

İnternet satış yasakları ve AB-Türkiye uygulamaları

COTY KARARI VE TÜRKİYE UYGULAMASI

Türkiye uygulaması platform satışlarına tanınan serbesti bakımından mevcut AB düzenlemesinden farklılaşmaktadır



Ahmet Buğra Kazak
R.K. Uzman Yrd.



Özlem Narhın
R.K. Uzman Yrd.

Rekabet Kurulu (Kurul), geçen kasım ayında kozmetik ve kişisel bakım ürünleri sektöründe faaliyet gösteren altı teşebbüs hakkında alıcılarının yeniden satış fiyatlarını tespit etmek ve internet satışlarını kısıtlamak suretiyle rekabet ihlali gerçekleştirdikleri iddiasını incelemek üzere soruşturma açtı. Söz konusu soruşturma, kozmetik sektörünün tüm ilgisini rekabet hukuku uygulamalarına çekti ve teşebbüslerin bu kurullarla uyumlu gidip gitmediği hususunda alıcılarıyla akdettikleri sözleşmeleri ve uygulamalarını tekrar gözden geçirmelerine vesile oldu. Dolayısıyla kozmetik sektöründe yaygın olarak uygulandığı anlaşılan internet satış yasaklarına yakından bakılmasında fayda var. Bu kapsamda yazımızda, öncelikle AB Komisyonu'nun (Komisyon) bu sektörde çokça ses getiren ve yakın dönemdeki en ilgi çeken kararlarından biri olan Coty kararındaki öne çıkan hususlardan, ardından AB Dikey Kılavuzu ve Kurul'un Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz'u

(Dikey Kılavuz) arasındaki yaklaşım farklılıklarından ve çevrimiçi pazaryeri (e-ticaret platformları) satış yasaklarında Kurul'un nasıl bir yaklaşım izlediğinden bahsedilecektir.

Hızla gelişen, zaman ve mekândan bağımsız olarak 7/24 çalışabilen altyapısı sayesinde e-ticaret ekonomik hayatın ayrılmaz bir parçası hâline gelmiştir. E- ticaretin hem tüketici hem de sağlayıcılar için pek çok faydası (fiyat ve hizmet kalitesini karşılaştırma imkânı ve zaman tasarrufu sağlaması, dünyanın pek çok yerine ulaşımın kolaylaşması gibi) bulunmakla birlikte internet satışlarının sürekli bir artış trendi içerisinde olması kimi zaman sağlayıcıları bedavacılık, sahtecilik ve marka imajının zarar görme durumlarıyla mücadele etmek zorunda bırakmaktadır. Genellikle sağlayıcılar alıcılarının (yeniden satıcılarının) internet satışlarını mutlak ya da kısmi şekilde kısıtlamak suretiyle bu durumlarla mücadele etmeye çalışmaktadır. Sağlayıcılar tarafından yukarıda değinilen çeşitli gerekçelerle getirildiği

ileri sürülebilir internet satış sınırlamaları tüketicilerin daha uygun fiyata ulaşmak için kullandıkları en önemli enstrümanlardan olan çevrimiçi alışveriş imkânını olumsuz etkilemekte, uygun fiyat alternatiflerinin sayısını azaltmaktadır. Aynı ürünün birden çok satıcısı arasında oluşan ve rekabet hukuku literatüründe marka içi rekabet olarak adlandırılan rekabet, alıcıların internet satışlarının engellenmesi neticesinde olumsuz etkilenebilmektedir. Seçici dağıtım sistemlerinde ise bu sınırlamalar genellikle; ürünün internetten satışının tamamen yasaklanması (mutlak kısıtlamalar), bu kapsamda fiyat karşılaştırma uygulamalarının kullanılmasının, çevrimiçi pazaryeri satışlarının veya çevrimiçi reklam verilmesinin kısıtlanması olarak karşımıza çıkabilmektedir.

AB uygulaması ve Komisyon'un Coty kararı

Almanya merkezli lüks kozmetik tedarikçisi Coty ile onun yetkili distribütörlerinden biri olan Parfümerie Akzente (Akzente) arasında yapılan anlaşma uyarınca Akzente'nin anlaşmaya konu ürünlerin çevrimiçi satışına yönelik olarak pazaryerlerini kullanmasının yasaklanması öncelikle Komisyon tarafından ardından Avrupa Birliği Adalet Divanı (ABAD) tarafından incelenmiştir. ABAD seçici dağıtım sistemi üyesi bir dağıtıcının (Coty'nin

alıcılarının) pazaryeri satışlarının sağlayıcı tarafından kalite standardı belirtilmeksizin kısıtlanabilip kısıtlanamayacağını değerlendirmiş ve sağlayıcı ile pazaryerleri arasında bir sözleşme ilişkisinin bulunmaması durumunun pazaryeri satışlarının sağlayıcının belirlediği kalite standartlarına uygunluğunun denetlenebilmesi önünde bir engel teşkil ettiğini belirtmiştir. Nitekim sağlayıcı tarafından lüks ürünlerin imajının korunması amacıyla dağıtıcılara kendi internet siteleri aracılığıyla satış yapabilmeye şartının getirilmesinin de bu ürünlerin seçici dağıtım sisteminde yer alan yetkili dağıtıcılarla ilişkilendirilebileceğine ilişkin güvence verdiği de ifade edilmiştir. Başka bir deyişle ABAD, seçici dağıtım sisteminde belli koşullarda ürünlerin pazaryerlerinden satışının kısıtlanmasının rekabet hukukuna aykırı olmadığına kanaat getirmiştir.

Yeniden satıcının kendi internet sitesinden olan satışların yasaklanmasının amaç bakımından ihlal teşkil ettiği yönündeki içtihat birliğinin aksine çevrim içi pazaryeri satışlarının kısıtlanmasının amaç bakımından mı etki bakımından mı bir ihlal oluşturduğu yönünde değerlendirme yapıldığında ise AB uygulaması ışığında bu durumun etki bakımından bir analize tabi tutulması gerektiği anlaşılmaktadır.

ABAD uygulamasına göre; sağlayıcıların dağıtıcılara



getirdiği mutlak internetten satış kısıtlamasının ağır bir kısıtlama olduğu ve bu durumun anlaşmayı grup muafiyeti kapsamında çıkardığı kabul edilmektedir. ABAD'ın 2011 tarihli Pierre Fabre kararında da belirtildiği üzere, internet üzerinden (her tür) satışın kısıtlanmasının seçici dağıtımına konu ürünün özelliği ile ilişkili kamu hukuku ve kamu güvenliğinden kaynaklanan nesnel bir gerekçe bulunmadığı sürece, markanın imajının korunması gayesi rekabeti kısıtlamak için tek başına meşru sayılamayacaktır.

Coty kararında ise yetkili satıcılara sağlayıcı tarafından platformlarda satış yasağının getirilmiş olması, mutlak internet satış yasağı olarak görülmemiş ve üçüncü taraf platformlarla sağlayıcı arasında bir anlaşma olmamasının hedeflenen ürün kalitesi için bir engel teşkil ettiği ve lüks ürünün imajına zarar verdiği bu suretle de yetkili satıcıların platformlarda satış yapmasının engellenebileceği ifade edilmiştir.

Yüzde 30'luk pazar payı

AB Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tüzüğü'ne (VBER) ve buna ilişkin AB Dikey Kılavuzu'na göre, dikey bir anlaşmanın internetin alıcı tarafından etkin şekilde kullanılabilmesini engelleme amacını haiz olması veya sözleşmeye konu mal ya da hizmetlerin satılmasının belirli bir bölge ya da müşteri ile sınırlandırılması durumu ağır

kısıtlama olarak kabul edilmektedir. Son dönemde VBER ve AB Dikey Kılavuzu'nda yer alan hükümlerin, günümüz şartlarında e-ticaretin yapısı ile AB'de yaşanan ekonomik gelişmeler ışığında yeniden ele alınması ve revize edilmesi çabalarının neticesinde AB uygulamasında pazaryeri satışlarına bakış açısı farklılaşmıştır. Yapılan değişikliklerle birlikte, alıcıların ve sağlayıcıların her birinin pazar payının %30'un altında olduğu durumlarda sağlayıcıların çevrimiçi pazaryerlerinde yapılacak satışları doğrudan veya dolaylı olarak engelleyebilmeleri mümkün hâle gelmiştir. Buna ek olarak, AB'de internette satılan ürünler ile geleneksel kanalda satılan ürünler arasında fiyat farklılaştırması yapılabilmesi (dual pricing), diğer bir ifadeyle geleneksel kanal ile internet kanalı arasındaki maliyet farkları dikkate alınmak suretiyle, geleneksel kanaldan satılacak ürünler bakımından daha düşük maliyetle ürün satışı yapılması serbest hâle gelmiştir.

Türkiye uygulaması

Türkiye rekabet hukuku uygulamasında internet satış yasaklarına ilişkin Dikey Kılavuz düzenlemesi nispeten daha yakın tarihli olarak 2018 yılında AB mevzuatına uygun olarak güncellenmiştir. Ancak VBER'de Mayıs 2022 tarihinde yapılan son değişikliklerin Türkiye bakımından uygulanabilir olup olmadığı, örneğin pazaryeri satışlarının



Türkiye'de de yasaklanabilir hâle gelmesi durumunda rekabet ortamının ve tüketicilerin nasıl etkileneceği hususunun kapsamlı şekilde incelenmesi gerekmektedir. Kurul'un internet satış yasaklarını incelediği çeşitli kararları mevcuttur. Seçici dağıtım sisteminde her türden internet satışlarının kısıtlanması 23.09.2010 tarih ve 10-60/1251-469 sayılı Yatsan kararında incelenmiştir. Sağlayıcı bu kısıtlamayı ürünün imajının korunması ve bedavacılığın önlenmesi için getirdiğini belirtmesine karşın Kurul bu argümanların objektif bir gerekçeye dayanmadığı ve internet üzerinden yapılacak satış sınırlamalarının tümüyle yasaklanmasını haklı gösterecek herhangi bir nedenin bulunmadığı sonucuna ulaşmıştır. Bu değerlendirme esasen Komisyon'un yaklaşımının benimsendiği bir karar olması yönünden de önem arz etmekte olup, kararda kısıtlamanın gereğinden fazla olmaması gerektiği değerlendirilmiştir. Kurul'un 26.03.2020 tarihli ve 20-16/232-113 sayılı Baymak kararında da internet üzerinden satış yapan bayilerin prim kesintisi, sözleşme feshi gibi yollarla caydırılmaya çalışıldığı görülmüş ve bu türden internet satış kısıtlamalarının 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'u ihlal edeceğine hükmedilmiştir. Pazaryeri satış yasağını konu alan Kurul'un 16.12.2021 tarih ve 21-61/859-423 sayılı BSH kararında ise BSH yetkili bayilerinin pazaryerleri üzerinden

satış yapmasının yasaklanması incelenmiştir. Dosya kapsamında yapılan değerlendirmede, pazaryerlerinden yapılan satışların kısıtlanması seçici dağıtım sistemindeki pasif satışların kısıtlanması anlamına geleceğinden bu kısıtlamanın grup muafiyeti dışında kaldığı değerlendirilmiştir. Kararda, yetkili satıcıların pazaryeri satışlarının

yasaklanmasının markalar arası ve marka içi rekabeti azaltabilecek nitelikte olduğu, bu yasaklamanın yetkili satıcıların internet kanalının önemli bir bölümüne erişimini kısıtlayacağı, böylelikle rekabetin küçük teşebbüsler aleyhine bozulacağı belirtilerek söz konusu kısıtlamaya bireysel muafiyet de tanınamayacağı ifade edilmiştir. Kararda pazaryerlerinin internet satışları içerisindeki ağırlığının önemi vurgulanmıştır. İnternette ürün satın alan tüketicilerin %70'lik bölümünün ürünü pazaryerleri aracılığıyla aldığı altı çizilmiştir.

Nitekim Kurumun E-Ticaret Sektör İncelemesi Raporu'nda da pazaryerlerinin internet satışı açısından kritik önemde oldukları sayısal verilerle ortaya konmuş, ilgili raporda, 2020 yılında, internette alışveriş yapma oranının dünya genelinde %74, ülkemizde ise %63 seviyesinde gerçekleştiği, 2021 yılına gelindiğinde ise internette alışveriş yapma oranının dünya genelinde 2,8 puanlık artış gösterirken; ülkemizde 12 puanlık bir sıçrayış gerçekleştirdiği ifade edilmiştir. Pazaryerlerinin satış hacmi bakımından ciddi bir ağırlığa ulaşması, pazaryerlerinden yapılacak satış kısıtlamasına da aynı ölçüde olumsuz gözle bakılmasına sebebiyet vermiştir.

Bu kapsamda görülmektedir ki Türkiye uygulamasında nesnel bir gerekçe bulunmadığı takdirde platform satışlarının tamamen kısıtlanması rekabeti kısıtlayıcı sonuçlara yol açabilecektir. Dolayısıyla Türkiye uygulaması platform satışlarına tanınan serbesti bakımından mevcut AB düzenlemesinden farklılaşmaktadır. Yukarıda da belirtildiği gibi AB Dikey Kılavuzu'nda yapılan değişikliklerle birlikte sağlayıcılar belli durumlarda dağıtıcıların internet satışlarında yapacakları satışlara ilişkin sınırlandırma yapabilmektedir.

Sonuç olarak; internet satışları fiyat, çeşitlilik, arama maliyetindeki düşüş gibi pek çok konuda tüketici faydası doğurduğu açık olduğundan internet üzerinden yapılan satışların tamamen engellenmesine hem AB ve hem de ülkemiz uygulamasında olumsuz yaklaşmaktadır. Buna karşın, ülkemizde sağlayıcılar tarafından alıcılarınca pazaryerinde yapılan satışların mutlak olarak kısıtlanamayacağı ancak belirli kriterler getirilerek kısıtlamalara tabi tutulabileceği söylenebilir. Önümüzdeki dönemde bu uygulamaların nasıl şekilleneceği, mevzuat bakımından AB'ye yakınsama olup olmayacağı ve Kurul'un önüne gelen konularda internet satış kısıtlamalarını nasıl ele alacağı hususu kozmetik sektörü de dâhil olmak üzere tüm sektörler bakımından büyük önem arz etmektedir.