

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

**REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2022-3-040  
Karar Sayısı : 22-48/696-294  
Karar Tarihi : 20.10.2022

(Önaraştırma)

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

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

**B. RAPORTÖRLER** : Mesut MORGÜL, Ömer Mert AKÇİL, Merve YILDIZ,  
Özlem NARHİN, Selahattin Burak EKEN

**C. BAŞVURUDA**

**BULUNAN** : - Re'sen

**D. HAKKINDA İNCELEME**

**YAPILAN** : - L'Oreal Türkiye Kozmetik San. ve Tic. AŞ  
Temsilcileri: Av. Gönenç GÜRKAYNAK,  
Av. Korhan YILDIRIM  
Çitlenbik Sok. No: 12, 34349 Beşiktaş/İstanbul

- (1) **E. DOSYA KONUSU:** Kozmetik ve kişisel bakım ürünleri sektöründe faaliyet gösteren Loreal Türkiye Kozmetik Sanayi ve Ticaret AŞ'nin yeniden satış fiyatlarını tespit etmek ve internet satışlarını kısıtlamak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği iddiası.
- (2) **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Kozmetik ve kişisel bakım ürünleri sektöründe faaliyet gösteren Loreal Türkiye Kozmetik Sanayi ve Ticaret AŞ'nin (LOREAL) yeniden satış fiyatlarını tespit etmek ve internet satışlarını kısıtlamak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği yönünde şüphe oluşmuştur.
- (3) **G. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurumu kayıtlarına 23.05.2022 tarih ve 28141 sayı ile intikal eden şikâyet niteliğindeki belgede özetle, (.....)'nin yeniden satıcıların internet satışlarını kısıtladığı ve yeniden satış fiyatına müdahale ettiği iddia edilmiştir.
- (4) Söz konusu başvuru üzerine şikâyetçi ile yapılan telefon görüşmeleri ve çevrim içi pazaryerlerindeki satıcıların fiyatlarının incelenmesi sonucu (.....), (.....), (.....), (.....), (.....) ve LOREAL adlı teşebbüslerin de yeniden satıcıların internet satışlarının kısıtlanması ve/veya yeniden satış fiyatına müdahale edilmesi suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'u (4054 sayılı Kanun) ihlal ettiklerine dair şüphe oluşmuş ve Rekabet Kurulu (Kurul) tarafından bahsedilen altı teşebbüs re'sen incelemeye dâhil edilerek 22-28/467-M sayılı karar ile önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.
- (5) Anılan Kurul kararı çerçevesinde, 13.09.2022 tarihinde, LOREAL'de yerinde inceleme gerçekleştirilmiştir.
- (6) Önaraştırma kararı uyarınca düzenlenen 12.10.2022 tarih ve 2022-3-040/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu, 20.10.2022 tarihli Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

**H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda, L'Oreal Türkiye Kozmetik San. ve Tic. AŞ hakkında soruşturma açılmasına yer olmadığı sonuç ve kanaatine ulaşıldığı ifade edilmiştir.

## **I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME**

### **I.1. Taraf Hakkında Bilgi**

- (7) LOREAL Türkiye pazarına Prestij Kozmetik San. ve Tic. AŞ adıyla 1986 yılında girmiştir. Eski unvanı Lorepar Kozmetik Sanayi ve Tic. AŞ olan şirketin unvanı, Loreal Türkiye Kozmetik Sanayi ve Ticaret AŞ olarak değiştirilmiştir.
- (8) LOREAL'in faaliyet alanları; parfüm, kozmetik ürünleri ve kolonya toptan ticareti (itriyat dâhil), belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda kozmetik ve kişisel bakım malzemelerinin perakende ticareti (diş fırçası, saç fırçaları, elektriksiz tıraş makineleri, jilet, ustura, parfümeri ürünleri ve kolonya, doğal sünger, sabun dâhil) ve kadınlar için kuaför işletmelerini kapsamaktadır. LOREAL'in tek kontrolü LOREAL S.A.'ya aittir.

### **I.2. İlgili Pazar**

#### **I.2.1. İlgili Ürün Pazarı**

- (9) 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.
- (10) Geçmiş Kurul kararlarında 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 alışıl gelmiş 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 mevcuttur.
- (11) İlgili pazar, yukarıda belirtildiği gibi ürün bazında tanımlanabilecek olsa da dosya bağlamında yapılacak incelemenin sonuçlarını değiştirmeyeceğinden böyle bir kırılıma gitmeye gerek olmadığı kanaatine varılmıştır. Bu çerçevede ilgili ürün pazarı "kozmetik ve kişisel bakım ürünleri" olarak belirlenmiştir.

#### **I.2.2. İlgili Coğrafi Pazar**

- (12) 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.

### **I.3. Değerlendirme**

- (13) Dosya kapsamında kozmetik ve kişisel bakım ürünleri sektöründe faaliyet gösteren LOREAL'in yeniden satış fiyatlarını tespit etmek ve internet satışlarını kısıtlamak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edip etmediği hususu incelenmiştir. Bahse konu iddialara yönelik olarak yapılan tespit ve değerlendirmelere geçmeden önce internet satış yasakları ile yeniden satış fiyatının belirlenmesi şeklinde gerçekleşen rekabet ihlalleri hakkında bilgi verilmesi uygun olacaktır.
- (14) 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 da satım fiyatının, fiyatı oluşturan maliyet, kâr gibi unsurlar ile alım yahut satım şartlarının tespit edilmesi"* hukuka aykırı eylemler arasında sayılmıştır.
- (15) 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde ise Kurula 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 hâlinde 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesindeki yasaklamadan muaf tutulması gereken anlaşma gruplarının başında gelmektedir.
- (16) 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin (2002/2 sayılı 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 hâllerde 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 %30'ı aşmaması durumunda uygulanmaktadır. Hangi tür dikey sınırlamaların grup muafiyeti rejimine tabi olmadığı ise 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinde açıklanmıştır. Buna göre;
- 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 hâlinde, 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 hâller 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 hâlinde, alıcının bunları üretici konumundaki sağlayıcının rakiplerine satmasının kısıtlanması.

(17) Dosya konusu iddialar bakımından önem arz etmesi sebebiyle 2002/2 sayılı Tebliğ'in yukarıda yer verilen hükümlerine ilişkin olarak yeniden satış fiyatının belirlenmesi ve internet satış yasakları konularında daha detaylı bilgi verilmesi yerinde olacaktır.

### ***Yeniden Satış Fiyatının Belirlenmesi***

- (18) 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi, amacı ve etkisi rekabeti engelleme, sınırlama veya bozma olan teşebbüsler arası anlaşmalara, uyumlu eylemlere ve teşebbüs birliklerinin kararlarına karşı bir yasaklama getirmektedir. Bu hüküm, teşebbüsler arası bütün anlaşma, karar ve uyumlu eylemlere geniş bir şekilde uygulanmakta olup hükmün temel amacı, her bir teşebbüsün kendi ticari politikalarını ve piyasadaki faaliyetlerini tek başına, diğer teşebbüslerden bağımsız olarak belirlemesini sağlamaktır.
- (19) Söz konusu maddenin ikinci fıkrasında özellikle hangi hâllerin bu yasaklama kapsamında yer aldığı düzenlenmekte ve "*mal veya hizmetlerin alım ya da satım fiyatının, fiyatı oluşturan maliyet, kar gibi unsurlar ile her türlü alım yahut satım şartlarının tespit edilmesi*" bu hâllerden biri olarak sayılmaktadır. 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde rakipler arası veya rakip olmayanlar arası fiyat anlaşması gibi bir ayırım olmadığından her iki durum da anılan hükmün kapsamına girmektedir. Diğer bir deyişle, söz konusu madde aynı seviyede faaliyet gösteren rakip teşebbüsler arasındaki rekabeti sınırlayıcı anlaşmaları (yatay anlaşmalar) kapsadığı gibi rakip olmayan, başka bir ifadeyle arz zincirinin farklı seviyelerinde yer alan teşebbüsler arasındaki dikey anlaşmaları da kapsamaktadır.
- (20) Mevcut dosya bakımından sağlayıcı ile perakende satış kanalında faaliyet gösteren satıcıların değer zinciri üzerinde farklı seviyelerde faaliyet göstermeleri nedeniyle aralarındaki ilişkinin 2002/2 sayılı Tebliğ'in "Kapsam" başlıklı 2. maddesi çerçevesinde bir dikey ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Sonuç olarak, yeniden satış fiyatının belirlenmesi (YSFB) uygulamaları da 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde yasaklanan eylemler arasında yer almaktadır.
- (21) Yukarıda daha önce de ifade edildiği üzere 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinde anlaşmaları ilgili Tebliğ ile sağlanan muafiyet kapsamı dışına çıkaran sınırlamalara yer verilmiştir. Bu sınırlamalar arasında "*Alıcının kendi satış fiyatını belirleme serbestisinin engellenmesi*" hâli sayılmış, bununla birlikte "*Tarafların herhangi birisinin baskısı veya teşvik etmesi sonucu sabit veya asgari satış fiyatına dönüşmemesi koşuluyla, sağlayıcının azami satış fiyatını belirlemesi veya tavsiye etmesi mümkündür.*" düzenlemesine yer verilmiştir.
- (22) Bunun yanı sıra, Muafiyetin Genel Esaslarına İlişkin Kılavuz'un 8. paragrafında, "*Bazı anlaşmaların amacının rekabeti sınırlamak olduğu ilk bakışta görülebilecek kadar açıktır*" ifadelerine yer verilmiş olup bu anlaşmalara verilen örnekler arasında YSFB ve

yeniden satış fiyatına minimum sınır getirilmesi hâlleri de sayılmıştır. Bu bağlamda, yeniden satış fiyatının belirlenmesine ilişkin birçok dosyada, yeniden satış fiyatının tespitinin amaç yönünden rekabeti kısıtlayıcı nitelikte olduğu ortaya konulmuş olup yeniden satış fiyatının sağlayıcı tarafından tespiti, piyasada etki doğurup doğurmamasına bakılmaksızın amaç yönünden rekabet ihlali olarak değerlendirilmiştir.

- (23) Diğer yandan yeniden satış fiyatının tespitinin, mehz Avrupa Birliği rekabet hukuku mevzuatı kapsamında da amaç yönüyle rekabeti kısıtladığı kabul edilmektedir. 2014 yılında Avrupa Komisyonu (Komisyon) tarafından yayımlanan “Amaç Yönünden Rekabet Kısıtlarına İlişkin Kılavuz”un 3.4. maddesinde yeniden satış fiyatının tespitinin amaç yönüyle rekabeti kısıtlayıcı olduğu ifade edilmiştir.
- (24) Yukarıdaki açıklamalar doğrultusunda, sağlayıcılar tarafından, alıcıların yapacakları satışlarda sadece azami fiyatların ve tavsiye niteliğindeki fiyatların belirlenebileceği; bunun haricinde, özellikle asgari yahut sabit fiyat olmak üzere, yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik davranışların rekabet ihlali olacağı sonucuna ulaşmak mümkündür.

### ***İnternet Satışlarının Kısıtlanması***

- (25) İnternetin yeni bir dağıtım kanalı olarak gelişmesi bir yandan tüketicilere kolaylıkla geniş bir bilgi setine ulaşma, fiyatları karşılaştırma, daha fazla ürüne ve satıcıya erişme fırsatı sağlarken diğer yandan da üreticilere daha geniş coğrafyaya daha düşük maliyetle ürün pazarlama imkânı tanımaktadır. Bu nedenle internet üzerinden yapılan ticaret dünyada olduğu kadar ülkemizde de giderek yaygınlaşmaya başlamıştır.
- (26) 2002/2 sayılı Tebliğ’de belirli hallerde sağlayıcının alıcıya bölge ve müşteri kısıtlaması getirebileceği düzenlenmiştir. 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 korunabilmektedirler. Başka bir ifadeyle, sağlayıcı teşebbüs, kendisine veya bir alıcıya tahsis edilmiş münhasır bölgeye ya da müşteri grubuna yapılacak aktif satışları kısıtlayabilmektedir. Bu bölgeye veya müşteri grubuna yapılacak pasif satışların kısıtlanması ise anlaşmayı grup muafiyeti dışına çıkartan bir ihlal olarak değerlendirilmektedir. Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz’un 21. paragrafında da belli bir bölgeye veya müşteri grubuna yapılacak pasif satışların kısıtlanmasının anlaşmayı grup muafiyeti dışına çıkaran bir ihlal olarak değerlendirileceği ifade edilmiştir. Bu bağlamda, tüketicilerin bayiye ait siteyi ziyaret etmesi ve bayi ile iletişime geçmesi veya tüketicilerin bayi tarafından otomatik olarak bilgilendirilmeyi talep etmiş olması vesilesiyle gerçekleşen satışlar pasif satışlar olup prensip olarak her bayinin, internet üzerinden satış yapabilme hakkına sahip olması gerekmektedir.
- (27) İnternet satışları aynı zamanda seçici dağıtım sistemi kapsamında da ele alınmaktadır. 2002/2 sayılı 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 hâlinde sağlayıcının, yeniden satıcıların internet kanalıyla satış yapmasını engellemesi hâlinde bu uygulama grup muafiyeti kapsamı dışında kalacaktır.

- (28) 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 getirebilecektir. Ancak bu koşulun amacı, sadece internet üzerinden satış yapan oyuncularını (*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 arttırıcı vb. unsurlar bakımından objektif olarak somut, makul ve kabul edilebilir olmalıdır.
- (29) 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.
- (30) Yukarıda yer verilen açıklamalar çerçevesinde, LOREAL tarafından alıcılarının yeniden satış fiyatına müdahale edilip edilmediği ve internet satışlarına kısıtlama getirilip getirilmediği hususu incelenmiş, yapılan inceleme ve değerlendirmeler sonucunda; LOREAL hakkında dosya konusu iddiaları doğrular nitelikte herhangi bir belge ya da bulguya rastlanılmadığından anılan teşebbüs hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığı kanaatine ulaşılmıştır.

## J. SONUÇ

- (31) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre, 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmamasına, gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 60

**22-48/696-294**

gün içinde Ankara İdare Mahkemelerinde yargı yolu açık olmak üzere OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.