alternatif pazar tanımları çerçevesinde rekabet açısından endişeler yaratmıyor ya da alternatif tüm tanımlar açısından rekabeti bozucu bir etki söz konusu oluyorsa pazar tanımı yapılmayabilir”* açıklaması dikkate alınarak kesin bir ilgili ürün pazarı tanımı yapılmamıştır.

H.2.2. İlgili Coğrafi Pazar

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

H.3. Değerlendirme

H.3.1. Taahhüde Konu Rekabet Sorunları

- (13) Dosya kapsamında yapılan incelemelerde AVON’un yeniden satıcılarının internet üzerinden satış yapabilmesi için AVON’dan onay alması gerektiğine yönelik uygulamalarıyla yeniden satıcılarına internet satış yasağı getirdiği görülmüştür.
- (14) AVON’un taahhüde konu eylemleri, 2021/2 sayılı Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar İle Hâkim Durumun Kötüye Kullanılmasına Yönelik Öneri Kararlarında ve Soruşturmalarda Sunulacak Taahhütlere İlişkin Tebliğ (2021/2 sayılı Tebliğ) kapsamında rekabet sorunu olarak değerlendirilmektedir. Teşebbüsün söz konusu

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

⁴ 15.01.2004 tarihli ve 04-03/48-13 sayılı Kurul kararı.

rekabet sorunlarını gidermeye yönelik taahhüt sunduğu dikkate alınarak, anılan eylemler hakkında ayrıca muafiyet değerlendirmesi yapılmasına gerek görülmemiştir.

H.3.1.1. İnternet Satışlarının Kısıtlanmasına İlişkin Değerlendirmeler

- (15) İnternet üzerinden yapılan satışlar, tüketicilerin arama maliyetinin ve işletmelerin dağıtım maliyetinin azalması, işletmelere daha geniş coğrafyaya ve daha fazla tüketiciye ulaşma imkânı sunması ve yeni iş modelleri yaratması nedeniyle dünyada ve ülkemizde giderek yaygınlaşmıştır. Bu kapsamda internet satışlarına ilişkin gerek Türk rekabet hukuku mevzuatı kapsamında gerekse mehz mevzuat Avrupa Birliği (AB) hukukunda internet satışlarına ilişkin kısıtlamaların ne şekilde ele alındığı incelenmiştir.
- (16) 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin (2002/2 sayılı Tebliğ) "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 Tebliğ kapsamında muafiyetten yararlanamayan bir sınırlamadır. Pasif satışların kısıtlanması uygulaması bahsi geçen kısıtlamalar arasında sayılabilecektir. Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz'un (Dikey Kılavuz) 21. paragrafında da belli bir bölgeye veya müşteri grubuna yapılacak pasif satışların kısıtlanmasının anlaşmayı grup muafiyeti dışına çıkaran bir ihlal olarak değerlendirileceği ifade edilmiştir. Dikey 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.
- (17) AB mevzuatında olduğu gibi ülkemiz rekabet hukuku mevzuatında da internet üzerinden yapılan satışlar çoğunlukla pasif satış olarak değerlendirilmektedir. Dikey Kılavuz'un 25. paragrafında, "*bir sağlayıcının, dağıtıcıların/bayilerin/alıcıların kendi internet siteleri üzerinden satış yapmalarını kısıtlaması bir tür pasif satış kısıtlaması niteliğindedir*" açıklaması yer almaktadır. Böylece, anılan düzenlemeler kapsamında yetkili dağıtıcıların internet üzerinden satış yapmasının yasaklanması pasif satış olarak nitelendirilmekte ve ilgili anlaşmayı grup muafiyetinin kapsamı dışına çıkaran bir kısıtlama oluşturmaktadır.
- (18) Dikey Kılavuz'un 28. paragrafında sağlayıcının fiziki satış noktaları veya reklam ve promosyonların yayınlandığı kataloglar için getirebileceği gibi, satış kanalı olarak internetin kullanımına yönelik bazı koşullar öngörebileceği belirtilmiştir. Örneğin sağlayıcının, ürünlerinin satışa sunulduğu internet sitesine yönelik kalite koşulları getirebileceği, bunun gibi internetten alışveriş yapan tüketicilere belli hizmetlerin sunulması şartını öngörebileceği ifade edilmiştir. İlaveten "*... bu koşulun amacı, sadece internet üzerinden satış yapan oyuncuların pazarın dışına itmek veya satışlarını kısıtlamak olmamalıdır. Bu koşula ek koşulların getirilmesi de mümkün olmakla birlikte önem arz eden husus, bu koşulların amacının doğrudan veya dolaylı olarak dağıtıcının internet satışlarını engellemek olmamasıdır. Getirilen koşulların gerekçesi, dağıtımın niteliği ve kalitesini, marka imajını ve/veya potansiyel etkinliği artırıcı vb. unsurlar bakımından objektif olarak somut, makul ve kabul edilebilir olmalıdır. Benzer şekilde sağlayıcı, alıcının sadece belirli standart ve koşulları karşılayan "satış platformları/pazar yerleri" üzerinden satış yapmasını isteyebilecektir. Ancak getirilen bu kısıtlamanın amacı, dağıtıcının internet üzerinden satışını ve fiyat rekabetini engellemek olmamalıdır. Bunun gibi, nesnel, tek tip ve ürünün kendine has nitelikleri doğrultusunda şartlar ve gerekçeler öne sürmeden genel olarak platformlardan satışın yasaklanması ihlal olarak değerlendirilebilecektir.*" açıklamasına yer verilmiştir.
- (19) Bunun yanı sıra, 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinin (c) bendi seçici dağıtım sistemi

özelinde bir hüküm içermekte ve seçici dağıtım sisteminde perakende seviyesinde faaliyet gösteren sistem üyelerinin son kullanıcılara yapacakları aktif veya pasif satışların kısıtlanmasını Tebliğ kapsamı dışına çıkarmaktadır. 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 yapabileceklerdir. Seçici dağıtım sisteminin varlığı hâlinde sağlayıcının, yeniden satıcıların internet kanalıyla satış yapmasını engellemesi hâlinde bu uygulama pasif satış yasağı olarak değerlendirilecek ve bu nedenle grup muafiyeti kapsamı dışında kalacaktır.

- (20) Seçici dağıtım sistemi üyesi yetkili satıcıların aktif ve pasif satış yapmakta özgür olması gerektiği dikkate alındığında yetkili satıcıların internetten satışlarının tamamen yasaklanması mutlak bir kısıtlama olarak kabul edilmektedir ve mutlak kısıtlamaların nesnel durumların varlığı dışında muafiyet alması zor görünmektedir.
- (21) İnternet satış yasakları ile ilgili Kurul kararlarına bakıldığında, Kurulun; *Yatsan*⁵, *Antis*⁶, *Jotun*⁷ ve *BSH*⁸ kararları çerçevesinde internet satışlarına ilişkin getirilen kısıtlamaları incelediği görülmektedir.
- (22) *Yatsan* kararında öncelikle, internetten satış yasağının, pasif satışların engellenmesi bağlamında ağır sınırlama niteliği taşıdığı belirtilmiş; sonrasında, bu nitelikteki kısıtlamaya ilişkin kamu güvenliğinin ve sağlığının korunması gibi objektif bir gerekçenin ve yeni bir ürünün pazara sunulması/mevcut markanın yeni bir pazarda ilk defa pazarlanması durumunun var olup olmadığı analiz edilerek olay özelinde bu şartların karşılanmadığı sonucuna varılmıştır. Bireysel muafiyet değerlendirmesinde ise teşebbüs tarafından yasaklamanın gerekçesi olarak ileri sürülen bedavacılık riski ve marka imajını koruma sebeplerinin önemli olduğu kabul edilmiş ancak Avrupa Komisyonu'nun Kılavuzda benimsediği yaklaşıma dikkat çekilerek, anılan hedeflere ulaşmak açısından daha az kısıtlayıcı önlemlerin olduğu vurgulanmıştır. Ayrıca, internetin tüketicilere sağladığı faydalara değinilerek kısıtlamanın tüketici nezdinde fayda doğurmasının muhtemel olmadığı belirtilmiştir.
- (23) İnternet satış yasakları AB rekabet hukuku uygulamalarında da ele alınmış ve muhtelif kararlarda mutlak kısıtlamaların hukuka aykırı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna, Avrupa Birliği Adalet Divanı'nın (ABAD) Pierre Fabre hakkındaki kararı örnek verilebilecektir. ABAD, C-439/09 sayılı Pierre Fabre kararında internet satışlarına getirilen mutlak kısıtlamaların nesnel bir gerekçeye dayanıp dayanmadığını incelemiştir. Pierre Fabre internetten satışının mutlak olarak engellenmesine gerekçe olarak, ürünün doğasının (kozmetik ve kişisel bakım ürünleri) müşteriye bireysel tavsiye vermek için zorunlu olduğu ve prestijli marka imajının internetten yapılan satışlar nedeniyle zarar gördüğü savunmalarını getirmiş ancak ABAD bu türden anlaşmaların nesnel bir gerekçenin olmadığı hallerde amaç bakımından bir rekabet kısıtlaması olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca ABAD prestijli markanın imajının korunması amacıyla, rekabetin kısıtlanmasının meşru bir amaç taşımadığını da kararında ifade etmiştir⁹.

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

⁶ Antis'e ilişkin Kurulun iki ayrı kararı bulunmaktadır. Antis I: 08.05.2008 tarih ve 08-32/401-136 sayılı Kurul kararı; Antis II: 24.10.2013 tarih ve 13-59/831-353 sayılı Kurul kararı.

⁷ 15.02.2018 tarih ve 18-05/74-40 sayılı Kurul kararı.

⁸ 22.08.2017 tarih ve 17-27/454-195 sayılı Kurul kararı.

⁹ Pierre Fabre Case C- 439/09, para. 39-46.

- (24) Bireysel muafiyet değerlendirmesini yapan Paris Temyiz Mahkemesi (Court of Appeal of Paris) ise yaptığı muafiyet incelemesinde; internet satışlarını mutlak olarak kısıtlayan bir anlaşma ile, tüketicilere kişiselleştirilmiş hizmet tavsiyesi sağlamak için vazgeçilmez olmayan bir kısıtlama getirildiği, zira tüketicilerin, danışma hattı vasıtasıyla ürün hakkında detaylı bilgi alabildiği, ayrıntılı kullanım talimatları da dâhil her türlü bilgiye erişebildiği ve benzer ürünler aracılığıyla çapraz kontrol yapabildiği sonucuna varmıştır. Sahtecilik iddiası ile ilgili olarak ise internet satışları nedeniyle sahteciliğin daha çok arttığı ve Pierre Fabre'nin kısıtlama sebebiyle rakiplere kıyasla bundan daha çok etkilendiğini gösteren herhangi bir bulgu olmadığını değerlendirmiş ve söz konusu anlaşmanın bireysel muafiyetten yararlanamayacağına karar vermiştir¹⁰.
- (25) Yukarıda yer verilen kararlar ve değerlendirmeler doğrultusunda, gerek Türk rekabet hukuku mevzuatı kapsamında gerekse mehz mevzuat olan AB hukukunda internet satışlarına ilişkin kesin ve genel bir yasaklamanın, marka içi rekabeti kısıtladığı ve pasif satışların engellenmesi bağlamında ağır sınırlama niteliği taşıdığı kabul edilmektedir.

H.3.2. Taahhüt Metninin İncelenmesi ve Değerlendirilmesi

H.3.2.1. Taahhüt Metni

- (26) Taahhüt metni süresi içerisinde, 06.03.2023 tarih ve 36227 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. Söz konusu taahhüt metnine aşağıda yer verilmektedir.
- AVON'un ileriye dönük olarak ürünlerinin yeniden satışını yapmak üzere üçüncü kişi yeniden satıcılar ile akdedeceği satış sözleşmelerine aşağıdaki hükmü eklemeyi taahhüt etmektedir:
 - *“Satıcı sözleşme konusu ürünlerin çevrimiçi pazaryerleri de dâhil olmak üzere internet üzerinden satışını yapabilir.”*
 - AVON yeniden satıcılarının kullanımına özgü (B2B) çevrimiçi platformda ve aylık yayımlanan temsilci dergisinde aşağıda yer verilen bilgilendirici açıklamayı yapmayı taahhüt etmektedir:
 - *“AVON temsilcileri, ürünlerin çevrimiçi pazaryerleri de dâhil olmak üzere internet üzerinden satışını yapabilir.”*
- (27) AVON, 20.03.2023 tarih ve 36710 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal eden yazıda yukarıdaki taahhüt metninde sunulan taahhütleri, taahhüt sürecine ilişkin Kurul tarafından verilecek taahhüt nihai kararının kısa karar versiyonunun AVON'a tebliğini takiben 60 gün içinde Kurum kayıtlarına tevsik etmeyi taahhüt etmektedir.

H.3.2.2. Taahhüt Metninin Değerlendirilmesi

- (28) 2021/2 sayılı Tebliğ'in "Kapsam" başlıklı 2. maddesinde; *“Bu Tebliğ; açık ve ağır ihlaller hariç olmak üzere, 4054 sayılı Kanunun 4 üncü veya 6 ncı maddesi kapsamında ortaya çıkan rekabet sorunlarının giderilmesine yönelik olarak ilgili teşebbüslerce ya da teşebbüs birliklerince sunulan taahhütleri kapsamaktadır.”* hükmüne yer verilmiştir.
- (29) Ayrıca, anılan maddede;

“(1) Haklarında yürütülen bir incelemeye taahhütle son verilmesini isteyen taraflar, önaraştırma veya soruşturma sürecinde taahhüt sunma talebinde bulunabilirler. Soruşturma sürecindeki taahhüt sunma talepleri Kanunun 43 üncü maddesinin ikinci

¹⁰ Hande GÖÇMEN, İnternet Satışlarında Dikey Kısıtlamalar, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Ankara, 2022, s. 20-21.; Courd'appel de Paris, 31 January 2013, RG no. 2008/23812, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique SAS. E.T. 09.01.2023; <https://www.concurrences.com/fr/review/issues/no-2-2013/Case-Comments-1436/XXX-Distribution-selective-La-Cour>.

fıkrası kapsamında yapılan soruşturma bildiriminin tebliğinden itibaren üç ay içinde Kuruma iletilir. Bu süre geçtikten sonra Kuruma iletilen taahhüt sunma talepleri dikkate alınmaz.

(2) Taraflar, taahhüt sunma taleplerini yazılı şekilde Kuruma ileterek taahhüt sürecini başlatır.”

hükmü yer almaktadır.

- (30) AVON tarafından sunulan taahhüt başvurusunun 2021/2 sayılı Tebliğ uyarınca internet satış kısıtlamalarına ilişkin olduğu, söz konusu kısıtlamaların açık ve ağır ihlal teşkil etmediği ve başvurunun üç aylık süre içerisinde gerçekleştirildiği göz önünde tutulduğunda 2021/2 sayılı Tebliğ'e uygun biçimde taahhüt sunulduğu anlaşılmaktadır.
- (31) AVON tarafından sunulan taahhütlerin, dosya kapsamında yer verilen rekabet sorunlarını ortadan kaldıracığı ve taahhütlerin uygulamaya konulması için belirlenen sürelerin de makul olduğu kanaatine ulaşılmıştır.

I. SONUÇ

(32) Rekabet Kurulunun 20.10.2022 tarih, 22-48/696-M(1) sayılı kararı uyarınca yürütülmekte olan soruşturma kapsamında;

- Avon Kozmetik Ürünleri Sanayi ve Ticaret AŞ tarafından sunulan ve Kurum kayıtlarına 06.03.2023 tarih, 36227 sayı ve 20.03.2023 tarih, 36710 sayı ile giren nihai taahhütlerin, dosya kapsamında tespit edilen rekabet sorunlarını giderebilecek nitelikte olması nedeniyle kabulüne ve ilgili teşebbüs açısından bağlayıcı hale getirilmesine,
- Taahhüt kapsamında sözleşmelerde yapılan değişikliklerin Kurul kısa kararının tarafa tebliğinden itibaren 60 gün içerisinde Kuruma tevsik edilmesine,
- 20.10.2022 tarih, 22-48/696-M(1) sayılı Kurul kararı uyarınca yürütülen soruşturmanın sonlandırılmasına

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