

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

**REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2019-2-030 (Öneraştırma)  
Karar Sayısı : 20-08/83-50  
Karar Tarihi : 06.02.2020

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

Başkan : Birol KÜLE  
Üyeler : Arslan NARİN (İkinci Başkan), Şükran KODALAK,  
Ahmet ALGAN, Hasan Hüseyin ÜNLÜ, Ayşe ERGEZEN

**B. RAPORTÖRLER** : Bülent GÖKDEMİR, Selin DURSUN, Yunus Salih YİĞİT

**C. BAŞVURUDA**

**BULUNAN** : - Gizlilik talebi bulunmaktadır.

**D. HAKKINDA İNCELEME**

**YAPILANLAR** : - Yataş Yatak ve Yorgan Sanayi Ticaret A.Ş.  
Yalı Mahallesi Kadir Sokak No:14-1 Kartal / İSTANBUL  
- Doğtaş Kelebek Mobilya Sanayi ve Ticaret A.Ş.  
İdealtepe Mahallesi Rıfkı Tongsir Caddesi No:107  
Küçükyalı Maltepe / İSTANBUL

- (1) **E. DOSYA KONUSU:** Yataş Yatak ve Yorgan Sanayi Ticaret A.Ş. ve Doğtaş Kelebek Mobilya Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin bayilerinin yeniden satış fiyatını belirlemek, indirim oranlarını sabitlemek ve ödeme şekillerini sınırlamak suretiyle 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettikleri iddiası.
- (2) **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Rekabet Kurumuna (Kurum) yapılan başvuruda özetle; başvuru sahibinin yatak odası takımı almak için Enza Home Bağlıca bayisine gittiği, almak istediği yatak odası takımı için bayiden indirim talebinde bulunduğu, bayinin nakit, kredi kartına tek çekim, anlaşmalı olduğu kredi kartına nakit fiyat üzerinden 12 taksit ve diğer kredi kartlarına daha yüksek bir fiyattan taksit şeklinde dört seçenek sunduğu, daha fazla indirim talebinde bulunulduğunda ise Enza Home'un bayilerine internet sitesinde yer alan %30 indirimli fiyattan daha aşağıda satılmamasını sözlü olarak telkin ettiği bilgisinin verildiği, benzer olayların İstanbul Yolu üzerindeki Doğtaş Kelebek bayisinde de yaşandığı iddia edilerek konunun 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun (4054 sayılı Kanun) kapsamında incelenmesi talep edilmektedir.
- (3) **G. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 08.08.2019 tarihinde 5195 sayı ile giren başvuru üzerine hazırlanan 10.10.2019 tarih ve 2019-2-030/İİ sayılı İlk İnceleme Raporu, Rekabet Kurulunun (Kurul) 24.10.2019 tarihli toplantısında görüşülmüş ve başvuru konusu iddialara yönelik olarak 4054 sayılı Kanun'un 40. maddesi uyarınca öneraştırma yapılmasına 19-36/545-M sayı ile karar vermiştir.
- (4) İlgili karar uyarınca düzenlenen 16.01.2020 tarihli ve 2019-2-030/ÖA sayılı Öneraştırma Raporu, 06.02.2020 tarihli Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (5) **H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda; Yataş Yatak ve Yorgan Sanayi Ticaret A.Ş. (YATAŞ) ve Doğtaş Kelebek Mobilya Sanayi ve Ticaret A.Ş. (DOĞTAŞ) tarafından;

- Bayilerin satış fiyatına müdahale edildiğine ya da bunun amaçlandığına dair yeterli bulguya ulaşılamaması,
- Tavsiye edilen fiyatlar dışında yapılan satışlar için bayilere yaptırım uygulandığına dair bir belgeye ulaşılamaması,
- Bayilerin tavsiye edilen fiyatlardan farklı fiyatlarda ve koşullarda ürün satıyor olmaları

gibi unsurlar dikkate alındığında YATAŞ'ın ve DOĞTAŞ'ın 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal etmediği, ancak anılan teşebbüslere internet üzerinden satış yasağı tesis edilmesine yönelik her türlü düzenleme ve uygulamaya son verilmesi ve bayiler ile yapılan sözleşmelerin bu çerçevede güncellenmesi gerektiği, aksi takdirde 4054 sayılı Kanun çerçevesinde haklarında işlem başlatılacağı yönünde Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca görüş bildirilmesinin uygun olacağı yönünde görüş bildirilmiştir.

## I. İNCELEME ve DEĞERLENDİRME

### I.1. Hakkında Öneraştırma Yapılan Taraflar

#### I.1.1. Yataş Yatak ve Yorgan Sanayi Ticaret A.Ş. (YATAŞ)

- (6) 1976 yılında sünger fabrikası olarak kurulan YATAŞ hâlihazırda yatak, kanepeler, oturma grupları, modüler mobilya (yemek ve yatak odaları gibi) ve ev tekstil ürünleri imalatı, alımı ve satımı alanında faaliyet göstermektedir.

#### I.1.2. Doğtaş Kelebek Mobilya Sanayi ve Ticaret A.Ş. (DOĞTAŞ)

- (7) 1972 yılında kurulan DOĞTAŞ 2012 yılında Kelebek Mobilya'yı bünyesine katarak tek şirket çatısı altında; oturma grubu, yemek odası, genç ve çocuk mobilyaları, yatak odası ve yatak ürünleri imalatı, alımı ve satımı alanlarında faaliyet göstermektedir.

### I.2. İlgili Pazar

#### I.2.1. Sektöre İlişkin Bilgiler

- (8) Türkiye'de mobilya sektörü geleneksel yöntemlerle çalışan, daha çok aile şirketi, atölye tipi, küçük ölçekli işletmelerin ağırlıkta olduğu bir yapıya sahiptir. Son 20 yılda küçük ölçekli firmaların yanı sıra orta ve büyük ölçekli firmaların sayısında da hızlı bir artış gözlemlenmektedir. Türkiye İstatistik Kurumu ve Mobilya Sanayicileri Derneği rakamlarına göre Türkiye'de 29.346 üretici, 32.382 perakendeci olmak üzere toplam 61.728 adet firma sektörde faaliyet göstermektedir. Mobilya sektörü, imalat sanayi içinde 4. sırada yer almaktadır. Türkiye'de mobilya sektörü, pazar ve hammaddeye yakın yerlerde yoğunluk göstermektedir. Bunlar İstanbul, Ankara, Bursa, Kayseri, İzmir ve Adana gibi illerdir.
- (9) Mobilya sektöründe faaliyet gösteren teşebbüsleri üç grupta değerlendirmek mümkündür. İlk grupta sektörde geniş bir hedef kitlesine sahip, konsept mağazaları ve ürün çeşidi az sayıda olan ve genellikle Ankara, İnegöl, Kayseri merkezli olan küçük ölçekli firmalar bulunmaktadır. Genellikle markalaşma yoluna gitmeyen ve "no name" olarak adlandırılan bu firmaların, teşebbüs bazında ciroları az olmasına rağmen, sayıca çok olmaları nedeniyle pazarda büyük bir paya sahip oldukları tahmin edilmektedir. Bu çok sayıda küçük ölçekli teşebbüslerin yanı sıra sektörde ciddi bir kayıt dışılığın varlığından da bahsedilmektedir. Bu iki grubun toplam büyüklüklerinin sektörün %65 - %70'ine tekabül ettiği öngörülmektedir.

- (10) Üçüncü grup ise, mobilya üretimi ve dağıtımını konusunda markalaşmış ve ülke geneline yaygınlaşmış teşebbüslerin bulunduğu gruptur. Bu grupta Erciyes Anadolu Holding A.Ş. İstikbal, Bellona ve Mondi markaları ile lider konumda bulunmaktadır. Doğtaş ve Kelebek markalarıyla faaliyet gösteren DOĞTAŞ'ın yanı sıra Yataş, Vanessa, Yatsan, Moda Life, Koleksiyon, Alfemo, Aldora, Bambi, Teleset ve İşbir markalarıyla faaliyet gösteren birçok firma bulunmaktadır. Aşağıdaki tabloda mobilya sektöründe faaliyet gösteren teşebbüslerin tahmini pazar payı bilgileri yer almaktadır.

Tablo 1: 2018 Yılı Mobilya Sektörü 2018 Yılı Tahmini Pazar Payı Verileri

Marka Adı	Ciro (TL)	Pazar Payı (%)
Doğtaş	(.....)	(.....)
Yataş	(.....)	(.....)
İstikbal-Bellona	(.....)	(.....)
Alfemo	(.....)	(.....)
Diğer	(.....)	(.....)
Toplam	30.000.000.000	100,0

Kaynak: Teşebbüslerden edinilen bilgiler

### I.2.2. İlgili Ürün Pazarı

- (11) YATAŞ ve DOĞTAŞ'ın üretimini ve satışını yaptığı ürünler, kanepeler, yataklar, oturma grupları, modüler mobilya (yemek ve yatak odaları gibi) ve ev tekstili olarak sınıflandırılabilir. Alt segmentteki ürünler kullanım özellikleri bakımından aynı amaca hizmet etse de; fiyat, kalite ve nitelikleri açısından birbirinden farklılaşabilmektedir. Bununla birlikte pazardaki oyuncuların söz konusu alt segment ürünlerin büyük bölümünde üretim ve satış faaliyeti gerçekleştirdiği dikkate alındığında, arz ikamesinin kolaylığı bakımından ilgili ürün pazarı, her bir ürün grubu bazında "yataklar", "kanepeler", "ev tekstili", "modüler mobilya" ve "oturma grupları" olarak tanımlanabilir.<sup>1</sup>

### I.2.3. İlgili Coğrafi Pazar

- (12) İlgili ürün pazarını oluşturan ürünlerin ülke içinde rekabet şartlarının bölgesel olarak farklılaşmasına neden olacak bir unsurun bulunmaması nedeniyle ilgili coğrafi pazar "Türkiye" olarak ele alınmıştır.

### I.3. Öneri Sürecinde Elde Edilen Bilgi ve Belgeler

- (13) **Belge-1:** YATAŞ'ta yapılan yerinde incelemede elde edilen ve Mağaza Müdürü (.....) tarafından Perakende Mağazalar Bölge Yöneticisi (.....) gönderilen 30.01.2019 tarihli ve "Müşteri Teklifleri" konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

"(.....), Teklif aldığımız müşterileri hedeflerimizi gerçekleştirmek adına mağaza davet etmek için aramalarını yapmaktayız. Müşterimiz (.....) ait ekli form ile 23.220 TL olan siparişi için kendisini aradık. Yapılan telefon görüşmesinde (.....) bayinin fiyatı 21.000 TL'ye düştüğünü ayrıca ödemede kolaylık sağladığını belirterek aynı ürünler aynı marka kusura bakmayın tercihimiz (.....) bayisidir demektedir. Bayi ödemede %10 oranında iskonto uygulamaktadır. Konuyu bilginize sunarım. Saygılarımla,"

- (14) **Belge-2:** YATAŞ perakende Mağazalar Bölge Yöneticisi (.....) tarafından Perakende İş Geliştirme Direktörü (.....) gönderilen 30.01.2019 tarihli ve "Bayi İndirimi Hk." konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır.

<sup>1</sup> 27.09.2017 tarih ve 17-30/487-211 sayılı karar.

*“(.....) Merhaba, İşlerin durgun olması ile birlikte (.....) bayisi ciddi indirimler yapmaya başladı. Dün (.....) Enza mağazamızdan da benzer şikâyet geldi. Az önce (.....) Enza mağazamızda da aynı durum söz konusu oldu. (.....) Enza mağaza ekip arkadaşlarımız teklif verdikleri müşterileri mağazaya davet etmektedirler ancak (.....) aktardığı gibi yüksek indirimler yaparak haksız rekabete yol açıyorlar. Konuyu bilginize sunarım. Teşekkürler.”*

- (15) Aynı belgenin devamında (.....) tarafından 30.01.2019 tarihli cevabi e-postada ise aşağıdaki ifadeler yer almaktadır.

*“(.....) selam, (.....) konu ile destek olacaktır, @ (.....) bu konuda ciddi sıkıntı yaşıyoruz uzun zamandır, eğer böyle devam edecek ise bende (.....) ekstra indirim için bu mağazaya özel indirim uygulatacağım desteğin için teşekkürler Selamlar”*

- (16) Alıntılanan e-posta üzerine (.....) tarafından 31.01.2019 tarihli cevabi bir diğer e-postada ise aşağıdaki ifadeler yer almaktadır.

*“(.....) merhaba Bayiyle ilgili bölge yöneticimiz gerekli görüşmeleri bizzat ziyaret ederek gerçekleştirecektir. Çeşitli yaptırımlar uygulayarak bayiyi disipline edeceğiz. Gelecek süreçte benzer şikâyet gelmeyeceğini düşünüyoruz. Akis durumunda bayilik feshi sürecine kadar süreci ilerleteceğiz. Bayiye tebligatımız bu yönde olacaktır. Bilgilerinize.”*

- (17) E-posta silsilesinin devamında (.....) tarafından 31.01.2019 tarihli cevabi e-postada *“(.....) selam Destegin için cok teşekkürler Selamlar (.....)”* ifadelerine yer verilmektedir.

#### **I.4. Değerlendirme**

- (18) İşbu dosya kapsamında incelenen iddia, YATAŞ ve DOĞTAŞ'ın bayilerinin sattığı ürünlerin yeniden satış fiyatını belirlemek, indirim oranlarını sabitlemek ve ödeme şekillerini sınırlamak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği. Yapılan incelemede ayrıca YATAŞ ve DOĞTAŞ'ın bayilik sözleşmelerinde bayilerin internet üzerinden ürün satışı yapmalarının yasaklanmasına ilişkin hükümlerin yer aldığı tespit edilmiştir. Aşağıdaki bölümde ilgili iddialar değerlendirilmektedir.

#### **I.4.1.YATAŞ'ın Yeniden Satış Fiyatını Tespit Ettiği İddiasına İlişkin Değerlendirme**

##### **I.4.1.1. Bayilik Sözleşmelerine İlişkin Değerlendirme**

- (19) YATAŞ'ın bayileri ile 2016-2019 döneminde imzaladığı çeşitli sözleşme örnekleri incelenmiştir. Sözleşmelerin ilgili maddesinde *“Bayi, Yataş tarafından kendisine iletilen ürün fiyat listesinin sadece tavsiye edilen satış fiyatı niteliğinde olduğunu açıkça bildiğini, ancak bu konuda tüketici şikâyetinden ve mağduriyetinden şahsen kendisi sorumlu olduğunu beyan kabul ve taahhüt eder. Bayi, kampanya şartlarına uymak zorundadır”* hükmü yer almaktadır. Dolayısıyla YATAŞ tarafından bayilere gönderilen fiyat listesinin tavsiye niteliğinde olduğu, bunun haricinde sözleşmelerde bayilerin sattığı ürünlerin yeniden satış fiyatını belirlediğini, indirim oranlarını sabitlediğini ve ödeme şekillerini sınırladığını işaret eden herhangi bir düzenlemenin mevcut olmadığı görülmektedir.

##### **I.4.1.2. Yerinde İnceleme Belgelerine İlişkin Değerlendirme**

- (20) YATAŞ şirket merkezinde yapılan yerinde incelemede elde edilen belgeler (Belge 1 ve 2) YATAŞ'ın yeniden satış fiyatının tespitine ilişkin bir iradesinin bulunabileceğini çağrıştırmaktadır. Söz konusu belgelerden, İzmir Bölgesi'nde bir YATAŞ bayisinin ((.....)), piyasanın durgun olduğu bir dönemde müşterilere YATAŞ'ın kendi

mağazalarında teklif edilenlere nazaran daha düşük fiyatlarla ürün sunduğu, bu durumun YATAŞ'ın merkezine iletildiği, bir YATAŞ yöneticisinin, şikâyet eden mağazalara yönelik olarak ilgili bayinin disipline edileceği, gerektiği takdirde bayilik sözleşmesine son verileceği biçiminde geri bildirimde bulunduğu anlaşılmaktadır.

- (21) Söz konusu belge sadece İzmir Bölgesi'ne yönelik münferit bir olaya ilişkindir. Anılan belgenin dışında aynı veya farklı bölgelere yönelik olarak fiyat tespitine yönelik irade sergilendiğini ortaya koyan başka delillere ulaşılamamıştır. Şikâyet edilen YATAŞ bayisi tarafından, YATAŞ'ın kendilerine fiyatlar yönünden herhangi bir baskı ve/veya telkin uygulanmadığı ifade edilmiştir. Anılan bayinin satış fiyatları, YATAŞ tarafından tavsiye niteliğinde bayilere gönderilen fiyatlardan farklılaşmaktadır.<sup>2</sup>

#### I.4.1.3. Satış Fiyatlarına İlişkin Değerlendirme

- (22) YATAŞ'ın, bayilerinin yeniden satış fiyatını tespit etmeye dönük bir uygulamasının var olup olmadığının tespiti amacıyla, şikâyet başvurusunda işaret edilen bayi ile yerinde inceleme sırasında fiyat tespiti konusunda baskıya maruz kalmış olabileceği değerlendirilen (.....) bayisinden mobilya ve yatak grubunda ciro bazında en fazla satışı gerçekleştirilen ürünlerin satış faturaları istenmiştir. Aşağıdaki tablodan satış faturalarında yer alan fiyatlar izlenebilmektedir.

Tablo 2: Mobilya Grubu ((.....) Bayi) – (TL)

	2018				2019			
	Netha 3'lü Yataklı Kanepeler (116) - Exen 2047 261 Krem				Netha 3'lü Yataklı Kanepeler (116) - Exen 2047 261 Krem			
	Liste Satış Fiyatı		Bayi Satış Fiyatı		Liste Satış Fiyatı		Bayi Satış Fiyatı	
	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.
Ocak	-	-	(.....)	(.....)	5.056	3.033	(.....)	(.....)
Şubat	-	-	(.....)	(.....)	5.056	3.033	(.....)	(.....)
Mart	-	-	(.....)	(.....)	5.058	3.287	(.....)	(.....)
Nisan	3.797	2.848	(.....)	(.....)	5.058	3.287	(.....)	(.....)
Mayıs	-	-	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Haziran	-	-	(.....)	(.....)	5.382	3.498	(.....)	(.....)
Temmuz	3.979	2.984	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Ağustos	4.448	3.780	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Eylül	4.448	3.780	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Ekim	4.448	3.402	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Kasım	4.071	3.114	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Aralık	4.071	3.114	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüsten Elde Edilen Bilgi

<sup>2</sup> Bkz. Tablo 4-5-6

Tablo 3: Yatak Grubu ((.....) Bayi) – (TL)

	2018				2019			
	160x200 Five-Zet Visco Pocket Yaylı Yatak				160x200 Prestige Prime Yaylı Yatak			
	Liste Satış Fiyatı		Bayi Satış Fiyatı		Liste Satış Fiyatı		Bayi Satış Fiyatı	
	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.
Ocak	-	-	(.....)	(.....)	5.225	3.395	(.....)	(.....)
Şubat	3.731	2.425	(.....)	(.....)	5.225	3.395	(.....)	(.....)
Mart	-	-	(.....)	(.....)	5.485	3.565	(.....)	(.....)
Nisan	3.957	2.572	(.....)	(.....)	5.485	3.565	(.....)	(.....)
Mayıs	3.957	2.572	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Haziran	4.131	2.685	(.....)	(.....)	5.837	3.794	(.....)	(.....)
Temmuz	4.131	2.685	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Ağustos	-	-	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Eylül	5.137	3.595	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Ekim	5.137	3.236	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Kasım	-	-	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Aralık	-	-	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüsten Elde Edilen Bilgi

Tablo 4: Yatak Grubu ((.....) Bayi) – (TL)

	2018				2019			
	160x200 Tesla Sleep Pocket Yaylı Yatak				160x200 Ionic Energy Pocket Yaylı Yatak			
	Liste Satış Fiyatı		Bayi Satış Fiyatı		Liste Satış Fiyatı		Bayi Satış Fiyatı	
	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.
Ocak	-	-	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Şubat	-	-	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Mart	-	-	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Nisan	2.752	1.788	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Mayıs	2.752	1.788	(.....)	(.....)	1.683	1.588	(.....)	(.....)
Haziran	-	-	(.....)	(.....)	1.683	1.588	(.....)	(.....)
Temmuz	-	-	(.....)	(.....)	1.968	1.697	(.....)	(.....)
Ağustos	2.993	2.095	(.....)	(.....)	1.968	1.697	(.....)	(.....)
Eylül	2.993	2.095	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Ekim	2.750	2.594	(.....)	(.....)	1.968	1.697	(.....)	(.....)
Kasım	-	-	(.....)	(.....)	1.968	1.697	(.....)	(.....)
Aralık	2.750	2.594	(.....)	(.....)	1.968	1.697	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüsten Elde Edilen Bilgi

Tablo 5: Yatak Grubu ((.....) Bayi) – (TL)

	2018				2019			
	160x200 Duchess Pedli Yaylı Yatak							
	Liste Satış Fiyatı		Bayi Satış Fiyatı		Liste Satış Fiyatı		Bayi Satış Fiyatı	
	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.
Ocak	-	-	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Şubat	-	-	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Mart	2.916	1.895	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Nisan	2.956	2.069	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Mayıs	-	-	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Haziran	-	-	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Temmuz	-	-	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Ağustos	2.993	2.095	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Eylül	-	-	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Ekim	2.750	2.594	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Kasım	-	-	(.....)	(.....)	3.850	3.319	(.....)	(.....)
Aralık	2.750	2.594	(.....)	(.....)	3.850	3.319	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüsten Elde Edilen Bilgi

Tablo 6: Yatak Grubu ((.....) Bayi) – (TL)

	2018				2019			
	160x200 Five-Zet Visco Pocket Yaylı Yatak							
	Liste Satış Fiyatı		Bayi Satış Fiyatı		Liste Satış Fiyatı		Bayi Satış Fiyatı	
	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.
Ocak	-	-	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Şubat	-	-	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Mart	3.731	2.425	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Nisan	3.957	2.572	(.....)	(.....)	3.375	3.184	(.....)	(.....)
Mayıs	3.957	2.572	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Haziran	-	-	(.....)	(.....)	3.482	3.285	(.....)	(.....)
Temmuz	-	-	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Ağustos	-	-	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Eylül	-	-	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Ekim	3.430	3.236	(.....)	(.....)	-	-	(.....)	(.....)
Kasım	-	-	(.....)	(.....)	4.390	3.784	(.....)	(.....)
Aralık	-	-	(.....)	(.....)	3.941	3.398	(.....)	(.....)
Kaynak: Teşebbüsten Elde Edilen Bilgi								

- (23) Tavsiye satış fiyatları ile bayi satış fiyatlarına yer verilen tabloların incelenmesinden bayilerin tavsiye liste fiyatından ayrılarak farklı fiyatlardan satış yapabildiği, hatta zaman zaman YATAŞ tarafından tavsiye fiyat listelerinde yer alan en düşük fiyat seviyesinin de altına indikleri görülebilmektedir. Ayrıca faturaların incelenmesinden farklı müşterilere farklılaşan indirim oranları ve ödeme imkânları (kredi kartı-nakit) sağlanabildiği anlaşılmaktadır.
- (24) Diğer yandan YATAŞ bayileri tarafından;
- İndirim oranı, pazarlık gibi hususların kendi inisiyatiflerinde olduğu, piyasa koşulları ve rekabet durumuna göre çeşitli indirimler yapıldığı, bu konularda YATAŞ tarafından firmaya yönelik herhangi bir müdahalenin bulunmadığı,
  - Bayinin fiyat politikasını kendi bünyesi içerisinde belirlediği YATAŞ'ın ürünlerin fiyatlarına ilişkin herhangi bir fiyat tespitine yol açacak telkinlerde bulunmadığı, teşebbüsün ürünleri dilediği fiyattan satabildiği
- beyan edilmiştir.

- (25) Söz konusu açıklamalar dairesinde YATAŞ'ın, bayilerinin sattığı ürünlerin yeniden satış fiyatını belirlediği, indirim oranlarını sabitlediği ve ödeme şekillerini sınırladığı şeklindeki iddianın mesnedinin bulunmadığı tespit edilmiştir.

#### **I.4.2. DOĞTAŞ'ın Yeniden Satış Fiyatını Tespit Ettiği İddiasına İlişkin Değerlendirme**

##### **I.4.2.1. Bayilik Sözleşmelerine İlişkin Değerlendirme**

- (26) DOĞTAŞ'ın 2015-2019 dönemine ilişkin bayilik sözleşmeleri incelenmiştir. Sözleşmenin 4.1.17. maddesinde "*BAYİ, DOĞTAŞ KELEBEK tarafından kendisine iletilen Ürün fiyatının sadece tavsiye edilen azami satış fiyatı niteliğine sahip olduğunu açıkça bildiğini ve kabul ettiğini şimdiden kabul, beyan ve taahhüt eder.*" hükmü yer almaktadır. Dolayısıyla DOĞTAŞ tarafından bayilere gönderilen fiyat listesinin tavsiye niteliğinde olduğu, bununla birlikte sözleşmelerde bayilerin sattığı ürünlerin yeniden

satış fiyatını belirlediğini, indirim oranlarını sabitlediğini ve ödeme şekillerini sınırladığını işaret eden herhangi bir düzenlemenin mevcut olmadığı anlaşılmaktadır.

#### I.4.2.2. Yerinde İnceleme Belgelerine İlişkin Değerlendirme

- (27) Gerek DOĞTAŞ'ın merkezinde, gerek şikâyet dilekçesinde işaret edilen bayide yapılan yerinde incelemelerde DOĞTAŞ'ın bayilerin sattığı ürünlerin yeniden satış fiyatını belirlediğine, indirim oranlarını sabitlediğine ve ödeme şekillerini sınırladığına ilişkin herhangi bir bilgi ve belgeye rastlanılmamıştır.

#### I.4.2.3. Satış Fiyatlarına İlişkin Değerlendirme

- (28) DOĞTAŞ'ın, bayilerinin yeniden satış fiyatını tespit etmeye dönük bir iradesi bulunduğuna ilişkin herhangi bir bulgu elde edilmemiş olsa da, böyle bir uygulamanın var olup olmadığının tespiti amacıyla, şikâyet başvurusunda işaret edilen bayiden 2016-2019 yılları içerisinde ciro bazında en fazla satışı gerçekleştirilen ürünler kapsamında satış faturaları istenmiştir. Faturalarda yer alan fiyatlar aşağıdaki tablolarda sunulmaktadır.

Tablo 7: Mobilya Grubu (TL)

	2017				2018				2019			
	OASIS 6313 ÜÇLÜ KOLTUK/AÇYAT <sup>3</sup>				OASIS 6313 ÜÇLÜ KOLTUK/AÇYAT				BELLAR 5343 ÜÇLÜ KOLTUK/AÇYAT			
	Liste Satış Fiyatı		Bayi Satış Fiyatı		Liste Satış Fiyatı		Bayi Satış Fiyatı		Liste Satış Fiyatı		Bayi Satış Fiyatı	
	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.
Ocak-Aralık	5.541	3.350	(.....)	(.....)	7.321	3.326	(.....)	(.....)	7.398	4.176	(.....)	(.....)
Kaynak: Teşebbüsten Elde Edilen Bilgiler												

Tablo 8: Yatak Odası Grubu (TL)

	2017				2018				2019			
	ANGELIC M58-58106 ALTI KAPILI DOLAP				ANGELIC M58-58106 ALTI KAPILI DOLAP				ANGELIC M58-58106 ALTI KAPILI DOLAP			
	Liste Satış Fiyatı		Bayi Satış Fiyatı		Liste Satış Fiyatı		Bayi Satış Fiyatı		Liste Satış Fiyatı		Bayi Satış Fiyatı	
	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.
Ocak-Aralık	6.715	3.655	(.....)	(.....)	11.590	3.699	(.....)	(.....)	9.241	5.209	(.....)	(.....)
Kaynak: Teşebbüsten Elde Edilen Bilgiler												

<sup>3</sup> İlgili ürünün satışına Temmuz 2017 yılında başlanmıştır.



Tablo 9: Yatak Odası Grubu (TL)

	81021 CARA KOMODİN		81097 CARA ŞİFONYER		81105 5 KAPILI DOLAP		4844 SANDALYE		18180 REDORO TV ÜNİTESİ		18115 REDORO MASA		28180 ANGELİC TV ÜNİTESİ		58106 ANGELİC 6 KAPILI DOLAP	
	Liste Fiyatı	Bayi Satış Fiyatı	Liste Fiyatı	Bayi Satış Fiyatı	Liste Fiyatı	Bayi Satış Fiyatı	Liste Fiyatı	Bayi Satış Fiyatı	Liste Fiyatı	Bayi Satış Fiyatı	Liste Fiyatı	Bayi Satış Fiyatı	Liste Fiyatı	Bayi Satış Fiyatı	Liste Fiyatı	Bayi Satış Fiyatı
06.03.2017							240-350	(.....)			990-1.442	(.....)				
09.03.2017																(.....)
30.12.2017	250-454	(.....)	648-1.177	(.....)	1.979-3.592	(.....)										
08.01.2018															3.699-6.715	(.....)
11.02.2018									1.335-1.907	(.....)	1.220-1.743	(.....)	1.875-2.678	(.....)		
29.03.2018									1.335-1.907	(.....)						
03.05.2018											920-1.840	(.....)				
22.05.2018											920-1.840	(.....)				
05.07.2018							380-540	(.....)								
07.09.2018	240-480	(.....)			2.850-5.700	(.....)										
12.09.2018													1.730-3.460	(.....)		
13.05.2019															4.167-7.441	(.....)
11.09.2019	242-432	(.....)	706-1.261	(.....)	2.437-4.352	(.....)										
18.10.2019													2.160-3.086	(.....)		
25.12.2019									1.250-1.951	(.....)	1.150-1.795	(.....)				

Kaynak: Teşebbüsten elde edilen bilgiler

- (29) Tavsiye satış fiyatları ile bayi satış fiyatlarına yer verilen tabloların karşılaştırılmasından bayinin tavsiye liste fiyatından ayrılarak farklı fiyatlardan satış yapabildiği, ayrıca faturaların incelenmesinden müşterilere farklılaşan indirim oranları ve ödeme imkânları sağlanabildiği anlaşılmaktadır.
- (30) Diğer yandan şikâyete konu edinilen bayiden gelen cevabi yazıda ise ayrıca *“ürünlerimizin hangi fiyattan taksitli ya da nakit satıldığını Doğtaş tarafından herhangi bir takip sistemi yoktur. Doğtaş indirim oranları ve ödeme şekilleri konusunda sınırlandırma konusunda herhangi bir müdahalede bulunmamaktadır.”* şeklindeki ifadelere yer verilmiştir.
- (31) Söz konusu açıklamalar dairesinde DOĞTAŞ’ın, bayilerinin sattığı ürünlerin yeniden satış fiyatını belirlediği, indirim oranlarını sabitlediği ve ödeme şekillerini sınırladığı şeklindeki iddianın mesnedinin bulunmadığı değerlendirilmiştir.

#### **I.4.3. Dikey Anlaşmalarda İnternet Satışlarının Engellenmesine İlişkin Değerlendirme**

- (32) Avrupa Komisyonu (Komisyon) konuya dair yaklaşımını, 330/2010 sayılı Grup Muafiyeti Tüzüğü (330/2010 sayılı Tüzük) ve bu Tüzüğe ilişkin yayımladığı AB Kılavuzunda ortaya koymuştur. 2010 yılında yapılan bu değişikliklerle birlikte Komisyon, hem internet satışlarına ilişkin yeni yasaklamalar tanımlamış hem de marka imajı, bedavacılık sorunu gibi üreticilerin kaygılarını gidermeye yönelik olarak izin verilebilir nitelikteki dikey kısıtlamalara değinmiştir.
- (33) AB Kılavuzu incelendiğinde öncelikle, internet satışlarına yönelik olarak ilgili anlaşmayı grup muafiyetinin kapsamı dışına çıkaracak yeni yasaklamalar tanımlanmış olduğu görülmektedir. Bu yasaklamalar;
- i. Bir (münhasır) dağıtıcının başka bir dağıtıcının (münhasır) bölgesinde bulunan müşterilere, kendi web sitesine erişimlerini kısıtlaması veya bu müşterilerin, üreticinin veya diğer (münhasır) dağıtıcının sitesine yönlendirilmesi,*
  - ii. (münhasır) Dağıtıcının, müşterinin kredi kartı adres bilgisinden, adresin dağıtıcının (münhasır) bölgesinde olmadığını fark etmesi durumunda işlemi sonlandırması,*
  - iii. İnternet kanalıyla yapılan satışların toplam satışlara oranına ilişkin kısıtlama getirilmesi,*
  - iv. Dağıtıcının internet üzerinden tekrar satışa sunacağı ürünler için fiziki satış noktalarında arz edilecek ürünlere kıyasla daha yüksek fiyat ödemesinin kararlaştırılması*

olarak tanımlanmıştır.

- (34) Söz konusu yasaklamalar incelendiğinde, anılan maddelerin, internet satışlarının pasif satışlar kapsamında değerlendirilmesinin bir uzantısı olduğu görülmektedir. Bu maddelerden ilk ikisi, özellikle münhasır dağıtım anlaşmaları bakımından önem taşımaktadır. Şöyle ki, münhasır dağıtım anlaşmasında sağlayıcının, kendisine veya bir alıcıya tahsis edilmiş münhasır bir bölgeye ya da müşteri grubuna yapılacak aktif satışları kısıtlaması, potansiyel bedavacılık sorununun önlenmesi adına hukuka uygun kabul edilmektedir. Başka bir deyişle, sağlayıcının, tahsis edilmiş bölgeye veya müşteri grubuna yapılacak pasif satışları kısıtlaması yasaklanmakta ve bu prensip, hem fiziki satışlar hem de internet satışları bakımından kabul edilmektedir. Bu bağlamda,

internetin farklı bölgelerde yer alan satıcılara erişmek için uygun bir araç olduğu ön kabulü ile alışveriş yapmak isteyen müşterilerin ilgilendikleri internet sitesine kendilerinin giriş yaptığı durumlar dikkate alındığında, söz konusu maddeler ile internet satışlarında müşterilerin buldukları bölgelere esasında doğrudan veya dolaylı (bir başka dağıtıcının sitesine yönlendirme yoluyla) kısıtlamalar getirilmesi yasaklanmaktadır.

- (35) İnternet kanalıyla yapılan satışların toplam satışlara oranına ilişkin getirilen kısıtlamanın anlaşmayı grup muafiyetinin dışında bırakması, internet satışlarının dolaylı olarak yasaklanmasının engellenmesi açısından önem taşımaktadır. Bu yolla sağlayıcının, internet kanalı aracılığıyla yapılacak satışların oranına ilişkin üst sınır belirlenmesinin önüne geçilebilecektir.
- (36) Son yasaklamanın temelindeki düşünce ise, internet kanalının cazibesini korumaktır. Zira bu yasaklamanın yokluğunda üretici, iki farklı satış kanalı arasındaki fiyat farkını yükseltmek suretiyle alıcının dağıtım kanalı tercihini etkileme gücü elde edebilecek ve bu yolla internette satış yapmak isteyen alıcının bu alanda faaliyet göstermesini engelleyebilecek veya güçleştirebilecektir. Ayrıca, bu yasaklama ile üreticilerin internet satış fiyatlarını yapay olarak yükseltmesinin önüne geçilebilecektir. Öte yandan, ticaretin olağan akışı düşünüldüğünde fiziki satış kanalı ile internet satış kanalının üstlendiği yatırım/dağıtım maliyetinin farklılaşması olağandır. Bu sebeple, oluşabilecek maliyet farklılığını telafi etmek adına üreticinin, dağıtıcıya, satış geliri ve miktarından bağımsız olarak sabit bir ödeme yapabilmesine imkân verecek bir düzenleme yapılması düşünülebilir. Komisyon da bu ticari gerçeği dikkate alarak üreticiye sabit ödeme yapma hakkı tanımıştır.
- (37) AB Kılavuzu'nda dikkat çeken başka bir düzenleme ise, internet satışlarına ilişkin bazı kısıtlamaların grup muafiyetinin kapsamında değerlendirilmesidir. Buna göre, üretici/dağıtıcı dağıtım ağının kalitesini korumaya yönelik olarak alıcının uyması gereken bazı koşullar belirleyebilecektir. Komisyonun bu kapsamda sunduğu örneğe göre, sağlayıcı dağıtım ağına üye olmak isteyen alıcıya bir veya birden fazla fiziki satış mağazasına sahip olma şartı getirebilmektedir. Görüleceği üzere, bu koşul sektöre girişi zorlaştırıcı/engelliyici bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Öte yandan, internetle birlikte satıcıların işlem maliyetlerinin azalması ve tüketicilerin farklı fiyat tekliflerini mukayese etmesinin kolaylaşması bedavacılık sorununu gündeme getirmektedir. Bedavacılık sorunu, tüketicilerin ilgilendiği ürünü fiziki satış mağazasında inceleyip gerekli bilgileri edindikten sonra, ilgili ürünü internette satın alması sonucunda, daha düşük maliyetle indirimli ürün arz eden internet kanalının, fiziki mağazanın satış personeli, teşhir gibi hizmetlerinden bir bedel ödemediği yararlanması sonucunu doğurabilecektir. Böylesi bir durum, maliyetleri karşılayacak yeterli satışa ulaşamayan ilgili alıcının, yatırım motivasyonunu olumsuz etkileyebilecektir. Bu açıdan, fiziki satış mağazası koşulunun benimsenmesi bedavacılık riskini sorun gören sağlayıcıya, talep üzerinde etkili olduğunu düşündüğü yatırımların devamlılığını sağlama imkânı sağlayacaktır.
- (38) Komisyonun kabul edilebilir kısıtlamalar başlığı altında ele aldığı başka bir husus da alıcının, sözleşme konusu ürünlerin satışında satış platformlarını kullanmasına ilişkindir. AB Kılavuzu'nda, alıcıların, internetin kullanımına ilişkin sağlayıcı tarafından getirilen standartlara ve koşullara uymak suretiyle satış platformları/pazar yerleri aracılığıyla sözleşme konusu ürünleri pazarlayabileceği kabul edilmiştir. Buna göre alıcının, bu satış mecrasını kullanmasının yasaklanması durumunda, ilgili anlaşmanın grup muafiyeti kapsamında olup olmadığının tespitinde sağlayıcının bu kanalın

kullanımına ilişkin herhangi bir standart belirleyip belirlemediği, getirilen standartların/koşulların ticari olarak gerekli olup olmadığı gibi durumların analizi belirleyici olmaktadır. Başka bir deyişle, üretici herhangi bir standart öngörmeksizin alıcının bu platformlar aracılığıyla satış yapmasını engelleyemeyecektir. AB Kılavuzu'na göre dağıtıcıların ürünlerin internet üzerinden satışının kısıtlanması gibi dikey sınırlamaların bireysel muafiyetten yararlanabilmesinin koşulu ise, sözleşmeye konu ürünün fiziki satış noktasında satılmasını haklı kılacak nesnel bir gerekçe bulunmasıdır<sup>4</sup>.

- (39) Komisyonun internet üzerinden satışlara yönelik nesnel, haklı gerekçe yaklaşımında ürünün niteliğinin esas alındığı ve bu yasağın hukuka uygunluğunun, reçeteli ilaçlar veya internetten satışa ilişkin kamu yasağının söz konusu olduğu ürünlerle sınırlı olduğu görülmektedir<sup>5</sup>. Dolayısıyla, bu yaklaşıma göre objektif olarak gerekçelendirilmediği sürece internet satışlarına ilişkin kesin ve genel bir yasaklamanın, rekabeti amaç yönünden sınırladığı kabul edilmektedir<sup>6</sup>.
- (40) 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin (2002/2 sayılı Tebliğ) 4. maddesinde belirli haller dışında sağlayıcının alıcının sözleşme konusu mal veya hizmetleri satacağı bölge veya müşterilere ilişkin kısıtlamalar getirmesi sözleşmeleri grup muafiyeti kapsamına çıkaran sınırlamalar arasında sayılmaktadır. Bu kapsamda internet satışlarına yönelik kısıtlamalar pasif satış yasağı nitelikleri ile Tebliğ kapsam dışına çıkan sınırlamalar olarak görülmektedir. Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz'un (Kılavuz) internet satışlarına ilişkin maddeleri ele alındığında; mehz AB Kılavuzu'na paralel bir yaklaşım benimsendiği anlaşılmaktadır. Nitekim Kılavuz'da, "*...İnternet ve benzeri yollarla yapılan satışlar da genellikle pasif satıştır...*", "*Bir sağlayıcının, dağıtıcıların/bayilerin//alıcıların kendi internet siteleri üzerinden satış yapmalarını kısıtlaması bir tür pasif satış kısıtlaması niteliğindedir. Bu bağlamda, tüketicilerin bayiiye ait siteyi ziyaret etmesi ve bayi ile iletişime geçmesi veya tüketicilerin bayi tarafından otomatik olarak bilgilendirilmeyi talep etmiş olması vesilesiyle gerçekleşen satışlar pasif satışlardır. Bayinin internet sayfasını farklı dil seçeneklerinde sunması satışın pasif niteliğini etkilemeyecektir. Prensipte olarak her bayi, internet üzerinden satış yapabilme hakkına sahip olmalıdır...*" ifadelerine yer verilmekte ve devamında AB Kılavuzu'na benzer şekilde özellikle pasif satış kısıtlaması olarak nitelendirilebilecek örneklere yer verilmektedir. Yine Kılavuz'un internet satışlarına ilişkin paragrafları incelendiğinde, sağlayıcının haklı gerekçeler öne sürmeksizin, bayilerin üçüncü taraf platformlar/pazar yerleri üzerinden satış yapmaları kısıtlanamamaktadır<sup>7</sup>.
- (41) Bu noktada, konuya ilişkin Kurul tarafından verilen kararlara değinmekte fayda bulunmaktadır. Kurul'un 22.08.2017 tarih ve 17-27/454-195 sayılı BSH kararında, BSH'nin bayilerinin internet sitelerinde çevrim içi satış sekmesinde, BSH'nin merkezi internet sayfasına yönlendirmesi uygulaması ve 2015 öncesi sözleşmelerinde internet

<sup>4</sup> AB Kılavuzu paragraf 60.

<sup>5</sup> Cemile Yüksek, Seçici Dağıtım Sisteminde İnternette Satış Sınırlamaları, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi, s. 25. Örnek kararlar için bkz. C-439/09 Pierre Fabre Dermo-Cosmétique SAS, judgment of 13 October 2011, On September 19, 2013, the Kammergericht, the Court of Appeals of Berlin, Judgment, Case 2 U 8/09 Kart, Adidas AG, Bundeskartellamt 27 June 2014, B3-137/12, ASICS Deutschland GmbH, Bundeskartellamt, 26 August 2015, B2-98/11, Autorité de la concurrence, 12th December 2012, Decision n°12-D-23, Bang et Olufsen, Bosch Siemens Hausgeraete GmbH, Bundeskartellamt, 23 December 2013, B7-11/1, C-230/16, Coty Germany GmbH vs Parfümerie Akzente GmbH, of 6. December 2017.

<sup>6</sup> The Assessment of Selective Distribution Systems Post-Pierre Fabre, Cristiana De Faveri, Global Antitrust Review 2014, s. 93.

<sup>7</sup> Kılavuz para. 24-29.

satış yasağı maddesi pasif satışın kısıtlanması olarak değerlendirilmiş, daha önceki bir kararla verilen muafiyet geri alınarak teşebbüse Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca görüş gönderilmesine karar verilmiştir.

(42) Kurulun 15.02.2018 tarih ve 18-05/74-40 sayılı *Jotun* kararında, "...dosya konusu olayda *karşımıza çıkan ve yetkili satıcıların internet üzerinden satış yapmalarını mutlak olarak yasaklayan hükmün ilgili mevzuat çerçevesinde dikey anlaşmayı grup muafiyeti kapsamı dışına çıkaran bir dikey sınırlama niteliği taşıdığı değerlendirilmektedir...Dolayısıyla her ne kadar JOTUN bayilik ağını seçici dağıtım sistemi olarak kurmuşsa da, bayilere getirilen internet satış yasağının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olduğu ve gerek grup muafiyetinden, gerekse, en azından 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (d) bendini sağlamadığından, bireysel muafiyetten yararlanamayacağı görülmektedir...Bununla birlikte adı geçen teşebbüse, başta yetkili satıcılara getirilen internet yasağı olmak üzere pasif satış yasağı tesis edilmesine ilişkin düzenleme ve uygulamalara son vermesine yönelik olarak 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca görüş bildirilmesinin yerinde olacağı kanaatine varılmıştır." değerlendirmesine bulunularak teşebbüse Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca görüş gönderilmesine karar verilmiştir.*

(43) Yukarıda yer verilenler çerçevesinde genel olarak internet üzerinden yapılan satışların (satıcının aktif eylemi sonucu yapılan bir internet satışı olmadığı sürece) pasif satış olarak kabul edildiği ve bu satışların kısıtlanmasının pasif satış kısıtlaması olacağından grup muafiyetinden yararlanamayacağı, bireysel muafiyetten yararlanması için de üçüncü taraf internet platformları üzerinden satıldığında marka imajı zedelenecek lüks ürünler, reçeteli satılması gereken tıbbi ürünler ve internet satışına ilişkin kamu yasağının bulunduğu ürünlerde olduğu gibi internet satışının kısıtlanması için haklı bir gerekçenin öne sürülebildiği ürünlerin söz konusu olması gerektiği anlaşılmaktadır.

#### **I.4.3.1. YATAŞ ve DOĞTAŞ'ın İnternet Satışlarını Yasaklayıcı Sözleşme Hükümlerinin İncelenmesi**

(44) YATAŞ'ın 2016 yılına ait Bayilik Sözleşmesi'nin "*Bayi'nin Hak ve Yükümlülükleri*" başlıklı kısımda yer alan 3.7. maddesinde "*Bayi, Yataş'ın yazılı izni olmadan söz konusu emtiayı mağaza dışındaki hiçbir mahalde, geçici sürelerle dahi de olsa, hiçbir şekilde teşhir edemez, pazarlayamaz ve satamaz. Bayi, Yataş'ın yazılı izni olmadan faaliyet gösterdiği mağazayı değiştiremez ve yeni bir adrese taşınamaz.*" ifadesi yer almaktadır. 2017, 2018 ve 2019 yılına ait bayilik sözleşmelerinde ilgili maddenin<sup>8</sup> "*Bayi, Yataş'ın yazılı izni olmadan söz konusu emtiayı mağaza dışındaki hiçbir mahalde (sanal ortamda satış ve internet üzerinden satış dâhil), geçici sürelerle dahi de olsa, hiçbir şekilde teşhir edemez, pazarlayamaz ve satamaz. Bayi, Yataş'ın yazılı izni olmadan faaliyet gösterdiği mağazayı değiştiremez ve yeni bir adrese taşınamaz.*" şeklinde revize edildiği görülmektedir. Dolayısıyla YATAŞ'ın bayilik sözleşmelerinin 2016 yılında örtülü bir şekilde, 2017 ve takip eden yıllarda ise açık bir şekilde bayilerin internet üzerinden ürün satışı yapmalarını yasaklayan hüküm barındırdığı anlaşılmaktadır.

(45) DOĞTAŞ'ın 2015-2019 yıllarına ait Bayilik Sözleşmeleri'nin incelenmesinden ise "*Bayi'nin Hak ve Yükümlülükleri*" başlıklı kısımda yer alan 4.1.8. maddesinde "*Bayi, Doğtaş Kelebek'in yazılı ön izni olmaksızın, Sözleşme konusu Emtiyayı Mağaza dışındaki hiçbir mahalde, geçici sürelerle de olsa hiçbir şekilde teşhir edemez,*

<sup>8</sup> 2017 ve 2018 tarihli sözleşmelerde 3.7., 2019 tarihli sözleşmede 3.5. madde.

*pazarlayamaz ve satamaz. Bayi, Doğtaş Kelebek'in yazılı ön izni olmadan faaliyet gösterdiği Mağaza'yı değiştiremez ve yeni bir adrese taşınamaz.*" şeklindeki hşkmşn yer aldığı gşrşlmektedir. Sşz konusu maddenin internet satışlarının yasaklandığı şeklinde yorumlanmasının mşmkşn olduğu değerlendirilmektedir.

- (46) Yukarıda yer verildiği şzere, sağlayıcı konumundaki bir teşebbşsşn dikey anlaşmalarında yer alan ve alıcılarının internet şzerinden satışlarını kısıtlamaya yşnelik hşkşmler, incelemeye konu dikey anlaşmaları 2002/2 sayılı Tebliğ ile sağlanan grup muafiyetinin kapsamı dışına çıkarmaktadır. Bu sebeple, YATAŞ'ın ve DOĞTAŞ'ın Bayilik Sşzleşmeleri'nin pasif satış niteliğinde olan internet satışlarını yasaklaması nedeniyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine girdiği değerlendirilmektedir.

#### **I.4.3.2. Bireysel Muafiyet Değerlendirmesi**

- (47) Sşzleşmelerin grup muafiyetinden faydalanamayacağının tespitinin ardından 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olan bir sşzleşmenin, bu maddede şngşrşlen yasaklamadan bireysel olarak muaf tutulabilmesi için 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan dşrt koşulun tamamının karşılıyıp karşılamadığının değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda YATAŞ'ın ve DOĞTAŞ'ın Bayilik Sşzleşmesi'nin bu koşulları sağlayıp sağlamadığı değerlendirilmelidir.
- (48) 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (a) bendi çerçevesinde yapılacak değerlendirmede ortaya çıkacak yararlı etkilerin sadece işlemin tarafları için değil; ekonominin geneli için geçerli, somut nitelikte olması gerekmektedir. Bu çerçevede, şrneğin dağıtım maliyetlerinin dşşrşlmesi, mal arzının, çeşitliliğin artırılması, arzın devamlılığının sağlanması, satış şncesi hizmet kalitesinin artırılması gibi olumlu etkiler ekonominin geneline yansiyacak somut etkiler olarak sayılabilecektir.
- (49) Yukarıda ifade edildiği şzere, pasif satışın yasaklanması Tebliğ ve Kılavuz kapsamında ağır bir sınırlama olarak gşrşlmektedir. Dolayısıyla, objektif olarak gereklendirilmediği sşrece pasif satışın ilgili anlaşma kapsamında ya da fiili uygulamalar yoluyla kısıtlanması, dikey anlaşmadan beklenen ekonomik/teknik gelişme ve faydaları ortadan kaldırmaktadır. Bu kapsamda, gerek DOĞTAŞ'ın gerek YATAŞ'ın bayilerinin internet şzerinden şrşn satışı yapmalarını yasaklayan sşzleşme hşkmşnşn Kanun'un 5. maddesinin (a) bendinde yer alan dağıtım ve hizmet sunumunda gelişme ve iyileşmenin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması koşulunu karşılamayacağının açık olduğu değerlendirilmektedir.
- (50) 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi uyarınca, Sşzleşme'nin aynı kanun maddesinin (a) bendinde yer alan koşulu karşılamaması, diğer koşulları sağlıyor olsa dahi muafiyetten yararlanamayacağı anlamına gelmektedir. Bu itibarla Sşzleşme hşkşmlerinin kalan ũ koşul bakımından değerlendirilmesine gerek bulunmamaktadır.
- (51) Yukarıda DOĞTAŞ ve YATAŞ'ın mobilya pazarında sahip olduğu gşcşn kısıtlı olduğu değerlendirilmektedir. Bu bakımdan bu teşebbşslerin internet satışlarını kısıtlamaya yşnelik uygulamalarının rekabeti kısıtlayıcı etkisinin sınırlı olacağı gşz şnşnde bulundurulduğunda, DOĞTAŞ ve YATAŞ hakkında bir soruştırma açılmasına gerek bulunmadığı, YATAŞ ve DOĞTAŞ'a internet şzerinden satış yasağı tesis edilmesine ilişkin dşenlemelere ve uygulamalara son vermesine yşnelik olarak 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin ũřncř fıkrası uyarınca gşrşş gşnderilmesi gerektiği sonucuna varılmaktadır.

## J. SONUÇ

(52) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre,

- Dosya konusu iddialara yönelik olarak 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığına,
- Bununla birlikte, Doğtaş Kelebek Mobilya Sanayi ve Ticaret A.Ş. ve Yataş Yatak ve Yorgan Sanayi Ticaret A.Ş.'ye internet üzerinden satış yasağı tesis edilmesine yönelik olabilecek her türlü düzenleme ve uygulamaya son vermeleri ve bayileri ile yapılan sözleşmeleri bu çerçevede güncellemeleri gerektiği, aksi takdirde 4054 sayılı Kanun çerçevesinde haklarında işlem başlatılacağı yönünde aynı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca görüş bildirilmesi için Başkanlığın görevlendirilmesine,

Doğtaş Kelebek Mobilya Sanayi ve Ticaret A.Ş. bakımından OYBİRLİĞİ ile, Yataş Yatak ve Yorgan Sanayi Ticaret A.Ş. bakımından OYÇOKLUĞU ile gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 60 gün içinde Ankara İdare Mahkemelerinde yargı yolu açık olmak üzere karar verilmiştir.

**06.02.2020 tarih, 20-08/83-50 sayılı Karara ilişkin karşı görüş**

Rekabet Kurulu, YATAŞ ve DOĞTAŞ'ın bayilerinin yeniden satış fiyatını belirlemek, indirim oranlarını sabitlemek ve ödeme şekillerini sınırlamak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un ihlal edilip edildiği iddiası hakkında yürütülen önaraştırma sonucunda, YATAŞ ve DOĞTAŞ hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığına, ancak internetten bayilere getirilmiş olan internetten satış yasağın kaldırılması ile ilgili olarak 4054 sayılı Kanun'un 9 uncu maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca teşebbüslere görüş gönderilmesine karar vermiştir. DOĞTAŞ ile ilgili Kurul'un kararına iştirak etmekle birlikte, aşağıda yer alan gerekçelerle YATAŞ hakkında soruşturma açılmaması kanaat ve sonucuna katılmam mümkün olmamıştır.

Dosyada yer alan belgelerden (Belge-1 ve Belge-2) YATAŞ'ın bayilerinin yeniden satış fiyatına müdahale ettiğine yönelik yazışmaların olduğu görülmektedir. Kararın 20. paragrafında da tespit ve ifade edildiği üzere *“İzmir bölgesinde bir YATAŞ bayisinin, piyasanın durgun olduğu bir dönemde müşterilere YATAŞ'ın kendi kendi mağazalarında teklif edilenlere nazaran daha düşük fiyatlarla ürün sunduğu, bu durumun YATAŞ'ın merkezine iletiildiği, bir YATAŞ yöneticisinin, şikayet eden mağazalara yönelik olarak ilgili bayinin disipline edileceği, gerektiği takdirde bayilik sözleşmesine son verileceği biçiminde geri bildirimde bulunduğu anlaşılmaktadır.”* Ancak Kurul bu tespit ve değerlendirmeye rağmen, olayın münferit olduğu ilgili belgeler dışında başka bir delile ulaşılamadığı, ... gerekçeleriyle söz konusu iddia ve tespit ile ilgili olarak soruşturma açılmasına gerek görmemiştir.

Yeniden satış fiyatının tespiti, hem mahkeme hem de Kurul kararlarında son zamanlarda daha da belirgin bir şekilde amaç bakımından dahi ihlal olarak kabul edilmektedir. Bunun son örneği, YATAŞ'la aynı sektörde faaliyet gösteren BELLONA kararıdır. Benzer iddia ve tespitlerin söz konusu BELLONA dosyasında Kurul, soruşturma açmamış yine 9/3 kararı göndermiştir (02.11.2011, 11-55/1434-509). Söz konusu kararın Danıştay 13. Daire tarafından bozulması (2012/428 E.) üzerine yürütülen soruşturmada, BELLONA'nın yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi ihlal ettiğine karar vermiş ve idari para cezası uygulamıştır (26.03.2020, 20-16/231-112).

Dosyada yer alan bilgi ve belgeler istikametinde, YATAŞ hakkında soruşturma açılması gerektiği kanaatiyle, Kurulun bu yöndeki çoğunluk görüş ve sonucuna katılmam mümkün olmamıştır.

Hasan Hüseyin ÜNLÜ

Kurul Üyesi