

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2020-4-067 (Soruşturma/Uzlaşma)
Karar Sayısı : 21-46/671-335
Karar Tarihi : 30.09.2021

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Birol KÜLE
Üyeler : Ahmet ALGAN, Hasan Hüseyin ÜNLÜ,
Ayşe ERGEZEN, Cengiz ÇOLAK

B. RAPORTÖRLER: Buket ARI AYDIN, Hande GÖÇMEN, Burçin GÜLEŞ,
Derya ERMİŞ

C. BAŞVURUDA

BULUNAN : - Arnica Pazarlama A.Ş.
Temsilcisi: Dr. Aydın ÖZTUNALI
Harbiye Mahallesi, Dikmen Caddesi, No:174/21,
Dikmen/Ankara

D. ŞİKAYETÇİ : - Safa GİRİŞKEN
Orta Mah. Can Sokak No:14 Adapazarı/Sakarya

- (1) **E. DOSYA KONUSU:** Arnica Pazarlama A.Ş.'nin, yetkili satıcılarının internet aracılığıyla satış yapmasını engellemek, internet satış fiyatlarına müdahale etmek ve bölge veya müşterilere ilişkin kısıtlamalar getirmek suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesini ihlal edip etmediğinin tespitine yönelik olarak Rekabet Kurulunun 04.03.2021 tarih ve 21-11/146-M sayılı kararı ile açılan soruşturma kapsamında Arnica Pazarlama A.Ş. tarafından gönderilen uzlaşma metni neticesinde soruşturmanın sonlandırılması.
- (2) **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Arnica Pazarlama A.Ş. (ARNİCA) satış temsilcisinin, çevrim içi pazaryerlerinde ve kendi e-ticaret sitesinde satış yapan şikayetçiyi arayarak fiyatının düşük olduğunu ve yükseltmesi gerektiğini ilettiği, şikayetçinin ARNİCA'nın ürün vermeyeceği düşüncesi ile ürünün fiyatını istemeyerek yükseltmek zorunda kaldığı, yapılan WhatsApp görüşmesi neticesinde ARNİCA satış temsilcisi tarafından şikayetçiye yeni fiyat listesinin gönderildiği, devamında ise şikayetçinin fiyatı güncellemediğine dair uyarı yapıldığı iddia edilmiştir.
- (3) **G. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına 23.09.2020 tarih ve 10210 sayı ile intikal eden başvuruya ilişkin olarak hazırlanan 23.10.2020 tarih ve 2020-4-067/İİ sayılı İlk İnceleme Raporu Kurulun 05.11.2020 tarihinde yapılan toplantısında görüşülmüş ve 20-48/661-M sayı ile dosya konusu iddialara yönelik olarak önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.
- (4) Anılan Kurul kararı ve Başkanlık Makamının 21.01.2021 tarihli ve 19429 sayılı olurları uyarınca 27.11.2020 tarihinde başlatılan önaraştırma çerçevesinde, 27.01.2021 tarihinde ARNİCA'da, Zeki Züccaciye Tekstil San. ve Tic. Ltd. Şti.'de (ZEKİ) ve Çaka Pazarlama Ltd. Şti.'de (ÇAKA) yerinde incelemeler gerçekleştirilmiştir. ARNİCA'dan talep edilen bilgi ve belgelere ilişkin cevabi yazılar 15.02.2021 tarih, 15113 sayı ve 16.02.2021 tarih, 15146 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (5) Önaraştırma sürecinde elde edilen bilgi ve belgeler ışığında hazırlanan 26.02.2021 tarihli Önaraştırma Raporu, Kurulun 04.03.2021 tarihli toplantısında görüşülmüş 21-11/146-M sayılı karar ile 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054

sayılı Kanun) 4. maddesini ihlal edip etmediğinin tespitine yönelik olarak ARNİCA hakkında soruşturma açılmıştır.

- (6) Anılan soruşturma kararını takiben hazırlanan 15.03.2021 tarih ve 22346 sayılı Soruşturma Bildirimi ARNİCA tarafından 15.03.2021 tarihinde tebellüğ edilmiş ve ARNİCA'nın ilk yazılı savunması 14.04.2021 tarih ve 17048 sayı ile süresi içinde Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (7) ARNİCA tarafından 10.06.2021 tarih ve 18491 sayı ile taahhüt ve uzlaşma başvurusunda bulunulmuş, söz konusu başvuru 22.06.2021 tarih ve 2020-4-067/BN-01 sayılı Bilgi Notu ile 24.06.2021 tarihli Kurul gündeminde görüşülmüş ve ARNİCA'nın taahhüt sunma talebinin, ilgili rekabet sorunlarının açık ve ağır ihlal olarak değerlendirilebilecek eylemlere ilişkin olması nedeniyle, reddedilmesine ve uzlaşma talebinin kabul edilerek uzlaşma görüşmelerine başlanılmasına 21-32/426-M sayı ile karar verilmiştir.
- (8) Bu çerçevede 05.07.2021 tarihinde ARNİCA vekili ve temsilcileri ile çevrim içi olarak uzlaşma görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılmasına Yönelik Soruşturmalarda Uygulanabilecek Uzlaşma Usulüne İlişkin Yönetmelik'in (Uzlaşma Yönetmeliği) 6. maddesinin beşinci fıkrası uyarınca yapılan görüşmede ARNİCA'ya söz konusu iddiaların içeriği, isnat edilen ihlalin niteliği, kapsamı ve süresi, teşebbüs hakkında ihlal isnadına dayanak oluşturan başlıca belgeler, sürecin uzlaşma ile sonuçlanması halinde uygulanabilecek indirim oranı ve idari para cezası aralığı hakkında bilgi verilmiştir. Söz konusu görüşmeye ilişkin tutanak 04.08.2021 tarih ve 20022 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (9) Dosya kapsamında değerlendirilmek üzere ARNİCA'dan talep edilen bilgiler 11.08.2021 tarih ve 20185 sayılı yazı ile Kurum kayıtlarına ulaştırılmıştır.
- (10) Soruşturma süresinin uzatılmasına ilişkin 24.08.2021 tarih ve 2020-4-067/BN-02 sayılı Bilgi Notu Kurulun 26.08.2021 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 21-40/578-M sayı ile soruşturmanın süresinin bitiminden itibaren dört ay uzatılmasına karar verilmiştir.
- (11) ARNİCA tarafından yapılan uzlaşma başvurusuna istinaden alınan 24.06.2021 tarih ve 21-32/426-M sayılı Kurul kararı çerçevesinde ARNİCA ile gerçekleştirilen uzlaşma görüşmeleri neticesinde hazırlanan 03.09.2021 tarih ve 2021-4-067/BN-03 sayılı Bilgi Notu, Kurulun 09.09.2021 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 21-42/616-MUA sayı ile uzlaşma ara kararı alınmıştır.
- (12) İlgili uzlaşma ara kararı, ARNİCA tarafından 10.09.2021 tarihinde tebellüğ edilmiş olup bu karara istinaden hazırlanan uzlaşma metni 27.09.2021 tarih ve 21514 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (13) Bu gelişmeler üzerine hazırlanan 28.09.2021 tarih ve 2020-4-067/BN-04 sayılı Bilgi Notu Kurulun 30.09.2021 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 21-46/671-335 sayı ile işbu nihai karar alınmıştır.
- (14) **H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda özetle;
 - Arnica Pazarlama A.Ş.'nin yeniden satıcılarının satış fiyatının tespit edilmesine yönelik davranışlarının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiğine,
 - 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesi ve Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar İle Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik (Ceza Yönetmeliği) uyarınca 2020 yılı

gayrisafi gelirleri üzerinden % (.....) oranında ve 3.293.008,20 TL tutarında idari para cezası uygulanmasına,

- Uzlaşma Yönetmeliği kapsamında teşebbüse verilecek idari para cezasında %25 oranında indirim uygulanmasına,
- Bu kapsamda teşebbüse Kurul tarafından hesaplanan 2020 yılı gayrisafi gelirleri üzerinden azami % (.....) oranında ve 2.469.756,14 TL tutarında idari para cezası uygulanmasına karar verilebileceği,
- Böylece Rekabet Kurulunun 04.03.2021 tarih ve 21-11/146-M sayılı kararı uyarınca yürütülen soruşturmanın Arnica Pazarlama A.Ş. bakımından uzlaşma usulü ile sonlandırılabilceği

kanaatine varılmıştır.

I. İNCELEME, GEREKÇE ve HUKUKİ DAYANAK

I.1. Hakkında Soruşturma Yürütülen Teşebbüs: Arnica Pazarlama A.Ş. (ARNİCA)

- (15) Türkiye’de 2005 yılında kurulan ARNİCA’nın esas sözleşmesinde faaliyet konusu her türlü elektrikli, elektronik, mekanik mutfak ve ev aletleri, dayanıklı tüketim malları, mefruşat ve çeyizlik eşyalar, el ve makine halılarının kilimlerinin ithali, ihracı dâhili ticareti ve toptan perakende pazarlaması olarak ifade edilmiştir. ARNİCA’nın paylarının tamamı SENUR Elektrik Motorları Sanayi ve Ticaret A.Ş.’ye aittir.
- (16) ARNİCA’nın satışa sunduğu ürünler arasında çeşitli mutfak ve ev ürünleri, kişisel bakım ürünleri bulunmakta olup, bu ürünlerin dağıtımı ve satışı internet, perakende ve toptan bayiler aracılığıyla gerçekleştirilmekle birlikte, herhangi bir bölge/müşteri münhasırlığı bulunmamaktadır. ARNİCA’nın yıllar itibarıyla elde ettiği cironlara ve bu cironun hangi dağıtım kanalı aracılığıyla elde edildiğine ilişkin bilgiye aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

Tablo 1: ARNİCA’nın Elde Ettiği Cironun Dağıtım Kanallarına Göre Dağılımı (2015-2020)

	İNTERNET		PERAKENDE		TOPTAN BAYİ		TOPLAM (TL)
	Ciro (TL)	Pay (%)	Ciro (TL)	Pay (%)	Ciro (TL)	Pay (%)	
2015	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2016	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2017	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2018	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2019	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2020	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi Yazı

- (17) Tablodan görülebileceği üzere ARNİCA 2020 yılındaki toplam cirosunun yaklaşık % (.....)’sini perakende bayi, % (.....)’ünü toptan bayi ve % (.....)’ünü internet satışları; 2019 yılındaki toplam cirosunun yaklaşık % (.....)’ini perakende bayi, % (.....)’ini toptan bayi ve % (.....)’ini internet satışları; 2018 yılındaki toplam cirosunun yaklaşık % (.....)’ini perakende bayi, % (.....)’sını toptan bayi ve % (.....)’ünü ise internet satışları aracılığıyla elde etmektedir.
- (18) ARNİCA’nın 2020 yılı itibarıyla toplamda (.....) iş yeri ile anlaşması bulunmakta olup bunlardan (.....) bayi perakende satış kanalında, (.....) bayi ise toptan satış kanalında faaliyet göstermektedir. Ayrıca internet satış kanalında (.....)’si bayi, (.....)’i müşteri olmak üzere toplamda (.....) iş ortağı bulunmaktadır. İlaveten ARNİCA tarafından gönderilen bilgilerde çeşitli illerde satış yapan toptan dağıtıcıların bulunmasına rağmen

bu dağıtıcılar için herhangi bir bölge veya müşteri kısıtlaması bulunmadığı ifade edilmektedir.

I.2. İlgili Pazar

I.2.1. Sektöre İlişkin Genel Bilgi

- (19) Küçük ev aletleri, tüketici elektroniği sektörü ve beyaz eşya sektörü ile birlikte dayanıklı tüketim mallarının ana sektörünü oluşturmaktadır. Dayanıklı tüketim malları, kullanım süresi genellikle bir yıldan uzun ve tüketici nezdinde aralıklarla edinilen ürünlerdir. Türkiye’de dayanıklı tüketim malları sektörünün yoğunlaştığı bölgeler; Marmara, Orta Anadolu ve Ege bölgeleridir. Dayanıklı tüketim malları sektöründe Türk firmaların yanı sıra bazı yabancı firmalar da yer almakta ve rekabet halinde bulunmaktadır.
- (20) Dayanıklı tüketim malları sektörü, teknoloji temelli olarak hızla büyüyen ve gelişen bir yapıdadır. Bu sebeple, sektörde faaliyet yürüten teşebbüslerin Ar-Ge yatırımlarına önem verdiği görülmektedir. Bu teknolojik gelişim neticesinde ürünlerin özellikleri bakımından hızlı değişimler meydana gelebilmektedir.
- (21) ARNİCA küçük ev aletleri sektöründe faaliyet göstermektedir. Günlük yaşamı kolaylaştırmak üzere sunulan küçük ev aletleri evlerde kullanıma uygun ürünler olup; sanayi, laboratuvar veya iş yerlerinde kullanılan daha gelişmiş ürünler bu kapsamda değerlendirilmemektedir. Sektörde sürekli yeni ürünler ortaya çıkmakta ve bu durum daha kaliteli ürünlerin daha ucuza sunulmasını sağlamaktadır. Küçük ev aletleri sektöründe faaliyet yürüten teşebbüsler; yer temizleme, gıda hazırlama, kahvaltı, pişirme, ütü, kişisel bakım gibi alanlarda kullanılmak üzere ürün sunmaktadır. Tava, tencere, tost makinesi, ekmek kızartma makinesi, ütü, ısıtıcı, yiyecek hazırlama aletleri, süpürge, blender, mikser, mutfak robotu vb. gibi mutfak ve ev gereçleri ile saç şekillendirici gibi kişisel bakım ürünleri küçük ev aletleri sektörü kapsamında değerlendirilmektedir.
- (22) ARNİCA’nın temelde perakende bayi, toptan bayi ve internet olmak üzere sınıflandırdığı üç farklı dağıtım kanalının nitelikleri aşağıdaki gibidir:
- Geleneksel nitelikte mağazalar/yerel bayiler (Küçük karışık züccaciye mağazaları)
 - Yerel zincir mağazalar (Örn: Evkur vb.)
 - E-ticaret platformları (Örn: Hepsiburada, Amazon, *markadayım.com* vb.)
 - Teknoloji mağazaları (Örn: Mediamarkt, Teknosa, Vatan vb.)
 - Hipermarketler (Örn: CarrefourSA, BİM vb.)
- (23) Küçük ev aletleri sektöründe aracısız direkt satışlar ve internet satışları gerçekleştirilebildiği gibi tüketicilerin ürün tedarik ettikleri nihai satış noktası olarak yetkili servisler, karışık bir mağaza içinde ilgili teşebbüs markasına ayrılmış ayrı bir bölüm, ihracat satışları vb. kanallar da yer alabilmektedir.
- (24) Satış kanallarının bazıları daha dar anlamda faaliyet yürütürken bazıları beyaz eşyalar, tüketici elektroniği ürünleri ve hatta diğer ürünler ile birlikte küçük ev aletleri satışı gerçekleştirebilmektedir. Münhasır mağazalar ise sadece bağlı oldukları markanın ürünlerini sergilemekte ve tüketiciye sunmaktadır. Diğer taraftan tüketicilerin alışveriş alışkanlıklarının değişmesi ile birlikte daha büyük alanda daha fazla marka ile hizmet sunan organize perakende kanallarının yaygınlaştığı görülmektedir. Küçük ev aletleri bakımından da teknoloji mağazaları gibi kanallarda farklı markalara ait çeşitli ürünler bir arada sergilenmektedir. Yerel zincir mağazalar ise evde kullanıma yönelik tüm eşyaların satışını gerçekleştirebilen büyük alanlı mağazalardır. Beyaz eşya, mobilya,

halı vb. ürünlerle birlikte küçük ev aletlerini de tüketicilere ulaştırmaktadırlar. Geleneksel olarak faaliyetini sürdüren mağazalar, züccaciye ürünleri ile birlikte küçük ev aletlerinin de satışını gerçekleştiren daha küçük ticari işletmelerdir. Son olarak e-ticarete olan talebin artması ile birlikte, küçük ev aletlerinin de çevrim içi pazar yerleri vasıtasıyla satışı sunulduğu görülmektedir.

- (25) Küçük ev aletleri pazarında irili ufaklı birçok teşebbüs bulunmakla birlikte ARNİCA ile pazardaki en büyük beş rakibinin pazar paylarını gösteren tabloya aşağıda yer verilmiştir. Buna göre küçük ev aletleri pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin pazar paylarına baktığımızda, pazar liderinin (.....)'luk pazar payı ile PHILIPS; en yakın rakibinin ise (.....)'lük pazar payı ile ARÇELİK olduğu görülmektedir. Söz konusu pazar payı verileri incelendiğinde küçük ev aletleri pazarının çok oyunculu ve yoğunlaşmamış bir yapı sergilediği değerlendirilmektedir.

Tablo 2: Küçük Ev Aletleri Pazarında Teşebbüslerin Satış Değeri Bazında Pazar Payları (% , 2018-2020)

Teşebbüsler	2018	2019	2020
ARNİCA	(.....)	(.....)	(.....)
PHILIPS	(.....)	(.....)	(.....)
ARÇELİK	(.....)	(.....)	(.....)
ARZUM	(.....)	(.....)	(.....)
FAKİR	(.....)	(.....)	(.....)
TEFAL	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer ¹	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi Yazı

I.2.2. İlgili Ürün Pazarı

- (26) İlgili ürün pazarı, belirli bir ürün ile tüketici gözünde fiyatı, kullanım amaçları ve nitelikleri bakımından benzer olan ürünlerden oluşmaktadır. Başka bir deyişle ilgili ürün pazarı; ürün özellikleri, fiyatları ve kullanım amaçları bakımından tüketici tarafından ikame edilebilir sayılan bütün ürünleri kapsamaktadır. İlgili ürün pazarı tanımında talep ikamesinin yanında, talep ikamesine eşdeğer etkisi olduğu durumlarda arz ikamesi de hesaba katılmaktadır.
- (27) Kurulun 21.12.2011 tarihli ve 11-62/1648-583 sayılı kararında, ilgili ürün pazarı, şikâyet konusunun teşebbüsün tüm ürünlerini kapsadığı ifade edilerek “küçük ev aletleri” şeklinde tanımlanmıştır. Kurulun 27.6.2002 tarihli ve 02-41/472-198 sayılı kararında ise Groupe Seb Moulinex ve Seb SA tarafından Moulinex SA'ya ait bir kısım malvarlığının devralınması işlemi ele alınmış olup ilgili ürün pazarı, her iki tarafın faaliyet alanını kapsayacak şekilde “küçük ev aletleri ve kişisel bakım ürünleri” olarak tanımlanmıştır.
- (28) Küçük ev aletleri kapsamındaki ürünler mutfakta, kişisel bakımda ya da evin gündelik işlerinde kullanılmak üzere farklılaşsa da ürünlerin pazardaki tüketiciye sunulma şekli ortak bir kümede ele alınmasına neden olabilmektedir. Bununla birlikte, sektörde faaliyet gösteren teşebbüslerin belirtilen ürün gruplarının büyük bir bölümünde aktif olduğu görülmektedir. Ancak yine de belirtilmelidir ki, küçük ev aletleri, tüketicilerin kullanım amaçları, nitelikleri ve fiyatları bakımından birbirinden ayrılmaktadır. Söz konusu ürün grupları kendi içinde fiyat, kalite, kullanım amaçları, kullanım yeri ve nitelikleri gibi pek çok kriter bakımından farklılaşabilmektedir.
- (29) Küçük ev aletleri sektörünün de dâhil olduğu ana sektör olan dayanıklı tüketim mallarına ilişkin olarak Kurul kararlarına bakıldığında ise; somut olay bazında pazar

¹ Diğer kategorisinde yaklaşık 20 farklı teşebbüs bulunmaktadır.

tanımları yapıldığı görülmektedir. Örneğin; 25.09.2008 tarihli ve 08-56/892-353 sayılı Kurul kararında sektör ve pazar ayrıntıları ile incelenerek, dayanıklı ev içi tüketim mallarının perakende satış hizmetleri pazarı olarak tanımlanan üst pazarda buzdolabı, çamaşır makinesi, bulaşık makinesi, fırın, klima, elektrik süpürgesi tüplü televizyon, panel televizyon gibi birçok ürünün özellikle kullanım amaçları ve nitelikleri bakımından tüketiciler gözünde farklılaşması nedeniyle farklı birer ilgili ürün pazarı oluşturduğu dile getirilmiştir. Benzer şekilde Kurulun beyaz eşya ya da tüketici elektroniğine yönelik bazı kararlarında² ürünlerin farklı pazarlarda olduğu tespit edilerek ürün gruplarının bağımsız birer ilgili ürün pazarı oluşturduğu sonucuna ulaşılmıştır.

- (30) Pazar tanımının yapılacak değerlendirmeye etkisinin daha az olduğu kararlar³ bakımından ise daha geniş ve kapsayıcı pazar tanımları yapıldığı görülmektedir. Nitekim Kurulun 04.03.2021 tarihli ve 21-11/154-63 sayılı *Groupe SEB* kararında da ilgili ürün pazarının en geniş haliyle küçük ev aletleri pazarı şeklinde ele alınabileceği gibi, pazarın her bir ürün grubu bazında (yiyecek hazırlama, içecek hazırlama, ütü vb) veya bağımsız olarak da tanımlanmasının mümkün olduğuna yer verilmiş olup değerlendirmeyi etkilemeyeceğinden hareketle kesin bir pazar tanımı yapılmadığı, ancak değerlendirmelerin küçük ev aletleri pazarı esas alınarak yapıldığı ifade edilmektedir.
- (31) İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin 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 verilmiştir. Dosya kapsamında da ilgili ürün pazarının tanımlanması incelenen iddialar bakımından yapılacak değerlendirmeyi değiştirmeyeceğinden önceki tarihli Kurul kararlarında da örnekleri görüldüğü üzere kesin bir ilgili ürün pazarı tanımı yapılmamıştır.

I.2.3. İlgili Coğrafi Pazar

- (32) 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 belirlenmiştir.

I.3. Değerlendirme

I.3.1. Dikey Rekabet İhlallerine Genel Bakış

- (33) 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine göre, "*Belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacı taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemlerinin hukuka aykırı ve yasak*"tır. Söz konusu maddenin (a) bendinde ise dikey veya yatay anlaşmalar konusunda herhangi bir ayrıma gidilmeksizin, "*Mal ve hizmetlerin alım ya*

² 23.06.2011 tarihli ve 11-39/838-262 sayılı, 18.10.2011 tarihli ve 11-53/1353-479 sayılı, 19.12.2015 tarihli ve 15-08/107-44 sayılı Kurul kararları.

³ 07.11.2016 tarihli ve 16-37/628-279 sayılı, 22.11.2018 tarihli ve 18-44/703-345 sayılı Kurul kararları.

da satım fiyatının, fiyatı oluşturan maliyet, kâr gibi unsurlar ile alım yahut satım şartlarının tespit edilmesi” hukuka aykırı sayılmıştır.

- (34) 4054 sayılı Kanun’un 5. maddesinde ise Rekabet Kuruluna belirli koşulları taşıyan anlaşma türlerine grup olarak muafiyet tanınmasını sağlayan ve söz konusu koşulları belirleyen tebliğler çıkarma yetkisi verilmiş bulunmaktadır. Bu doğrultuda, teşebbüslerin üretim ve dağıtım sürecini en iyi şekilde kurmalarını ve bunun sonucu olarak genellikle pazarda markalar arası rekabetin artmasını sağlayan dikey anlaşmalar, belirli koşulları sağlamaları halinde Kanun’un 4. maddesindeki yasaklamadan muaf tutulan anlaşma gruplarının başında gelmektedir.
- (35) 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği’nin (Dikey Tebliğ) “Kapsam” başlıklı 2. maddesinde dikey anlaşmalar “*üretim veya 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*” şeklinde tanımlanmakta olup, bu anlaşmaların hangi hallerde grup muafiyetinden yararlanabilecekleri anılan Tebliğ’de açıklanmıştır. Buna göre, bu Tebliğ ile sağlanan grup muafiyeti, kural olarak, sağlayıcının dikey anlaşma konusu mal veya hizmetleri sağladığı ilgili pazardaki pazar payının %40’ı aşmaması durumunda uygulanmaktadır. Hangi tür sınırlamaların dikey anlaşmayı grup muafiyeti kapsamı dışına çıkaracağı ise Dikey Tebliğ’in 4. maddesinde açıklanmıştır.:
- Alıcının kendi satış fiyatını belirleme serbestisinin engellenmesi. (Taraflardan herhangi birinin baskısı veya teşvik etmesi sonucu sabit veya asgari satış fiyatına dönüşmemesi koşuluyla, sağlayıcının azami satış fiyatını belirlemesi veya satış fiyatını tavsiye etmesi mümkündür.)
 - 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.
 - Seçici dağıtım sisteminde, sistem üyelerinin kendi aralarındaki alım ve satımın engellenmesi.
 - Parçaların birleştirilmesi ile oluşturulan malların söz konusu olması halinde, bu parçaları satan sağlayıcı ile birleştiren alıcı arasındaki anlaşmalarda, sağlayıcının bu parçaları son kullanıcılara veya malların bakımı ya da onarımıyla alıcı tarafından yetkilendirilmemiş tamircilere yedek parça olarak satmasının yasaklanması.
 - Aşağıdaki haller dışında, alıcının sözleşme konusu mal veya hizmetleri satacağı bölge veya müşterilere ilişkin kısıtlamalar getirilmesi:
 - 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 kısıtlanması,
 - Toptancı seviyesinde faaliyet gösteren alıcının son kullanıcılara yönelik satışlarının kısıtlanması,
 - Bir seçici dağıtım sistemi üyelerinin yetkili olmayan dağıtıcılara satış yapmalarının kısıtlanması,

- Birleştirilmek amacıyla tedarik edilen parçaların söz konusu olması halinde, alıcının bunları üretici konumundaki sağlayıcının rakiplerine satmasının kısıtlanması.

- Yeniden Satış Fiyatının Belirlenmesi⁴

- (36) Tebliğ'in 4. maddesinin birinci fıkrasının (a) bendi, alıcı teşebbüsün kendi satış fiyatını belirleme serbestisinin engellenmesine ilişkindir. Buna göre, sağlayıcı tarafından alıcının sabit veya asgari satış fiyatının belirlenmesi yasaktır. Ancak, sabit veya asgari satış fiyatına dönüşmemesi koşuluyla sağlayıcının, alıcının azami satış fiyatını belirlemesi veya alıcıya satış fiyatını 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 yayımlanan fiyat listelerinde ya da ürünün üzerinde açıkça belirtilmesi gerekmektedir.
- (37) 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 gerçekleştirebilmektedir. 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 kendisine 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 yeniden satış fiyatının dolaylı yoldan belirlenmesine örnek olarak verilebilir. Bu tür yeniden satış fiyatının dolaylı yoldan belirlenmesi uygulamaları da Tebliğ'in 4. maddesinin birinci fıkrasının (a) bendi kapsamında değerlendirilmektedir.
- (38) Yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik doğrudan veya dolaylı yöntemler, alıcıların uyguladığı fiyatların sağlayıcı tarafından izlenebildiği ve kontrol edilebildiği durumlarda daha etkili olmaktadır. 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 kolaylaştıracaktır. Yine teşebbüsler arasındaki sözleşmelerde yer alan ve sağlayıcının, kayırlan alıcı dışındaki alıcılara daha uygun fiyat ve koşullarda ürün temin etme güdüsünü azaltabilen en çok kayırlan müşteri koşulu, yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik doğrudan veya dolaylı yöntemlerin etkisini daha da pekiştirebilecektir.

- İnternet Satışlarının Kısıtlanması⁵

- (39) Teşebbüslere münhasır bir bölge veya müşteri grubu vermek suretiyle tanınan koruma mutlak bir koruma olmayıp alıcı teşebbüsler kendilerine tahsisli bölgeye veya müşteri grubuna satış yaparken sisteme dâhil diğer alıcıların ancak aktif rekabetinden korunabilirler. Başka bir ifadeyle, sağlayıcı teşebbüs, kendisine veya bir alıcıya tahsis edilmiş münhasır bölgeye ya da müşteri grubuna yapılacak aktif satışları kısıtlayabilir. Bu bölgeye veya müşteri grubuna yapılacak pasif satışların kısıtlanması ise anlaşmayı grup muafiyeti kapsamı dışına çıkartmaktadır.

⁴ Bkz. Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz (Dikey Kılavuz) para. 17-19.

⁵ Bkz. Dikey Kılavuz, para. 22-28.

- (40) Dağıtıcılarına münhasır bölgeler ya da müşteri grupları tahsis etmek suretiyle dağıtım ağı kurmamış olan sağlayıcıların aktif ve pasif satış yasağı getirmeleri 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında değerlendirilmekte olup, grup muafiyetinden de yararlanamamaktadır. Bu çerçevede, özellikle pasif satış yasaklarının değerlendirilmesinde internet üzerinden yapılacak olan satışların ele alınması önem arz etmektedir.
- (41) Yukarıda da ifade edildiği üzere 2002/2 sayılı Tebliğ'in "Anlaşmaları Grup Muafiyeti Kapsamı Dışına Çıkaran Sınırlamalar" başlıklı 4. maddesinin (b) bendine göre, bazı haller dışında sağlayıcı tarafından alıcının sözleşme konusu mal veya hizmetleri satacağı bölge veya müşterilere ilişkin kısıtlamalar getirilmesi anlaşmayı grup muafiyeti kapsamı dışına çıkarmaktadır. Yine belli bazı haller dışında pasif satışların kısıtlanması da anlaşmaları grup muafiyeti kapsamı dışına çıkarmaktadır. 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. Bu kapsamda 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. Prensipte olarak her bayi, internet üzerinden satış yapabilme hakkına sahip olmalıdır.
- (42) İnternet satışları aynı zamanda seçici dağıtım sistemi kapsamında da ele alınmaktadır. Tebliğ'in 4. maddesinin birinci fıkrasının (c) bendinde belirtildiği üzere, seçici dağıtım sistemi üyelerine son kullanıcılara yapılacak satışlar bakımından aktif veya pasif satış yasağı getirilememektedir. Sağlayıcı konumundaki teşebbüs belirli bir bölgede sınırlı sayıda alıcıya mal vereceğini belirtmek suretiyle münhasır bölgeler oluştursa dahi, alıcıların bölge dışındaki son kullanıcılara yapacakları aktif veya pasif satışlar engellenemez. Başka bir ifadeyle, seçici dağıtım sistemi üyesi alıcılar, internet kanalı da dâhil olmak üzere, diledikleri bölgedeki son kullanıcıya aktif veya pasif satış yapabilirler. Seçici dağıtım sisteminin varlığı halinde sağlayıcının, yeniden satıcıların internet kanalıyla satış yapmasını engellemesi halinde bu uygulama grup muafiyeti kapsamı dışında kalacaktır.
- (43) Bununla birlikte sağlayıcı, satış kanalı olarak internetin kullanımına yönelik olarak da bazı koşullar öngörebilecektir. Örneğin sağlayıcı, ürünlerinin satışa sunulduğu internet sitesine yönelik kalite koşulları getirebilecek, bunun gibi internetten alışveriş yapan tüketicilere belli hizmetlerin sunulması şartını öngörebilecektir. Özellikle seçici dağıtım sisteminde sağlayıcı, dağıtıcıların en az bir fiziki satış noktasına da sahip olmalarına ilişkin bir yükümlülük getirilebilecektir. Ancak bu koşulun amacı, sadece internet üzerinden satış yapan oyuncuları (*pure player*) pazarın dışına itmek veya satışlarını kısıtlamak olmamalıdır. İnternet satışlarına getirilebilecek koşulların amacı doğrudan veya dolaylı olarak dağıtıcının internet satışlarını engellemek olmamalıdır. Öyle ki, internet satışlarına 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.
- (44) Bu çerçevede, 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.

I.3.2. ARNİCA Hakkında Elde Edilen Delillerin Değerlendirilmesi

- (45) Somut olayda elde edilen deliller; yeniden satış fiyatının belirlenmesi ve internet satışlarına yönelik yukarıda yapılan genel açıklamalar ile ARNİCA'dan münhasır bölge/müşteri paylaşımına dayalı bir dağıtım sisteminin ve seçici dağıtım sisteminin olmadığı yönünde alınan bilgiler doğrultusunda aşağıda değerlendirilmektedir.

I.3.2.1. ARNİCA'nın Bayilik Sözleşmesinin Değerlendirilmesi

- (46) ARNİCA'nın yeniden satıcıları ile kurduğu ilişkilerin hukuki dayanağının tespit edilebilmesi için bayilik sözleşmesinin bir örneği talep edilmiştir. ARNİCA tarafından (.....) ile 2017 yılında imzalanmış olan bayilik sözleşmesi gönderilmiştir. ARNİCA ile aynı markalı ürünlerin dağıtıcıları arasındaki ilişkilerinin temel çerçevesini teşkil eden bayilik sözleşmesi incelendiğinde;

- **Madde 2.4.** hükmünde *bayinin haksız rekabete ve fiyat istikrarsızlığına neden olacak reklam ve kampanya çalışmaları yapamayacağına,*
- **Madde 2.6.** hükmünde *ise talep halinde bayinin ARNİCA ile stok ve satış bilgilerini paylaşacağına*

düzenlendiği görülmektedir.

- (47) Ayrıca, sözleşmenin devam eden hükümleri arasında, bayilerin satış fiyatlarının belirlenmesi hususunu düzenleyen aşağıdaki iki madde üzerinde durulması gerekmektedir:

“Madde 3.2. Bayi ARNİCA'dan almış olduğu malları ARNİCA veya üretici firmanın kendisine sunmuş ve belirlemiş olduğu fiyattan (tavsiye edilen fiyattan) aşağıya satamayacağı, beraber satış yaptığı kişi ve kuruluşlar tarafından ürünlerin toptan fiyatından veya tavsiye edilen fiyattan daha düşük fiyata satıldığını öğrenmesi halinde o kişi ve kuruluşlara satış yapmayı durduracağı ve derhal ARNİCA'ya durumu bildireceği; tavsiye edilen fiyattan veya toptan fiyatından daha düşük fiyata ürün satan kişi, kuruluş veya web sayfaları ARNİCA tarafından bayiye bildirilmesi halinde de bu kişilere ürün satmamayı bayi kabul ve taahhüt eder. Bayinin gerek internet ortamında gerekse mağaza ortamında toptan fiyatının altında veya ARNİCA tarafından belirlenen fiyatın altında ürün satan kişi veya kuruluşlara ürün verdiği tespit edilmesi halinde ARNİCA haksız rekabet nedeniyle oluşan maddi ve manevi bütün zararlarının tamamını bayiden isteme hak ve yetkisine sahiptir. Ürünlerin ve markanın ticari itibarına zarar verecek şekilde zararına veya indirimli olarak satamaz, spot yapamaz ve spot satıcılara devredemez.

Madde 3.11. *Bayinin internetten satış yapabilmesi için ARNİCA ile bayi arasında “E-ticaret yetkili bayilik sözleşmesi” yapılmış olması gerekmektedir. (...) Sözleşme hükümlerine uyulmaması durumunda ARNİCA, ilgili yıla ait varsa ciro primi vb. destek ödemelerini iptal edecek ve geriye dönük bayiye verilmiş bütün destekleri bayiye fatura edecek ve bayilik sözleşmesini tek taraflı olarak iptal edebilecektir.”*

- (48) ARNİCA'nın bayileri ile yaptığı sözleşmenin yukarıda yer verilen hükümleri incelendiğinde, temel olarak bayilerin belli bir fiyatın altında satış yapamamasına

yönelik düzenlemeler içerdiği anlaşılmaktadır. Bu durum, 3.2. maddede “Bayi ARNİCA’dan almış olduğu malları ARNİCA veya üretici firmanın kendisine sunmuş ve belirlemiş olduğu fiyattan (tavsiye edilen fiyattan) aşağıya satamayacağı” şeklinde açıkça ifade edilmiştir. Hükümde her ne kadar “tavsiye fiyat” ifadesi kullanılmış olsa da esasında bu ifadenin ARNİCA tarafından belirlenen asgari fiyat olduğu anlaşılmaktadır. Bu kısıtlamaya aykırı hareket eden bayilere ise çeşitli yaptırımlar getirilmektedir. Bu çerçevede, ARNİCA’nın kendisi tarafından belirlenen fiyattan daha aşağı bir fiyat seviyesi üzerinden satış yapan bayiden tazminat isteyebileceği hususu bayilik sözleşmesi ile hüküm altına alınmıştır. Dolayısıyla, bahse konu fiyatın tavsiye niteliğinde olmadığı ve bu fiyattan daha düşük fiyata satış yapan bayiye yaptırımlar uygulanarak söz konusu fiyatın bağlayıcı hale getirildiği anlaşılmaktadır.

- (49) Buna ek olarak, bahsi geçen bayilik sözleşmesinin 3.2. numaralı madde hükmü ile bayilere ek bir yükümlülüğün de getirildiği görülmektedir. Buna göre bayi, ARNİCA’nın belirlediği fiyattan daha düşük fiyata satış yapan gerçek veya tüzel kişilere ürün satamayacaktır. Ayrıca ilgili hüküm uyarınca, ARNİCA, bu şekilde satış yapan kişi ve kuruluşlara ilişkin bilgiyi, bayiye bildirirse bayi bu kişilere de satış yapmayı durduracaktır. Bayi bu yükümlülükleri uymazsa, ARNİCA tarafından ileri sürülebilecek maddi ve manevi tazminat talepleri ile karşılaşacaktır.
- (50) Bahsi geçen hüküm temel olarak ARNİCA ürünlerinin yeniden satış fiyatlarını belirlemeye yönelik olsa da aynı zamanda ARNİCA bayilerinin kimlere satış yapacağını veya yapamayacağını da içeren bir müdahale niteliğindedir. Diğer bir deyişle ARNİCA, bayilerinin yeniden satış yapacağı alıcıları da tespit etmektedir. Bu eylemin niteliğinin ve dayanağının ortaya konulabilmesi için ARNİCA’dan ek bilgi talep edilmiştir. Zira Dikey Tebliğ’in 4. maddesinin birinci fıkrasının (b) bendi, dağıtım ağı kurmak isteyen sağlayıcı teşebbüslerin, kendisine ya da alıcı konumundaki teşebbüslere münhasır satış bölgeleri veya münhasır müşteri grupları vermelerine olanak sağlamaktadır. Fakat ARNİCA’dan gelen cevap yazısında ARNİCA’nın dağıtım ağına herhangi bir münhasır bölge/müşteri sisteminin uygulanmadığı ifade edilmiştir.

I.3.2.2. Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Belgelerin Değerlendirilmesi

- (51) Önaraştırma sürecinde 27.01.2021 tarihinde ARNİCA, ZEKİ ve ÇAKA’da yerinde incelemeler yapılmış olup, dosya kapsamında yerinde incelemelerde elde edilen belgelere ilişkin 68 adet tespit yapılmış olup aşağıda işbu nihai karardaki değerlendirmeye esas teşkil eden tespitlerin ilgili kısımlarına yer verilmektedir.
- (52) ARNİCA’nın dağıtım ağı ile ilişkilerini düzenleyen genel politikasının ortaya konulduğu 25.12.2015 tarihli yazışmada (**Tespit-1**) (“Arnica Pazarlama AŞ” isimli WhatsApp grubunda ARNİCA Genel Müdürü (.....) tarafından WhatsApp grubunun diğer üyelerine gönderilen mesajlar)

(.....): Hepinize hayırlı cumalar diliyorum. Bir kaç konuyu burada belirtmek isterim.

(.....): Öncelikle bugün biraz yoğunum ancak gelen telefonlardan anladığım bazı konular hakkında bu ortamda sizleri bilgilendirmek istedim.

(.....): Marmara bölgesi dışındaki arkadaşlar (yeni bölgelerimiz) mevcut distribütörlerin son aylarda yaptığı tahmini daha düşük iskontolu satışlardan dolayı zorlanabileceklerini ilettiler.

(.....): Bu konu daha önceden hesaplamış olduğumuz bir gerçektir.

(.....): Sizleri bizim için (Arnica paz AŞ) yeni olan müşterilerimiz karşısında zor durumda bırakmayacağımı ve Ocak ayına yönelik bir geçiş uygulamasıyla (hoşgeldiniz uygulaması) daha rahat bir geçiş yapacağımızı belirtmiştim.

(.....): Ocak ayına yönelik max + % (.....) uygulama yapabileceğimizi belirtmek isterim.

(.....): Ancak öncelikle bölgelerdeki son fiyat yapısını iyi öğrenebilmek lazım. Çünkü bölgeler arası farklı fiyatlar da olabiliyor. Öncelikle bu konuyu görüşmeleriniz esnasında çözmenizi bekliyorum.

(.....): 1- kesinlikle Ocak ayı uygulamasının üzerimize yapışmasına izin vermeyeceğim.

(.....): 2- İnternet fiyatlarına uymayan hiç bir kuruluş ile çalışmayacağız. Bunu da fiyat oluştururken sağlayacağız. Aslında direk ilişkisi olmasında görüşmelerinize hemen interneti açıp size fiyatları gösteriyorlardır. Bunu %100 düzeltmek hiç bir firma için mümkün olmayabilir. Ancak (.....) gibi kurullara gerekirse hiçbir zaman fiyatı düşürebileceği bir fiyat vermeyeceğiz. Bu sizlerden gelen satış desteği ile ancak mümkün olabilir. Bundan kurtulmak istiyorsanız bana satışlarınızla destek olun ki ben de istediğim şekilde dik durabileyim. Hem (.....) gibi kurullara satma sonra siz de satmazsanız olmaz. Çözüm yine sizlerde...

(.....): 3- Toptancılara vermiş İduğunuz iskontolar eğer miktar oranı iyi ayarlanamazsa, onların internet sitelerine yapacakları satışla amacımızı gerçekleştirmeye engel olabilir. Dikkatli olun.

(.....): 4- Hiç bir firmaya öngörünüzün dışında fazla miktar satış yapmayın. Ciro için fazla mal vermeyin. Sonuçta sonraki ay sizden almayacak zaten.

(.....): 5- Bunu kurumsal firmalara da yapacağız. Yani ciro için onlara fazla mal verip sora fiyatı düşürmesin diye yalvarmayacağız.

(.....): 6- Toptancı kanatında bölgeler arası satış kayması olabilir. Bu konuda tüm satış ekibim her bölge kendi bölgesi gibi hassasiyet gösterecek. Bunu dikta ile yaptıramayız ancak toptancılarla (zaten azalmış olduklarından) uygun bir dille konuşarak bölgeler arası kaymaları biraz da olsa engelleyebiliriz. tamamen”

ifadeleri kullanılmıştır.

- (53) Bu ifadelere göre, bayilerin internet üzerinden yapacakları satışların fiyatlarını kontrol altında tutabilmek için bu bayilerle çalışmanın sonlandırılması da dâhil olmak üzere bunlara verilecek iskonto ve mal miktarının kısılması tehdidiyle minimum satış fiyatlarının ayarlandığı, bu politikanın zincir teknoloji marketlerine de uygulandığı anlaşılmaktadır.
- (54) Nitekim yukarıda değinilen bayilik sözleşmesinin içeriğinde de bayilerin satış ve stok miktarlarının ARNİCA'ya bildirilmesi gerektiğine dair bir düzenleme bulunmaktadır. Bu yazışma ile bahse konu hüküm birlikte okunduğunda, ARNİCA'nın, bayilerin satış ve stok adetlerini takip ederek bunlara verilecek ürün miktarını kontrol ettiği; böylelikle belirlenen asgari fiyatın altında satış yapmalarının engellendiği görülmektedir.
- (55) Özetle, ARNİCA Genel Müdürünün 25.12.2015 tarihli mesajları bayilerle olan dikey ilişkilerin genel çerçevesini çizmektedir. Bunun dışında ARNİCA'da yapılan yerinde incelemede ağırlıklı olarak, yeniden satıcıların özellikle internet satışlarında uyguladıkları fiyatlara müdahale edildiğine ilişkin deliller elde edilmiştir. Buna göre ARNİCA, bayilerinin internet fiyatlarını sürekli takip etmekte ve belirlediği asgari fiyatın altında satış yapan bayileri uyarmaktadır. İnternet satış fiyatları, hem fiyat karşılaştırması yapma amacıyla kullanılan çeşitli internet siteleri (akakce.com gibi) üzerinden takip edilmekte hem de bayilerin platformlardaki (trendyol.com, hepsiburada.com, gittigidiyor.com) satış fiyatları düzenli olarak incelenmektedir. Fiyatı düşüren bayiler ile satış yöneticileri ya da satış sorumluları hemen iletişime geçmekte ve fiyatı “düzeltmeleri” istenmektedir. Fiyat “düzeltmesi” yapılamayan sitelerde ise ürünler satışa kapattırılmaktadır.
- (56) Bu çerçevede, ARNİCA çalışanları arasında yapılan yazışmalar dâhilinde;
- **Tespit 4**'te (08.06.2016 tarihinde “Arnica Satış” isimli WhatsApp grubunda ARNİCA Genel Müdürü (.....) ile ARNİCA Satış Sorumluları (.....), (.....), (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “İnternette olan iki bayimde şuan (.....) fiyatı oturacak gibi bazan aşağı düşüyorlar ama uyarılarımız bir şekli ile fayda verecek (...) Biz bu konuda her sabah firmalarla konuşarak tavsiyelerimizi

iletiyoruz ve elimizden geleni yapıyoruz. Bunu bilin. ilk 1-2 ay sizde her sabah kontrol ederek bizi uyarın.”

- **Tespit 5**'te (17.06.2016 tarihinde “*Arnica Satış*” isimli WhatsApp grubunda ARNİCA Genel Müdürü (.....) ve ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “*Bu bayilerimizin internetteki satış fiyatlarından son derece rahatsızım*”
- **Tespit 7**'de (12.10.2016 tarihinde ARNİCA Genel Müdürü (.....) ile ARNİCA Kurumsal Satış Yöneticisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “*(.....) teslayı (.....) e mi satıyor (...)* Evet, konuştuk, düzeltiyor, sabaha değişecek fiyatı, (.....) da satıyordu, çok sert yaptım (...)*Yukarı çekti fiyatı*”
- **Tespit 11**'de (04.07.2017 tarihinde ARNİCA Genel Müdürü (.....) ile ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “*(.....)in fiyatları da aynı olacak, fiyatları artırdık ben bana söz verdiler, Adana (.....)a da (.....) veriyor sanıyorum, internette fiyat bozan*”
- **Tespit 12**'de (10.07.2017 tarihinde ARNİCA Genel Müdürü (.....) ile ARNİCA Kurumsal Satış Yöneticisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “*(.....) ve (.....) robot plus fiyatları çok düşük (...)* (.....) ile konuştum yukarı çekecekti fiyatları”
- **Tespit 13**'te (28.09.2017 tarihinde ARNİCA Genel Müdürü (.....) ile ARNİCA Kurumsal Satış Yöneticisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “*Görüşüm, düzelterekler*”
- **Tespit 14**'te (28.09.2017 tarihinde ARNİCA Genel Müdürü (.....) ile ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “*haberim var, düzeltiyorlar*”
- **Tespit 17**'de (23.07.2018-24.07.2018 tarihlerinde “*Arn Ekip*” isimli WhatsApp grubunda ARNİCA Kalite Yönetim Temsilcisi (.....) ve ARNİCA Kurumsal Satış Yöneticisi (.....) tarafından WhatsApp grubunun diğer üyelerine gönderilen mesajlar) yer alan “*(.....) bey gerekli uyarıyı yaptı, fiyatın yükselileceği bildirildi*”
- **Tespit 23**'te (17.01.2019 tarihinde ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) ve ARNİCA Genel Müdürü (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “*diğerleri de vardı bursa Elâziğ müdahale ettik (...)* Görüşüm düzelterekler abi, (.....) ve (.....) düzeldi, sadece (.....) kaldı (...)*Tamam abi tekrar aradım görüşüp düzelterekler*”
- **Tespit 24**'te1(5.02.2019 tarihinde ARNİCA Genel Müdürü (.....) ile ARNİCA Kurumsal Satış Yöneticisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “*(.....) ve (.....) Bursa, (.....) İstanbul ve hepsiburada⁶ (...)* Canlarına okudum, Tekrar bakar mısın (...)*(.....) kapatmış, Diğerleri devam ediyor*”
- **Tespit 25**'te (22.02.2019-24.02.2019 tarihleri arasında ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) ile ARNİCA Satış Sorumlusu (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “*(.....) çok defa aradım açmadı 2 defa eşi açtı fiyatı düzeltmesini için not bıraktım, Satışa kapattırdım, (.....) kaldı*”

⁶ Sayılan kişilerin, hepsiburada.com üzerinden satış yapan yeniden satıcılar olduğu anlaşılmaktadır.

- **Tespit 27**'de (13.03.2019 tarihinde ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) ile ARNİCA Satış Sorumlusu (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “(.....) fiyat yarışına girmesin”
- **Tespit 28**'de (13.03.2019-15.03.2019 tarihlerinde “Arnica Satış” isimli WhatsApp grubunda ARNİCA Genel Müdürü (.....) tarafından WhatsApp grubunun diğer üyelerine gönderilen mesajlar) yer alan “Sürekli olarak arayarak internet fiyatlarını ayarlamalarını istediğimiz bayilerimiz var, 1-2-3-5 rica etsek de düzelmiyor ya da sonradan tekrar bozuluyor, Bizim bayimiz, ‘ben ürünü piyasadan buldum o yüzden internette ucuza satıyorum’ diyemez”
- **Tespit 29**'da (04.04.2019 tarihinde “Arn Ekip” isimli WhatsApp grubunda ARNİCA Kalite Yönetim Temsilcisi (.....) tarafından WhatsApp grubunun diğer üyelerine gönderilen mesajlar) yer alan “Fiyatlara hafif dokunmamız gerekiyor”
- **Tespit 31**'de (07.08.2019 tarihinde “Arnica Satış” isimli WhatsApp grubunda ARNİCA Genel Müdürü (.....) tarafından WhatsApp grubunun diğer üyelerine gönderilen mesajlar) yer alan “sürekli olarak fiyatı düzeltin diye kendi bayilerimizle kavga etmekten yorulduk.”
- **Tespit 34**'te (23.01.2020 tarihinde ARNİCA Genel Müdürü (.....) ile ARNİCA Kurumsal Satış Yöneticisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “(.....) şimdilik 150 tl arttırdık (.....)”
- **Tespit 38**'de (08.07.2020 tarihinde “Arn Ekip” isimli WhatsApp grubunda ARNİCA Kalite Yönetim Temsilcisi (.....) ve ARNİCA Kurumsal Satış Yöneticisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “Arkadaşlar selamlar, (.....) fiyat yapmış ve fiyatları kilitlemiş, ancak ürün satışa kapatılarak ortadan kalkabiliyor, (.....) kapattı (...) (.....) ta kapattı (.....)”
- **Tespit 40**'ta (24.07.2020 tarihinde ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) ile ARNİCA Satış Sorumlusu (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “(.....) ile (.....) tavsiye fiyatlarımıza lütfen uysun”
- **Tespit 41**'de 24.07.2020 tarihinde ARNİCA Satış Yöneticileri (.....), (.....), (.....)'in ve ARNİCA Kalite Yönetim Temsilcisi (.....)'in üye olduğu “Arnica Bölgeler” isimli WhatsApp grubunda (.....), (.....) ve (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan Premium⁷ da 2 fiyat bozan var, biri Diyarbakır (.....) (...)Merhaba, görüştüm”
- **Tespit 44**'te (18.08.2020 tarihinde ARNİCA Genel Müdürü (.....) ve ARNİCA Kurumsal Satış Yöneticisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “(.....) niye fiyat düşürmüş (...) Yükseltiriz hemen, Konuştum müdahale ediyor (.....)”
- **Tespit 45**'te (05.09.2020 tarihinde ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) ile ARNİCA Kalite Yönetim Temsilcisi (.....) arasında yapılan WhatsApp görüşmesi) yer alan “Görüştük (.....) Fiyatı 1229 yapıyor”
- **Tespit 48**'de (15.09.2020-16.09.2020 tarihlerinde ARNİCA Satış Yöneticileri (.....), (.....), (.....)'in ve ARNİCA Kalite Yönetim Temsilcisi (.....)'in üye olduğu “Arnica Bölgeler” isimli WhatsApp grubunda (.....), (.....) ve (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “Bu internet fiyatlarını soyduk soyduk kuyruğuna geldik ancak düzeltmeyen noktalar bizi sahada zor duruma sokuyor özellikle (.....)”

⁷ Ürün modelinden bahsedilmektedir.

Firmasının fiyatları çok düşük (...) Yarın (.....) bu konu ile ilgili görüşeceğim, (.....) Tesla fiyatı yukarı çekildi, Mila antrasitte bir kampanya tanımlı, Bu gün yarın onun fiyatıda yukarı çekilecek”

- **Tespit 49**'da 817.09.2020 tarihinde ARNİCA Satış Yöneticileri (.....), (.....), (.....) ve ARNİCA Kalite Yönetim Temsilcisi (.....)'ın üye olduğu “Arnica Bölgeler” isimli WhatsApp grubunda, grup üyeleri arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “(.....) elektronikle görüştüm fiyatı şimdi düzeltiyor”
- **Tespit 50**'de (03.10.2020 tarihinde ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) ile ARNİCA Satış Sorumlusu (.....) arasında yapılan WhatsApp görüşmesi) yer alan “(.....) lütfen Teslanın fiyatıyla oynamasın rica edelim”
- **Tespit 51**'de (07.10.2020 tarihinde ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) ile ARNİCA Kalite Yönetim Temsilcisi (.....) arasında yapılan WhatsApp görüşmesi) yer alan “Düzeltilme yapıldı (.....)”
- **Tespit 52**'de (07.10.2020 tarihinde ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) ile ARNİCA Satış Sorumlusu (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “İki gündür (.....) aptalca bir fiyata satıyor yakınında fiyat yok ve müdahale etmiyoruz (...) Düzelttiler (.....)”
- **Tespit 53**'te (07.10.2020 tarihinde ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) ile ARNİCA Satış Sorumlusu (.....) arasında yapılan WhatsApp görüşmesi) yer alan “Düzeltilti abim”
- **Tespit 56**'da (26.11.2020-27.11.2020 tarihlerinde ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) ve ARNİCA Kalite Yönetim Temsilcisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “(.....) abi, (.....) tavsiye ediyoruz (...) Tamam (.....) düzelttiriyorum”
- **Tespit 58**'de (07.12.2020 tarihinde ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) ve ARNİCA Satış Sorumlusu (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “Fiyatı düzeltemiyorsa satışa kapatsın”
- **Tespit 59**'da (08.12.2020 tarihinde ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) ve ARNİCA Kalite Yönetim Temsilcisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “Konuşabilir misin normal fiyat için, başka kimse kalmıyor düzelince”
- **Tespit 60**'ta (28.12.2020 tarihinde ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) ve ARNİCA Kalite Yönetim Temsilcisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “(.....) abi konuşabilir misin (.....)'la”
- **Tespit 63**'te (31.12.2020 tarihinde ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) ve ARNİCA Kalite Yönetim Temsilcisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “bu (.....) düzeltmiyor bir türlü”
- **Tespit 64**'te (14.01.2021 tarihinde ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) ile ARNİCA Satış Sorumlusu (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “Abim en fiyat diye bir site, fiyatlar çok düşük bilgin olsun”
- **Tespit 68**'de (ARNİCA Genel Müdürü (.....) ve ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi⁸) yer alan -fiyat karşılaştırma tablosu kastedilerek- “sol taraf (.....)'nün piyasaya teklif ettiği ürünler,

⁸ İlgili WhatsApp görüşmesinin tarihi tespit edilememiştir.

sağ taraf bizden alış fiyatı, karşılaştırma yaptım, tesadüfen 😊 hepsi %30 alış fiyatından düşük çıktı”

ifadeleri birlikte değerlendirildiğine ARNİCA Genel Müdürü, bölge satış temsilcileri ve satış sorumluları arasında, bayilerin uyguladıkları fiyatlar konusunda sürekli bilgi alışverişinde bulunulduğu ve fiyatları “bozan” bayilerle iletişime geçilerek fiyatların belirlenen düzeye yükseltmelerinin talep edildiği görülmektedir. Bunu yapabilmek üzere ARNİCA çalışanları, bayilerin fiyatlarını gerek hepsiburada.com, trendyol.com, gittigidiyor.com gibi e-ticaret platformlarından gerekse fiyat karşılaştırma sitelerinden takip etmektedir. Satış fiyatlarının düşük olduğunu gördükleri bayilerin fiyatlarını ise ekran görüntüsü olarak birbirlerine yollamaktadır. Bunun üzerine, bahse konu internet sitelerindeki satıcıların hangi bayiler olduğu tespit edilerek sorumlu kişiler ile iletişim kurulmakta ve satış fiyatlarını yükseltmeleri gerektiği söylenmektedir.

(57) Örneğin ARNİCA çalışanlarının bayilere gönderdiği mesajlara bakıldığında;

- **Tespit 16**'da (20.03.2018 tarihinde “Ege Arnica Ailesi” isimli WhatsApp grubunda ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) tarafından WhatsApp grubunun diğer üyelerine gönderilen mesajlar) yer alan “Eğer bir bayimiz internet ten Tesla premium satacaksa fiyat (.....) T'nin altında olmamalı, lütfen hassasiyet gösterelim, Gittigidiyorda satsa da fiyatı (.....) TL olacak”
- **Tespit 36**'da (01.07.2020 tarihinden önce olduğu anlaşılan ARNİCA Satış Sorumlusu (.....) tarafından ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....)'e WhatsApp üzerinden gönderilen mesajlar) yer alan “Abim bunu yükseltebiliyor muyuz”
- **Tespit 39**'da (08.07.2020 tarihinde ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) ile (.....) temsilcisi olduğu anlaşılan “(.....)” şeklinde kayıtlı kişi arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “Günaydın (.....) abi, Fiyatı yükseltebilir misiniz”
- **Tespit 43**'te (27.07.2020 tarihinde ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) tarafından (.....) temsilcisi olduğu anlaşılan “(.....)” şeklinde kayıtlı kişiye WhatsApp üzerinden gönderilen mesajlar) yer alan “İnternet fiyatlarınızı tavsiye ettiğimiz satış fiyatlarını uygulayabilir misiniz”
- **Tespit 46**'da (08.09.2020 tarihinde “Ege Arnica Ailesi” isimli WhatsApp grubunda ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) tarafından grubun diğer üyelerine gönderilen WhatsApp görüşmesi) yer alan “Listeli müşterilerinizi arayınız lütfen fiyatı tavsiye ettiğimiz fiyata taşısınlar”
- **Tespit 47**'de (10.09.2020 tarihinde ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) ve (.....) temsilcisi olduğu anlaşılan “(.....)” şeklinde kayıtlı kişi arasında yapılan WhatsApp görüşmesi) yer alan “(.....) kardeşim lütfen tavsiye fiyatımızı uygulayalım, (.....) TL, (.....)⁹ özellikle Tesla Premium internet fiyatında hassasiyet gösteriyor”
- **Tespit 57**'de (26.11.2020 tarihinde ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) ve (.....) temsilcisi olduğu anlaşılan “(.....)” şeklinde kayıtlı kişi arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “Fiyatımızı (.....) TL'ye yükseltebilir miyiz”
- **Tespit 67**'de (“Ugurlu & Arnica” isimli WhatsApp grubunda ARNİCA Genel Müdürü (.....) ve ARNİCA perakende bayii (.....) temsilcisi (.....) arasında geçen WhatsApp

⁹ ARNİCA Genel Müdürü (.....) kastedilmektedir.

görüşmesi¹⁰) yer alan “-diğer bayiler kastedilerek- Şu an sizin fiyatlarınızı kontrol ediyorlar, sizlerden ricam, kısa bir süre fiyatlarınızı artırabilir misiniz”

şeklindeki ifadelerden, çoğunlukla satış yöneticilerinin veya satış sorumlularının kimi zaman da genel müdürün bayilerle iletişime geçerek fiyatlarını artırmalarını talep ettikleri görülmektedir. Söz konusu müdahalelerin daima fiyatın yükseltilmesi yönünde olduğu dikkati çekmektedir.

- (58) ARNİCA'nın bayisi olmayan internet satıcıları ise aynı yöntemle takip edilmekte, ürün, ürünün fiyatını düşüren bayi dışı satıcıdan ARNİCA tarafından satın alınmakta ve ürünün kodundan bu satıcının ürünü hangi bayiden/toptancıdan satın aldığı tespit edilmektedir. Örneğin **Tespit 8**'de (07.02.2017 tarihlerinde “Arnica Satış” isimli WhatsApp grubunda ARNİCA Genel Müdürü (.....), ARNİCA Satış Sorumluları (.....) ve (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “(.....) bey merhaba, (.....) bizim ürün vermediğimiz bir firma, biz ürün vermediğimiz için elinde ürün olmadığı halde sadece bir tane tesla ile internete fiyatı bozmak için yaptığı terörize bir hareket.” ifadelerinden ARNİCA'nın bayisi olmayan bir satıcının elindeki ürün sayısının ve fiyatının takip edildiği görülmektedir.
- (59) **Tespit 15**'te (16.10.2017 tarihinde ARNİCA Genel Müdürü (.....) ile ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan yazışmalardaki,

“(.....): (.....), (.....), (.....) tl ye satıyor, bu (.....) un toptancısı mı?

(.....): İzmir ise evet

(.....): evet izmir

(.....): Benden istedi internet satışı için veremeyiz demiştin, aldırayım mı

(.....): yok, (.....) çıkar zaten

(.....): (.....) ile ticareti yok

(.....): fazla gelmeyecekse aldır o zaman, öğrenelim kimmiş,1 dakika, şimdi de bu çıktı: <https://urun.gittigidiyor.com/ev-elektronigi/arnica-tesla-premium-rose-toz-torbasiz-supurge-309800803>,(.....) diye biri,(.....) tl, seninki (.....) şu: <https://urun.gittigidiyor.com/ev-elektronigi/arnica-tesla-premium-et14300-toz-torbasiz-elektrikli-supurge-rose-309547390>, ikisini de al alabilirsen.”

ifadeleri incelendiğinde, ARNİCA genel müdürü ile bir satış yöneticisinin, kendi bayileri olmayan ve gittigidiyor.com üzerinden ARNİCA markalı ürün satışı yapan iki internet satıcısını tespit ederek, söz konusu ürünleri satın almak suretiyle bu ürünleri hangi bayilerden temin ettiklerini öğrenmek istediği görülmektedir. Böylelikle, hem söz konusu ürünlerin internette düşük fiyatla satışı engellenmekte hem de temin edildiği bayi tespit edilerek uyarıda bulunmaktadır.

- (60) İnternet üzerinden düşük fiyata satış yapan kişilerin hangi bayiden ürün temin ettiğinin tespitinin yanı sıra, bayilerin fiyatları nasıl aşağı seviyeye çekebildiği ve bunun nasıl engellenebileceği de stok ve satış adedi takibiyle mümkün olmaktadır.
- (61) **Tespit 2**'de (28.12.2015 tarihinde ARNİCA Genel Müdürü (.....) ile ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan;
- “(.....): O fiyat nereden çıktı, (.....) ye nasıl geliyor fiyat, kimseye fazla miktar vermeyin, Bugün (.....) reddettim, (.....),
- (.....): Şimdi (.....)'la konuştum biz artık bu saat sen sonra ayağımıza kurşun sıkmayacağız”

¹⁰ İlgili WhatsApp görüşmesinin tarihi tespit edilememiştir.

ifadelerinden, ARNİCA genel müdürünün, ürünün fiyatının düşmemesi için bayilere yüksek miktarda mal verilmemesi gerektiğini, örneğin “(.....)” olarak anılan yetkili satıcının yüksek miktarda bir alım talebini reddettiğini söylediği görülmektedir.

(62) Aynı bağlamda, ARNİCA çalışanlarının kendi aralarında yaptıkları yazışmalara bakıldığında;

- **Tespit 4**'te (08.06.2016 tarihinde “*Arnica Satış*” isimli WhatsApp grubunda ARNİCA Genel Müdürü (.....) ile ARNİCA Satış Sorumluları (.....), (.....), (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “*Ürün önümüzdeki hafta tekrar sevkiyata başladığında perakendeye önce gönderim yapacağız ve yine miktarlara dikkat edeceğiz.*”
- **Tespit 22**'de (16.01.2019 tarihinde ARNİCA Genel Müdürü (.....) ile ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “*(.....), internette fiyatlar tesla premium 819 liralara geldi, şimdi (.....)'ye gönderiyoruz, takip et sende bakalım ne olacak*”
- **Tespit 26**'da (08.03.2019 tarihinde ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) ile ARNİCA Satış Sorumlusu (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “*(.....) a tesla premium çıkmışmıyız abi (.....) e sorar misin (...) Hayır çıkılmamış (...) O zaman (.....) ve (.....) in aldığı yerden o da aldı*”
- **Tespit 62**'de (28.12.2020 tarihinde ARNİCA Genel Müdürü (.....) ve ARNİCA Kurumsal Satış Yöneticisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “*Günaydın (.....) bey (.....) aradı Diyarbakır'daki birçok nokta bu ürünlerden (.....)'dan almış der (...) Kampanya mı yaptı (.....)? (...) Reklam kampanyası yaptı bir süreliğine, O dönem alınmış olabilir (...) (.....) a verilen miktarlar nedir? (...) Son 2 ayda Karayel (.....) adet, Tayfun (.....) adet, 444 plus (.....) adet, Lotus (.....) adet, toplu alımda aldıkları ürünler bunlar, ben şimdi satış adetlerini de isteyeceğim bu ürünlerin*”

ifadelerinin kullanıldığı görülmektedir. Bu ifadeler birlikte okunduğunda, ARNİCA tarafından, satış fiyatlarının düşmesine yol açabilecek nitelikteki alım miktarlarının kontrol edildiği, bayilere gönderilen ürün adetleri bağlamında satış fiyatlarındaki değişikliğin takip altına alındığı, özellikle fiyat düşüren perakende satıcıların ürün temin ettikleri toptancılar tespit edilerek bunlara sağlanacak ürün miktarının sınırlandırılmak, bu şekilde piyasada fazla sayıda ürün bulunmasının ve ürün fiyatlarının düşmesinin önüne geçilmek istendiği anlaşılmaktadır.

(63) ARNİCA'nın fiyatlara müdahalesi sadece internet satışları ile sınırlı kalmamaktadır. Elde edilen delillerde, satış yöneticilerinin ve satış sorumlularının fiziksel bayileri ziyaret ettikleri, buradaki fiyatları deftere kaydedip fotoğrafını çekerek diğer çalışanlar ile paylaştıkları, kimi bayilerin satış fiyatının ise kampanya SMS'leri ile takip edildiği görülmektedir. Bu çerçevede, özellikle, (.....) olarak anılan yeniden satıcının, belirlenen fiyatların dışına sıklıkla çıktığı, bunun da bölge satış yöneticisine gelen SMS ile kontrol edildiği, (.....) ile bu hususta anlaşmazlıklar yaşandığı ve bu bayinin ARNİCA'nın belirlediği fiyatların altında satış yapmasının engellenmek istendiği anlaşılmaktadır. Bu bağlamda;

- **Tespit 3**'te (26.05.2016 tarihinde ARNİCA Genel Müdürü (.....) ile ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “*(.....) tesla yı çok ucuza vermiyordur inşallah*”,

- **Tespit 6**'da (28.09.2016 tarihinde ARNİCA Genel Müdürü (.....) ile ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan "(.....)'yi onayladım ama onun sattığı fiyatları lütfen kontrol et yoksa çok bozacak (...). Takip ederim, bir şey yaparsa uyarır düzeltirim"
- **Tespit 10**'da (28.03.2017 tarihinden önce yapıldığı anlaşılan ARNİCA Genel Müdürü (.....) ile ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) (.....)'den gelen SMS'in genel müdüre iletilmesi üzerine, genel müdür tarafından "Bu mesajından hoşlanmadım"

ifadesinin kullanıldığı, buna ek olarak **Tespit 18**'e (20.03.2018 tarihinde "Ege Arnica Ailesi" isimli WhatsApp grubunda ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) tarafından WhatsApp grubunun diğer üyelerine gönderilen mesajlar) bakıldığında ise bölge satış temsilcisinin, aşağıdaki ifadeleri içeren ve kendi el yazısı ile yazıp imzaladığı kağıdın görüntüsünü ARNİCA genel müdürüne ilettiği görülmektedir:

"(.....) ZÜCCACİYE

Tesla Premium -> (.....)

Tesla Kırmızı -> (.....)

Pica Mor -> (.....)

Tayfun -> (.....)

Prokit 444 plus -> (.....)

1 Ağustos'tan itibaren kesinlikle fiatlar böyle olacaktır. Mesajları bende mevcut tamam dediler. (.....)"

- (64) Dosya kapsamında elde edilen diğer delillerden fiziksel bayilerin yanı sıra teknoloji marketlerinin satış fiyatlarına da müdahale edildiği görülmektedir. Bu çerçevede, **Tespit 4**'te (08.06.2016 tarihinde "Arnica Satış" isimli WhatsApp grubunda ARNİCA Genel Müdürü (.....) ile ARNİCA Satış Sorumluları (.....), (.....), (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) ARNİCA genel müdürü tarafından satış ekibine gönderilen mesajda yer alan, "Teknoloji marketlerindeki fiyatlar eskiden sorun olurdu şu an orası açık farkla daha yüksek. Biz bu konuda her sabah firmalarla konuşarak tavsiyelerimizi iletiyoruz ve elimizden geleni yapıyoruz. Bunu bilin. ilk 1-2 ay sizde her sabah kontrol ederek bizi uyarın." şeklindeki ifadeler bu değerlendirmeyi destekler niteliktedir. Görüldüğü üzere ARNİCA, internette satış yapan yeniden satıcılar başta olmak üzere teknoloji marketlerden sadece fiziksel satış yapan bayilere kadar bütün dağıtım ağının yeniden satış fiyatlarına müdahale etmekte ve düşük fiyatla ürün satışının önüne geçmektedir.
- (65) Açıklanan müdahalelerin sonuç vermesi için, uyarılara riayet etmeyen bayilere yaptırım uygulanması gündeme gelmektedir. Bu yaptırımlar kimi zaman bayilerin verdiği siparişlerin iptali kimi zaman da ürün sevkiyatının durdurulması ve mal vermeme şeklinde ortaya çıkabilmektedir. Örneğin;
- **Tespit 8**'de (07.02.2017 tarihlerinde "Arnica Satış" isimli WhatsApp grubunda ARNİCA Genel Müdürü (.....), ARNİCA Satış Sorumluları (.....) ve (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) ARNİCA genel müdürü tarafından gönderilen mesajda yer alan "pazar yerlerinde olan ve özellikle arnica tesla ürünleriniz ucuz fiyata satan ve bizim bayimiz olan veya bizim bayimizden aldığı kesin olarak ispatlanan tüm toptancılarımıza kesinlikle ve kesinlikle bir daha bu ürün verilmeyecektir."
 - **Tespit 9**'da (16.02.2017 tarihinde "Arnica Satış" isimli WhatsApp grubunda ARNİCA Genel Müdürü (.....) ile ARNİCA Satış Sorumlusu (.....) arasında geçen

WhatsApp görüşmesi) ARNİCA genel müdürü tarafından gönderilen mesajda yer alan “(.....) fiyatını gördüm, Yarın değişecek, Birinin fiyat düşmesi diğerine hak vermez, hepsiyle uğraşacağım, kesin olarak tekrarlıyorum, bunu yapan kim olursa olsun, tesla satışı yapılmayacak.”

- **Tespit 19**'da (12.10.2018 tarihinde “Arn Ekip” isimli WhatsApp grubunda ARNİCA Genel Müdürü (.....), ARNİCA Kalite Yönetim Temsilcisi (.....) ve ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) tarafından WhatsApp grubunun diğer üyelerine gönderilen mesajlar) ARNİCA genel müdürü tarafından gönderilen mesajda yer alan “İnternette, bizim belirlediğimiz fiyatların altına, ister kendi ister pazaryeri yapsın, bir fiyat oluştursa bu müşteriye kesinlikle mal gönderilmeyecek”
- **Tespit 28**'de (13.03.2019-15.03.2019 tarihlerinde “Arnica Satış” isimli WhatsApp grubunda ARNİCA Genel Müdürü (.....) tarafından WhatsApp grubunun diğer üyelerine gönderilen mesajlar) ARNİCA genel müdürü tarafından gönderilen mesajda yer alan “İnternette mal fiyatını düşürerek mal satan eğer bizim bayimizse o bayiye o ürünler bir daha kesinlikle benim onayım olmadan satılamaz.”
- **Tespit 32**'de (27.12.2019 tarihinde ARNİCA Genel Müdürü (.....) ile ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan
“(.....): (.....), internette tesla satmayacaktı, toptan için alıyor denmişti bana, inandım ok verdim.
(.....): Konuşmamız toptanda satması içindi, internette satsa bile kendi sitesinden 899 TL ye satacaktı, yani bizim sistemimize uyacaktı, son gönderdiğimiz (.....) adet Tesladan bu güne 2 defa sistemi deldi, uygun görürseniz içeride bulunan (.....) adet Tesla premium 'un yapmış olduğu nakit havaleyi iade edelim siparişini iptal edelim.
(.....): Evet, yapalım”
- **Tespit 33**'te 1(8.01.2020 tarihinde ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) ve ARNİCA Kalite Yönetim Temsilcisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “Toptancı mağazam, gittigidiyor kapatmıyor, ... İçeride siparişi varsa iptal edeceğiz, en az 3 ay tesla sevk etmeyeceğiz”
- **Tespit 35**'te 1(7.04.2020 tarihinde ARNİCA Genel Müdürü (.....) ile ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “internet olayı daha önce dinlememiş, makul olmazsa gerçekten göndermeyiz, (.....) a kadar inmiş, şu an malı yok, tesla istiyor”
- **Tespit 42**'de (27.07.2020 tarihinde ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) ile ARNİCA Kalite Yönetim Temsilcisi (.....) arasında yapılan WhatsApp görüşmesi) ARNİCA çalışanı tarafından gönderilen mesajda yer alan “fiyatlarını 12 ye kadar güncellememiş olursa, sorun yaşatacağım sevkiyatlarına”
- **Tespit 65**'te yer alan (16.01.2021 tarihinde ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) ve ARNİCA Kalite Yönetim Temsilcisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) “bu arkadaşla 4-5 defa görüşmemize rağmen biz dinlemiyor bundan sonra ürün sevkiyatı yapmayalım”

şeklindeki ifadelere bakıldığında, ARNİCA'nın fiyat konusundaki talimatlarına uymayan bayileri, ürün sevkiyatını durdurarak, mal vermeyerek veya siparişlerini iptal ederek cezalandırdığı görülmektedir. Dikey Kılavuz'un 18. paragrafında açıklandığı üzere, alıcıya tavsiye edilen fiyatlara uymaması durumunda teslimatların geciktirilmesi, askıya alınması veya anlaşmanın sona erdirilmesi şeklinde alıcının tehdit edilmesi ya da fiilen bu tür cezai yaptırımların uygulanması yeniden satış fiyatının dolaylı yoldan belirlenmesine örnek olarak verilmekte ve yeniden satış fiyatının bu tür dolaylı yoldan

belirlenmesi uygulamaları da Dikey Tebliğ'in yeniden satış fiyatının belirlenmesini yasaklayan 4. maddesinin birinci fıkrasını (a) bendi kapsamında değerlendirilmektedir.

- (66) ARNİCA'dan elde edilen delillerde dikkati çeken bir başka husus ise; bir bayinin kendi fiyatını düşürmesi gerekçesiyle diğer bayilerin de kendi fiyatını düşürmek istemelerinin yasaklanmış olduğudur. Bu durum, bayilerin, daha düşük fiyatla satış yapan kişileri tespit ederek ARNİCA'ya ilemesine ve bunların fiyatına da ARNİCA tarafından müdahale edilmesini istemelerine yol açmaktadır. Örneğin, **Tespit 20**'de (20.10.2018 tarihinde "Arnica Ülkü" isimli WhatsApp grubunda ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) ve ARNİCA'nın toptan bayii olan (.....) temsilcisi olduğu anlaşılın (.....) şeklinde kayıtlı kişi arasında geçen WhatsApp görüşmesi) ve **Tespit 30**'da (10.04.2019 tarihinde "(.....)" isimli WhatsApp grubunda ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) ve "(.....)" arasında geçen WhatsApp görüşmesi) (.....) adlı bayi, ARNİCA satış yöneticisinden *amazon.com* adlı sitede ucuz fiyata satış yapan bir satıcıya müdahale edilmesini talep etmektedir. **Tespit 21**'de (12.11.2018 tarihinde (.....) tarafından ARNİCA Kurumsal Satış Yöneticisi (.....) gönderilen ve bilgi kısmında (.....) çalışanı (.....) ve ekinde GAZIANTEP UĞURLU FİYAT-2 (1).xlsx adlı Excel tablosunun yer aldığı e-posta) bir bayinin, Gaziantep'teki bir başka bayinin fiyatlarına müdahale edilmesini istediği aksi takdirde kendisinin de fiyatları düşürmek zorunda kalacağını belirttiği görülmektedir. **Tespit 25**'teki (22.02.2019-24.02.2019 tarihleri arasında ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) ile ARNİCA Satış Sorumlusu (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yazışmada, (.....) adlı bayinin fiyatlarına müdahale edilmesinden, (.....) adlı diğer bir bayinin düşük fiyatlarla satışa devam etmesi nedeniyle rahatsız olduğunu ARNİCA çalışanlarının kendi aralarında konuştukları görülmektedir. **Tespit 54**'te (17.10.2020 tarihinde ARNİCA Satış Sorumlusu (.....) tarafından (.....)'a gönderilen "FİYAT BİLGİLENDİRMESİ" konulu e-posta) ise bir bayinin merkeze gönderdiği e-postada, Tesla model elektrik süpürgesini daha düşük fiyatlarla satan firmaların da bulunduğu belirtilerek fiyat müdahalesinden rahatsız olduğu ifade edilmiştir. **Tespit 55**'te (23.10.2020 tarihinde ARNİCA Kalite Yönetim Temsilcisi (.....)'ın, ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....)'ın, ((.....)) çalışanları olduğu anlaşılın "(.....)" ve "(.....)" şeklinde kayıtlı kişilerin üye olduğu, "Arn&Yd" isimli WhatsApp grubunda grup üyeleri arasında geçen görüşme), **Tespit 61**'de (28.12.2020 tarihinde "Arn&Yd" isimli WhatsApp grubunda ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) ve (.....) çalışanı olduğu anlaşılın "(.....)" şeklinde kayıtlı kişi arasında geçen görüşme) ve **Tespit 66**'da (25.01.2021 tarihinde aralarında ARNİCA Kalite Yönetim Temsilcisi (.....), ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....), ((.....)) çalışanları olduğu anlaşılın "(.....)" ve "(.....)" şeklinde kayıtlı kişilerin üye olduğu, "Arn&Yd" isimli WhatsApp grubunda grup üyeleri arasında geçen görüşme) (.....) adlı bayinin çeşitli platformlarda düşük fiyata satış yapan başka bayilere müdahale edilmesini talep ettiği görülmektedir.
- (67) Bahse konu yazışmalar, Arnica Bayilik Sözleşmesi'nde detaylıca anlatılan ve ARNİCA markalı ürünlerin gerek bayiler tarafından gerekse bayilerin mal verdiği üçüncü kişiler tarafından yapılacak satışlardaki fiyatlarının kontrol altında tutulmasına yardımcı olan sistemin yansımaları teşkil etmektedir. Bu yazışmalar, dosya kapsamında elde edilen diğer delillerle beraber değerlendirildiğinde, ARNİCA'nın, belirlenen fiyattan daha düşük fiyata satış yapan bayi dışı üçüncü kişilerin tespit edilmesi halinde bayilerinin bunlara satış yapmasını da engellemek istediğine işaret etmektedir. Nitekim **Tespit 8**'de ARNİCA genel müdürü tarafından kullanılan "*pazar yerlerinde olan ve özellikle arica tesla ürünleriniz ucuz fiyata satan ve bizim bayimiz olan veya bizim bayimizden aldığı kesin olarak ispatlanan tüm toptancılarımıza kesinlikle ve kesinlikle bir daha bu*

ürün verilmeyecektir” şeklindeki beyanlar, toptancıların, bahse konu yeniden satıcılara mal vermesinin yasaklandığına dair açık ifadelerdir.

(68) Yerinde incelemelerde elde edilen delillerde, ARNİCA'nın bayilerine yönelik müdahaleleri ağırlıklı olarak yeniden satış fiyatlarına yönelik olmakla birlikte kimi zaman internet üzerinden satış yapılmasının da yasaklandığı görülmektedir. ARNİCA'nın internet satışlarına yönelik olarak, Bayilik Sözleşmesinde, internet satışı yapabilmesi için bayinin “E-Ticaret Yetkili Bayilik Sözleşmesi” imzalaması gerektiği hüküm altına alınmış olup ARNİCA'dan bu sözleşme hakkında detaylı bilgi talep edilmiştir. ARNİCA hiçbir bayi ile bu sözleşmenin imzalanmadığını belirtmiştir. Nitekim aşağıda yer verilen tespitlerde geçen ifadeler de bu hususu doğrular niteliktedir:

- **Tespit 15**'te (16.10.2017 tarihinde ARNİCA Genel Müdürü (.....) ile ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “-(.....) isimli bayi kastedilerek- *benden istedi internet satışı için veremeyiz demiştim*”
- **Tespit 32**'de (27.12.2019 tarihinde ARNİCA Genel Müdürü (.....) ile ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “(.....) *internette Tesla satmayacaktı*”
- **Tespit 33**'te (18.01.2020 tarihinde ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) ve ARNİCA Kalite Yönetim Temsilcisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “*İnternet satış fiyatlarını kontrol edemediğiniz için ürünlerimizi lütfen internette satmayın diye konuştum*”
- **Tespit 35**'te (17.04.2020 tarihinde ARNİCA Genel Müdürü (.....) ile ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “*internet olayı daha önce dinlememiş, makul olmazsa gerçekten göndermeyiz*”
- **Tespit 37**'de (03.07.2020 tarihinde ARNİCA Genel Müdürü (.....) ile ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan “(.....) *internette görmek istemiyorum, (.....) hiçbir zaman karşımıza çıkmamalılar, internette ne işleri var*”

(69) Dikey Kılavuz'da, kural olarak bayilerin internet kanalıyla yapacağı satışların kısıtlanamayacağı belirtilmiştir. Kılavuz'da özellikle münhasır bölge/müşteri tahsisi içeren dağıtım sistemlerinde internet satışları aktif ve pasif satışlar arasındaki ayrım gözetilerek açıklanmıştır. Buna göre, internet ve benzeri yollarla yapılan satışlar da genellikle pasif satış olarak kabul edilmektedir. ARNİCA özelinde ise herhangi bir münhasır dağıtım sistemi benimsenmediğinden aktif satış yasakları da tıpkı pasif satış yasakları gibi ihlal olarak değerlendirilebilecektir. Diğer bir deyişle, aktif satış ya da pasif satış olmasından bağımsız olarak ARNİCA'nın uyguladığı internet satış yasakları Dikey Tebliğ kapsamında grup muafiyetinden yararlanamayan ağır sınırlama niteliği taşımaktadır. Nitekim Dikey Kılavuz'un 28. paragrafında, seçici dağıtım sistemleri bünyesinde dahi olsa, internet satışlarına yönelik kısıtlamanın amacının, dağıtıcının internet üzerinden satışını ve fiyat rekabetini engellemek olamayacağı belirtilmiştir.

(70) Dosya kapsamında ARNİCA'nın eylemlerine yönelik deliller birlikte değerlendirildiğinde, söz konusu delillerin büyük bölümünün doğrudan yeniden satış fiyatının tespitine ilişkin olduğu anlaşılmaktadır. Diğer yandan, bahse konu teşebbüs tarafından gerçekleştirilen internet satış yasağı ve toptancıların son kullanıcı olmayan alıcılara yeniden satışının kısıtlanması şeklindeki eylemlerin asıl amacının ürünlerin fiyatını kontrol etmek olduğu anlaşılmaktadır. Öyle ki **Tespit 33**'te (18.01.2020

tarihinde ARNİCA Geleneksel Satış Yöneticisi (.....) ve ARNİCA Kalite Yönetim Temsilcisi (.....) arasında geçen WhatsApp görüşmesi) yer alan "İnternet satış fiyatlarını kontrol edemediğiniz için ürünlerimizi lütfen internetten satmayın diye konuştum" şeklindeki ifadeler bunu açıkça göstermektedir. Bu nedenle ARNİCA tarafından getirilen dikey kısıtlamaların temel amacının yeniden satış fiyatı belirlemek suretiyle bayilerin fiyat rekabetini engellemek olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

I.3.3. Genel Değerlendirme

- (71) ARNİCA tarafından bayilerin yeniden satış fiyatlarına müdahale edildiği iddialarına yönelik yürütülen soruşturma çerçevesinde elde edilen deliller değerlendirildiğinde; ARNİCA'nın, yeniden satmak amacıyla kendisinden ürün satın alanların bu ürünleri satabilecekleri asgari satış fiyatını belirlediği, bu fiyata uymayanların sipariş iptali, mal sevkiyatının durdurulması ve mal vermeme gibi yaptırımlara tabi tutmak istediği anlaşılmaktadır.
- (72) Buna ek olarak, serbest dağıtım ağı ile çalışan ARNİCA'nın bazı bayilerine internet satış yasağı getirdiği, ayrıca toptancıların fiyat düşürmesi muhtemel perakendecilerle kendi bölgeleri dışındaki yeniden satıcılara satış yapmasının önüne geçilmek istendiği görülmektedir.
- (73) Bununla birlikte, yukarıda mevzuat ve yerinde incelemede elde edilen belgeler doğrultusunda detaylı olarak ortaya konulan 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal eder nitelikteki dikey kısıtlamaların, yetkili satıcıların yeniden satış fiyatını belirleme stratejisi çerçevesinde icra edildiği ve teşebbüsün bu davranışa ilişkin genel stratejisinin bir parçası olarak bütünlük arz eden tek bir davranış niteliği taşıdığı değerlendirilmektedir. Nitekim dosya kapsamında elde edilen deliller esasen yeniden satış fiyatının tespitine yöneliktir ve dolayısıyla ARNİCA'ya isnat edilen ihlalin yeniden satış fiyatının belirlenmesi şeklindeki tek bir dikey rekabet ihlali olarak değerlendirilmesi gerekmektedir.
- (74) Benzer yaklaşımın Kurulun son dönemki kararlarında da ye aldığı görülmektedir. *Groupe SEB*¹¹ kararında Kurul, İstanbul Ev Aletleri Ticaret A.Ş.'nin bayilerinin yeniden satış fiyatını belirlemeye yönelik uygulamalarda bulunmak ve söz konusu bayilerin ve diğer yeniden satıcıların internet satışlarını kısıtlamak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği iddiasını incelemiş ve yeniden satış fiyatının tespiti ve internet satışlarının kısıtlanması eylemlerinin aynı piyasaya etki ediyor olması, kronolojik süreç olarak benzeşmesi ve niteliği itibarıyla teşebbüsün genel stratejisinin bir parçası olarak bütünlük arz etmesi nedeniyle tek bir davranış niteliğinde olduğunu değerlendirmiş ve söz konusu eylemlerin aynı amaca hizmet eden, iç içe geçmiş davranışlar olarak, marka içi rekabetin kısıtlanması sonucunu doğurduğuna hükmetmiştir.

I.3.4. Uzlaşma Süreci ve İdari Para Cezasına İlişkin Değerlendirme

- (75) 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrası; "Bu Kanunun 4, 6 ve 7 nci maddelerinde yasaklanmış davranışlarda bulunanlara, ceza verilecek teşebbüs ile teşebbüs birlikleri veya bu birliklerin üyelerinin nihai karardan bir önceki mali yıl sonunda oluşan veya bunun hesaplanması mümkün olmazsa nihai karar tarihine en yakın mali yıl sonunda oluşan ve Kurul tarafından saptanacak olan yıllık gayri safi gelirlerinin yüzde onuna kadar idarî para cezası verilir." hükmünü amirdir.

¹¹ Kurulun 04.03.2021 tarih ve 21-11/154-63 sayılı kararı.

- (76) Ceza Yönetmeliği'nin 4. maddesinin birinci fıkrasının (a) bendinde, temel para cezasının, 4054 sayılı Kanun'un 4. ve 6. maddelerinde yasaklanmış olan ve piyasa, nitelik ve kronolojik süreç olarak birden fazla bağımsız davranışın saptanması halinde, her bir davranış için ayrı ayrı hesaplanacağı belirtilmiştir.
- (77) Yukarıda yer verilen açıklamalara paralel olarak ARNİCA'nın eylemlerinin yetkili satıcıların yeniden satış fiyatını belirleme stratejisi çerçevesinde şekillenen ve bu bakımdan bütünlük ve süreklilik arz eden eylemler olduğu değerlendirilmektedir. Bu bakımdan söz konusu eylemler, aynı piyasada cereyan eden, gerek nitelik gerekse kronolojik süreç bakımından tek bir ihlal olarak ele alınmıştır.
- (78) Ceza Yönetmeliği'nin aynı madde hükmü uyarınca nihai idari para cezası belirlenirken öncelikle temel para cezasının hesaplanacağı; ardından ağırlaştırıcı ve hafifletici unsurlar göz önünde bulundurulularak temel para cezasının artırılmasının ve/veya cezadan indirim yapılmasının söz konusu olacağı düzenlenmektedir.
- (79) Ceza Yönetmeliği'nin temel para cezasını düzenleyen 5. maddesinin ilk fıkrasına göre; temel para cezası hesaplanırken ihlale taraf olan teşebbüslerin Kurul tarafından saptanacak yıllık gayri safi gelirlerinin, karteller için %2'si ile %4'ü, diğer ihlaller için %0,5'i ile %3'ü arasında bir oran esas alınacaktır. Bu çerçevede ilk olarak ARNİCA'ya isnat edilen ihlalin hukuki niteliğinin belirlenmesi gerekmektedir. ARNİCA tarafından gerçekleştirilen eylemlerin, dikey ilişkiler kapsamında ortaya çıktığı dikkate alındığında anılan davranışların 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine aykırılık teşkil eden ve kartel niteliği taşımayan "diğer ihlal" kategorisinde kaldığı, bu nedenle temel para cezasının belirlenmesinde ARNİCA'nın 2020 yılı gayri safi gelirlerinin %0,5'i ile %3'ü arasında bir oranın esas alınması gerektiği değerlendirilmiştir.
- (80) Değinilen hususa ek olarak, Ceza Yönetmeliğinin 5. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca temel para cezasının belirlenmesinde ilgili teşebbüslerin "piyasadaki gücü, ihlal neticesinde gerçekleşen veya gerçekleşmesi muhtemel zararın ağırlığı" gibi hususların dikkate alınması gerekmektedir. ARNİCA'nın faaliyet gösterdiği ve ihlale konu davranışlarının gerçekleştiği küçük ev aletleri pazarının yapısı, ARNİCA'nın bu pazardaki payı dikkate alınarak temel para cezasına esas oran %(.....) olarak belirlenmiştir.
- (81) Ceza Yönetmeliği'nin 5. maddesinin üçüncü fıkrasında ise ihlalin süresinin temel para cezasının tespitinde dikkate alınacağı öngörülmektedir. Belirtilen hükme göre temel para cezasına esas oran; bir ila beş yıl arasında süren ihlallerde yarısı oranında, beş yıldan uzun süren ihlallerde ise bir katı oranında artırılabacaktır. ARNİCA tarafından rekabetin ihlal edildiğini gösteren ilk ve son belgenin tarihleri sırasıyla 25.12.2015 ve 18.01.2021'dir Dolayısıyla ihlalin beş yıldan daha uzun sürmesi nedeniyle temel para cezasına esas oran bir katı kadar artırılmış, böylelikle %(.....) temel para cezası oranına ulaşılmıştır.
- (82) Dosya kapsamında Ceza Yönetmeliği'nin 6. maddesi anlamında bir ağırlaştırıcı unsur söz konusu değildir. Diğer yandan teşebbüsün yerinde incelemeler esnasında yasal yükümlülüklerin yerine getirilmesi haricinde meslek personelinin dosyada kullanılan delilleri elde edebilecekleri mecralara erişiminde kolaylık göstermesi hafifletici unsur olarak görülmüş ve Ceza Yönetmeliği'nin 7. maddesinin birinci fıkrası çerçevesinde temel para cezası oranı yarısı kadar indirilerek %(.....) oranına ulaşılmıştır.
- (83) 16.06.2020 tarihinde kabul edilen 7246 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesine ek fıkralarla (beşinci ila dokuzuncu fıkralar) uzlaşma usulü getirilmiştir.

4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin beşinci fıkrasında "... Kurul, hakkında soruşturma başlatılan ve ihlalin varlığı ile kapsamını kabul eden teşebbüs veya teşebbüs birlikleri ile soruşturma raporunun tebliğine kadar uzlaşabilir." hükmü, yedinci fıkrasında "Uzlaşma usulü sonucunda idari para cezasında yüzde yirmi beşe kadar indirim uygulanabilir..." hükmü yer almaktadır.

- (84) Soruşturma süreci devam ederken ARNİCA tarafından 10.06.2021 tarih ve 18491 sayı ile taahhüt ve uzlaşma başvurusunda bulunulmuş, Kurul 24.06.2021 tarih ve 21-32/426-M sayı ile dosya kapsamındaki rekabet sorunlarının açık ve ağır ihlal olarak değerlendirilebilecek eylemlere ilişkin olması nedeniyle ARNİCA'nın taahhüt sunma talebinin reddedilmesine ve uzlaşma talebinin kabul edilerek uzlaşma görüşmelerine başlanılmasına karar vermiştir.
- (85) Bu çerçevede 05.07.2021 tarihinde ARNİCA vekili ve temsilcileri ile çevrim içi olarak uzlaşma görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Uzlaşma Yönetmeliği'nin 6. maddesinin beşinci fıkrası uyarınca yapılan görüşmede ARNİCA'ya söz konusu iddiaların içeriği, isnat edilen ihlalin niteliği, kapsamı ve süresi, ihlal isnadına dayanak oluşturan başlıca belgeler, sürecin uzlaşma ile sonuçlanması halinde uygulanabilecek indirim oranı ve teşebbüse verilebilecek idari para cezası aralığı hakkında bilgi verilmiştir. Uzlaşma görüşmeleri neticesinde hazırlanan bilgi notu Kurulun 09.09.2021 tarihli toplantısında görüşülmüş ve soruşturma sürecinin uzlaşma ile neticelenmesi halinde,
- ARNİCA'nın yeniden satıcılarının satış fiyatının tespit edilmesine yönelik davranışlarının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiğine,
 - 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrası ve "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hakim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik" in 5. maddesinin birinci fıkrasının b) bendi ile 5. maddesinin üçüncü fıkrasının b) bendi ve 7. maddesinin birinci fıkrası uyarınca 2020 yılı gayrisafi gelirleri üzerinden % (.....) oranında ve 3.293.008,20.-TL tutarında idari para cezası uygulanmasına,
 - Uzlaşma usulü sonucunda teşebbüse verilecek idari para cezasında %25 oranında indirim uygulanmasına,
 - Bu kapsamda teşebbüse 2020 yılı gayrisafi gelirleri üzerinden azami % (.....) oranında ve 2.469.756,14-TL tutarında idari para cezası uygulanmasına,
 - Uzlaşma metninin, bu ara kararın teşebbüse tebliğinden itibaren 15 gün içinde Kuruma gönderilmesine,
 - Uzlaşma metninin süresi içinde gönderilmemesi halinde, Kurulun ara kararıyla bağlı olmadığına

21-42/616-MUA sayı ile karar vermiştir.

- (86) İlgili uzlaşma ara kararı, ARNİCA tarafından 10.09.2021 tarihinde tebellüğ edilmiş, bu karara istinaden hazırlanan uzlaşma metni 27.09.2021 tarih ve 21514 sayı ile süresi içinde Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (87) ARNİCA tarafından gönderilen uzlaşma metinlerinde özetle;
- Bazı yeniden satıcıların satış fiyatını tespit etmek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiklerini kabul ettikleri,

- Uzlaşma usulü kapsamında teşebbüsün 2020 yılı gayrisafi gelirleri üzerinden azami %(.) oranında ve 2.469.756,14 TL tutarında idari para cezası uygulanmasını kabul ettikleri,
- Haklarındaki iddialara ilişkin yeterince bilgilendirildikleri ve uzlaşma usulü kapsamında görüş ve yorumlarını ifade etmeleri için gerekli olanakların sağlandığı,
- Bu kapsamda verilecek idari para cezasını ve uzlaşma metninde belirtilen hususları ve uzlaşma usulü kapsamında uygulanacak olan idari para cezasını dava konusu yapmayacakları

ifade edilmiştir. Bu kapsamda ARNİCA tarafından sunulan uzlaşma metninin Uzlaşma Yönetmeliğinin 8. maddesinin birinci fıkrasında yer alan unsurları içerdiği görülmüştür.

- (88) Uzlaşma Yönetmeliği'nin 9. maddesinin birinci fıkrasında; *“Uzlaşma metninin Kurum kayıtlarına girmesinden itibaren on beş gün içinde, Kurul tarafından ihlal tespitinin ve idari para cezasının yer aldığı bir nihai kararla ilgili taraf bakımından soruşturma sonlandırılır.”* denilmektedir. Uzlaşma Yönetmeliğinin 4. maddesinin dördüncü fıkrasına göre ise uzlaşma usulü sonucunda idari para cezasında Kurul tarafından %10 ile %25 arasında indirim yapılması mümkündür. Bu bağlamda indirim oranı %25 olarak belirlenmiştir.
- (89) Açıklamalar çerçevesinde yukarıda hesaplanan idari para cezası %25 oranında indirilerek, 2020 yılı gayri safi gelirleri üzerinden ARNİCA'ya %(.) oranında idari para cezası uygulanması ve soruşturmanın uzlaşma ile sonlandırılması sonucuna varılmıştır.

J. SONUÇ

- (90) Rekabet Kurulunun 04.03.2021 tarih ve 21-11/146-M sayılı kararı ile açılan soruşturma kapsamında; Kurulun 09.09.2021 tarih ve 21-42/616-MUA ara kararı çerçevesinde Arnica Pazarlama A.Ş.tarafından iletilen ve 27.09.2021 tarih ve 21514 sayı ile süresi içerisinde Kurum kayıtlarına giren uzlaşma metninde ihlalin varlığı ve kapsamı ile uzlaşma ara kararında öngörülen azami idari para cezası oranı ve tutarı teşebbüs tarafından açıkça kabul edilmiş olup
- Arnica Pazarlama A.Ş.'nin yeniden satıcılarının satış fiyatının tespit edilmesine yönelik davranışlarının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiğine,
 - 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesi ve Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmeliğin 5. maddesinin birinci fıkrasının (b) bendi, üçüncü fıkrasının (b) bendi ve 7. maddesinin birinci fıkrası hükümleri uyarınca 2020 yılı gayrisafi gelirleri üzerinden %(.) oranında ve 3.293.008,20 TL tutarında idari para cezası uygulanmasına,
 - Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hakim Durumun Kötüye Kullanılmasına Yönelik Soruşturmalarda Uygulanabilecek Uzlaşma Usulüne İlişkin Yönetmelik kapsamında teşebbüse verilecek idari para cezasında %25 oranında indirim uygulanmasına,
 - Bu kapsamda teşebbüse Kurul tarafından hesaplanan 2020 yılı gayrisafi gelirleri üzerinden %(.) oranında ve 2.469.756,14 TL tutarında idari para cezası verilmesine,

- Böylece Rekabet Kurulunun 04.03.2021 tarih ve 21-11/146-M sayılı kararı uyarınca yürütülen soruşturmanın uzlaşma usulü ile sonlandırılmasına gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 60 gün içinde Ankara İdare Mahkemelerinde yargı yolu açık olmak üzere, OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.