

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2007-3-154 (Muafiyet)
Karar Sayısı : 08-32/401-136
Karar Tarihi : 8.5.2008

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

10

Başkan : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI
Üyeler : M. Sıraç ASLAN, Süreyya ÇAKIN, Mehmet Akif ERSİN,
Dr.Mustafa ATEŞ, İsmail Hakkı KARAKELLE

B. RAPORTÖRLER: B. Sanem ŞİMŞEK, Aytül TOKATLI

**C. BİLDİRİMDE
BULUNAN**

20

: Antis Kozmetik ve Sağlık Ürünleri Tic. Ltd. Şti.
Temsilcisi: Av. Yüksel ATMANOĞLU
Hakkı Yeten Cad. Doğu İş Merk. No: 12/18 K: 8
34394 Fulya / İstanbul

D. TARAFLAR : Antis Kozmetik Sağlık Ürünleri Tic. Ltd. Şti.
ve yetkili dağıtıcıları

E. DOSYA KONUSU: Antis Kozmetik ve Sağlık Ürünleri Tic. Ltd. Şti. (Antis Kozmetik) ile RETİN-a Estetik Hizm. Tic. Ltd. Şti. arasında imzalanan "Yetkili Dağıtıcılık Sözleşmesi"ne ve diğer bayilerle imzalanacak aynı hükümleri içeren tip sözleşmelere menfi tespit belgesi verilmesi veya muafiyet tanınması talebi.

30

F. DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 10.10.2007 tarih ve 6722 sayı ile giren ve en son 7.4.2008 tarih ve 2119 sayı ile eksiklikleri tamamlanan bildirim üzerine, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. ve 5. maddeleri ile 2002/2 sayılı "Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği"nin ilgili hükümleri uyarınca yapılan inceleme sonucu düzenlenen 27.4.2008 tarih ve 2007-3-154/Öİ-08-BSS sayılı Menfi Tespit/Muafiyet Ön İnceleme Raporu, 1.5.2008 tarih ve REK.0.07.00.00-130/61 sayılı Başkanlık Önergesi ile 08-32 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

40

G. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili Rapor'da;

- 1- Antis Kozmetik ve Sağlık Ürünleri Tic. Ltd. Şti. ve RETİN-a Estetik Hizm. Tic. Ltd. Şti. arasında imzalanan tek tip yetkili dağıtıcılık sözleşmesine 4054 sayılı Kanun'un 8. maddesi kapsamında menfi tespit belgesi verilemeyeceği,
- 2- Sözleşmenin, yetkili dağıtıcıların satışlarına getirdiği bazı kısıtlamalar nedeniyle 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında yer almadığı,

3- Ancak 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesindeki koşulları sağlayan anlaşmaya 5 yıl süreyle bireysel muafiyet tanınabileceği sonucuna ulaşıldığı ifade edilmiştir.

H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

H.1. Taraflar

H.1.1. Antis Kozmetik ve Sağlık Ürünleri Tic. Ltd. Şti. (Antis Kozmetik)

Antis Kozmetik, Dermalogica, Nuxe, Hayashi, Davines ve QC markalı kozmetik ürünlerinin Türkiye'deki tek yetkili distribütörüdür. Bu ürünlerden Dermalogica perakende seri ve profesyonel seri olmak üzere iki alt kategoriye sahip olup eczane ve güzellik salonlarında, Nuxe eczanelerde, Hayashi eczane ve parfümerilerde, Davines kuaförlerde, QC ise eczane, kuaför ve güzellik salonlarında satılmaktadır.

Antis Kozmetik yönetim kurulu, şirket ortaklarından müteşekkil olup, şirketin ortaklık yapısına Tablo 1'de yer verilmiştir.

Tablo 1: Antis Kozmetik Ortaklık Yapısı

Ortaklar	Pay(%)
Adnan SAYBAŞILI	(...)
A. Dumrul SAYBAŞILI	(...)
Hale SAYBAŞLI	(...)

Kaynak: Bildirim Formu.

H.1.2. Yetkili Dağıtıcılar

Antis Kozmetik'in distribütörlüğünü gerçekleştirdiği ürünleri nihai tüketiciye satacak ya da kullanacak olan noktalar eczaneler, parfümeriler ve/veya güzellik salonlarıdır. Antis Kozmetik tarafından gönderilen belgeden anlaşıldığı üzere, (.....), (.....), (.....), (.....), (.....), (.....) gibi Türkiye'nin birçok şehrinde bulunan noktalar, Antis Kozmetik tarafından bildirim konu olan sözleşme aracılığıyla yetkili dağıtıcı olarak atanacaktır. Söz konusu tek tip yetkili dağıtıcılık sözleşmesi mevcut durumda RETIN-a Estetik Hizm. Tic. Ltd. Şti. ile imzalanmıştır.

H.2. İlgili Pazar

H.2.1. Pazar Hakkında Genel Bilgi

Kozmetik, 5324 sayılı Kozmetik Kanunu çerçevesinde, insan vücudunun epiderma, tırnaklar, kıllar, saçlar, dudaklar 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 tüketime konu olan başlıca ürünler kremler, makyaj malzemeleri, parfümler, saç boyaları ve sabunlar olarak sayılabilir.

Teşebbüsler sektörde farklı ve çeşitli markalar kullanarak rekabet etmektedirler. Örneğin, Avon unvanlı teşebbüsün (...), Nivea'nın ve L'Oréal'in ise (...) kadar farklı markası bulunmaktadır. Teşebbüsler, gerek mevcut ürünlerini yenilemek, gerekse yeni ürünleri pazara sunmak suretiyle pazarı genişletmeye ve pazar paylarını artırmaya çalışmaktadırlar. Bu nedenle sektörde rekabet açısından ar-ge faaliyetleri önem taşımaktadır. L'Oréal'in (.....) çalışanla (...) farklı araştırma merkezinde, P&G'ninse (...) merkezde ar-ge faaliyetlerini sürdürmeleri, teşebbüsler açısından bu faaliyetlerin önemine örnek olarak gösterilebilir.

Güncel ihtiyaçlara cevap veren yeni veya farklılaştırılmış ürünlerin pazara girebilmesi için yapılan bu ar-ge çalışmaları şirketler arası rekabetin temel unsurlarından birini oluşturmaktadır. Geliştirilen yeni ürünün piyasada tutundurulması için yapılan pazarlama faaliyetleri de bir diğer rekabet aracıdır. Teşebbüsler bu faaliyetler ile hem pazarı hem de müşteri portföylerini genişletmeye çalışarak rekabet etmektedirler.

H.2.2. İlgili Ürün Pazarı

Genel anlamda kozmetik sektöründeki ürünleri, bu ürünlerin dağıtımının yapıldığı kanallar bazında, "harcıâlem (*mass*) kozmetik ürünler" ve "seçici (*selective*) kozmetik ürünler" olarak ikiye ayırmak mümkündür. 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 alışlagelmiş perakende satış kanallarıyla pazarlanıp satılabilirken, seçici ürünlerde, ürünün satışı sırasında özel eğitilmiş personel görevlendirilmekte, müşteri ihtiyaçlarını belirleyebilmek için çeşitli cihazlar kullanılabilir. Bu sebeple seçici kozmetik ürünleri, harcıâlem kozmetik ürünlerinin aksine, marka bazında uzman satış temsilcileri tarafından pazarlanmakta ve rafta satışı söz konusu olmadığından market kanalında satılmamaktadır. Söz konusu ürünlerin satışıyla işigal eden şirketler, genel olarak, harcıâlem kozmetik ürünlerin satışı alanında faaliyet göstermemektedir. Söz konusu ürünler, pahalı, yoğun bir şekilde satış artırıcı çaba gerektiren ve marka prestiji altında satılan ürünlerdir.

Her ne kadar harcıâlem ürünler ile seçici ürünlerin kullanım amaçları aynı olsa da, bu iki ürün tüketiciye sunulmaları bakımından birbirinden farklılaşmaktadır. Bu farklılık sadece ürünlerin müşteri ile buluştuğu noktalar bakımından değil, ürün teşhiri ve fiyatları, pazarlama stratejileri, marka imajı gibi başka alanlarda da ortaya çıkmaktadır. Sonuç olarak, kullanım amaçları bakımından farklılaşmayan iki ürün grubu, nitelikleri ve fiyatları bakımından birbirine ikame olamamaktadır.

Kozmetik sektörünün "harcıâlem (*mass*) kozmetik ürünler" ve "seçici (*selective*) kozmetik ürünler" şeklinde ikiye ayrılarak değerlendirilmesinin yanı sıra, "dermokozmetik" olarak nitelendirilen ürün grubunun hangi kapsamda değerlendirilmesi gerektiği de ilgili ürün pazarının tespitinde önemlidir. Dosya mevcudu bilgi ve belgeden; seçici kozmetik kapsamındaki ürünlerin YKM, Boyner gibi çok bölümlü satış mağazalarında yahut eczanelerde tüketicilere ulaştırıldığı anlaşılmıştır. Ancak eczanelerde satışa sunulan ürünler, genellikle dermokozmetik ürünler olarak adlandırılmaktadır. Burada sorgulanması gereken husus, bu ürünlerin seçici kozmetik grubundan kesin çizgilerle ayrılıp ayrılmayacağıdır.

Bildirimde bulunan Antis Kozmetik'in temel ürünü olan Dermalogica, dermokozmetik ürün niteliğinde olup, mevcut durumda sadece eczanelerde satılmaktadır. Teşebbüsün diğer ürünleri de genel olarak profesyonel kullanıma hitap etmekte, ürünlerin satışını gerçekleştiren kişilerin belli eğitimleri almış olmasını gerektirmektedir. Dosya mevcudu bilgi ve belgeden, Antis Kozmetik'in de, ilgili ürün pazarının "dermokozmetik ürünler" olarak belirlenmesi gerektiği görüşünde olduğu, buna karşılık teşebbüs temsilcileri tarafından Antis Kozmetik'in çok bölümlü mağazalara giriş yapma çabasında olduklarının ifade edildiği de anlaşılmıştır. Bu çabanın sonuçlanması, dermokozmetik grubu ve seçici kozmetik ürünlerinin aynı dağıtım kanalı yoluyla tüketicilere ulaşabilmesi ve fiyatları da yakın olan bu ürünlerin aynı ortamda tüketiciler için seçenek haline gelebilmesi anlamına gelecektir.

Sektöre yönelik 9.10.2007 tarih, 07-78/969-369 sayılı Kurul Kararında, ilgili ürün pazarı "dermokozmetik ürünler" olarak belirlenmiş ve bu ürünler konusunda aşağıdaki değerlendirme yapılmıştır:

"...deri ve deriye bağlı oluşumların yapı ve fonksiyonlarını olumlu yönde etkileyen, biyolojik aktivitesi olan veya olduğu iddia edilen madde veya maddeler içeren dermokozmetik ürünler, kozmetiklerle ilaçlar arasındaki yelpazede kozmetik ürünlere daha yakın konumlanmakta ve tüketici tercihleri bakımından da kozmetik ürünlerden ayrılarak farklı bir ürün pazarı oluşturmaktadır."

Bu Kararda, dermokozmetik ürün grubunun, "giriş çıkışlara açık ve markalar arası rekabetin yoğun olduğu, yüksek pazar paylarının bulunmadığı bir görünüm arz ettiği" ifade edilmiş ve Dermalogica markasının da dâhil olduğu bu grupta çok sayıda markanın rekabet halinde olduğu tespit edilmiştir.

Dermokozmetik ürünlerin, seçici kozmetik ürünler içerisinde değerlendirilmesi halinde de bu tespit değişmeyecektir. Diğer bir deyişle, dermokozmetik ürünler katılsın yahut katılmasın, seçici dağıtım ürünleri de çok sayıda teşebbüsün hemen hepsinin birden fazla ürün / markayla faaliyet gösterdiği bir pazar niteliğindedir. Dolayısıyla, "dermokozmetik ürünler" olarak dar yahut bu ürünleri de içerecek şekilde "seçici kozmetik ürünleri" olarak geniş belirlenmesi dosya bağlamında yapılacak incelemenin sonuçlarını değiştirmeyecektir.

Bu çerçevede, mevcut dosya bakımından net bir ürün pazarı tanımı yapılmasına gerek olmadığı kanaatine varılmıştır.

H.2.3. İlgili Coğrafi Pazar

Seçici kozmetik ürünlerin tamamına yakını, söz konusu ürünlerin toptan satışını gerçekleştiren distribütör şirketler tarafından ithalat yoluyla Türkiye'ye getirilmektedir. Yurtdışındaki tedarikçiler, distribütörlerinin, kendi markaları dışındaki markaların satışını yapmalarını istememekte ve dolayısıyla bazı teşebbüsler farklı tüzel kişilikler altında birden fazla seçici kozmetik markasının ithalatını gerçekleştirmektedir. Seçici kozmetik ürünlerin yeniden satışını gerçekleştiren perakendeci şirketler ise bu ürünlerin nihai kullanıcılara ulaşmasını sağlamaktadır. Seçici kozmetik ürünler, yükçe hafif, pahaca ağır olduğundan nakliye fiyatları, maliyetler içerisinde önemli bir yer tutmamakta olup, talebin olduğu her bölgeye ulaştırılabilmektedir. Dolayısıyla, dosya bağlamında ilgili coğrafi pazar "Türkiye Cumhuriyeti" olarak belirlenmiştir.

H.3.Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

200 H.3.1 Bildirime Konu Sözleşme

Antis Kozmetik ve Retin-a Estetik Hizm. Tic. Ltd. Şti. arasında imzalanan yetkili dağıtıcılık sözleşmesi (Sözleşme) kapsamında yer alan markalar Hayashi, Dermalogica, Nuxe, Daviness ve QC'dir.

210 Sözleşme çerçevesinde Antis Kozmetik, dağıtıcıları bazı nitel kriterler çerçevesinde belirleyecektir. Bu kapsamda satış yerinin konumu ve iç yerleşim durumu yetkili dağıtıcı olabilmek açısından belirleyici olacaktır. Antis Kozmetik satış yerinin belirlenen şartlara uygun olmaması halinde bayilik vermeme hakkına sahiptir. Ayrıca yetkili dağıtıcı olmak üzere talepte bulunan satış yerinin yakınında Antis Kozmetik ile hala çalışmakta olan başka bir yetkili dağıtıcı varsa, bayilik verip vermeme konusunda takdir hakkı Antis Kozmetik'in olacaktır.

Sözleşmenin "Satış Yeri" başlıklı 1. maddesi gereği yetkili dağıtıcı kendisine bağlı başka satış noktaları açması durumunda, Antis Kozmetik'e önceden haber verme ve yazılı onay alma yükümlülüğünü taşımaktadır.

220 "Eğitim" başlıklı 2. maddede yetkili dağıtıcının, markaların satış ve tanıtımını en doğru şekilde yapabilmesi amacıyla elemanlarını Antis Kozmetik'in gerek gördüğü zamanlarda eğitime göndereceği hükme bağlanmıştır. Aynı maddenin (d) bendinde yer aldığı üzere Antis Kozmetik'in eğitimleri sonrası verdiği sertifikaya sahip olamayan kişiler ürün satışı yapamayacak veya tavsiyelerde bulunamayacaktır.

230 Ürünlerin sergilenişine dair Sözleşmeyle getirilen düzenlemeler gereği yetkili dağıtıcı bu konuda Antis Kozmetik'in belirlemiş olduğu sisteme sadık kalacak ve sergileme noktası markanın imajına uygun olarak karşılıklı belirlenecektir. Ürünlerin sergileneceği stantların üst kısmında marka logosu yer alacak ve stantta farklı markaya ait ürün bulundurulmayacaktır. Ayrıca her bir marka için ayrı bir stant istenmektedir.

Sözleşmenin "Satışlar" başlıklı 3. maddesinde yetkili dağıtıcının satış yapabileceği müşterilere bazı kısıtlamalar getirilmektedir. Yetkili dağıtıcı Antis Kozmetik'ten aldığı ürünleri Türkiye pazarında, perakende olarak, sözleşmedeki satış yerinde satmayı ve profesyonel ürünleri kendi kabininde kullanmayı ve dolayısıyla bu ürünleri hiçbir şekilde (Antis Kozmetik tarafından yetkili dağıtıcı sıfatı ile yetkilendirilmemiş) hiçbir topluluğa, toptancıya, perakendeciye, yerli ve yabancı tüccara satmamayı taahhüt etmektedir.

240 Sözleşmede profesyonel kullanım ürünlerine (Dermalogica markası altında yer alan, ancak tüketicilerin evlerinde kullanması için perakende satışı olmayan ürünler) özgü bazı hükümler de mevcuttur. Bu ürünlerin sadece cilt bakım salonlarının kullanımı için olduğu, ürünün hitap ettiği cilde göre farklı eğitimlerin alınması gerektiği belirtilmiştir. Buna bağlı olarak piyasaya yeni sunulacak olan profesyonel ürünlerin

ancak o ürüne özel eğitimlerin alınması koşuluyla bayi tarafından kullanılabilceği, bu sebeple de Dermalogica markası altındaki profesyonel seriye ait markaların sadece Antis Kozmetik tarafından dağıtıcılara gönderilebileceği hükme bağlanmaktadır. Bu hükmün doğurduğu sonuç, yetkili dağıtıcıların bu ürünleri, Antis Kozmetik tarafından yetkili dağıtıcı sıfatı verilip verilmediğine bakılmaksızın, hiçbir noktaya bedelli veya bedelsiz olarak veremeyeceğidir. Antis Kozmetik aksi davranışta sözleşmeyi feshetme hakkını saklı tutmaktadır.

Antis Kozmetik'in tayin ettiği yetkili dağıtıcı, menşei Antis Kozmetik olmayan ürünleri işletmesinde teşhir etmemeyi ve satmamayı taahhüt etmektedir. Sözleşmeye göre ayrıca ürün kullanımından beklenen sonucun alınabilmesi ve tüketicinin doğru ürüne yönlendirilebilmesi açısından yetkili dağıtıcı, Antis Kozmetik'in yazılı izni olmadan internet üzerinden satış yapamayacaktır. Bayi olmadığı halde internet üzerinden satış yapan noktalar için ayrıca yasal işlem yapılacağı da hükme bağlanmıştır.

H.3.2. Hukuki Değerlendirme

Menfi tespit ve muafiyet başvurusuna konu Sözleşme, Antis Kozmetik tarafından ithal edilen ürünlerin dağıtımına ilişkin olarak imzalanmıştır. Sözleşmede, sağlayıcı konumundaki Antis Kozmetik tarafından Sözleşme konusu ürünleri satacak noktalara belirli kriterleri sağlama zorunluluğu getirilmektedir. Ayrıca yetkili dağıtıcı olarak nitelenen ve kriterleri sağlama sonucunda Antis Kozmetik'in dağıtım sistemine dâhil olan bayilerin satışları üzerine de bazı kısıtlamalar getirilmektedir.

H.3.2.1. Menfi Tespit Değerlendirilmesi

4054 sayılı Kanun'un 8. maddesinde, teşebbüs veya teşebbüs birliklerinin başvurusu üzerine, Kurul'un, elinde bulunan bilgiler çerçevesinde bir anlaşmanın, eylemin veya birleşme ve devralmanın Kanun'un 4., 6. ve 7. maddelerine aykırı olmadığını gösteren menfi tespit belgesi verebileceği hükme bağlanmıştır.

Dosya konusu Sözleşmede sağlayıcı Antis Kozmetik, ürünlerinin satışını yapabilecek noktaları bazı nitel ve nicel kriterler bakımından kısıtlamaktadır. Bu bakımdan kurulan dağıtım sisteminde sağlayıcı Antis Kozmetik tarafından belirlenen kriterler çerçevesinde alıcı bayiler arasında bir bakıma ayrımcılığa gidilmekte ve alıcı seviyesinde marka içi rekabet kısıtlanmaktadır. Ayrıca Antis Kozmetik, kurduğu sisteme dâhil olan yetkili dağıtıcılarının satışları üzerine de bazı kısıtlamalar getirmektedir. Şöyle ki, Dermalogica markası altındaki profesyonel seriye ait markaları yetkili dağıtıcılar sadece Antis Kozmetik'ten temin edecek, dolayısıyla bu ürün grubunda yetkili dağıtıcılar birbirlerine satış yapamayacaklardır. Ayrıca yetkili dağıtıcının Antis Kozmetik'in yazılı izni olmaksızın internet üzerinden satış yapması da yasaklanmaktadır. Söz konusu Sözleşme ile Antis Kozmetik'in marka içi rekabeti sınırlandırdığı anlaşıldığından Sözleşme'ye menfi tespit belgesi verilemeyeceği kanaatine varılmıştır.

H.3.2.2. Muafiyet Değerlendirilmesi

2002/2 sayılı Tebliğ'de seçici dağıtım sistemi "*sağlayıcının, anlaşma konusu malları veya hizmetleri sadece belirlenmiş kriterlere dayanarak seçtiği dağıtıcılara doğrudan veya dolaylı olarak satmayı taahhüt ettiği, bu dağıtıcıların da söz konusu malları veya*

hizmetleri yetkilendirilmemiş dağıtıcılara satmamayı taahhüt ettiği bir dağıtım sistemi” olarak tanımlanmıştır.

Taraflar üzerine getirdiği yükümlülükler bakımından seçici dağıtım sisteminin iki unsuru bulunmaktadır:

- 300
- Sağlayıcı, belirli kriterlere dayanarak seçtiği dağıtıcılara anlaşma konusu ürünleri satmayı ve ayrıca, kriterleri sağlamayan dağıtıcıları ağa kabul etmemeyi ve bunlara doğrudan veya dolaylı olarak ilgili ürünü satmamayı taahhüt etmektedir.
 - Belirtilen kriterleri sağlayarak ağa dâhil olan dağıtıcılar da, ilgili ürünü ağa kabul edilmemiş dağıtıcılara satmama yükümlülüğü altına girmektedir.

İlk olarak, bildirim konu Sözleşmede, sağlayıcı Antis Kozmetik tarafından ürünlerini satacak noktalara belirli nitel ve nicel kriterleri sağlama zorunluluğu getirilmektedir.

- 310
- Seçici dağıtım sisteminin oluşturulmasında ve kriterlerin belirlenmesinde öncelikle ürünün niteliği belirleyici rol oynamaktadır. Özellikle ileri teknoloji içeren ve/veya lüks ürünlerle iştigal eden bir üreticinin, ürününün sadece belli kriterleri karşılayan seçilmiş satış noktalarında bulunmasını sağlayacak bir dağıtım sistemi kurmak istemesinin, marka imajını korumak, ürünün doğru ve sağlıklı kullanımı sağlamak gibi gerekçeleri bulunabilmektedir. Dağıtıcıların seçimi için getirilen kriterler; satıcı ve personelinin nitelikleri, satış noktasının konumu, görünüşü ve büyüklüğü gibi özellikleri, asgari ciro kapasitesi, satış öncesi ve sonrası servis ve tamir hizmetleri, bazı promosyon faaliyetlerine katılım gibi çok çeşitli faktörlere dayanabilir.

- 320
- Antis Kozmetik tarafından ürünlerini dağıtacak noktaları belirlemek amacıyla bu tarz bir sınırlamaya gidilmesinin ardında yatan sebepler taraf temsilcisi tarafından Bildirim Formu’nda açıklanmıştır. Buna göre, Sözleşme kapsamındaki ürünlerin insan sağlığı ile doğrudan ilgili olması sebebiyle bu ürünlerin kullanımında tüketicilerin bilgilendirilmesi ve doğru ürün önerilmesi önem arz etmektedir. Bu amaçlarla ürünün satışını gerçekleştirecek bayilere ürün eğitimleri de verilecektir. Kozmetik ürünler bu özellikleri ile seçici dağıtım sistemi ile dağıtılmaya uygun bir özellik sergilemektedir.

- 330
- Sözleşmede dağıtıcıların belirlenmesinde bazı nitel kriterlerin özellikle ön plana çıktığı görülmektedir. Söz konusu nitel kriterler satış yerinin konumu ve iç yerleşim durumu ile ilgilidir. Satış yerinin konumunda önemli olan hususlar çevresinin kalitesi ve çevredeki diğer ticarethanelerin prestijidir. Diğer taraftan satış yerinin iç yerleşim durumunda öne çıkan özellikler ise marka skalası, ürün teşhir bölümü, satışla görevli personelin olması, mağazanın dışının ve vitrinlerin kalitesi, estetik ve işlevsel düzenlemesi, satış noktasının büyüklüğü, döşemelerin, mobilyalarının ve ışıklandırmanın kalitesi gibi unsurlardır. Antis Kozmetik tarafından getirilen nitel kriterlerden anlaşıldığı üzere, sağlayıcı, ürünlerini gerek iç mekânı, gerekse konumu bakımından kaliteli satış alanlarında tüketiciye teşhir etmek istemektedir. Diğer bir deyişle, sağlayıcı bir bakıma ürünlerinin lüks imajına uygun olan ve bu bakımdan marka imajına katkı sağlayabilecek noktaları dağıtım sistemine dâhil etmeyi planlamaktadır. Bu sebeple sisteme dâhil olabilmek için getirilen nitel kriterlerin, ürün niteliğine uygun ve rasyonel gerekçelere dayanan kriterler olduğu kanaatine varılmıştır.
- 340

Sözleşmede nitel kriterlerin yanı sıra yetkili dağıtıcılar arasındaki mesafenin gözetilmesi suretiyle nicel bir kısıtlama da söz konusudur. Bu kısıtlamanın getirilmesinin gerekçesi, yine ürünün niteliği ile ilgilidir. Dosyada sunulan bir belgede, taraf temsilcisinin, raf ömürleri gözetilerek, kozmetik ürünlerinin satışının yapılmasının, ürün kalitesi açısından çok önemli olduğunu beyan ettiği görülmüştür. Bu hususun önemini ortaya koyan bir düzenlemeye Sözleşmenin “*Satılan Ürünlerin Kalitesi*” başlıklı 6. maddesinde de yer verilmektedir. Söz konusu madde kapsamında son kullanım süresi dolmaya yakın ürünlerin dahi hiçbir şekilde tüketiciye satılmayacağı hükme bağlanmıştır. Kozmetik ürünlerin raf ömrü dikkate alındığında, ürün satış hızının önemi bu noktada ortaya çıkmaktadır. Aynı bölgede birbirine çok yakın iki yetkili dağıtıcı atanması halinde, söz konusu dağıtıcılar açısından ürün satış hızı azalacaktır. Bu durumda alıcının elinde kullanım süresi dolmaya yaklaşan ürün bulunması olasılığı da artmaktadır. Ürün kalitesinin bu denli önemli olduğu bir üründe bu riski ortadan kaldırmak için yetkili dağıtıcılar arasındaki mesafenin gözetiliyor olması ürünün niteliği gereği haklı bir gerekçe olarak değerlendirilebilir.

350 Sözleşme, Antis Kozmetik'in belirli kriterlere dayanarak seçtiği dağıtıcılara anlaşma konusu ürünleri satacağını, eğer bu kriterler sağlanmazsa noktaya yetkili dağıtıcılık vermeyeceğini açıkça belirtmekte ve bu suretle Sözleşmeyle öngörülen sistem, seçici dağıtım sisteminin ilk unsurunu karşılamaktadır.

Seçici dağıtım sisteminin ikinci unsuru, ağa dâhil olan dağıtıcıların ilgili ürünü ağa kabul edilmemiş dağıtıcılara satmama yükümlülüğü altına girmeleridir. Antis Kozmetik'in yetkili dağıtıcı olarak atanacak bayilerle oluşturacağı dağıtım sisteminde, söz konusu yetkili dağıtıcılar, diğer yetkili dağıtıcılar hariç hiçbir topluluğa, toptancıya, perakendeciye, yerli ve yabancı tüccara ürünleri satmamaktadır. Bu şekilde seçici dağıtım sisteminin ikinci unsuru da gerçekleşmektedir.

H.3.2.2.1. 2002/2 sayılı Tebliğ Açısından Yapılan Değerlendirme

Bir seçici dağıtım sisteminin 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında olabilmesi için belirli özellikleri taşıması gerekmektedir. İlk olarak sağlayıcı, sistem üyelerinin kendi aralarındaki alım ve satımlarını engellememelidir. Ayrıca, bir sistem üyesinin yetkili olmadığı yerde faaliyet göstermesinin yasaklanması hakkı saklı kalmak kaydıyla, perakende seviyesinde faaliyet gösteren sistem üyelerinin son kullanıcılara yapacakları aktif veya pasif satışlar da kısıtlanmamalıdır.

380 Bildirime konu Sözleşmede, yetkili dağıtıcı, diğer yetkili dağıtıcılar hariç hiçbir topluluğa, toptancıya, perakendeciye, yerli ve yabancı tüccara Sözleşme konusu ürünleri satamayacaktır. Bir başka deyişle, bayiler nihai tüketicileri dışında ancak kendileri gibi yetkilendirilmiş dağıtıcılara ürün satabilecektir. Ancak, Dermologica markası altında yer alan profesyonel seri ürünlerin satışı ile sınırlı olmak üzere bu hükme bir istisna getirilmiştir. Bu ürünlerin güzellik salonları gibi cilt bakımında eğitimli kişilerin çalıştığı yerlerde kullanılabilmesi, daha detaylı bir eğitim gerektirmesi sebebiyle piyasaya yeni verilecek olan profesyonel ürünlerin ancak o ürüne özel eğitimler alan bayiler tarafından kullanılabilmesi, bu sebeple sadece Antis Kozmetik tarafından dağıtıcılara gönderilebileceği hükme bağlanmaktadır.

390 Sözleşmede satışlar konusundaki bir diğer kısıtlayıcı hüküm de yetkili dağıtıcının Antis Kozmetik'in yazılı izni olmaksızın internet üzerinden satış yapamayacağıdır.

Hâlbuki seçici dağıtım sisteminde sağlayıcı, perakende seviyesinde faaliyet gösteren sistem üyelerinin son kullanıcılara yapacakları aktif veya pasif satışları kısıtlamamalıdır.

Bu iki durum bildirimine konu seçici dağıtım sözleşmesini 2002/2 sayılı Tebliğ'in tanıdığı grup muafiyetinin kapsamı dışına çıkarmaktadır.

400 **H.3.2.2.2. Bireysel Muafiyet İncelemesi**

4054 sayılı Kanun'un muafiyet koşullarını düzenleyen 5. maddesinde iki olumlu ve iki olumsuz koşul sayılarak, muafiyet tanınacak anlaşma, uyumlu eylem ve teşebbüs birliği kararlarının bu dört koşulu birden sağlaması gerektiği hükme bağlanmıştır.

410 Dosya konusu Sözleşme, Antis Kozmetik tarafından kurulması planlanan seçici dağıtım sisteminin çerçevesini oluşturmaktadır. Sözleşme, Demologica markası altında yer alan profesyonel ürünler için yetkili dağıtıcılara sadece Antis Kozmetik'ten satın alma yükümlülüğü getirmesi ve yetkili dağıtıcıların internet üzerinden yapacakları satışları Antis Kozmetik'in iznine bağlaması sebebiyle 2002/2 sayılı Tebliğ'in tanıdığı grup muafiyetinin kapsamı dışına çıkmakta ve bu hükümler bakımından bireysel muafiyet incelemesini zorunlu kılmaktadır:

H.3.2.2.2.1. Malların Üretim veya Dağıtımı İle Hizmetlerin Sunulmasında Yeni Gelişme ve İyileşmelerin ya da Ekonomik veya Teknik Gelişmenin Sağlanması

420 Bu madde kapsamında dile getirilmesi gereken en önemli husus, Antis Kozmetik tarafından seçici dağıtım sistemi oluşturulmasının altında yatan temel sebeptir. Antis Kozmetik, ürünlerinin dağıtımı ve tüketicilere sunulması bakımından tüketicilerin tam olarak beklentilerini sağlayacak ve marka imajını destekleyecek kaliteli satış noktalarına dağıtım yapmayı istemektedir.

430 Dosya konusu Sözleşmeyi grup muafiyeti kapsamı dışına çıkaran iki hükümde de açıkça gözetilen amaç tüketicilere ürünün en doğru biçimde sunulmasını sağlamaktır. Dermologica markası perakende seri ve profesyonel seri olmak üzere iki alt kategoriye sahiptir. Profesyonel ürünler perakende satışı olmayan, güzellik salonlarında cilt bakımında kullanılan ürünlerdir. Tüketicilerin bu ürünlerden beklentileri diğer ürünlere nazaran daha yüksek olup, bu ürünleri uygulayacak kişilerin gerekli eğitimleri almış olması, diğer ürünlerin satışını yapacak personele göre çok daha önemlidir. Bu sınırlama tüm yetkili dağıtıcıları kapsamamakta, amaca uygun olarak sadece güzellik salonlarını içermektedir. Bir güzellik salonunun, diğer güzellik salonunun bu marka altındaki yeni bir ürün için gerekli eğitimi alıp almadığını gözeterek satış yapması pek mümkün değildir. Oysaki Antis Kozmetik, eğitimin alınmış olup olmadığına bağlı olarak satışlarını gerçekleştireceğinden, üründen beklenen fayda ancak bu durumda tam olarak sağlanabilecektir. Bu ürünler için yetkili dağıtıcılar arasındaki satışların serbest olması halinde her zaman bir risk mevcut olacaktır.

440 İnternet üzerinden yapacakları satışlar için Antis Kozmetik'ten izin alma gerekliliği, seçici dağıtım sistemine dâhil sistem üyelerinin son kullanıcılara yapacakları satışları kısıtlamaktadır. Dosya mevcudundan, Antis Kozmetik yetkilisinin bu hükmün getirilmiş olmasının gerekçesini, tüketicinin, cilt yapısına uygun ürün kullanması o üründen en yüksek faydanın alınabilmesi için şart olduğunu ifade ettiği anlaşılmıştır.

Zira cilt yapısı kullanılan kozmetik ürünün etkilerine bağlı olarak bazı değişikliklere uğrayabilmekte, çevresel faktörler dönem dönem farklı ürün kullanımını gerekli kılmakta ya da cildin yaşlanması sonucu ihtiyaç duyulan ürün ilerleyen dönemlerde değişiklik gösterebilmektedir. Tüketicinin satış elemanı tarafından ürün ve kullanımı hakkında bilgilendirilmesinin seçici dağıtım sistemindeki merkezi önemi, internet üzerine getirilen yasaklamanın haklı bir gerekçesi haline gelmektedir. Zira internet yoluyla yapılan satışlarda, gerçek bir satış alanı ortamında satış elemanı ve tüketici arasında var olan fiziksel temas oluşamayacağından, sistemin kurulması ile beklenen gelişme bu kanaldaki satışlarda gerçekleşmemektedir. Ayrıca, eğer tüketici internet üzerinden alım gerçekleştirirse, ürünün cilt yapısına uygunluğu konusunda hataya düşebilecek veya kullanımı konusunda eksik bilgi sahibi olabilecektir. Bu durumda tüketici, Antis Kozmetik ürünlerinden beklediği faydayı elde edememenin verdiği memnuniyetsizlik sonucu, markaya yönelik yanlış bir algılamaya geliştirebilecektir. Bu durum da Antis Kozmetik'in seçici dağıtım sistemi ile hedeflediği marka imajı oluşturabilme amacına ulaşamaması anlamına gelmektedir. internet üzerinden satışlar seçici dağıtım sisteminin gereklerini sağlayamayacağından bu satışların yetkili dağıtıcılar bakımından kısıtlanması, öngörülen dağıtım sisteminde hedeflenen tüketici faydası açısından bir gerekliliktir.

H.3.2.2.2. Tüketicinin Bundan Yarar Sağlaması

Seçici dağıtım sistemi yoluyla, kozmetik gibi insan sağlığı bakımından doğru kullanımın çok önemli olduğu bir üründe, tüketicinin ürün ve kullanımı bakımından bilgilendirilmesi sağlanmakta ve bu çerçevede yetkili dağıtıcıların satış personeline ürünlere ilişkin eğitim alma zorunluluğu getirilmektedir. Tüketicinin kozmetik gibi bir üründen elde edebileceği en önemli faydalardan biri, ürüne yönelik gerekli bilgiye sahip olmaktır. Antis Kozmetik bunu sağlayabilmek için dağıtıcılara uzman çalışması ve deneme ürünü (*tester*) desteği gibi bazı ayrıcalıklar da tanımaktadır. Hatta tüketicinin bu faydayı elde edebilmesini tam olarak sağlayabilmek açısından da yetkili dağıtıcıların satışları üzerinde bazı kısıtlamalara gidilmektedir. Tüketici ancak bu kısıtlamalar çerçevesinde sistemin öngördüğü faydaları elde edebilecektir.

H.3.2.2.2.3. İlgili Piyasanın Önemli Bir Bölümünde Rekabetin Ortadan Kalkmaması

Seçici dağıtım sistemi ilk olarak getirdiği kriterler bakımından marka içi rekabeti engelleyebilir. Ancak gerek nitel, gerekse nicel kriterlere ilişkin yukarıda yapılan değerlendirmede de ifade edildiği üzere, bildirim konu Sözleşme kapsamındaki kriterlerin ürün niteliğine uygun olduğu ve rasyonel gerekçelere dayandığı kanaatine varılmıştır. Bu bakımdan kriterlerin marka içi rekabeti engelleyeceği yönünde bir değerlendirme yapmak pek mümkün değildir.

Bir seçici dağıtım sisteminde seçim kriterlerinin yanı sıra, anlaşmalarla getirilen diğer ilave yükümlülük ve sınırlamalar da rekabetin kısıtlanmasına yönelik yapılan analiz açısından önemlidir. Seçici dağıtım sisteminde marka içi rekabeti gözetmek için yetkili dağıtıcıların sistem üyesi diğer dağıtıcılara satış yapması üzerine herhangi bir kısıtlama getirilmemesi öngörülmektedir. Bildirim konu Sözleşme sadece bir ürün grubu için bu duruma aykırı bir düzenleme getirmektedir. Ancak söz konusu ürün grubunun güzellik salonları gibi dar bir kullanım ile sınırlı olması ve kısıtlamanın seçici dağıtım sisteminden beklenen faydanın elde edilebilmesi bakımından gerekli olması nedeniyle, bu düzenlemenin ilgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin kısıtlanması sonucuna yol açmayacaktır. Ayrıca, yetkili dağıtıcılar arasındaki satışlar

500 üzerine herhangi bir kısıtlama getirilmediği sürece, internet üzerinden yapılan satışların yasaklanması, marka içi rekabeti önemli oranda etkilemeyecektir. Güzellik salonlarında kullanılan Dermalogica markası altındaki profesyonel ürünler haricindeki diğer tüm markalarda, yetkili dağıtıcıların kendi aralarındaki satışlara herhangi bir yasaklama getirilmemektedir. Diğer taraftan, Dermalogica markasının profesyonel seri ürünlerinin yetkili dağıtıcılar arasında satılması yasaklanmaktadır. Bu yasaklamanın değerlendirilmesinde bu ürünlerin nitelikleri önem kazanmaktadır. Bir bakıma nihai tüketiciler profesyonel seri ürünleri değil, bu ürünlerin kullanıldığı bir cilt bakımı hizmetini satın almaktadır. Bu sebeple bu ürünler için internet satışlarına getirilen yasaklama yetkili dağıtıcıların nihai tüketiciye yaptıkları satışların engellenmesi anlamı taşımamaktadır. Diğer tüm ürünlerde de yetkili dağıtıcılar birbirlerine ürün satışı yapabildiğinden, bu ürünlerdeki internet satışı yasağının marka içi rekabeti önemli ölçüde kısıtlamayacağı kanaatine varılmıştır.

510 Sözleşmenin marka içi rekabete etkisinin değerlendirilmesi açısından en önemli husus, pazarda markalar arası rekabetin varlığıdır. Zira marka içi rekabetteki azalma sadece markalar arası rekabetin sınırlı olduğu durumlarda sorun olmaktadır. Bu bakımdan sağlayıcının ve rakiplerin pazardaki konumu ve pazardaki giriş engelleri, ticaretin seviyesi, pazarın olgunluğu ve seçici dağıtım ağlarının sayısı muhtemel rekabeti bozucu etkilerin tespitinde merkezi bir öneme sahiptir.

520 Türkiye’de kozmetik sektörünün yıllık büyüme hızının %15-20 olduğu tahmin edilmektedir. Dosya mevcudu bilgi ve belgeden, piyasaya son üç yılda 17 teşebbüsün girdiği anlaşılmıştır. Gerek mevcut büyüme trendinin potansiyel rekabet açısından olumlu olması, gerekse pazara son üç yılda birçok yeni markanın girmiş olması pazarın henüz olgunluğa ulaşmamış, dinamik ve gelişen bir pazar olduğunu göstermektedir. İncelenen ürün pazarlarında Antis Kozmetik’in sahip olduğu paya ilişkin net bir veri bulunmamasına karşın, teşebbüsün pazarda DDF, La Roche-Posay, MD Formulations, Bioderma, Vichy, Kinerase ve Lierac gibi birçok önemli firma / marka ile rekabet halinde olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, pazardaki mevcut durum markalar arası rekabetin yoğun olduğunu göstermektedir.

530 Bildirime konu Sözleşmede Antis Kozmetik yetkili dağıtıcıya sadece stant bakımından münhasırlık hükmü getirmekte, nokta içerisinde başka marka ürünlerin satılmasına herhangi bir kısıtlama getirmemektedir. Dolayısıyla stant ile sınırlı olan ve mağaza içi rekabeti engellemeyen bu anlaşmanın pazarda mevcut ve yeni girecek teşebbüsler açısından dağıtıcılara ulaşmak bakımından bir giriş engeli yaratması söz konusu olmayacak ve markalar arası rekabet bu sözleşme ile kısıtlanmayacaktır. Dolayısıyla bildirme konu Sözleşme ile ilgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmadığı kanaatine varılmıştır.

H.3.2.2.2.4. Rekabetin (a) ve (b) Bentlerindeki Amaçların Elde Edilmesi İçin Zorunlu Olandan Fazla Sınırlanmaması

540 Bildirime konu Sözleşmeyi 2002/2 sayılı Tebliğ ile tanınan grup muafiyetinin kapsamı dışına çıkararak ve yetkili dağıtıcıların satışları üzerine getirilen bazı düzenlemelerin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilebilmesi için zorunlu olduğu ifade edilmiştir. Bu kısıtlamalardan ilki olan ve yetkili dağıtıcıların birbirlerine satışını engelleyen hüküm sadece bir ürün grubu ile sınırlı olup, tamamıyla ürün nitelikleri gereği getirilmiştir. İnternet satışları ise tamamıyla yasaklanmamış olup Antis Kozmetik’in

izin vermesi halinde gerçekleştirilebilir durumdadır. Bu sebeple bu kısıtlama da amaca uygun şekilde düzenlenmiştir.

550 Yukarıdaki değerlendirmeler ışığında Antis Kozmetik ve mevcut durumda tek bir yetkili dağıtıcı arasında imzalanan Sözleşmeye 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi kapsamında 5 yıl süre ile bireysel muafiyet tanınabilecektir. Bu yönde bir süre kısıtlaması getirilmesinin nedeni, Sözleşme kapsamında internet satışlarına getirilen yasaklamadır. İlerleyen dönemlerde teknolojik gelişmenin, internet üzerinden yapılan satışlar bakımından, seçici dağıtım sisteminin "gerçek satış alanında" sunulana benzer bir satış ortamı yaratılmasına imkân vermesi durumunda, bu satışlar bakımından yetkili dağıtıcıların satışlarına kısıtlama getirilmesinin haklı gerekçesi ortadan kalkacaktır. İnternet üzerinden yapılan ticaret hacminin ve kapsamının artan seyri ve sanal ortamın teknik imkânlarının çok hızlı bir şekilde ilerlemesi sonucu yakın gelecekte yeniden satıcılar açısından internet satışları çok önemli hale gelebilecek ve yeniden satıcılar seçici dağıtım sisteminin gereklerini internet ortamında da sağlayabilecektir.

560 I. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

- Antis Kozmetik ve Sağlık Ürünleri Tic. Ltd. Şti. ve RETIN-a Estetik Hizm. Tic. Ltd. Şti. arasında imzalanan "Yetkili Dağıtıcılık Sözleşmesi"ne ve diğer bayilerle de imzalanacak aynı hükümleri içeren tip sözleşmelere 4054 sayılı Kanun'un 8. maddesi kapsamında menfi tespit belgesi verilemeyeceğine,

570 - Bildirim konusu sözleşmelerin, yetkili dağıtıcıların satışlarına getirdiği bazı kısıtlamalar nedeniyle 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin tanıdığı grup muafiyetinin kapsamında olmadığına,

- 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan şartların tamamını karşılaması nedeniyle, bildirim konusu sözleşmelere 5 yıl süreyle bireysel muafiyet tanınmasına

OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.