

**Rekabet Kurumu Başkanlığından,
REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2021-4-050 (Soruşturma)
Karar Sayısı : 22-55/864-358
Karar Tarihi : 15.12.2022

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 : Buket ARI AYDIN, Noyan DELİBAŞI, Hande GÖÇMEN,
Esmâ AKSU, Ali GEZBELİ, Emine YAŞAR, Ayberk GÜLTEKİN

**C. BAŞVURUDA
BULUNAN** :- Gizlilik talepli iki başvuru

**D. HAKKINDA SORUŞTURMA
YAPILAN** :- BSH Ev Aletleri Sanayi ve Ticaret AŞ
Temsilcileri: Süleyman CENGİZ, Av. İpek İNCE
River Plaza Kat:17 Büyükdere Cad. Bahar Sok. No:13 34394
Levent İstanbul

(1) **E. DOSYA KONUSU: BSH Ev Aletleri Sanayi ve Ticaret AŞ'nin yetkili satıcılara bölge/müşteri kısıtlaması getirmek ve/veya yeniden satış fiyatı tespitinde bulunmak suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği iddiası.**

(2) **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına 14.04.2020 tarih ve 3642 sayı, 11.05.2020 tarih ve 4375 sayı ile intikal eden gizlilik talepli başvurularda özetle;

- BSH Ev Aletleri Sanayi ve Ticaret AŞ'nin (BSH), kendi dağıtım sistemlerinde yer alan yetkili bayilerinin/satıcılarının internetten satış yapmalarını yasakladığı/zorlaştırdığı,
- Bahse konu yasaklama/zorlaştırma uygulamalarının pazaryeri niteliğindeki e-ticaret platformlarından yapılan satışların doğrudan yasaklanması, en çok satılan ürünlerin e-ticaret platformları üzerinden satışının yasaklanması, bu platformlarda dağıtıcılar tarafından belirlenen fiyatın altında satış yapan bayilerin satışlarının yasaklanması, ara toptancı ya da spot piyasa satışlarının yasaklanması ve bu platformlar aracılığıyla yapılan satışlara prim verilmemesi yoluyla satışların zorlaştırılması olarak çeşitlendiği,
- BSH'nin yetkili satıcılarına "bayi portalı" aracılığıyla gönderdiği 07.05.2020 tarihli sirküler ile yetkili satıcılarının pazaryeri olarak tanımlanan e-ticaret platformlarında satış yapmasını yasakladığı, ilgili sirkülerin; yasağa aykırı davranan yetkili satıcıların uyarılacağına, belirtilen süre içerisinde aykırılık giderilmezse yetkili satıcılık sözleşmesinin feshedileceğine, devam eden ihlallerin tespiti halinde yazılı ihtar süresi içerisinde aykırılık ortadan kalksa dahi BSH'nin ihlalin ortadan kaldırılması için süre vermek veya sözleşmeyi feshetmek konusunda ihtiyari karar alabileceğine, verilen süre içerisinde

aykırılık giderilse dahi BSH'nin yasağı ihlal eden bayinin yıllık performans priminin ilgili döneme ait kısmından kesintiler yapacağına, aynı bayi tarafından dördüncü kez ihlalin gerçekleştirildiğinin tespit edilmesi halinde herhangi bir ihtar verilmeksizin bayinin yetkili satıcılık sözleşmesinin tek taraflı feshedileceğine yönelik hükümler içerdiği,

- Yetkili bayiler için çevrim içi satış yapmak üzere internet sitesi açılması ve yönetilmesinin çeşitli zorluklar barındırdığı, kıyasen e-ticaret platformları üzerinden satış yapmanın daha kolay olduğu, bayilerin kendi internet sitelerini açsalar dahi buradan satışların kısıtlı olacağı, kendi internet sitesinden satış yapan yetkili bayi sayısının oldukça az olduğu, bunların da küçük bir kısmının internet reklamcılığı ve fiyat karşılaştırma sitelerinde bulunmak gibi pazarlama faaliyetlerinde bulunduğu, marka bilinirliği ve güvenilirliği yüksek e-ticaret platformlarını çok daha fazla kullanıcının ziyaret ettiği,
- BSH'nin stokların arttığı durumlarda tüm ürünlerin veya dönemsel olarak da çok satan ürünlerin dışındaki ürünlerin internet satışlarına müsaade ettiği, ancak bu durumda da tavsiye edilen satış fiyatının altında satış yapan yetkili bayilerini şifahi olarak uyararak bayilerin fiyat rekabetine girmesini ve dolaylı olarak markalar arası fiyat rekabetini engellediği,
- E-ticaret platformları üzerinden satış yapılmasının yasaklandığı durumda bayilerin ellerindeki ürünleri internet üzerinden satışa sunmalarının tek yolunun toptancı niteliğindeki firmalara ürünleri satmaları olduğu, ancak dağıtıcıların nihai kullanıcılara yapılmayan satışlar üzerinden bayilere prim ya da hak ediş ödemesi yapmadığı, bu durumun bayilerin kendi aralarında veya toptancı (spot alıcı/spot piyasa) olarak tanımlanan firmalara satış yapma motivasyonunu düşürdüğü

hususları ifade edilerek 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun (4054 sayılı Kanun) kapsamında gereğinin yapılması talep edilmiştir.

- (3) **G. DOSYA EVRELERİ:** Yukarıda özetlenen başvurular Rekabet Kurulunun (Kurul) 25.03.2021 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 21-17/204-M sayı ile söz konusu iddialara yönelik olarak önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. Başkanlık Makamının 29.07.2021 tarih ve 29460 sayılı olurları uyarınca başlatılan önaraştırma sürecinde, 03.08.2021 tarihinde BSH'de, Kutup Pazarlama ve Tic. AŞ'de (KUTUP), BSH Ankara Bölge Müdürlüğünde; 04.08.2021 tarihinde Media Markt Turkey Ltd. Şti.'de (MEDIAMARKT) (Samsun), Murat Bülbül Elk. Day. Tük. Mal. Ltd. Şti.'de, Özçelik Kardeşler Day. Tük. Mall. Ltd. Şti.'de, BSH Batı Anadolu Bölge Müdürlüğünde, Gizerler Day. Tük. Mam. San. ve Tic. A.Ş.'de, Seren Day. Tük. Mam. Tic. ve Paz. Ltd. Şti. (SEREN) (Adana)'da, Armet Mob. Tur. Oto. Gıda İnş. Taah. Paz. Tic. Ltd. Şti.'de, SEREN (Ankara)'da; 05.08.2021 tarihinde Gürbüz Tic. Day. Tük. Mall. ve Klima San. Ltd. Şti.'de, Sandıkçı Mob. Tic. ve San. Ltd. Şti.'de, Erpa Elektrikli Ev Aletleri İnş. Mob. San. ve Tic. Ltd. Şti.'de yerinde incelemeler gerçekleştirilmiştir. Önaraştırma süreci sonunda hazırlanan raporun görüşülmesi sonucunda, Kurulun 09.09.2021 tarih ve 21-42/617-M sayılı kararı ile yetkili satıcılarının internet aracılığıyla satış yapmasını engellemek ve/veya satış fiyatlarına müdahale etmek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edip etmediğinin tespitine yönelik olarak BSH hakkında aynı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına karar verilmiştir.
- (4) Yürütülen soruşturma kapsamında, 16.11.2021 tarihinde ALC Dayanıklı Tük. Mall. San. Tic. Ltd. Şti.'nde (ALC), Galeri Nevzat (Nevzat Toptan)'da, Aygül Dayanıklı Tük. Mall. Mot. Tur. Tic. Ltd. Şti.'de, Faysallar Dayanıklı Tük. Mall. Ev Gereç. San. Tic. Ltd.

Şti.'de, Evshop Alışveriş Merk. Tic. Ltd. Şti.'de, Tam İstanbul Halı Ev Tekst. Mob. Aks. San. Ltd. Şti.'de, Yuvakur Dayanıklı Tük. Mall. Tic. Ltd. Şti.'de, Ali Çırpıcı Day. Tük. Mal. San. ve Tic. Ltd. Şti.'de, Doğanlar Dayanıklı Tük. Mall. Mob. Tur. Nak. San. ve Tic. Ltd. Şti.'de, Derya Pekçetin'de, Tamay Dayanıklı Tük. Mall. San. ve Tic. Ltd. Şti.'de, Asil Beyaz Eşya San. ve Tic. Ltd. Şti.'de, Zend Dayanıklı Tük. Mall. İnş. Gıd. Tem. San. ve Tic. Ltd. Şti.'de, Şenpazar Tic. Alış. Merk. Ltd. Şti.'de, Turgut Kardeşler Ev İht. Paz. İnş. ve Tekst. San. Tic. Ltd. Şti.'de, İlkeli Day. Tük. Mall. San. ve Tic. Ltd. Şti.'de, Bayhaner Day. Tük. Mall. Tic. Ltd. Şti.'de, Zirve Day. Tük. Mall. ve Gıda Paz. Tic. Ltd. Şti.'de, Abdullah Aydın Halı ve Ev Aletleri Ltd. Şti.'de, Asya Halı San. ve Tic. A.Ş.'de (ASYA), Teknofish Elekt. Hizm. San. ve Tic. A.Ş.'de (TEKNOFISH), Soylu Day. Tük. Mall. San. ve Tic. Ltd. Şti.'de, Memicioğlu Day. Tük. Mall. Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti.'de, Güven Kardeşler Kuyumculuk Elekt. Bey. Eşy. Day. Tük. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.'de, Aslanbey Tek. Yap. Day. Tük. Mam. Mob. Tekst. İnş. Malz. Oto. Nak. Pet. Ürn. Tic. Ltd. Şti.'de, Biev Day. Tük. Mall. Ürn. Mob. Tekst. Kon. Elekt. ve Tic. Ltd. Şti.'de, Eldem Day. Tük. Mall. Tic. ve San. A.Ş.'de, Güreller Day. Tük. Mall. Paz. ve Tic. Ltd. Şti.'de, Doğan Ticaret-Ceyda ZEYREK'te ve BESSE Day. Tük. Mall. San. ve Tic. Ltd. Şti.'de yerinde incelemeler gerçekleştirilmiştir.

- (5) BSH'ye ait ilk yazılı savunma 27.10.2021 tarih ve 22460 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. Soruşturma süreci devam ederken teşebbüs tarafından sunulan ve Kurum kayıtlarına 27.12.2021 tarih ve 24069 sayı ile intikal eden yazı ile taahhüt sunma başvurusunda bulunulmuştur. Kurulun 06.01.2021 tarih ve 22-01/8-M sayılı kararı ile BSH'nin taahhüt sunma talebinin kabul edilmesine ve taahhüt görüşmelerine başlanmasına karar verilmiştir. Kurulun 10.02.2022 tarih ve 22-08/112-M sayılı kararı ile soruşturma süresinin altı ay uzatılmasına karar verilmiştir. Taahhüt süreci kapsamında BSH tarafından sunulan ilk taahhüt metni 28.06.2022 tarih ve 29307 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiş, Kurulun 25.07.2022 tarih ve 22-33/524-M sayılı kararı ile, BSH tarafından sunulan taahhüdün reddedilmesine ve 01.08.2022 tarihine kadar bir kereye mahsus olmak üzere kabul edilmeyen taahhütlerde değişiklik yapılarak revize taahhüt metni sunulabileceğine karar verilmiştir. BSH tarafından sunulan revize taahhüt metni 02.08.2022 tarih ve 29975 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. Kurulun 08.09.2022 tarih ve 22-41/579-239 sayılı kararı ile, BSH tarafından sunulan revize taahhütlerin bağlayıcı hale getirilerek taahhütlere konu davranışlar bakımından soruşturmanın sonlandırılmasına karar verilmiştir. Yeniden satış fiyatının tespiti ile bölge ve müşteri paylaşımına yönelik davranışlara ilişkin iddiaların ise, soruşturma kapsamında incelenmesine devam edilmiştir.
- (6) Hazırlanan 09.09.2022 tarih ve 2021-4-050/SR-01 sayılı Soruşturma Raporu BSH tarafından 22.09.2022 tarihinde tebellüğ edilmiştir. BSH'nin ikinci yazılı savunması 21.10.2022 tarihinde 32359 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. 4054 sayılı Kanun'un 45. maddesi gereğince, ikinci yazılı savunmaya karşı hazırlanan 31.10.2022 tarih ve 2021-4-050/EG-01 sayılı Ek Görüş yazısı BSH tarafından 04.11.2022 tarihinde tebellüğ edilmiştir. Tarafın üçüncü yazılı savunması 24.11.2022 tarih ve 33239 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (7) Yürütülen soruşturma ile ilgili olarak düzenlenen Soruşturma Raporu'na, Ek Görüş'e, toplanan delillere, yazılı savunmalara ve incelenen dosya kapsamına göre 15.12.2022 tarih ve 22-55/864-358 sayı ile işbu nihai karar tesis edilmiştir.
- (8) **H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili Soruşturma Raporu ve Ek Görüş sonucunda, BSH'nin yetkili satıcılarının yeniden satış fiyatını tespit etmek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiğini kanıtlayacak nitelikte her türlü şüpheden uzak bir delil elde

edilemediği, BSH'nin yetkili satıcılarına müşteri ve bölge kısıtlaması getirmek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal etmediği, bu kapsamda BSH'ye 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesi uyarınca idari para cezası verilmesine yer olmadığı sonuç ve kanaatine ulaşıldığı ifade edilmiştir.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. Hakkında Soruşturma Yürütülen Teşebbüs: BSH

- (9) BSH, küçük ve büyük ev aletlerinin üretimi, ithalatı, ihracatı, yurt içinde dağıtımını ve pazarlanması ile satış sonrası servis hizmetlerinin verilmesi alanlarında faaliyet göstermektedir. BSH, Türkiye'de hâlihazırda Bosch ve Siemens markalarının yanı sıra, yerel markası Profilo ve özel markası Gaggenau ile faaliyet göstermekte olup bu markaların ürün portföyü; buzdolabı, çamaşır makinesi, bulaşık makinesi, fırın gibi büyük ev aletleri ve beyaz eşya ile elektrikli süpürge, ütü, mutfak robotu gibi küçük ev aletlerinden oluşmaktadır. BSH, Türkiye'de Bosch, Siemens ve Profilo markalı ürünlerinin dağıtımını esas olarak bayilik sistemiyle, ek olarak ise internet ve elektromarketler aracılığıyla, Gaggenau markalı ürünlerinin dağıtımını ise acentelik sistemiyle gerçekleştirmektedir. BSH hisselerinin %99,978'i, BSH Hausgeräte GmbH'in elinde bulunmaktadır.

I.2. Sektöre İlişkin Bilgiler

- (10) Soruşturma kapsamında, dayanıklı tüketim mallarının üretimi ve satışı alanlarında faaliyet gösteren BSH'nin bayilerine bölge/müşteri kısıtlaması getirmek ve/veya yeniden satış fiyatının tespitinde bulunmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlal edilip edilmediği incelenmiştir. Dayanıklı tüketim malları, genel olarak kullanım süresi bir yıldan uzun olan çeşitli ürünleri içermekte ve genelde beyaz eşya, küçük ev aletleri ve tüketici elektroniği şeklinde üçlü bir ayrıma tabi tutulmaktadır. Bu kapsamda beyaz eşyalar; buzdolabı, çamaşır makinesi, bulaşık makinesi, fırın, ocak, süpürge gibi temel ürünlerden, küçük ev aletleri; tost makinesi, robot, meyve presi, blender, mikser, derin dondurucu, klima, şofben, termosifon, su arıtma gibi ürünlerden, tüketici elektroniği de genellikle eğlence için kullanılan televizyon, DVD oynatıcılar, telefon, bilgisayar gibi ürünlerden oluşmaktadır. Bahse konu ürün gruplarına ilişkin genel bilgilere aşağıda yer verilmiştir.

Beyaz Eşya

- (11) Buzdolabı, çamaşır makinesi, bulaşık makinesi, fırın, ocak, süpürge gibi ürünler beyaz eşya olarak adlandırılmaktadır. Türkiye'de beyaz eşya sektöründe Türk firmaların yanı sıra pek çok yabancı firma da faaliyet göstermekte olup sektörde faaliyet gösteren Arçelik Pazarlama AŞ, BSH, Candy Hoover Euroasia Ev Gereçleri Sanayi ve Ticaret AŞ, Electrolux Dayanıklı Tüketim Mamulleri Sanayi ve Ticaret AŞ, Silverline Endüstri ve Ticaret AŞ ve Vestel Ticaret AŞ (VESTEL) gibi teşebbüsler Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği'ne (TÜRKESD) üyedir.¹
- (12) Teknolojideki ve tüketici alışkanlıklarındaki değişime bağlı olarak sektördeki pazarlama yöntemleri değişmektedir. TÜRKESD'in Beyaz Eşya Sektörü Raporu'nda² küresel anlamda odaklanılan konular arasında "Çok Kanallı Perakende" alanının da bulunduğu ifade edilmektedir. Buna göre çok kanallı pazarlama (*omnichannel*), günümüz alışkanlıklarına hitap eden bir satış şekli olarak ortaya çıkmaktadır. Bu pazarlama

¹ <http://www.turkbesd.org/turkbesd.php>, Erişim Tarihi: 03.08.2022.

² <http://www.turkbesd.org/userfiles/files/T%C3%9CRKBESD%20Beyaz%20E%C5%9Fya%20Sekt%C3%B6r%20Raporu%20.pdf>, Erişim Tarihi: 08.09.2022.

yöntemi sayesinde tüketiciler anlık ihtiyaçlarını çevrim içi kanallardan karşılarken ürünleri fiziken kontrol ederek satın almak isteyen tüketiciler için de alternatifler sunulmaktadır. Beyaz eşya ürünleri için sanal gerçeklik alışveriş deneyiminin kullanım alanı bulmasıyla birlikte sanal ve fiziksel alışveriş arasında kurulan köprü gittikçe belirginleşmeye başlamıştır. Yukarıda anılan TÜRKBESED'in raporunda da, bu bakış açısıyla beyaz eşya sektörünün değişen tüketici alışkanlıklarına uyum sağlayacak şekilde evirileceğinin öngörüldüğü ifade edilmiştir.

Küçük Ev Aletleri

- (13) Günlük yaşamı kolaylaştırmak üzere kullanılan küçük ev aletleri, evlerde kullanıma uygun ürünler olup sanayi, laboratuvar veya iş yerlerinde kullanılan daha gelişmiş ürünler bu kapsamda değerlendirilmemektedir. Tost makinesi, ekmek kızartma makinesi, ütü, ısıtıcı, yiyecek hazırlama aletleri, süpürge, blender, mikser, mutfak robotu gibi mutfak ve ev gereçleri ile saç şekillendirici gibi kişisel bakım ürünleri küçük ev aletleri pazarında sayılmaktadır.
- (14) Küçük ev aletleri sektöründe de sektör oyuncularını temsilen Küçük Ev Aletleri Sanayici ve İhracatçıları Derneği (KESİD) faaliyet göstermektedir. Söz konusu derneğin; ARÇELİK, Digicom Elektronik Pazarlama AŞ, Arzum Elektrikli Ev Aletleri San. ve Tic. AŞ, Aksu Mobilya Tekstil İnşaat Elektronik ve Ev Gereçleri San. ve Tic. Ltd. Şti., Eksen Makine Sanayi ve Ticaret AŞ, Arnica Pazarlama AŞ, Güneş Plastik Kalıp San. ve Tic. AŞ, Kumtel Day. Tük. Mal. Plas. San. Tic. AŞ, Korkmaz Mutfak Eşyaları San. ve Tic. AŞ, Royal Ev Aletleri Üretim Dış Tic. Ltd. Şti., Saruhan Makine ve Elektrikli Ev Eşyaları San. Tic. AŞ, TECHNOcast Otomotiv San. ve Tic. AŞ, Erna Maş Makina Tic. ve San. AŞ, Fanset Elektrikli Ev Aletleri San. ve Tic. AŞ olmak üzere on dört üyesi bulunmaktadır. Küçük ev aletleri sektöründe, söz konusu derneğe üye olmayan BSH, SAMSUNG, Türk Philips Tic. AŞ, Fakir Elektrikli Ev Aletleri Dış Tic. AŞ, Groupe SEB İstanbul Ev Aletleri Tic. A.Ş., VESTEL, Miele Elektrikli Ev Aletleri Dış Tic. ve Paz. Ltd. Şti., Deima Elektromekanik Ürünler İnşaat Spor Malzemeleri İmalat San. ve Tic. AŞ gibi birçok teşebbüsün çeşitli markalarla Türkiye'de faaliyet gösterdiği de bilinmektedir. E-ticarete olan talebin artması ile birlikte, küçük ev aletlerinin de modern kanal ve çevrimiçi kanal gibi kanallar aracılığıyla satışı giderek artmaktadır.

Tüketici Elektronik

- (15) Tüketici elektronik sektörü dört alt başlık altında toplanmakta olup bunlar; ev içi elektronik, taşınabilir elektronik cihazlar, bilgisayar ve araç içi elektronik olarak sayılmaktadır. Tüketici elektronik sektörü; televizyon, müzik sistemleri, bilgisayar, cep telefonu, tablet gibi ürünleri kapsamaktadır. Tüketici elektronik ürünlerinin teknolojik olarak "klasik" olarak değerlendirilebilecek beyaz eşya ve küçük ev aletlerinden farklılaştığı nokta, barındırdıkları teknolojinin çok daha ileri seviyede olması ve donanımları, kullandıkları işletim sistemleri sayesinde birçok uygulama ve özelliği aynı anda kullanma imkânını tüketiciye sunmalarıdır. Dolayısıyla söz konusu ürünler, tüketicilerin gözünde beyaz eşya ve küçük ev aletlerinden ayrı bir başlık altında kategorize edilmektedir.

Dayanıklı Tüketim Mallarının Dağıtım Kanalları

- (16) Günümüzde tüketicilerin alışveriş alışkanlıklarının hızla değiştiği, daha büyük alanlı ve daha fazla ürün çeşitliliğinin bulunduğu organize perakende kanalının tüm dünyada yaygınlaştığı görülmektedir. Buna paralel olarak, tüketici elektronik ürünlerinin satış ve dağıtım altyapısı da değişmiş, geleneksel satış noktalarına kıyasla alıcı gücü

yüksek olan ve maliyet avantajı nedeniyle ürünleri daha uygun fiyatlarla sunabilen elektromarketler gelişmiştir. Değişik markalara ait çeşitli ürünlerin birlikte sergilenmesi, tüketicilerin klasik bayilere nazaran elektromarketlerden alışveriş yapmalarını sağlayan bir diğer unsur olarak ortaya çıkmaktadır.

- (17) Genel olarak dayanıklı tüketim malları sektöründe yer alan alt sektörler bazında birbirinden farklı dağıtım kanallarından bahsetmek mümkün olmakla birlikte, distribütör veya münhasır mağazaların bulunduğu dağıtım kanalı, geleneksel nitelikte mağaza ve yerel bayilerin bulunduğu kanal, e-ticaret platformlarının/pazaryerlerinin bulunduğu kanal, elektromarket kanalı ile zincir marketlerin bulunduğu hipermarket kanalı ve esas faaliyet alanı dayanıklı tüketim malları dışındaki ev eşyalarını satmak olan halıcı kanalı olmak üzere altı farklı kanaldan bahsedilebilmektedir.
- (18) Öte yandan beyaz eşya, küçük ev aletleri ve tüketici elektroniği sektörlerinde faaliyet gösteren teşebbüsler çeşitli gerekçelerle ürünlerinin dağıtımını seçici dağıtım sistemi kapsamında gerçekleştirmeyi tercih edebilmektedir. BSH de, bünyesinde bulunan Bosch, Siemens ve Profilo markası altında ürettiği veya tedarik ettiği ürünlerin perakende satışını, seçici dağıtım ağıyla gerçekleştirmektedir. BSH, yetkili satıcılar ile her marka için ayrı tertip edilmiş tip sözleşmeler imzalamaktadır. Yapılan sözleşmelerde yeniden satıcı, belirlenen ürün pazarlama, satış ve satış sonrası kalite koşullarını sağlamakla yükümlü kılınmıştır. Tip sözleşmelerde ayrıca, yetkili satıcıların, BSH ürünlerinin satışını perakende seviyede nihai tüketicilere gerçekleştireceği ve yetkili olmayan satıcılara satış yapmayacağı hüküm altına alınmıştır. BSH'nin dağıtım sistemini oluşturan Bosch ve Siemens markalarının yetkili satıcılarının, münhasır bayi olarak çalıştığı, diğer bir ifadeyle tek markaya ait ürünlerin satışını yapabildikleri görülmektedir. Profilo yetkili satıcılık sistemi ise, Bosch ve Siemens'ten farklılaşmaktadır. Profilo yetkili satıcılık sözleşmesi, içerikleri birbirleriyle özdeş olmakla birlikte, "Profilo Bayi Yetkili Satıcılık Sözleşmesi", "Profilo Zincir Mağaza Yetkili Satıcılık Sözleşmesi" ve "Profilo Çeyizci Mağaza Yetkili Satıcılık Sözleşmesi" olarak çeşitlenmektedir. Profilo yetkili satıcılarının tümü (hangi tip sözleşmeye tabi olursa olsun) mağazalarında Profilo markalı ürünlerin haricindeki ürünlerin satışını da gerçekleştirebilmektedir.
- (19) Yukarıdaki bilgiler ışığında, beyaz eşya, küçük ev aletleri ve tüketici elektroniği sektörlerinde farklı oyuncuların rol aldığı ve ürünlerin çeşitli satış kanalları aracılığıyla pazarlanabildiği söylenebilecektir. Beyaz eşya üretimi yapan teşebbüs sayısı küçük ev aletleri ve tüketici elektroniği sektörlerinde faaliyet gösteren teşebbüslere kıyasla daha az olmakla birlikte anılan sektörlerin tümünde çok sayıda teşebbüsün faaliyet gösterdiği görülmektedir. Özellikle beyaz eşya üretimi kapsamında sağlayıcılar, farklı gelir grubundaki tüketicilere yönelik üretimlerini farklı markalar altında gerçekleştirmektedir. Bu durum, her bir markanın hitap ettiği müşteri grubuna özel olarak farklı tür satış ve pazarlama yöntemleri kullanılabilmesi bakımından sağlayıcılara esneklik sağlamaktadır.

I.3. İlgili Pazar

I.3.1. İlgili Ürün Pazarı

- (20) İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz'da (Kılavuz) ürün veya hizmetin tüketici gözünden, ürünün veya hizmetin özelliği, fiyatı ve kullanım amacı dikkate alınarak pazar tanımlanmasına gidileceği ifade edilmektedir. Ayrıca Kılavuz'da sadece ürün/hizmet odaklı bir bakış sergilenmemekte, bunların yanı sıra tanımlanacak ilgili ürün pazarını etkileyen veya etkileyebilecek diğer unsurların da değerlendirmeye dâhil

edilebileceği ifade edilmektedir. İlgili ürün pazarı, tüketici gözünde fiyatı, kullanım amaçları ve nitelikleri bakımından benzer olan ürünlerden oluşmaktadır.

- (21) BSH tarafından üretimi ve dağıtımı gerçekleştirilen ürün portföyü içerisinde; bulaşık makinesi, buzdolabı, çamaşır makinesi, derin dondurucu, klima, ütü, gibi elektronik ürünler bulunmaktadır. Sayılan ürünler nitelikleri bakımından birbirinden önemli ölçüde ayırmakta, her biri tüketicilerin farklı ihtiyaçları gözetilerek üretilmektedir. Bu bakımdan, her bir ürün özelinde pazar tanımına gidilmesi ve “televizyon”, “buzdolabı”, “çay makinesi” vb. şeklinde ayrı ilgili ürün pazarları tanımlanması mümkündür.
- (22) 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. Bu çerçevede dosya konusu iddialara ilişkin yapılacak değerlendirmelere etki etmeyeceğinden ilgili ürün pazarı tanımı yapılmasına gerek görülmemiştir.

I.3.2. İlgili Coğrafi Pazar

- (23) İlgili coğrafi pazar belirlenirken, ilgili mal ve hizmetlerin özellikleri ile tüketici tercihleri bakımından giriş engellerinin, ilgili bölge ile komşu bölgeler arasında 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 tanımlanmıştır.

I.4. Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Bulgular

I.4.1. Yeniden Satış Fiyatının Belirlenmesine İlişkin Bulgular

Bulgu-1:

- (24) Eskişehir BSH bayisi ASYA’dan alınan ve 10.04.2020 tarihinde Bosch Kuzey Anadolu Bölge Müdürlüğü Satış Yöneticisi (.....) tarafından ASYA Mağaza Sorumlusu (.....)’a gönderilen “Nisan Ayı Online Satış Kampanyası Hk.” konulu e-postada yer alan ifadeler aşağıdaki gibidir:

10.04.2020(.....)> (.....)

“Değerli İş Ortağımız;

Tüm dünya olarak olarak zor günlerden geçtiğimiz bu dönemde, son günlerde müşteri ziyaretlerinin arttığı online satış sitemizde yapacağımız özel uygulamalarla perakende satışlarımıza destek olmaya Nisan ayında da devam ediyoruz.

Tüketicilerimiz aşağıda belirtmiş olduğumuz ürünlerde sadece online satışa özel indirim hak edeceklerdir. Yani mağazaya gelen müşterilerimize bu fiyattan ürün satışı yapılmamalıdır.

Kampanyaya dahil olan ürünlerimiz, tavsiye edilen kampanyalı perakende fiyatlar ve lokal depo hizmet bedelleri ekteki tabloda yer almaktadır. İndirim oranlarına özel lokal depo hizmet bedeli faturaları siz bayilerimizden daha sonra alınacaktır.

Sizlerin de bildiği gibi online satış talebi oluştuğunda lokasyona göre yetkili satış noktalarımızdaki stoklar vasıtasıyla ürün satışı gerçekleşmektedir. Bu nedenle gelecek talepleri hızlı bir şekilde değerlendirip (kabul yada reddedip), kabul etmiş olduğunuz teslimata uygun (ambalajı hasarsız vs.) hızlıca gönderim sağlamanız önemlidir.

Bol satışlar dileriz.

Saygılarımla,

(.....)”

Bulgu-2:

- (25) BSH bölge distribütörü SEREN'den alınan ve dört katılımcının olduğu "Teknofish satılma" isimli Whatsapp grubunda SEREN Satış Sorumlusu (.....) ve TEKNOFISH yetkilisi olan (.....) arasında 08.02.2021 ile 11.02.2021 tarihleri arasında yapılan yazışmalarda yer alan ifadeler aşağıdaki gibidir:

08.02.2021

"(.....): Merhabalar,

[İletilmiş Mesaj] Teknofish ailesi olarak 2021 yılının zor bir dönem olduğunun farkındayız. Bu dönem de herkes gibi bizler de süreci en az hasarla geçirme, personellerimizin zorda kalmamasını sağlamaya çalışma ve ödemelerimizi zamanında yapma çabası içerisindeyiz. Bosch bayiliğimiz boyunca elimizden geldiğince sahada kurallarınıza göre oynamaya gayret gösterdik ve aynı hassasiyeti diğer Bosch satışı yapan firmalardan da bekledik. Ancak son gelen noktada maalesef aldığınız kararlar bizleri ciddi anlamda hayal kırıklığına uğratmıştır. İnternette kendi web sitemizde satışını yaptığımız ürün fiyatlarını Bosch perakende fiyatına yükseltmemizi talep ettiniz. En hızlı şekilde aksiyon alıp bu talebinizi yerine getirdik. Ancak Diğer Bosch ürün satış yapan bazı firmaların (Media Markt) aynı hassasiyetle hareket etmediklerini fark ettik bu durumu Aralık ayından beri sizlere belirtmemize rağmen hiçbir aksiyon alamamakla beraber hala bizim fiyatlarımızla ilgili müdahaleniz devam etti. İki adet Avm mağazası olan bizlerin çalışma şartlarını elbette sizler de biliyorsunuz. Pandemi nedeni ile hafta sonları kapalı hafta içi akşam 10:00/20:00 arası çalışan mağazalarımızın ciroları aşağıda gördüğünüz gibi, bırakın sizlerin ödemesini, kirasını ve personel giderini karşılayacak bir satış yapamadığımız alenen ortada, doğal olarak bizler de Web sitemiz olan Teknofish.com da daha aktif olmaya çalışıyoruz. Ancak her defasından internette olan satış fiyatlarımıza müdahale edip diğer firmalara engel olmayışınız (Media Markt) bizler de başka stratejiler yaptığınız fikri uyanırdı. Sadede gelecek olursak;

Mağazalar Ara.19Oca.20 01-08 Şubat 2020 Ara.20Oca.21 01-08 Şubat 2021

Optimum Bosch ₺ (.....)

(.....)₺ (.....)₺

(.....)₺ (.....)₺

-

Esas Bosch ₺ (.....)₺

(.....)₺ (.....)₺

(.....)₺ (.....)₺

(.....)

Toplam ₺ (.....) ₺ (.....)

₺ (.....) ₺ (.....) ₺

(.....) ₺ (.....)

Biz bu koşullarda sizlere taahhüt ettiğimiz TL alım miktarını ve adeti maalesef yerine getiremeyeceğiz. Bizlere satılması planlanan miktarı internet satışına ve fiyatlarına müdahale edilemeyen o firmalara aktarabilirsiniz

Anlayışınız için teşekkür eder,

İyi Çalışmalar dileriz."

11.02.2021

(.....): (.....) Bey Merhabalar,

Dün Bosch tarafından gönderilen Pazar yeri satışı ile ilgili yapılan yasaklama tarafımıza ulaştı, buna istinaden geçen yıl (2020) internette, ve iki mağazamızda yaptığımız satış rakamlarını tarafınıza sunarız

Satış Kanalları 2020 Yılı Satış TL

202 Yılı Satış Adet

İnternet ₺ (.....)

Optimum Mağaza ₺

(.....)

Esas Mağaza № (.....)

(.....)

2021 yılı içerisinde hem mağazaların belli saatlerde çalışması, hem internet satışına getirilen yasak hem de fiyatlara müdahale edilmesi sebebi ile bizler yılın başında taahhüt ettiğimiz (.....) TL'lik ürün alımını gerçekleştiremeyeceğimizi tarafınıza bildirmek isteriz.

Buna göre 2.Çeyrek başlamadan alım rakamlarımızda revizeye gitmenizi önemle rica ederiz. Teşekkür eder,

Uygun mudur?

göndericem

(.....) cc li (.....)

(.....): Uygun dur +(.....)ye

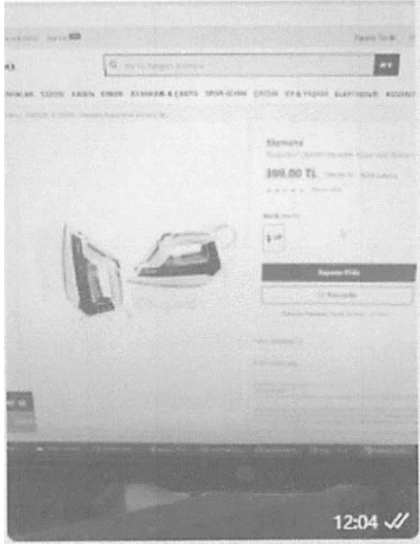
(.....): ok”

Bulgu 3:

- (26) BSH yetkili satıcısı ALC'den alınan, BSH Satış Müdürü (.....) ile ALC yetkilisi (.....) arasında 22.03.2021 tarihinden önce ve bu tarihte yapılan Whatsapp yazışmalarında yer alan ifadeler aşağıdaki gibidir:

22.03.2021 öncesi

“(.....):



(.....): TSI802810 946 TL den yazmışsınız bana

(.....): abi yazmayın bana rica ediyorum

(.....): [Siemens marka ürünün pazaryerindeki görselini içeren mesaj alıntı yapılmıştır.] Bu fiyatlarda düzelecek”

22.03.2021

“(.....): fiyatlara bakıyorum yine yalan olduk sanırım

(.....): Yok ben yanlış biliyor muşum

(.....): Yarın sabah mış”

I.4.2. Bölge ve Müşteri Kısıtlamasına İlişkin Bulgu

Bulgu 4:

- (27) BSH'den alınan, Bosch ve Siemens Bölge Satış Müdürü (.....) ve Profilo Bölge Müdürü (.....) arasında 22.07.2020 ile 20.10.2020 tarihlerinde yapılan Whatsapp yazışmasında yer alan ifadeler aşağıdaki gibidir:

(...)

27.07.2020

(.....): (.....) Elektronik Bolu (.....)

(.....) bu bayiniz Yozgat, Kırıkkale illerini gezip tüm bayilerimizin haricindeki esnafa toptan ürün satmaya başlamış

Cumartesi Pazar tüm bayilerimiz bizleri aradı

Çok sıkıntılı bir durum var

Konuya müdahil olmanızı rica ediyorum

[...]

Nakite bu fiyata (.....) a kadar 1200 deviri bırakıyorlar

[...]

(.....): Tamam (.....) ilgileniyorum

29.07.2020

(.....): (.....) Kayseri'den Senet sepetle ilgili Toptan'ın altında DF satışı yaptığı için yoğun şikayet geliyor.

Bileğilerinize

12.08.2020

(.....): Profilo Ankastre Fırın ve Ocak talebinde bulundu uygun fiyat verebilecek bir bayimize yönlendirirseniz...

21.09.2020

(.....): (.....) merhaba,

Yozgat ili Sorgun ilçesi lokasyonunda bulunan (.....) ünvanlı bayimizin Bolu lokasyonunda bulunan (.....) ünvanlı bayinin çeşitli mağazalara toptan liste fiyatının altında ürünler sattığı alt bayilikler oluşturduğu ve bu durumda kendi perakendesini oldukça olumsuz etkilediği husunda şikayetleri bulunmaktadır konuyu bilgilerinize arz ederim.

Sagılarımla.

(.....) günaydın

Bolu'daki bayiniz ile ilgili sıkıntılarımız var

Bu konu ile ilgili İki bayimiz ile görüştüm

Durum yukarıda anlatılan gibi

Bilginize

(.....): Günaydın

(.....): Konuyla acilen ilgileniyorum

(.....): (.....) teşekkür ederim

Şimdi Yozgat bayilerimize göndermiş

19.10.2020

(.....): CGA 242XOTR (.....) TL

(.....)

20.10.2020

(.....):(.....) müşteriye aramışlar telefon kullanılmamaktadır diyormuş
Numara yanlış olmasın

[...]

(.....): Evet (.....)

(.....)

Doğrusu buymuş

(.....): Tamam

[...]

I.5. Değerlendirme

I.5.1. Yeniden Satış Fiyatının Tespitine Yönelik Değerlendirme

I.5.1.1. Teorik Çerçeve

- (28) 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.
- (29) 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. Bununla birlikte, 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinde sayılan dikey rekabet kısıtlamaları, ağır rekabet sınırlaması niteliğini haiz olduğundan, grup muafiyetinden yararlanamamaktadır.
- (30) 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.
- (31) 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 gibi uygulamalar, 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 belirtilmiştir. 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 kolaylaştırıcaktır. Bu doğrultuda, yeniden satıcının asgari satış fiyatının belirlenmesi veya sabit fiyat oluşumuna sebebiyet verecek fiyat tespitinde bulunması eylemlerinin rekabet ihlali teşkil edeceği anlaşılmaktadır.

- (32) 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 baskı 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 paralellüğünün, bayinin inisiyatifi sonucu mu gerçekleştiğini veya 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.
- (33) 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 ifade edilmiştir. 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.
- (34) Bunun yanı sıra, yeniden satış fiyatının tespiti eylemine 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi kapsamında bireysel muafiyet tanınmasının mümkün olmadığı değerlendirilmektedir. 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.

I.5.1.2. Yerinde İncelemede Elde Edilen Yeniden Satış Fiyatının Tespitine İlişkin Bulguların Değerlendirilmesi

- (35) Yukarıda yer verilen Bulgu 1’de, BSH Kuzey Anadolu Bölge Müdürlüğü Satış Yöneticisi (.....) tarafından BSH bayisi olan ASYA’nın Mağaza Sorumlusuna gönderilen e-postada, belirli ürünler için çevrim içi kanalda indirimle gidildiği ancak fiziksel mağazada yapılan satışlar kapsamında söz konusu indirimlerin uygulanmaması gerektiği belirtilmektedir. BSH (.....) Bölge Müdürlüğü Satış Yöneticisi (.....)’ın “*Tüketicilerimiz aşağıda belirtmiş olduğumuz ürünlerde sadece online satışa özel indirim hak edeceklerdir. Yani mağazaya gelen müşterilerimize bu fiyattan ürün satışı yapılmamalıdır.*” şeklindeki ifadeleri bayinin fiziksel mağazasında söz konusu indirimli fiyattan satış yapmasına engel olduğu ve böylelikle yetkili satıcının yeniden satış fiyatına müdahale edildiği şüphesi oluşturmuştur.
- (36) BSH tarafından yapılan savunmada; Bosch markası satış direktörlüğünün 2020 yılının Nisan ayında BSH’nin kendi çevrim içi satış sitesinden gerçekleştireceği satışlar için kampanya düzenlediği bilgisinin yetkili satıcılarına BİP³ sistemi vasıtasıyla duyurulduğu, BSH’nin kendi çevrim içi satış sitesinden gerçekleşecek kampanyalı satışlara konu ürünlerin BSH tarafından bayilerden tedarik edilmesi durumunda BSH’nin bayilerine ödeyeceği lokal depo hizmet bedellerinin kampanya dolayısıyla özel indirimli hizmet bedeli olacağı bilgisinin de duyuruda yer aldığı, bununla birlikte yazışmanın yapıldığı dönemde anılan bayiye kayyum atanmış olması dolayısıyla anılan bayinin işleyişinde aksamalar olduğu, Bosch direktörlüğü tarafından yapılan duyuru hakkında mağaza sorumlusu (.....) tarafından açıklama istendiği, Bosch markası satış temsilcisi (.....)’ın ise orijinal duyurunun üzerine kendi ifadesi olan “*Yani mağazaya gelen müşterilerimize bu fiyattan ürün satışı yapılmamalıdır.*” cümlesini ekleyerek söz konusu e-postayı gönderdiği, bu ifade ile bayilerin satışlarına ilişkin bir kampanya düzenlenmediği ve bayilerin yapacağı satışlara ilişkin olarak BSH’nin herhangi bir fiyat farkı ödemeyeceğinin kastedildiği ifade edilmiştir. Ayrıca, savunma ekinde gönderilen ve BSH tarafından yapılan resmi duyuruya bakıldığında, Bosch satış direktörlüğünün düzenlediği kampanyanın BSH’nin kendi perakende satışlarına ilişkin olduğunun ve bayilerin çevrim içi veya çevrim dışı satışlarını kapsamadığının açıkça anlaşılabilirliği belirtilmiştir.
- (37) Dikey Kılavuz’un 18. paragrafında açıklandığı üzere, sağlayıcının alıcının uygulayabileceği indirim oranının en üst seviyesini belirlemesi yeniden satış fiyatının dolaylı tespiti olarak kabul edilmektedir. Bu çerçevede, ilgili yazışma BSH tarafından dolaylı olarak yeniden satış fiyatının belirlendiği izlenimi uyandırmıştır. Bununla birlikte, BSH tarafından bayilerine gönderilen kampanya duyurusundaki “*Tüm dünya olarak zor günlerden geçtiğimiz bu dönemde, son günlerde müşteri ziyaretlerinin arttığı online satış sitemizde yapacağımız özel uygulamalarla perakende satışlarımıza destek olmaya Nisan ayında da devam ediyoruz*” ifadelerinden BSH’nin pandemi döneminde artan çevrim içi müşteri ziyaretleri nedeniyle çevrim içi satışlarda belli ürünler için kampanyalar yaparak satışların artırılmasına yönelik destek vermeyi amaçladığı anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, fiziksel kanallarda yapılacak satışlar bakımından söz konusu indirimin yapılamayacağı ve dolayısıyla çevrim içi satışlarda uygulanacak fiyatların fiziksel kanalda uygulanamayacağı belirtilerek bayilerin mağazalarda yapacakları satış fiyatlarına dolaylı olarak müdahale edildiği sonucunun doğabileceği değerlendirilmektedir. Nitekim bu husus, yazışmada geçen “*Yani mağazaya gelen*

³ Bayi İletişim Platformu.

müşterilerimize bu fiyattan ürün satışı yapılmamalıdır.” ifadelerinden de anlaşılmaktadır.

- (38) Bununla birlikte, BSH'nin yeniden satış fiyatı belirlediğine yönelik dosya kapsamında başkaca herhangi bir delil elde edilemediği, söz konusu yazışmanın ise tek başına ihlali ortaya koymaya yeterli olmadığı değerlendirilmiştir. Bu nedenle, Bulgu 1'in BSH'nin söz konusu ihlali gerçekleştirdiğini ispat etmeye elverişli olmadığı ve bu belgeye dayanarak BSH'ye yeniden satış fiyatı tespit ettiğine yönelik ihlal isnadında bulunulamayacağı sonucuna ulaşılmıştır.
- (39) Bulgu 2'de yer alan yazışmada adı geçen SEREN, BSH'nin bölge distribütörü olarak faaliyet göstermekte olup TEKNOFISH ise SEREN'den tedarik ettiği ürünlerin perakende satışını gerçekleştirmektedir. Bulguda, (.....)'in telefonunda “(.....)” olarak kayıtlı olan ve TEKNOFISH yetkilisi olduğu anlaşılan şahsın (.....)'e BSH'ye gönderilmek üzere hazırlandığı anlaşılan taslak bir metin iletildiği görülmektedir. İlgili metinde *“İnternette kendi web sitemizde satışını yaptığımız ürün fiyatlarını Bosch perakende fiyatına yükseltmemizi talep ettiniz En hızlı şekilde aksiyon alıp bu talebinizi yerine getirdik. Ancak Diğer Bosch ürün satış yapan bazı firmaların (Media Markt) aynı hassasiyetle hareket etmediklerini fark ettik bu durumu Aralık ayından beri sizlere belirtmemize rağmen hiçbir aksiyon alamamakla beraber hala bizim fiyatlarımızla ilgili müdahaleniz devam etti (...) Ancak her defasından internette olan satış fiyatlarımıza müdahale edip diğer firmalara engel olmayışınız (Media Markt) bizler de başka stratejiler yaptığınız fikri uyanırdı. (...) Biz bu koşullarda sizlere taahhüt ettirdiğimiz TL alım miktarını ve adeti maalesef yerine getiremeyeceğiz.”* ifadeleri yer almaktadır.
- (40) İlgili yazışmayı takip eden günlerde yapılan 11.02.2021 tarihli yazışmada, TEKNOFISH yetkilisinin BSH'ye gönderilmek üzere hazırlandığı anlaşılan yeni bir taslak yazıyı SEREN yetkilisine iletildiği ve metnin içeriğinin uygun olup olmadığını sorduğu görülmektedir. İlgili taslak metinde *“(...) 2021 yılı içerisinde hem mağazaların belli saatlerde çalışması, hem internet satışına getirilen yasak hem de fiyatlara müdahale edilmesi sebebi ile bizler yılın başında taahhüt ettiğimiz (.....)TL'lik ürün alımını gerçekleştiremeyeceğimizi tarafınıza bildirmek isteriz.”* ifadeleri yer almaktadır.
- (41) Yukarıda yer verilen taslak metinlerde, TEKNOFISH yetkilisinin, BSH'nin uyguladığı hem çevrim içi satış yasakları hem de yeniden satış fiyatlarına yapılan müdahaleler nedeniyle alım hedeflerini karşılayamadığını BSH'ye e-posta aracılığıyla iletmek istediği anlaşılmaktadır. Söz konusu ifadeler, BSH yetkilileri tarafından TEKNOFISH'in internet üzerinden satışını yaptığı ürünlerin fiyatlarının, perakende satış fiyatlarına yükseltilmeye çalışıldığına ve bu eylemin birkaç kez tekrarlandığına işaret etmektedir. Ayrıca ilgili taslakta MEDIAMARKT gibi daha büyük yetkili satıcıların fiyatlarına müdahale edilmediği, ancak TEKNOFISH'in internet satış fiyatlarına müdahale edildiği belirtilmekte ve bu kapsamda ilgili bayının yaşadığı rahatsızlık dile getirilmektedir.
- (42) BSH'nin Bulgu 2'ye ilişkin savunmasında, söz konusu yazışmanın BSH'ye gönderilmek üzere hazırlanan bir mesaja ilişkin gerçekleştirilen iç yazışma olduğu ve ilgili mesajın hiçbir zaman BSH'ye gönderilmediği ifade edilmiştir. Bununla birlikte mesajın SEREN'in içinde bulunduğu finansal sıkıntıya açıkça atıfta bulunduğu ve bu durumun nedenlerini ve açıklamalarını sunduğu, nitekim mesajın yazıldığı dönemde hemen hemen tüm sektör gibi SEREN'in de zor zamanlar geçirdiği ve yazışmayı gerçekleştiren çalışanların prim eşliğini aşamayacakları için tedirgin olduğunun anlaşıldığı, bu mesajla prim eşiklerinin revize edilmesinden başka hiçbir şeyin amaçlanmadığının görüldüğü belirtilmiştir. İlâveten BSH, ilgili bulguda yer alan yeniden satış fiyatına müdahaleye atıfta bulunulmasının nedeninin BSH'nin prim eşiklerinin

revize edilmesini reddetmesi ve prim gelirlerinin ve hatta BSH ile olan sözleşme ilişkilerini kaybetmesi ve nihayetinde konunun mahkemeye taşınması durumunda bir kanıt dizisi oluşturma gayreti olduğunu ifade etmiştir. Nitekim BSH tarafından, ilgili mesajın dağıtım sözleşmesinin haksız olarak feshedilmesi nedeniyle zararların tazmin edilmesi için açılacak bir davada kaldıraç olarak kullanılmak üzere hazırlandığı, ancak BSH'nin ve BSH çalışanlarının SEREN'in yeniden satış fiyatlarına müdahale ettiğinin doğru olmadığı, bununla birlikte BSH'nin Türkiye'nin her yerine yayılmış (.....) yakın bayisinin bulunduğu ve bu kadar çok bayiye empoze etmek için sabit bir yeniden satış fiyatı belirlemesinin pratik olarak imkansız olduğu, bir bayinin çalışanları tarafından kaleme alınan ve hiçbir şekilde gönderilmeyen tek bir metin olmasının dahi, yeniden satış fiyatlarına müdahale gibi bir şirket politikası veya uygulamasının olmadığını kanıtlar nitelikte olduğu belirtilmiştir.

- (43) Dosya kapsamında yapılan incelemelerde, Bulgu 2 içeriğinde yer alan metinlerin TEKNOFISH tarafından BSH'ye gönderilmiş olduğuna dair herhangi bir delil elde edilememiştir. Dolayısıyla söz konusu metinlerin taslak olarak kaldığı anlaşılmaktadır. Diğer yandan, BSH'nin TEKNOFISH'in internet satışlarında uyguladığı satış fiyatlarına müdahale ettiği ve böylelikle yeniden satış fiyatını tespit ettiği şeklindeki iddialara yönelik olarak dosya kapsamında bu iddiaları destekler nitelikte başkaca delil elde edilemediği, dolayısıyla söz konusu iddiaların ilgili bayinin tek taraflı beyanlarından ibaret olduğu görülmektedir. Bu nedenle anılan belgenin BSH'nin TEKNOFISH'in yeniden satış fiyatlarına müdahale ettiğini her türlü şüpheden uzak bir şekilde ortaya koymaya elverişli olmadığı ve bu bakımdan gerekli ispat standardını sağlamadığı anlaşılmıştır. Bu nedenle ilgili belgeye dayanarak BSH hakkında ihlal isnadında bulunulamayacağı değerlendirilmiştir.
- (44) Bulgu 3'te yer verilen belgede; BSH yetkilisi (.....) ile BSH bayisi olarak faaliyet gösteren ALC yetkilisi (.....) arasında geçen yazışmalarda, ALC yetkilisi tarafından Siemens markalı TSI802810 kodlu ürünün çevrim içi pazaryerindeki satış fiyatına ilişkin görselin BSH yetkilisine iletildiği görülmektedir. İlgili görselden söz konusu ürünün çevrim içi pazaryerinde farklı bir satıcı tarafından 399 TL'ye satılmakta olduğu anlaşılmakta olup bu görsele istinaden ALC yetkilisinin " (...) 946 TL'den yazmışsınız bana, abi yazmayın bana rica ediyorum" ifadeleriyle tepki verdiği görülmektedir. Bunun üzerine BSH yetkilisinin "bu fiyatlar da düzelecek" şeklinde yanıt verdiği görülmektedir.
- (45) BSH'nin Bulgu 3'e ilişkin savunmasında; 22.03.2021 tarihli Whatsapp yazışmasının, Siemens markası satış kanalında o dönemde alan yöneticisi olarak çalışan (.....) ile Siemens bayisi sahibi (.....) arasında gerçekleştiği, (.....)'ın 13.01.2022 tarihi itibarıyla BSH bünyesindeki görevinden ayrıldığı, bu nedenle, söz konusu iletişimin gerçekleştiği bağlamın ve ifadelerin özel anlamlarının kesin bir şekilde tespit edilmesinin BSH açısından mümkün olmadığı, (.....)'nın Siemens markalı TSI802810 kodlu ütü ürününün kendisine BSH tarafından 946 TL'ye toptan fiyattan satıldığını ifade ederek, aynı ürünün pazaryerinde başka bir satıcı tarafından 399 TL'ye perakende fiyatla satıldığından bahisle toptan fiyatının yüksek olmasından şikâyetçi olduğu ve bu nedenle bu üründen daha fazla satın almak istemediği belirtilmiştir. Bununla birlikte BSH tarafından, bahsedilen fiyatın söz konusu ürünün o dönemde bayilere toptan satış fiyatının yarısının dahi altında olduğu, toptan satış fiyatının bu derece altında bir fiyatın yükseleceğinin tahmin edilmesi için satıcıya müdahale edilmesi gerekmediği, ayrıca bir yeniden satıcının satışa sunduğu bir ürünü toptan satış fiyatının yarısının altında bir fiyata uzun süre satmaya devam edemeyeceğinin açık olduğu, anılan fiyatların yani 399 TL ve 519 TL'nin gerçekten tüketiciye satış yapılan fiyatlar olup olmadığının bilinmediği, çevrim içi pazaryerlerinde *bait and switch offer* olarak bilinen uygulama ile

sıklıkla karşılaşıldığı, söz konusu uygulamanın yeniden satıcının satmaya niyetli olmadığı fiyatlar sunarak tüketicilerin ilgisini çekmeye çalıştığı ve satın alma sürecinde olan tüketicilere satın alım sürecinde bir noktada ürünün stokta bulunmadığını bildirip benzer ürünleri satmaya çalışması şeklinde ortaya çıktığı, daha da önemlisi, söz konusu fiyatı uygulayan satıcının, BSH yetkili bayisi olmadığı, başka bir deyişle, söz konusu teşebbüs ile BSH arasında bir bayilik ilişkisinin bulunmadığı gibi başkaca bir ticari ilişkinin de bulunmadığı, dolayısıyla, BSH'nin anılan yeniden satıcıya istese dahi müdahale etmesinin söz konusu olmadığı belirtilmiştir. Son olarak BSH tarafından, aynı dönemde ilgili ürünün satış ve pazarlamasının sona erdirilmesinin planlandığı, bu kapsamda stoklarda kalan ürünlerin hızlıca elden çıkarılması için satışları arttırmaya yönelik olarak bir fiyat farkı kampanyası uygulanmasının söz konusu olduğu, (.....)'ın “*Bu fiyatlar da düzelecek*” ifadesinin söz konusu fiyat farkı kampanyasına ilişkin olabileceği hususları ifade edilmiştir.

- (46) Bulgu 3'e konu belgenin içeriği incelendiğinde, ALC yetkilisinin ilgili ütü modeline ilişkin olarak internette karşılaştığı bir fiyatı BSH yetkilisine gönderdiği ve rahatsızlığını ifade ettiği görülmektedir. BSH yetkilisi ise bu rahatsızlığa istinaden açıkça “*bu fiyatlar da düzelecek*” ifadelerini kullanmıştır. Söz konusu ifadeler, BSH yetkilisi tarafından görselde yer alan düşük fiyatın yükseltilerek “*düzeltilileceği*” şeklinde anlaşılabilirse de, yazışmanın içeriğinden BSH'nin şikâyet edilen fiyatlara müdahale ettiğini gösterir nitelikte herhangi bir açıklık bulunmadığı görülmektedir. Nitekim aynı kişiler arasında geçen sonraki yazışmaların içeriği de aksi yönde bir çıkarım yapmaya imkân sağlamamaktadır. Soruşturma kapsamında elde edilen diğer bulgular da incelenen belge ile birlikte ele alındığında, BSH'nin bahse konu türde herhangi bir ihlal gerçekleştirdiğini destekler nitelik taşımamaktadır. Bu bakımdan söz konusu belgenin ihlali her türlü şüpheden uzak bir şekilde ortaya koymaya elverişli olmadığı ve bu belgeye dayanarak BSH hakkında ihlal isnadında bulunulamayacağı değerlendirilmiştir.
- (47) Soruşturma kapsamında elde edilen bulguların BSH'nin yetkili satıcılarının yeniden satış fiyatlarını tespit ettiğini kanıtlamaya yeterli olmadığı ve bu sebeple BSH hakkında ihlal tespitinde bulunulamayacağı sonucuna ulaşılmıştır.

I.5.2. Bölge ve Müşteri Kısıtlamasına Yönelik Değerlendirme

I.5.2.1. Teorik Çerçeve

- (48) 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında teşebbüslerin dikey anlaşmalar ve eylemler yoluyla müşteri ve bölge kısıtlaması yapması, rekabeti kısıtlayıcı eylemler olarak kabul edilmektedir. 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinin birinci fıkrasının (b) bendinde, aynı bentte sayılan haller dışında, alıcının sözleşme konusu mal veya hizmetleri satacağı bölge veya müşterilere ilişkin kısıtlamalar getirilmesinin grup muafiyeti kapsamı dışında kalan ağır rekabet sınırlaması olduğu belirtilmiştir.
- (49) Bununla birlikte, ilgili Tebliğ'de bazı istisnai hallerde alıcıya müşteri ve bölge kısıtlaması getirilebileceği düzenlenmiştir. Bu istisnai hallerden ilki, alıcının müşterilerince yapılacak satışları kapsamaması kaydıyla, sağlayıcı tarafından kendisine veya bir alıcıya tahsis edilmiş münhasır bir bölgeye ya da münhasır müşteri grubuna yapılacak aktif satışların kısıtlanmasıdır. Dolayısıyla alıcının sözleşme konusu mal veya hizmetleri satacağı bölge veya müşterilere ilişkin olarak, münhasır bir bölge veya müşteri grubu tayin edilmesi durumunda aktif satışlar kısıtlanabilmektedir. Anılan Tebliğ'in 4. maddesinin birinci fıkrasının (b) bendinde sayılan bu ilk istisna münhasır dağıtım sistemini temel almakta, dikey ilişki tarafları arasında münhasırlık kurulan durumlarda müşteri ve bölge kısıtlamasına aktif satışlar

yönünden gidilebileceğini ifade etmektedir. Bununla birlikte Dikey Kılavuz'un 30. paragrafında belirtildiği üzere, alıcıların satış yaptığı bölge veya müşteri grubunun münhasır olarak değerlendirilmesi için, o bölge veya müşteri grubuna sadece tek bir alıcının veya sadece sağlayıcının kendisinin aktif olarak satış yapıyor olması gerekmektedir. Başka bir ifadeyle, belirli bir bölgeye veya müşteri grubuna aktif olarak satış yapan teşebbüs sayısı iki veya daha fazla ise o bölge veya müşteri grubu artık münhasır değildir. Bu tür "serbest" bölge veya müşteri grubundaki müşterilere herhangi bir alıcı dilediği gibi aktif olarak satış yapabilmelidir. Dolayısıyla tek bir alıcıya münhasıran tahsis edilmiş bir bölge veya müşteri grubu olmadığı sürece anılan bölgeye veya müşteri grubuna gerçekleştirilecek olan aktif satışların kısıtlanması anlaşmayı 2002/2 sayılı Tebliğ ile sağlanan grup muafiyetinden çıkartmaktadır.

- (50) Diğer taraftan bölge/müşteri tahsisinin seçici dağıtım sistemi açısından değerlendirilmesinde fayda bulunmaktadır. Buna göre 2002/2 sayılı Tebliğ'in "Anlaşmaları Grup Muafiyeti Kapsamı Dışına Çıkaran Sınırlamalar" başlıklı 4. maddesinde yer alan "c) *Seçici dağıtım sisteminde, 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 satışların kısıtlanması*" şeklindeki sınırlamanın bu Tebliğ ile tanınan muafiyetten yararlanamayacağı ve ağır rekabet sınırlaması olarak kabul edileceği belirtilmiştir.
- (51) Benzer şekilde Dikey Kılavuz'un 164. paragrafında "*Münhasır müşteri tahsisinin seçici dağıtım ile beraber uygulanması durumu açıkça Tebliğ kapsamı dışında bırakılmış bir ihlaldir, zira atanmış dağıtıcılar tarafından son kullanıcılara yapılan aktif satışların sınırlandırılmasına genellikle izin verilmez.*" ifadesi, 167. paragrafında ise "*Nihai tüketicilerin münhasıran tahsisinin herhangi bir etkinliğe yol açması pek mümkün değildir ve bu nedenle de muafiyet olasılığı son derece düşüktür.*" açıklaması bulunmaktadır.
- (52) 2002/2 sayılı Tebliğin 4. maddesinin birinci fıkrasının (c) bendinde yer verilen düzenlemeye göre, seçici dağıtım sisteminde sistem üyesi yeniden satıcıların nihai tüketicilere yapacakları aktif ve pasif satışlar engellenmemektedir. Ek olarak, sistem üyesi yeniden satıcı olarak kabul edilmeyen ve dolayısıyla nihai alıcı konumunda bulunan kişilere ise sistem üyesi yetkili satıcıların yapacakları aktif veya pasif satışlar yasaklanamamaktadır. Dolayısıyla seçici dağıtım sistemi içerisinde münhasır müşteri/bölge tahsisi söz konusu olamamaktadır.
- (53) Bu çerçevede, BSH'nin dağıtım sisteminin seçici dağıtım sistemi olmasından hareketle rekabet mevzuatı kapsamında sistem üyesi yetkili satıcılarına yönelik son kullanıcılara yapacakları aktif veya pasif satışların kısıtlanmasına ilişkin davranışlarının 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinin birinci fıkrasının (c) bendine aykırı nitelik taşıyacağı değerlendirilmektedir. Bununla birlikte aynı fıkranın (b) bendinin 3. alt bendinde sistem üyelerinin yetkili olmayan dağıtıcılara satış yapmalarının kısıtlanmasının mümkün olduğu ifade edilmektedir.
- (54) Yukarıda açıklanan mevzuat hükümleri doğrultusunda, seçici dağıtım sistemi kapsamında sağlayıcı olarak faaliyet gösteren BSH'nin müşteri ve bölge paylaşımı uyguladığına ilişkin şüphe oluşturan belgenin değerlendirmesine aşağıdaki bölümde yer verilmiştir.

I.5.2.2. Yerinde İncelemede Elde Edilen Müşteri ve Bölge Kısıtlanmasına İlişkin Bulgunun Değerlendirilmesi

- (55) Bulgu 4'te yer alan ve BSH yetkilileri arasında gerçekleşen Whatsapp yazışmasında, Bolu'da faaliyet gösteren bir BSH bayisinin Yozgat ve Kırıkkale illerindeki çeşitli mağazalara ve esnafa toptan liste fiyatının altında satış yaptığı, bu illerde alt bayilikler oluşturduğu, bu durumun ilgili illerde faaliyet gösteren bayiler tarafından BSH'ye bildirildiği ve söz konusu şikâyetler hakkında bilgilendirilen BSH yetkilisinin konuyla ilgileneneğini belirttiği görülmektedir. İlgili ifadelerden BSH'nin bölge kısıtlaması yaptığı ve yetkili satıcılarının diğer bölgelere yapacakları satışların sınırlandırıldığı şüphesi oluşmuştur.
- (56) BSH tarafından ilgili belgeye ilişkin yapılan savunmada; Bulgu 4'te yer alan ifadelerden, söz konusu BSH bayisinin ((.....)) BSH'nin seçici dağıtım sistemine dâhil olmayan bayilere yaptığı satışlar olduğunun açıkça anlaşıldığı, söz konusu bayinin seçici dağıtım sisteminde yer alan diğer bayilere satış yapması durumunda bir sorun bulunmayacağına da zımnen anlaşıldığı, Bulgu 4'ün bir diğer bölümünde ise Yozgat Sorgun'da bulunan BSH bayisinin (alt bayilikler oluşturduğu için aynı bayiden-((.....)) şikâyetçi olduğunun görüldüğü, bunun da "meşru" seçici dağıtım sistemi dışına yapılacak toptan satışlar yasağına açık bir şekilde aykırı olduğu belirtilmiştir. İlaveten savunmada BSH'nin Türkiye'nin her yerinde yaklaşık iki bin bayisinin bulunduğu, bayi sayısı dikkate alındığında çok sayıda bayiye münhasır bölgelerin atanmasının aşılamayacak derece uygulama zorluğu yaratacağı ifade edilmiştir.
- (57) Bulgu 4 detaylı olarak ele alındığında; BSH'nin Bolu bayisinin Yozgat ve Kırıkkale illerindeki BSH dağıtım sisteminde yer almayan yetkisiz satıcılara toptan satış gerçekleştirdiği görülmekte olup bu durum 27.07.2020 tarihli belgede geçen "*Yozgat, Kırıkkale illerini gezip tüm bayilerimizin haricindeki esnafa toptan ürün satmaya başlamış*" ifadesinden de anlaşılmaktadır. İlaveten, bu hususun 21.09.2020 tarihli belgede de "*Bolu lokasyonunda bulunan (.....) ünvanlı bayinin çeşitli mağazalara toptan liste fiyatının altında ürünler sattığı alt bayilikler oluşturduğu*" şeklinde ifade edildiği görülmektedir.
- (58) 2002/2 sayılı Tebliğ'in 3. maddesinde 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. Bu bağlamda, seçici dağıtım sistemi uygulayan sağlayıcılar, yetkili satıcıların, seçici dağıtıma konu ürünleri, sistem üyesi olmayan yeniden satıcılara satmamalarını talep edebilecektir. Buna göre, Yozgat ve Kırıkkale illerinde yetkisiz satıcılara yapılan satışın sağlayıcı konumundaki BSH tarafından engellenmesi eyleminin, müşteri ya da bölge sınırlaması şeklinde bir rekabet ihlali oluşturmadığı değerlendirilmiştir.

I.5.3. BSH Tarafından Yapılan Yazılı Savunmaların Değerlendirilmesi

- (59) BSH'nin birinci yazılı savunmasında usule ilişkin olarak; BSH'nin açık ya da ağır ihlal olmayan bir konuda menfi tespit/muafiyet başvurusunda bulunmuşken ve süreç boyunca işbirliği içerisinde hareket etmişken, aynı konuda iki önaraştırma ve sonrasında bir soruşturma başlatılmasının Kurum tarafından gerçekleştirilen usuli bir hatadan kaynaklandığı, bu kapsamda Kurumun BSH aleyhindeki soruşturmayı sonlandırması gerektiği, yürütülmekte olan önaraştırma bulunmaktayken menfi tespit/muafiyet başvurusu çerçevesinde bilgi taleplerinde bulunularak başvuru konusunun hukuki ya da muhtemelen hukuki olduğu izlenimi verildiği, bu davranışların

BŞH'yi yanılttığı, savunma haklarını kullanmasını kısıtladığı ve mümkün olduğunda ihlalden kaçınma fırsatından mahrum bıraktığı ifade edilmiştir.

- (60) 4054 sayılı Kanun'un uygulanması kapsamında muafiyet/menfi tespit taleplerine yönelik incelemeler ile soruşturma müessesesi kapsamında yapılan incelemeler farklı nitelik taşımakta olup söz konusu incelemeler neticesinde alınan kararlar da farklı nitelik arz etmektedir. Buna göre, bir davranış hakkında 4054 sayılı Kanun'un 8. maddesi veya 4. ve 5. maddeleri kapsamında yürütülen incelemeler neticesinde ilgili davranışın 4054 sayılı Kanun'un 4., 6. ve 7. maddelerine aykırı olmadığını gösteren bir menfi tespit belgesi verilebilmekte yahut 4. maddeye aykırılık teşkil etse bile muafiyetten yararlandığına karar verilebilmektedir. Diğer yandan, soruşturmaya konu olan davranışlar hakkında ise, yürütülen soruşturma sonunda, incelemeye konu davranışın rekabet ihlali teşkil edip etmediğine karar verilmektedir. Bu çerçevede, bir davranış hakkında menfi tespit/muafiyet başvurusunda bulunmuş olması ilgili davranış rekabet ihlali olmaktan çıkarmamaktadır.
- (61) BŞH'nin muafiyet başvurusu 16.12.2021 tarih ve 21-61/859-423 sayılı karar ile reddedilmiş; akabinde BŞH tarafından ilgili davranışa yönelik olarak yapılan taahhüt sunma başvurusu kabul edilerek taahhüt görüşmelerine başlanmıştır. Nihayet BŞH'nin sunduğu revize taahhüt metni, 08.09.2022 tarih ve 22-41/579-239 sayılı karar ile kabul edilerek soruşturmanın çevrim içi platformlarda satış yasaklarına ilişkin olarak sonlandırılmasına karar verilmiştir. Bu bakımdan BŞH'nin savunma hakkının kısıtlandığına yönelik savunmasının temelsiz olduğu görülmektedir.
- (62) Diğer taraftan, BŞH hakkında yürütülmekte olan önaraştırma bulunmaktayken menfi tespit/muafiyet başvurusu çerçevesinde bilgi taleplerinde bulunularak başvuru konusunun hukuki ya da muhtemelen hukuki olduğu izlenimi verildiğine ilişkin savunmaya yönelik olarak, muafiyet başvurusu kapsamında istenilen bilgilerin söz konusu başvurunun değerlendirilmesi açısından ihtiyaç duyulan hususlara ilişkin olduğu vurgulanmalıdır. Söz konusu bilgi ve belge taleplerinin içeriğinde başvuru konusu davranışın hukuki olduğu izlenimi verebilecek nitelikte ifadelerin varlığı nedeniyle BŞH'nin yanıltıldığı yönündeki iddianın ise kabul edilebilir olmadığı, BŞH'nin söz konusu savunmasının dayanaktan yoksun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
- (63) BŞH tarafından yapılan esasa ilişkin savunmalar; yeniden satış fiyatının tespitine ilişkin savunmalar ve bölge ve müşteri kısıtlamasına ilişkin savunmalar şeklinde iki farklı başlık altında ele alınmıştır. Söz konusu savunmaların değerlendirilmesine ilgili bulgulara ilişkin değerlendirmelerin yer aldığı bölümlerde yer verildiğinden, bu başlık altında ilgili savunmalar tekrar değerlendirilmemiştir.

I.5.4. Genel Değerlendirme

- (64) Yukarıda yer verilen açıklamalar çerçevesinde, Bulgu 1, 2 ve 3'e ilişkin yapılan değerlendirmeler neticesinde, BŞH'nin yeniden satıcılarının satış fiyatını tespit etmek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiğini her türlü şüpheden uzak bir şekilde ortaya koymaya elverişli delil elde edilemediği, bu nedenle BŞH'ye yeniden satış fiyatının tespitine yönelik ihlal isnadında bulunulamayacağı; Bulgu 4'e ilişkin yapılan değerlendirmeler neticesinde, BŞH'nin bölge veya müşteri tahsisi yoluyla 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal etmediği, anılan gerekçelerle BŞH hakkında idari para cezası verilmesine yer olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

J. SONUÇ

(65) Rekabet Kurulunun 09.09.2021 tarihli, 21-42/617-M sayılı kararı uyarınca yürütülen soruşturma kapsamında düzenlenen Rapor'a ve Ek Görüş'e, toplanan delillere, yazılı savunmalara ve incelenen dosya kapsamına göre,

1- BSH Ev Aletleri San. ve Tic. AŞ'nin

- yetkili satıcılarının yeniden satış fiyatını tespit etmek suretiyle 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettiğine ilişkin herhangi bir bilgi ve belgeye ulaşamadığına;
- yetkili satıcılarına müşteri ve bölge kısıtlaması getirmek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal etmediğine

2- Bu nedenle, anılan teşebbüs hakkında idari para cezası verilmesine yer olmadığına gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 60 gün içinde Ankara İdare Mahkemelerinde yargı yolu açık olmak üzere OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.