

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2023-3-062 (Soruşturma/Taahhüt)
Karar Sayısı : 23-60/1175-421
Karar Tarihi : 21.12.2023

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

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

B. RAPORTÖRLER : Abdulsamed TÜRLÜ, Özlem NARHIN, Selahattin Burak EKEN,
Zeynep ÇUBUK

**C. BAŞVURAN
TARAF**

: - Hunca Life Kozmetik Pazarlama Dağıtım Ticaret AŞ
Temsilcileri: Av. Onurhan AYAS, Av. Begün Büşra ŞEN
Korkutreis Mahallesi Sezenler Caddesi 4/12 Sıhhiye/Ankara

D. ŞİKAYETÇİ : - Resen

- (1) **E. DOSYA KONUSU:** Rekabet Kurulunun 17.08.2023 tarih ve 23-39/734-M(3) sayılı kararı ile Hunca Life Kozmetik Pazarlama Dağıtım Ticaret AŞ hakkında 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesini ihlal edip etmediğinin tespitine yönelik olarak açılan soruşturma kapsamında Hunca Life Kozmetik Pazarlama Dağıtım Ticaret AŞ tarafından sunulan taahhüt metninin değerlendirilmesi.
- (2) **F. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurulunun (Kurul) 30.03.2023 tarihli toplantısında 23-16/292-M sayılı karar ile Hunca Life Kozmetik Pazarlama Dağıtım Ticaret AŞ (HUNCALIFE) hakkında önaraştırma açılmasına karar verilmiştir. Önaraştırma kapsamında 11.07.2023 tarihinde HUNCALIFE ve Hunca Ambalaj Sanayi ve Ticaret AŞ'de (HUNCA AMBALAJ) yerinde inceleme gerçekleştirilmiştir
- (3) Önaraştırma süreci sonunda hazırlanan 10.08.2023 tarih ve 2023-3-018/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu, Kurulun 17.08.2023 tarihli toplantısında ele alınmış, 23-39/734-M(3) sayılı kararla HUNCALIFE hakkında 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 4. maddesini ihlal edip etmediğinin tespiti amacıyla soruşturma açılmasına karar verilmiş olup Soruşturma Bildirimi 31.08.2023 tarihinde elektronik tebligat sistemi aracılığıyla tebliğ edilmiştir.¹ Akabinde HUNCALIFE tarafından Kurum kayıtlarına 04.09.2023 tarih ve 42131 sayı ile intikal eden dilekçe ile taahhüt başvurusu yapılmıştır. Söz konusu taahhüt talebi Kurulun 14.09.2023 tarih ve 23-43/831-M kararı ile kabul edilerek taahhüt görüşmelerine başlanılmasına karar verilmiştir.
- (4) Bu kapsamda 28.09.2023 tarihinde HUNCALIFE vekiliyle taahhüt görüşmesi gerçekleştirilmiş ve HUNCALIFE'tan bilgi ve belge talebinde bulunulmuştur. Söz konusu bilgi ve belge talebine yönelik gelen cevabi yazılar 12.10.2023 tarih ve 43474

¹ Elektronik yolla tebligat, muhatabın elektronik tebligat adresine ulaştığı tarihi izleyen beşinci günün sonunda yapılmış sayıldığından soruşturma tarafının resmi tebellüğ tarihi 05.09.2023'tür.

sayı, 16.10.2023 tarih ve 43561 sayı ve 20.10.2023 tarih ve 43726 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.

- (5) Ek olarak taahhüt görüşmesinden sonraki süreçte de 25.10.2023 tarih ve 75489 sayı ile bilgi ve belge talebinde bulunulmuş olup buna yönelik cevabi yazı 27.11.2023 tarih ve 45338 sayı ile Kurum kayıtlarına girmiştir.
- (6) Soruşturma tarafınca sunulan nihai taahhüt metni ise 08.12.2023 tarih ve 45825 sayılı belge ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (7) Bu çerçevede hazırlanan 20.12.2023 tarihli, 2023-3-062/BN-02 sayılı Bilgi Notu, Kurulun 21.12.2023 tarihli toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

G. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ: İlgili Bilgi Notunda;

- Hunca Life Kozmetik Pazarlama Dağıtım Ticaret AŞ'nin sunmuş olduğu taahhütlerin tespit edilen rekabet sorunlarıyla orantılı, bu sorunları gidermeye elverişli, kısa sürede yerine getirilebilir ve etkili şekilde uygulanabilir olduğu gerekçesiyle kabul edilebileceği,
- Hunca Life Kozmetik Pazarlama Dağıtım Ticaret AŞ'nin sunmuş olduğu taahhütlerin Rekabet Kurulunun kısa kararının tebliğinden itibaren 60 gün içerisinde Rekabet Kurumuna tevsik edilmesinin uygun olduğu,
- Dolayısıyla nihai taahhüt metninin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 43. maddesinin üçüncü fıkrası ile 2021/2 sayılı Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılmasına Yönelik Önergilerde ve Soruşturmalarda Sunulacak Taahhütlere İlişkin Tebliğ'in 14. maddesinin birinci fıkrası uyarınca bağlayıcı hale getirilerek Hunca Life Kozmetik Pazarlama Dağıtım Ticaret AŞ hakkında başlatılmış olan soruşturmanın sonlandırılabilirliği

sonuç ve kanaatine ulaşıldığı ifade edilmiştir.

H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

H.1. Hakkında Soruşturma Yürütülen Taraf: HUNCALIFE

- (8) HUNCA AMBALAJ ve HUNCALIFE, (.....) tarafından kontrol edilmektedir. HUNCALIFE, "huncalife.com.tr" adresli web sitesi aracılığıyla faaliyetlerini sürdürmektedir. HUNCALIFE e-ticaret sistemini beş aydır uygulamakta olup HUNCALIFE'in herhangi bir bayisi, distribütörü, yetkili satıcısı, temsilcisi ve anlaşması bulunmamaktadır.² HUNCA AMBALAJ ise *Jagler, Caldion, She, Equal, Viva Cappio, Hunca Care, Ivrandi, Carminella* ve *Extory* markaları ile deodorant, parfüm, roll-on ve şampuan kategorilerinde kişisel bakım ürünlerinin satışını gerçekleştirmektedir. HUNCA AMBALAJ'ın dağıtım kanalları; distribütörler ile ulusal zincir mağazalardan oluşmakta olup HUNCA AMBALAJ doğrudan satış kanalında faaliyet göstermemektedir.
- (9) Aynı ekonomik bütünlük içinde yer alan Hunca Kozmetik Sanayi AŞ ise Hunca markası altındaki tüm ürünlerin üretimini gerçekleştirmektedir. Dosya kapsamında elde edilen bulgulardan biri HUNCALIFE'a diğeri ise HUNCA AMBALAJ'a ilişkindir.

² HUNCALIFE daha önce doğrudan satış yöntemi ile faaliyetlerini sürdürmüştür.

- (10) (.....) tarafından kontrol edilen ve aynı grup içerisinde yer alan diğer teşebbüsler ve faaliyet alanları hakkında bilgiye aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.³

Tablo-1: HUNCA Grubu İçerisinde Yer Alan Diğer Teşebbüsler

Teşebbüs	Faaliyet Alanı
Hunca Dış Ticaret AŞ	Yalnızca ihracat yapmak amacıyla kurulduğu ancak çok fazla faal olmayan bir teşebbüs olduğu belirtilmiştir.
Hunca Mağazacılık AŞ	Çerkezköy'de fabrika satış mağazası olarak faaliyet göstermektedir.
Hunca Kozmetik Sanayii AŞ	Üretici firma olarak faaliyet göstermekte olup ihracat da yaptığı belirtilmiştir.
Hunca Yatırım Holding AŞ	Finans alanında yatırım amaçlı olarak kurulduğu belirtilmiştir.
Kaynak: Cevabi Yazı	

H.2. İlgili Pazar

H.2.1. İlgili Ürün Pazarı

- (11) Kozmetik, 5324 sayılı Kozmetik Kanunu ve 25823 sayılı Kozmetik Yönetmeliği çerçevesinde, insan vücudunun epiderma, tırnaklar, kıllar, saçlar, dudaklar ve dış genital organlar gibi değişik dış kısımlarına, dişlere ve ağız mukozasına uygulanmak üzere hazırlanmış, tek veya temel amacı bu kısımları temizlemek, koku vermek, görünümünü değiştirmek ve/veya vücut kokularını düzeltmek ve/veya korumak veya iyi bir durumda tutmak olan bütün preparatları ve maddeleri kapsamaktadır. Ürün ve ürün grupları bazında birçok alt pazara ayrılabilen kozmetik sektöründe, kremler, makyaj malzemeleri, parfümler, saç boyaları ve sabunlar gibi ürünler belli başlı kozmetik ürünlerini oluşturmaktadır.
- (12) Geçmiş Kurul kararlarında⁴ kozmetik ürünleri, harcıâlem (*mass market*) kozmetik ürünleri ve seçici (*selektif*) kozmetik ürünleri olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Bu ayrımın dayandığı temel nokta, seçici kozmetik ürünlerinin diğer ürünlerden farklılaştırılmış özel niteliklere sahip olması dolayısıyla, farklı üretim ve pazarlama yöntemleri kullanılarak piyasaya arz edilmesidir. Harcıâlem ürünler, marketler gibi alışılabilmiş perakende satış kanallarıyla pazarlanıp satılabilirken, seçici ürünlerde, ürünün satışı sırasında özel eğitilmiş personel görevlendirilmekte, müşteri ihtiyaçlarını belirleyebilmek için çeşitli cihazlar kullanılabilir. Harcıâlem ve seçici kozmetik ürünleri genel itibarıyla birbirinden farklılaşmaktadır. Bununla birlikte bu ayrıma gerek duyulmayıp pazarın kozmetik ürünleri olarak daha geniş tanımlandığı Kurul kararları da mevcuttur⁵.
- (13) İlgili pazar, yukarıda belirtildiği gibi ürün bazında tanımlanabilecek olsa da dosya bağlamında yapılacak incelemenin sonuçlarını değiştirmeyeceğinden böyle bir kısıtlıma ihtiyaç olmadığı kanaatine varılmıştır. Bu çerçevede ilgili ürün pazarı "kozmetik ve kişisel bakım ürünleri" olarak belirlenmiştir.

H.2.2. İlgili Coğrafi Pazar

³ Tabloda yer verilen teşebbüslere ek olarak Hunca Grubu içerisinde; Hunca Kozmetik Pazarlama Dağıtım ve Ticaret AŞ ile Hunca Global Dış Ticaret AŞ'ye verilmiş olup anılan iki teşebbüsün de terkin edildiği (faaliyetlerinin sonlandırıldığı) ifade edilmiştir.

⁴ 10.10.2005 tarihli ve 05-66/946- 255 sayılı, 08.05.2008 tarihli ve 08-32/401-136 sayılı, 09.09.2009 tarihli ve 09-41/987-249 sayılı, 16.09.2021 tarihli ve 21-43/638-317 sayılı Kurul kararları.

⁵ Kurulun 15.01.2004 tarihli ve 04-03/48-13 sayılı kararı.

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

H.3. Taahhüde Konu Rekabet Sorunları

H.3.1. HUNCALIFE'in Aktif ve Pasif Satış Kısıtlamasına Yönelik Uygulamalarına İlişkin Değerlendirme⁶

- (15) Taahhüt görüşmelerine konu edilen iddialardan birisi, HUNCALIFE tarafından yeniden satıcılara aktif ve pasif satış yasağı getirilmesine ilişkindir. Soruşturma kapsamında HUNCA AMBALAJ'ın, Arpacıoğlu Gıda İtiryat San. ve Tic. AŞ de (ARPACIĞOLU) dahil olmak üzere 13 distribütörüyle⁷ aynı hükümleri barındırdığı tespit edilen sözleşmelere taraf olduğu tespit edilmiştir.⁸ HUNCA AMBALAJ'ın yeniden satıcıları ile imzaladığı yetkili satıcılık sözleşmelerinin 4.3.12'nci maddesinde yer alan ifadelerle aşağıda yer verilmiştir.

4.3.12. YETKİLİ SATICI, SÖZLEŞME'de belirtilmiş olan veya belirtilecek olan ürünleri münhasıran HUNCA'dan temin edeceğini, her ne şekilde ve surette olursa olsun, doğrudan veya dolaylı olarak başka bir yerden temin etmeyeceğini aksi tutumun işbu sözleşmenin HUNCA tarafından haklı nedenle tazminatsız olarak fesih sebebi sayılacağını kabul, beyan ve taahhüt eder.

- (16) Yukarıda yer verilen sözleşme maddesinden HUNCA AMBALAJ'ın yetkili satıcıları ile imzaladığı sözleşmede; yeniden satıcıların birbirlerine ürün satamayacakları, yetkili satıcıların sözleşme konusu ürünleri yalnızca HUNCA AMBALAJ'dan alabilecekleri, yetkili satıcıların tek elden satın alma yükümlülüğüne tabi kılındığı veya diğer bir ifadeyle HUNCA AMBALAJ'a tek elden dağıtım hakkı sağlandığı anlaşılmaktadır.

HUNCA AMBALAJ'ın Dağıtım Sistemi

- (17) Söz konusu sözleşme hükmünün rekabet hukuku kapsamında değerlendirilebilmesi için öncelikle HUNCA AMBALAJ'ın dağıtım sisteminin belirlenmesi gerekmektedir. Alıcılara bu türden bir yükümlülük getirilmesi kural olarak serbest olmakla birlikte, seçici dağıtım sisteminin uygulandığı durumda, Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği (2002/2 sayılı Tebliğ) hükümleri çerçevesinde grup muafiyeti dışında kalabilecektir.
- (18) Yetkili satıcılar arasındaki alım-satımın engellenmesi, diğer deyişle yetkili satıcılara tek elden satın alma yükümlülüğü getirilmesi, seçici dağıtım sistemi uygulanan durumlar hariç olmak üzere sağlayıcının pazar payının %30'u aşmadığı sürece sağlayıcının

⁶ Teşebbüsün internet satışlarını kısıtlamaya yönelik eylemleri de pasif satış kısıtlaması niteliği taşıdığından dolayı bu başlık altında ele alınmış, internet satışlarının kısıtlanmasına yönelik olarak ayrı bir başlık açılmasına gerek görülmemiştir.

⁷ ARPACIOĞLU haricinde söz konusu 12 distribütörün ticaret ünvanları şu şekildedir: APS Gıda Enerji Kimya Tarım San. ve Tic. AŞ, B. Birleşim Gıda ve İhtiyaç Mad. San. ve Tic. AŞ, Bivaş Kozmetik Tüketim Ürünler Temizlik İtr. Paz. San. Tic. AŞ, Değişim Tüketim ve Tarım Ürünleri Dağıtım AŞ, Duru İtiryat Dep. San. ve Tic. AŞ, Duru Pazarlama Ticaret ve Sanayi AŞ, Egem Kozmetik İtr. Parfümeri Gıd. İhr. San. Tic. Ltd. Şti., Er-saray İtr. Kozm. Tıb. İnş. San. Ltd. Şti., Kariyer Kozm. Gıda Dağıt. Paz. Turz. İnş. Ve Nakl. Ltd. Şti., Kılıçlar Tüketim Gıd. Temz. Ürn. İml. Taah. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti., Malatya İtiryat San. ve Tic. AŞ, Peybak Gıda ve İht. Mad. San. ve Tic. Ltd. Şti.

⁸ Önaraştırma Raporunda HUNCA AMBALAJ ve ARPACIOĞLU arasındaki sözleşme hükmüne yer verilmiş olup soruşturma tarafına yalnızca anılan sözleşme hükümleri açısından bildirim yapılmıştır.

2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında grup muafiyetinden yararlanmaktadır.⁹ HUNCA AMBALAJ'ın yetkili satıcılık sözleşmelerinde, Kuruma intikal eden cevabi yazılarda ve dosya mevcudunda yer alan bilgi ve belgelerde HUNCA AMBALAJ tarafından seçici dağıtım sistemi uygulandığına işaret eden herhangi bir hükme rastlanmaması ve HUNCA AMBALAJ'ın da seçici dağıtım sistemi uyguladığına dair herhangi bir beyanı bulunmaması dikkate alınarak, HUNCA AMBALAJ'ın seçici dağıtım sistemi uygulamadığı kanaatine varılmıştır. Ek olarak soruşturma tarafınca sunulan tahmini bilgilere göre HUNCA AMBALAJ eau de toilette (EDT)¹⁰ pazarında %(.....), deodorant pazarında %(.....) ve şampuan pazarında ise %(.....) pazar payına sahiptir. HUNCA AMBALAJ'ın dar bir pazar tanımında dahi %30 pazar payı eşiğinin altında olduğu bir diğer ifadeyle HUNCA AMBALAJ'ın pazar payının 2002/2 sayılı Tebliğ'de belirlenen eşiği aşmadığı görülmektedir. Dolayısıyla HUNCA AMBALAJ tarafından yetkili satıcılara getirilen tek elden satın alma yükümlülüğünün Tebliğ ile sağlanan grup muafiyeti kapsamında olduğu değerlendirilmiştir.

- (19) Dosya kapsamındaki bir diğer bulgu ise Kurum kayıtlarına 20.03.2023 tarih ve 36703 sayı ile intikal eden ve HUNCALIFE'in yeniden satıcıları için hazırladığı, yeniden satıcılarına iş kurallarını anlattığı kitapçıkta yer almaktadır. Söz konusu kitapçıkta yer alan ifadeler aşağıda yer verilmiştir:

6.1.d HuncaLife ürünleri nihai tüketicilere sadece doğrudan satış yöntemiyle satılırlar. HuncaLife ürünlerinin perakende noktalarda, internet üzerinde satıldığını gören Temsilciler bu durumu derhal ayrıntılarıyla birlikte Müşteri Hizmetleri Birimine bildirmekle yükümlüdürler.

6.2.d Temsilciler satış metodu olarak sadece doğrudan satış (kapıdan kapıya satış) yöntemini kullanabilirler.

6.2.1.g Temsilciler, kendi web sitelerinde HuncaLife ürünlerinin sadece tanıtımını yapabilirler, e-ticaret yoluyla ürün satışı yapamazlar. Aksi tespit edilen durumlarda Temsilci Etik Kurul'a sevk edilir, ayrıca yasal prosedür uygulanır.

- (20) Yukarıda yer alan maddelerden;

- HUNCALIFE satış temsilcilerinin, perakende noktalardaki ve internet üzerindeki satışlarının yasaklandığı,
- Söz konusu satış kısıtlamasına aykırı bir satışın diğer HUNCALIFE temsilcilerince anlaşılması ya da fark edilmesi halinde satış temsilcilerinin bu durumu HUNCALIFE'a bildirmekle sorumlu tutulduğu,
- HUNCALIFE'in satış temsilcilerine getirmiş olduğu satış kanalı kısıtlamasının takibini yine satış temsilcileri aracılığıyla sağlamaya çalıştığı, HUNCALIFE'in bu yolla satış kısıtlaması için bir nevi takip mekanizması oluşturmayı amaçladığı,
- HUNCALIFE satış temsilcilerinin yalnızca doğrudan satış yöntemi ile satış yapabileceklerinin vurgulandığı,
- HUNCALIFE satış temsilcilerinin kendi web sitelerini açmalarına/kullanmalarına izin verildiği ancak söz konusu web sitelerinin yalnızca tanıtım/bilgilendirme/ amacıyla kullanılabilmesi, satış temsilcilerince web sitesi/e-ticaret aracılığıyla ürün satışının yapılamayacağı

⁹ Bkz. Kılavuz, para. 147.

¹⁰ EDT, cilt spreyi olarak kullanılan hafif kokulu parfüm ve/veya kolonyayı ifade etmektedir.

anlaşılmakta olup HUNCALIFE satış temsilcilerinin perakende ve e-ticaret satış kanallarını kullanmasının engellendiği dolayısıyla yeniden satıcılara hem aktif hem de pasif satış yasağı getirildiği değerlendirilmektedir.

Perakende Noktalardaki Satış Yasağına İlişkin Değerlendirme

- (21) Getirilen hüküm kapsamında HUNCALIFE'in yetkili satıcılarına, perakende satış noktalarında ürün satış kısıtlaması getirmesi ile bu noktalara aktif ve pasif satış yapmasının yasaklandığı anlaşılmaktadır. HUNCALIFE'in yeniden satıcılarına yönelik olarak perakende noktalara/perakende noktalarda satış kısıtlaması getirmesinin 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında sözleşmeyi grup muafiyetinden çıkararak ağır bir sınırlama olduğu değerlendirilmiştir. 2002/2 sayılı Tebliğ "Anlaşmaları Grup Muafiyeti Kapsamı Dışına Çıkararak Sınırlamalar" başlıklı 4. maddesinin (b) bendine göre, bir sağlayıcı tarafından alıcının sözleşme konusu mal veya hizmetleri satacağı bölge veya müşterilere ilişkin kısıtlamalar getirilmesi Tebliğ kapsamında muafiyetten yararlanamayan bir sınırlama olup yalnızca sağlayıcı teşebbüsün, kendisine veya bir alıcıya tahsis edilmiş münhasır bölgeye ya da müşteri grubuna yapılacak aktif satışları kısıtlayabilmesi istisna tutulmuştur.¹¹ Bu kapsamda HUNCALIFE'in herhangi bir müşteri ya da bölge grubu oluşturmaksızın tümüyle perakende noktalarda satış kısıtlaması getirmesinin, grup muafiyetinden yararlanamayacağı değerlendirilmiştir.

İnternet Satış Kısıtlamasına İlişkin Değerlendirme

- (22) Bunun yanı sıra dosya kapsamında değerlendirilen rekabet sorunlarından bir diğeri de HUNCALIFE'in yeniden satıcılarına internet satış kısıtlaması getirmesidir. Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz'un (Dikey Kılavuz) 21. paragrafında da belli bir bölgeye veya müşteri grubuna yapılacak pasif satışların kısıtlanmasının anlaşmayı grup muafiyeti dışına çıkararak ihlal olarak değerlendirileceği ifade edilmekte, 24. paragrafında ise pasif satış başka bir alıcının bölgesindeki veya müşteri grubundaki müşterilerden gelen ve alıcının aktif çabaları neticesi olmayan talepleri karşılamak (alıcı malın teslimatını müşterinin adresine götürerek yapsa dahi) şeklinde tanımlanmaktadır.
- (23) Ülkemiz rekabet hukuku mevzuatı ve Kurul içtihadı kapsamında internet üzerinden yapılan satışlar genellikle pasif satış olarak değerlendirilmektedir. Bu çerçevede bir sağlayıcının alıcılarının internet üzerinden satış yapmasını kısıtlaması bir tür pasif satış kısıtlaması niteliğindedir. Dikey Kılavuz'un 25. paragrafında, "*bir sağlayıcının, dağıtıcıların/bayilerin/alıcıların kendi internet siteleri üzerinden satış yapmalarını kısıtlaması bir tür pasif satış kısıtlaması niteliğindedir*" ifadesi yer almaktadır. Böylece, anılan düzenlemelerde belirtildiği üzere yetkili dağıtıcıların internet üzerinden satış yapmasının yasaklanması pasif satış olarak nitelendirilmekte ve ilgili anlaşmayı grup muafiyetinin kapsamı dışına çıkararak bir kısıtlama oluşturmaktadır.
- (24) Dikey Kılavuz'un 28. paragrafında sağlayıcının fiziki satış noktaları veya reklam ve promosyonların yayınlandığı kataloglar için getirebildiği gibi, satış kanalı olarak internetin kullanımına yönelik bazı koşullar öngörebileceği belirtilmiştir. Örneğin sağlayıcının, ürünlerinin satışa sunulduğu internet sitesine yönelik kalite koşulları getirebileceği, bunun gibi internetten alışveriş yapan tüketicilere belli hizmetlerin sunulması şartını öngörebileceği ifade edilmiştir. İlaveten "*... bu koşulun amacı, sadece internet üzerinden satış yapan oyuncuların pazarın dışına itmek veya satışlarını kısıtlamak olmamalıdır. Bu koşula ek koşulların getirilmesi de mümkün olmakla birlikte önem arz eden husus, bu koşulların amacının doğrudan veya dolaylı olarak dağıtıcının*

¹¹ Dikey Kılavuz para. 22

internet satışlarını engellemek olmamasıdır. Getirilen koşulların gerekçesi, dağıtımın niteliği ve kalitesini, marka imajını ve/veya potansiyel etkinliği artırıcı vb. unsurlar bakımından objektif olarak somut, makul ve kabul edilebilir olmalıdır. Benzer şekilde sağlayıcı, alıcının sadece belirli standart ve koşulları karşılayan "satış platformları/pazar yerleri" üzerinden satış yapmasını isteyebilecektir. Ancak getirilen bu kısıtlamanın amacı, dağıtıcının internet üzerinden satışını ve fiyat rekabetini engellemek olmamalıdır. Bunun gibi, nesnel, tek tip ve ürünün kendine has nitelikleri doğrultusunda şartlar ve gerekçeler öne sürmeden genel olarak platformlardan satışın yasaklanması ihlal olarak değerlendirilebilecektir." ifadelerine yer verilmiştir.

- (25) İnternet satış yasakları ile ilgili Kurul kararlarına bakıldığında, Kurulun; *Yatsan*¹², *Antis*¹³, *Jotun*¹⁴, *BSH*¹⁵ ve *Avon*¹⁶ kararları çerçevesinde internet satışlarına ilişkin getirilen kısıtlamaları incelediği görülmektedir.
- (26) *Yatsan* kararında öncelikle, internetten satış yasağının, pasif satışların engellenmesi bağlamında ağır sınırlama niteliği taşıdığı belirtilmiş; sonrasında, bu nitelikteki kısıtlamaya ilişkin kamu güvenliğinin ve sağlığının korunması gibi objektif bir gerekçenin ve yeni bir ürünün pazara sunulması/mevcut markanın yeni bir pazarda ilk defa pazarlanması durumunun var olup olmadığı analiz edilerek olay özelinde bu şartların karşılanmadığı sonucuna varılmıştır. Bireysel muafiyet değerlendirmesinde ise teşebbüs tarafından yasaklamanın gerekçesi olarak ileri sürülen bedavacılık riski ve marka imajını koruma sebeplerinin önemli olduğu kabul edilmiş ancak AB Komisyonu'nun Kılavuzda benimsediği yaklaşıma dikkat çekilerek, anılan hedeflere ulaşmak açısından daha az kısıtlayıcı önlemlerin olduğu vurgulanmıştır. Ayrıca, internetin tüketicilere sağladığı faydalara değinilerek kısıtlamanın tüketici nezdinde fayda doğurmasının muhtemel olmadığı belirtilmiştir.
- (27) Yukarıda yer verilen kararlar ve değerlendirmeler ışığında, Türk Rekabet Hukuku mevzuatı kapsamında internet satışlarına ilişkin kesin ve genel bir yasaklamanın, marka içi rekabeti kısıtladığı ve pasif satışların engellenmesi bağlamında ağır sınırlama niteliği taşıdığı kabul edilmektedir. Mevcut dosyaya benzer şekilde doğrudan satış yönteminin ele alındığı *Avon* kararında da sağlayıcı tarafından yeniden satıcıların internet satışlarının engellenmesinin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine aykırılık teşkil ettiği sonucuna ulaşılmıştır.¹⁷
- (28) Sonuç olarak internet satışları da dâhil olmak üzere perakende noktalardaki satışların ilgili maddelerce tamamen yasaklanıyor olması yeniden satıcılar bakımından aktif ve pasif satışların engellenmesi olarak değerlendirilmektedir.
- (29) Yukarıda yer verilen belge ve bilgiler birlikte değerlendirildiğinde, HUNCALIFE tarafından yeniden satıcılarının internet satışları da dahil olmak üzere perakende noktalardaki satışlarını kısıtlamasına konu eylemleri, 2021/2 sayılı Tebliğ kapsamında rekabet sorunu olarak değerlendirilmektedir. Teşebbüsün söz konusu rekabet sorunlarını gidermeye yönelik taahhüt sunduğu dikkate alınarak, anılan eylemler hakkında ayrıca muafiyet değerlendirmesi yapılmasına gerek görülmemiştir.

¹² 23.09.2010 tarih ve 10-60/1251-469 sayılı Kurul kararı.

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

¹⁴ 15.02.2018 tarih ve 18-05/74-40 sayılı Kurul kararı.

¹⁵ 22.08.2017 tarih ve 17-27/454-195 sayılı Kurul kararı.

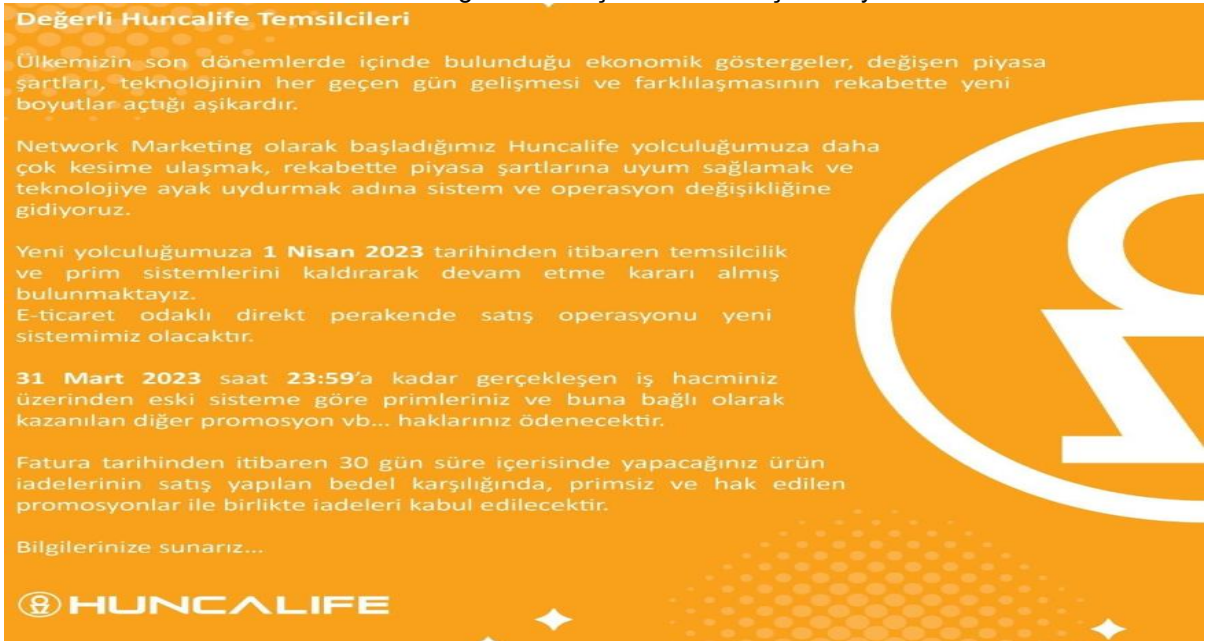
¹⁶ 23.03.2023 tarih ve 23-15/252-83 sayılı Kurul kararı.

¹⁷ 23.03.2023 tarih ve 23-15/252-83 sayılı Kurul kararı.

HUNCALIFE'in Mevcut Dağıtım Sistemi ve Sunulan Taahhütler Bakımından Değerlendirme

- (30) HUNCALIFE, söz konusu satış kısıtlamalarını uyguladığı dönemde doğrudan satış yöntemi uygulamakta olup teşebbüs tarafından bu satış yönteminin 31.03.2023 itibarıyla sonlandırıldığı belirtilmiştir. Teşebbüsün doğrudan satış yöntemi uyguladığı dönemde getirdiği perakende ve internet satış kısıtlamalarının aktif ve pasif satışların kısıtlanması niteliğinde olduğu ve 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinin (b) bendi çerçevesinde grup muafiyeti dışında kaldığı değerlendirilmiştir. Öte yandan HUNCALIFE'in yeniden satıcılarına getirmiş olduğu kısıtlamaların, teşebbüsün doğrudan satış yöntemini benimsemesinden kaynaklandığı görülmektedir. Ancak mevcut durumda HUNCALIFE'in doğrudan satış yöntemi aracılığıyla ürün satışı yöntemini 31.03.2023 tarihinde sonlandırdığı belirtilmiştir. HUNCALIFE tarafından doğrudan satış sürecinin sonlandırıldığına dair duyuruya aşağıda yer verilmiştir:

Ekran Görüntüsü-1:HUNCALIFE'in Doğrudan Satış Yöntemine İlişkin Duyurusu



Kaynak: Cevabi Yazı

- (31) HUNCALIFE'in doğrudan satış yöntemini hâlihazırda sonlandırmış olması nedeniyle, doğrudan satış kanalı bakımından tespit edilen rekabet sorunlarının kendiliğinden ortadan kalmış olduğu sonucuna ulaşılabilecektir. Ancak kozmetik sektöründe doğrudan satış yönteminin yaygın olarak kullanıldığı, HUNCALIFE'in da bu sistemi uzunca bir süre yürütmüş olması sebebiyle uhdesinde belirli sayıda doğrudan satıcının iletişim vb. bilgisinin bulunduğu, dolayısıyla gerekli görmesi halinde büyük bir engelle karşılaşmaksızın tekrar bu satış modelini hayata geçirebileceği değerlendirilmiştir. HUNCALIFE ile aynı ekonomik bütünlük içerisinde yer alan teşebbüslerin kozmetik sektörünün üretim ve satış alanında faaliyet gösteriyor olması da bu ihtimali güçlendirmektedir. Bu nedenle, sunulan taahhütlerin mevcut durum için uygulanabilir olmadığı ancak teşebbüsün gelecekte tekrar doğrudan satış modeline dönmesi halinde ortaya çıkabilecek rekabet sorunlarını ortadan kaldıracabileceği değerlendirilmiştir. Ek olarak, HUNCALIFE ile aynı ekonomik bütünlük içerisinde yer alan ve kozmetik ve kişisel bakım ürünlerinin satışını gerçekleştiren HUNCA AMBALAJ tarafından halihazırda yeniden satıcılar aracılığıyla satış faaliyeti yürütüldüğü, dolayısıyla sunulan taahhütlerin bu şirket tarafından sebep olunabilecek potansiyel rekabet sorunlarının önüne geçebileceği değerlendirilmiştir.

H.3.2. Taahhüt Metni ve Değerlendirilmesi

H.3.2.1. HUNCALIFE Tarafından Sunulan Taahhüt Metni

(32) HUNCALIFE, nihai taahhüt metnini 08.12.2023 tarih ve 45825 sayı ile Kuruma sunmuştur. HUNCALIFE'in dosya kapsamındaki olası rekabet sorunlarını engellemeye yönelik olarak sunduğu taahhüt metni aşağıdaki şekildedir:

- *“**Hunca Ambalaj Sanayi ve Ticaret AŞ ve Hunca Life Kozmetik Pazarlama Dağıtım Ticaret AŞ ürünlerinin, perakende seviyede çevrim içi tüm mecralar dâhil olmak üzere tüm satış kanallarında satışı yapılabilir. Perakende seviyesinde faaliyet gösteren yeniden satıcıların, perakende satış noktaları ile internet üzerinden satış yapabilmeleri için ayrı bir izin veya onay aranmaz. Bu hükümle sözleşmede çelişen hükümler uygulanmaz**”* hükmünün perakende seviyesinde faaliyet gösteren satıcılar ile akdedilen sözleşmelere eklenmesi, gelecekte akdedilecek sözleşmeler de bu hükmün yer alması ve söz konusu hususa (perakende seviyesindeki tüm satış kanallarında ürünlerin satışının serbest olduğu) ilişkin olarak internet sitesi yoluyla duyuru yapılması sağlanacaktır.
- *Hunca Ambalaj Sanayi ve Ticaret AŞ ve Hunca Life Kozmetik Pazarlama Dağıtım Ticaret AŞ tarafından sunulan taahhütler bakımından, kısa kararın tarafınıza tebliğini takiben 60 (altmış) gün içerisinde tamamlanması Rekabet Kurumu kayıtlarına tevsik edilecektir.*
- *İşbu taahhütlerin Kurul tarafından kabul edilmesi halinde tarafımıza tanınacak tevsik süresi içerisinde ilgili değişiklikler hızlıca tamamlanıp Kurum kayıtlarına intikal edecek biçimde gönderilecektir.”*

H.3.2.2. Taahhüt Metninin Değerlendirilmesi

(33) 2021/2 sayılı Tebliğ'in "Kapsam" başlıklı 2. maddesi şu şekildedir:

“Bu Tebliğ; açık ve ağır ihlaller hariç olmak üzere, 4054 sayılı Kanunun 4 üncü veya 6 ncı maddesi kapsamında ortaya çıkan rekabet sorunlarının giderilmesine yönelik olarak ilgili teşebbüslerce ya da teşebbüs birliklerince sunulan taahhütleri kapsamaktadır.

(34) Bununla birlikte 2021/2 sayılı Tebliğ'in "Tanımlar" başlıklı 4. maddesi açık ve ağır ihlallere konu olan hususları;

“Bir mal veya hizmet piyasasındaki rekabet doğrudan ya da dolaylı olarak engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan;

1) Rakip teşebbüsler arasında fiyat tespiti, müşterilerin, sağlayıcıların, bölgelerin ya da ticaret kanallarının paylaşılması, arz miktarının kısıtlanması veya kotalar konması, ihalelerde danışıklı hareket, gelecekte uygulanması planlanan fiyat, üretim ya da satış miktarı gibi rekabete duyarlı bilgilerin paylaşılması,

2) Üretim veya dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren teşebbüsler arası ilişkide alıcının sabit veya asgari satış fiyatının belirlenmesi

konularında gerçekleşen anlaşma ve/veya uyumlu eylemler ile bu konulara ilişkin teşebbüs birliği karar ve eylemleri”

olarak düzenlemiştir.

(35) Dosya kapsamında yapılan tespitler sonucunda HUNCALIFE'in gerçekleştirdiği eylemlerin yeniden satıcıların aktif ve pasif satışlarının kısıtlanması niteliğinde olabileceği değerlendirilmiştir. Bu çerçevede dosya konusu iddiaların anılan Tebliğ'in

4. maddesinde sayılan açık ve ağır ihlal kapsamına girmediği, dolayısıyla HUNCALIFE'in taahhüt sunmasının mümkün olduğu değerlendirilmiştir.

- (36) Diğer yandan, taahhüt müessesesinin işlerliği bakımından 2021/2 sayılı Tebliğ, taahhüt sunma taleplerinin Kuruma iletebileceği süreyi sınırlamaktadır. 2021/2 sayılı Tebliğ'in "Taahhüt Sürecinin Başlatılması" başlıklı 5. maddesi;

"(1) Haklarında yürütülen bir incelemeye taahhütle son verilmesini isteyen taraflar, önaraştırma veya soruşturma sürecinde taahhüt sunma talebinde bulunabilirler. Soruşturma sürecindeki taahhüt sunma talepleri Kanunun 43 üncü maddesinin ikinci fıkrası kapsamında yapılan soruşturma bildiriminden itibaren üç ay içinde Kuruma iletilir. Bu süre geçtikten sonra Kuruma iletilen taahhüt sunma talepleri dikkate alınmaz.

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

hükmünü içermektedir.

- (37) Soruşturma bildirimi HUNCALIFE'a 31.08.2023 tarihinde elektronik tebligat sistemi aracılığıyla tebliğ edilmiş olup HUNCALIFE tarafından Kurum kayıtlarına 04.09.2023 tarih ve 42131 sayı ile intikal eden dilekçe ile taahhüt başvurusu yapılmıştır. Bu kapsamda 2021/2 sayılı Tebliğ'in 5. maddesine istinaden, teşebbüs taahhüt başvurusunu süresi içinde yapmıştır.

- (38) 2021/2 sayılı Tebliğ'in "Taahhüdün niteliği" başlıklı 9. maddesinin ikinci fıkrası sunulan taahhüdün değerlendirilmesi bakımından yol göstericidir:

"Taahhüt rekabet sorunlarıyla orantılı, bu sorunları gidermeye elverişli, kısa sürede yerine getirilebilir ve etkili şekilde uygulanabilir olmalıdır ..."

- (39) Dosya kapsamında sunulan taahhüt metninde hem HUNCALIFE hem de aynı ekonomik bütünlük içerisinde yer alan HUNCA AMBALAJ, perakende seviyesinde faaliyet gösteren yeniden satıcıları bakımından, yeniden satıcıların çevrim içi tüm mecralar dâhil olmak üzere tüm satış kanallarında satış yapabileceğini ifade etmektedir. Öte yandan söz konusu hususun, perakende seviyesinde faaliyet gösteren satıcılar ile akdedilen sözleşmelere ekleneceği ve gelecekte akdedilecek sözleşmelerde bu hususun yer almasının sağlanacağı taahhüt edilmektedir. Diğer yandan perakende seviyesindeki tüm satış kanallarında ürünlerin satışının serbest olduğuna dair duyurunun internet sitesi yoluyla yapılacağı belirtilmektedir.

- (40) Bu bakımdan sunulan taahhütlerin, perakende seviyede faaliyet gösteren yeniden satıcılara getirildiği düşünülen aktif ve pasif satış kısıtlamaları açısından uygun ve yeterli olduğu değerlendirilmiştir.

- (41) Yukarıda yer verilen bilgiler çerçevesinde, HUNCALIFE tarafından sunulan taahhütlerin, rekabetçi sorunları gidereceği, aynı zamanda taahhütlerin uygulamaya konulması için belirlenen sürenin de makul olduğu kanaatine ulaşılmıştır.

I. SONUÇ

- (42) Rekabet Kurulunun 17.08.2023 tarih ve 23-39/734-M(3) sayılı kararı uyarınca yürütülmekte olan soruşturma kapsamında; Hunca Life Kozmetik Pazarlama Dağıtım Ticaret AŞ. tarafından taahhüt başvurusu, Kurulun 14.09.2023 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 23-43/831-M sayılı kararı ile kabul edilmiş olup;

1. Hunca Life Kozmetik Pazarlama Dağıtım Ticaret AŞ'nin sunmuş olduğu taahhütlerin tespit edilen rekabet sorunlarını giderebilecek olması nedeniyle kabulüne ve ilgili teşebbüs açısından bağlayıcı hale getirilmesine,
2. Hunca Life Kozmetik Pazarlama Dağıtım Ticaret AŞ'nin sunmuş olduğu taahhütlerin Rekabet Kurulunun kısa kararının tebliğinden itibaren 60 gün içerisinde Rekabet Kurumuna tevsik edilmesine,
3. Dolayısıyla nihai taahhüt metninin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 43. maddesinin üçüncü fıkrası ile 2021/2 sayılı Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılmasına Yönelik Önerilerde ve Soruşturmalarda Sunulacak Taahhütlere İlişkin Tebliğ'in 14. maddesinin birinci fıkrası uyarınca bağlayıcı hale getirilerek Hunca Life Kozmetik Pazarlama Dağıtım Ticaret AŞ hakkında başlatılmış olan soruşturmanın sonlandırılmasına

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