

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

## REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2019-2-036 (Soruşturma)  
Karar Sayısı : 21-11/154-63  
Karar Tarihi : 04.03.2021

### A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

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

B. RAPORTÖRLER: Selvi KOCABAY, Emircan AKSAKAL, Selçuk YILMAZ,  
Şeyda EROL

C. BAŞVURUDA  
BULUNAN :- Gizlilik talebi bulunmaktadır.

### D. HAKKINDA SORUŞTURMA

YAPILANLAR :- Groupe SEB İstanbul Ev Aletleri Ticaret A.Ş.  
Temsilcisi: Av. Merter ÖZAY  
Kerim Bey Köşkü Göztepe Mah. Tanzimat Sokak No:63/1  
Kadıköy İstanbul  
- İlk Adım Dayanımlı Tüketim Malları Elektronik Tekstil İnşaat ve  
İletişim Hiz. San. Tic. Ltd. Şti.  
Hastane Mah. Mehmet Akif Ersoy Cad. No:11 Hadımköy  
Arnavutköy İstanbul

(1) E. DOSYA KONUSU: **Groupe SEB İstanbul Ev Aletleri Ticaret A.Ş. ve İlk Adım Dayanımlı Tüketim Malları Elektronik Tekstil İnşaat ve İletişim Hiz. San. Tic. Ltd. Şti.'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 ettikleri iddiası.**

(2) F. İDDİALARIN ÖZETİ: Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına 30.09.2019 tarih ve 6549 sayılı ile intikal eden gizlilik talepli başvuruda özetle; Groupe SEB İstanbul Ev Aletleri Ticaret A.Ş.'nin (Groupe SEB) Türkiye'de 1994 yılından beri küçük ev aletleri sektöründe Tefal, Rowenta, Krups ve Moulinex markaları ile faaliyet göstermekte olduğu, Groupe SEB'in dağıtım ağında perakende seviyede nihai tüketiciye ürünlerin ulaşmasını sağlayan kanalların, münhasır mağazalar (Tefal Shop), elektronik marketler (Teknosa, Mediamarkt vb.), zincir marketler (Migros, BIM, Metro vb.), e-ticaret siteleri (Hepsiburada, Amazon vb.), geleneksel bayiler, geleneksel toptan distribütör bayiler, geleneksel katlı ve çoklu mağazalar (Evmur, Evshop, Yön AVM vb.) şeklinde sınıflandırılabilmesi, bu kanalların Groupe SEB bünyesinde farklı kanal müdürlükleri tarafından yönetildiği, bahsi geçen kanallara bağlı bulunan satış noktalarının satışlarının tavsiye edilen perakende fiyat listesi veya Groupe SEB tarafından iletilen fiyat üzerinden yapıldığı, satış noktalarının, diğer satış noktalarının izlediği fiyat düzeyinden farklılaşarak nihai tüketicinin yararına olacak şekilde daha düşük fiyat seviyesinden satış yapması veya fiyat sunması durumunda Groupe SEB'in ilgili ürünün fiyatının kaldırılması ve ürünün satıştan çekilmesi hususunda uyarılarda

bulunduğu, bayiler arası fiyat eşitliğine aykırı davranan bayilerin Groupe SEB ile bayilik ilişkisinin sona erdirileceği yönünde tehditlerle karşılaştığı, nihai satış fiyatlarının Groupe SEB'in isteği doğrultusunda aynı seviyeye çekilmesi amacı ile bayilere ve çalışanlara baskı uygulandığı, ürün fiyatları Groupe SEB'in istediği seviyeye çekilmediği takdirde bayilere ürün tedarik edilmemesi ve bayilik ilişkisinin sonlandırılması yönünde tehditlerde bulunulduğu iddialarına yer verilmiştir.

- (3) **G. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurulunun (Kurul) 22.11.2019 tarihli ve 19-41/689-M sayılı kararı ile dosya konusu iddialara yönelik olarak 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 40. maddesinin birinci fıkrası uyarınca önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. 07.01.2020 tarihinde Groupe SEB'de yapılan yerinde incelemenin engellenmesi/zorlaştırılması üzerine Kurulun 09.01.2020 tarih ve 20-03/31-14 sayılı kararı ile 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin birinci fıkrasının (d) bendi uyarınca Groupe SEB'e idari para cezası verilmiştir. Groupe SEB tarafından iletilen yerinde inceleme davet bilgisi Kurum kayıtlarına 08.01.2020 tarih ve 198 sayı ile intikal etmiş ve 08.01.2020 tarihinde Groupe SEB'de yerinde inceleme gerçekleştirilmiştir.
- (4) Önaraştırma sonucunda hazırlanan 04.02.2020 tarihli ve 2019-2-36/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu'nda, Groupe SEB ve İlk Adım Dayanıklı Tüketim Malları Elektronik Tekstil İnşaat ve İletişim Hiz. San. Tic. Ltd. Şti.'nin (İlk Adım) nihai satış noktalarında yeniden satış fiyatını belirlediğine ve nihai satış noktalarının internet siteleri üzerinden ürün satışını kısıtladığına yönelik bilgi ve belgelere ulaşılmaması, bu uygulamaların Kanun'un 4. maddesini ihlal eder nitelikte olması ve Kanun'un 5. maddesi kapsamında bireysel muafiyetten yararlanamaması nedeniyle Groupe SEB ve İlk Adım hakkında soruşturma açılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. İlgili Önaraştırma Raporu Kurulun 13.02.2020 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 20-10/109-M sayılı karar ile 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlal edilip edilmediğinin tespitine yönelik olarak, Groupe SEB ve İlk Adım hakkında Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına karar verilmiştir.
- (5) Hazırlanan 12.08.2020 tarihli ve 2019-2-36/SR sayılı Soruşturma Raporu 4054 sayılı Kanun'un 45. maddesi gereğince tebliğ edilerek teşebbüslerin ikinci yazılı savunmaları talep edilmiştir. Groupe SEB'in ikinci yazılı savunması 15.10.2020 tarihli ve 11120 sayı ile, İlk Adım'ın ikinci yazılı savunması ise 19.10.2020 tarih ve 11229 sayı ile Kurum kayıtlarına girmiştir. 4054 sayılı Kanun'un 45. maddesi gereğince, yazılı savunmalara karşı hazırlanan 28.10.2020 tarihli ve 2019-2-36/EG sayılı Ek Görüş yazısı taraflara tebliğ edilmiştir. Groupe SEB ve İlk Adım'ın üçüncü yazılı savunmaları sırasıyla 29.12.2020 tarih ve 14058 sayı, 02.12.2020 tarih ve 13031 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. Haklarında soruşturma yürütülen tarafların sözlü savunma toplantısı yapılması talebi üzerine 23.02.2021 tarihinde sözlü savunma toplantısı gerçekleştirilmiştir.
- (6) Kurul, yürütülen soruşturma ile ilgili olarak düzenlenen Soruşturma Raporu'na, Ek Görüş'e, toplanan delillere, yazılı savunmalara, sözlü savunma toplantısında yapılan açıklamalara ve incelenen dosya kapsamına göre 04.03.2021 tarih ve 21-11/154-63 sayı ile işbu nihai kararı tesis etmiştir.
- (7) **H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili Soruşturma Raporu ve Ek Görüş sonucunda, Groupe SEB'in 2013 yılından itibaren, İlk Adım'ın ise 2015 yılından itibaren nihai satış noktalarının yeniden satış fiyatlarını belirleme ve internet sitelerinden gerçekleştirilen satışlarını kısıtlama eylemlerinin sabit olduğu ve bu eylemlerinin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında ihlal teşkil ettiği, söz konusu eylemlerin 2002/2 sayılı Dikey

Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği kapsamında grup muafiyetinden yararlanamayacağı, ayrıca 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan koşullar sağlanmadığından bu eylemlere bireysel muafiyet tanınmasının mümkün olmadığı, bu nedenle Groupe SEB ile İlk Adım'a 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesi uyarınca idari para cezası uygulanması gerektiği sonuç ve kanaatine ulaşıldığı belirtilmiştir.

## I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

### I.1. Hakkında Soruşturma Yürütülen Taraflar

#### I.1.1. Groupe SEB İstanbul Ev Aletleri Ticaret A.Ş. (Groupe SEB)

- (8) Groupe SEB Türkiye'de, "Tefal İstanbul Ev Aletleri Ticaret A.Ş." ticaret unvanı ile 1993 yılında kurulmuş, 1999 yılında ticaret unvanını "Groupe SEB İstanbul Ev Aletleri Ticaret A.Ş." olarak değiştirmiştir. Groupe SEB'in hisselerinin tamamı Fransa merkezli SEB Internationale S.A.S.'ye aittir. Groupe SEB küçük ev aletleri pazarında, SEB Internationale S.A.S.'nin ürettiği elektrikli ve elektriksiz makine ve teçhizatın ithalatı, ihracatı ve dâhili ticareti ile bunların satış sonrası servis hizmetleri alanlarında faaliyet göstermektedir. Groupe SEB çatısı altında Tefal, Rowenta, Moulinex ve Krups markalı ürünlerin satışı yapılmaktadır. Groupe SEB tarafından sunulan ürün grupları arasında buharlı ütü, buhar kazanlı ütü, çamaşır bakımı, torbalı ve torbasız elektrikli süpürge, vakumlu süpürge, ev temizleme, kişisel bakım, içecek hazırlama/aksesuarları, yemek hazırlama/aksesuarları, elektrikli pişirme ürünleri bulunmaktadır.
- (9) Aşağıdaki tabloda Groupe SEB'in 2014-2019 döneminde küçük ev aletleri pazarında ürün grupları bazında pazar paylarına yer verilmiştir. 2019 yılında teşebbüsün küçük ev aletleri pazarında %(.....) paya sahip olduğu görülmektedir. Buharlı ve buhar kazanlı ütüde Groupe SEB sırasıyla %(.....) ve %(.....) oranlarıyla, genel çamaşır bakımı grubunda ise %(.....) oranıyla önemli bir pazar payına sahiptir. Bunun yanı sıra, torbasız elektrikli süpürge ürünlerinde %(.....), elektrikli pişirme ürünlerinde %(.....) paya sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 1: Groupe SEB'in Pazar Payları (%)

Ürün	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Buharlı Ütü	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Buhar Kazanlı Ütü	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Çamaşır Bakımı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Torbasız Elektrikli Süpürge	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Torbalı Elektrikli Süpürge	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Vakumlu Süpürge	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ev Temizleme	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kişisel Bakım	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İçecek Hazırlama/Aksesuarları	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Yemek Hazırlama/Aksesuarları	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Elektrikli Pişirme	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Küçük Ev Aletleri	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüsten gelen bilgiler

- (10) Aşağıdaki tabloda ise Groupe SEB ile rakiplerinin 2017-2019 döneminde ürün grubu bazında ve genel olarak küçük ev aletleri pazarındaki paylarına yer verilmiştir. Pazarda çok sayıda teşebbüsün faaliyet yürüttüğü ve Groupe SEB'in pazardaki önemli oyuncularından biri olduğu anlaşılmaktadır. Ürün grubu bazında bakıldığında ise, bazı gruplar için (.....) konumunda olduğu, bazı ürün gruplarında ise (.....) seyreden bir pazar payına sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 2: Groupe SEB ile En Büyük Beş Rakibinin 2017-2019 Dönemi Pazar Payları (%)

2017								
	SEB	PHILIPS	ARÇELİK	FAKİR	ARZUM	BOSCH	SIEMENS	PROFILO
Küçük Ev Aletleri	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Çamaşır Bakımı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ev Temizleme	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kişisel Bakım	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İçecek Hazırlama	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Gıda Hazırlama	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Elektrikli Pişirme	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2018								
	SEB	PHILIPS	ARÇELİK	FAKİR	ARZUM	BOSCH	SIEMENS	PROFILO
Küçük Ev Aletleri	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Çamaşır Bakımı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ev Temizleme	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kişisel Bakım	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İçecek Hazırlama	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Gıda Hazırlama	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Elektrikli Pişirme	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2019								
	SEB	PHILIPS	ARÇELİK	FAKİR	ARZUM	BOSCH	SIEMENS	PROFILO
Küçük Ev Aletleri	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Çamaşır Bakımı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ev Temizleme	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kişisel Bakım	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İçecek Hazırlama	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Gıda Hazırlama	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Elektrikli Pişirme	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: Teşebbüsten gelen bilgiler								

(11) Groupe SEB Tefal, Rowenta, Moulinex ve Krups markalı ürünlerin dağıtımını çeşitli satış kanalları vasıtasıyla yapmaktadır. Söz konusu satış kanalları aşağıda listelenmiştir.

- Groupe SEB ile aynı ekonomik bütünlükte bulunan ve yalnızca Groupe SEB ürünlerini satan münhasır mağazalar/Tefal Shop'lar (*Own Shop*)
- Akdedilen bayilik sözleşmesi çerçevesinde yalnızca Groupe SEB ürünlerini satan münhasır mağazalar/Tefal Shop'lar (*Exclusive Shop*)
- Otel, restoran vb. diğer şirketlere yapılan aracısız direkt satışlar (*Business to Business, B2B*)
- Groupe SEB'in web sitelerinden aracısız şekilde son tüketiciye yapılan satışlar (*Business to Consumer, B2C*)
- İnternet üzerinden satış yapan Groupe SEB mağazaları (*Internet Shop*),
- Kendilerine ait bayilik ağı bulunan toptancılara yapılan satışlar (İlk Adım, Zeki Züccaciye gibi)
- Geleneksel kanalda satış yapan küçük ve münhasır olmayan züccaciye mağazaları (*Corner Bayi*),
- Geleneksel kanalda yüksek kalite ürünlerin satıldığı mağazalar (*Premium Bayi*)
- Birden fazla mağazası olan yerel zincir mağazalar (Evmur, Yön, İstanbul AVM gibi)

- Hipermarketler (Zincir marketler; Migros, CarrefourSA gibi)
- Elektronik Marketler (Teknomarketler; Mediamarkt, Teknosa, Vatan gibi)
- Karışık mağazalarda ayrı bir bölümde Groupe SEB ürünleri satılan satış noktası (*Shop in Shop*)
- İhracat satışları

- (12) Her bir dağıtım türünde yer alan bayi sayısına ise aşağıdaki tabloda yer verilmiştir. Tablodan anlaşılacağı üzere *corner* bayiler ve Tefal Shop'lar dağıtım kanalında büyük önem arz etmektedir. Groupe SEB toptancı kanalında (.....), distribütör kanalında ise İlk Adım ile çalışmaktadır.

Tablo 3: Groupe SEB'in Kanallara Göre Bayi Sayıları

Kanal Adı	Sayı
Corner Bayi	(.....)
Exclusive Tefal Shop	(.....)
Own Tefal Shop	(.....)
Premium Mağazalar	(.....)
Shop in Shop	(.....)
B2B	(.....)
Internet Shop	(.....)
Perakende Mağazalar	(.....)
B2C	(.....)
Zincir Marketler	(.....)
Diğer	(.....)
Tekno Marketler	(.....)
Toptancı	(.....)

Kaynak: Teşebbüsten gelen bilgiler

### I.1.2. İlk Adım Dayanıklı Tüketim Malları Elektronik Tekstil İnşaat ve İletişim Hiz. San. Tic. Ltd. Şti. (İlk Adım)

- (13) 1960 yılında Muş'ta bir aile şirketi olarak kurulan İlk Adım, hâlihazırda toptancı olarak faaliyetlerine devam etmekte olup her türlü dayanıklı tüketim malları alım, satım, ithalat, ihracat ve dâhili ticaretini yürütmektedir. 2009 yılının ikinci yarısından itibaren kendisine ait "Berf" markası ile züccaciye ürünleri ve küçük ev aletleri sunmaya başlamıştır. Tekstil tarafında "Soley" ev tekstil markasının 10 yılığına hem Türkiye hem de Dünya distribütörlüğünü yapmaktadır. Ayrıca "Brilliant" markasının ürün gamı içerisinde yer alan dijital baskı halı distribütörlüğünü de yapmaktadır. Bunun yanı sıra "Soley Halı" ve "Halime Sultan" markalı dijital baskı halılarını çeşitli üreticilerde üretirmekte ve satış ile pazarlama faaliyetini yürütmektedir. Ayrıca, Groupe SEB ile akdettiği toptancılık sözleşmesi çerçevesinde 2007 yılından bu yana Tefal, Rowenta, Moulinex markalı ürünlerin geleneksel nitelikte mağazalar/yerel bayiler (*corner* bayi) kanalında distribütörlüğünü yapmaktadır. İncelemenin gerçekleştirildiği dönemde teşebbüsün konkordato sürecinde olduğu ve faaliyetlerini bu çerçevede yürüttüğü ifade edilmiştir.
- (14) İlk Adım, yıllık olarak belirlenen tahmin üzerinden Groupe SEB tarafından belirlenen fiyatlardan ürün tedarik etmektedir. Teşebbüs, bayilere olan satışlarını ise bölge müdürleri ve bölge temsilcileri aracılığıyla yapılan bayi ziyaretlerinde ve bayilerin ihtiyaç duyması halinde e-posta, telefon vb. aracılığıyla alınan siparişler yoluyla gerçekleştirmektedir.
- (15) İlk Adım'ın Tefal, Rowenta, Moulinex ve Krups markalı ürünlerin satışına ilişkin olarak dağıtım ağında bulunan bayi sayısı yaklaşık (.....) olarak bildirilmiştir. Bu sayının

%(.....)'lik kısmı üst segment, %(.....)'ü orta segment ve %(.....)'i alt segment olarak nitelendirilen bayilerden oluşmaktadır. Bayilerin yoğun olarak bulunduğu iller, İstanbul, İzmir, Ankara, Bursa, Antalya, Adana ve Samsun'dur. Tefal, Rowenta, Moulinex markalı ürünlerin satışından elde edilen cironun İlk Adım'ın yıllık cirosu içindeki payına aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 4: İlk Adım'ın Groupe SEB Markalarından Elde Ettiği Ciro ve Toplam Ciro İçindeki Payı

Yıl	Tefal (TL)	Rowenta (TL)	Moulinex (TL)	GroupSEB Toplam (TL)	Toplam Ciro (TL)	Oran (%)
2017	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2018	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2019	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüsten gelen bilgiler

## I.2. İlgili Pazar

### I.2.1. Sektöre İlişkin Genel Bilgi

- (16) Küçük ev aletleri sektörü (KEA), tüketici elektroniği sektörü ve beyaz eşya sektörü ile birlikte dayanıklı tüketim malları ana sektörünü oluşturmaktadır. Dayanıklı tüketim malları, kullanım süresi genellikle bir yıldan uzun olan ve tüketici tarafından aralıklarla edinilen ürünlerdir. Sektör; Batı Avrupa, ABD, Japonya gibi gelişmiş ülkelerin yanı sıra özellikle gelişmekte olan ülkeler için de ekonomik kalkınmada önemli bir role sahiptir. Türkiye'de dayanıklı tüketim sektörünün yoğunlaştığı bölgeler; Marmara, Orta Anadolu ve Ege Bölgeleridir. Fabrikalar ise İstanbul, Manisa, Tekirdağ, Eskişehir, Bolu, Bursa, İzmir, Ankara, Kocaeli, Yalova, Kayseri, Konya gibi illerde yoğunlaşmıştır.
- (17) 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 ürünlerde hızlı değişimler meydana gelebilmektedir. Dayanıklı tüketim mallarının alt sektörü olarak nitelendirilen beyaz eşya sektörü; buzdolabı, çamaşır makinesi, bulaşık makinesi, fırın, ocak gibi ürünleri içermektedir. Tüketici elektroniği sektörü ise televizyonlar, müzik sistemleri, DVD ya da CD oynatıcılar gibi ürünleri kapsamaktadır.
- (18) Dosya konusu iddialar, küçük ev aletleri sektörüne ilişkindir. 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. 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.
- (19) Küçük ev aletleri sektöründe faaliyet yürüten teşebbüsler için altı satış kanalından bahsetmek mümkündür:
- Distribütörler/münhasır mağazalar
  - Geleneksel nitelikte mağazalar/yerel bayiler (*Corner* bayi, küçük karışık züccaciye mağazaları)
  - Yerel zincir mağazalar (Evmur, Yön, Evshop vb.)
  - E-ticaret platformları (Hepsiburada, gittigidiyor vb.)
  - Teknoloji mağazaları (TSS – Technology super stores - Mediamarkt, Teknosa, Vatan Bilgisayar vb.)

- Hipermarketler (Mass kanal - CarrefourSA, Metro vb.)

- (20) Diğer taraftan sektörde aracısız direkt satışlar ve aracısız internet satışları gerçekleştirilebildiği gibi ürün tedarik edilen nihai satış noktası olarak yetkili servisler, karışık bir mağaza içinde teşebbüs markasına ayrılmış ayrı bir bölüm, ihracat satışları vb. kanallar yer alabilmektedir.
- (21) 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. Ancak münhasır mağazalar 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 ve çok sayıda mağazalar olarak nitelendirilmekte, beyaz eşya, mobilya, halı vb. ürünlerle birlikte küçük ev aletlerini de tüketicilere ulaştırmaktadır. 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 ya da teşebbüslere ait internet siteleri vasıtasıyla satışa sunulduğu görülmektedir. Tüketiciler, satın alma kararı vermeden önce uzun araştırmalar ve analizler gerektiren ürün kalemlerini genel olarak mağazadan satın almayı tercih etmekle birlikte, küçük ev aletleri, züccaciye tarzı ürünler başta olmak üzere çevrim içi satın alma davranışları da her geçen gün artış göstermektedir.
- (22) Küçük ev aletleri sektörü her geçen gün büyümeye devam etmektedir. 2020 verilerine göre, küçük elektrikli ev aletleri sektörü 2020 yılı birinci çeyreğinde bir önceki yılın aynı dönemine göre %14 oranında bir büyüme elde etmiş ve 1,6 milyar TL ciro seviyesine ulaşmıştır. Farklılaşan ürünler ile kategori büyümeye devam etmektedir. Sıcak içecek hazırlama, sıcak hava ile saç şekillendiren ürünler ve saç düzleştirici taraklar ile saç şekillendiriciler ilk çeyrekte en çok büyüyen kategoriler olmuştur.<sup>1</sup>

### 1.2.2. İlgili Ürün Pazarı

- (23) İlgili ürün pazarı, belirli bir ürün ile tüketici gözünde fiyatı, kullanım amaçları ve nitelikleri bakımından benzer olan ürünlerden oluşmaktadır. Küçük ev aletleri kapsamındaki ürünlerin diğer dayanıklı tüketim mallarından bazı yönleri ile ayrıştığı görülmektedir. Beyaz eşya ve tüketici elektroniği bakımından ürünlerin bağımsız olarak değerlendirilebilme kabiliyeti, küçük ev aletleri sektöründe yer alan ürünlerin bağımsız olarak ele alınabilme kabiliyetinden fazladır. Ürünler mutfakta, kişisel bakımda ya da evin gündelik işlerinde kullanılmak üzere farklılaşsa da ürünlerin pazardaki tüketiciye sunulma şekli ortak bir kümede ele alınmasına neden olmaktadır. Bunun yanında, sektörde faaliyet gösteren teşebbüslerin belirtilen ürün gruplarının büyük bir bölümünde aktif olduğu görülmektedir. Ancak yine de belirtilmelidir ki, küçük ev aletleri sınıfına giren ürünler, 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.
- (24) 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

<sup>1</sup> <https://temax.gfk.com/tr/TRY/reports/> Erişim tarihi: 10.08.2020

*rekabeti bozucu bir etki söz konusu oluyorsa pazar tanımı yapılmayabilir."* ifadesine yer verilerek, alternatif pazar tanımlarının sonucu etkilemediği durumlarda ilgili pazarın tayin edilmeyebileceği belirtilmiştir. Yürütülen soruşturma kapsamında, Groupe SEB'in Tefal, Rowenta, Moulinex ve Krups markalı küçük ev aletlerinin satışını yapan nihai satış noktalarının yeniden satış fiyatını belirlediği, belirlenen fiyata uymayan nihai satış noktalarını ürün tedarikine son vermekle ya da bayilik ilişkisinin sonlandırmakla tehdit ettiği iddiaları incelenmiştir. Mevcut dosya kapsamında ilgili ürün pazarı en geniş haliyle küçük ev aletleri pazarı şeklinde ele alınabileceği gibi, pazarın her bir ürün grubu bazında (yemek hazırlama, içecek hazırlama, ütü vb) veya bağımsız olarak da tanımlanması mümkündür. Dosya kapsamında, Groupe SEB'in pazar payına ilişkin bilgilere, gerek küçük ev aletleri pazarı bazında gerekse ürün grubu bazında yer verilmiştir.

- (25) İlgili ürün pazarı tanımının, dosya konusu iddialara ilişkin yapılacak değerlendirmelere etki etmeyeceği tespit edildiğinden, kesin bir ilgili pazar tanımı yapılmasına gerek görülmemiş, bununla birlikte değerlendirmeler "*küçük ev aletleri pazarı*" esas alınarak yapılmıştır.

### **I.2.3. İlgili Coğrafi Pazar**

- (26) 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.Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Belgeler<sup>2</sup>**

- (27) Öneri araştırma sürecinde Groupe SEB'de ve İlk Adım'da yapılan yerinde incelemelerde elde edilen ve dosya konusu ile ilgili olduğu tespit edilen bilgi ve belgelere aşağıda yer verilmiştir.

#### **I.3.1. Groupe SEB'de Yapılan Yerinde İncelemede Elde Edilen Belgeler**

- (28) Groupe SEB (.....) birimi (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 16.04.2013 tarihli ve "actifry" konulu e-postada aşağıdaki ifadeler ve morhipo.com internet sitesinden alınmış ekran görüntüsü bulunmaktadır (**Belge-13/1-4**):

*"(.....) bey merhaba,*

*Actifry'ın satış fiyatını 399,90TL olarak tavsiye ediyoruz. Fiyatınızı bu fiyat seviyesine çekmeniz mümkün müdür?*

*İyi çalışmalar,"*

- (29) Yukarıdaki e-postaya yanıt olarak e-posta adresi uzantısı "morhipo.com" olan (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 16.04.2013 tarihli e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

*"(.....) Bey Selam ;*

*Nasılsınız?*

---

<sup>2</sup> Bu bölümde yer verilen ifadeler belgelerden aynen alınmış, ifade bozuklukları düzeltilmemiştir. Belgelerin numaralandırılması, Soruşturma Raporu'ndaki numaralandırma esas alınarak yapılmıştır.



*Aslında Actifry bizim de gerçekten düşük fiyat ile satmak istemediğimiz bir ürün. 399 TL gibi bir fiyata satıp, hem ciro hem marj yapabilmek varken düşük fiyatlara satmak zorunda kalıyoruz.*

*Ürün şu anda Hepsiburada' da 349 TL, en azından onlar da 399 TL' ye fiyat geçişini yapana kadar, bizler de 349 TL' ye çekelim. Çünkü internet müşterisinin fiyat karşılaştırması yaparken ilk baktıkları nokta Hepsiburada oluyor. Böyle kilit bir ürünü onlardan 50 TL yukarıda satmamız tüm Tefal satışımızı olumsuz etkileyecektir.*

*Sizlerin de anlayışını rica ederim. Bu arada dünkü fiyat farkı faturasını iptal ettik, 3 ürün için sizlerin de sorun yaşamamasını istemeyiz. Umarım ilerleyen süreçte satışlarımızı sizlerle hızlandırabiliriz.*

*Teşekkürlerimle*

*(.....)"*

- (30) Yukarıda yer verilen e-postaya yanıt olarak (.....) tarafından aynı tarihte (.....)'a aşağıdaki e-posta ve "Tefal Actifry Fritöz" ürününe ilişkin fiyat bilgisinin bulunduğu ekran görüntüsü gönderilmiştir:

*"(.....) bey,*

*Hepsiburada.com da fiyat 399,90tl. Ama hepsiburada.com dahil 399,90tl altında satış yapan MÜŞTERİLERİMİZ'den tek ricamız bu fiyata uymaları. Bu fiyatın altında fiyat olduğu taktirde sizlere ticari destek vermemiz stok paylaşmamış ve görsel destek gibi destekleri vermemiz mümkün olmayacak maalesef.*

*Anlayışınız için teşekkür ederim.*

*İyi çalışmalar,"*

- (31) Yukarıdaki e-postayı takiben 22.04.2013 tarihinde (.....) tarafından (.....)'a aşağıdaki e-posta iletisi ve "Tefal Actifry Fritöz" ürününe ilişkin fiyat bilgisinin bulunduğu ekran görüntüsü gönderilmiştir:

*"(.....) Bey Selam;*

*Hepsiburada 351,75 TL' ye inmiş. Sistemsel bir hata mıdır? Düzelttiriyor musunuz?*

*Teşekkürlerimle"*

- (32) Yukarıdaki e-postaya yanıt olarak (.....) tarafından (.....)'a aynı tarihte "Tefal Actifry Fritöz" ürününe ilişkin fiyat bilgisinin bulunduğu ekran görüntüsü gönderilmiştir.

- (33) (.....) bünyesinde (.....) birimi çalışanı (.....) tarafından (.....)'a 07.08.2014 tarihinde aşağıdaki ifadelerin bulunduğu e-posta gönderilmiştir **(Belge-13/5-12)**:

*"Merhaba (.....) Bey*

*Bu ay 420 adetlik alım yapmayı düşündüğümüz 299 TL ye aksiyon alınması planlanan ürün HB'de 267 TL den kampanyaya girmiş nasıl ilerleyeceğiz ?"*

- (34) Yukarıdaki e-postaya yanıt olarak Groupe SEB (.....) unvanlı çalışan (.....) tarafından aynı tarihte "Re: TEFAL FV9640 KAMPANYA ÜRÜN HK." konulu aşağıdaki e-posta gönderilmiştir:

*"Fiyatı HB de düzeltirmek için ilgili arkadaşlara konuyu ilettilim. Ayrıca ben bu ürünü sadece personeli noktalara gönderiyorum ve sattıracağım sorumluluğu*

*bende. İnternet sitelerine değil mağazaları olan rakiplerinize bakabilirseniz daha iyi ilerleriz.”*

- (35) Bu e-postayı takiben Carrefoursa bünyesinde (.....) birimi çalışanı (.....) tarafından 08.08.2014 tarihinde aşağıdaki ifadelerin bulunduğu e-posta gönderilmiştir:

*“Konudan bağımsız bir yorum yapmak istiyorum ;*

*Bizde bu sene aktif olarak interneti kullanmaya başladık. [Carrefour.com.tr](http://Carrefour.com.tr) üzerinde mağazalarımızda hangi ürünü hangi fiyattan satıyorsak hepsi bulunuyor. Son zamanlarda internet kullanımının da artmasıyla artık insanlar evlerinden çıkmadan web üzerinden fiyat karşılaştırması yapabiliyorlar. Sanmıyorumki hiç kimse Hepsiburadanın mağazası yok diye pahalı kaldığımız ürünlerde bizi mazur görsün...*

*İyi çış.”*

- (36) Yukarıdaki e-postaya yanıt olarak (.....) tarafından (.....)’a aynı tarihte aşağıdaki e-posta gönderilmiştir:

*“Biz HB da fiyatını düzelttireceğiz, dün ilgili kişiler ile görüştük. Ancak bu durum her zaman karşımıza çıkıyor.”*

- (37) Yukarıdaki e-posta yazışmasını takiben (.....) tarafından 12.08.2014 tarihinde aşağıdaki e-posta gönderilmiştir:

*“Abi selam,*

*Bu fiyat düzelmeden carefour sipariş vermiyor..”*

- (38) Bu e-postaya yanıt olarak (.....) tarafından (.....)’a aynı tarihte aşağıdaki e-posta gönderilmiştir:

*“Duzeltmislerdi ama ne oldu anlamadim. Baska sitede fiyat gormus olabilirler. (.....)la simdi bir daha konustum. Tekrar konusup mail atacak fiyatının duzelmesi icin.*

*...”*

- (39) Groupe SEB (.....) birimi (.....) unvanlı çalışanı (.....) tarafından (.....) ve (.....)’e gönderilen 16.03.2015 tarihli ve “gv8930” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır (**Belge-13/13**):

*“Selamlar,*

*Afşar ve aktürk’ün netteki gv8930 fiyatlarını düzelttirebilir misiniz”*

- (40) Carrefoursa bünyesinde (.....) birimi çalışanı Metin ASLAN tarafından e-posta adresleri “groupeseb.com” uzantılı (.....) ve (.....)’a gönderilen 22.04.2015 tarihli ve “TEFAL İNDİRİM DESTEK” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler bulunmaktadır (**Belge-13/14-18**):

*“Merhaba (.....) bey*

*KEA satış adetlerinin arttığı bu dönemde tüketiciye pahalı imajı veriyorum desteğinizle aynı fiyatalara satmak isterim.”*

- (41) Yukarıdaki e-postayı takiben Groupe SEB bünyesinde (.....) unvanlı çalışan (.....) tarafından (.....)’a aynı tarihte aşağıdaki e-posta gönderilmiştir:

*“abi bu fiyatlar olursa biz hiçbir müşterimize ürün satamayı ve sattırtamayız”*

- (42) Bu e-posta iletisini takiben Groupe SEB (.....) unvanlı çalışan (.....) tarafından (.....)'a "En Ucuz Fiyattan İtibaren Tüm Satıcılar" bilgisinin yer aldığı ekran görüntüsünün de bulunduğu "RE: TEFAL İNDİRİM DESTEK fv9640" konulu aşağıdaki e-posta iletisi gönderilmiştir:

*"(.....) bu sadece bir örnek. Hepsiburada.com'da burdaki fiyatlara bakarak bana geri dönüyor ve sen ne yapacaksın diyor? Bende elimden geldiğince fiyatları düzeltirmeye çalışıyorum ama aşağıdaki fiyatlar sürdüğü ve buralara kimlerin mal verdiğini bulamadığımız sürece bu sefer benim ürün satmam söz konusu olmaz. HB'nin rakipleri tamamıyla aşağıdaki firmalar. Bunları lütfen göz önüne almanı rica ederim. Ben yinede hb ile görüşüp fiyatları düzeltireceğim ama aşağıdaki fiyatlar sürdüğü sürece fiyatları sabit tutma konusunda söz vermem mümkün değil maalesef. Neyse konu derin. Satış toplantısında daha detaylı görüşürüz.*

*Sevgiler,*

*(.....)"*

- (43) (.....) tarafından "TR GS Istanbul – Sales Manager" e-posta grubuna gönderilen 12.08.2015 tarihli ve "H2 Planlama.xlsx" konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır (**Belge-13/19-21**):

*"Arkadaşlar merhaba,*

*2 günlük toplantımızda not aldığımız aksiyonların olduğu dosyayı ekte görebilirsiniz. Pazar payını telafi edebilmek için piyasa fiyatlarını toplamamız şart. Cuma gününe kadar online ve offline ile alakalı anlaştığımız aksiyonları tamamlamış olalım lütfen . (.....) ilk dosyayı Pazartesi bizimle paylaşacak, o dosya üzerinden haftalık takipleri yapıyor olacağız 24 ağustostaki toplantımızda üzerinden geçiyor olacağız.*

*Bilginize*

*(.....)"*

- (44) Yukarıdaki e-postayı takiben (.....) tarafından aynı e-posta grubuna gönderilen 17.08.2015 tarihli ve "Online Fiyat Takip Dosyası" e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

*"Herkes Merhaba,*

*Ekteki doyada takip ettiğimiz ürünler için*

- 3 kanalda (fiyat karşılaştırması yapılabilecek)*
- En ucuz ürün ilk 10 mağaza fiyatını doldurdum.*

*Ayrıca bir sayfada daha önceden yapmış olduğum hangi mağaza kimin çalışması mevcut.*

*Yeni bulduklarımı ekliyorum olacağım, sizin de bildikleriniz var ise hepberaber ekleyerek çoğaltırız.*

*Selamlar*

*(.....)"*

- (45) Yukarıdaki e-postayı takiben (.....) tarafından aynı e-posta grubuna gönderilen 24.08.2015 tarihli ve “Online Fiyat Takip Dosyası” e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

*“Herkes Merhaba,*

*21 Ağustos Cuma günü itibariyle İnternet fiyat raporunu ekte bulabilirsiniz.*

*Selamlar*

*(.....)”*

- (46) Yukarıda yer verilen e-posta yazışmasını takiben (.....) tarafından “Bilginize..” ifadesinin bulunduğu e-posta iletilisinde ayrıca Tefal markalı ürüne ilişkin ekran görüntüsü yer almaktadır. Bu e-postayı takiben (.....) tarafından (.....) ve aynı e-posta grubuna 24.08.2015 tarihinde aşağıdaki e-posta gönderilmiştir:

*“Arkadaşlar bu mail bir başlangıç olsun hepimize,*

*aynen bu şekilde sayfa sayfa ürün ürün takip edip düzeltmediğimiz sürece internet fiyatlarını kontrol edemeyiz...*

*Selamlar”*

- (47) (.....) biriminde (.....) unvanlı çalışan (.....) tarafından 12.10.2015 tarihli ve “nutricook 8 lt hepsiburada Marketplace fiyatı” konulu e-postada “Nasıl ilerleyelim? (.....)” ifadeleri yer alıp D-Market Elektronik Hizmetler ve Tic. AŞ (.....) tarafından gönderilen e-posta içeriği ve hepsiburada.com internet sitesinden alınmış ekran görüntüsü bulunmaktadır **(Belge-13/22-25)**. (.....) tarafından gönderilen e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

*“(.....) Bey,*

*Marketplace ile aramızda çok yüksek fiyat farkı mevcut.*

*Bu üründe fiyat revizesi yapmanızı rica ederiz.*

*Teşekkürler.”*

- (48) (.....)’un e-postasına yanıt olarak (.....) tarafından 14.10.2015 tarihinde (.....)’a “Marketplace hangi firma satıyor ürünü? Firmayı bilsem (.....) söylerim düzeltiriz.” ifadelerinin bulunduğu e-posta gönderilmiştir. Söz konusu e-posta (.....) tarafından aynı tarihte “Altta var, Tayf bilişim” iletilisiyle yanıtlanmıştır. (.....) bu e-postaya yanıt olarak “Ok. Altı görmemişim. (.....) mail attım. Bakalım ilkadımla mı çalışıyor.” ifadelerinin bulunduğu e-postayı göndermiştir.

- (49) (.....) çalışanı (.....) tarafından (.....)’a gönderilen 23.11.2015 tarihli ve “kliksa ilkadım ütüsü” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-13/26-31)**:

*“(.....) şunları bir kontrol etsene.*

*Teşekkürler,”*

- (50) E-posta iletilisinin devamında Tefal markalı iki ütünün görseli ve fiyat bilgilerinin yer aldığı ekran görüntüsü bulunmaktadır. Bu e-posta iletilisini takiben Groupe SEB (.....) kanalında (.....) unvanlı çalışan (.....) tarafından (.....)’e 25.11.2015 tarihinde aşağıdaki e-posta gönderilmiştir:

*“(.....) abi selamlar,*

*Aşağıda kliksa.com'a ait 3910 ve 3930 ütüye ait fiyatlar bulunuyor. Kliksa Groupe Seb bayisi ancak 3910 bizim ürünümüz olması nedeniyle fiyatına müdahale edebilir miyiz lütfen.*

*Sitede FV3930 satışı da bulunuyor ancak bu ürününü de bizden tedarik etmiyorlarmış.*

*Bilginize”*

- (51) Yukarıdaki e-postayı takiben Groupe SEB (.....) unvanlı (.....) tarafından (.....)'e 27.11.2015 tarihinde aşağıdaki e-posta gönderilmiştir:

*“Günaydın (.....)*

*3910 zaten bizim ve sanırım 3930 da bizim taraftan çıkmış durumda.*

*Kliksa bizim internet tarafında anlaşmalı olarak çalıştığımız bir nokta ve bu ürünleri bizim verdiğimiz fiyatların altında piyasadan bularak sattıklarını söylemişler .*

*Yardımlarını rica ediyorum .”*

- (52) Yukarıdaki e-postaya yanıt olarak aynı tarihte (.....) tarafından aşağıdaki e-posta gönderilmiştir:

*“Abi selam,*

*3910 u takip ediyoruz, bir tane aldırıp kimden çıktığını bulmaya çalışacağım.”*

- (53) Groupe SEB bünyesinde (.....) unvanlı çalışan (.....) tarafından (.....)'e gönderilen 24.02.2016 tarihli ve “HEPSIBURADA TEFAL & ROWENTA MARKET PLACE” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır (**Belge-13/33-36**):

*“(.....) abi selam*

*Bugun ogle yemeginde aktardığım konu ile alakalı durumu özetlemek ve hepsiburada icerisinde Tefal ve Rowenta urunlerini (hem elektrikli hemde tava tencere) satan kisileri paylaşmak adına ekteki dosyayı paylaşıyorum.*

*Groupe SEB dahil 27 farklı firma Tefal ve Rowenta urunlerini satıyor, hangi musteride kac sku urun satılıyor dosyada mevcut, bu musteriler farklı satis kanalları ve farklı musterilerden urun temin edebilen kisiler.*

*Konumlandığımız tum urunlerde listelemede one gecmek için minumum 1 tl asagısına konumlandırıyolar urunlerimizi ve hepsiburadanın yaptığı her fiyat otomatikmen pahalı kalıyor. Bu durum neticesinde rekabet edemeyecek bir duruma giriyoruz ve market place cilerin kendi aralarındaki fiyat savasından dolayı urunlerimiz ve piyasa zarar goruyor.*

*Bu marketplace cilere Groupe Seb olarak sizlerinde destegi ile mudahale etmemiz gerekiyor pastamızı buyutebilmek için, ornek olarak asagıda 9640 in durumunu paylaşıyorum, 12 farklı firma 9640 satıyor, fiyat sıralamasında hepsiburada 11. Sırada yer alıyor, fiyat sıralamasında tum urunlerde buna benzer pozisyonlardayız.*

*...”*

- (54) Yukarıdaki e-postayı takiben (.....) tarafından (.....)'e gönderilen 25.02.2016 tarih ve “FW: HEPSIBURADA TEFAL & ROWENTA MARKET PLACE” konulu e-posta iletisinde aşağıdaki ifadeler yer almaktadır (**Belge-13/32-33**):

“Abi selam

*TURUNCU ELMA – KUTAHYA (ILKADIM) yaklaşık 4 aydır titanium ikili sette hepsiburada ile sürekli fiyat savaşına giriyor bu durumdan hem hepsiburada hem biz muzdarız. Aylık 1000 adet ortalama ile ikili set alıyor ve satıyor Hepsiburada. Dun itibarı ile bu fiyat savaşında daha fazla ugrasamayacağını bildirdi Hepsiburada bize elinde ki tum titanium ikili seti iade edeceğini ilette. En son Turuncu Elma dun aksam itibarı ile Titanium ikili seti 114 tl ye indirdi.*

*Senden ricam ilgili nokta ile alakalı fiyat guncellemesi yapabilirsek bu savası sona erdirelim hep birlikte.*

“Sevgiler”

- (55) Bu e-posta iletisine yanıt olarak (.....) tarafından (.....)'a aşağıdaki e-posta gönderilmiştir **(Belge-13/32)**:

“Kardeşim,

*Sen merak etme konuyla ilgileniyorum. Kökten çözülecek.”*

- (56) Groupe SEB çalışanı (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 24.02.2016 tarihli ve “FW: HEPSIBURADA TEFAL & ROWENTA MARKET PLACE” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-13/37-42)**:

“Abi selam

*TURUNCU ELMA - KUTAHYA (ILKADIM) 114 tl ye indirdi titanium ikili seti hepsiburada ile sürekli fiyat savaşına giriyor bu durumdan hem hepsiburada hem biz muzdarız. Aylık 1000 adet ortalama ile ikili set alıyor ve satıyor Hepsiburada ve bu fiyat savaşında daha fazla ugrasamayacağını bildirdi Hepsiburada elinde ki tum titanium ikili seti iade edeceğini soyluyor.*

*(.....) bu specific durum için mail atmam uygun mudur yoksa (.....) üzerinden mi ilerleyelim?”*

- (57) Groupe SEB (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 05.04.2016 tarih ve “Aktürk” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-13/43)**:

“Mösyö selam,

*Aktürk hem online hemde offline’da karşıma çıkıp duruyor ... Titanium’a %35 iskonto yapıyorlar ve aktifry fiyatları aşağıdaki. Express 1lt 446,00tl satılıyor.*

*Biz Orhan ithalatta senelik 550KTL yaparken, Aktürkle yapılan bağlantı 3.500KTL. Onlarda doğal olarak fiyatları bozarak satıyorlar. (.....) ile konuştum. (.....) ile konuştum. Arkadaşlar halletmeye çalışacaklar ama dediğim gibi olay başından doğru başlamıyor. 3.500KTL bağlantı olayı bozuyor. Sadece bilgin olsun istedim. Her seferinde (.....) konuşturacağım bende (.....) ile irtibatta olacağım.*

“Bilgine,”

- (58) (.....) tarafından (.....)'e gönderilen 29.08.2016 tarihli ve “ro3723 ve ro3786” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-13/44)**:

“Arkadaşlar selam,

*Ro3723 Real insert’te çıktığı için ortalığı ayağ kaldırdım fakat sonrasında bazı shoplar n11.com’da ro3723 ürün ve fiyat çıkmışlar. Lütfen mağazalara bu 2 ürün*

*için gerekli ihtarını yapın. Biz zincirlerden ve internetten şikayet ederken kendi ayağımıza sıkmayalım lütfen. Sizden ricam yakın takip. İlk ihtarını yapın sonrasında olay devam ediyorsa müşteriyi blokeye alın !!!*

*Sevgiler,”*

- (59) Groupe SEB çalışanı (.....) tarafından (.....) ve (.....)'a gönderilen 03.10.2016 tarihli ve "RO8341-8366 N11 ve Gittigidiyor fiyatları hakkında" konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-13/45-46)**:

*"Merhaba,*

*Geçen pazartesi müşterimiz Aktürk Elektronik talebimiz üzerine fiyatlarını bütün sitelerde Ro8341 649,90 Ro8366 724,90 olmak üzere güncelledi,*

*Yeni fiyatlarla hem daha makul bir yere geldik hem de para kazanarak mal satmaya başladık. (Şu an pek satamıyoruz ama ortam durulunca satmaya başlayacağımızı umuyorum□)*

*Sizden ricam müşterilerimizdeki fiyatları güncelleyelim, ortak bir fiyatta buluşalım ki hem bizimkiler dışında yenisey,webdenal,doğubankçarşı gibi ne idüğü belirsiz sitelerin birlik olup önünü kesebilelim,*

*hem de müşterilerimizin fiyat savaşlarına girip kendilerini ve bizi zorlamaları yerine ürün satarken para kazanabilmelerini sağlayabilelim derim.*

*Herkese iyi haftalar,bol satışlar"*

- (60) Yukarıda yer verilen e-posta iletilisinin devamında (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 04.11.2016 tarihli ve "FW: RO8341-8366 N11 ve Gittigidiyor fiyatları hakkında" konulu e-posta iletilisinde aşağıdaki ifadeler bulunmaktadır:

*"(.....) abi merhaba,*

*1 ay önce bu maili atmıştım, ve kimse bu anlaşığımız rakamlara uymamıştı, 1 ay boyunca düşük fiyatlardan bu ürünleri satmaya devam ettiler,*

*biz hep söz verdiğimiz rakamlarda,yukarıda kaldık stoğumuza rağmen.*

*Şimdi Anten hala 8341'i gittigidiyor'da 609TL'ye satarken Aktürk'ün gittigidiyor'da RO8366'ı yükseltmesini istiyor, Aktürk'ün RO8366'a koyduğu bu fiyat da 3 günlük, haftalarca 680tl'ye sattılar, tatildeyiz değiştiremiyoruz*

*dediler, ve bu ürünün fiyatını yükseltiremedik,*

*Müşterimiz tabiki biz istedikten sonra yine yükseltir fiyatını, yükseltecek de, bizimle full dayanışma içinde, ama bu şekilde şık olmuyor,bana olan güveni de kayboluyor.*

*Bilgine sunarım."*

- (61) Groupe SEB (.....) kanalında (.....) olarak çalışan (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 24.10.2016 tarihli ve "Zeki Züccaciye Ütü Paketi hakkında" konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-13/47-49)**:

*"Müdürüm iyi akşamlar, daha ay başı bu görseli paylaşmıştık, şimdi gelen bilgi aynı paketi bayilere 9 taksit 619TL'dan teklif ettiği. 35 iskonto alan bir müşterimiz 259,93+240,43+149,43=649,79'dan alıyor zamanında 10tl 5358'e destek veriyorduk stok varken olsun 639tl. Adamların yaptığı resmen perakende listeden 9 taksitle %38 iskonto vermek ve neredeyse işini takip edip de bu*

*paketten haberi olmayan bayi yok bölgede, hatta ilk diğer bölgelerden geldi gruba bu fotoğraf, bilgine”*

- (62) Groupe SEB (.....) kanalında (.....) olarak çalışan (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 27.10.2016 tarihli ve “Zeki Züc. RO3786 fiyat hakkında” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-13/50-51)**:

*“(.....) Abi merhaba, zeki züccaciye birçok üründe olduğu gibi bu üründe de bizim perakende listeden %37 iskonto veriyor, bu fiyat peşin değil kk'a 9 taksit, bilgine sunarım.”*

- (63) (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 15.11.2016 tarihli ve “birdane” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler bulunmaktadır **(Belge-13/52)**:

*“<http://www.hepsiburada.com/mağaza/birbeyaz>*

*bu adamın mağaza çok tehlikeli bir hal almış mösyö, shopun burada marketplace'de oynaması bizim kanal stratejimiz için çok tehlikeli doğumgününde bu konuyu açıp seni sıkıkmak istemem ama bu işi halletmeliyiz...”*

- (64) (.....) tarafından (.....)'e iletilmiş ve “Adam Bir kontrol edermisin? Sorun çıkmasın..” ifadelerine yer verilmiştir.

- (65) Groupe SEB (.....) biriminde (.....) unvanlı çalışan (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 27.01.2017 tarih ve “ŞENPA HK” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-13/54)**:

*“(.....) selam,*

*Şenpa ile sen ilgileniyormuşsun sanırım.*

*Aşağıda satış yapan Şenpa senin müşterin midir?*

*Konuyla ilgili desteğin.”*

- (66) Yukarıdaki e-posta iletisinin devamında n11.com internet sitesinden alınmış ekran görüntüsüne yer verilmiştir. Bu e-postaya yanıt olarak (.....) tarafından (.....)'a aynı tarihte aşağıda e-posta gönderilmiştir **(Belge-13/54)**:

*“(.....) Merhaba*

*Daha açıklanmadı ama internet tarafında yeni bir proje başlattık.*

*Tüm fiyatları belli bir seviyeye taşıyacağız ve sadece belli oyuncular yer alacak.*

*Bunu yaparken offline da oynamaması gereken oyuncuları da uyarmamız gerekecek.*

*Fiyat geçiş döneminde olduğumuz için bu gibi taleplerde hızlı desteğinizi bekliyoruz.*

*Teşekkürler, Selamlar*

*(.....)”*

- (67) Bu e-postayı takiben (.....) tarafından aynı tarihte aşağıdaki e-posta gönderilmiştir **(Belge-13/54)**:

*“(.....),*

*İlk önce hepsiburadayı düzeltin. Biz kendi kanalımızı düzeltiriz. Girin bakın bakalım hb deki fiyatlara eğer henüz düzeltilmediyse fiyatlar uçuyor.”*



- (68) Yukarıdaki e-postayı takiben (.....) tarafından aynı tarihte aşağıdaki e-posta gönderilmiştir **(Belge-13/53)**:

*“Abi iyi akşamlar*

*Şubat 1 itibariyle her yerde sorumluluk bizim. Sizlerin de desteği ile bu deveyi güdeceğiz. Ama Online da oyun hakkı bizde olacak.*

*Çerçevesini netleştiririz bizim de 25 milyon hedefimiz var.*

*Selamlar*

*(.....)”*

- (69) Yukarıdaki e-postayı takiben (.....) tarafından aynı tarihte aşağıdaki e-posta gönderilmiştir **(Belge-13/53)**:

*“(.....) selam,*

*Herkesin hedefi var. Hedef sadece size yok... olay hak huk meselesi değil. O konuya girersem sen hiç çıkamazsın işin içinden... İnşallah düzelir. Biz her zaman destek verdik. Bunla ilgili kafamızda soru işareti yok. Destek veriyoruz. Dediğim gibi biz kendi tarafımızı hallederiz... siz Hb' yi düzeltin. Geçen sene ben senin taraftan çok gol yedim bu sene buna izin vermeyeceğim kesinlikle.*

*(.....)”*

- (70) Yukarıdaki e-postayı takiben (.....) tarafından aynı tarihte aşağıdaki e-posta gönderilmiştir **(Belge-13/53)**:

*“ Abi Selam*

*Geçen sene ile ilgili bir araştırma yapacağız. Önümüzdeki hafta konuşuruz nihayetinde bizim tarafta herşey Diva da kayıtlı, siz de bakabilirsiniz...*

*Bu seneki planlarımızı bunların üzerine inşa etmiyoruz,*

*Tüm kanallar hep birlikte corner, toptancı, shop, tss, lhs bu sene kontrol edeceğiz.*

*Online da tabiki HB nin veya diğer oyuncularımızın offline kanallara göre fiyat veya kampanya avantajı olacak.*

*Bizim kuracağımız strateji ancak başka bir kanalın fiyatlarımıza müdahale etmemesi ile gerçekleşebilir.*

*Bu olduğu noktada domino etkisi ile fiyatlar bir anda başlangıca dönecektir.*

*Bayilerimizi bu konuda bilgilendirirseniz, biz de üstümüze düşeni en kısa sürede yapacağız. Emin olabilirsin.*

*(.....)”*

- (71) Yukarıdaki e-postayı takiben (.....) tarafından 28.01.2017 tarihinde aşağıdaki e-posta gönderilmiştir **(Belge-13/53)**:

*“(.....)*

*Online kanalda fiyat avantajı oranı BELLİ olduğu sürece problem yok. Benim demek istediğim ecommerce'in fiyat avantajı var diye abuk sabuk fiyat yapmasına izin vermeyeceğim. Ben kanalımı kontrol ederim diyorum ama sen hala hb avantajlı fiyattan satabilir diyorsun. bu fiyatlara kimse satamaz. Sırf hb*

*değil kimse satamaz.... Benim kanalım TEFAL SHOP'lar hatırlatmak isterim. Sadece tefal satarak yaşıyorlar...Şu anda bile [tefalshop.com.tr](http://tefalshop.com.tr)'de uygun fiyatlar var. En son secure düdüklü tencerenin fiyatını düzeltmeni rica etmiştim ve son baktığımda düzelmemişti. Ve şimdi bana hep beraber olacağız falan diyorsun. Böyle bir şey yok (.....).*

*Son olarak onlinedaki fiyatlarla offlinedaki fiyatlar arasında uçurum olursa SHOP kanalında çok büyük problem olur. Tekrar söylüyorum ben kanalımı kontrol edeceğim.”*

- (72) Groupe SEB çalışanı (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 23.02.2017 tarih ve “Şenpa Hakkında” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-13/55)**:

*“Abi Selam*

*Şenpa Şuan N11 de her üründe neredeyse en ucuz.*

*Şenpanın Internet operasyonlarını sonlandırabilir miyiz?*

*Teşekkürler, Selamlar*

*(.....)”*

- (73) Yukarıdaki e-postaya yanıt olarak (.....) tarafından (.....)'a aynı tarihte aşağıdaki e-posta gönderilmiştir **(Belge-13/55)**:

*“Sonlandırırız. konuşacağım”*

- (74) (.....) tarafından 01.03.2017 tarihinde (.....)'a gönderilen “SENPA Hakkında” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-13/56)**:

*“Abi Selamlar,*

*Korner bayiler internetten çıktıkça yerini özellikle N11 de Şenpa dolduruyor.*

*Şenpa özelinde fiyatları yükseltmek yerine internet operasyonlarını sonlandırabilirsek iyi olur.*

*Bu konuda desteğini bekliyorum*

*<http://www.n11.com/mağaza/senpaticaret>*

*Teşekkürler*

*(.....)”*

- (75) Yukarıda yer verilen e-posta iletisini takiben (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 01.03.2017 tarihli ve “FW: SENPA Hakkında” konulu e-postada “(.....) halledebilirmisin acilen?” ifadesi bulunmaktadır **(Belge-13/56)**.

- (76) (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 23.05.2017 tarih ve “n11 – ŞENPA HK” konulu e-postadaki ifadeler aşağıdaki şekildedir **(Belge-13/57-62)**:

*“(.....) selam,*

*Şenpa aşağıdaki gibi devam etmekte.*

*Güncelleme için desteğin.”*

- (77) E-posta iletisinin devamında Tefal marka ürünlere ilişkin görsellerin ve fiyat bilgilerinin bulunduğu ekran görüntüsüne yer verilmiştir. Bu e-postayı takiben (.....) tarafından (.....)'a aynı tarihte aşağıdaki e-posta iletisi gönderilmiştir **(Belge-13/57)**:

*“(.....) selam*

*acil düzeltirmen lazım.*

*Sağlam vurmuş fiyatlara. Lütfen düzeltsin”*

- (78) Groupe SEB çalışanı (.....) tarafından gönderilen 17.03.2017 tarihli e-postada aşağıdaki ifadeler bulunmaktadır **(Belge-13/63)**:

*“Merhabalar,*

*21 Mart Salı günü Hepsiburada En Uzun Gece kampanyası planlıyor yoğun reklam iletişimi planlıyorlar.*

*1 gün için bizden %20 indirim kampanyası talep ettiler.*

*Bizim onaylayacağımız fiyatlardan indirim uygulamaları durumunda presipte onay verdik ancak sizin yorumlarınız doğrultusunda değişiklik yapabiliriz.*

*Bilginize,*

*Teşekkürler, Selamlar*

*(.....)”*

- (79) Yukarıdaki e-postayı takiben (.....) tarafından aynı tarihte “Re: Hepsiburada En Uzun Gece” konulu “*Bizim onayladığımız fiyatlar üzerinden ise ok benim için (.....), (.....)*” ifadelerinin bulunduğu e-posta gönderilmiştir **(Belge-13/63)**.

- (80) (.....) tarafından (.....)’na gönderilen 30.03.2017 tarihli ve “gittigidiyor tefal airfoece 360 fiyat” konulu e-postada “*Mösyö selam (.....) ile konuşabildinmi? Gittigidiyorda airforce 360’ı kapatacaktı. Sevgiler,*” ifadeleri yer almaktadır. Bu e-postaya yanıt olarak (.....) tarafından (.....)’a aynı tarihte gönderilen e-postada “*(.....) ile de konuştum Aktürk dahil fiyatı 1,699 TL ye çıkartıyoruz. Bilgine,*” ifadeleri yer almaktadır **(Belge-13/64)**.

- (81) (.....) tarafından (.....)’a gönderilen 21.06.2017 tarih ve “web fiyatları” konulu e-postadaki ifadelerle aşağıda yer verilmektedir **(Belge-13/65-66)**:

*“1. RO3751... En ucuz nartanesi. İkinci pahalı ürün 399,90tl. Neden bizim fiyatımız 398,90tl değil.*

*2.FV5648...Bizim fiyat hala hediye olarak devam ediyor.”*

- (82) E-posta iletisinde ayrıca Rowenta ve Tefal marka ürünlerin görsellerinin ve fiyat bilgilerinin olduğu ekran görüntüleri bulunmaktadır. Yukarıdaki e-postaya yanıt olarak (.....) tarafından 22.06.2017 tarihinde aşağıdaki e-posta gönderilmiştir:

*“Abi Selam*

*Dün (.....)’nın müşterisi Terrashop’ta fiyat vardı.*

*(.....)’ya söyledik yükseltti. Anında fark edememişiz.*

*Biz de birazdan yükseltiriz.*

*Bu arada birazdan dün hazırladığımız online fiyat dosyasını tüm ekibe göndereceğim orada da zaten Terrashop görünüyor.*

*Selamlar*

*(.....)”*

- (83) (.....) tarafından (.....)’e gönderilen 04.07.2017 tarihli ve “BİRDANE HK” konulu e-postada aşağıda yer verilen ifadeler ve Rowenta markalı süpürgeye ilişkin ekran görüntüsüne yer verilmektedir **(Belge-13/67-68)**:

*“Abi selam,*

*Birdane ile online satış konusunun tekrar konuşulması için desteğin.*

*Bu ve diğer 65 Tefal&Rowenta ürününde n11’de satış yapmaya devam ediyor.*

*İyi akşamlar.”*

- (84) Yukarıdaki e-postayı takiben (.....) tarafından (.....)’e aynı tarihte aşağıdaki ifadelerin ve Tefal markalı ütüye ilişkin ekran görüntüsünün yer aldığı e-posta gönderilmiştir:

*“Abi selam,*

*Hepsiburada’da da satışa devam etmektedir.*

*Tüm online platformlardaki satış stratejimizin bu müşteriyle tekrar konuşulması için desteğin.*

*İyi akşamlar.”*

- (85) (.....) tarafından “TR GS Istanbul – Sales Managers” e-posta grubu ve (.....)’na gönderilen 05.07.2017 tarihli ve “İnternet fiyat geçişi hakkında” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır (**Belge-13/69**):

*“Herkesel Selamlar,*

*Bugün itibariyle online kanalda kendi müşterilerimizde kararlaştırdığımız fiyatlara geçtik.*

[http://dukkanlar.gittigidiyor.com/YeniseY/?Spec=\[Marka~Tefal\]](http://dukkanlar.gittigidiyor.com/YeniseY/?Spec=[Marka~Tefal])

<http://www.hepsiburada.com/magaza/beros?markalar=tefal-rowenta>

<http://www.n11.com/magaza/nartanesi>

*Yeni devrolan müşterilerimiz ile de görüştük; onları da en kısa sürede bu fiyatlara taşıyacağız.*

*Sizlerin de desteği ile bir çok satıcı online kanaldan uzaklaştı.*

*Ancak sahadaki arkadaşlarımız da aynı desteği sağlayabilirlerse kalıcı başarıyı gerçekleştirebiliriz.*

*Tespit edebildiklerimizin arasından stratejimize uygun şekilde gerekli güncellemeleri yapmayan bazı müşterilerimizi aşağıda görebilirsiniz.*

***Ekip arkadaşlarımıza bu konudaki kararlı durşumuzu tekrar hatırlatmanız bizim için çok önemli.***

*Teşekkürler*

*Selamlar, Saygılar*

*(.....)*

AKTÜRK	CORNER/İNTERNET
DOSTLAR AVM	CORNER/İNTERNET
ŞENPA	SHOP
BANCO	LHS
YENİEV DÜNYASI	CORNER
HAUSEPORT	CORNER
BİRBEYAZ	SHOP
KIZILHİSAR	CORNER
KULOĞLU	CORNER

[http://dukkanlar.gittigidiyor.com/Hizli\\_Sepet/?Spec=\[Marka~Rowenta\]](http://dukkanlar.gittigidiyor.com/Hizli_Sepet/?Spec=[Marka~Rowenta])

[http://www.n11.com/arama?q=RO6993&srt=PRICE\\_LOW](http://www.n11.com/arama?q=RO6993&srt=PRICE_LOW)

<http://www.n11.com/magaza/banco?m=Tefal>

<http://www.n11.com/magaza/reyonev?m=Tefal-Rowenta>

<http://www.n11.com/magaza/kulogluzuccaciye?m=Tefal-Rowenta&pg=3>

[http://www.n11.com/magaza/senpa\\_caret](http://www.n11.com/magaza/senpa_caret)

<http://www.n11.com/magaza/ucuzagelin>

<http://www.n11.com/magaza/birbeyaz>

[http://dukkanlar.gittigidiyor.com/HAUSPORTKAMPANYA/?Spec=\[Marka~Rowenta\]](http://dukkanlar.gittigidiyor.com/HAUSPORTKAMPANYA/?Spec=[Marka~Rowenta])”

Söz konusu belgeye şikâyet başvurusunun ekinde de yer verilmiştir.

- (86) Bu e-postaya yanıt olarak (.....) tarafından (.....)’a aynı tarihte;

“(.....) eline saglik sabah banco ile ilgili sikintili ne durum varsa hemen cozmus olurum. Sen istersen gectigin fiyatları tekrar paylas ben min %5 ustune cikartayim”

ifadelerinin bulunduğu e-posta gönderilmiştir (**Belge-13/70**).

- (87) (.....)’ın 05.07.2017 tarihli ve “İnternet fiyat geçişi hakkında” konulu e-postasına yanıt olarak ayrıca 06.07.2017 tarihinde (.....) tarafından gönderilen e-postada aşağıdaki ifadeler yer alıp e-posta eki olarak “Book1.xlsx” isimli bir dosya bulunmaktadır (**Belge-13/71-73**):

“(.....) selam

Nar tanesini kontrol ettim. Evet fiyatların çoğunu düzeltmişsin. Tekrar teşekkürler. Bende kendi tarafımda yardımcı olabilmek için elimden geleni yapıyorum.

Fakat hala bazı ürünlerde ciddi farklarımız var. Ekteki listeyi kontrol edip bu ürünlerin fiyatının düzelmesi için desteğini rica ederim.

Sevgiler,”

Söz konusu belgeye şikâyet başvurusunun ekinde de yer verilmiştir.

- (88) Bu e-postayı devam eden yazışmada (.....) tarafından (.....)’a aynı tarihte gönderilen e-postada (**Belge-13/74**);

“Abi selam

*Sizin toplantıda belirlediğiniz ürünlerin hepsi geçti.*

*Digerlerini belirlememistiniz sanirim toplantıda. Tum ürünleri gececeğiz demedik, o listedekileri gececeğiz dedik ve geçtik. Kendi musterilerimiz (Shoplar-Cornerlar) üzerine duseni yapip aradaki fiyatlarını Temmuz RSP lere cikartmaları gerekiyor, sonrasında biz gerekli guncellemeleri diger ürünlerde de yapariz diye dusunuyorum.*

*(.....)”*

ifadeleri bulunmakta olup, bu e-postaya yanıt olarak (.....) tarafından (.....)’e 10.07.2017 tarihinde aşağıdaki ifadelerin yer aldığı e-posta iletisi gönderilmiştir **(Belge-1374)**:

*“Farkındayım, o listede bir tek 6993 vardı o da geçmiş*

*Bizim yapacak bir şeyimiz yok şu an da, bulamadığımız adamları bulup ortadan kaldırmaya çalışacağız”*

- (89) (.....) tarafından (.....) ve (.....)’a gönderilen 25.07.2017 tarih ve “Brandzone MP fiyat listesi” konulu e-postada “brandzone\_25072017100520812\_marketplace.xlsx” isimli excel dosyası bulunmakta olup e-posta iletisinin içeriğine aşağıda yer verilmektedir **(Belge-13/75-81)**:

*“Merhabalar,*

*Ekteki brandzone raporunda da görüleceği üzere aşağıdaki müşterilerimiz online platformlarda ürün konumlandırmaya devam etmektedirler.*

*Gerekli güncellemeler için desteğiniz.*

**Corner:** Kuloğlu Züccaciye – Kızılhisar – Yeniev Dünyası

**Shop:** Zerda home (Avcı Tarım) – Şenpa

**Distribütör&Toptancı:** Arces, Turuncu Elma, Güneş Elektronik (İlkadım Müşterileri)

**LHS:** Esmé – Banco

*İyi çalışmalar.”*

- (90) Groupe SEB çalışanı (.....) tarafından (.....)’na gönderilen 31.07.2017 tarih ve “İnternet Fiyatları Hakkında” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-13/82-83)**:

*“Merhabalar,*

*Bugün satış müdürleri toplantısında dile getireceğim ama öncesinde fikrinizi danışmak istedim.*

*Yaklaşık 4 haftadır aldığımız karar gereği Nartanesi ve Derin Bilgisayarın online mağazalarında ürünlerimizi olmasını istediğimiz fiyatlardan satıyoruz.*

*Ancak önümüze sürekli yeni satıcılar çıkıyor. Şu dönemde ürün aldırıp bu satıcıları tespit edeceğiz, ancak stoğu adetli ürünler sorun olmaya başladı.*

*Aklıma 2 alternatifli çözüm geliyor*

1. *Kapalı devre kampanyalar ile bu ürünleri rekabetçi fiyattan satmaya çalışalım*

2. Satıcılarımızın yeni birer mağaza açmalarını isteyelim. Rekabetçi fiyat azaldıkça bu mağazalardaki ürünleri azaltıp sonunda da bu mağazaları kapatıp Sadece ilk mağaza ile satışa devam edelim.

*Yapılabilirse bu alternatif bence fiyat takibi açısından daha doğru olacak.*

*Sizler ne dersiniz?*

*Teşekkürler, Selamlar*

*(.....)”*

(91) Yukarıdaki e-postaya yanıt olarak Groupe SEB (.....) tarafından gönderilen e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-13/82)**:

*“(.....) selam,*

*Bence de 2. alternatif daha stabil gözüküyor.*

*Teşekkürler,”*

(92) Yukarıdaki e-postaya yanıt olarak Groupe SEB (.....) biriminde (.....) unvanlı çalışan (.....) tarafından (.....) ve (.....)'na gönderilen 01.08.2017 tarihli e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-13/84)**:

*“(.....) merhaba,*

*Öncelikle Satış Müdürleri le toplanıp konuyu değerlendiriyor olmanızda fayda var (sanırım bu hafta yine toplanmadınız)*

*Bu adamlar da ürünler de uzaydan gelmiyor.Kim olduklarını acil bulup hemen müdahale etmek lazım.*

*Öncelikle elimizden geleni yapalım hala bitiremediğimiz ama sayısı azalmış olanlara karşı da kendi Pazar yerlerimiz üzerinde karşı aksiyonlar alıp (gece kuşu , kapalı devre vs olabilir ya da dediğin gibi farklı isimler de mağaza açtırarak) müdahale etmeye çalışalım.*

*Artık kendi kuyruğumuzu kovalıyor olmak istemiyorum öncelikle doğru olanı yapıp **hep birlikte** fiyatları düzeltme yoluna gidelim.*

*Teşekkürler”*

(93) Groupe SEB çalışanı (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 08.08.2017 tarih ve “Pazaryeri fiyatları hakkında” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer alıp e-posta ekinde “ONLINE FİYAT TAKİP 07082017.xlsx” isimli dosya bulunmaktadır **(Belge-13/86)**:

*“Herkes Merhaba*

*Pazaryerlerinde fiyatlarımızı yükselttiğimiz 1 ay süresince bir çok tedarikçiye müdahale edebildik.*

*Bir çoğundan da ürün alıp tespit etme sürecimiz devam ediyor.*

*Diğer taraftan 1 ay önce aktif olmayan yeni bir çok tedarikçi türedi.*

*Online oyuncularımızın desteğini kaybetmemek ve başladığımız noktaya dönmek için;*

***“Sürdürülebilir ve adetli şekilde offline dan tedarik edip, online da satanlara”** özenle kontrol edilip onaylayarak doğru fiyatlarla cevap vermeyi planladık.*

Önümüzdeki süreçte elimine ettiğimiz her bir fiyatın ardından tedarikçilerimiz fiyat yükseltecekler.

Ayrıca kimlerden tedarik ettiğini tespit ettiğimiz her satıcıdan sonra sizlere bu gruptan bilgi veriyor olacağım.

Anlayışınız ve desteğiniz için çok teşekkürler

Selamlar

(.....)”

- (94) Groupe SEB çalışanı (.....) tarafından (.....)’e gönderilen 09.08.2017 tarihli ve “GV9071” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-13/87)**:

““Günaydın,

İzmir’de darkese diye bazen İlkadım bazen de denizli’deki bayimiz (çalışıyormuyuz hala bilmiyorum) Kızılhisar’dan mal alan bir adam var. Dün 1175 tl fiyat vardı bugün de Beros 1099’a altına girmiş. Muhtemelen online taraf gördüğü fiyatı vurmaya başladı. Dün hakan açıp gösterdi nasıl bu kadar olabiliyor diye cevap veremedim. Bilgin olsun”

E-posta iletilisinde ayrıca fiyat ve satıcı bilgilerinin yer aldığı www.hepsiburada.com internet sitesinden alınmış bir ekran görüntüsü bulunmaktadır.

- (95) (.....) tarafından (.....)’na gönderilen 27.10.2017 tarihli ve “expertise tava serileri” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-13/88)**:

“Mösyö selam

Expertise serisinin internet müşterilerine kapanması konusunda sen ne dersin? Benim düşüncem kesinlikle her satış kanalının çok iyi sattığı bu seriyi internette resmen öldürüyoruz. Trendyol’dan sonra hepsiburada’da acaip fiyatlar var. Fiyatları görersen sende üzülürsün.

Bu konu ciddi çok önemli. Bu seri yerine başka seri satabilirler. Expertise serisinin kapatılması için yardımlarını bekliyorum.

Sevgiler,”

- (96) Yukarıdaki e-postaya yanıt olarak Groupe SEB (.....) unvanlı çalışan (.....) tarafından (.....)’a aynı tarihte gönderilen e-postada “Tamamdır hacım, konuşalım (.....) ile fakat olumlu sonuç çıkar mı bakalım neticede o tarafı vuran bir durum değil, işlerine gelir satılması.” ifadeleri yer almaktadır.

- (97) E-posta adresi uzantısında “yonavm.com.tr” ifadesi bulunan (.....) tarafından yine “yonavm.com.tr” e-posta adresi uzantısı bulunan (.....)’a gönderilen 05.03.2018 tarihli ve “Tefal fiyatı hakkında” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-13/90-93)**:

“(.....) bey ekde mert Murat avminin satış fiyatları vardır

Ve bizim satış fiyatlarımız vardır ilgilenrseniz sevinirim

teşekkürler ıyı çalışmalar

...”



- (98) Yukarıdaki e-postayı takiben (.....) tarafından (.....)'ye aşağıdaki e-posta iletisi gönderilmiştir:

*"(.....) bey selam, çok fiyat farkı var , acil bakabilirmisin?"*

- (99) Yukarıdaki e-posta iletisi üzerine (.....) tarafından (.....)'a 05.03.2018 tarihinde aşağıdaki e-posta gönderilmiştir:

*"Abi selam*

*Bu mert Murat Balıkesir saçma fiyatlar var çok sıkıntı  
oluyormuş yön için ben yatın düzelttireceğim bir şekilde  
dedim Hakan abiye sen (.....) ile görüşürmüsün  
Teşekkürler"*

- (100) (.....) tarafından Groupe SEB (.....) unvanlı çalışan (.....)'a aynı tarihte "Kardesim Mert Murat çok sıkıntı" ifadesinin bulunduğu e-posta gönderilmiştir. E-postaya yanıt olarak (.....) tarafından (.....)'a gönderilen aynı tarihli e-postada aşağıdaki ifadeler bulunmaktadır:

*"(.....) selam*

*1 tane müşteri için cornera toplu yaptırım uyguluyor şirket on yargiyi daha yeni kirdim*

*tekrar baraj olmasın bu durum bize*

*Onlemine al kardesim 1 müşterinin yuzunden tum kanala ceza kesilmeain*

*Sevgiler"*

- (101) Yukarıda yer verilen e-postaya yanıt olarak aynı tarihte Groupe SEB çalışanı (.....) tarafından (.....)'a aşağıdaki e-posta iletisi gönderilmiştir:

*"Abi selam;*

*Öncelikle mert Murat'a bu sene doğru düzgün fatura kesmedim.Aralık ayında hedef yapmak için yaklaşık 200 bin tl faturalamıştım.Örnek verdikleri ürünlerin hemen hepsi aralık ayında çok uygun net fiyatlı olan ürünler.Adam maliyetine göre satış fiyatı belirliyor.*

*Ha sen diyorsan ki örneğin 60+ KDV'ye aldığı kahve makinesini 99 değil de 159'dan satsın o ayrı.Mesela actifry'ı ordaki hepsi (şanal-yön- evkur) 649 civarı satarken fiyat şimdi mi değişti?*

*Ben tabi ki ne sana ne kanala zarar gelmesini istemem ama adamın kondisyonlarını sen biliyorsun,öyle extra da bişey vermedim.*

*Hala aralık ayında bize verilen net fiyatların ve precesion +ingenio küçük setin diyetini*

*ödüyorum(z).*

*20 milyonluk müşterilerle aşık atamayacağımızı biliyorum ama açıkçası benden tam olarak ne istendiğini de bilmiyorum.Şirketin bana verdiği fiyatları yansıtmayayım mı?Sen düzelttir ve fiyatları arttır diyorsan yarın ilgileneyim.O şikayet eden mağazalar bu tip sorunları sadece bizim marka ile mi yaşıyorlar onu da merak ediyorum.*

*Ayrıca (.....) yoluyla sana ulaşmak yerine keşke beni arasaymış.*

...

- (102) E-posta adresi uzantısı "vatanbilgisayar.com" olan (.....) tarafından Groupe SEB çalışanları (.....) ve (.....)'e gönderilen 29.03.2018 tarihli ve "Easy tost" konulu e-postada aşağıdaki ifadeler ve ekran görüntüsü yer almaktadır **(Belge-13/94-95)**:

"Selamlar,

*Bu sizin mağazamı ?*

<https://www.n11.com/mağaza/tefal-rowenta>

..."

- (103) Yukarıdaki e-postaya yanıt olarak (.....) tarafından (.....) ve (.....)'e aynı tarihte aşağıdaki e-posta gönderilmiştir:

"Selamlar,

*Evet, ellerinde kalan stok olduğu için ve tekrar satmayacakları için yapılmış. Görüşüm müdahale ettiler , gün içinde de komple kapatılacak...*

*Teşekkürler"*

- (104) E-postaya yanıt olarak (.....) tarafından (.....) ve (.....)'e aynı tarihte aşağıdaki e-posta gönderilmiştir:

"Selamlar,

*Vatan Bilgisayar olarak hiçbir firmaya karışmıyoruz. Sadece, sizin mağazamı diye sormuştum.*

*Saygılarımla;"*

- (105) Groupe SEB (.....) birimi (.....) unvanlı çalışan (.....) tarafından 17.04.2018 tarihinde aşağıdaki e-posta gönderilmiştir **(Belge-13/96)**:

"(.....) merhaba,

*Teknosa bu iki üründe fiyat yapmış üzerine de Gittigidiyor fiyat yapınca Hepsiburada ile sıkıntı yaşıyoruz,*

*Düzeltebilirler mi?*

**5525'in muadili 5520 satıyoruz 199,90'a 5 günlük kampanya yaptım**

**8324'e de 799,90 yine 5 günlük kampanya yaptım stok eritmek adına.**

*Teşekkürler"*

- (106) Yukarıdaki e-postaya yanıt olarak (.....) tarafından 18.04.2018 tarihinde aşağıdaki e-posta gönderilmiştir:

"Günaydın kardeşim

*Fv 5520 7₺ daha ucuz 5525 ten şu anda 🍷*

*Ro 8324 kaldırılıyor sadece teşhir olarak mağaza da satılacak..*

*Bilginize"*

- (107) E-postaya yanıt olarak (.....) tarafından (.....)'e aynı tarihte aşağıdaki e-posta gönderilmiştir:

*“teşekkür ederim kardeşim, 5520 pazara kadar 199’90 olacak hepsiburada’da, stok şişmiş:) satmıyor bu seri*

*Sent from my iPhone”*

- (108) Groupe SEB (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 25.09.2018 tarihli ve “Amazon Marketplace” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır (**Belge-13/100-101**):

*“Herkes merhaba,*

*Bildiğiniz üzere amazon.com.tr açıldı ve Amazon Globalde Groupe Seb’in 1 numaralı müşterisi. Türkiyedeki faaliyetleri de Grubun üst yönetimi tarafından yakından ve hassasiyetle takip ediliyor.*

*İnternet fiyatlarımız neden bozuk ? internette çok fiyat var gibi tartışmaları hergün kendi aramızda bile yaparken,daha yeni açılmış olan ve dünyanın 1 numaralı e-commerce sitesi olan Amazonda ismini bilmediğimiz onlarca müşteri var,*

*Ancak daha riskli olanı;değişik kanallara ait ( Corner , Distribütör , Tefal Shop) isimlerini bildiğimiz ve offline müşterimiz olan oyuncuarın da burada ürün satıyor olması.*

*Yukarıda da bahsettiğim gibi grubun bu kadar yakından takip ettiği bir dev olan Amazonun kendi elimizde kendi içinde yarattığımız rekabet kısa-orta vadede bize telafisi çok çok zor olan zararlar verecektir.*

*Söz konusu bayilerin,ilgili kanal yöneticileri tarafından **Tefal – Rowenta ürünlerinin Amazonda satılmaması** konusunda acilen uyarılarak ürünlerin kaldırılması konusunda acil aksiyon alınmasını rica ediyorum..*

*Teşekkürler”*

- (109) İlgili e-posta iletilsinin devamında amazon.com.tr internet sitesinden alınan Rowenta ve Tefal markaları için çok satanları gösteren ekran görüntülerine yer verilmektedir. Bu e-postayı takiben (.....) tarafından 26.09.2018 tarihinde (.....), (.....), (.....) ve (.....)'na gönderilen e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır (**Belge-28/57-63**):

*“Selamlar*

*Konuyla ilgili gerekli adımları atmamız konusunda destek ve yardımlarınızı rica ediyoruz .*

*Teşekkürler”*

- (110) E-postaya yanıt olarak aynı tarihte (.....) tarafından (.....), (.....), (.....) ve (.....)'na gönderilen e-postada ise aşağıdaki ifadeler bulunmaktadır (**Belge-28/57-63**):

*“Müdürüm hayırlı sabahlar,*

*İlk açıldığında incelemiştik bizim gelenekselden veya internet satışı yapan bayiye rastlamadık. Amazonun kendi tedariki ile satış yaptığı ürünlerin fiyatları çok agresifti. Shop ürünlerinde aynı durum mevcuttu. Bu durumu gruptan paylaşmıştım. Biz yine takipte olacağız , elimizden geleni yaparız merak etmeyin.*

*İyi günler.*

(.....)”

(111) E-postaya yanıt olarak aynı tarihte (.....) tarafından (.....), (.....), (.....) ve (.....)’na gönderilen e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-28/57-63)**:

“(.....) müdür

*Sadece geçmişten bildiklerimden yazıyorum ;*

*Arces*

*Darkese*

*Turuncu elma*

*Hedef alışveriş merkezi*

*Makroreyon*

*Bu ve benzeri gibi ürün verdiğimiz noktalara gerekli uyarıyı yapalım lütfen*

*Teşekkürler”*

(112) Bu e-postayı takiben (.....) tarafından (.....) e-posta grubuna gönderilmek üzere “Amazon internet sitesi hk” konulu e-posta iletilsinin ekran görüntüsüne yer verilerek (.....)’na aynı tarihte gönderilen e-posta aşağıdaki ifadeler bulunmaktadır **(Belge-28/57-63)**:

“Müdürüm tekrar selam,

*Arkadaşları uyardık , bizde merkezden takip edeceğiz.”*

(113) Yukarıdaki e-postaya yanıt olarak (.....) tarafından (.....)’na aşağıdaki e-posta gönderilmiştir **(Belge-28/57-63)**:

“(.....) müdür teşekkür ediyorum , birlikte takip edersek sevinirim .”

(114) Yukarıdaki e-posta yazışması sonrasında 26.09.2018 tarihinde (.....) tarafından (.....) ve (.....)’a “FW: Amazon Marketplace” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-13/102)**:

“Selam

*İlkadım’a konuyla ilgili mesajımızı ilettik ve tüm satış ekibine aşağıda göreceğiniz şekilde uyarılarımızı yaptık , olabildiğince önlemeye ve gerekli aksiyonları almaya gayret edeceğiz. Burada bizimle ilgili oluşabilecek ( ki devamlı olabiliyor ) sıkıntıları hızlıca bildirirseniz , anında müdahale etmeye çalışacağımızı ayrıca hatırlatmak isterim .*

*Sevgiler”*

(115) Yukarıdaki e-postayı takiben (.....) tarafından (.....)’a aynı tarihte aşağıdaki e-posta gönderilmiştir **(Belge-13/102)**:

“(.....) Abi merhaba,

*Desteğin için teşekkür ederiz,*

*(.....) ile iletişim halinde olacağız, ayrıntılı bir liste atacağım.*

*Şimdilik yine bildiğimiz adamlarda sıkıntı gözüküyor.*

*Sevgiler”*

Söz konusu e-postalara şikâyet başvurusunun ekinde de yer verilmiştir.

- (116) Groupe SEB (.....) biriminde (.....) unvanlı çalışan (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 28.06.2018 tarihli ve “şenpa” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer verilmektedir **(Belge-13/103)**:

“(.....) selam

*Şenpanın fiyatlarını halledebilirmisin bugün. Özellikle 7681 9788 9775 3751 gibi ürünlerde cazip fiyatı örnek alarak onların 2tl, 3tl üstüne çıksın mutlaka. Konu önemli.”*

- (117) Groupe SEB (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 25.09.2018 tarihli ve “Amazon Marketplace” konulu e-postaya yanıt olarak (.....) tarafından (.....)'a 26.09.2018 tarihinde gönderilen e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-13/104)**:

“Selam arkadaşlar,

*Tefal shopinshop olarak Bursa İpek Çeyiz var sadece benim görebildiğim. Onuda (.....) bugün ikaz edecek ve ürünleri kaldırtacak. Bunun dışında gözümden kaçan varsa bilgi verirseniz ilgilenirim hemen.*

Sevgiler,”

- (118) Groupe SEB (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 25.09.2018 tarihli ve “Amazon Marketplace” konulu e-postayı takiben (.....) tarafından “TR GS İstanbul – Corner Sam” e-posta grubuna aşağıdaki e-posta iletisini göndermiştir **(Belge-13/107)**:

*“Beyler aman dikkat gol yemeyelim çok çok çok önemli konu hiç bir corner müşterisi bizim ürünlerimizi listelemesin amazonda konu yakından takip ediliyor”*

- (119) (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 10.10.2018 tarihli ve “RE: Amzon Marketplace” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer alıp e-postanın ayrıca “ScreenHunter\_02 Oct. 10 13.47.gif” isimli bir ek dosyası bulunmaktadır **(Belge-13/109)**:

“(.....) merhaba,

*Daha önceki konuşmamız üzerine Amazon'daki güncel MP satıcılar listesini paylaşıyorum,*

*Müsait bir zamanınızda İlkadım'ın müşteri listesinden bir kontrol edebilir misiniz?*

*Desteğiniz için teşekkürler*

aktif express	Aydın Eker	DİYARBAKIR
ikonteknoloji	Saltoğlu	ADYAMAN
faysallar	Faysallar	BURSA
darkese	Darkese	İZMİR
tekzen	TEKZEN	İSTANBUL
taytaybebekids		Seğmenler/ANKARA
pegasusavm	Pegasus AVM Lojistik	Dudullu/İSTANBUL
turuncuelma	Turuncu Elma	KÜTAHYA
onlinestoree	Çınar Pazarlama	ADANA
deryahomee	Denya Halı Mob DTM	B.Çekmece/İSTANBUL
moonlight	Güneş Elektronik	ADANA
fitiyathome	Fatih Ağca	İSTANBUL
smartevim	Tevfik Elektronik	KONYA
imonya		Fatih/İSTANBUL
beyzaavm	Beka Elektronik DTM	İSTANBUL
beyzazyabisiklet	Güler Beyaz Eya	BALIKESİR
umraniyeshop	Tayf Bilgişim	Ümraniye/İSTANBUL
birnumara	On numara	Bodrum/MUĞLA
cazipalisveris	Cazip Alışveriş Tic.	KAYSERİ
net indirim	Lüks Online	BURSA
murataltay	Murat Altay	GÜMÜŞHANE
dalkilic	Dalkılıç Mob.	YOZGAT
ergunshop	Ergün DTM	YOZGAT
bitonshop	Esmer Bilgişim	İSTANBUL

- (120) Groupe SEB (.....) tarafından gönderilen 25.09.2018 tarihli ve “Amazon Marketplace” konulu e-postanın iletilmesi sonucu (.....) tarafından (.....)’a aşağıdaki e-posta iletili ve Amazon internet sitesinden alınan ekran görüntüsü gönderilmiştir (**Belge-13/116-117**):

“Abi Selam,

*Amazon’un uluslararası durumundan dolayı, her konuda sıkça düşünüp öyle hareket ediyoruz.*

*Online kanal olarak biz henüz Pure lansmanı yapmadık sizlere bir sıkıntı çıkmaması için.*

*Kendi özel ürünümüzle Amazon’da bu ay lansman planlıyorduk.*

*Ama Beyza elektronik Shop Exclusive ürünüyle lansman yapmış.*

*Aynı dükkan değişik isimlerle sürekli shop ürünlerini internette satıyor. Daha önce aynı mağaza için birkaç sefer konuşmuştuk.*

*Amazon da bu üründen 12 adet var. Aşağıda bu üründen 12 adet gönderilen mağazaları bulabilirsiniz.*

*Eminoğlu’nun yemin ettiğini biliyorum ama daha önceki bağlantılarından yine o olma ihtimali çok yüksek.*

*Teşekkürler, Selamlar*

*(.....)”*

- (121) (.....) çalışanı (.....) tarafından (.....)’a gönderilen 11.10.2018 tarih ve “Arces görüşmesi hakkında” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer alıp e-posta ekinde “Beros Görüşme.jpg” isimli dosya bulunmaktadır (**Belge-13/121-122**):

“Abi Selam,

*Bugün Beros ile ekteki yazışma gerçekleşti. Kendisini gizli kalması ricaıyla, konuşmayı seninle de paylaşmak isterim.*

*İlkadım online satışlar için yeni bir kişi işe almış.*

*Şu an bu İlkadım'ın online'cı oyuncuları, bizim müşterilerimizle pazarlık halindeler hatta aktif çalışıyorlar.*

*Mal vermeyi kestik, artık vermiyoruz diyorsa da gerçekleşen bu değil maalesef.*

*Platformlar 11.11 ve Blackfriday öncesi piyasadan bizim tedarik edebileceğimizden daha ekonomik ürün bulacaklarını düşünürlerse, çok güç durumda kalırız.*

*Kendileri bizden daha iyi biliyordur Online oyuncuları ama yine de bildiğim oyuncuları aşağıda sıraladım. Desteğin çok önemli.*

*Teşekkürler*

*(.....)*

- *Arces Diyarbakır*
- *Turuncuelma Kütahya*
- *Goodprice MHC otomotiv Nevşehir*
- *Özmurat Avm Elazığ*
- *Özdoğanlar Antalya*
- *Aktif Express*
- *İkon teknoloji Saltoğlu Adıyaman*

(122) Groupe SEB çalışanı (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 11.10.2018 tarihli ve "Arces görüşmesi hakkında" konulu e-postaya yanıt olarak (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 12.10.2018 tarihli e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-13/124)**:

*"(.....)*

*Şimdi (.....) ile detaylı telefon görüşmesi yaptık , internet satışı ile ilgili yeni diye anlatılan kişi büyük ihtimal benim çünkü benden başka kimse olamaz diye cevap verdi . Aşağıdaki tüm bayiler ile ilgili zaten şu anda ürün çıkışı yapılmıyor , bir şekilde ürün bulmaya çalışıyor olabilirler . (Fuarda Arces 'e ürün verilmediğini bende biliyorum )*

*Özellikle 11.11 ve blackfriday için dikkat etmeleri gerektiğini kesinlikle bizim ürünlerimiz yada bu firmalarda fiyat-ürün olmaması gerektiğini üzerine basarak söyledik .*

*Biz kendi ayağımıza sıkılmış oluruz , vermiyoruz ayrıca tedariklerini de önlemeye çalışıyoruz diye cevaplar verdiler . Gerekirse bu konu özelinde bir toplantı ayarlayalım ve daha detaylı konuşalım kasımdan önce .*

*Sevgiler"*

(123) (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 01.11.2018 tarihli ve "şenpa" konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer verilmektedir **(Belge-13/125)**:

*"(.....) selam*

*Senden önemle ricam ... Şenpa, N11'de 'Cazipfiyat' ve 'ucuzageldiniz' mağazalarının kesinlikle üstünde kalsın lütfen.*

*Bu arada OnTheGo fiyatınıda unutma please.*

*Teşekkürler,”*

- (124) Groupe SEB (.....) kanalında (.....) unvanlı çalışan (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 07.11.2018 tarihli ve “Şenpa – onthego” konulu e-postada “(.....) *selam, Düzeltbilir miyiz?*” ifadesi yer alıp n11.com internet sitesinden “Tefal OnTheGO Blender” ürününe ilişkin ekran görüntüsü bulunmaktadır **(Belge-13/128)**.
- (125) Bu e-postayı takiben (.....) tarafından (.....)'a 07.11.2018 tarihinde “Şenpa – tea expert” konulu ve “Tefal Tea Expert Paslanmaz Çelik Demlikli Çay Makinesi” ürününe ilişkin bilgilerin bulunduğu ekran görüntülü e-posta gönderilmiştir. Bu e-posta iletisini takiben (.....) tarafından (.....)'a 07.11.2018 tarihinde “Şenpa – mastermix” konulu ve “Tefal Mastermix El Mikseri Beyaz” ürününe ilişkin bilgilerin bulunduğu ekran görüntülü e-posta gönderilmiştir.
- (126) Yukarıdaki e-postaya yanıt olarak (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 07.11.2018 tarihli e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-13/126)**:

*“(.....) abi,*

*Cazipfiyat'ın üstünde kal dedikçe 1 tl altına iniyor dalga geçer gibi. 11 Kasım'da satış yaptırmayacak böyle giderse. İnat etti. Ne yapmamız lazım sence?*

*(.....) Hanım takip ediyor gözden kaçamıyor arkadaş inatlaşmasın çok rica ediyorum.”*

- (127) Bu e-postaya yanıt olarak aynı tarihte (.....) tarafından aşağıdaki ifadelerin bulunduğu e-posta gönderilmiştir:

*“(.....) selam*

*İnatlaştığı falan yoktur adamın. Genele bakıp fiyat yapıyordur. Kendi kendini kurup yorma kendini bu konuda. Cidden fiyata bakıp aksiyon alıyordur. (.....)la biz hallederiz merak etme sen.*

*Sevgiler,”*

- (128) (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 12.12.2018 tarihli ve “Senpa Elegance Serisi N11 Fiyatlar” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-13/131-133)**:

*“(.....) merhaba,*

*Şenpa'nın N11'de CW kategorisindeki fiyatlarından dolayı müşterilerde büyük sıkıntı yaşıyoruz,*

*Yukarıdakiler sadece bir örnek ürün serisi , Rpt sipariş gireceğim ekteki Elegance'larda bizi çok zorluyor.*

*Şu an hali hazırda N11'de SDA ve CW 225 ürünümüz açık ve bunların bir çoğunda da agresif fiyata sahip.*

*Özellikle top SKU'larda kendini sistematik şekilde en ucuz olacak şekilde konumlandırıyor,*

*sadece N11 değil tüm platformlardaki bizim resmi internet dealerımızla açıktan savaşıyor.*

*Senden bu durumun düzelmesi için destek rica ediyorum*

*İlgine, teşekkürler*



<https://www.n11.com/magaza/senpaticaret?m=Tefal-Rowenta>

- (129) (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 10.01.2019 tarihli ve "RE: Senpa Elegance Serisi N11 Fiyatlar" konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

"Merhaba (.....),

*Bu iş gerçekten kangren haline dönüştü ve bizim için artık bıçak kemiğe dayandı.*

*Bugün N11'de CW kampanyası yapıyoruz, kendimize bannerda yer satın aldık*

*Şenpa tüm CW ürünlerinde bu pazaryerinde ürün satmak için şirket tarafından görevlendirilmiş bayinin altına fiyat giriyor.*

*Bunu gayette bilinçli, fiyat takibi sisteminde kurarak yapıyor.*

*SDA ürünlerinde de keza bu şekilde, en basit örnek RO3751 440TL'den satılıyor.*

*Bir offline müşterisi 200+ farklı sku'yu internete listemekte.*

*Demek ki bu adam offlineda iş yapmak istemiyor, şirket Şenpa'nın N11'de yürümesi için karar mı aldı?*

*Bu adam internetçi, bu adamın artık bizim ürünlerimizi internette ürün satmasına lütfen mani olalım*

*Bilgine."*

- (130) (.....) tarafından e-posta adresi uzantısı "groupeseb.com" olan (.....)'a gönderilen 28.01.2019 tarihli ve "7810 ütü" konulu e-postanın "aaa8095f-e394-4872-a182-27b1cf8853bb.JPG" ve "ATT0001.txt" isimli iki eki olup "Teknosa 7810 ütü. Biz 1399 TL, hafta sonu carrefour 899 TL ye sattı. (.....) le hafta sonu yazıştık. Pztsi kaldırtacaklar diye ilettiler." ifadeleri bulunmaktadır **(Belge-13/148)**.

- (131) (.....) SEB (.....) biriminde (.....) unvanlı çalışan (.....) tarafından (.....)'na gönderilen 06.03.2019 tarih ve "Şenpa" konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-13/150)**:

"Başkan selam,

*Aslında yüz yüze de konuştuk ve tekrar da konuşabiliriz ancak , Şenpa ile ilgili durum biraz farklı gerçekten.*

*Şen-PA GSI E-commerce dealer'ı değil sistemsel olarak bir tefalshop ama bugün itibari ile N11 Platformunda satışa açık 172 SKU'su var , üstelik çoğu üründe dealerlarımızdan ucuz fiyata satış yapıyor.*

*Bu konuyu ekipler arasında konuşmaya kalktığında pek olumlu sonuçlar çıkmıyor ve genelede Retail tarafından gelen cevap sen bizim alışımızdan ucuza bile mal satıyorsun olabiliyor ancak;*

*İki konuyu artık birbirinden ayırmamız lazım , interneti tertemiz yaptık iddiamız yok ama hep beraber elimizden geleni yapıyoruz geçen yıldan bu tarafa tam 17 bayi kapattık Corner'ın yaklaşık 11 MTRY cirosunu çöpe atıp cover etmeye çalıştık ama Tefalshop ünvanlı bir müşterinin internette bu kadar dominant olması bizi gerçekten yoruyor.*

*Mail yoluyla iletişim sevmediğimi biliyorsun ancak hem dosyayı seninle paylaşmak istedim hem de bir alt level da ne yazık ki gereksiz agresiflik yaratan bu konunun senin desteğinle çözüme kavuşmasını rica etmek istedim.*

*Yardımın için teşekkürler”*

- (132) Yukarıdaki e-postaya yanıt olarak Groupe SEB (.....) tarafından (.....)'ya aynı tarihte aşağıdaki e-posta gönderilmiştir **(Belge-13/149)**:

*“Başkanım selam,*

*Aradım, yerinde değildin sanırım. Kendisini uyarmıştık biliyorsun, şimdi tekrar konuştuk. Ya herşeyi komple kapat internetten çık ya da Groupe Seb olarak seninle devam etmeyeceğiz dendi. En kötü ihtimal ile 1-1,5 MTL malı geri alıp mağazaları da devredeceğiz. Detayları yüz yüze konuşuruz kardeşim.*

*Sevgiler, selamlar”*

- (133) (.....) tarafından (.....)'na gönderilen 16.04.2019 tarihli ve “Book1.xlsx” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-13/151)**:

*“Mösyö selam,*

*Hepsiburada.com'da düdüklü tencerelerde inanılmaz fiyatlar var ve bu fiyatların hepsinin satıcısı biz kendimiziz. Bir tane ilk adım var. Dün (.....)'a söyledim. Sağ olsun hemen hallederim dedi. Ne kadar kira desteği versekte shopların maliyetlerinin altındaki fiyatlarla biz başa çıkamayız. Bu böyle giderse kira desteğinin hiç bir önemi kalmayacak diye korkuyorum. Perakende fiyatta pahalı kalmaları yetmiyormuş gibi birde maliyetlerinin altında fiyat olunca adamlar DELİRİYOR. Hem nihai tüketici hemde bizle uğraşmak zorunda kalıyorlar. Her fiyata destek vericek yerimizde kalmadı.*

*Örnek; yeni clipso 6+4,5lt ((.....)'a söylediğim konu) ben 1.349,90tl PSF den shoplara tekrar sattırmaya başlıyorum. İlk adım'ın müşteri turuncu elma'da 799,90tl. Bu ürünün shop'a maliyeti 845tl+ kdv. Sadece örnek olsun diye yazdım. (.....) çözmeye çalışıyor. Ekteki diğer örneklerde bunun gibi örnekler.*

*Bilgine,*

*(.....)”*

- (134) Groupe SEB (.....) unvanlı çalışan (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 02.04.2019 tarihli ve “RE: Galeri Kristal Set Projesi” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almakta olup e-postanın “Tefal Galeri Kristal.xlsx” isimli ek dosyası bulunmaktadır **(Belge-13/153)**:

*“ (.....) Hanım Merhaba;*

*Bu projeyi (.....) Bey ile planlarken bu ürünlerin kutulandıktan sonra %20 karlılıkla satılacağını konuşmuştuk, ki biz Tefal olarak bu kadar agresif bir fiyatla ürünlerimizin satılmasını istemeyiz, çünkü ürünlerin fiyatları online fiyatların bile altına inmiş oluyor, aynı zamanda Tefalshop fiyatlarının çok altında satmış olacaksınız. Bu yüzden biz Tefal olarak ürünlerimizin bu kadar düşük karlılıkla satılıp, hem sizin düşük marj elde etmenizi hem de bu kadar fiyatlarımızın aşağıya çekilmesini istemeyiz. :)*

*Ben ekte sizin hem %20 karlılıkla satmak istediğiniz hem de aslında satmanızı istediğimiz %40 karlılıkla fiyatları düzenledim(tabii ki kutulama maliyetlerinizi bilmediğimden ekleme şansım olmadı.). %40 karlılıkla sattığınız da bile bu*

*fiyatlarla sizle rekabet edecek herhangi bir nokta olamayacak. Ayrıca bu ürünleri sizden başka kimse set halinde satmayacağı için ürünler sizin exclusivity nizde olacak ve rekabet edilebilir bir durumunuz olmayacak.*

*Not: Bu fiyatlar Mart liste fiyatlarımızdı. Nisan listemiz henüz yayınlanmadı, Nisan listesinde fiyatlarda değişiklikler olabilir.*

*Teşekkürler.”*

- (135) (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 16.04.2019 tarihli ve “amazon actifry genius 1,2lt” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-13/159-163)**:

*“(.....) selam*

*Uzun zamandır konuşuyoruz. Amazondaki shop exclusive ürün ac\_fry genius 1,2lt 999,90tl'den satmaya devam ediyor. Shop maliyet 1.098tl.*

*Acil yardımlarını rica ederim.”*

- (136) Yukarıdaki e-posta (.....) tarafından aynı tarihte (.....) ve (.....)'a iletilerek e-postada aşağıda yer verilen ifadeler ve ekran görüntüsüne yer verilmiştir.

*“Arkadaşlar Günaydın,*

*Amazon'daki Actifry 1,2lt iyice sorun oluyor.*

*Amazon fiyat eşitlediği için bizim fiyatlarımız görmeye çalışıyor olabilir.*

*Bugün tüm noktalarımızda 1090'a sabitleyelim bakalım Amazon da gelecek mi arkadan*

*Eğer başarılı olursak iade almaktan kurtuluruz.*

*Amazon 'u yönetmek için de bir çözüm bulmuş oluruz.*

*Teşekkürler”*

- (137) Yukarıdaki e-postaya yanıt olarak (.....) tarafından (.....)'a 16.04.2019 tarihinde aşağıdaki e-posta ve “ScreenHunter\_04 Apr. 16 11.42.gif” ve “ScreenHunter\_05 Apr. 16 11.43.gif” isimli iki dosya eki gönderilmiştir:

*“Abi merhaba*

*Biz fiyatlarımızı yükselttik ama Amazon bizi değil bu fiyatı baz alarak düşüyor buybox'ı alabilmek için”*

- (138) Groupe SEB (.....) biriminde (.....) unvanlı çalışan (.....) tarafından 18.04.2019 tarihinde aşağıdaki e-posta gönderilmiştir **(Belge-13/164-168)**:

*“Selam (.....),*

*Teknosa'daki On the Go ile ilgili bir bilgiye ihtiyacım var:*

*Teknosa kendi websitesinde OntheGo'yu 349 TL'den satıyor, bence okey😊  
Ancak*

*Gitti Gidiyor'da Teknosa altında 231,57 TL görünüyor.*

- Buraya koydukları fiyatı kontrol etme şansımız var mıdır?*
- Bu fiyatla kendi core businesslerini baltalamış olmuyorlar mı?*
- Sepete eklediğimde 2 adet görüyorum, yani uzun vadede sorun yaratacak bir*

*şey değil ancak şu an e-com market place bayilerimiz bu fiyatı sorgulayıp faturalama yapmak istemiyorlar.*

*Beni aydınlatabilirsen çok sevinirim.*

*Teşekkürler,*

*İyi çalışmalar”*

- (139) Yukarıdaki e-postaya yanıt olarak (.....) tarafından aynı tarihte “Re: Teknosa Onthego Gittigidiyor Fiyat” konulu aşağıdaki e-posta gönderilmiştir:

*“(.....) selam*

*Ankara'daydım az önce gördüm mailini..*

*Satılma ile görüştüm kendisinin de bilgisi yok.Muhtemelen web satış ekiplerinin yaptığı bir aksiyon diye belirtti.Sabah müdahale edecek.*

*Bilgine”*

- (140) E-postaya yanıt olarak (.....) tarafından 19.04.2019 tarihinde “Teşekkürler (.....), kalkmış fiyat. İyi çalışmalar” ifadelerinin bulunduğu e-posta gönderilmiştir. Bu e-posta iletisine (.....) tarafından aynı tarihte aşağıdaki e-posta gönderilmiştir:

*“Gece hemen müdahale etti satınalması,yazmayı unuttum .*

*(.....) da istemiyor bu fiyatları web ekiplerinin işgüzarlığı...*

*Neyse çözüldü...”*

- (141) (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 22.04.2019 tarihli ve “Evkent Ankara” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır (**Belge-13/169**):

*“Abi Selam,*

*Köpüklüm morun fiyatını çok bozan bir bayi vardı araştırdım.*

*Kendi yayınladıkları resimlere istinaden İlkadım bayisi olduğunu düşünüyorum.*

*Bu ürünü satışını durdurabilir miyiz?*

*Teşekkürler*

*(.....)”*

- (142) Yukarıda yer verilen e-posta (.....) tarafından aynı tarihte (.....) ve (.....)'a iletilmiş ve “Arkadaşlar (.....) böyle bir talepte bulunmuş , durumu inceleyip bilgi verirseniz seviniriz. Teşekkürler” ifadelerine yer verilmiştir (**Belge-13/176**).

- (143) Yukarıdaki e-postaya yanıt olarak (.....) tarafından aynı tarihte (.....) ve (.....)'a aşağıdaki e-posta iletisi ve Tefal markalı ürünlere ilişkin ekran görüntüleri gönderilmiştir (**Belge-13/174-176**):

*“(.....) abi merhaba;*

*Biz bayi ile görüştük gördüğünüz gibi ürünü tamamen kapattırdık. Sizlerden ricamız resmi internet satıcınız Aktürk Elek. Ürünün fiyatını her geçen gün aşağıya çekiyor. Webden Sipariş ,Hepsihızlı, evdek bunlar sizin müşteriniz lütfen sizde gerekli uyarıları yapıp fiyatlarını yukarıya çekmesini sağlayabilir misiniz lütfen.*

*Saygılarımla...”*

- (144) Yukarıdaki e-posta (.....) tarafından aynı tarihte (.....)'a iletilmiş ve aşağıdaki ifadelere yer verilmiştir **(Belge-13/174)**:

“(.....) selam

*Sabah belirttiğin müşteride gerekli aksiyon İlkadım tarafından yapılmış durumda .*

*Ayrıca yorumda ve talepte bulunmuşlar , geri dönüş yaparsak iyi olur .*

*Sevgiler”*

- (145) Yukarıda yer verilen e-postaya yanıt olarak (.....) tarafından (.....)'a 22.04.2019 tarihinde “DARKESE.jpg” ve “DARKESE 2.jpg” isimli dosyaların ekli olduğu aşağıdaki e-posta iletili gönderilmiştir **(Belge-13/174)**:

“Abi Selam

*Öncelikle teşekkürler.*

*Evdek mağazası bizim değil onu da ilgili arkadaşına yazdım.*

*Ama ondan önce Hepsiburada da, Akakçe’de listelenmemiş hatalı başka bir ürün var.*

*Boyalı ürünler 599,90 diğerleri 549,90 diye konuşmuştuk ben diğer hataları takip ediyorum.*

*Bizim satıcılarda takip ediyorlar, şu an Darkese ye göre satıyorlar.*

*Darkese konusunda desteğini rica ederim.*

*Teşekkürler*

*(.....)”*

- (146) (.....)'ın 22.04.2019 tarihli e-postasını takiben (.....) tarafından (.....)'a aynı tarihte ekinde “SEVPA.jpg” isimli dosyanın bulunduğu aşağıda yer verilen e-posta gönderilmiştir **(Belge-13/180)**:

“(.....) Merhaba,

*Sevpa sizin bayinizmiş. Mor olan ürünü değiştirebilir misin?*

*Teşekkürler*

*(.....)”*

- (147) (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 25.04.2019 tarihli ve “Yavrazi+GülerBeyazEşya Hepsiburada” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-13/185-187)**:

“Abi merhaba,

*Yavrazi uzun zamandır canımızı yakıyor, shop exc. ürünleri satıyor. Özellikle 3786 ve 3751’de fiyatları sürekli vuruyor*

<https://www.hepsiburada.com/magaza/yavrazi?markalar=tefal-rowenta>

*Güler Beyaz Eşya da Bandırma shop diye biliyorum, bu aralar HB’de fazlasıyla aktif özellikle köpüklüm beyaz ve kırmızı*

<https://www.hepsiburada.com/magaza/gulerbeyazesya>

*Bilgine teşekkürler”*

- (148) Yukarıda yer verilen e-postayı takiben 26.04.2019 tarihinde (.....) tarafından (.....)'a iletilen e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

*“Abi Selam*

*Balıkesir Güler Beyaz Eşya HB dükkan açtı.*

*Desteğini rica ederim*

*Teşekkürler*

*(.....)”*

- (149) Yukarıdaki e-posta sonucu (.....) tarafından 26.04.2019 tarihinde (.....)'e “(.....) *selam Fiyatlarını düzeltirebilir misin? Hatta kapatırsa iyi olur.*” ifadelerinin bulunduğu bir e-posta gönderilmiştir. Söz konusu e-posta Groupe SEB (.....) unvanlı çalışan (.....) tarafından “*Tamam müdürüm ilgileniyorum.*” ifadeleriyle yanıtlanmıştır.

- (150) Groupe SEB çalışanı (.....) tarafından (.....) ve (.....)'a gönderilen 25.06.2019 tarihli ve “*Ürün Takip Sistemi hakkında – Logistics*” konulu toplantı e-postasında aşağıdaki ifadeler yer almaktadır (**Belge-13/188-204**):

*“Selamlar*

*Codir toplantısında konuştuğumuz gibi, aksiyon planımızı ve yöntemimizi belirlemek üzere katılımınızı rica ederim*

*İyi çalışmalar”*

- (151) Yukarıdaki e-postayı takiben (.....) çalışanı (.....) tarafından (.....) ve (.....)'na gönderilen 01.07.2019 tarihli ve “*RE: Ürün Takip Sistemi hakkında – Logistics*” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almakta olup “*Online satış yapan bayiler.pptx*” isimli dosya ekte bulunmaktadır:

*“Herkesine Merhaba,*

*Şu an için bulabildiğimiz kendi ticari ünvanı ile satış yapan satıcıların listesi ektedir.*

*Bu satıcılar için 1 er platform dan görsel aldım. Ama hemen hepsinin her platformda mağazası var.*

*Kendi sitelerinden satış yapanlar bu listede yer almıyor.*

*Bilgilerinize sunarım*

*Teşekkürler, Selamlar*

*(.....)”*

- (152) Groupe SEB (.....) unvanlı çalışan (.....) tarafından (.....)'na 26.07.2019 tarihli ve “*Biçözüm İnternette Satılan Ürünler hk.*” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır (**Belge-13/206**):

*“(.....) Bey merhaba,*

*Biçözüm'ün hem Akakçe hem kendi websitesi üzerinden bazı ürünlerimizin satışını yaptığını fark ettik.*

*Aşağıda Family Toast'ta olduğu gibi bazı ürünlerde toptancılardan sonra internette en iyi fiyatı Biçözüm sunuyor ve “Tefal yetkili satıcısı” ibaresini kullanıyor.*

Ürünü kimden aldıklarını bilmediğimiz için fiyatı kontrol etmemiz de mümkün olmuyor.

Başta İnternet kanalı olmak üzere tüm kanallardaki fiyat istikrarını sağlayabilmek adına müdahale etmemiz gereken bir durum olduğunu düşünüyorum.

Konuyla ilgili bilgilendirmenizi rica ederim.

...”

- (153) Bu e-postayı takiben (.....) çalışanı (.....) tarafından (.....)'a 26.07.2019 tarihli aşağıdaki e-posta iletilisini göndermiştir **(Belge-13/206)** :

“(.....) Bey Selamlar,

Aksesuar dünyasındaki başarılı işlerinizi yakından takip ediyor ve taktir ediyoruz fakat elektrikli ürün dünyasındaki satışlarınızda bazı tedinginlikler yaşıyoruz.

Başarılı olduğunuz alana konsantre olup, elektrikli ürü satışınızı durdurmanızı rica ediyorum.

Bu mail kesinlikle pazardaki rekabeti kısıtlamak adına yazılmamıştır, sadece hangi mağazamızın hangi kanalda ve hangi ürün grubunda başarılı olduklarının analizlerin sonucunda, satış noktalarımızı başarılı oldukları alanlara yönlendirmek için yazılmıştır.

Konu hakkında ivedi bir şekilde aksiyon almanızı rica ederim.

Saygılarımla,

(.....)”

- (154) Yukarıda yer verilen e-posta yazışmasını takiben (.....) tarafından (.....)'na 26.07.2019 tarihli ve “Re: Biçözüm İnternette Satılan Ürünler hk.” Konulu aşağıdaki yanıt gönderilmiştir **(Belge-13/205)**:

“(.....) Bey merhabalar,

Bu konuyu daha önce tarafımıza ilettiğinizde çok kısa süre önce satışa başlamıştık ve Hepsiburada vb. satış sitelerinde diğer online satıcılar ile rekabet yaratmamak adına hemen satışlarımızı kaldırdık. O konuda bilmenizi isterim ki fiyat ile değil, satıcı puanı ve müşteri memnuniyeti sebebiyle diğer satıcıların önüne geçiyorduk.

E-ticaret sektöründe hizmet kalitemiz ile çok yüksek oranda müşteri memnuniyeti yakaladık. Ziyaretçi sayısı ve internet sitemizin avantajlarını düşündüğünüzde; E-ticarette çok yaygın olan dropshipping denemeleri yaparak stok bulundurmadan satış yapmaya çalışıyoruz.

Ayrıca 2 senedir mağaza sayfamızda tefal.com.tr ve rowenta.com.tr bannerını yayınlamaya online satışlarınıza, Onarım Paketi, Adrese Hizmet gibi projelerle mağaza satışlarınıza destek olmaya çalışıyoruz.

Sonuç olarak Groupe Seb ile 2 yıldır Türkiye’de daha önce yapılmamış başarılı projelere imza atan bir firma olarak bu konuda sizleri asla zor durumda bırakmayacağımızı bilmenizi isterim.

Bugüne kadar Groupe Seb markalarına ve müşterilerine hep bu ayrıcalıklı anlayışla yaklaştık. Arkadaşlarıma ürünlerin satıştan kaldırılması konusunda

*gerekli bilgilendirmeyi yaptım. En kısa sürede ürünler yayından kalkmış olacaktır.*

*İyi çalışmalar dilerim.*

*Saygılar,”*

### **I.3.2. İlk Adım'da Yapılan Yerde İncelemede Elde Edilen Belgeler**

- (155) (.....) tarafından, (.....)'a gönderilen 24.03.2015 tarihli ve “Fwd: Karaca Tefal” konulu e-posta iletisinde, (.....)'in (.....)'a gönderdiği e-posta iletisi iletilmektedir. Söz konusu iletide Karaca'da satılan bazı tefal ürünlerine ilişkin fiyat bilgisi sağlanmaktadır. (.....) tarafından gönderilen cevaptaki ifadeler şu şekildedir (**Belge-28/30, 64-65**):

*“Karaca ile ilgileniyoruz , konu hakkında bilgilendirme yapacağım . “*

- (156) (.....) tarafından (.....) ve (.....)'a 27.04.2015 tarihinde “FW: İLT: Tefal Fiyatları Hk.” konu başlığı ile gönderilen e-postada (.....)'a ait (.....) hesabından çeşitli kişilere ve ticari işletmelere gönderilen bir e-posta iletisi yönlendirilmektedir. Yönlendirilen e-posta iletisinde bazı Tefal marka ürünlere ait kampanyalı fiyat bilgisi sunulmaktadır. Yönlendirme e-postasında (.....) tarafından şu ifadeler yer verilmiştir (**Belge-28/49-50**):

*“Selam*

*24 Nisan'da Yıldırım Ticaret /Ankara olarak Tefal ürünlerine olabileceğin çok dışında fiyatlarla bir mail atılmış .(Aşağıda fiyatları görebilirsiniz)*

*Fiyatlar KDV dahil olarak gönderilmiş ve nakit olarak listelenmiş , bu durumda 9620 ütüyü 84,75+KDV ile satıyorlar .*

*Bu firmanın kim olduğunu ve bu fiyatları nasıl verebildiğini hep birlikte öğrenmemiz gerekiyor . Cep telefonu dahil tüm bilgilerini aşağıda görebilirsiniz.*

*İlkadım olarak fatura kesmiş olma ihtimalimiz yoktur diye düşünüyorum ama yine de size sormak istedim ,araştırırsanız ve bilgi verirseniz sevinirim.*

*Kolay gelsin,hayırlı haftalar”*

- (157) (.....) tarafından (.....)'a 07.05.2015 tarihinde “A City Outlet Ankara Tefal Mağazası” konu başlığı ile gönderilen e-postada dört Adet A City mağazasına ait olduğu anlaşılan görsel ve aşağıdaki ifadeler yer verilmiştir (**Belge-28/51-56**):

*“(.....) bey merhaba*

*Bugün Ankarada tesadüf eseri A City alışveriş merkezine gittik ve gitmişken Tefal mağazasını gezdim ve iki ürün dikkatimi çekti. Bir tanesi sadece bizim sattığımız olan Tefal 9550 ütü. Bu ütünün burada satılması zaten olmaması gereken bir ürün diye biliyorum ve diğer ilginç olan tarafı ise fiyatı. Aşağıda size resimlerini gönderiyorum. Diğer ürün ise Rowenta 8233 süpürge. Burda da garip olan durum bizim toptan satış fiyatının da altında satılması. O ürünün de resimlerini tarafınıza aşağıda sunuyorum. Bu durum ilerleyen günlerde sıkıntı yaratır.*

*İyi akşamlar”*

- (158) Mezkur e-posta iletisi 08.05.2015 tarihinde (.....) tarafından (.....)'a aşağıdaki ifadelerle iletilmiştir:

*“Gunaydin*



*Oncelikle tum magaza vitrin calismalari cok guzel olmus , emegi gecen herkesin ellerine saglik :)*

*Outlet magaza fiyatlarına gelince , Erkan ve Okan birlikte piyasa ziyareti yaparken bu fiyatlarla karsilasmislar, bana aktardilar .*

*Ankara shop sorumlusu ile gorusup durumu bildirdik , bugun icinde fiyatlarına mudahale edecegiz .9550 utu diger tum magazalarında kalanlari toplayip bu magazada bitirmek icin yapilmis bir hareket . 8233 supurge icinde durum ayni cunku iki sene oncesine kadar bu urun shoplara da acikti o zamandan kalmistir diye dusunuyorum. Satis idari tarafından urun cikis kontrollerini yapacagiz, gun icinde fiyatlarını düzeltmis oluruz .”*

- (159) (.....) tarafından (.....)’a gönderilen 08.06.2015 tarihli ve “İlet: WhatsApp görüntü” konulu e-posta iletilisinde aşağıdaki ifadeler yer verilmiştir **(Belge-28/31)**:

*“(.....) bey merhaba*

*Forum Ankara Tefal Outlet mağazasında Rowenta 8233 süpürge 649 tl den perakende satılıyor. Bizim toptan satışımız 679 tl. Burada bir sıkıntı var ve sizden yardım bekliyoruz bu konuda.”*

- (160) Söz konusu e-posta iletilisi (.....) tarafından (.....)’a iletilmiş ve “Müdürüm, Konu hakkında nasıl bir yol izleyelim...” ifadelerine yer verilmiştir. (.....) tarafından gönderilen cevapta ise aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

*“Outlet mağazadaki ürünler koli hasarlı ve defolu ürünler .*

*Ellerinde 6 adet ürün gözüküyor , fiyatına müdahale ettireceğim . “*

- (161) (.....) tarafından (.....)’a gönderilen 13.08.2015 tarihli ve “İnternet Fiyat Takibi” konulu e-posta iletilisinde “Takip Edilecek Ürün Listemiz” adlı excel dosyasına ve aşağıdaki ifadeler yer verilmiştir **(Belge-28/35-36)**:

*“Sevgili Distribütörüm*

*Dün bahsettiğim üzere , GSİ olarak aldığımız son karar doğrultusunda , yukarıda gördüğünüz listedeki ürünler mağazalarda satış etiketleri ve Akakçe başta olmak üzere tüm internet fiyatları GÜNLÜK OLARAK kontrol altına alınacaktır.*

*Tüm liste her pazartesi yapılan satış toplantımızda üzerinden geçilecek ve sorunlu noktaların hangi kanal veya müşterimizden kaynaklı olduğu tespit edilecek , öncelikle ve kesinlikle fiyatlar bu listedeki rakamlara getirilecektir , aynı noktanın hatayı tekrar etmesi karşısındaki yaptırımlarımız çok kati ve net olacaktır.*

*Buna göre sorumlu olduğumuz toptan kanalımızda satış yaptığımız ilgili kişilere ekteki listemizi ulaştırıp , kendilerine bu fiyatların altında ürün satışı yapılmaması konusunda net bir şekilde açıklama yapılmasını ve ayrıca her pazartesi durum değerlendirmesini birebir yapmamızı rica ediyorum .*

*Desteğiniz için şimdiden teşekkürler “*

- (162) (.....) tarafından (.....)’e gönderilen ve bilgi sekmesinde (.....)’un yer aldığı 03.09.2015 tarihli ve “Corum tefal bayı” konulu e-posta iletilisinde Actifry ürününe ilişkin bayinin fiyatı ve bayiye ilişkin görseller yer almaktadır. İlgili e-posta iletilisi (.....) tarafından (.....)’a iletilmiş ve “(.....) Müdürüm sanırım bizim müşteriden dolayı Çorum Tefal shop da aynı uygulamayı yapmış” ifadelerine yer verilmiştir. Gelen cevapta ise şu ifadeler yer almaktadır **(Belge-28/32-34)**:

- (163) (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 23.11.2015 tarihli ve "kliksa ilkadım ütüsü" konulu e-posta iletiliminde "(.....)ım şunları bir kontrol etsene. Teşekkürler," ifadeleriyle iki adet ütüye ilişkin internet fiyatı bilgisi görselde sunulmaktadır. Söz konusu e-posta (.....) tarafından (.....)'e iletilmiş ve şu ifadelerle yer verilmiştir **(Belge-28/25-26)**:

"(.....) abi selamlar,

Aşağıda kliksa.com'a ait 3910 ve 3930 ütüye ait fiyatlar bulunuyor. Kliksa Groupe Seb bayisi ancak 3910 bizim ürünümüz olması nedeniyle fiyatına müdahale edebilir miyiz lütfen.

Sitede FV3930 satışı da bulunuyor ancak bu ürününü de bizden tedarik etmiyorlarmış.

Bilginize"

- (164) (.....) tarafından (.....) ve (.....)'a gönderilen 25.11.2015 tarihli ve "hard titanium tava" konulu e-posta iletiliminde aşağıdaki ifadelerle yer verilmiştir **(Belge-28/27-28)**:

"Arkadaşlar selam,

(.....) HB'de 2'li tavayı 124,90tl'den sattırıyordu fakat aşağıdaki gibi mail geldi. Ürün 124,90tl'ye çok iyi satıyordu ama aşağıdaki fiyat sebebi ile sıkıntı yaşıyorlar ve onlarda fiyatı 119,90tl'ye düşürdü.

Turuncu Elma Kütahyadaki Uğur ticaret. Bizim müşterimiz mi bilmiyorum? Facebook'ta uğur ticaret turuncu elma diyince çıkıyor. Bilen tanıyan varsa yardım

lütfen...

Çünkü (.....) bey,

Aşağıdaki durumdan..

Turuncu elmaya niye ürün veriyorsunuz ki?

Ne kadar ne satıyor yani ne reklamınız var ki?

İnternet partneriniz hb değil mi?"

- (165) İlgili e-posta üzerine (.....) tarafından İlkadım yöneticileri (.....) ve (.....) aşağıdaki ifadelerle ileti gönderilmiştir:

"Selam

Bizim bayimiz ise fiyatı acil olarak düzeltebilir miyiz lütfen"

- (166) (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 27.11.2015 tarihli e-postada bir görsel yer almaktadır. Söz konusu e-posta (.....) tarafından (.....)'a iletilmiş ve şu ifadelerle yer verilmiştir. **(Belge-28/23-24)**:

"(.....) bey,

Turuncu elma sitesinden Titanyum tavanın fiyatını değiştirmede ama tamamen kaldırdı. Sebep olarakta (.....)'ya hepsi burada.comun sitesindeki Titanyum tava görselini ve fiyatını mail olarak attı. Bir fiyat istikrarı yapılacaksa tüm sitelerde uygulanmasını rica etti.

Bilginize."

"(.....) bey,

*Turuncu elma, sitesinde TEFAL TİTANİUM 2 li tava fiyatını istenilen rakama çektik. Müşteri ile konu hakkında görüşüldü. Buna benzer başka durumların yaşanmaması adına konuştuk. Bizden tek istediği diğer internet sitelerinde de gerekli düzeltmeleri yapmamız ( hepsiburada.com vb. siteler)ve rekabetçi fiyatlarla ürünlerimizi satmak. Bu firma PHILIPS in kalesi ve KÜTAHYA nın en büyük müşterisi olduğu için benim adıma önemli. Ama buna benzer sıkıntılar yaşarsak ürün sevkiyatını durdurabileceğimizi bildirdik.*

*Bilginize.”*

(167) E-posta silsilesi “(.....) Müdürüm bilgine” ifadeleriyle (.....)’a iletilmekte ve (.....) tarafından “Desteginiz için teşekkür ederim ,İyi haftasonları” mesajıyla birlikte iki adet görsel gönderilmektedir.

(168) Perakendeci (.....) tarafından (.....)’a gönderilen ve bilgi sekmesinde Sarıçelik Kardeşler işletmesine ait mail uzantısına sahip (.....)’in yer aldığı 05.02.2016 tarihli ve “İnsört” konulu e-postada, aşağıdaki ifadelerle bir ütüye ilişkin Mediamarkt tarafından yapılan kampanyayı gösteren ekran görüntüsü yer almaktadır **(Belge-28/19-20)**:

*“Media markt anneler günü insörtünde bu ürünün maliyeti bize 308 tl basmış olduğu fiyat 219 tl fiyat koruma olmazsa fiyatı aynı şekilde satacağımızı onun fiyat farkını alacağınızı söylemişsiniz. 4.000 tl fatura keseceğiz bilginize.”*

(.....) tarafından ilgili e-posta iletisi (.....)’a iletilerek şu ifadeler gönderilmiştir:

*“(.....) bey,*

*Tüm müşterilerden bu tarz şikayetler alıyoruz. Çoğu telefonla olmak kaydı ile. Anneler günü öncesi bizi sıkıntıya sokuyor ve müşterilere ürün satmak adınada önümüze engel teşkil ediyor.*

*Bilginize.”*

(169) Daha sonra e-posta teşebbüs yöneticisi olan (.....)’a iletilmiş, (.....) ise “Müdürüm selam” ifadeleriyle Groupe SEB çalışanı (.....)’a iletmıştır. (.....) tarafından (.....)’a gönderilen ve bilgi sekmesinde (.....)’un yer aldığı e-posta iletisinde şu ifadeler yer almaktadır:

*“Malesef böyle bir rezalete imza attı MediaMarkt, yarın konuyla alakalı Genel Müdür seviyesinde toplantımız var.*

*Bilgi için teşekkürler”*

(170) (.....) tarafından gönderilen 22.04.2016 tarihli ve “Bafra Evilla” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-28/21-22)**:

*“(.....) Bey Merhaba,*

*Samsun / Bafra Evilla mağazasında hard titanium 2’li tava’nın 99,90’dan satılmakta olduğu yönünde bir bilgi paylaştı (.....). Konu hakkında yardımcı olabilir misin*

*Teşekkürler”*

(171) İlgili e-posta iletisini (.....)’ya “(.....) nedir konu bilgi verebilirmisin acil!!!!” ifadeleriyle iletmış ve ondan gelen cevapta aşağıdaki ifadelerle yer verilmiştir:

“Hayırlı işler (.....) bey titanyum tava ile ilgili edindiğim bilgi bir günlüğüne 99 tl den ürün satılmıştır. şu anda böyle bir fiyatla satılmadığını Mağaza müdürü (.....) beyden öğrendim. Sizde watsapta şuanki satış fiyatı ile ilgili fiyat barkotu gönderdim.

Peşin 125 tl

Kredi kartı taksit 139 tl

Elden taksit. 149 tl Şu anda satışlar bu şekildedir.şu andan itibaren konu takibimdedir.

Saygılarımla”

- (172) (.....) tarafından (.....)'a iletilen ve (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 23.08.2017 tarihli ve “Turuncu Elma - İlkadım - RO6954” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler ve aynı süpürgeye ilişkin üç farklı fiyatı gösteren ekran görüntüleri yer almaktadır **(Belge-28/18)**:

“(.....) selam,

Turuncu Elma – İlkadım Müşterisi

Ürünü aşağıdaki gibi konumlandırmış.

Bu yüzden biz de doğru konumlandırma yapamıyoruz.

Konuyla ilgili desteğin.

Ağustos perakende fiyatı **1.077 TL”**

- (173) (.....) tarafından gönderilen 01.11.2017 tarihli ve “Özata Antalya FV9774 Kireç Avcısı internet fiyatı” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-28/4-5)**:

“(.....) müdürüm selam,

Tefal Ultimate Anti-Calc FV9774 Kireç Avcısı 3000W Ütü stoklu bizim ürünümüzdür.

Özata Antalya Ecoshop internette 367 TL ye satıyor. Bu üründe maliyet 380 tl Toplam aldığı adet 24 . ( 24 adetle piyasayı bozuyor )

**FİYATINI 419 TL YÜKSELSİN”**

- (174) E-posta silsilesinin devamında (.....) tarafından aynı günde verilen cevaplarda “(.....) Müdürüm lütfen ilgilenelim” ve “(.....) Müdürüm (.....) ile görüştüm kaldırdım dedi kontrol et lütfen” ifadeleri yer almaktadır. (.....) tarafından gelen “Merhaba (.....) bey, ürün satışa kapanmış.” cevabı üzerine (.....) “Ok.” diyerek teyit etmiştir.

- (175) (.....) gönderilen 10.11.2017 tarihli ve “Fwd: Düşük internet fiyatları hakkında” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler ve tablo yer almaktadır **(Belge-28/6-7)**:

“Sevgili arkadaşlar,

Aşağıda ismi geçen bayiler iki temel ürünümüzü düşük fiyattan satmaktadırlar.  
” ACİL MÜDEHALE EDİLMESİ GEREKLİ ”

Her bölge kendi müşterisine müdahale etsin fiyatları yukarı çekersin lütfen.”

Tefal FV9774 Ultimate Anti-Calc 3000 W Buharlı Ütü

OLMASI GEREKEN

n11 YEF AVM Nihal Tekin	367 tl	EN DÜŞÜK FİYAT 399 TL
n11 di monza gıda	367 tl	
n11 Derya avm avcılar	368 tl	
gg. Zuchex home Cam Dünyası Tolga Çubuk Çorum	369 tl	
gg reyon33 Nihal tekin	369 tl	

Rowenta Compact Power RO3723

OLMASI GEREKEN

HB Evemağaza Elmacioğlu Tüketim Malları tokat	356 tl	EN DÜŞÜK FİYAT 449 TL
gg Ecoshop Özata mağaza Antalya	353 tl	
gg Zuchex home Cam Dünyası Tolga Çubuk Çorum	355 tl	
akakçe Enucuzunadresi ELİFİM TİCARET DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI-AHMET KAÇAR	356tl	
n11 merrday Ahmet şengün	357 tl	
n11 uygunavar Çağatay Hatay	365 tl	
akakçe imdirimadı 9 ile 1 arası sanal mağ İzmir	379 tl	
eptt Aktif Expres Aydın Eker Diyarbakır	386 tl	

E-posta İletisi (.....) tarafından cevaplandırılmış ve şu ifadelere yer verilmiştir:

“(.....) BEY

**BU FİRMALAR ARASINDA BENİM MÜŞTERİM YOKTUR  
SELAMLAR”**

(176) (.....) tarafından aynı gün içerisinde verilen cevapta ise aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“Arkadaşlar,

*Ekte size ait müşterilerin rakamlarını yukarı çekmeniz gerekiyor. Konuşun lütfen  
Banada düzeldikten sonra ekran resmi çekip gönderin lütfen.”*

(.....)’a hitaben e-postayı “Anlaşıldı müdürüm” diyerek cevaplamıştır. (.....) ise “Müdürüm Merhaba Özata ürünü(3723 süp.) internet satışına kapatmış bilgilerinize.” ifadelerinin yer aldığı bir e-posta iletisi göndermektedir.

(177) (.....) tarafından (.....) ve (.....)’a gönderilen, bilgi sekmesinde (.....) ve (.....)’ın yer aldığı 14.02.2018 tarihli ve “9774 ütü hakkında” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-28/1-2)**:

“Merhaba

*Anneler günü kampanyasının dan adetli aldığımız tefal 9774 ütü+ soley nevresim takımı internet satış fiyatlarınının 275 tl bandında gezdiği ve bazı bölgelerden de bizim anneler gününde satışımıza zarar verdiği için iade kararı alınmıştır*

*Toplamda 150 adet şubelerden çekilerek tarafınıza iade olarak gönderilecek.*

*Bilginize.”*

(178) Söz konusu e-posta iletisi (.....) tarafından; (.....) ve (.....)'a iletilmiştir. (.....) tarafından 18.05.2018 tarihinde “Hangi internet siteleri? Önemli olan sorunu kökten çözmek lütfen internet sitelerinin isimlerini alalım sonra gereği yapılır iade kararı tek taraflı alınmaz karşılıklı olmalıdır” ve “Cc olan müdür arkadaşlar neden bir cevap vermiyorlar?” ifadeleri ile cevaplanmıştır. (.....) tarafından aynı gün verilen cevapta aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“(.....) bey

*Biz de iade alma tarafında değiliz görüşmelerimiz devam ediyor. Fiyatı bozuk olan internet sitelerinden bazılarını aşağıda paylaşıyorum*

*N11 Elifipek 271 TL +Kargo*

*N11 kurt55 274 TL ücretsiz kargo*

*Gittigidiyor ipeksever 274 TL ücretsiz kargo*

*Gittigidiyor zuchex home 276 TL ücretsiz kargo*

*N11 teknoatan 299 TL +kargo”*

(179) Aynı gün içerisinde (.....) tarafından aşağıdaki ifadeler ile cevaplandırılmıştır:

*“(.....)ın bahis ettiği internet sitelerinin beş firmada bizim çalıştığımız firmalar lütfen bugün hepsini ara fiyatları yukarı alsınlar”*

(180) (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 29.03.2018 tarihli ve “golf power” konulu e-postada “https://www.toptancimagazam.com/index.php?route=information/contactb” şeklindeki bağlantı yer almaktadır. (.....) ise cevaben aşağıdaki ekran görüntüsünü iletmiştir: **(Belge-28/8-10):**

The screenshot shows a mobile shopping cart interface. At the top, the status bar indicates 'Turkcell LTE' and '12:48'. The browser address bar shows 'Dogus Planet Elektronik Ticaret ve Bilisim Hizmetleri A.S.'. Below the address bar, there are navigation icons for 'Sepet', 'Ödeme', and 'Onay'. The main content area is titled 'Sepetim' and shows a shopping cart with one item: 'Rowenta Golf Power Cyclonic Hazneli Elektrikli Süpürge' priced at 1.424,64 TL. The page also features a 'Sepetinizi 48 aya kadar taksitlendirebilirsiniz.' banner, a 'Sipariş Özeti' section showing a total of 0,00 TL, and a 'Satin Al' button.

(181) (.....) tarafından aynı gün içerisinde verilen cevapta aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-28/8-10)**:

“(.....) Abi;

Lütfen çok hızlı golf powerları internetten kaldırılması yönünde yetkililere ulaşalım.  
Konu Çok ACİL:

1. N11 - <https://www.n11.com/magaza/oykuevim> oykuevim (.....) Toros Pazarlama Nurcan Alıkiş

2. İstanbul bilişim (.....) - Stok Yok N11 - Toptancı Mağazam İzmir - <http://www.istanbulbilisim.com/rowenta-golf-power-cyclonic-toz-torbasiz-supurge-fiya%ED%AF%80%ED%B6%9F-260285.html?ref=akakce&v=1.66.5>

3. Sanalpazar.com - (.....) - Toptancı Mağazam İzmir [https://www.sanalpazar.com/rowenta-golf-power-cyclonic-hazneli-elektrikli-supurge/i-81105184?qclid=cj0kcqjwnflvbrcxarisapvl82q43snryng35aa4q1chccwvidx0nxj92za5vfatiymfdoxri2j6vcoaarvvealw\\_wcb](https://www.sanalpazar.com/rowenta-golf-power-cyclonic-hazneli-elektrikli-supurge/i-81105184?qclid=cj0kcqjwnflvbrcxarisapvl82q43snryng35aa4q1chccwvidx0nxj92za5vfatiymfdoxri2j6vcoaarvvealw_wcb)

4. Evnovi.com - (.....) - Haktan Elektronik - <https://www.evnovi.com/urun/rowenta-golf-power-cyclonic-elektrikli-supurge>

5. N11 - (.....) - Toptancı Mağazam İzmir [https://urun.n11.com/elektrikli-supurge/rowenta-golf-power-cyclonic-hazneli-elektrikli-supurge-P233171396?cid=700501&utm\\_source=comp\\_akakce&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=akakce\\_genel&utm\\_content=102\\_211\\_3085&utm\\_term=](https://urun.n11.com/elektrikli-supurge/rowenta-golf-power-cyclonic-hazneli-elektrikli-supurge-P233171396?cid=700501&utm_source=comp_akakce&utm_medium=cpc&utm_campaign=akakce_genel&utm_content=102_211_3085&utm_term=) “

(182) (.....) tarafından aynı tarihte (.....)'a gönderilen ve bilgi kısmında (.....)'nın yer aldığı e-posta iletilisinde aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-28/8-10)**:

“1.(.....) müdürüm lütfen tüm internet sitelerini takip et başka internet siteleri varmı?

2.(.....) müdürüm haktan ticaret sende

3.(.....) müdürüm İstanbul bilişim sende

4.(.....) kayseri öykü evim Yusuf Toros sende”

(183) (.....) tarafından gönderilen e-posta iletilisi üzerine “Müşteriyle konuştuk birazdan çözülmüş olacak nasipse” ifadeleri yer almakta, bu iletiye cevaben (.....) tarafından ise “OK DESTEKLERİNİZ İÇİN TEŞEKKÜRLER” denilmektedir **(Belge-28/8-10)**.

(184) (.....) tarafından bölge satış müdürlerine gönderilen, bilgi sekmesinde (.....) ve (.....)'in yer aldığı 26.09.2018 tarihli ve “(.....)” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-28/3)**:

“Arkadaşlar Selam,

Sizlerin de bildiği gibi Amazon faaliyete geçti, bizim müşterilerimizin Amazon firması içinde faaliyet göstermesini istemiyoruz. Sizlerden bayilerinizi bu yönde yönlendirmenizi ve takip etmenizi istiyoruz.

Lütfen bu konuda hassas olalım ve yakından takip edelim.

İyi günler”

(185) (.....) tarafından gönderilen 28.11.2018 tarihli ve “Icone 8 parça - PIB” konulu e-postada aşağıdaki bağlantı ve ifadeler yer almaktadır **(Belge-28/16-17)**:

<https://www.firsatsever.com/tefal160icone-celik-8-parca-tencere-seti>

Selam (.....) Müdür

Bu firma diğer sattığı ürünlerine bakınca , sizin müşteriniz olduğu anlaşılıyor. Nedim'in bizler ve sizlerle sunumunda paylaştığı müşteri iç görüşü slide'inin bir internet sitesinde olmaması gerek.

Kendisi ile görüşüp hem bu slide 'ın kaldırmasını hem de liste fiyatımızın çok çok altında rakam koymuş , bir şekilde uyarılmasını sağlar mısınız lütfen

Teşekkürler”

- (186) (.....) ilgili e-postaya “(.....) müdürüm selam, Hemen ilgileniyorum ,konu hakkında bu gün size dönüş yaparım. İyi günler (.....)” ifadeleri ile cevap vermektedir. Aynı gün içerisinde (.....) bir e-posta daha atarak bir bağlantı ile birlikte “(.....) müdür Aynı durum burada da var .” mesajını yollamıştır. (.....) söz konusu e-postaya aşağıdaki ifadelerle cevap vermektedir:

“(.....) müdürüm,

Talimat verilmiş 10dk içinde kalkacak.”

“(.....) müdürüm,

Bunu da araştırıyorum diğeri 10 dk. İçinde kalkacak.”

- (187) E-posta silsilesi (.....) tarafından iletilen şu e-posta ile sona ermektedir:

“Günaydın (.....) müdürüm,

Bu firmanın kim olduğunu tespit edemiyoruz, Diyarbakır'da fakat tanıyan yok . Sektör dışında bir firma .Araştırmaya devam ediyoruz.

Sizden bir ricam var , (.....) e-mail atmıştım başlangıçtan bu güne Ro3723 kaç adet bize fatura edildi dökümü.

İyi günler

(.....)”

“Dün aksam (.....) soyledim , kontrol edip magazadaki fiyatları ona göre düzenleyecekler .

Destek için teşekkürler”

- (188) (.....) tarafından (.....)'a gönderilen ve bilgi sekmesinde (.....)'in yer aldığı 08.03.2019 tarihli ve “İlkadım MP Mağazalar” adlı e-posta iletilisinde şu ifadeler yer almaktadır(**Belge-28/37-42**):

“(.....) Abi merhaba,

Mağazalar aktif şekilde devam ediyor,

artmış. Her Platformda yaklaşık 80 Tefal-Rowenta ürünü var

Bilgine sunarım.

Hepsiburada;

<https://www.hepsiburada.com/magaza/avmsehri?markalar=tefal-rowenta>

Gittigidiyor;

[https://dukkanklar.gittigidiyor.com/avmsehri?Spec=\[Marka~Tefal\]](https://dukkanklar.gittigidiyor.com/avmsehri?Spec=[Marka~Tefal])

[https://dukkanklar.gittigidiyor.com/avmsehri?Spec=\[Marka~Rowenta\]](https://dukkanklar.gittigidiyor.com/avmsehri?Spec=[Marka~Rowenta])



N11;

<https://www.n11.com/mağaza/avmsehri>”

- (189) İlgili ileti aynı tarihte (.....) tarafından (.....)'ya iletilmiş ve “Abi Selam/AVMşehri ürün sayısını arttırarak devam ediyor/Teşekkürler, Selamlar/(.....)” ifadelerine yer verilmiştir. Benzer şekilde e-posta silsilesi (.....) tarafından (.....)'a iletilmiş ve aşağıdaki ifadelere yer verilmiştir:

“Abi selam,

*Bu konuyu takibi bırakma lütfen, konu çok hassas bu mağazaları hemen kapatsınlar, Ben (.....) sürekli kontrol etmesini söyledim günlük olarak bakıp bana haber vermeye devam edecek*

*Konu çok önemli , top sende”*

- (190) (.....) tarafından (.....)'ya yazışmanın devamı olarak 18.03.2019 tarihinde ve 07.05.2019 tarihinde gönderilen, bilgi sekmesinde ise (.....) ve (.....)'a yer verilen e-posta iletilerinde ise şu ifadeler geçmektedir:

“(.....) Abi merhaba,

*Mağazalar aktif, satış devam ediyor.*

*Bilgine sunarım, teşekkürler*

*Hepsiburada;*

<https://www.hepsiburada.com/mağaza/avmsehri?markalar=tefal-rowenta>

*Gittigidiyor;*

[https://dukkanklar.gittigidiyor.com/avmsehri?Spec=\[Marka~Tefal\]](https://dukkanklar.gittigidiyor.com/avmsehri?Spec=[Marka~Tefal])

[https://dukkanklar.gittigidiyor.com/avmsehri?Spec=\[Marka~Rowenta\]](https://dukkanklar.gittigidiyor.com/avmsehri?Spec=[Marka~Rowenta])

N11;

<https://www.n11.com/mağaza/avmsehri>”

“(.....) Abi merhaba,

*İlkadım Trendyol MP'ye de mağaza açmış ve satışa başlamış,*

*Diğer platformlar N11,GG ve HB'de de mağazalar hala aktif durumda ve ürün sayısı artıyor*

*Bilgine, teşekkürler »*

- (191) E-posta silsilesinin en sonunda; (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 10.05.2019 tarihli ve “FW: İlkadım MP Mağazalar” konulu e-posta iletilerinde “WhatsApp Image 2019-05-07 at 09.35.42” adlı görsele ve aşağıdaki ifadelere yer verilmiştir:

“Günaydın arkadaşlar

*İlkadım internet üzerinden satış yapan mağazaları ile ilgili sizlerle sakıncalarını ve olmaması gereken hususlarını detaylı anlatmıştık ve sizlerde en hızlı şekilde buradaki GSİ ürün satışlarını sonlandıracağınızı bildirmiştiniz.*

*Aşağıdaki mailde göreceğiniz üzere , sonlanmadığı gibi üzerine Trendyol da ürünlerimizi satmaya başladığınızı görüyoruz .*

*Bu durumun acil olarak düzeltilmesi ve bilgi verilmesini rica ediyoruz .*

*İyi çalışmalar “*

- (192) (.....) tarafından (.....)'a gönderilen ve bilgi sekmesinde (.....) ve (.....)'in yer aldığı 20.03.2019 tarihli ve “Tefal Köpüklüm Mor ve Beyaz N11” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır **(Belge-28/14-15)**:

*“(.....)’cım merhaba,*

*Rica etsem bu adamları sordurabilir misin İlkadım’ın bayisi midir?*

*(.....) - SİVAS*

*Tefal-Rowenta’dan diğer sattığı ürünler İlkadım özel ürünleri, o yüzden sormanı rica ediyorum*

*Teşekkürler”*

- (193) İlgili e-posta iletisini ve ekte yer alan ekran görüntüleri, (.....) tarafından iletilerek “*Bu arkadaş ile bir ilgilenir misiniz lütfen*” ifadeleri yer almaktadır. E-posta silsilesinin devamında (.....) tarafından verilen “*Müdürüm günaydın, Müşteriye 2 +2 toplam 4 adet ürün göndermişiz. İnternette ürün sattığını şimdi öğrendik. Müdahale ediyoruz .*” şeklindeki cevap yer almaktadır. (.....) teşekkür iletisi ile silsile sona ermektedir.

- (194) (.....) tarafından (.....)'a gönderilen 26.03.2019 tarihli ve “FV9847 hk.” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler ve ekran görüntüsü yer almaktadır **(Belge-28/11-12)**:

*“(.....) müdürüm selam,*

*EVKUR internet sitesinden ürünü satmaya devam ediyor, tekrar bir daha hatırlattırılmışınız.”*

- (195) E-posta silsilesinin devamında (.....) tarafından (.....) ve (.....)'a gönderilen e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

*“Günaydın*

*Evkur internet sitesinden ürünün fiyatı kaldırıldı, ellerindeki ürünler ile ilgili iade sürecine girildi.*

*Bilginize”*

İlgili e-posta iletisi (.....) tarafından “*Hayırlı günler. Teşekkürler (.....) müdürüm.*” şeklinde cevaplanmıştır.

- (196) (.....) tarafından (.....)'a gönderilen ve bilgi sekmesinde (.....)'nın yer aldığı 22.04.2019 tarihli ve “Evkent Ankara” adlı e-posta iletisinde şu ifadeler yer almaktadır **(Belge-28/43-48)**:

*“Abi Selam,*

*Köpüklüm morun fiyatını çok bozan bir bayi vardı araştırdım.*

*Kendi yayınladıkları resimlere istinaden İlkadım bayisi olduğunu düşünüyorum.*

*Bu ürünü satışını durdurabilir miyiz?*

*Teşekkürler*

*(.....)”*

- (197) E-posta iletisi (.....) tarafından (.....) ve (.....)'a yönlendirilmiştir. Yönlendirme e-postasının bilgi sekmesinde (.....) da yer almaktadır. Söz konusu e-postada Evkent

Ankara mağazasına ait olduğu anlaşılan 4 adet görsel ve aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

*“Arkadaşlar*

*(.....) böyle bir talepte bulunmuş, durumu inceleyip bilgi verirseniz seviniriz.*

*Teşekkürler”*

- (198) (.....) tarafından (.....)’a gönderilen 18.12.2019 tarihli ve “Öz Şanal” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler ve bir süpürgeye ilişkin ekran görüntüsü yer almaktadır (**Belge-28/13**):

*“(.....) selam,*

*Bu ürünün fiyatını biraz yukarı çıkara bilir miyiz. Ege bölgesinden sipariş alacağız bu fiyata takılıyoruz.”*

#### **I.4. DEĞERLENDİRME**

##### **I.4.1. Yeniden Satış Fiyatının Belirlendiği İddialarına İlişkin Değerlendirme**

- (199) 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesinin birinci fıkrasında, belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan ya da dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacı taşıyan veya bu etkiyi doğuran teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemleri yasaklanmaktadır. Aynı maddenin ikinci fıkrasında özellikle hangi hallerin yasak kapsamında yer aldığını düzenlenmekte ve (a) bendinde *“Mal veya hizmetlerin alım ya da satım fiyatının, fiyatı oluşturan maliyet, kâr gibi unsurlar ile her türlü alım yahut satım şartlarının tespit edilmesi”* bu hallerden biri olarak sayılmaktadır. İlgili madde, aynı seviyede faaliyet gösteren rakip teşebbüsler arasındaki rekabeti sınırlayıcı anlaşmaları (yatay anlaşmalar) kapsadığı gibi rakip olmayan, başka bir ifadeyle, ticaretin farklı seviyelerinde yer alan teşebbüsler arasındaki anlaşmaları (dikey anlaşmalar) da kapsamaktadır.
- (200) 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesi kapsamında yer alan bazı anlaşmalar, belirli koşulları taşımaları halinde söz konusu maddenin uygulamasından muaf tutulabilmektedir. 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği’nin (2002/2 sayılı Tebliğ) “Kapsam” başlıklı 2. maddesinde *“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 tanımlanan dikey anlaşmaların 2002/2 sayılı Tebliğ’de sayılan koşulları taşıması koşuluyla 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesinden 5. maddenin üçüncü fıkrasına dayanılarak grup olarak muaf tutulacağı düzenlenmiştir.
- (201) 4054 sayılı Kanun’da ve 2002/2 sayılı Tebliğ’de, satış fiyatının belirlenmesi şeklinde ortaya çıkan davranışların, ekonomik zincirin farklı seviyelerinde bulunan teşebbüsler arasındaki dikey anlaşmalar ya da rakip konumundaki teşebbüsler arasındaki yatay anlaşmalar bakımından herhangi bir fark yaratmadığı ve bağımsız olarak yasaklandığı görülmektedir. Zira 2002/2 sayılı Tebliğ’in anlaşmaları grup muafiyeti kapsamı dışına çıkaran sınırlamaları düzenleyen 4. maddesinde rekabeti doğrudan veya dolaylı olarak engelleme amacı taşıyan sınırlamaları içeren dikey anlaşmaların Tebliğ ile tanınan muafiyetten yararlanamayacağı düzenlenmiş ve aynı maddenin (a) bendinde yer alan *“Alıcının kendi satış fiyatını belirleme serbestisinin engellenmesi. Şu kadar ki; 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.*” hükmü ile alıcıların yeniden satış fiyatını belirlenmesi uygulamasının bu nitelikte bir sınırlama olduğu belirtilmiştir.

- (202) Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz’un (Kılavuz) 17. paragrafına göre, alıcının sabit veya asgari satış fiyatının belirlenmesi kesinlikle 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 yayınlanan fiyat listelerinde ya da ürünün üzerinde açıkça belirtilmesi gerekmektedir.
- (203) Kılavuz’un 18. paragrafında ise sağlayıcı teşebbüslerin akdetmiş oldukları dikey anlaşmalara açık hüküm koymak suretiyle alıcının satış fiyatını doğrudan belirlemelerinin yanı sıra aynı ihlali değişik uygulamalar vasıtasıyla dolaylı yollardan da gerçekleştirebilecekleri belirtilmektedir. 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 gösterilmiştir. Bu tür yeniden satış fiyatının dolaylı yoldan belirlenmesi uygulamalarının da 2002/2 sayılı Tebliğ’in 4. maddesinin birinci fıkrasının (a) bendi kapsamında olduğu belirtilmiştir.
- (204) Kılavuz’un 19. paragrafında da aynı zamanda yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik doğrudan veya dolaylı yöntemlerin, alıcıların uyguladığı fiyatların sağlayıcı tarafından izlenebildiği ve kontrol edilebildiği durumlarda daha etkili olduğu ifade edilmektedir. 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 kolaylaştırmaktadır.
- (205) Sonuç olarak, yeniden satış fiyatının tespit edilerek alıcının satış fiyatını belirleme serbestisinin engellenmesi, bir rekabet ihlali olarak değerlendirilmekte ve bu nitelikteki anlaşmalar, grup muafiyetinden yararlanamamaktadır. 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 gösterilmiştir. Bu tür yeniden satış fiyatının dolaylı yoldan belirlenmesi uygulamalarının da 2002/2 sayılı Tebliğ’in 4. maddesinin birinci fıkrasının (a) bendi kapsamında olduğu belirtilmiştir.

#### **I.4.1.1. Groupe SEB’in Dağıtım Sistemine, Davranışlarına ve Yerinde İncelemede Elde Edilen Belgelere İlişkin Değerlendirme**

##### **Groupe SEB’in Dağıtım Sistemine İlişkin Değerlendirme**

- (206) Groupe SEB’in dağıtım kanalları, bunlara ilişkin açıklama ve her bir kanalda yer alan bayi sayısı aşağıdaki tabloda gösterilmektedir:

Tablo:5 Groupe SEB'in Dağıtım Kanalları ve Sayıları

Kanal Adı	Açıklama	Sayı
Own Shop (Tefal Shop)	Groupe SEB ile aynı ekonomik bütünlükte bulunan ve yalnızca Groupe SEB ürünlerini satan münhasır mağazalar	(.....)
Exclusive Shop (Tefal Shop)	Bayilik sözleşmesi çerçevesinde yalnızca Groupe SEB ürünlerini satan münhasır mağazalar	(.....)
Corner Bayi	Geleneksel kanal olarak adlandırılan küçük karışık züccaciye mağazaları	(.....)
Business to Business, B2B	Otel, restoran vb diğer şirketlere yapılan aracısız direkt satışlar	(.....)
Business to Consumer, B2C	Groupe SEB'in web sitelerinden son tüketiciye yapılan aracısız satışlar	(.....)
Internet Shop	İnternet üzerinden satış yapan Groupe SEB mağazaları	(.....)
Toptancı (Zeki Züccaciye vb.) ya da Distribütör (İlk Adım)	Kendilerine ait bayilik ağı bulunan toptancılara yapılan satışlar	(.....)
Premium Bayi	Geleneksel kanalda satış yapan küçük ve münhasır olmayan züccaciye mağazaları	(.....)
Yerel Zincir Mağazalar	Birden fazla mağazası olan Yerel Zincir Mağazalar (Öm. Evmur, Yön, İstanbul AVM)	(.....)
MASS (Zincir Marketler, Hipermarketler)	Ör: CarrefourSA, Migros	(.....)
Elektronik Marketler (Teknomarketler)	Ör: Mediamarkt, Teknosa, Vatan vb.	(.....)
Shop in Shop	Karışık mağazalarda ayrı bir bölümde Groupe SEB ürünleri satılan satış noktası	(.....)
İhracat	İhracat satışları	(.....)
Diğer	Miktar olarak az olan satışlar	(.....)
Kaynak: Teşebbüsten elde edilen bilgiler		

- (207) Groupe SEB, toptancı kanalında Zeki Züccaciye ile çalışmaktayken distribütör kanalında İlk Adım ile faaliyet yürütmektedir. İlk Adım'a yapılan ürün tedariki ve tavsiye fiyat/kampanya bildirimleri diğer bayilerden herhangi bir farklılık arz etmemektedir. Ancak İlk Adım'ın bayileri ile Groupe SEB arasında doğrudan ya da dolaylı olarak herhangi bir ilişki mevcut değildir. İlk Adım, Groupe SEB'in dağıtımını gerçekleştirdiği Tefal, Rowenta Moulinex ve Krups markalı ürünlerin, geleneksel nitelikteki mağazalar/yerel bayiler kanalında distribütörlüğünü yapmaktadır. İlk Adım bu ürünleri 2007 yılından bu yana Groupe SEB'den tedarik etmektedir. Yıllık olarak belirlenen alış tahminleri üzerinden Groupe SEB'in belirlediği fiyatlarla alınan ürünler İlk Adım bünyesinde çalışan bölge satış müdürleri ve satış temsilcileri vasıtasıyla bayilere ulaştırılmaktadır. İlk Adım, talep ettiği ürünleri önceden Groupe SEB'e bildirmekte ve ilgili ayda söz konusu ürünler o günkü tavsiye edilen perakende satış fiyatı üzerinden bayi alış iskontosu ile faturalandırılmaktadır. Satış sonrası hizmetler ve servis desteği bakımından nihai tüketiciye karşı Groupe SEB sorumlu olmaktadır.
- (208) Groupe SEB'e ait ürünlerin internet satışı için internet bayisi olarak belirlenmiş üç teşebbüs bulunmaktadır.<sup>3</sup> Groupe SEB tarafından bu kanalda mağaza satışının olmadığı belirtilmektedir. Ancak Groupe SEB'in bayileri pazar yerlerinde satış gerçekleştirebilmektedir. Bu bakımdan internet kanalında, Groupe SEB tarafından üçlü bir ayırım sunulmuştur: (i) direkt müşteri (kendi internet siteleri ve pazar yerlerindeki dükkânları üzerinden satış yapan müşteriler), (ii) e-perakende (pazaryeri niteliğindeki internet siteleri üzerinden satış yapılması) (iii) Aktürk Elektrik Sanayi ve Dış Ticaret Ltd. Şti., ve Gülşen Karabacak Anten Ticaret gibi bayiler vasıtasıyla pazar yerlerinde satış

<sup>3</sup> Aktürk Elektrik Sanayi ve Dış Ticaret Ltd. Şti., Gülşen Karabacak Anten Ticaret, BA Promosyon Projeleri Tekstil ve Paz. Ltd. Şti.

yapılması. Groupe SEB, ürünleri için üç ayrı internet sitesinde ve pazaryerlerinde internet üzerinden direkt satışlarını gerçekleştirmektedir. Bayiler tarafından yapılan satışlar için ise fiziksel satışlardan farklı tavsiye fiyat listeleri iletilmektedir. Teşebbüs tarafından, Groupe SEB'in pazar payının düşük olduğu çevrim içi platformlar kanalında esas amacın markanın tanıtımının daha profesyonel şekilde yapılması ve marka imajının zarar görmemesi olduğu ifade edilmiştir.

- (209) Groupe SEB tarafından dağıtımı yapılan ürünlerin en önemli dağıtım kanallarının, sayıca fazla olmasından da anlaşılacağı üzere, Tefal Shoplar ve *corner* bayiler olduğu görülmektedir. Diğer taraftan, internet üzerinden yapılan satışların da yıllar içerisinde toplam ciro içindeki payının arttığı ve e-ticaretin yaygınlaştığı hususlarından hareketle bir diğer önemli dağıtım kanalı olduğu anlaşılmaktadır. Aşağıdaki tabloda Groupe SEB'in toplam satışları içinde çevrim içi satışların oranına yer verilmektedir.<sup>4</sup>

Tablo 5: Groupe SEB'in Çevrim İçi Satışları ve Toplam Satışlar İçindeki Payı (2017-2019)

	2019		2018		2017	
	Ciro	Adet	Ciro	Adet	Ciro	Adet
Çevrim İçi Satışlar (TL)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Pay (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüsten gelen bilgiler

- (210) Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere, çevrim içi satışların payı 2017-2019 döneminde giderek artmakta olup 2019 yılında toplam satışların ciro bazında %(.....)'sini, adet bazında ise %(.....)'u oluşturmaktadır.
- (211) Aşağıdaki tabloda ise 2014-2019 yılları için Groupe SEB'in satış kanallarının Tefal, Rowenta, Moulinex ve Krups marka ürünlerin toplam satışları içerisinde ciro bazında pazar paylarına yer verilmiştir.

Tablo 6: Groupe SEB'in Satış Kanallarının Toplam Ciro İçindeki Payı (%)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<i>Exclusive</i> Tefal Shops	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Teknomarketler	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
<i>Own</i> Tefal Shops	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Yerel Zincir Mağazalar	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İnternet Shop	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Hipermarketler	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
<i>Corner</i> Bayi	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toptancı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İhracat	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
<i>Premium</i> mağazalar	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
B2B + B2C	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüsten gelen bilgiler

- (212) Groupe SEB ile bayilik anlaşması akdeden münhasır Tefal Shop'lar %(.....)'lik payla en önemli satış kanalı niteliğindedir. Dikkat çeken bir diğer husus ise toptancı kanalının toplam satışlar içerisindeki oranının yıllar içerisinde önemli ölçüde azalıyor olmasıdır.
- (213) Soruşturma sürecinde soruşturmaya taraf teşebbüslere ve bayilere, Groupe SEB tarafından tavsiye fiyat listelerinin bayilere ne sıklıkla gönderildiği ve listelerin ne sıklıkla güncellendiği, indirimlere ve kampanyalara ilişkin bildirimlerin tavsiye fiyatları ile birlikte yapılıp yapılmadığı ve dağıtım kanalları için farklı tavsiye fiyat listelerinin gönderilip gönderilmediği sorulmuştur. Verilen bilgilerde, Groupe SEB'in döviz kurundaki ve vergisel yükümlülüklerdeki değişiklikler doğrultusunda yaklaşık her ay tavsiye fiyatlarını güncellediği belirtilmiştir. Bayilere gönderilen genel kampanyalar,

<sup>4</sup> Faturalama fiyatı üzerinden hesaplanan KDV hariç satış tutarı ve payıdır.

tavsiye fiyat listeleri ile birlikte iletilmektedir. Ancak ürün ya da ürün grubu özelinde bir kampanya gerçekleştirilmesi durumunda ay içerisinde ayrıca bildirim yapılmaktadır. Dağıtım ağı içerisindeki her bir kanal için kendine özel fiyat politikaları ve özel kampanyalar belirlendiği, her bir kanala bildirilen tavsiye fiyat listelerinin farklılaştığı belirtilmiştir.

- (214) Groupe SEB ile dağıtım sisteminde yer alan diğer teşebbüsler arasındaki sözleşmeler de incelenmiştir. Groupe SEB, *corner* olarak adlandırılan bayilerle “Tefal Supercorner Sözleşmesi”, *shop* olarak adlandırılan bayilerle “Tefal Shop Mağaza Sözleşmesi” imzalamaktadır. Bu sözleşmelerin genel olarak *corner* ve Tefal Shop’ların tümü için benzer hüküm ve şartlar içerdiği, bayi bazında farklılaşmadığı anlaşılmıştır. Diğer taraftan, Groupe SEB’in Carrefoursa gibi hipermarketlerle ya da toptancı veya distribütörleriyle yaptığı sözleşmelerin ise farklılaşabildiği ve dağıtım sisteminde yer alan teşebbüse özel hükümler ihtiva edebildiği anlaşılmıştır.
- (215) Soruşturmanın diğer tarafı İlk Adım ile Groupe SEB arasında “GSI–İlk Adım Münhasıran Toptancılık Sözleşmesi” akdedilmiştir. Sözleşmede münhasıran İlk Adım tarafından satılan ürünlerin yanı sıra ortak satılan ürünlerin de olduğu anlaşılmaktadır. Sözleşmede, Groupe SEB’in İlk Adım’ın satış ekibini kendi satış ekibi gibi kullanması, İlk Adım’a bazı ürünler için özel haklar ve iskontalar tanınması, İlk Adım’ın tek yetkili münhasır toptancı olması, bölgesel toptancı oluşturulmaması ve Groupe SEB tarafından toptancılara ürün satılmak istendiğinde İlk Adım üzerinden satış gerçekleştirilmesi, ortak satılacak ürünler kapsamında özel marjlar belirlenmesi, ciro primi uygulanması ve Groupe SEB’in kendi müşterilerine uyguladığı kampanya ve indirimleri İlk Adım’a da uygulaması, İlk Adım’ın müşterilerine hiçbir şart ve koşulda Groupe SEB tarafından satış gerçekleştirilmemesi ve Groupe SEB’in uygun bulmadığı bayilere İlk Adım tarafından satış yapılmaması yönünde düzenlemeler bulunmaktadır.
- (216) Tefal Supercorner Sözleşmesi ve Tefal Shop Mağaza Sözleşmesi’nde; (i) Groupe SEB’in ithal ettiği ve pazarlamasını yaptığı ürünlerin yeniden satım için sadece Groupe SEB’ten alınacağı ve (ii) bayiler tarafından perakende olarak satış yapılacağı yönündeki düzenlemeler ortaktır. Ancak teşhir ürünlerin gösterimi, ürünlerin mağazalarda gösterimi için belirlenen kriterler ve vitrinlerde ürünlerin yerleşimi gibi hükümler bakımından farklılık olduğu görülmüştür. Sözleşmelerin her ikisinde de markanın kullanımı ile korunmasına ve bildirim yükümlülüğüne ilişkin şartlara yer verilmektedir. Tefal Shop Mağaza Sözleşmesi’nde diğerinden farklı olarak, Groupe SEB tarafından belirlenen bilgisayar yazılımını kullanmak ya da eğitimlere personel göndermek gibi daha sıkı şartlar olduğu görülmektedir. Bu hususlar, Tefal Shop’lar ile Groupe SEB arasındaki bağımlılığın daha sıkı olduğu tespiti destekler niteliktedir.
- (217) Sözleşmelerde ürünlerin niteliğinden kaynaklı olarak bir seçim kistası belirlenmediği anlaşılmaktadır. Mağazalara yönelik olarak, eğitimlere katılma ya da vitrinlerde bir kısmı ayırma gibi yükümlülükler getirilse de bunların seçici dağıtım sistemi olarak değerlendirmesi mümkün değildir. Bu yükümlülükler sadece Tefal Shop niteliğindeki mağazalar bakımından getirilmiş olup bayi sayısını sınırlama ya da belirli tipteki dağıtıcılarla faaliyet yürütme amacı taşımamaktadır. Nitekim Groupe SEB’in birçok farklı kanaldan her gruptan ürünü tüketicilere ulaştırıldığı görülmektedir.
- (218) Diğer taraftan, Groupe SEB’in dağıtım sisteminde yer alan teşebbüslerle akdettiği sözleşmelerde, yeniden satış fiyatının tespitine yönelik doğrudan ya da dolaylı bir hüküm ve koşul bulunmamaktadır. Benzer şekilde internetten gerçekleştirilen satışları kısıtlamaya yönelik bir düzenleme de mevcut değildir. Bu kapsamda Groupe SEB’in

davranışlarının uygulamada ortaya çıktığı ve sözleşmelerinde yazılı olarak yer almadığı tespit edilmiştir.

- (219) Groupe SEB'in perakende ticaret üzerinde uzmanlaşmış Diva isimli ERP yazılımı bulunmaktadır. Bu sistem aracılığıyla perakende mağazalardaki ön ofis ve arka ofis işlemlerinin gerçek zamanlı yönetilmesi sağlanmaktadır. Mal alıştan mal satışa kadar mağazalarda yapılan bütün işlemler Diva sistemi üzerinden yürütülmektedir. Tavsiye edilen perakende satış fiyatları da sisteme yüklenmekte, bayiler sistem üzerinden güncellenen fiyatların takibini yapabilmektedir. Ürün siparişleri de söz konusu sistem üzerinden iletilebilmektedir. Bayilerden gelen cevabi yazılarda satış kayıtlarının Diva sistemi üzerinden tutulduğu ve Group SEB'in Diva sistemi üzerinden bayilerin uyguladığı fiyatları görebildiği ifade edilmiştir.

### **Tarafların Yeniden Satış Fiyatının Tespiti Davranışlarına İlişkin Değerlendirme**

- (220) Yerinde incelemede elde edilen belgelerde Groupe SEB'in, ürünlerin nihai satış fiyatlarını, tavsiye edilen fiyat seviyesinde tutma girişimleri olduğu görülmektedir. Belgelerin çoğunda, Groupe SEB tarafından belirlenen fiyatlardan düşük olduğu tespit edilen bayi fiyatlarının yükseltilmesi talep edilmektedir. Söz konusu davranışların çoğu internet üzerinden gerçekleştiren satışlara yöneliktir. Özellikle pazar yerlerinde gerçekleştirilen satışlara müdahale edilerek fiyatların düzeltilmesinin talep edildiği anlaşılmaktadır. Bu taleplerin, fiyatları tavsiye satış fiyat seviyelerinde ya da üzerinde tutma gibi bir politikanın sonucunda gerçekleştirildiği anlaşılmaktadır.
- (221) Groupe SEB çalışanlarının, özellikle internet kanalı ile gerçekleştirilen satışlar bakımından, fiyatları sürekli takip ettiği, farklı dağıtım kanallarında görev alan çalışanların fiyatları birbirlerine raporladıkları, belirlenen fiyatlara riayet etmeyen nihai satıcıları tespit ettikleri, tespit ettikleri satıcıları dağıtım kanalının sorumlularına bildirdikleri, perakende seviyede gerçekleşen satışların fiyatlarına yönelik olarak dönem dönem strateji belirledikleri ve özellikle düşük fiyatlardan satış gerçekleştirenleri uyardıkları anlaşılmıştır. Bu davranışlar bazen Groupe SEB tarafından tespit üzerine resen gerçekleştirilmekte, bazen de perakende seviyede faaliyette bulunan satış noktasının, liste veya tavsiye fiyata uymayan diğer noktayı şikâyet etmesi üzerine sağlayıcının bayileri uyarması şeklinde gerçekleşebilmektedir.
- (222) Yerinde incelemelerde elde edilen bazı e-posta iletilerinden, Groupe SEB'in pazar payını telafi etmek için piyasa fiyatlarına müdahale etmeyi bir araç olarak gördüğü anlaşılmaktadır. Bunu gerçekleştirmek amacıyla bazı girişimlerde bulunduğu, fiyat istikrarını bozan firmaların tespit edilmeye çalışıldığı ve internet fiyat raporları gibi çalışmalar gerçekleştirildiği görülmektedir. Diğer bir ifadeyle, özellikle çevrim içi satışlar bakımından, fiyat istikrarını sağlamaya yönelik bir amacın ve satış politikasının var olduğu anlaşılmıştır.
- (223) Groupe SEB tarafından satış fiyatlarına yapılan müdahale farklı şekillerde gerçekleştirilmektedir. Groupe SEB'in kendi dağıtım kanalında yer alan bayilerin uyguladıkları fiyatlara Groupe SEB tarafından direkt olarak müdahale edilirken distribütör konumundaki İlk Adım'ın bayilerinin fiyat istikrarını bozması durumunda ilgili bayinin fiyatına müdahale etmesi amacıyla İlk Adım uyarılmaktadır.
- (224) Groupe SEB tarafından gerçekleştirilen davranışlara ilişkin belgelerin çoğunun, çevrim içi satışlar kapsamında olduğu görülmektedir. Bunun sebebi, çevrim içi satışlar bakımından bayilerin fiyatları ile tavsiye edilen fiyatlardaki uyumsuzluğun daha kolay belirlenebiliyor olmasıdır. Nitekim bazı belgelerde de çevrim içi kanalın fiyat avantajına işaret edilerek müdahalenin daha katı olması gerektiği belirtilmektedir. **(Belge-13/53)**



Ancak bu durum, yeniden satış fiyatının tespitine yönelik davranışların sadece çevrim içi dağıtım kanalında gerçekleştirildiği anlamına gelmemektedir. Bazı belgelerde görüldüğü gibi yeniden satış fiyatının tespitine yönelik davranışlar tüm dağıtım kanallarına yönelik uygulanan genel bir politikanın ürünüdür. **(Belge-13/19-21, 47-51, 53,148)** Teşebbüsün, çevrim içi satışlar ile fiziksel satışlar arasında fark olmamasını, diğer bir deyişle tüm kanallarda fiyat istikrarı olmasını amaçladığı anlaşılmaktadır.

- (225) Pazar yerlerindeki satışlar bakımından, bayiler arasındaki fiyat rekabetini ya da bayi ile doğrudan satış gerçekleştiren pazaryeri arasındaki fiyat rekabetini olumsuz etkileyecek bazı müdahaleler olduğu da görülmektedir. **(Belge 13/32-33)** Ayrıca internet bayisi olarak Groupe SEB ürünlerini tedarik eden teşebbüslerin fiyatlarına yönelik müdahaleler bulunmaktadır. Bu davranış neticesinde fiyatların Groupe SEB'in istediği seviyelere getirildiği anlaşılmaktadır. Diğer taraftan tüm internet bayileri tarafından gerçekleştirilen satışlara ilişkin fiyatları özdeş tutma girişimleri olduğu görülmüştür. **(Belge-13/45-46)** Bu müdahalenin bazı durumlarda çevrim içi olmayan satışlara da sirayet ettiği gözlemlenmiştir. **(Belge-13/43)**
- (226) Groupe SEB tarafından sadece fiyatlara müdahale edilmediği, ayrıca fiyat istikrarını bozan bazı teşebbüslere yaptırım da uygulandığı anlaşılmaktadır. Bayilerin internet üzerinden gerçekleştirdikleri satışları sonlandırma ve fiziksel olarak da satış yapan bazı bayileri çevrim içi kanaldan uzaklaştırma girişimlerinin olduğu tespit edilmiştir. Groupe SEB tarafından gerçekleştirilen davranışların, bazı durumlarda doğrudan internet satışlarının kısıtlanmasına yönelik olduğu, bazı durumlarda ise fiyat istikrarını bozan teşebbüslere bir yaptırım olarak uygulandığı anlaşılmıştır.

#### **Yerinde İncelemede Elde Edilen Belgelere İlişkin Değerlendirme**

- (227) **Belge 13/1-4**'te morhipo.com internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen satışın fiyatına, tavsiye fiyat belirtilerek müdahale edildiği görülmektedir. Groupe SEB çalışanı, fiyatın tavsiye edilen fiyat seviyesine çıkarılmasını özellikle talep etmektedir. E-posta silsilesinin devamında fiyatına müdahale edilen taraf Hepsiburada'da yer alan fiyatları örnek göstererek tavsiye fiyata uyulmadığını belirtmekte ve bunun üzerine Groupe SEB çalışanı tarafından müşterilerden beklentinin tavsiye edilen fiyat seviyesine uymak olduğu iletilmektedir. Ayrıca teşebbüs yetkilisi tarafından, perakende fiyatın tavsiye edilen fiyatın altında olması durumunda ticari destek verilmesinin, stok paylaşılmasının ve görsel destek sunulmasının mümkün olmayacağı ifade edilmiştir. Sonuç olarak belgede, satış fiyatına gerçekleştirilen müdahale açıkça görülmekte ve aksi durumda yaptırım uygulanacağı belirtilmektedir.
- (228) **Belge 13/5-12**'de Carrefoursa çalışanı, Groupe SEB'den alacakları bir ürüne ilişkin olarak, Hepsiburada'da satış fiyatlarının düşük olduğunu ve Carrefoursa'nın mağaza satışında uygulamayı düşündüğü fiyatın altında kaldığını ifade eden bir e-posta göndermiştir. Bunun üzerine Groupe SEB çalışanları tarafından Hepsiburada'da yer alan fiyata müdahale edilmek üzere harekete geçildiği, hatta silsilenin devamında ilgili kişilerle görüşüldüğü belirtilmektedir. Dikkat çeken bir diğer husus ise fiyat istikrarı sağlanmadan Carrefoursa'nın sipariş vermektense imtina etmesi ve internet üzerinden gerçekleştirilen satışlarla, mağazadan gerçekleştirilen satışların aynı seviyede olması gerektiğini ifade etmesidir. Satış kanalı fark etmeksizin fiyatları tavsiye fiyat seviyesinde tutma eğilimi olduğu anlaşılmaktadır.
- (229) **Belge-13/13**'te bir iç yazışmada internet üzerinden satış yapan iki bayinin bir ürüne ilişkin fiyatlarının düzeltilmesi talep edilmektedir. Bu iki bayiden birinin Groupe SEB tarafından internet bayisi olarak belirlenmiş olmasına rağmen fiyatlarına müdahale

edildiği görülmektedir. Ayrıca iç yazışma niteliğinde olan bu belge, internette yer alan fiyatların sürekli olarak takip edildiğini göstermektedir.

- (230) **Belge-13/14-18**'de Carrefoursa çalışanı tarafından fiyatları yüksek tutma isteğini içeren bir e-posta iletili gönderilmektedir. Silsilenin devamında Groupe SEB çalışanlarının arasında geçen yazışmalarda "fiyatları sabit tutma amacı"ndan bahsedildiği görülmektedir. Ayrıca fiyatları düşük seviyelerde tutanların kimler olduğunun ve kimlerden ürün tedariki gerçekleştirdiklerinin tespit edilmesi gerektiğine yönelik beyanlar yer almaktadır. Belgede satış fiyatını sabit tutma amacı açık bir şekilde görülmektedir.
- (231) **Belge 13/19-21**'de, e-posta grubuna gönderilen iletide, toplantılarda alınan kararların hem çevrim içi kanalda hem de mağaza satışlarında uygulanması gerektiği ifade edilmektedir. Ayrıca internet fiyat raporu hazırlanıp paylaşıldığı anlaşılmaktadır. Piyasa fiyatlarını toparlayabilmek için internette fiyat takibi yapılmasının zorunlu olduğu ve sayfa sayfa, ürün ürün takip edilmesi gerektiği yönündeki beyanlar, yeniden satış fiyatının tespitine yönelik amacı ve davranışları göstermektedir.
- (232) **Belge 13/22-25**'te bir son satıcının talebi üzerine, düşük fiyattan satış yapan bayinin tespitine ve fiyatlara müdahale edilmesine yönelik e-posta iletileri yer almaktadır. Düşük fiyattan satış gerçekleştirilen bayinin İlk Adım'ın bayisi olup olmadığını tespit edebilmek amacıyla ilgili satış kanalının yetkilisine e-posta gönderildiği ifade edilmektedir.
- (233) **Belge-13/26-31**'de internet üzerinden satışı gerçekleştirilen iki farklı ütü modelinin fiyatları takip edilmektedir. Ütülerin nereden tedarik edildiği tespit edilmeye çalışılmakta, bir modelin Groupe SEB ürünü olması sebebiyle müdahale edilmesi gerektiği yönünde beyanlara yer verilmektedir. E-posta'nın yardım talebiyle İlk Adım'a da iletiliği anlaşılmıştır. Nitekim aynı belge İlk Adım'da yapılan yerinde inceleme sırasında da elde edilmiştir. (**Belge-28/25-26**) Hem **Belge-13/22-25** hem de **Belge-13/26-31** yeniden satış fiyatının tespitine yönelik davranışları gösteren ifadeler içermektedir.
- (234) **Belge-13/32-36**'da internet sitelerinde gerçekleştirilen bir araştırma neticesinde pazar yerlerinde kimlerin hangi fiyattan satış yaptığının ortaya konmaya çalışıldığı anlaşılmaktadır. Groupe SEB tarafından da satış gerçekleştirildiğine işaret edildikten sonra pazaryerlerinde satış yapanlarla rekabet edilemeyecek konuma geldiği belirtilmektedir. Ayrıca bazı bayilerin fiyat savaşına girmesinin hem bazı pazaryerlerine hem de kendilerine zarar verdiği ifade edilmektedir. "*Pastayı büyütebilmek için bu mecralarda satış yapanlara müdahale edilmesi gerektiği*" yönündeki ifadeler ise açıkça yeniden satış fiyatını belirli bir seviyede tutma ve internet satışlarını kısıtlama amacına işaret etmektedir.
- (235) **Belge-13/37-42**'de bir bayinin pişirme grubunda yer alan bir ürüne ilişkin fiyat indirdiği, Hepsiburada ile fiyat savaşına girdiği ve durumdan hem Groupe SEB'in hem de Hepsiburada'nın muzdarip olduğu ifade edilmektedir. Belgede konunun kimlere iletilmesi gerektiği noktasında görüş sorulmaktadır. Her ne kadar nasıl bir yöntem izlendiğine ilişkin bilgi olmasa da fiyata müdahale amacı açık bir şekilde görülmektedir.
- (236) **Belge-13/43**'te bir bayi tarafından yapılan indirimlere ve uygulanan satış fiyatına müdahale edilmesi gerektiği ifade edilmektedir. Bu bayinin Groupe SEB'in internet bayisi olarak belirlediği son satıcılardan biri olduğu görülmektedir. Bahsi geçen bayi ile yapılan anlaşmanın düşük bir fiyatla gerçekleştirildiği ve olayın başından doğru başlamadığı belirtilmektedir. Groupe SEB'in bayilerle anlaştığı fiyatların da fiyat

istikrarını bozma bakımından etkili olduğu ve bunun için girişimlerde bulunmak istendiği tespit edilmiştir.

- (237) **Belge-13/44**'te iki farklı ürün için fiyat istikrarını bozan mağazalara uyarı yapılması talep edilmektedir. Ayrıca uyarıdan sonra devam edilmesi halinde blokeye alınması gerektiği ifade edilmektedir. Groupe SEB tarafından, yeniden satış fiyatının tespitine uymayanlara yaptırım uygulanmasının amaçlandığı anlaşılmaktadır.
- (238) **Belge-13/45-46**'da, Groupe SEB'in internet bayisi olarak belirlediği iki bayisinin fiyatlarına, bazı ürünler kapsamında müdahale ettiği ve müdahale sonucunda teşebbüslerden birinin fiyatları yükselttiği anlaşılmaktadır. Belge, internet bayileri tarafından uygulanan satış fiyatlarını sabit tutma amacını göstermesi ve bayi tarafından da buna riayet edildiğini ortaya koyması bakımından önem arz etmektedir.
- (239) **Belge-13/47-51**'de toptancı konumundaki teşebbüsün iki farklı ürün için uyguladığı iskonto ve taksit tutarı irdelenmektedir. Görsellere bakıldığında mağaza üzerinden gerçekleştirilen satışlara ilişkin fiyatların teşebbüs çalışanları arasında paylaşıldığı anlaşılmıştır. Direkt olarak müdahaleden bahsedilmemekle birlikte fiyat takibinin yapıldığı görülmektedir. Belge yeniden satış fiyatının tespitine yönelik davranışların sadece çevrim içi kanal ile sınırlı kalmadığını göstermesi bakımından önem arz etmektedir.
- (240) **Belge-13/53-54**'te şirket içi yazışmalar yer almaktadır. Çevrim içi kanalın fiyat avantajına işaret edilerek fiyatların belli seviyelerde tutulma amacının mevcut olduğu görülmektedir. Söz konusu yazışmalar Groupe SEB'in yeniden satışlardaki fiyat politikasını göstermektedir. Ayrıca çevrim içi kanalda belli oyuncuların yer almasına yönelik bir projeden de bahsedilmesi sebebiyle, internet satışlarının kısıtlanması kapsamında da ele alınabilecek bir belgedir.
- (241) **Belge-13/64** ve **Belge-13/65**, Groupe SEB tarafından fiyatlara müdahale edildiğini gösteren belgelerdir. Her iki belgede de farklı bayiler tarafından uygulanan fiyatların yükseltilmesi söz konusudur.
- (242) **Belge-13/69-74** bir e-posta silsilesini göstermektedir. **Belge-13/69**'dan, Groupe SEB çalışanlarının davranışları neticesinde, çevrim içi kanaldan birçok satıcının uzaklaştığı ve aynı zamanda fiyatlara müdahale edildiği anlaşılmaktadır. Ayrıca Groupe SEB'in direktifleri doğrultusunda gerekli güncellemeleri yapmayan satıcılara ilişkin bir liste sunulmaktadır. Diğer belgelerde ise bu e-postaya cevaben verilen destekleyici ya da açıklayıcı ifadeler yer almaktadır. Bahsi geçen belgeler internetten satışlarının kısıtlanmasına delil oluşturması sebebiyle önemlidir. Ayrıca bazı yazışmalarda fiyatlara da müdahalelerin söz konusu olduğu görülmektedir. Söz konusu belgeler, yeniden satış fiyatının tespitine yönelik davranışlarla internet satışlarının kısıtlanmasına yönelik davranışların iç içe geçtiğini göstermesi bakımından önemlidir.
- (243) **Belge-13/82-83**'te internetten gerçekleştirilen satışlara ilişkin bir strateji belirlenmeye çalışılmaktadır. Stratejinin amacı fiyat istikrarını bozan satıcıların önüne geçmektir. Bu sebeple alternatif yolların tartışıldığı görülmektedir. Ayrıca e-postada bazı satıcıların bir süredir istedikleri fiyatlardan satış gerçekleştirdiği belirtilmektedir.
- (244) **Belge-13/86**'dan Groupe SEB'in çevrim içi pazaryerlerindeki fiyatları yükseltmeye yönelik davranışlarda bulunduğu ve neticesini aldığı anlaşılmaktadır. Zira belirli bir süredir fiyatların yüksek olduğundan bahsedilmektedir. Ayrıca yazışmada tedarikçilerinin bazılarının tespit edildiği, diğer tedarikçilere ulaşmak için ise ürün alındığı ifade edilmektedir. Tedarikçilerin fiyat yükselteceğinden bahsedilmektedir. Söz

konusu belge Groupe SEB'in yeniden satış fiyatlarına müdahale etme doğrultusundaki genel politikasını göstermektedir.

- (245) **Belge-13/87**'de İzmir'de yerleşik bir bayinin fiyat istikrarını bozduğundan bahsedilmektedir. Yazışmalarda, bayinin tedarikçilerinin hangi firmalar olduğuna da yer verilmektedir.
- (246) **Belge-13/90-93**'te, Yön AVM tarafından Groupe SEB çalışanlarına, Balıkesir'de yerleşik bir bayinin düşük fiyattan satış yaptığı bilgisi iletilmektedir. İfadelerden anlaşıldığı kadarıyla söz konusu bayinin satış fiyatları, genel olarak, Groupe SEB'in istediği seviyenin altında kalmaktadır. Dikkat çeken ifadelerden biri ise "*1 tane musterî için cornera toplu yaptırım uyguluyor şirket on yargiyi daha yeni kirdim*" ifadesidir. Groupe SEB tarafından fiyat istikrarsızlığının gerçekleştirilememesi durumunda satış kanallarına da yaptırım uygulandığı anlaşılmaktadır.
- (247) **Belge-13/103**'te daha önceki belgelerde de müdahale edilen bir bayinin fiyatlarına müdahale edildiği görülmektedir. Başka bir son satıcı örnek gösterilerek onun fiyatlarının bir miktar üzerine çıkılması talep edilmektedir. Groupe SEB tarafından yeniden satış fiyatına gerçekleştirilen müdahale açıkça görülmektedir.
- (248) **Belge-13/125** ve **Belge-13/128** daha önce de müdahale edilen bir bayinin fiyatının yükselmesini sağlamak üzere gönderilen iç yazışma niteliğinde e-posta iletileridir. **Belge-13/103**'te olduğu gibi, bayinin, bazı satıcıların üzerinde fiyatlandırma yapması talep edilmektedir. E-posta silsilesinin bir parçası olan **Belge-13/126**'da ise bayinin, Groupe SEB tarafından dayatılan yeniden satış fiyatına uymadığı anlaşılmaktadır:
- (249) **Belge-13/148**'de Teknosa'nın ütüleme grubundan bir ürünü daha düşük fiyata satmasından bahsedilmektedir. Belge, mağazada uygulanan fiyatlar bakımından da yeniden satış fiyatlarına gerçekleştirilen müdahaleyi göstermesi bakımından önemlidir.
- (250) **Belge-13/151**'te Hepsiburada'da yer alan düdüklü tencerelerin fiyatlarına müdahale edilmesi gerektiği ifade edilmektedir. Gerekçe olarak dezavantajlı konumdaki bazı dağıtım kanallarının şikâyetleri gösterilmektedir.
- (251) **Belge-13/153**'te yer alan e-posta iletisi bir bayiye gönderilmektedir. Belgede, Groupe SEB çalışanı tarafından, bayi tarafından uygulanacak kar marjının **%(.....)** olarak belirlendiği ve bu durumda dahi rekabet avantajının olduğu ifadelerine yer verilmektedir. Groupe SEB'in bayinin kar oranını tespit ettiği açıkça anlaşılmaktadır.
- (252) **Belge-13/159-163**'te Actifry ürünü için bir fiyat sabitlemesi söz konusudur. Belgeden Amazon'daki fiyatlara müdahale edildiği açıkça anlaşılmaktadır. **Belge-13/164-168**'de ise, yiyecek hazırlama grubundan On the Go ürününe ilişkin olarak, Teknosa'nın mağazadaki ve Gittigidiyor'daki fiyatlarının farklılaştığı ifade edilmektedir. Gittigidiyor'da fiyatın düşük olmasının sorun olması sebebiyle fiyatın düzeltilmesi talep edilmektedir. Teknosa ile iletişim kurularak fiyat düzeltilmiştir. Groupe SEB'in satış fiyatına açık müdahalesini gösteren başka bir belge olarak değerlendirilmiştir.
- (253) **Belge-13/169, 174-176, 180**'de farklı birimlerde çalışan Groupe SEB çalışanlarının, birbirlerinden ve İlk Adım yetkililerinden, çevrim içi kanalda fiyat istikrarını bozan farklı bayilere müdahale edilmesini talep ettikleri anlaşılmaktadır. Çalışanlar fiyat takibi yaparak birbirlerine ekran görüntüleri iletmekte ve müdahale edilmesi gerektiğini beyan etmektedir. İlk Adım'ın bayisine de uyarı gönderildiği anlaşılmaktadır. Müdahale edilen bazı bayiler, fiyatlarını yükselterek Groupe SEB'in istediği seviyeye getirmiştir. Belgede teşebbüsün fiyatlara müdahale konusundaki stratejisi, amacı ve etkisi görülmektedir.

- (254) **Belge-13/185-187**'te ise Groupe SEB tarafından Hepsiburada'da satış yapan iki bayinin fiyatlarına yükseltmek amacıyla müdahale edildiği anlaşılmaktadır. Ayrıca müdahalenin, internet satışlarının kısıtlanmasına yönelik davranışlarla iç içe geçtiği görülmektedir.
- (255) **Belge-13/205, 206** Groupe SEB tarafından fiyatlara yapılan müdahaleyi gösteren bir diğer belgedir. E-posta yazışmasında yer alan "*Başta İnternet kanalı olmak üzere tüm kanallardaki fiyat istikrarını sağlayabilmek adına müdahale etmemiz gereken bir durum olduğunu düşünüyorum*" ifadesi Groupe SEB'in amacını net bir şekilde ortaya koymaktadır. Ayrıca e-posta gönderilerek bayinin faaliyetlerine müdahale edilmiştir. Müdahale Groupe SEB çalışanı tarafından şu gerekçeye dayandırılmaktadır: "*Bu mail kesinlikle pazardaki rekabeti kısıtlamak adına yazılmamıştır, sadece hangi mağazamızın hangi kanalda ve hangi ürün grubunda başarılı olduklarının analizlerin sonucunda, satış noktalarımızı başarılı oldukları alanlara yönlendirmek için yazılmıştır.*" E-posta silsilesinin devamından, satışı gerçekleştiren bayinin Groupe SEB'in talebine istinaden ürünleri satıştan kaldırdığı anlaşılmaktadır.
- (256) **Belge-28/6-7**'de Groupe SEB tarafından çevrim içi pazaryerlerinde düşük fiyattan ürün satan son satıcıların tespit edildiği anlaşılmaktadır. Tespit edilen son satıcılara müdahale edilmesi için e-posta iletisi İlk Adım çalışanına da iletilmekte ve müdahale gerçekleştirilerek ürün satışa kapatılmaktadır. Belge, hem yeniden satış fiyatının tespiti hem de internet satışlarının kısıtlanmasına yönelik davranışlar bakımından delil niteliğindedir.
- (257) **Belge-28/4-5**'te, Groupe SEB çalışanı tarafından, İlk Adım'ın Antalya'da yerleşik bir bayisinin düşük fiyattan ürün sattığı tespit edilmekte ve İlk Adım yetkililerine fiyatı yükseltmesi için telkinde bulunmaktadır. İlk Adım yetkileri tarafından hemen müdahale edilmekte ve ürün satışa kapatılmaktadır. Groupe SEB'in perakende seviyede, doğrudan ya da dolaylı olarak (distribütör ya da toptancı vasıtasıyla) ürün tedarik ettiği tüm son satıcıların hem satışlarına hem de fiyatlarına müdahale ettiği anlaşılmaktadır.
- (258) **Belge-28/30**'da Karaca'nın bir ürüne uyguladığı fiyata ilişkin görseller İlk Adım yetkilisi tarafından Groupe SEB yetkilisine iletilmektedir. Groupe SEB ise ilgilendiklerini beyan etmektedir.
- (259) **Belge-28/49-50**'de Groupe SEB çalışanı tarafından İlk Adım çalışanına e-posta gönderilerek Tefal ürünlerinin fiyatlarına "olabileceğin çok dışında" fiyat veren bir son satıcı hakkında bilgi talep edilmektedir. İlk Adım'ın ürün tedarik edip etmediği sorulmaktadır.
- (260) **Belge-28/51-56**'de İlk Adım yetkilisi tarafından, iki ürün için, Ankara'da düşük fiyatlarla satış yaptığı tespit edilen bir bayi Groupe SEB yetkilisine iletilmektedir. Groupe SEB yetkilisi tarafından ise fiyata müdahale ettiğini beyan eden bir e-posta iletisi gönderilmektedir. Diğer bir ifadeyle, düşük fiyattan satış gerçekleştiren bir bayi İlk Adım tarafından tespit edilerek şikâyet edilmekte ve Groupe SEB tarafından da hızlıca fiyata müdahale edilmektedir.
- (261) **Belge-28/31**'de İlk Adım yetkilileri tarafından, bir bayinin toptan fiyatın dahi altında satış yaptığı uyarısı üzerine Groupe SEB'in fiyat müdahalesi gerçekleştirdiği başka bir e-posta silsilesi yer almaktadır. Groupe SEB tarafından fiyatlara müdahale edildiği anlaşılmaktadır.
- (262) **Belge-28/35-36**'da Groupe SEB çalışanı tarafından İlk Adım çalışanına e-posta iletisi gönderilerek bir ürün listesi sunulmaktadır. Bu listede yer alan ürünlerin mağazadaki

satış etiketlerinin ve internetteki satış fiyatlarının günlük olarak kontrol edileceği ifade edilmektedir. Yapılan kontroller neticesinde sorunlu olan müşterilerin ve satış kanallarının fiyatlarının, listede yer alan seviyelere getirileceği belirtilmektedir. Aynı müşterinin “hatayı” tekrar etmesi durumunda yaptırım uygulanacağı ifade edilmektedir. Listenin İlk Adım’ın satış yaptığı kişilere ulaştırılması ve bahsi geçen hususlarda uyarılması talep edilmektedir. Belge, Groupe SEB’in yeniden satış fiyatının tespitine yönelik amacını açıkça ortaya koymaktadır. Groupe SEB, distribütör vasıtasıyla ulaştığı nihai satıcıların da fiyatlarına müdahale etmek istemektedir. Tespit edilen fiyatlara uyulmaması durumunda yaptırım uygulanması, yeniden satış fiyatının tespitine yönelik davranışlar sergilendiğini göstermektedir.

- (263) **Belge-28/32-34**’de İlk Adım çalışanları tarafından Groupe SEB’e Çorum Tefal Shop’un uyguladığı bazı fiyatlar iletilmektedir. Yazışmanın devamından Groupe SEB’in fiyatlara müdahale ettiği anlaşılmaktadır.
- (264) **Belge-28/27-28**’de Groupe SEB’e gelen bir talep üzerine İlk Adım’a iletilen bir e-posta yer almaktadır. Groupe SEB’e gelen e-postada, Tefal marka bir ürünü yüksek fiyattan satan bir bayi tarafından düşük fiyattan satan bir bayiye müdahale edilmesi talep edilmektedir. Groupe SEB’in İlk Adım ile iletişimi sağlayan yetkilisi ise fiyatın düzeltilmesi için İlk Adım’a e-postayı iletmektedir. Bu belgede, Groupe SEB tarafından İlk Adım müşterisine fiyat müdahalesi yapıldığı görülmektedir. Bunun üzerine **Belge-28/23-24**’te görüleceği üzere ürün tamamen kaldırılmıştır. Ürünü kaldıran bayi ise çeşitli görseller sunarak fiyat istikrarı yapılacaksa tüm internet sitelerinde olması gerektiğini ifade etmiştir. Bu dönüt, Groupe SEB yetkilisine iletilmektedir. Groupe SEB tarafından, yeniden satış fiyatının tespitine yönelik davranışlar gerçekleştirildiği açıkça görülmektedir. Belgelerden anlaşıldığı üzere, İlk Adım ve Groupe SEB arasındaki iletişim son satıcıların fiyatlarına müdahale etmek amacıyla iki yönlü tekrarlanmıştır.
- (265) **Belge-28/19-20**’de İlk Adım müşterisi tarafından Mediamarkt’ın gerçekleştirdiği kampanyaya ilişkin görseller sunulmaktadır. İlk Adım müşterisi, maliyetinin Mediamarkt’ın satış fiyatından yüksek olduğu hususunda şikâyet etmekte ve fatura edeceğini bildirmektedir. Konunun, İlk Adım tarafından Groupe SEB yetkililerine bildirilmesi üzerine şu e-posta iletisi gönderilmektedir: *“Malesef böyle bir rezalete imza attı MediaMarkt, yarın konuyla alakalı Genel Müdür seviyesinde toplantımız var.”*
- (266) **Belge-28/21-22**’de Groupe SEB çalışanı tarafından İlk Adım’a gönderilen bir e-postayla, İlk Adım’ın Samsun’daki bir bayisinin yiyecek hazırlama grubundan bir ürünü düşük fiyat seviyesinden sattığı ifade edilmektedir. Bunun üzerine İlk Adım çalışanları arasında gerçekleşen iç yazışmadan; bayinin müdürü ile görüşüldüğü, bir günlüğüne böyle bir satış gerçekleştiği ve konunun takip edileceği belirtilerek ürünün güncel peşin ve taksitli fiyatları paylaşılmaktadır. Söz konusu e-posta silsilesi tekrar Groupe SEB çalışanına iletilmektedir. Söz konusu belge, fiyat istikrarını bozan bir İlk Adım bayisinin Groupe SEB tarafından tespit edilerek müdahale edilmesinin istenilmesi ve sonrasında dolaylı olarak müdahale edildiğini göstermesi bakımından önemlidir. Ayrıca İlk Adım’ın da fiyatlara bu vasıta ile müdahale ettiği görülmektedir. Sonuç olarak, Groupe SEB’in perakende seviyede, doğrudan ya da dolaylı olarak (distribütör ya da toptancı vasıtasıyla) ürün tedarik ettiği tüm son satıcıların fiyatlarına müdahale ettiği görülmektedir.
- (267) **Belge-28/18**’de, yukarıdaki belgeye benzer şekilde, düşük fiyattan çevrim içi pazaryerinde ürün konumlandırılan satıcı tespit edilmekte ve İlk Adım’a iletilmektedir. Belgeden müdahalenin gerçekleşip gerçekleşmediği anlaşılamamaktadır.

- (268) **Belge-28/1-2**'de, bir bayi internetteki bazı son satıcıların fiyatlarının düşük olması sebebiyle ütüleme grubundan bir ürünü iade edeceğini bildirmektedir. E-posta silsilesinde hem İlk Adım hem de Groupe SEB yetkilileri bulunmaktadır. Neticede, İlk Adım yetkilisi tarafından, kendi müşterileri olduğu tespit edilen bazı son satıcılara müdahale edilmesi için talimat verilmektedir. Söz konusu belge, Groupe SEB'den herhangi bir talimat gelmemesine rağmen İlk Adım'ın fiyatlara müdahale etmesi sebebiyle önem arz etmektedir.
- (269) **Belge-28/16-17**'te İlk Adım yetkilisine e-posta gönderilerek Groupe SEB tarafından tespit edilen ve liste fiyatının altında rakamlara ürün koyan bayilerin fiyatlarına müdahale edilmesi talep edilmektedir. İlk Adım ise ilgilendiğini beyan etmesine rağmen bayilerden birini tespit edememiştir. Söz konusu belgeden, Groupe SEB'in talebiyle İlk Adım tarafından yeniden satış fiyatına müdahale edildiği anlaşılmaktadır.
- (270) Groupe SEB'te gerçekleştirilen yerinde inceleme esnasında alınan **Belge-13/169, 174-176, 180**'deki yazışmalar ile **Belge-28/43-48**'deki yazışmalar aynı konuya ilişkindir. Söz konusu belgelerden, farklı birimlerde çalışan Groupe SEB çalışanlarının, birbirlerinden ve İlk Adım yetkililerinden, çevrim içi kanalda fiyat istikrarını bozan farklı bayilere müdahale edilmesini talep ettikleri anlaşılmaktadır. Çalışanlar fiyat takibi yaparak birbirlerine ekran görüntüleri iletmekte ve müdahale edilmesi gerektiğini beyan etmektedir. İlk Adım'ın bayisine de uyarı gönderildiği anlaşılmaktadır. Müdahale edilen bazı bayiler, fiyatlarını yükselterek Groupe SEB'in istediği seviyeye getirmiştir.
- (271) **Belge-28/13**'te İlk Adım tarafından gerçekleştirilen bir fiyat müdahalesi söz konusudur. Bir bayinin internet fiyatının yukarı çekilmesi için talimat verildiği görülmektedir. Söz konusu belge, İlk Adım tarafından doğrudan yeniden satış fiyatına müdahale edildiğini göstermesi bakımından önem arz etmektedir.
- (272) Sonuç olarak, Groupe SEB'de ve İlk Adım'da gerçekleştirilen yerinde incelemelerde elde edilen belgelerin genelinden, Groupe SEB tarafından satış kanalında yer alan bayilerin gerek mağazalardan yaptıkları satışlarda gerekse kendi internet siteleri veya pazaryeri niteliği taşıyan internet siteleri üzerinden yaptıkları satışlarda uyguladıkları nihai satış fiyatlarına müdahale ettikleri anlaşılmıştır. Groupe SEB'in yeniden satış fiyatına müdahale etme amacını taşıdığını gösteren birçok belge ve ifade mevcuttur. Groupe SEB'in ürünlerin yeniden satış fiyatını belli bir seviyede tutma ve/veya satış kanallarındaki tüm oyuncuların aynı fiyatı uygulamasını sağlama amacını taşıdığı anlaşılmaktadır. Bu ifadelere örnek olarak;
- *"Fiyatı HB de düzeltirmek için ilgili arkadaşlara konuyu ilettim. Ayrıca ben bu ürünü sadece personeli noktalara gönderiyorum ve sattıracağım sorumluluğu bende. İnternet sitelerine değil mağazaları olan rakiplerinize bakabilirseniz daha iyi ilerleriz."* (**Belge-13/5**)
  - *"Sizden ricam müşterilerimizdeki fiyatları güncelleyelim, ortak bir fiyatta buluşalım ki hem bizimkiler dışında yenisey,webdenal,doğubankçarşı gibi ne idüğü belirsiz sitelerin birlik olup önünü kesebilelim,"*  
*"hem de müşterilerimizin fiyat savaşlarına girip kendilerini ve bizi zorlamaları yerine ürün satarken para kazanabilmelerini sağlayabilelim derim."* (**Belge-13/46**),
  - *"Bende elimden geldiğince fiyatları düzeltirmeye çalışıyorum."* *"Ben yinede hb ile görüşüp fiyatları düzeltireceğim ama aşağıdaki fiyatlar sürdüğü sürece fiyatları sabit tutma konusunda söz vermem mümkün değil maalesef."* (**Belge-13/14**)

- "...Konumlandığımız tüm ürünlerde listelemede one gecmek için minumum 1 tl asagısına konumlandırıyolar ürünlerimizi ve hepsiburadanın yaptığı her fiyat otomatikmen pahalı kalıyor. Bu durum neticesinde rekabet edemeyecek bir duruma giriyoruz ve market place cilerin kendi aralarındaki fiyat savaşından dolayı ürünlerimiz ve piyasa zarar görüyor...  
Bu marketplace cilere Groupe Seb olarak sizlerinde desteği ile müdahale etmemiz gerekiyor pastamızı buyutebilmek için...  
Senden ricam ilgili nokta ile alakalı fiyat güncellemesi yapabilirsek bu savası sona erdirelim hep birlikte." (Belge-13/34)
- "Daha açıklanmadı ama internet tarafında yeni bir proje başlattık. Tüm fiyatları belli bir seviyeye taşıyacağız ve sadece belli oyuncular yer alacak. Bunu yaparken offline da oynamaması gereken oyuncuları da uyarmamız gerekecek.  
Tüm kanallar hep birlikte corner, toptancı, shop, tss, lhs bu sene kontrol edeceğiz.  
...  
Son olarak onlinedaki fiyatlarla offlinedaki fiyatlar arasında uçurum olursa SHOP kanalında çok büyük problem olur. Tekrar söylüyorum ben kanalımı kontrol edeceğim." (Belge-13/53-54)
- "Fiyatı HB de düzeltmek için ilgili arkadaşlara konuyu ilettim. Ayrıca ben bu ürünü sadece personeli noktalara gönderiyorum ve sattıracağım sorumluluğu bende. İnternet sitelerine değil mağazaları olan rakiplerinize bakabilirseniz daha iyi ilerleriz." (Belge-13/5-12)
- "Afşar ve aktürk'ün netteki gv8930 fiyatlarını düzelttirebilir misiniz" (Belge-13/13)
- "... aynen bu şekilde sayfa sayfa ürün ürün takip edip düzeltmediğimiz sürece internet fiyatlarını kontrol edemeyiz..." (Belge-13/21)
- "Ro3723 Real insert'te çıktığı için ortalığı ayağ kaldırdım fakat sonrasında bazı shoplarda n11.com'da ro3723 ürün ve fiyat çıkmışlar. Lütfen mağazalara bu 2 ürün için gerekli ihtarı yapın. Biz zincirlerden ve internetten şikayet ederken kendi ayağımıza sıkmayalım lütfen. Sizden ricam yakın takip. İlk ihtarı yapın sonrasında olay devam ediyorsa müşteriye blokeye alın !!!" (Belge-13/44)
- "... Geçen pazartesi müşterimiz Aktürk Elektronik talebimiz üzerine fiyatlarını bütün sitelerde Ro8341 649,90 Ro8366 724,90 olmak üzere güncelledi, ..." (Belge-13/45)
- "TURUNCU ELMA – KUTAHYA (ILKADIM) yaklaşık 4 aydır titanium ikili sette hepsiburada ile sürekli fiyat savaşına giriyor bu durumdan hem hepsiburada hem biz muzdarız. Aylık 1000 adet ortalama ile ikili set alıyor ve satıyor Hepsiburada. Dun itibarı ile bu fiyat savaşında daha fazla ugrasamayacağını bildirdi Hepsiburada bize elinde ki tüm titanium ikili seti iade edeceğini ilettili. En son Turuncu Elma dun aksam itibarı ile Titanium ikili seti 114 tl ye indirdi. Senden ricam ilgili nokta ile alakalı fiyat güncellemesi yapabilirsek bu savası sona erdirelim hep birlikte." (Belge-13/32)
- "<http://www.hepsiburada.com/mağaza/birbeyaz>



*bu adamın mağaza çok tehlikeli bir hal almış mösyö, shopun burada marketplace'de oynaması bizim kanal stratejimiz için çok tehlikeli doğumgününde bu konuyu açıp seni sıkmak istemem ama bu işi halletmeliyiz..."*  
**(Belge-13/52)**

- *"... Şenpa Şuan N11 de her üründe neredeyse en ucuz. Şenpanın İnternet operasyonlarını sonlandırabilir miyiz?... "*  
*"Sonlandırırız. konuşacağım"*  
*"acil düzeltirmen lazım.*  
*Sağlam vurmuş fiyatlara. Lütfen düzeltsin" (Belge-13/55-57)*
- *"... Nar tanesini kontrol ettim. Evet fiyatların çoğunu düzeltirmişsin. Tekrar teşekkürler. Bende kendi tarafımda yardımcı olabilmek için elimden geleni yapıyorum...." (Belge-13/71-73)*
- *"Cazipfiyat'ın üstünde kal dedikçe 1 tl altına iniyor dalga geçer gibi. 11 Kasım'da satış yaptırmayacak böyle giderse. İnat etti. Ne yapmamız lazım sence?(.....)*  
*Hanım takip ediyor gözden kaçamıyor arkadaş inatlaşmasın çok rica ediyorum."*
- **(Belge-13/126)**
- *"Şenpa" konulu bir e-posta: "... İki konuyu artık birbirinden ayırmamız lazım , interneti tertemiz yaptık iddiamız yok ama hep beraber elimizden geleni yapıyoruz geçen yıldan bu tarafa tam 17 bayi kapattık Corner'ın yaklaşık 11 MTRY cirosunu çöpe atıp cover etmeye çalıştık ama Tefalshop ünvanlı bir müşterinin internette bu kadar dominant olması bizi gerçekten yoruyor..."*  
**(Belge-13/150)**  
*"Başkanım selam,*  
*Aradım, yerinde değildin sanırım. Kendisini uyarmıştık biliyorsun, şimdi tekrar konuştuk. Ya herşeyi komple kapat internetten çık ya da Groupe Seb olarak seninle devam etmeyeceğiz dendi. En kötü ihtimal ile 1-1,5 MTL malı geri alıp mağazaları da devredeceğiz. Detayları yüz yüze konuşuruz kardeşim.*  
*Sevgiler, selamlar" (Belge-13/149)*

verilebilir.

(273) Belgeler incelendiğinde, özellikle çevrim içi kanaldaki yeniden satıcıların indirim yapmalarının ve fiyat rekabetinde bulunmalarının önüne geçilmek istenildiği görülmüştür. Bazı belgelerde "çevrim içi platformlardaki satış stratejisi"ne vurgu yapılmaktadır. Birçok bayinin satış fiyatına müdahale edildiği ya da müdahale edilmesi için talep sunulduğu tespit edilmiştir. Bazı e-posta iletilerinde ise bayinin internetteki faaliyetlerini sona erdirmeye yönelik çabalar olduğu belirtilmelidir. Bu gibi durumlarda, internet satışlarının kısıtlanmasına yönelik davranışlarla, yeniden satış fiyatının tespitine yönelik davranışlar iç içe geçmiştir. Tavsiye fiyatlara ya da liste fiyatlarına uymayan bayilerin, fiyat istikrarını bozması sebebiyle internetteki faaliyetlerinin sonlandırıldığı, diğer bir ifadeyle yaptırma muhatap olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda, internet satış kısıtlaması, yeniden satış fiyatının tespitine neden olan davranışın bir unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğer taraftan ilgili bölümde değerlendirildiği üzere internet satışlarının kısıtlanmasının, ayrı bir davranışa da konu olduğu görülmektedir.

(274) Groupe SEB ürünlerinin çeşitli satış kanallarında aynı fiyat üzerinden satılmasının amaçlandığı, uygulanan fiyatların düzenli olarak kontrol edilmesinin ve indirim yapan satıcıların fiyatlarının belirlenen yüksek fiyatlara çekilmesinin hedeflendiği kanaatine

varılmıştır. Nitekim bunun genel bir stratejinin sonucu olduğunu gösterebilecek nitelikte birçok belge mevcuttur. Bu kapsamda örnek olarak aşağıdaki yazışmalar gösterilebilir:

- “Dün bahsettiğim üzere, GSİ olarak aldığımız son karar doğrultusunda, yukarıda gördüğünüz listedeki ürünler mağazalarda satış etiketleri ve Akakçe başta olmak üzere tüm internet fiyatları GÜNLÜK OLARAK kontrol altına alınacaktır. Tüm liste her pazartesi yapılan satış toplantımızda üzerinden geçilecek ve sorunlu noktaların hangi kanal veya müşterimizden kaynaklı olduğu tespit edilecek, öncelikle ve kesinlikle fiyatlar bu listedeki rakamlara getirilecektir, aynı noktanın hatayı tekrar etmesi karşısındaki yaptırımlarımız çok kati ve net olacaktır  
Buna göre sorumlu olduğumuz toptan kanalımızda satış yaptığımız ilgili kişilere ekteki listemizi ulaştırıp, kendilerine bu fiyatların altında ürün satışı yapılmaması konusunda net bir şekilde açıklama yapılmasını ve ayrıca her pazartesi durum değerlendirmesini birebir yapmamızı rica ediyorum.”  
**(Belge-28/35-36)**
- “Daha açıklanmadı ama internet tarafında yeni bir proje başlattık. Tüm fiyatları belli bir seviyeye taşıyacağız ve sadece belli oyuncular yer alacak. Bunu yaparken offline da oynamaması gereken oyuncuları da uyarmamız gerekecek.  
Fiyat geçiş döneminde olduğumuz için bu gibi taleplerde hızlı desteğinizi bekliyoruz.  
Teşekkürler, Selamlar” **(Belge-13/54)**
- “Online kanalda fiyat avantajı oranı BELLİ olduğu sürece problem yok. Benim demek istediğim ecomerce'in fiyat avantajı var diye abuk sabuk fiyat yapmasına izin vermeyeceğim. Ben kanalımı kontrol ederim diyorum ama sen hala hb avantajlı fiyattan satabilir diyorsun. bu fiyatlara kimse satamaz. Sırf hb değil kimse satamaz.... Benim kanalım TEFAL SHOP'lar hatırlatmak isterim. Sadece tefal satarak yaşıyorlar...Şu anda bile [tefalshop.com.tr](http://tefalshop.com.tr)'de uygun fiyatlar var. En son secure düdüklü tencerenin fiyatını düzeltmeni rica etmiştim ve son baktığımda düzelmemişti. Ve şimdi bana hep beraber olacağız falan diyorsun. Böyle bir şey yok (.....).  
Son olarak onlinedaki fiyatlarla offlinedaki fiyatlar arasında uçurum olursa SHOP kanalında çok büyük problem olur. Tekrar söylüyorum ben kanalımı kontrol edeceğim.” **(Belge-13/53)**

(275) Yerinde incelemede elde edilen belgelerde, Groupe SEB tarafından bahse konu amaç doğrultusunda, mağazalardan veya internet üzerinden satış yapan bayi ve diğer yeniden satıcıların Groupe SEB'in uygun gördüğü fiyatlardan satış yapmamaları veya ürünleri indirimli satmaları durumunda uyarıldıkları görülmektedir. Belgelerden, daha çok internette yapılan satışlara müdahale edildiği anlaşılmaktadır. Kendi web sitesinde veya Hepsiburada, N11 gibi internet siteleri üzerinden ürünleri indirimli olarak satmak isteyen bayi veya satış noktalarının fiyatlarını artırmaları veya ürünün satışına son vermeleri talep edilmiştir. Söz konusu satıcı, eğer Groupe SEB'den toptan düzeyde ürün alan bir bayi ise Groupe SEB'in söz konusu satıcının bulunduğu satış kanalından sorumlu satış müdürü tarafından uyarılmaktadır. Yerinde incelemelerde alınan ve aşağıda örnek olarak sunulan belgelerde yer verilen ifadeler söz konusu uygulamayı açıkça ortaya koymaktadır:

- “Fiyatı HB de düzeltmek için ilgili arkadaşlara konuyu ilettim” ve “Biz HB da fiyatını düzelttireceğiz, dün ilgili kişiler ile görüştük” **(Belge-13/6,9)**,

- “Afşar ve aktürk’ün netteki gv8930 fiyatlarını düzeltirebilir misiniz”, “Senden ricam ilgili nokta ile alakalı fiyat guncellemesi yapabilirsek bu savası sona erdirelim hep birlikte.”(Belge-13/13),
- “Geçen pazartesi müşterimiz Aktürk Elektronik talebimiz üzerine fiyatlarını bütün sitelerde Ro8341 649,90 Ro8366 724,90 olmak üzere güncelledi”, “ Yeni fiyatlarla hem daha makul bir yere geldik hem de para kazanarak mal satmaya başladık.”, “Müşterimiz tabiki biz istedikten sonra yine yükseltir fiyatını, yükseltecek de, bizimle full dayanışma içinde” (Belge-13/45-46),
- “Lütfen mağazalara bu 2 ürün için gerekli ihtarı yapın. Biz zincirlerden ve internetten şikayet ederken kendi ayağımıza sıkmayalım lütfen. Sizden ricam yakın takip. İlk ihtarı yapın sonrasında olay devam ediyorsa müşteriye blokeye alın !!!” (Belge-13/44),
- “Pazaryerlerinde fiyatlarımızı yükselttiğimiz 1 ay süresince bir çok tedarikçiye müdahale edebildik.

*Bir çoğundan da ürün alıp tespit etme sürecimiz devam ediyor.*

*Diğer taraftan 1 ay önce aktif olmayan yeni bir çok tedarikçi türedi.*

*Online oyuncularımızın desteğini kaybetmemek ve başladığımız noktaya dönmek için;*

*“Sürdürülebilir ve adetli şekilde offline dan tedarik edip, online da satanlara” özenle kontrol edilip onaylayarak doğru fiyatlarla cevap vermeyi planladık.*

*Önümüzdeki süreçte elimine ettiğimiz her bir fiyatın ardından tedarikçilerimiz fiyat yükseltecekler.” (Belge-13/86),*

- “Bugün itibariyle online kanalda kendi müşterilerimizde kararlaştırdığımız fiyatlara geçtik. ...Yeni devrolan müşterilerimiz ile de görüştük; onları da en kısa sürede bu fiyatlara taşıyacağız.” (Belge-13/69),
- “Nar tanesini kontrol ettim. Evet fiyatların çoğunu düzeltirmişsin.  
*Kendi müşterilerimiz (Shoplara-Cornerlar) üzerine duseni yapip aradaki fiyatlarını Temmuz RSP lere cikartmaları gerekiyor, sonrasında biz gerekli guncellemeleri diğer urunlerde de yaparız diye dusunuyorum.” (Belge-13/71,74),*
- “Yaklaşık 4 haftadır aldığımız karar gereği Nartanesi ve Derin Bilgisayarın online mağazalarında ürünlerimizi olmasını istediğimiz fiyatlardan satıyoruz.” (Belge-13/82).

(276) Diğer taraftan eğer satıcı Groupe SEB’in ara toptancısı olan İlk Adım’ın satış kanalında bulunan bir bayi ise, ilgili Groupe SEB satış müdürü İlk Adım yetkilisini uyarmakta ve İlk Adım yetkilisi tarafından ilgili bayinin fiyatına müdahale edilmekte veya ürünün satışına son verilmektedir. Groupe SEB tarafından gönderilen cevabi yazılarda da ifade edildiği üzere, Groupe SEB’in İlk Adım’ın bayileri ile doğrudan ya da dolaylı olarak ilişkisi söz konusu değildir. (Belge-103) Ayrıca İlk Adım’ın Kuruma intikal eden cevabi yazısında ilgili hususa ilişkin olarak şu açıklamalara yer verilmiştir (Belge-133):

*“Groupe SEB firması geçmiş yıllarda açıklamış olduğu tavsiye edilen perakende satış fiyatlarının altına satış yapılmasını istemediğini sözlü olarak beyan etmiştir. Bu doğrultuda bayilerimizin bu tavsiye edilen fiyatın altında satış yapmaları halinde Groupe SEB firması fiyatların tavsiye edilen fiyata çekilmesi yönünde sözlü uyarıda bulunmaktaydı. Biz de bayilerimizle iletişime geçerek fiyatları ve*

*Tefal marka değerinin de korunması gerektiğini anlatarak fiyatları düzeltmelerini rica etmekteydik.”*

(277) Groupe SEB'in talebi doğrultusunda İlk Adım tarafından gerçekleştirilen müdahalelere örnek niteliğinde olan belgelere yerinde inceleme esnasında da ulaşılmıştır. İlk Adım'da yapılan yerinde incelemede alınan belgelerde yer alan ifadelerden bu durum açıkça anlaşılmaktadır:

- *“Ankara shop sorumlusu ile gorusup durumu bildirdik, bugun icinde fiyatlarına mudahale edecegiz .*

*Satis idari tarafindan urun cikis kontrollerini yapacagiz, gun icinde fiyatlarını düzeltmiş oluruz .” (Belge-18/51-56),*

- *27 “Turuncu elma , sitesinde TEFAL TİTANİUM 2 li tava fiyatını istenilen rakama çektik. Müşteri ile konu hakkında görüşüldü. Buna benzer başka durumların yaşanmaması adına konuştuk” (Belge-28/23-24),*

- *“Tefal Ultimate Anti-Calc FV9774 Kireç Avcısı 3000W Ütü stoklu bizim ürünümüzdür*

*Özata Antalya Ecoshop internette 367 TL ye satıyor. Bu üründe maliyet 380 tl Toplam aldığı adet 24 . ( 24 adetle piyasayı bozuyor )*

*FİYATINI 419 TL YÜKSELSİN”*

*“(.....) Müdürüm (.....) ile görüştüm kaldırdım dedi kontrol et lütfen” (Belge-28/4-5),*

- *“Aşağıda ismi geçen bayiler iki temel ürünümüzü düşük fiyattan satmaktadırlar. ” ACİL MÜDEHALE EDİLMESİ GEREKLİ ”*

*Her bölge kendi müşterisine müdahale etsin fiyatları yukarı çekersin lütfen.” (Belge-28/6-7)*

- *“Kendisi ile görüşüp hem bu slide 'ın kaldırmasını hem de liste fiyatımızın çok çok altında rakam koymuş , bir şekilde uyarılmasını sağlar mısınız lütfen*

*“Talimat verilmiş 10dk içinde kalkacak.” (Belge-28/16-17)*

(278) Belgelerden, Groupe SEB ve İlk Adım tarafından fiyatlara müdahale edildiği, internet faaliyetlerinin kısıtlanması ya da sonlanması da dâhil olmak üzere fiyat istikrarını bozanlara yaptırım uygulanabildiği, bazı satıcıların aldığı uyarı üzerine fiyatlarını artırdığı anlaşılmıştır. Groupe SEB'in ve İlk Adım'ın bahse konu uygulamalarının dikey rekabet kısıtı olan yeniden satış fiyatının tespiti niteliğinde olduğu kanaatine ulaşılmıştır.

#### **I.4.1.2. İlk Adım'ın Davranışlarına İlişkin Değerlendirme**

(279) Groupe SEB ile akdettiği toptancılık sözleşmesi çerçevesinde, Groupe SEB Türkiye genel distribütörü olarak faaliyet gösteren ve bu kapsamda kendi dağıtım kanalında yer alan bayileri aracılığıyla Tefal, Rowenta, Moulinex ve Krups markalarının satışını gerçekleştiren İlk Adım'ın uygulamaları da soruşturma kapsamında değerlendirilmiştir.

(280) İlk Adım yıllık olarak belirlenen tahmin üzerinden yıl içerisinde Groupe SEB tarafından belirlenen fiyatlardan ürün tedarik etmektedir. İlk Adım'ın Groupe SEB markalı ürünlerin satışından elde ettiği cironun toplam cirosu içerisindeki oranı 2017, 2018 ve 2019 yılları için sırasıyla %(.....), %(.....) ve %(.....) olarak gerçekleşmiştir. Bu

verilerden de anlaşılacağı üzere Groupe SEB, İlk Adım'ın ticari faaliyetleri bakımından oldukça önemli bir sağlayıcıdır.

- (281) İlk Adım, Groupe SEB'den almış olduğu ürünlerin üzerine belirli bir kâr marjı koyarak bayilere satış yapmaktadır ve vadeli satış politikasını tercih etmektedir. İlk Adım tarafından bayilerin finansal durumuna göre bir kredi tanımlanmaktadır. Bayiler ödemelerini belirlenen vadelerle verdikleri çekler ile yapmaktadır.
- (282) Groupe SEB, İlk Adım'ın satış kanalındaki bir bayinin fiyatlarının olması gerektiği düzeyden düşük olduğunu tespit ettiğinde, İlk Adım'ı konu hakkında bilgilendirerek İlk Adım'dan bayiye fiyatın yükseltilmesi veya ürünün satıştan kaldırılması yönünde uyarıda bulunmasını istemektedir. İlk Adım ise söz konusu bayiye uyararak fiyatlarının düzeltilmesini veya ürünün satıştan kaldırılmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla, Groupe SEB'in İlk Adım'ın bayilerine yönelik yeniden satış fiyatı tespitine ilişkin uygulamalarının İlk Adım vasıtasıyla gerçekleştirildiği anlaşılmıştır. Uyarı ve müdahalelerin birçoğu çevrim içi satışlara ilişkin olmakla birlikte, fiyat istikrarını sağlama amaçlı müdahalelerle çevrim içi satışların kısıtlanması uygulamaları iç içe geçmiş durumdadır. Yerinde incelemede elde edilen belgelerden, Groupe SEB'in talebiyle bile olsa İlk Adım'ın bayilerinin uygulayacağı satış fiyatlarına müdahale ettiği, indirimli fiyatların yükselmesini ve bazı ürünlerin satıştan kaldırılmasını sağladığı görülmektedir. Diğer taraftan az sayıda da olsa bazı belgelerde İlk Adım'ın, Groupe SEB'in bir talebi ya da telkini olmadan bayilerinin satış fiyatına müdahale ettiği de görülmüştür.
- (283) Soruşturma döneminde Groupe SEB ve İlk Adım'dan ticari ilişkilerinin dayandığı toptancılık sözleşmesi talep edilmiş ve sözleşmede yeniden satış fiyatının tespitine yönelik veya Groupe SEB'den talimat alınacağı ve bu talimatlara uyulmadığında bir yaptırım uygulanacağına dair bir hüküm olmadığı görülmüştür. Groupe SEB tarafından gönderilen cevabi yazıda, İlk Adım'ın bayileri ile doğrudan veya dolaylı herhangi bir ilişki kurulmadığı, İlk Adım'ın kendi belirlediği fiyat, iskonto ve vadelerle kendi bayilerine satış yaptığı, Groupe SEB'in yalnızca satış sonrası hizmetler ve servis desteği bakımından nihai tüketiciye karşı sorumluluğu olduğu belirtilmiştir. İlk Adım tarafından gönderilen cevabi yazıda ise, marka değerinin korunması dışında Groupe SEB tarafından İlk Adım'a getirilen herhangi bir yükümlülük veya sorumluluğun bulunmadığı ifade edilmiştir.
- (284) Groupe SEB tarafından gerek mağaza satışları gerekse de çevrim içi pazaryerlerinde tavsiye fiyatlardan düşük fiyatlarla satış yapan bayilerin tespit edilerek İlk Adım aracılığıyla ürünün fiyatına müdahale edilmesine ilişkin çok sayıda belge yer almaktadır. **(Belge-28/51-56, 28/31, 28/25-26, 28/16-17)**
- (285) **Belge-28/35-36**'de, Groupe SEB tarafından İlk Adım'a gönderilen bir e-postada bazı ürünler özelinde fiyat takibi yapılması talep edilerek sorun görülmesi halinde fiyatların hangi seviyeye getirileceği bildirilmiştir. Aynı sorunun tekrar yaşandığı durumda ise müşteriye yaptırım uygulanacağı açıkça belirtilmiştir.
- (286) İncelenen dönem boyunca Groupe SEB'in bayilere ilişkin yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik olarak İlk Adım aracılığıyla sıkça uyarılarda bulunduğu açıkça anlaşılmaktadır. Bu noktada İlk Adım'ın davranışlarının değerlendirilmesi bakımından Groupe SEB'in uyarılarını İlk Adım'ın bayilerine İlk Adım aracılığıyla ulaştırması başka bir deyişle müdahaledeki aracılık ilişkisi önem kazanmaktadır.
- (287) 4054 sayılı Kanun ekonomik olarak bağımsız karar alabilen her teşebbüse uygulanmaktadır. Kanun'un gerekçesinde *"rekabet kuralları ekonomik faaliyette"*

*bulunan her teşebbüse uygulanmalıdır” ifadesi yer almaktadır. Dolayısıyla İlk Adım’ın bağımsız karar alabilen bir teşebbüs olduğu, bu kapsamda satışa sunduğu ürünler bakımından kendi bayilerine karşı hak ve yükümlülüklerinin bulunduğu değerlendirilmektedir. İlk Adım’ın bayilerine yönelik fiyatların tavsiye fiyat listelerine çekilmesi yönündeki uyarılar ve yapılan müdahalelerle birlikte belirli ürünlerin çevrim içi pazar yerlerindeki ve bayilerin kendi sitelerinde satışına son verilmesi hatta söz konusu bayiler ile var olan ticari ilişkinin sonlandırılması yönündeki eylemlerin de sorumluluğu İlk Adım’a aittir. Nitekim İlk Adım kendisine ait bir dağıtım/bayilik ağı bulunan, Groupe SEB’den tedarik ettiği ürünleri söz konusu dağıtım ağı vasıtasıyla nihai tüketiciye yeniden satışını yapan, ayrı bir tüzel kişiliğe sahip ve ekonomik olarak bağımsız bir teşebbüs niteliğindedir. Bayilerine sunduğu tavsiye edilen fiyat listeleri Groupe SEB tarafından belirlenmiş olsa bile, kendi dağıtım ağına bulunan bayilerini tavsiye fiyat listelerine uymaya zorlaması veya bayilerin fiyatlarına müdahale etmesi sebebiyle sorumluluğu bulunmaktadır.*

- (288) Sonuç olarak, İlk Adım’da yapılan yerinde incelemelerde bulunan belgeler ve yukarıda yapılan değerlendirmeler ışığında, uyarılar Groupe SEB tarafından İlk Adım’a iletilse dahi İlk Adım’ın amacının kendi bayilerinin fiyatlarına müdahale etmek olduğu açıkça anlaşılmaktadır. Dolayısıyla İlk Adım’ın söz konusu davranışlarının 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesi kapsamında yeniden satış fiyatının tespiti niteliğinde olduğu tespit edilmiştir.

#### **I.4.1.3. 4054 Sayılı Kanun’un 4. ve 5. Maddeleri Çerçevesinde Değerlendirme**

- (289) 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesi doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacı taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmaları yasaklamaktadır. Bununla birlikte, özellikle markalar arası rekabetin yoğun olduğu pazarlarda, dikey ilişkiler yoluyla marka içi rekabetin kısıtlanması sonucunu doğuracak uygulamaların, kimi durumlarda etkinlik artışı sağlayarak markalar arası rekabeti artırabilmesi nedeniyle bu uygulamalar muafiyet koruması içine alınarak yasaklama kapsamı dışında bırakılabilmektedir. Öte yandan bu tür dikey kısıtlamalara ilişkin düzenlemeleri içeren 2002/2 sayılı Tebliğ’in 4. maddesinde rekabeti doğrudan ya da dolaylı olarak engelleme amacı taşıyan sınırlamaları içeren dikey anlaşmaların Tebliğ ile tanınan muafiyetten yararlanamayacakları belirtilmektedir. Söz konusu maddenin (a) bendine göre alıcının kendi satış fiyatını belirleme serbestisinin engellenmesi bu sınırlamalardan biridir. Başka bir deyişle Tebliğ’de, dosya kapsamında incelenen yeniden satış fiyatının belirlenmesi uygulaması, ilgili anlaşmayı Tebliğ kapsamı dışına çıkaracak kısıtlamalar arasında sayılmıştır. Ancak, 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.
- (290) Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz’un 17. paragrafında, alıcının sabit veya asgari satış fiyatının belirlenmesinin kesinlikle yasak olduğu vurgulanmış, 18. paragrafında ise sağlayıcı teşebbüslerin akdetmiş oldukları dikey anlaşmalara açık hüküm koymak suretiyle alıcının satış fiyatını doğrudan belirlemelerinin yasak olduğu ifade edilmiştir. Bunun yanı sıra, teşebbüslerin aynı ihlali değişik uygulamalar vasıtasıyla dolaylı yollardan da gerçekleştirebilecekleri belirtilmekte ve bu uygulamaların da 2002/2 sayılı Tebliğ’in 4. maddesinin birinci fıkrasının (a) bendi kapsamında olduğu ifade edilmiştir.
- (291) 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesinin lafzından da açıkça anlaşıldığı üzere bir eylemin Kanun kapsamında ihlal olarak nitelendirilebilmesi için eylemin sadece amacının veya

sadece etkisinin rekabeti kısıtlayıcı olması ayrı ayrı yeterli görülmektedir. Rekabeti kısıtlama amacını açıkça taşıyan eylemler için doğrudan ihlal tespiti yapılabilecek iken amaç unsurunun açıkça ortaya konmadığı durumlarda eylemin pazardaki mevcut veya potansiyel etkileri değerlendirilmektedir. Rekabeti bozma amacını taşıyan anlaşmalar, etkilerini gerçekleştirmemiş olsalar dahi yasaklama kapsamında kabul edilmektedir.

- (292) Soruşturma tarafı teşebbüslerde yapılan yerinde incelemelerde bulunan belgelerin değerlendirilmesi sonucunda bayilerin yeniden satış fiyatını tespit amacı açıkça görülmektedir. Söz konusu amacı gerçekleştirmeye yönelik olarak bayilerin fiyatlarına müdahale edildiği, bu müdahalenin sağlayıcının bayileri uyarması şeklinde gerçekleştiği görülmüştür.
- (293) Yukarıda yer verilen bilgi ve belgelerin tümü birlikte değerlendirildiğinde, incelenen dönem boyunca Groupe SEB'in ve İlk Adım'ın bayilere ilişkin yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik olarak sıkça uyarılarda bulunduğu açıkça anlaşılmış olup söz konusu davranışların 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanı sıra, söz konusu uygulamanın, 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinin (a) bendi uyarınca anlaşmaları grup muafiyeti kapsamında çıkaran ağır sınırlama niteliğinde olduğundan 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında grup muafiyetinden yararlanmasının mümkün olmadığı tespit edilmiştir.
- (294) Diğer yandan 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasına göre, yer verilen ikisi olumlu ve ikisi olumsuz olmak üzere dört koşulu bir arada sağlayan teşebbüsler arası anlaşma, uyumlu eylem ve teşebbüs birliği kararlarının Kanun'un 4.maddesinde yer verilen hükümlerin uygulanmasından bireysel olarak muaf tutulabilmesi mümkündür. Bu kapsamda rekabeti kısıtlayıcı anlaşmanın muafiyet korumasından faydalanabilmesi için anlaşma ile;
- a) Malların üretim veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması,
  - b) Tüketicinin bundan yarar sağlaması,
  - c) İlgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması,
  - d) Rekabetin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlanmaması

gerekmektedir. Bir anlaşmanın bireysel muafiyetten yararlanabilmesi için yukarıda yer verilen tüm koşulları sağlaması zorunludur.

- (295) 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan muafiyet koşullarından ilki malların üretim veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanmasıdır. 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (a) bendine göre bir anlaşmanın muafiyet hükümlerinden faydalanabilmesi için içerdiği rekabet kısıtlarını bertaraf edebilecek düzeyde etkinlik artışı sağlaması gerekmektedir. Bu etkinlikler objektif olan tüm ekonomik etkinlikleri kapsamakla birlikte genel olarak maliyetlerin düşürülmesi, yeni ürün ortaya çıkarılması, ölçek ve kapsam ekonomilerinden faydalanılması, üretimde veya malların sunulmasında iyileşme sağlanması şeklinde ortaya çıkabilmektedir. Etkinlik kazanımlarının doğrudan anlaşmadan kaynaklanması, belirli ya da öngörülebilir olması beklenmektedir. Anlaşmanın yalnızca taraflar açısından etkinlik sağlaması yeterli bulunmamakta,

anlaşma ile bu kazanımlar arasında bulunan illiyet bağının incelenmesi gerekmektedir.<sup>5</sup>

- (296) Elde edilen ekonomik iyileşme ve gelişmelerden tüketicilerin de yararlanabilmesi bir anlaşmanın bireysel muafiyetten faydalanabilmesinin ikinci koşuludur. Tüketicinin elde edeceği fayda, ilgili ürünün/hizmetin fiyatının düşmesi, kalitesinin veya çeşitliliğinin artması, satış sonrası etkin hizmet, tüketicinin ürüne daha kolay ulaşabilmesi, bu ürünün dağıtımında veya hizmetin sunulmasında elde edilen iyileşmenin tüketiciye yansımaları şeklinde olabilir. Söz konusu faydaların, doğrudan sözleşmeye bağlı olarak oluşması, muafiyet talebine konu sözleşme nedeniyle doğacak rekabet kısıtlamasıyla orantılı olması ve makul bir zaman içerisinde tüketiciye yansımaları beklenmektedir.<sup>6</sup>
- (297) Groupe SEB ve İlk Adım tarafından bayilerin yeniden satış fiyatının belirlenmesi uygulamasının, Groupe SEB ürünlerinin dağıtımında gelişme ve iyileşme sağlamayacağı ya da ürünlerin dağıtımı sırasında bayilerin sunduğu ürün ve hizmetlerde herhangi bir iyileşme veya etkinlik kazanımının olmayacağı açıktır. Aksine bayi fiyatlarının sağlayıcılar tarafından yüksek tutulması bayileri arasındaki marka içi rekabeti kısıtlayarak, bayilerin yatırım yapma, maliyetlerini düşürme güdülerini azaltacaktır. Soruşturma kapsamında, Groupe SEB ve İlk Adım tarafından bayi fiyatlarına müdahalenin sağlayacağı somut faydalara ve etkinlik kazanımlarına ilişkin bir savunma da yapılmamıştır. Marka imajının korunmasına yönelik yapılan açıklamaların da 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (a) bendi kapsamında kabul edilebilir olmadığı değerlendirilmiştir. Zira Groupe SEB ürünlerinin fiyatlarının sağlayıcılar tarafından suni bir şekilde artırılmasının tüketici gözünde marka imajını korumayacağı, marka imajının korunmasına yönelik böyle bir uygulamanın da dağıtımında herhangi bir gelişme veya etkinlik kazanımının sağlamayacağı kanaatine ulaşılmıştır. Dolayısıyla bahse konu uygulamanın 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (a) bendindeki koşulu sağlamadığı değerlendirilmiştir.
- (298) Yeniden satış fiyatının belirlenmesi eylemi doğrudan marka içi rekabeti ortadan kaldırmaya yönelik bir sınırlamadır. Tüketicinin karşı karşıya olduğu fiyatın yükseltilmesine yönelik bu kısıtlama marka içi rekabette yüksek boyutta tahribata neden olabilecek niteliktedir. Fiyat rekabetinin piyasalarda etkinliği ve dolayısıyla iktisadi refahın artırılmasını sağlayan temel unsur olduğu göz önüne alındığında, fiyat rekabetinin ortadan kalkmasının tüketici refahını önemli ölçüde olumsuz etkileyeceği ve bu olumsuz etkiyi dengeleyebilecek güçte bir olumlu etkinin ortaya konulmasının da aynı oranda zor olacağı açıktır. Nitekim ilgili pazarda en önemli rekabet aracı fiyat olup fiyat mekanizmasının hassas dengelerinin işlemlerine yönelik bir müdahale, yüksek zarar doğurabilecek niteliktedir. Dolayısıyla söz konusu uygulamanın 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (b) bendindeki koşulu da sağlamadığı değerlendirilmiştir.
- (299) Her ne kadar markalar arası rekabete doğrudan bir etkisi olmasa da Tefal, Rowenta, Moulinex ve Krups markalı ürünlerin fiyatlarının sağlayıcı tarafından suni bir şekilde yüksek tutulması marka içi rekabeti kısıtlayıcı niteliktedir. Küçük ev aletleri pazarında çok sayıda teşebbüs faaliyet gösteriyor olsa da özellikle belli ürün gruplarında<sup>7</sup> önemli bir pazar gücüne sahip Groupe SEB ürünlerinin satışına ilişkin marka içi rekabetin

<sup>5</sup> Muafiyetin Genel Esaslarına İlişkin Kılavuz (Muafiyet Kılavuzu), para. 22-29.

<sup>6</sup> Muafiyet Kılavuzu, para. 42-45.

<sup>7</sup> 2019 yılında Groupe SEB küçük ev aletleri pazarında % (.....) paya sahiptir. Buharlı ve buhar kazanlı ütüde sırasıyla % (.....) ve % (.....) oranlarıyla, genel çamaşır bakımı grubunda ise % (.....) oranıyla önemli bir pazar payına sahiptir. Yanı sıra, torbasız elektrikli süpürge ürünlerinde % (.....), elektrikli pişirme ürünlerinde % (.....) paya sahip olduğu görülmektedir.



kısıtlanmasının 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (c) bendindeki koşulu sağlamayacağı açıktır.

- (300) Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (d) bendine göre anlaşma ile getirilen rekabet kısıtlarının anlaşma sonucunda ortaya çıkan ve tüketiciye fayda sağlayan mal veya hizmetlerin üretim ya da dağıtımında iyileşme ile ekonomik veya teknik gelişme için zorunlu olması gerekmektedir. Rekabetin zorunlu olandan fazla sınırlanıp sınırlanmadığına ilişkin değerlendirilmesi gereken husus rekabet kısıtlarının var olduğu durumda, var olmadığı duruma nazaran daha fazla etkinlik sağlayıp sağlamadığıdır. 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (a) ve (b) bendindeki koşulları sağlamayan dosya konusu yeniden satış fiyatı tespiti uygulamasının aynı maddenin (d) bendindeki koşulu da karşılamadığı tespit edilmiştir.
- (301) Bu çerçevede Groupe SEB ve İlk Adım tarafından gerçekleştirilen ve rekabeti kısıtlama amacı açık olan yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik uygulamaların 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde yasaklanan davranışlardan olduğu, 5. maddede yer verilen muafiyet koşullarını taşımadığı ve dolayısıyla bireysel muafiyetten yararlanamayacağı kanaatine varılmıştır.

#### I.4.1.4. Etkiye İlişkin Değerlendirme

- (302) Yerinde incelemede elde edilen belgeler ve bunlara ilişkin yapılan değerlendirmeler neticesinde, Groupe SEB ve İlk Adım tarafından dağıtım aşında bulunan yeniden satıcıların uygulayacakları fiyatlara müdahale edildiği anlaşılmıştır. Belgeler, söz konusu teşebbüslerin bayilerin yeniden satış fiyatını belirleme ve/veya bu fiyatlara müdahale amacını taşıdığını açıkça ortaya koymaktadır. Belgelerin birçoğu bu amaca yönelik olarak bayilerin uygulayacakları fiyatların değiştirildiğini de göstermektedir.
- (303) Daha önce bahsedildiği üzere, yeniden satış fiyatının tespiti bir tür amaç ihlali olup, deliller ışığında bayilerin yeniden satış fiyatına müdahale etme amacının ortaya konulması ihlal tespiti için yeterlidir. Bu uygulamanın pazarda etki göstermesi ihlalin varlığı için gerekli bir koşul değildir. Bununla birlikte mevcut dosya bakımından, Groupe SEB ve İlk Adım'ın davranışlarının etki gösterip göstermediğinin tespitine yönelik olarak Tefal Shop'ların ve *corner* bayilerin uyguladıkları fiyatların tavsiye edilen fiyatlara uyum oranı incelenmiştir.
- (304) Bu amaçla soruşturma kapsamında Ekonomik Analiz ve Araştırma Dairesi Başkanlığından, Groupe SEB tarafından tavsiye edilen fiyatlar ile bayiler tarafından uygulanan fiyatlar arasındaki ilişkinin analizinin yapılması talep edilmiştir. Yapılan analizde, Tefal Shop ve *corner* bayi niteliğindeki toplam 25 bayiden talep edilen, 2015-2019 yılları arasında ve her bir yıl için Ocak, Mayıs, Eylül ve Kasım aylarını kapsamak üzere sekiz ayrı ürün grubunda, mağaza ve çevrim içi satış kanalları üzerinden gerçekleştirilen toplam 21.787 satışa ilişkin perakende satış fiyatları (PSF) ve bu ürünlere ilişkin Groupe SEB'den temin edilen tavsiye edilen satış fiyatları (TSF) kullanılmıştır. Uç değerler olduğu kabul edilen bazı verilerin çıkarılması sonucu hesaplamalar 21.342 gözlem üzerinden gerçekleştirilmiştir.
- (305) Analiz kapsamında Groupe SEB tarafından tavsiye edilen fiyatlar ile bayiler tarafından satışlarda uygulanan fiyatlar arasındaki uyum düzeyi incelenmiştir. Bu kapsamda bayiler tarafından uygulanan PSF'lerin Groupe SEB tarafından bildirilen TSF'lerden ne ölçüde ayrıştığını tespit edebilmek adına aşağıdaki formülde gösterilen sapma oranı hesaplanmıştır.

$$Sapma Oranı = \frac{TSF - PSF}{TSF}$$

- (306) 2015-2019 yılları için çeşitli aylar bakımından elde edilen toplam 21.342 satış gözlemine ilişkin hesaplanan sapma oranları, aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. Tablonun incelenmesinden görülebileceği üzere, satış kanalı veya bayi niteliği ayrımı olmaksızın, gözlem kümesinin geneli için sapma oranı ortalaması (.....) olarak hesaplanmıştır. Buna göre incelenen toplam 21.342 satışta gerçekleşen PSF'lerin TSF'lere kıyasla ortalama % (.....) düşük seyrettiği anlaşılmaktadır. Aynı dönemde en yüksek sapma oranı 0,65 iken (TSF'ye kıyasla %65 daha düşük PSF), en düşük sapma oranı (.....) (TSY'ye kıyasla % (.....) daha yüksek PSF) olarak ölçülmüştür.

Tablo 7: Gözlem kümesinin geneli için sapma oranı betimleyici istatistikleri

	Gözlem Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	Asgari	Azami
Sapma Oranı	21.342	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Ekonomik analiz raporu

- (307) Her ne kadar tek başına söz konusu ortalama sapma oranının düzeyine (% (.....)) bakılarak bayilerin tavsiye edilen fiyatlara uyduğu sonucuna ulaşmak güç olsa da, % (.....) düzeyindeki bir sapma oranının görece düşük bir oran olduğu değerlendirilmektedir.
- (308) Sapma oranlarının satış kanalına göre dağılımı irdelendiğinde, mağaza satış kanalı için hesaplanan ortalama sapma oranı (.....) iken çevrim içi satış kanalı için sapma oranının (.....) olduğu görülmektedir. Analiz kapsamında sapma oranlarının PSF'lerin TSF'lerden ne ölçüde iraksadığına dair bir ölçüt olarak kullanıldığı dikkate alındığında, mağaza satış kanalında Groupe SEB tarafından bildirilen TSF'lere uyumun, çevrim içi kanala kıyasla belirgin biçimde yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Zira yapılan hesaplamalara göre mağaza kanalında PSF'ler TSF'lere kıyasla ortalamada % (.....) düşük iken, çevrim içi kanal için aynı oran % (.....) düzeyindedir.

Tablo 8: Satış Kanalına Göre Sapma Oranı Betimleyici İstatistikleri

Satış Kanalı	Gözlem Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	Asgari	Azami
Mağaza	16.555	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Çevrim içi	4.787	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	21.342	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Ekonomik analiz raporu

- (309) Benzer şekilde sapma oranları bayi niteliğine göre incelendiğinde *corner* bayiler için sapma oranı ortalamasının (.....); Tefal Shop niteliğindeki bayiler için ise (.....) olduğu belirlenmiştir. Yani Tefal Shop'lar için PSF'ler TSF'lere kıyasla ortalamada % (.....) düşük iken, *corner* bayiler için aynı oran % (.....) seviyesindedir.

Tablo 9: Bayi Niteliğine Göre Sapma Oranı Betimleyici İstatistikleri

Nitelik	Gözlem Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	Asgari	Azami
Corner	12.190	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Tefal Shop	9.152	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	21.342	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Ekonomik analiz raporu

- (310) *Corner* bayilerin ve Tefal Shop'ların fiziksel mağaza ve çevrim içi satış kanallarına göre sapma oranları da aynı şekilde hesaplanmıştır. Bu hesaplama sonucunda *corner* bayilerin fiziki mağazalarda yaptığı satışlarda ortalama sapma oranının (.....), Tefal Shop'ların aynı kanaldan yaptığı satışlarda kaydedilen ortalama sapma oranının ise (.....) olduğu anlaşılmaktadır. Bu bakımdan mağaza satış kanalında *corner* bayiler tarafından uygulanan ortalama PSF, TSF'ye kıyasla % (.....) iken; TSF'ye uyumun daha yüksek olduğu gözlenen Tefal Shop'lar için aynı oranın % (.....) olduğu hesaplanmıştır.
- (311) Öte yandan çevrim içi kanalda yapılan satışlar bakımından ortalama sapma oranları *corner* bayiler için (.....) olarak hesaplanırken, aynı oran Tefal Shop'lar için (.....)'dur.

Başka bir deyişle *corner* bayiler tarafından uygulanan ortalama PSF, TSF'ye kıyasla %37,9 düşük iken; TSF'ye uyumun daha yüksek olduğu gözlenen Tefal Shop'lar için aynı oranın %35,9 olduğu hesaplanmıştır. Bu hesaplamalar neticesinde de münhasır bayiler olan Tefal Shop'ların tavsiye fiyatlara daha fazla uyum gösterdiği görülmektedir.

- (312) Buraya kadar yapılan tespitler ışığında, "mağaza" kanalında gerçekleştirilen satışlarda TSF'lere uyumun "çevrim içi" kanalda gerçekleştirilen satışlara kıyasla belirgin biçimde yüksek olduğu; ayrıca Tefal Shop niteliğindeki bayilerin TSF'lere uyumunun *corner* niteliğindeki bayilere kıyasla belirgin biçimde yüksek olduğu görülmektedir.
- (313) Yerinde incelemede elde edilen belgelerden Groupe SEB'in gelen şikâyetler üzerine çevrim içi satışlara müdahale etmeye çalıştığı, özellikle platformlar üzerinden satışlarda düşük fiyatların olduğu ve bunu düzeltmeye çalıştığı görülmektedir. Çevrim içi kanalda uyumun mağaza kanalına kıyasla daha az olmasının da Groupe SEB'in çevrim içi fiyatlara müdahale etme politikasıyla uyumlu olduğu değerlendirilmektedir. Bununla birlikte Tefal Shop'larda uyumun *corner* bayilere kıyasla daha yüksek olmasının da Tefal Shop'ların münhasır bayiler olduğu göz önüne alındığında anlamlı bir sonuç olduğu değerlendirilmektedir.
- (314) Analiz kapsamında ayrıca sapma oranlarının bireysel olarak bayilere ve ürünlere göre dağılımı da incelenmiştir. *Corner* niteliğindeki bayiler için hesaplanan ortalama sapma oranlarının %10,5 ile %42,1 arasında değiştiği görülmüştür.<sup>8</sup> *Tefal Shop* niteliğindeki bayiler bakımından ortalama sapma oranları en düşük %11.1 ve en yüksek %34,5 arasında değişmektedir.
- (315) Sekiz ayrı ürün grubu için bayi niteliğine ve satış kanalına göre ayrıştırılmış sapma oranları da rapor kapsamında hesaplanmıştır. *Corner* bayiler için ürün grubuna göre sunulan sapma oranı istatistikleri incelendiğinde, ürün gruplarına göre sapma oranlarının %(.....) ile %(.....) arasında değiştiği; toplam içerisinde yalnızca 11 satış gözlemi bulunan "el süpürgesi" grubu bir yana bırakılırsa, genel itibarıyla en düşük sapma oranlarının %(.....) ile "ütüleme" ve %(.....) ile "kişisel bakım" ürün grupları için hesaplandığı görülmektedir.
- (316) Son olarak, alternatif sapma oranları doğrultusunda Groupe SEB tarafından tavsiye edilen fiyatlara uyum düzeyinin incelenmesi amaçlanmıştır. Takip kolaylığı için sapma oranları yüzdeler cinsinden ve mutlak değer olarak ele alınmıştır. Bu çerçevede aşağıdaki tabloda, sapma oranının mutlak değer olarak sırasıyla %10, %5, %1 ve %0,1'den düşük olduğu gözlemler ile sifıra eşit olduğu gözlem sayıları ve bunların aynı kategorideki satışlar içindeki yüzde payları sunulmuştur. Tabloda söz gelimi sapma oranı mutlak değer olarak %10'dan düşük olan gözlemler, -0,10 ile +0,10 arasındaki sapma oranlarına; bir başka deyişle PSF'nin TSF'den (+ veya - olarak) azami %10 iraksadığı gözlemlere tekabül etmektedir.
- (317) Bu açıklamalar doğrultusunda aşağıdaki tabloda sunulan veriler irdelendiğinde, toplam 3.452 satışta sapma oranının %(.....)'dan düşük olduğu anlaşılmaktadır. Bu sayı, toplam 21.342 olan gözlem kümesinin %(.....)'sine karşılık gelmektedir. 2.032 satışta ise sapma oranı %5'ten daha düşük olup bu oran satışların %(.....)'ni oluşturmaktadır. Yine toplam satışların %(.....)'ine denk gelen 1.355 gözlemde sapma oranı %1 (yüzde bir)'in altındayken, 713 gözlemde PSF TSF'ye eşittir.

<sup>8</sup> Yalnızca 7 gözlemi bulunan ve %(.....) sapma oranına sahip bayinin değeri hariç olmak üzere.

Tablo 10: Alternatif Sapma Oranları Bakımından Gözlem Sayıları ve Yüzdeleri

	Sapma Oranı <10%		Sapma Oranı <5%		Sapma Oranı <1%		Sapma Oranı <0,1%		Sapma Oranı =0,00%	
	(.....)	(.....)%	(.....)	(.....)%	(.....)	(.....)%	(.....)	(.....)%	(.....)	(.....)%
Genel Toplam	(.....)	(.....)%	(.....)	(.....)%	(.....)	(.....)%	(.....)	(.....)%	(.....)	(.....)%
Kaynak: Ekonomik analiz raporu										

- (318) Sonuç itibarıyla, Groupe SEB'in yeniden satış fiyatının tespitine yönelik davranışlarının etkisine ilişkin yapılan ekonomik analiz sonuçları bir bütün olarak değerlendirildiğinde, gerek %(.....) düzeyindeki genel ortalama sapma oranına, gerekse %(.....) (*corner* bayi), %(.....) (Tefal Shop), %(.....) (mağaza) ve %(.....) (çevrim içi) seviyelerindeki bayi ve satış kanalı niteliğine göre değişen ortalama sapma oranlarına bakılarak, belli bir objektif referans değerinin olmaması nedeniyle Groupe SEB'in eylemlerinin etki doğurduğu veya etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmamasının mümkün olmadığı değerlendirilmiştir. Öte yandan analiz neticesinde ulaşılan sonuç, Groupe SEB'in davranışlarına ilişkin Kanun'un 4. maddesi kapsamında bir önceki bölümde yapılan değerlendirmeleri değiştirmemektedir. Başka bir ifadeyle, söz konusu değerlerin, yeniden satış fiyatı tespitine yönelik davranışların pazarda etki doğurmadığı şeklinde yorumlanması durumunda dahi bu durum, ihlalin varlığına ilişkin kanaati değiştirecek nitelikte değildir.
- (319) Diğer taraftan soruşturma sürecinde Groupe SEB'in ve İlk Adım'ın yeniden satış fiyatının tespiti uygulamalarına yönelik olarak dağıtım kanalı içerisinde yer alan distribütör, toptancı, Tefal Shop ya da *corner* bayi niteliğindeki teşebbüslerden bilgi ve belge talep edilmiştir. Bayilere Groupe SEB'in YSFB'ye yönelik davranışlarına ilişkin olarak, Groupe SEB tarafından fiyat takibi yapıp yapılmadığı, yapılıyorsa bunun hangi vasıtalarla yapıldığı, fiyatlara müdahale edilip edilmediği gibi hususlar sorulmuştur.
- (320) Teşebbüslerden gelen cevabi yazılarda özetle; Diva sistemi üzerinden satışlara ilişkin tüm bilgilerin takip edilebildiği, fiyat ve kampanya bilgilerinin bu sistem üzerinden güncellendiği, ayrıca e-posta vasıtasıyla fiyat listelerinin iletilebildiği, Groupe SEB'in iletildiği tavsiye satış fiyatlarına uyma zorunluluğunun bulunmadığı, tavsiye fiyatların altında fiyatlarla satış gerçekleştirilebildiği, bu fiyatlara uyulması için herhangi bir uyarıda bulunulmadığı, ayrıca Groupe SEB'ten bağımsız indirim uygulanabildiği ve kampanya yapılabildiği hususları iletmiştir. Bazı bayiler tarafından ise Groupe SEB'in herhangi bir fiyat listesi iletmediği belirtilmiştir.
- (321) Diğer taraftan üç adet bayi tarafından fiyatlara müdahale olduğuna yönelik cevaplar iletmiştir. Bu cevaplarda; zaman zaman tavsiye fiyatın altında satış yapılabildiği, böyle durumlarda Groupe SEB pazarlama sorumlularının her zaman resmi internet sitesindeki fiyatlara riayet edilmesi gerektiğine dair uyarılarda bulunduğu, tavsiye edilen perakende satış fiyatlarının altına satış yapılmasını istemediğini sözlü olarak beyan ettiği, ancak çoğu zaman internet sitelerinde çok daha ucuz olan fiyatlarla karşılaşıldığı ve stok eritmek adına maliyetleri kurtardığı ölçüde indirimli ürünlerin satıldığı, diğer bir ifadeyle Groupe SEB tarafından iletilen telkinlere riayet edilmediği, Groupe SEB'in mağaza fiyatlarına müdahale etmemekle birlikte e-ticaret kanalındaki fiyatlara müdahale ettiği hususları ifade edilmiştir.
- (322) Yerinde incelemede elde edilen belgelerden yola çıkılarak bazı Tefal Shop ve *corner* bayilerine de sorular yöneltilmiştir. Bayiye ürün özelinde müdahale edilen tarihler tespit edilmiş ve bayiden bu tarihlerden öncesi ve sonrasına ilişkin perakende satış fiyatları ve faturalar talep edilmiştir. Yine belgelerde yer alan müdahale tarihleri ve kampanya dönemleri baz alınarak birçok bayiye o zaman dilimi özelinde sorular yöneltilmiştir.

- (323) **Belge-13/103**'te Groupe SEB yetkilisi tarafından (.....) adlı bayinin fiyatlarına müdahale edilmesi için talimat verilmektedir. Söz konusu belgede yer alan ürünlerin kodları tespit edilmiş ve bayiden, söz konusu müdahalenin öncesinde ve sonrasında bu ürünlere uygulanan perakende satış fiyatları talep edilmiştir. Yapılan inceleme neticesinde bayinin perakende satış fiyatının, Groupe SEB tarafından uygulanan tavsiye fiyatın altında kaldığı ve müdahaleden etkilenmediği görülmüştür. Ayrıca birçok bayiye yerinde inceleme belgelerinden yola çıkılarak, ürün ya da zaman özelinde, müdahale öncesi ve sonrasında ilişkin fiyat hareketlerini tespit etmek amacıyla sorular yöneltilmiştir. Bu kapsamda Kuruma intikal eden cevabi yazıların tamamında Groupe SEB tarafından herhangi bir müdahalenin ve/ya uyarının söz konusu olmadığı ifade edilmiştir.
- (324) Groupe SEB'in müşterisi konumunda olan veya dağıtım ağı içerisinde yer alan bazı teşebbüsler tarafından, fiyat ve diğer unsurların takibinin Diva sistemi vasıtasıyla yapılabileceği ifade edilmiştir. Ancak cevabi yazıların çoğunda Groupe SEB tarafından fiyatlara müdahale edilmediği belirtilmiştir. Sadece üç farklı bayi tarafından, Groupe SEB'in fiyatlara ilişkin uyarıda bulunduğu ancak bu uyarıların dikkate alınmadığı ifade edilmiştir. Yerinde inceleme belgelerinde, Groupe SEB'in yeniden satış fiyatları bakımından istikrarı koruma amacı görülse de bayilerin beyanları ve pazarda ortaya çıkan durumun, bunun gerçekleştirilmesinin tam olarak mümkün olmadığını gösterdiği değerlendirilmektedir.
- (325) Bayilerin beyanlarının, Groupe SEB ile arasındaki ticari ilişkiden kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Zira belgelerde açıkça müdahale edildiği görülen bayiler dahi aksi beyanda bulunmuştur. Kaldı ki yerinde incelemelerde elde edilen deliller, yeniden satış fiyatının tespitine yönelik amacı açıkça göstermektedir.
- (326) Groupe SEB vekili tarafından gönderilen ve Kurum kayıtlarına 07.08.2020 tarih ve 8275 sayı ile giren yazıda, Groupe SEB tarafından yeniden satış fiyatının belirlenip belirlenmediğinin tespitine yönelik iktisadi analiz gerçekleştirildiği ifade edilmiş ve yazının ekinde söz konusu analiz raporuna yer verilmiştir. Söz konusu analiz raporunda bağımsız veri sağlayıcısı firmadan temin edilmiş beş yıllık veri temel alınarak, üç farklı ürün türünde (ütü, süpürge ve yiyecek hazırlama) ve toplamda 11 farklı ürün tipi (geleneksel buharlı ütü, buhar jeneratörlü ütü, toz torbalı süpürge, şarjlı el süpürgesi, dik süpürge, ıslak- kuru süpürge, doğrayıcı, mutfak robotu, el blender, el mikseri, likitleştirici blender) için yapılan analizler kapsamında yeniden satış fiyatı tespiti davranışının mevcut olup olmadığı hususunun bilimsel analiz yöntemleri kullanılarak incelendiği ifade edilmiştir.
- (327) Analiz kapsamında 2015-2019 yılları arasında teşebbüs bünyesindeki üç farklı markaya ilişkin her bir ürün tipi için yıllık bazda KDV dâhil ortalama birim perakende satış fiyatının esas alındığı belirtilmiştir. Ayrıca analizde Dinamik Zaman Bükmesi yöntemi (*Dynamic Time Warping-DTW*) ve Dinamik Örüntü Tanımlama yönteminin (*Dynamic Pattern Recognition*) kullanıldığı ve iki farklı kodlama dili kullanılarak sonuçların doğruluğunun test edildiği ifade edilmiştir.
- (328) Yapılan analizde ilk aşamada ürünlerin beş yıllık fiyat verisinin ayrı ayrı değerlendirildiği ve bu ürünlerin arasındaki fiyat değişimlerinin birbirlerine ne kadar yakın/uzak olduğu DTW yöntemi ile ölçüldüğü belirtilmiştir. Daha sonra ikinci aşamada ölçülen bu değerler küme analizi (makine öğrenimi algoritmaları) ile iki kategoriye ayrılmış, bir grup hâkim olan pazar davranışını yansıtırken diğer grup da bu genel pazar davranışından istatistiksel olarak ayrı davranışları ortaya koymuştur. Daha sonra Groupe SEB ürünlerindeki pazar fiyatlamasından farklılaşan ürünlerinin toplam

ürünlerine olan oranı hesaplanmıştır. Bir başka deyişle, Groupe SEB için piyasa davranışlarından farklı olan fiyat hareketlerinin toplam ürünler içindeki yüzdesinin kaç olduğu tespit edilmiştir.

(329) Analiz neticesinde;

- Groupe SEB ürünlerindeki fiyat hareketlerinin;
  - 6 ürün tipindeki tüm ürünlerde,
  - 1 ürün tipindeki ürünlerin yaklaşık %(. ....)'sinde,
  - 1 ürün tipindeki ürünlerin yaklaşık %(. ....)'sında,
  - 1 ürün tipindeki ürünlerin yaklaşık %(. ....)'sinde,
  - 1 ürün tipindeki ürünlerin yaklaşık %(. ....)'sinde,
  - 1 ürün tipindeki ürünlerin yaklaşık %(. ....)'ünde

istatistiksel olarak pazar genelindeki davranışa uyumlu bir yapı izlediği,

- Son beş yılda pazara sunulan Groupe SEB ürünlerinden incelenen 190 tanesinden 180'inde (%(. ....)'sinde), pazar genelindeki fiyatlama davranışına kıyasla istatistiksel olarak farklı bir fiyat stratejisinde bulunmadığı,
- 11 ürün tipinde (Groupe SEB'in pazar davranışından farklı olduğu ürünlerinin bulunduğu ya da bulunmadığı tüm ürün tiplerinde) istatistiksel olarak pazarda hâkim davranışa kıyasla Groupe SEB'ten daha fazla farklılık gösteren diğer rakip firma ürünleri bulunduğu,
- Groupe SEB ürünlerinin perakende fiyatlarında belirleyici olan unsurun - matematiksel ve istatistiksel olarak- Groupe SEB değil, pazardaki rekabet olduğu,
- Yoğun markalararası rekabetin yaşandığı pazarlarda, marka içi rekabetin kısıtlanması suretiyle pazardaki hâkim stratejinin dışına çıkıp daha yüksek bir fiyattan ürün satılmasının iktisadi olarak mümkün olmadığı

ifade edilmiştir.

#### **I.4.2. İnternet Satışlarının Kısıtlanması Uygulamalarına İlişkin Değerlendirme**

(330) 2002/2 sayılı Tebliğ'in "Anlaşmaları Grup Muafiyeti Kapsamı Dışına Çıkaran Sınırlamalar" başlıklı 4. maddesinin (b) bendine göre, bir sağlayıcı tarafından alıcının sözleşme konusu mal veya hizmetleri satacağı bölge veya müşterilere ilişkin kısıtlamalar getirilmesi, muafiyetten yararlanamayan bir sınırlamadır. Pasif satışların kısıtlanması uygulaması, bahsi geçen kısıtlamalar arasında sayılabilecektir. Nitekim 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. Kılavuz'un 24. paragrafında ise pasif satış başka bir alıcının bölgesindeki veya müşteri grubundaki müşterilerden gelen ve alıcının aktif çabaları neticesi olmayan talepleri karşılamak (alıcı malın teslimatını müşterinin adresine götürerek yapsa dahi) şeklinde tanımlanmaktadır.

(331) Bunun yanı sıra, 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinin (c) bendi seçici dağıtım sistemi özelinde bir hüküm içermekte ve seçici dağıtım sisteminde perakende seviyesinde faaliyet gösteren sistem üyelerinin son kullanıcılara yapacakları aktif veya pasif satışların kısıtlanmasını Tebliğ kapsamı dışına çıkarmaktadır.

- (332) Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz'un 25. paragrafında, *"bir sağlayıcının, dağıtıcıların/bayilerin/alıcıların kendi internet siteleri üzerinden satış yapmalarını kısıtlaması bir tür pasif satış kısıtlaması niteliğindedir"* ifadesi yer almaktadır. Böylece, anılan düzenlemeler uyarınca yetkili dağıtıcıların internet üzerinden satış yapmasının yasaklanması pasif satış olarak nitelendirilmekte ve ilgili anlaşmayı grup muafiyetinin kapsamı dışına çıkaran bir kısıtlama oluşturmaktadır.
- (333) Kılavuz'un 28. paragrafında sağlayıcının fiziki satış noktaları veya reklam ve promosyonların yayınlandığı kataloglar için veya satış kanalı olarak internetin kullanımına yönelik bazı koşullar öngörebileceği belirtilmiştir. Örneğin sağlayıcının, ürünlerinin satışa sunulduğu internet sitesine yönelik kalite koşulları getirebileceği, bunun gibi internette alışveriş yapan tüketicilere belli hizmetlerin sunulması şartını öngörebileceği ifade edilmiştir. İlaveten *"... bu koşulun amacı, sadece internet üzerinden satış yapan oyuncuları pazarın dışına itmek veya satışlarını kısıtlamak olmamalıdır. Bu koşula ek koşulların getirilmesi de mümkün olmakla birlikte önem arz eden husus, bu koşulların amacının doğrudan veya dolaylı olarak dağıtıcının internet satışlarını engellemek olmamasıdır. Getirilen koşulların gerekçesi, dağıtımın niteliği ve kalitesini, marka imajını ve/veya potansiyel etkinliği artırıcı vb. unsurlar bakımından objektif olarak somut, makul ve kabul edilebilir olmalıdır. Benzer şekilde sağlayıcı, alıcının sadece belirli standart ve koşulları karşılayan 'satış platformları/pazar yerleri' üzerinden satış yapmasını isteyebilecektir. Ancak getirilen bu kısıtlamanın amacı, dağıtıcının internet üzerinden satışını ve fiyat rekabetini engellemek olmamalıdır. Bunun gibi, nesnel, tek tip ve ürünün kendine has nitelikleri doğrultusunda şartlar ve gerekçeler öne sürmeden genel olarak platformlardan satışın yasaklanması ihlal olarak değerlendirilebilecektir."* ifadelerine yer verilmiştir.

#### **1.4.2.1. Groupe SEB'in ve İlk Adım'ın Davranışlarına İlişkin Değerlendirme**

- (334) Yerinde incelemelerde elde edilen belgelerin bazılarında, bayilerin çevrim içi pazar yerlerinden ya da internet sitelerinden satış yapmamasına yönelik olarak genel bir strateji belirlendiği görülmektedir. Bu kapsamda satış yapılmaması için tavsiyeler sunulmakta, çok satılan ürünlere ilişkin internet satış yasağı getirilip getirilmeyeceği tartışılmakta, çevrim içi pazar yerleri takip edilerek raporlama yapılmakta ya da internette satış yaptığı tespit edilebilen bayilerin listesi sunulmaktadır. Groupe SEB tarafından internet bayisi olarak belirlenen üç adet teşebbüs bulunmaktadır. Ayrıca Groupe SEB, çevrim içi pazar yerlerinde ve internet sitelerinde doğrudan satış gerçekleştirmektedir. Belgelerin bazılarında pazar yerlerindeki fiyatlar sebebiyle rekabet edilemeyecek konuma gelindiği, fiyat savaşının hem pazar yerlerine hem de Groupe SEB'e zarar verdiği ifade edilmektedir.
- (335) Groupe SEB tarafından internet satışlarına müdahale kapsamındaki davranışlar ile yeniden satış fiyatına müdahale niteliği taşıyan davranışların paralel olduğu görülmektedir. Bazı durumlarda Groupe SEB tarafından bayilerin internet satışlarına doğrudan müdahale edildiği görülmektedir. Diğer taraftan İlk Adım bayilerine müdahale edilmek istendiği durumda ise, İlk Adım yetkilileri ile iletişime geçilerek kısıtlama ya da engelleme talep edilmektedir. Bir belgede, Amazon'un Türkiye pazarına girmesiyle birlikte, Groupe SEB tarafından gerçekleştirilen politikanın zarar görmemesi için yeni bir strateji belirlenmeye çalışıldığı görülmektedir (**Belge-13/100-104**). Buradan hareketle pazarın sürekli takip edildiği ve yeniden satış fiyatlarına yönelik girişimlerin, pazardaki gelişmelere paralel olarak şekillendirildiği anlaşılmaktadır.
- (336) Groupe SEB tarafından internet satışlarının kısıtlanmasına ya da engellenmesine yönelik davranışlarının çoğunda fiyattan hareket edildiği tespit edilmiştir. İnternette yer

alan fiyatların tavsiye fiyatlara ya da liste fiyatlarına uymadığının tespit edilmesi durumunda, (i) bazen ilgili bölümde değerlendirildiği üzere fiyatlara müdahale edilerek düzeltilirdiği, (ii) bazen fiyatların düzeltilmesinin talep edildiği ve bunu sağlamak için bir yaptırım aracı olarak internet satışlarının kısıtlanmasının ya da engellenmesinin kullanıldığı, (iii) bazen ise internet faaliyetlerinin doğrudan engellendiği görülmektedir. Diğer bir ifadeyle internet satışlarının kısıtlanması ya da engellenmesi, hem yeniden satış fiyatında istikrarı sağlamaya yönelik bir yaptırım aracı hem de doğrudan rekabeti kısıtlamaya yönelik bir davranış olarak karşımıza çıkmaktadır.

- (337) İnternet satışlarının kısıtlanmasına ilişkin olarak, gerek bayilerin kendi siteleri gerek pazaryerlerinde satış yapmamalarına yönelik birçok uyarının İlk Adım tarafından bayilerine iletiildiği ve nihai olarak ürünün satıştan kaldırıldığı çok sayıda belge yer almaktadır. Talebin çoğunlukla Groupe SEB'den geldiği görülmekle birlikte Groupe SEB'in talebi olmaksızın internet satışlarına müdahale edilen örnekler de mevcuttur. **(Belge-28/8-10)** Bir diğer belgede **(Belge-28/3)** ise İlk Adım yetkilisinin diğer yetkililere müşterilerinin Amazon'da faaliyet göstermesini istemediğini ileterek bayilerin bu yönde yönlendirilerek takip edilmesini talep ettiği görülmektedir.
- (338) Diğer taraftan İlk Adım bayisi (.....) tarafından gönderilen cevabi yazıda Groupe SEB'in İlk Adım'a talimat vererek (.....)'ya bayilik verilmesini istemediğini ilettiğinin bilindiği, sebebi sorulduğunda gerekçe olarak (.....)'nın sadece internet üzerinden satış yapan bir firma olmasının ileri sürüldüğü ve bu sebeple İlk Adım tarafından ilerleyen süreçte ürün sağlanmayacağına bilgisinin iletiildiği ve son beş aydır İlk Adım yetkililerinden ürün teklifi ya da bayilik talebi yapılmadığı ifade edilmiştir.
- (339) Sonuç olarak, İlk Adım'da yapılan yerinde incelemelerde bulunan belgeler ve yukarıda yapılan değerlendirmeler ışığında, uyarılar Groupe SEB tarafından İlk Adım'a iletilse dahi İlk Adım'ın amacının kendi bayilerinin internet satışlarına müdahale etmek olduğu açıkça anlaşılmaktadır. Dolayısıyla İlk Adım'ın söz konusu davranışlarının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında pasif satışların engellenmesi niteliğinde olduğu değerlendirilmiştir.

#### **I.4.2.2. Groupe SEB'e ve İlk Adım'a İlişkin Belgelerin Değerlendirilmesi**

- (340) **Belge-13/32-36'da** internet sitelerinde gerçekleştirilen bir araştırma neticesinde pazaryerlerinde kimlerin hangi fiyattan satış yaptığının ortaya konmaya çalışıldığı anlaşılmaktadır. Groupe SEB tarafından da satış gerçekleştirildiğine işaret edildikten sonra pazaryerlerinde satış yapanlarla rekabet edilemeyecek konuma geldiği belirtilmektedir. Ayrıca bazı bayilerin fiyat savaşına girmesinin hem bazı pazaryerlerine hem de kendilerine zarar verdiği ifade edilmektedir. "*Pastayı büyütebilmek için bu mecralarda satış yapanlara müdahale edilmesi gerektiği*" yönündeki ifadeler ise açıkça yeniden satış fiyatını belirli bir seviyede tutma ve internet satışlarını kısıtlama amacına işaret etmektedir.
- (341) **Belge-13/52'de** Tefal shopların çevrim içi pazar yerlerinde satış yapmasından endişe duyulduğu anlaşılmaktadır. Groupe SEB'in kanal stratejisi kapsamında bunun engellenmeye çalışıldığı görülmektedir.
- (342) **Belge 13/53-54'te** şirket içi yazışmalar yer almaktadır. Çevrim içi kanalın fiyat avantajına işaret edilerek fiyatların belli seviyelerde tutulma amacı olduğu görülmektedir. Söz konusu yazışmalar Groupe SEB'in yeniden satışlardaki fiyat politikasını göstermektedir. Ayrıca çevrim içi kanalda belli oyuncuların yer almasına yönelik bir projeden de bahsedilmektedir. Bu durum, internet satışlarının bazı bayiler bakımından kısıtlandığını göstermektedir.



- (343) **Belge-13/55**'te bir şirket içi yazışma yer almaktadır. Yazışmada, bir bayinin N11'de yer alan ürünlerinin en ucuz olması sebep gösterilerek internet operasyonlarının sonlandırılması talep edilmektedir. Cevaben gelen e-posta ise bunun gerçekleştirileceğine yönelik ifadeler içermektedir. Söz konusu belge, internet satışlarının kısıtlandığını göstermesi bakımından önemlidir.
- (344) **Belge-13/56** ve **Belge-13/57-62**'de de **Belge-55**'teki bayiye yönelik ikinci bir müdahaleden bahsedilmektedir. E-posta yazışmasında, benzer şekilde, bayinin internet operasyonlarını sonlandırmaktan bahsedilmekte ve internetten gerçekleştirilen satışlar kısıtlanmaktadır. Diğer taraftan belgede, satış fiyatına yönelik bir müdahale de söz konusudur. Bu çerçevede, belge hem yeniden satış fiyatının tespiti kapsamında hem de internet satışlarının kısıtlanması kapsamında delil niteliğindedir.
- (345) **Belge-13/67-68**'de internetten satış yapan bir bayinin çevrim içi satış platformlardaki strateji hakkında bilgilendirilmesi gerektiği ifade edilmektedir. Bazı ürünler bakımından satış yapmaya devam etmesi, bir problem olarak görülmektedir. Söz konusu belge internetten gerçekleştirilen satışların kısıtlandığını göstermektedir.
- (346) **Belge-13/69, 70, 71-73, 74** bir e-posta silsilesini göstermektedir. **Belge-13/69**'da, Groupe SEB çalışanlarının davranışları neticesinde, çevrim içi kanaldan birçok satıcının uzaklaştığı ve aynı zamanda fiyatlara müdahale edildiği görülmektedir. Ayrıca Groupe SEB'in direktifleri doğrultusunda gerekli güncellemeleri yapmayan satıcılara ilişkin bir liste sunulmaktadır. Diğer belgelerde ise bu e-postaya cevaben destekleyici ya da açıklayıcı ifadeler yer almaktadır. Bahsi geçen belgeler internetten satışlarının kısıtlanmasına delil oluşturması sebebiyle önemlidir. Ayrıca bazı yazışmalardan fiyatlara da müdahaleler gerçekleştirildiği anlaşılmaktadır.
- (347) **Belge-13/75-81**'de, bazı bayilerin çevrim içi pazaryerlerinde ürün konumlandırmaya devam ettiği ifade edilerek bayilere ilişkin bir liste sunulmaktadır. Belgede gerekli güncellemeler için destek talep edilmesi, bu bayilerin internetten gerçekleştirdikleri satışların kısıtlanması amacını göstermektedir.
- (348) **Belge-13/88**'de çok satan bir ürüne ilişkin internet satışlarının yasaklanıp yasaklanamayacağı hususu tartışılmaktadır. Bahsi geçen ürünün bazı pazaryerlerindeki fiyatlarının çok düşük kaldığına işaret edilmektedir. Belge, doğrudan fiyat müdahalesi ya da satış kısıtlamasını göstermemekle birlikte buna yönelik bir strateji olduğuna işaret etmektedir.
- (349) **Belge-13/94-95**'te Vatan Bilgisayar çalışanı tarafından internette yer alan bir mağazanın Groupe SEB'a ait olup olmadığı sorulmuştur. Cevaben, müdahale edildiğini ve tamamen kapatılacağını belirten bir e-posta gönderilmiştir. Vatan Bilgisayar çalışanı ise hiçbir firmaya karışmadıklarını, sadece mağazanın kime ait olduğunu öğrenmek istediğini belirten bir mesaj iletmiştir. Herhangi bir müdahale talebi olmasa dahi Groupe SEB çalışanları tarafından e-postaların bu şekilde algılandığı anlaşılmaktadır.
- (350) **Belge-13/100-102** ve **Belge-28/57-63** silsile olarak devam eden e-posta yazışmalarını içermektedir. Söz konusu belgeler hem İlk Adım'da gerçekleştirilen yerinde incelemede hem de Groupe SEB'de gerçekleştirilen yerinde incelemede alınmıştır. Belgelerde Amazon'un Türkiye'da faaliyete başlaması ile birlikte Tefal ve Rowenta marka ürünleri satan bayiler barındırmasından endişe edildiği ve buna yönelik tedbirler alınması gerektiği ifade edilmektedir. İnternetteki fiyatların bozuk olmasına vurgu yapılmaktadır. Cevaben gelen e-posta iletilerinde ise uyarı yapılması için bazı bayilerin isimlerinin paylaşıldığı görülmektedir. Devam eden e-posta iletilerinde konunun takip edildiği, incelendiği ve uyarıların yapıldığı ifade edilmektedir. Bu belgelerden anlaşıldığı üzere,

bayilerin Amazon üzerinden satış yapmalarının kısıtlanması ya da engellenmesi söz konusudur.

- (351) Amazona ilişkin uyarılara cevaben gelen birçok e-postada konunun Groupe SEB için önemine vurgu yapılmaktadır. Ayrıca Amazon'da yer alan ya da daha önce Groupe SEB'in belirlediği fiyatların istikrarını bozan farklı kanallardan farklı satıcılara ilişkin isimler paylaşıldığı görülmektedir. İlk Adım'ın müşterileri de dâhil olmak üzere listeler paylaşılmakta ve takip edilmesi istenmektedir. Ürünleri tedarik eden ve satan firmalar tespit edilmeye çalışılmaktadır. Yukarıda da ifade edildiği üzere, Rowenta ve Tefal markalı ürünlerin Amazon'da listelenmesinin önüne geçilmek istenmektedir. **(Belge-13/104, 107, 109, 116-117)** Bahsi geçen belgelerden, Amazon nezdinde internet satışlarının kısıtlanmasına yönelik bir amacın söz konusu olduğu anlaşılmaktadır.
- (352) **Belge-13/121-122 ve Belge-13/124**'te İlk Adım müşterisi olduğu anlaşılan ve çevrim içi satış gerçekleştiren bazı son satıcıların listesine yer verilmektedir. Bu satıcıların çevrim içi kanaldan satış yapmalarının önüne geçilmek istendiği şu ifadelerden anlaşılmaktadır: *"Platformlar 11.11 ve Blackfriday öncesi piyasadan bizim tedarik edebileceğimizden daha ekonomik ürün bulacaklarını düşünürlerse, çok güç durumda kalırız."* Ayrıca bu satıcılara ürün satışının da engellendiği anlaşılmaktadır. Bahsi geçen belgeler, internet üzerinden satış yapılmasının engellenmeye çalışıldığını ve bunu sağlamak için ürün tedarikini kesme gibi yollara başvurulduğunu göstermektedir.
- (353) **Belge-13/131-133**'te, Groupe SEB tarafından dayatılan fiyatlara uymayarak agresif yeniden satış fiyatı uygulayan ve daha önceki belgelerde de birden fazla kez müdahale edilen bayiden bahsedilmektedir. Bayinin çevrim içi kanalda satış yapmaması gerektiği ifade edilerek Groupe SEB tarafından görevlendirilmiş bayilerin fiyatlarının altına indiği belirtilmektedir. Bayinin fiyat istikrarsızlığına sürekli olarak neden olduğunu belirten ifadeler yer verilmekte, bilinçli yaptığı belirtilmektedir. Aşağıda yer verilen ifadeler internet satışlarının kısıtlanması amacını açıkça göstermektedir: *"... bu adamın artık bizim ürünlerimizi internette ürün satmasına lütfen mani olalım"*
- (354) **Belge-13/149-150**'de yukarıdaki belgelerde de birden fazla kez konu edilen bir bayinin internetten gerçekleştirdiği satışlar engellenmeye çalışılmaktadır. Groupe SEB'in bayiyi çalışmayı bırakacağını içeren e-postalar yer almaktadır: *"Ya herşeyi komple kapat internetten çık ya da Groupe Seb olarak seninle devam etmeyeceğiz dendi. En kötü ihtimal ile 1-1,5 MTL malı geri alıp mağazaları da devredeceğiz."* Bahsi geçen bayinin internetten satış yapmaya devam etmesi durumunda yaptırımla tehdit edildiği görülmektedir.
- (355) **Belge-13/169** yeniden satış fiyatının tespiti kapsamında da değerlendirilmiştir. Diğer taraftan belgede internetten gerçekleştirilen satışın durdurulmasından bahsedilmektedir. Söz konusu belge internetten gerçekleştirilen satışın engellenmesine yönelik delil niteliğindedir.
- (356) **Belge-13/185-187**'te ise Groupe SEB tarafından Hepsiburada'da satış yapan iki bayinin fiyatlarına yükseltmek amacıyla müdahale edildiği anlaşılmaktadır. Ayrıca müdahalenin, internet satışlarının kısıtlanmasına yönelik davranışlarla iç içe geçtiği görülmektedir.
- (357) **Belge-13/188-204**'te çevrim içi kanaldan satış yapan bazı bayilerin listelenerek paylaşıldığı görülmektedir.
- (358) **Belge-28/4-5**'te, Groupe SEB çalışanı tarafından, İlk Adım'ın bir bayisinin düşük fiyattan ürün sattığı tespit edilmekte ve İlk Adım yetkililerine fiyatı yükseltmesi için telkinde bulunmaktadır. İlk Adım yetkileri tarafından hemen müdahale edilmekte ve

ürün satışa kapatılmaktadır. Sonuç olarak Groupe SEB, perakende seviyede, doğrudan ya da dolaylı olarak (distribütör ya da toptancı vasıtasıyla) ürün tedarik ettiği tüm son satıcıların hem satışlarına hem de fiyatlarına müdahale etmektedir.

- (359) **Belge-28/6-7**'de Groupe SEB tarafından çevrim içi pazaryerlerinde düşük fiyattan ürün satan son satıcıların tespit edildiği anlaşılmaktadır. Tespit edilen son satıcılara müdahale edilmesi için İlk Adım çalışanına da e-posta iletilmekte ve müdahale gerçekleştirilerek ürün satışa kapatılmaktadır. Belgenin, soruşturma kapsamındaki iki farklı davranış bakımından da ele alınması mümkündür.
- (360) **Belge-28/8-10**'de İlk Adım yöneticisi tarafından, Rowenta marka elektrikli süpürge grubundan bir ürünün internette yer almaması için müdahale talep edilmektedir. Satış yapılan internet siteleri çalışanlar arasında paylaşılarak internette kaldırılması için uyarılmaktadır. Söz konusu belge, internet satışlarının kısıtlanması bakımından İlk Adım'ın kendi başına gerçekleştirdiği bir müdahaleyi göstermesi bakımından önemlidir.
- (361) **Belge-28/3**'te İlk Adım yetkilisi tarafından bölge satış müdürlerine bir e-posta iletilerek bayilerin Amazon'da yer almaması için destek talep edilmektedir. Bölge satış müdürlerinden, bayileri bu yönde yönlendirmeleri ve takip etmeleri istenmektedir. Söz konusu belge internette gerçekleştirilen satışları kısıtlama amacını göstermesi bakımından önemlidir. Groupe SEB tarafından benzer bir konuda gönderilen **Belge-13/100** ile birlikte değerlendirilmesi gerekmektedir. Zira **Belge-13/100**'de Groupe SEB, bayiler tarafından Amazon'da satış yapılmamasına yönelik bir strateji belirlemektedir. Bu belgede yer alan e-postanın tarihi 25.09.2018 olup **Belge-28/3**'ten bir gün önce gönderilmiştir. Ayrıca **Belge-28/57-63**'te görüldüğü üzere, Groupe SEB'in Amazon konusundaki stratejisi İlk Adım yetkilileri ile paylaşılmıştır. Netice itibarıyla, İlk Adım'dan alınan **Belge-28/3**'ün Groupe SEB'in Amazon konusundaki stratejisinin yansıması olduğu, İlk Adım'ın kendi başına gerçekleştirdiği bir tasarruf olmadığı anlaşılmaktadır.
- (362) **Belge-28/37-42**'de, İlk Adım'ın pazar yerlerinden ve internette gerçekleştirdiği satışların Groupe SEB tarafından engellenmesi söz konusudur. Groupe SEB çalışanları, İlk Adım'a ait çevrim içi pazaryeri mağazalarını ve internet sayfalarını takip etmekte ve raporlamaktadır. E-posta silsilesinin sonunda Groupe SEB yetkilisi tarafından, İlk Adım yöneticilerine e-posta gönderilmekte ve internette gerçekleştirilen satışların sonlandırılması talep edilmektedir. Söz konusu belgeden, Groupe SEB'in internet satışlarının kısıtlanmasına yönelik davranışlar içerisinde olduğu anlaşılmaktadır. Bu kez kısıtlamaya maruz kalan ise distribütör konumundaki İlk Adım firmasıdır.
- (363) **Belge-28/14-15**'te Groupe SEB çalışanları arasında gerçekleştirilen yazışmada bir bayiden bahsedilmekte ve İlk Adım'ın müşterisi olup olmadığının sorulması istenmektedir. Groupe SEB çalışanının durumu İlk Adım yetkililerine bildirmesi üzerine bayinin internette gerçekleştirdiği satışlara müdahale edilmiştir.
- (364) **Belge-28/11-12**'de Groupe SEB'e e-posta gönderilerek İlk Adım yetkilisi tarafından zincir bir mağazanın internette gerçekleştirdiği satışın kaldırılması talep edilmektedir. Groupe SEB çalışanı, talebin gerçekleştiğine ilişkin geri bildirim yapmaktadır. Söz konusu belge, Groupe SEB tarafından gerçekleştirilen, internet satışlarının kısıtlanmasına yönelik davranışları göstermektedir.
- (365) Yukarıda değerlendirilen belgelerden, Groupe SEB'in bazı bayilerine internette satış yapmaması konusunda uyarılarda bulunduğu ve bazı bayilerinin internet satışlarını engellediği anlaşılmaktadır.

(366) Aşağıda söz konusu eylemlere ilişkin örnek niteliği taşıyan ifadeler yer almaktadır:

- “Şenpa Şuan N11 de her üründe neredeyse en ucuz.  
Şenpanın Internet operasyonlarını sonlandırabilir miyiz?” (Belge-13/55).
- “Ekteki brandzone raporunda da görüleceği üzere aşağıdaki müşterilerimiz online platformlarda ürün konumlandırmaya devam etmektedirler.  
Gerekli güncellemeler için desteğiniz.  
Corner: Kuloğlu Züccaciye – Kızılhisar – Yeniev Dünyası  
Shop: Zerda home (Avcı Tarım) – Şenpa  
Distribütör&Toptancı: Arces, Turuncu Elma, Güneş Elektronik (İlkadım Müşterileri)  
LHS: Esme – Banco “ (Belge-13/75-81)
- “İnternet fiyatlarımız neden bozuk ? internette çok fiyat var gibi tartışmaları hergün kendi aramızda bile yaparken,daha yeni açılmış olan ve dünyanın 1 numaralı e-commerce sitesi olan Amazonda ismini bilmediğimiz onlarca müşteri var,  
Ancak daha riskli olanı; değişik kanallara ait ( Corner , Distribütör , Tefal Shop) isimlerini bildiğimiz ve offline müşterimiz olan oyuncuarın da burada ürün satıyor olması.  
Yukarıda da bahsettiğim gibi grubun bu kadar yakından takip ettiği bir dev olan Amazonun kendi elimizde kendi içinde yarattığımız rekabet kısa-orta vadede bize telafisi çok çok zor olan zararlar verecektir.  
Söz konusu bayilerin,ilgili kanal yöneticileri tarafından **Tefal – Rowenta ürünlerinin Amazonda satılmaması** konusunda acilen uyarılarak ürünlerin kaldırılması konusunda acil aksiyon alınmasını rica ediyorum..”  
“Sadece geçmişten bildiklerimden yazıyorum ;  
Arces  
Darkese  
Turuncu elma  
Hedef alışveriş merkezi  
Makroreyon  
Bu ve benzeri gibi ürün verdiğimizizi bildiğimiz noktalara gerekli uyarıyı yapalım lütfen”  
“Arkadaşları uyardık, bizde merkezden takip edeceğiz.”  
“Tefal shopinshop olarak Bursa İpek Çeyiz var sadece benim görebildiğim.  
Onuda Fatih bugün ikaz edecek ve ürünleri kaldırtacak.”  
“Beyler aman dikkat gol yemeyelim çok çok çok önemli konu hiç bir corner müşterisi bizim ürünlerimizi listelemesin amazonda konu yakından takip ediliyor” (Belge-13/100-101, 104, 107; Belge-28/57-63).
- “İki konuyu artık birbirinden ayırmamız lazım , interneti tertemiz yaptık iddiamız yok ama hep beraber elimizden geleni yapıyoruz **geçen yıldan bu tarafa tam**

**17 bayi kapattık** Corner'ın yaklaşık 11 MTRY cirosunu çöpe atıp cover etmeye çalıştık ama Tefalshop ünvanlı bir müşterinin internette bu kadar dominant olması bizi gerçekten yoruyor.”

“Ya herşeyi komple kapat internetten çık ya da Groupe Seb olarak seninle devam etmeyeceğiz dendi. En kötü ihtimal ile 1-1,5 MTL malı geri alıp mağazaları da devredeceğiz” (Belge-13/149-150).

- “Korner bayiler internetten çıktıkça yerini özellikle N11 de Şenpa dolduruyor. Şenpa özelinde fiyatları yükseltmek yerine **internet operasyonlarını sonlandırabilirsek iyi olur.**  
Bu konuda desteğini bekliyorum” (Belge-13/56).
- “Expertise serisinin internet müşterilerine kapanması konusunda sen ne dersin? Benim düşüncem kesinlikle her satış kanalının çok iyi sattığı bu seriyi internette resmen öldürüyoruz. Trendyol'dan sonra hepsiburada'da acaip fiyatlar var. Fiyatları görersen sende üzülürsün.  
Bu konu cidden çok önemli. Bu seri yerine başka seri satabilirler. Expertise serisinin kapatılması için yardımlarını bekliyorum.” (Belge-13/88).
- “Köpüklüm morun fiyatını çok bozan bir bayi vardı araştırdım.  
Kendi yayınladıkları resimlere istinaden İlkadım bayisi olduğunu düşünüyorum.  
Bu ürünü satışını durdurabilir miyiz?” (Belge-13/169).
- “Birdane ile online satış konusunun tekrar konuşulması için desteğin.  
Bu ve diğer 65 Tefal&Rowenta ürününde n11'de satış yapmaya devam ediyor.”  
“Hepsiburada'da da satışa devam etmektedir.  
Tüm online platformlardaki satış stratejimizin bu müşteriyle tekrar konuşulması için desteğin.” (Belge-13/67).
- “bu adamın mağaza çok tehlikeli bir hal almış mösyö, shopun burada marketplace'de oynaması bizim kanal stratejimiz için çok tehlikeli” (Belge-13/52).
- “Sizlerin de desteği ile bir çok satıcı online kanaldan uzaklaştı.” (Belge-13/69).

(367) E-posta iletilerinde yer alan ifadelerden de görüleceği üzere Groupe SEB özellikle düşük fiyatla satış yapan bazı bayilerinin internetten satış yapmasını engellemeye çalışmaktadır. Bu müdahalelerin bir kısmının başarıya ulaştığı görülmektedir. Özellikle bu bayilerin Hepsiburada, N11, Trendyol ve Amazon gibi internet sitelerinden düşük fiyatla satış yapması Groupe SEB'in fiyat politikasını bozduğu gerekçesiyle engellenmektedir.

### I.4.2.3. 4054 Sayılı Kanun'un 4. ve 5. Maddeleri Kapsamında Değerlendirme

- (368) Groupe SEB ve İlk Adım tarafından, bayilerin internet üzerinden satış yapmalarına yönelik getirilen kısıtlamalar 2002/2 sayılı Tebliğ ve Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz kapsamında bir tür pasif satış kısıtlaması niteliğindedir. Pasif satışların kısıtlanması, 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinin (b) ve (c) bentleri kapsamında anlaşmaları grup muafiyeti kapsamı dışına çıkararak sınırlamalardır. Gerek Groupe SEB gerekse İlk Adım'ın dağıtım ağınının seçici dağıtım sistemi niteliğinde olmaması nedeniyle söz konusu teşebbüslerin bayilerin internet satışlarına ilişkin getirdiği kısıtlamalar 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinin (b) bendi kapsamında değerlendirilmelidir. Groupe SEB ve İlk Adım'ın bayileri arasındaki dikey nitelikteki ilişkinin 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında grup muafiyetinden yararlanamayacağı değerlendirilmektedir. Bu nedenle Groupe SEB ve İlk Adım'ın, bayilerin internetten, özellikle pazaryeri niteliğindeki platformlardan satış yapmalarına ilişkin getirdikleri kısıtlamalar 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi uyarınca bireysel muafiyet koşulları bakımından incelenmiştir.
- (369) 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi uyarınca bireysel muafiyetten yararlanabilmek için ikisi pozitif, ikisi negatif toplam dört şartın tamamının birlikte gerçekleşmesi gerekmektedir:
- “(a) Malların üretim veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması,  
(b) Tüketicinin bundan yarar sağlaması,  
(c) İlgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması,  
(d) Rekabetin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlanmaması.”
- (370) 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan ve her biri karşılanmak zorunda olan muafiyet koşullarından ilki malların üretim veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanmasıdır. Daha önce de bahsedildiği üzere, Groupe SEB ve İlk Adım tarafından iki sebeple bayilerin internet satışlarına kısıtlama getirildiği görülmektedir. Bunlardan ilki bayilerin fiyat indirimi yapmalarının engellenmek istenmesi veya indirimli fiyat uygulayan bayilerin satışlarına son verilmek istenmesidir. İkincisi ise, bayilerin özellikle pazaryeri niteliğindeki platformlarda satış yapmasının istenmiyor olmasıdır. Her iki durumda da söz konusu uygulama marka içi rekabetin kısıtlanması sonucunu doğurmaktadır. Bu uygulama ilgili pazarda herhangi bir etkinlik kazanımına sebebiyet vermemekte, tarafların da bu yönde bir savunmaları bulunmamaktadır. İnternet satışlarının kısıtlanmasının marka imajının korunması, bedavacılık sorununun önüne geçilmesi, ürünün dağıtımının niteliğinin artırılması ve/veya kalitenin korunması amacıyla gerçekleştirildiği öne sürülebilse de, mevcut dosyaya konu ürünler ve dağıtım sistemi özelinde böyle bir etkinlik kazanımı bulunmamaktadır. Nitekim Groupe SEB ürünlerinin dağıtım ağında çok fazla sayıda ve nitelikte bayi bulunmaktadır. Marka imajının korunması ve bedavacılık sorununun çözülmesi amacıyla internet satışlarına kısıt getirilmesi daha çok seçici dağıtım sistemi niteliğinde dağıtım sistemine sahip sağlayıcılar tarafından öne sürülmektedir. Dolayısıyla söz konusu uygulamanın Groupe SEB'in ürünlerinin dağıtımında herhangi bir etkinlik kazanımı sunmadığı, bu nedenle Kanun'un 5. maddesinin (a) bendinde yer alan koşulu sağlamadığı değerlendirilmiştir.
- (371) Elde edilen ekonomik iyileşme ve gelişmelerden tüketicilerin de yararlanabilmesi bir anlaşmanın bireysel muafiyetten faydalanabilmesinin ikinci koşuludur. Tüketicinin elde

edeceği fayda, ilgili ürünün/hizmetin fiyatının düşmesi, kalitesinin veya çeşitliliğinin artması, satış sonrası etkin hizmet, tüketicinin ürüne daha kolay ulaşabilmesi, bu ürünün dağıtımında veya hizmetin sunulmasında elde edilen iyileşmenin tüketicie yansması şeklinde olabilir. Söz konusu faydaların, doğrudan sözleşmeye bağlı olarak oluşması, muafiyet talebine konu sözleşme nedeniyle doğacak rekabet kısıtlamasıyla orantılı olması ve makul bir zaman içerisinde tüketicie yansması beklenmektedir.<sup>9</sup> Bayilerin internet üzerinden satış yapamaması tüketicilerin lehine olan bir davranış değildir. Aksine internet üzerinden alışverişin yaygın bir şekilde kullanıldığı günümüzde bu tarz bir engelleme marka içi rekabeti ve tüketici tercihlerini kısıtlamaktadır. İnternet satışlarına ilişkin getirilen kısıtlamanın bir amacının fiyat rekabetinin önüne geçmek olduğu da dikkate alındığında, bu uygulamanın Kanun'un 5. maddesinin (b) bendini karşılamadığı kanaatine ulaşılmıştır.

- (372) Yeniden satış fiyatının tespiti uygulamasında olduğu gibi her ne kadar markalar arası rekabete doğrudan bir etkisi olmasa da Tefal, Rowenta, Moulinex ve Krups markalı ürünlerin bayiler tarafından internetten satışının kısıtlanması marka içi rekabeti kısıtlayıcı niteliktedir. Küçük ev aletleri pazarında çok sayıda teşşebüs faaliyet gösteriyor olsa da özellikle belli ürün gruplarında önemli bir pazar gücüne sahip Groupe SEB ürünlerinin satışına ilişkin marka içi rekabetin kısıtlanmasının Kanun'un 5. maddesinin (c) bendindeki koşulu sağlamayacağı açıktır.
- (373) Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (d) bendine göre anlaşma ile getirilen rekabet kısıtlarının anlaşma sonucunda ortaya çıkan ve tüketicie fayda sağlayan mal veya hizmetlerin üretim ya da dağıtımında iyileşme ile ekonomik veya teknik gelişme için zorunlu olması gerekmektedir. Rekabetin zorunlu olandan fazla sınırlanıp sınırlanmadığına ilişkin değerlendirilmesi gereken husus rekabet kısıtlarının var olduğu durumda, var olmadığı duruma nazaran daha fazla etkinlik sağlayıp sağlamadığıdır.
- (374) Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz'un 28. paragrafında da belirtildiği üzere, sağlayıcının satış kanalı olarak internetin kullanımına yönelik bazı koşullar öngörebileceği belirtilmiştir. Örneğin sağlayıcının, ürünlerinin satışa sunulduğu internet sitesine yönelik kalite koşulları getirebileceği, bunun gibi internetten alışveriş yapan tüketicilere belli hizmetlerin sunulması şartını öngörebileceği ifade edilmiştir. Ancak 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. Benzer şekilde sağlayıcı, alıcının sadece belirli standart ve koşulları karşılayan satış platformları/pazar yerleri üzerinden satış yapmasını isteyebilecektir. Ancak getirilen bu kısıtlamanın amacı, dağıtıcının internet üzerinden satışını ve fiyat rekabetini engellemek olmamalıdır. Bunun gibi, nesnel, tek tip ve ürünün kendine has nitelikleri doğrultusunda şartlar ve gerekçeler öne sürmeden genel olarak platformlardan satışın yasaklanması ihlal olarak değerlendirilmektedir.
- (375) Dolayısıyla söz konusu düzenleme marka imajının zarar görmesi ya da bedavacılık sorununu çözmek ve internet üzerinden yapılan satışların sağlayıcının dağıtım modeliyle uyumlu hale getirilebilmesini sağlamak adına, internet satışlarının bütünüyle yasaklanmasına göre rekabeti çok daha az kısıtlayıcı alternatiflerin olduğuna işaret etmektedir. Bu çerçevede daha az kısıtlayıcı koşulların uygulanması yerine bayilerin internet üzerinden satışının bütünüyle engellenmesi, 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (d) bendinde öngörülen rekabetin gereğinden fazla sınırlanmaması koşulunu sağlamamaktadır.

<sup>9</sup> Muafiyet Kılavuzu, para. 42-45.

- (376) Netice itibarıyla Groupe SEB'in ve İlk Adım'ın bayilerinin internet üzerinden satışlarını kısıtlaması uygulamasının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olduğu ve 5. maddede yer alan dört koşulu sağlamadığı için bireysel muafiyetten yararlanamayacağı sonucuna ulaşılmıştır.

### **I.4.3. Savunmalara İlişkin Değerlendirmeler**

#### **I.4.3.1. Groupe SEB'in Savunmaları ve Değerlendirmeler**

#### **Groupe SEB Tarafından Bir Şirket Politikası Olarak Yeniden Satış Fiyatının Belirlendiği ve Pasif Satışların Kısıtlandığı İddialarına İlişkin Savunmalar**

- (377) Yapılan savunmada, dosya kapsamında yapılan değerlendirmelerde hem yeniden satış fiyatının belirlenmesi hem de pasif satışların kısıtlanmasının bir şirket politikası haline geldiğinin belirtildiği, ancak sunulan fiyatların tavsiye fiyat niteliğinde olduğu, e-posta yazışmalarının ise politika ve strateji belirlemek adına bilgi toplamaya yönelik bilgi alışverişinin yer aldığı yazışmalar olduğu ifade edilmiştir.
- (378) Yukarıda teşebbüsün yeniden satış fiyatının tespiti ve pasif satışların kısıtlanması uygulamalarını gerçekleştirdiğini kanıtlar nitelikte çok sayıda yazışmaya yer verilmiştir. **Belge-13/19-21, Belge-13/22-25, Belge-13/54, Belge-13/100-101, Belge-13/148 ve Belge-13/69**'deki yer alan ifadeler, bu yazışmaların teşebbüsün iddia ettiği üzere yalnızca piyasa şartları gereği fiyat takibi yapmak amacıyla gerçekleştirilmediğini, bir politikanın ürünü olduğunu ve müdahale amacı taşıdığını açık bir şekilde ortaya koymaktadır. Hatta **Belge-13/53**'de bu müdahalenin daha katı olması gerektiğini bildiren ifadeler yer almaktadır. Savunmada her ne kadar bir yaptırım mekanizmasının öngörülmediği veya bir yaptırım uygulamasının hayata geçirilmediği iddia edilmiş olsa da **Belge-13/55, Belge-13/44, Belge-28/35-36 ve Belge-13/149-150**'deki ifadeler yaptırım amacını net bir şekilde ortaya koyar niteliktedir.

#### **Bayilik Sözleşmelerinin İhlal Teşkil Etmediğine İlişkin Savunmalar**

- (379) Savunmada, bayileri ile imzalanan sözleşmelerde yeniden satış fiyatının tespitine veya pasif satışların kısıtlanmasına yönelik herhangi bir kısıtlamanın veya yaptırımın yer almadığı, Groupe SEB'den talimat alınacağına dair dahi bir hükmün bulunmadığı ve sözleşmede yer almayan bir hususun da bayilere dayatılmasının söz konusu olamayacağı, yeniden satış fiyatının tespitinin rekabetçi bir endişe doğurabilmesi için sistematik ve düzenli olması gerektiği, mevcut dosyada sistematik bir uygulama bulunduğu ilişkin herhangi bir bulgunun yer almadığı ifade edilmiştir.
- (380) Groupe SEB'in dağıtım sisteminde yer alan teşebbüslerle imzaladığı sözleşmelerde yeniden satış fiyatının tespitine yönelik doğrudan ya da dolaylı bir hüküm ve koşul bulunmadığı hususuna dosya kapsamında yapılan değerlendirmelerde yer verilmiştir. Ancak ihlal tespitinde bulunabilmek için sözleşmede bu yönde bir hükmün bulunması zorunlu değildir. Yerinde inceleme belgelerinde, fiyatların aşağı çekilmesi yönündeki müdahaleler ve çevrim içi kanaldan satış yapılmasının önüne geçildiği görülmektedir.
- (381) Diğer taraftan savunmada söz konusu uygulamaların sistematik olması gerektiği ve mevcut dosya bakımından böyle bir durumun gerçekleşmediği iddia edilmekteyse de yerinde incelemede elde edilen belgelerin kapsadığı zaman dilimi dikkate alındığında iddia konusu uygulamaların uzunca bir süre devam ettiği görülmektedir.



### **İhlalin Gerçekleşmediğine Yönelik Savunmalar**

- (382) Yapılan savunmada, dosya kapsamında yapılan tespit ve değerlendirmelerin amaç ve etki tartışmaları çerçevesinde şekillendiği ve başka bir incelemenin yapılmadığı, pazarda markalar arası yoğun bir rekabetin yaşandığı ve fiyatın pazardaki rekabet sonucunda belirlendiği, pazar yapısı içerisinde yeniden satış fiyatının tespit edilmesinin mümkün olmadığı ifade edilmiştir.
- (383) Dosya kapsamında soruşturma sürecinde detaylı incelemeler yapılmış ve soruşturma tarafı teşebbüslerin eylemleri hem amaç hem de etki yönünden değerlendirilmiştir. Yeniden satış fiyatının tespiti çoğunlukla amaç yönünden ihlal olarak kabul edilmekte, 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında grup muafiyetinden yararlanmadığı gibi, 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi çerçevesinde bireysel muafiyet alması da çoğunlukla mümkün olamamaktadır. Bununla birlikte dosya kapsamında yapılan inceleme ayrıca Ekonomik Analiz ve Araştırma Dairesi tarafından hazırlanan raporu ve buna ilişkin değerlendirmeleri de içermektedir.
- (384) Yeniden satış fiyatının tespitinin, rekabet ihlali olarak değerlendirilebilmesi için amacının ortaya konulması yeterli olmaktadır. Bu tür davranışların amaç yönünden rekabeti kısıtladığı kabul edilmekte ve etki temelli analizler ikinci planda kalmaktadır. Dolayısıyla yeniden satış fiyatının belirlenmesinin pazarın dinamik yapısı itibarıyla mümkün olmadığı şeklindeki savunmanın da yerinde olmadığı değerlendirilmektedir.

### **İktisadi Analiz Kapsamında Sunulan Savunmalar**

- (385) Yapılan savunmada, Ekonomik Analiz ve Araştırma Dairesi tarafından yapılan iktisadi analizlerin ihlalin bulunmadığını ortaya koyduğu, yapılan analizde perakende satış fiyatlarının tavsiye fiyatlardan ortalama %(.....) oranında sapma gösterdiğinin görüldüğü, raportörlerce yapılan %(.....)'luk oranın düşük olduğuna ilişkin yorumun somut bir veriye dayandırılmadığı, çevrim içi satış kanallarında %(.....)'e yükselen sapmaya ilişkin ise herhangi bir yorumun yapılmadığı, iktisadi analiz sonuçları ile raportörlerin yorumlarının çeliştiği, iktisadi analizlerde ortalama sapma değerlerinin mutlak değer olarak alınmamasına rağmen yüksek çıktığı, doğru yöntemin uygulanması durumunda sapmaların çok daha yüksek çıkacağı, soruşturma sürecinde sunulan ilk iktisadi analiz raporu kapsamında Groupe SEB ürünlerindeki fiyat hareketlerinin istatistiksel olarak pazar genelindeki davranışa uyumlu bir yapı izlediği, Groupe SEB ürünlerinin perakende fiyatlarında belirleyici olan unsurun pazardaki rekabet olduğu, ikinci yazılı savunma kapsamında sunulan iktisadi analiz raporunda 2018 ve 2019 yıllarında her bir ürün bazında Groupe SEB'in bağımsız nihai satış noktalarının tüketiciye satış fiyatlarının tavsiye fiyatlardan ne derece farklılaştığının ortaya konulduğu, Groupe SEB'in tavsiye fiyatların tam olarak tespit edilebilmesi için satış noktalarını iki gruba ayırdığı, referans grupta yer alan noktaların Groupe SEB'in kontrolünde olan ve tavsiye fiyatların dışında satış yapamayan noktaları içerdiği, kontrol grubunun ise tavsiye fiyatlara uyup uymamakta serbest olan satış noktaları olduğu, analizlerde referans grup nihai satış fiyatı ile kontrol grup nihai satış fiyatı arasında bir sapma olup olmadığının araştırıldığı, söz konusu raporun yeniden satış fiyatının belirlenmediğini ortaya koyduğu, ilgili rapor kapsamında tavsiye fiyattan yüksek sapma oranlarının ihlalin mevcut olmadığını kanıtı olduğu, hem dönemsel hem de ürün grupları bazında Groupe SEB satış noktalarının nihai tüketiciye satış fiyatını belirlemede bağımsız olduğunun matematiksel ve istatistiksel olarak tespit edildiği ifade edilmiştir.
- (386) Groupe SEB tarafından iletilen ilk iktisadi analiz raporunda teşebbüsün ürünlerindeki fiyat hareketlerinin pazar genelindeki davranışlarla uyumlu olduğu iddia edilmekle

birlikte bu analiz Groupe SEB'in davranışlarının pazarda etki göstermediğini ortaya koyamamaktadır. Groupe SEB tarafından savunma kapsamında iletilen ikinci iktisadi analiz raporunda ise 2018 ve 2019 yılları için Groupe SEB'in bağımsız bayileri tarafından uygulanan fiyatların tavsiye edilen fiyatlardan sapma oranları incelenmiştir. 2018-2019 dönemi için aylık ortalama fiyat sapmalarının %(...) ile %(...) arasında değiştiği tespit edilmiştir. Söz konusu sapma oranlarının yüksek olduğu değerlendirilerek Groupe SEB tarafından bayilerin yeniden satış fiyatının belirlenmediği sonucuna ulaşılmıştır. Ancak Ekonomik Analiz ve Araştırma Dairesi tarafından hazırlanan raporda olduğu gibi ulaşılan değerlerin belli bir objektif referans değerinin olmaması nedeniyle teşebbüsün eylemlerinin etki doğurduğuna veya etkisinin olmadığı sonucuna ulaşabilmek mümkün olmamıştır. Kaldı ki etkinin ortaya çıkmadığı kabul edilse dahi Groupe SEB'in davranışlarının amaç yönüyle rekabeti kısıtladığı açık olduğu için ihlalin ortaya çıktığı hususunda şüphe bulunmamaktadır. Dolayısıyla teşebbüs tarafından sunulan iktisadi analizler neticesinde ulaşılan sonuçların, ihlalin olmadığını tek başına ortaya koyabilmesi mümkün değildir. Yeniden satış fiyatı tespitinin 4054 sayılı Kanun kapsamında amaç ihlali olması ve 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında ağır ihlal arasında sayılması ve yerinde incelemede elde edilen belgelerin Groupe SEB'in davranışlarını açık ve net bir şekilde ortaya koyması nedeniyle, Groupe SEB tarafından yapılan analizin bulguları dosya kapsamında ulaşılan sonuçları değiştirmemiştir.

### **Muafiyet Değerlendirmesi Kapsamında Sunulan Savunmalar**

- (387) Yapılan savunmada, yeniden satış fiyatının belirlenmesi ve pasif satışın yasaklanması eylemlerinin bireysel muafiyet şartlarını taşıyıp taşımadığının yeterince incelenmediği, muafiyet değerlendirme yapılırken öncelikle pazar tanımının doğru biçimde yapılması gerektiği, Groupe SEB'in davranışlarının amacının, ürünlerin maliyetinin altında satılmasının ve çeşitli kampanyalar yoluyla haksız şekilde kâr elde edilmesinin engellenmesi olduğu, maliyetin altında satış stratejisinin hem marka algısı hem de marka içi rekabet açısından sürdürülebilir olmadığı, bunun hem bayinin hem dağıtım sisteminin zarar görmesine sebebiyet vereceği, bu durumun da dağıtım sisteminin devamlılığını olumsuz yönde etkileyebileceği, dağıtıcı bayilerin internet üzerinden perakende satışlarının sınırlandırılmasının malların dağıtımında yeni gelişme ve iyileşmeler sağlayıp sağlamadığı, perakende satışları olumlu/olumsuz yönde etkileyip etkilemediği yönünde herhangi bir veriye yahut herhangi bir bilgiye dayanmaksızın veya bu hususta herhangi bir inceleme yapılmaksızın, doğrudan bireysel muafiyet koşulunun sağlanmadığının belirtilmesinin hukuki dinlenme hakkının ihlali niteliğinde olduğu, muafiyet kapsamındaki tüketici yararında tek kriterin fiyat olmadığı, özellikle internet üzerinden yapılan ve alıcı ile satıcının birbirini fiziken görmediği satışlarda marka imajı, ürün kalitesi, sahtecilik gibi hususlara çok daha fazla dikkat edilmesi gerektiği, sadece fiyata odaklanmak yerine Groupe SEB'in ürünlerinin nihai tüketici profili, ülkenin demografik yapısı, fiyat dışındaki önemli tüketici yararı etkenleri, ürünlerin elektrikli alet olma özelliği gibi çok sayıda hususun dikkate alınması gerektiği dolayısıyla bireysel muafiyet değerlendirmesinin hatalı olduğu, yeniden satış fiyatının belirlenmesinin doğrudan marka içi rekabeti ortadan kaldıracağı yönündeki tespitin hatalı olduğu, Groupe SEB'in faaliyette bulunduğu pazarda markalar arası rekabetin yoğun olduğu, bayilerin internet üzerinden satışının engellenmesi gibi bir durumun söz konusu olmadığı, Groupe SEB'in marka içi rekabetin temin edilmesi ve etkinlik kazanımının sağlanması yönünde ölçülü davrandığının yeterli şekilde irdelenmediği ifade edilmiştir.

- (388) Dosya kapsamında yeniden satış fiyatının belirlenmesi ve pasif satışın yasaklanması eylemlerine ilişkin bireysel muafiyet değerlendirmesi yapılmış ve gerekli şartları taşımadığı gerekçesiyle bireysel muafiyetten yararlanılamayacağı kanaatine ulaşılmıştır. Savunma kapsamında Groupe SEB tarafından ifade edilen, ürünlerin maliyetin altında satılarak haksız kâr elde edilmesini engellemek ve marka algısını korumak şeklindeki gerekçeler yeniden satış fiyatını belirleme davranışını haklı kılabilecek hususlar olmadığı gibi bunların etkinlik kazanımı ile ilişkisi de bulunmamaktadır. Groupe SEB tarafından söz konusu eylemlerin ortaya çıkardığı etkinlik kazanımı veya tüketici yararı somut bir şekilde ortaya konulamamıştır.
- (389) Yapılan değerlendirmeleri değiştirmeyeceği için soruşturma kapsamında kesin bir ilgili pazar tanımı yapılmasına gerek görülmemiş ancak değerlendirmeler “*küçük ev aletleri pazarı*” esas alınarak yapılmıştır. Muafiyet değerlendirmesi yapılırken pazar tanımının doğru biçimde yapılmadığı şeklindeki savunma yerinde görülmemiştir.
- (390) Yeniden satış fiyatının belirlenmesi, doğrudan marka içi rekabeti ortadan kaldırmaya yönelik bir sınırlamadır. Ürün fiyatlarının yükseltilmesine yönelik bu sınırlama marka içi rekabeti kısıtlayacak niteliktedir. Bu anlamda yeniden satış fiyatının belirlenmesinin doğrudan marka içi rekabeti ortadan kaldıracığı yönündeki tespitin hatalı olduğu şeklindeki savunmaya katılmak mümkün değildir. Benzer şekilde Groupe SEB’in faaliyette bulunduğu pazarda markalar arası rekabetin yoğun olduğu şeklindeki savunma da yerinde değildir. İlgili pazarda yoğun rekabetin olması ihlali ortadan kaldırmayacaktır.

### **Pasif Satışların Yasaklanması Eylemlerinin Per Se İhlal Olarak Değerlendirilmesinin Hatalı Olduğu Savunması**

- (391) Savunmada, Groupe SEB’in bayileri ile akdettiği sözleşmelerde pasif satışların engellenmesine yahut yeniden satış fiyatının tespitine yönelik bir ibare bulunmadığı, soruşturmaya dayanak teşkil eden kimi yazışmalardaki münferit uygulamaların yegane amacının tüketici nezdinde farklı bir yeri olan marka değerinin belirlenen standardın altına inmesini engellemek olduğu, isnat edilen söz konusu uygulamaların per se ihlal olarak değerlendirilmesi için dosya kapsamında yeterli verinin mevcut olmadığı, Groupe SEB ürünlerinin belirli bir fiyatın altında satışa sunulması, tüketicinin ilerleyen dönemlerde sahte, ayıplı, kusurlu ve Groupe SEB kalitesini içermeyen ürünlerin de Groupe SEB ürünlerinden olduğu algısı ile yönelmesine yol açabileceği, atıf yapılan e-posta yazışmalarının perakende seviyesinde satış yapan bayilerinin ya da bayi kanalı dışı yeniden satıcılarının internet üzerinden satışlarını hiçbir şekilde kısıtlamadığı, internet satışlarının kısıtlandığına ilişkin olarak atıf yapılan yazışmaların yalnızca bayilerin maliyetlerinin altında bir fiyatla yaptıkları internet satışlarına ilişkin olduğu, bayilerin cevabi yazılarında da maliyet altına satış yapıldığına işaret edildiği, Groupe SEB tarafından pasif satışların doğrudan kısıtlandığına ve per se ihlal söz konusu olduğuna dair bir değerlendirme yapılmasının mümkün olmadığı ifade edilmiştir.
- (392) Dosya kapsamında yapılan incelemelerde hem yeniden satış fiyatının tespitine hem de pasif satışların engellenmesine ilişkin birçok belge elde edilmiştir. Bu iki davranış şeklinin bazı durumlarda münferiden gerçekleştirildiği bazı durumlarda ise iç içe geçtiği görülmektedir. Bu bakımdan Groupe SEB’in bayileri ile akdettikleri sözleşmelerde bu davranışlara yönelik hüküm yer almasa da elde edilen tüm belgeler, bu davranışların dolaylı yollarla gerçekleştirildiğini göstermektedir. Kılavuz’un 18. paragrafında ise sağlayıcı teşebbüslerin akdetmiş oldukları dikey anlaşmalara açık hüküm koymak suretiyle alıcıların satış fiyatını doğrudan belirlemelerinin yanı sıra aynı ihlali değişik uygulamalar vasıtasıyla dolaylı yollardan da gerçekleştirebilecekleri belirtilmektedir.

(393) Yeniden satış fiyatının tespiti ve pasif satışların engellenmesi davranışlarının dosya kapsamındaki minvalde uygulanmasının, marka imajının korunması amacına ulaşmak bakımından ölçülü olmadığı değerlendirilmektedir. Diğer taraftan; sahte, ayıplı, kusurlu ve Groupe SEB kalitesini içermeyen ürünlerin ortaya çıkabileceği algısının, piyasada gerçekten var olması faraziyesinde bile söz konusu savunmanın yapılması mümkün değildir. Çünkü bu gibi durumlarda; tüketici, ticaret ya da fikri mülkiyet hukuku düzenlemelerinin kişilerin sahip olduğu haklar kapsamında koruma sağladığı bilinmektedir. İşaret edilen şekilde bir hukuka aykırılığı engellemek için başka bir hukuka aykırılık gerçekleştirilmesinin kabul edilmesi mümkün değildir. Nitekim pek çok belgede, internet üzerinden gerçekleştirilen satışların kısıtlandığına yönelik emareler yer almaktadır. Bu satışların maliyet altında gerçekleşen satışları engellemekten ziyade, perakende seviyede istikrar sağlamayı amaçladığı açıkça görülmektedir.

#### **4054 Sayılı Kanun'un 9. Maddesinin Üçüncü Fıkrasının Uygulanmamasının Hukuka Aykırı olduğu Savunması**

- (394) Savunmada, pazarda markalar arası rekabetin yoğun olduğu, Groupe SEB'in gücünün hissedilir seviyede olmadığı iktisadi analizlerle ortaya konulduğu, 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrasının uygulanmamasının hukuka aykırı olduğu, ifade edilmiştir.
- (395) Pazarın dinamik olduğu, çok sayıda oyuncunun faaliyet gösterdiği şeklindeki savunmalar ihlalin varlığını ortadan kaldırmamakta ve dosya kapsamında ulaşılan sonuçları etkilememektedir. Groupe SEB'in pazardaki çok sayıda oyuncular arasında önemli bir konumda olduğu görülmektedir. Özellikle ütü, buharlı ütü, yiyecek hazırlama kategorilerde önemli pazar paylarına sahip olduğu anlaşılmaktadır. Ürün grubu bazında bakıldığında, bazı gruplar için pazar lideri konumunda olduğu görülmektedir.
- (396) Kurul kararlarına ilişkin değerlendirme yapılırken pazar yapısı, ihlali iddiasının muhatabı konumundaki teşebbüsün pazardaki konumu ve hukuka uygun olarak elde edilmiş delillerin ispat standardı dikkate alınmalıdır. Kurul tarafından 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası kapsamında görüş gönderilen kararların değerlendirmesi bu kapsamda yapılmalıdır. Hukuki belirlilik ilkesine göre, kanuni düzenlemelerin kişiler ve idareler nezdinde şüpheye mahal bırakmayacak şekilde açık ve anlaşılır olması gerekmektedir. Kurul tarafından daha önceden verilen kararların yukarıdaki hususlara göre değerlendirildiği izahıtan varestedir.

#### **1.4.3.2. İlk Adım'ın Savunmaları ve Değerlendirmeler**

#### **Bayilerle Akdedilen Sözleşmelerde Rekabeti Kısıtlayıcı Herhangi Bir Hükmün Bulunmadığı ve İddia Konusu Eylemlerin Sistemik ve Düzenli Olmadığına İlişkin Savunmalar**

- (397) Savunmada, İlk Adım'ın bayilerle imzalamış olduğu sözleşme hükümlerinin bayiler açısından rekabet endişesi yaratabilecek herhangi bir sınırlama içermediği, iddia konusu eylemlerin ne sözleşme ile ne de dolaylı yollardan gerçekleştirildiği, uygulamaların sistemik ve düzenli olması gerektiği, yerinde incelemede elde edilen belgelerin ortalama mail trafiğinin çok altında olduğu, pazarın hareketliliği ve firmanın ve bayilerin ekonomik faaliyetleri dikkate alındığında sayı olarak da içerikte yer alan ürün sayısı olarak da teşebbüsün amacının rekabeti engellemek olduğu tespitinin kabulünün mümkün olmayacağı ifade edilmiştir.
- (398) İhlal tespitinde bulunabilmek için akdedilen sözleşmelerde böyle bir hükmün varlığı şart değildir. OECD'nin konu ile ilgili yaptığı değerlendirmelerde, yeniden satış fiyatının rekabet hukuku kapsamında bir ihlal olarak ele alınabilmesi için, perakendecinin tespit

edilen fiyattan sapması durumunda yaptırım uygulanacağı (örneğin, tespit edilen fiyattan sapılması durumunda arzın kısıtlanacağı, bayilik sözleşmesinin sona erdirileceği gibi) dayatılması gerekliliği öne çıkmaktadır. Söz konusu durum mevcut dosya bakımından elde edilen yerinde inceleme belgelerinde fiyatların aşağı çekilmesi yönündeki müdahaleler ve çevrimiçi kanaldan satış yapılmasının önüne geçilmesi olarak tezahür etmektedir. Diğer taraftan Komisyon kararlarına bakıldığında, her zaman bu minvalde bir değerlendirme yapılmadığı ve yeniden satış fiyatı tespitinin amaç bakımından bir rekabet ihlali olarak ele alındığı görülmektedir. Söz konusu hususun mevcut dosya bakımından yerinde incelemede elde edilen ve yukarıda içeriklerine yer verilen e-posta yazışmalarına ilişkin yapılan değerlendirmelerde şüpheye yer bırakmayacak şekilde ortaya konulduğu değerlendirilmektedir.

- (399) Özetle yeniden satış fiyatının tespitinin, rekabet ihlali olarak değerlendirilebilmesi için amacın ortaya konulması yeterlidir. Bu tür davranışların amaç yönünden rekabeti kısıtladığı kabul edilmekte ve etki temelli analizler ikinci planda kalmaktadır. Dolayısıyla rekabeti kısıtlayıcı etki doğuran eylemde bulunulmasının pazarın hareketliliği itibarıyla mümkün olmadığı şeklindeki savunmanın yerinde olmadığı değerlendirilmektedir.

**Tavsiye Fiyat Listelerine Uyulması Yönündeki Taleplerin Marka İmajının Korunması, Dağıtımın Niteliği ve Kaliteyi Korumak Amaçlı Geçici Önlemler Olduğu, Amacın Rekabetin Kısıtlanması Olarak Yorumlanamayacağı Hususlarına İlişkin Savunmalar**

- (400) Savunmada, fiyatların düzenlenmesine ilişkin taleplerin müdahale değil yalnızca talep niteliğinde olduğu ve tavsiye fiyat niteliğindeki fiyatlara uyulmadığı takdirde teslimatın geciktirilmesi, askıya alınması veya anlaşmanın sona erdirilmesi şeklinde bayilerin tehdit edilmesi yönünde herhangi bir uygulamanın olmadığı, amacın tamamen dağıtımın niteliği, kalitesi ve marka imajının korunması olduğu ve fiyat düşürenler için bu amaçla geçici önlemler alındığı, fiyat farklılıklarının sistemsel olarak takibinin yapılmadığı ve bunu sağlayacak bir düzeneğin de bulunmadığı, bayilerin fiyatlarına müdahale edildiği yönündeki tek delilin Groupe SEB ile İlk Adım arasındaki yazışmalar olduğu, bu yazışmaların ihlal tespitinde yeterli olmayacağı ve etkisinin de dikkate alınmadığı, bayilerin görüşlerinin baskı yapılmadığı yönünde olmasına rağmen bu hususun da ihlalin varlığı başta kabul edildiği için göz önüne alınmadığı ifade edilmiştir.
- (401) İlk Adım birinci yazılı savunmasında da bayilerinin fiyatlarını tavsiye fiyat listesindeki fiyatlara çekilmesi yönünde uyarılarda bulunduğunu kabul etmekle birlikte marka imajının korumasına yönelik sorumluluğu gereği bu eylemleri gerçekleştirdiğini ifade etmiştir. Yukarıda detaylı olarak yer verildiği üzere buradaki aracılık ilişkisi önem kazanmaktadır. Bu noktada ekonomik olarak bağımsız karar verebilen bir teşebbüs olan İlk Adım'ın davranışlarının sorumluluğu yine İlk Adım'a ait olacaktır. Elde edilen delillerin de Groupe SEB ile olan yazışmalar olması bu anlamda normal karşılanacaktır. Zira İlk Adım açısından incelenen davranışlar söz konusu aracılık ilişkisine ilişkindir. Diğer yandan fiyat takibinin yapılması için herhangi bir programa gerek olmamakla birlikte söz konusu uyarıların çoğunun Groupe SEB tarafından iletildiği ve söz konusu takibin hâlihazırda Groupe SEB tarafından yapıldığı görülmektedir. Bununla birlikte Groupe SEB tarafından herhangi bir uyarı olmaksızın da gerçekleştirilen uygulamalar da mevcuttur (**Belge-28/13**). Yerinde inceleme belgelerinde net bir şekilde fiyat takibi yapıldığı, kimi zaman fiyatların istenilen seviyelere çekilmesinin kimi zaman da ürünün tamamen satıştan kaldırılmasının sağlandığı görülmektedir. Groupe SEB tarafından fiyat takibi yapılması talep edilerek

sorun görülmesi halinde fiyatların hangi seviyeye getirileceğinin bildirildiği ve sorun tekrar yaşandığı durumda ise müşteriye yaptırım uygulanacağına açıkça belirtildiği örnekler de mevcuttur (**Belge-28/35-36**). Dolayısıyla bu başlık altında yer verilen savunmalara katılmak mümkün olmamıştır.

### **Muafiyet Değerlendirmesine İlişkin Savunmalar**

- (402) Savunmada, 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4(a) ve 4(b) bentlerinin her ikisinin de anlaşmaları grup muafiyeti kapsamı dışına çıkaracak unsurlar olarak sayılmasına rağmen 4(b) bendinin amaçsal olarak rekabeti kısıtlayıcı kabul edilmezken 4(a) bendinin hiçbir inceleme yapılmadan amacının rekabeti kısıtlamak olduğunun öne sürülmesinin hatalı olduğu, iddiaya konu davranışların muafiyet değerlendirilmesi yapılırken yüzeysel hareket edildiği ifade edilmiştir.
- (403) Yukarıda detaylı olarak yer verildiği üzere ihlale konu yeniden satış fiyatının belirlenmesi ve pasif satışın yasaklanması eylemlerine ilişkin bireysel muafiyet değerlendirmesi yapılmış ve ilgili şartları taşımadığı gerekçesiyle söz konusu eylemlerin bireysel muafiyetten yararlanmadığı değerlendirilmiştir. Bununla birlikte İlk Adım tarafından söz konusu eylemlerin ortaya çıkardığı etkinlik kazanımı veya tüketici yararı somut bir şekilde ortaya konulamamış yalnızca Soruşturma Raporu'nda yeterince inceleme yapılmadığı şeklinde savunma yapmakla yetinilmiştir. Dolayısıyla muafiyet değerlendirmesinin yüzeysel olarak yapıldığına ilişkin savunmaya katılmak mümkün değildir.

### **İddia Konusu Eylemler Bakımından 4054 sayılı Kanun'un 9. Maddesinin Üçüncü Fıkrasının Uygulanmasının Gerekliliğine İlişkin Savunmalar**

- (404) Savunmada, iddia konusu eylemler bakımından 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrasının uygulanmasının gerektiği, soruşturma kapsamı internet pazarına ilişkin olduğundan yapılacak değerlendirmede esas alınması gereken pazarın, internet pazarı ile sınırlı olması nedeniyle orantılı değerlendirme yapılması gerektiği ifade edilmiştir.
- (405) Rekabet Kurulu tarafından alınan az sayıda kararda 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uygulanmış olmakla birlikte, bu kararların yeniden satış fiyatının amaç yönünden rekabeti kısıtlamadığı sonucuna ulaştıkları şeklinde yorumlanmaması gerekmektedir. Söz konusu kararlarda elde edilen deliller ve pazarın yapısı gibi hususlar kendine özgü niteliktedir ve dosya özelinde değerlendirilmelidir. Nitekim Kurulun son dönemde aldığı bazı kararlarda da teşebbüslere yeniden satış fiyatını belirleyerek 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettikleri gerekçesiyle idari para cezası verilmiştir.

#### **I.4.4. İdari Para Cezasına İlişkin Değerlendirme**

- (406) 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrasında "*Bu Kanun'un 4, 6 ve 7 nci maddelerinde yasaklanmış davranışlarda bulunanlara, ceza verilecek teşebbüs ile teşebbüs birlikleri veya bu birliklerin üyelerinin nihai karardan bir önceki mali yılsonunda oluşan veya bunun hesaplanması mümkün olmazsa nihai karar tarihine en yakın mali yılsonunda oluşan ve Kurul tarafından saptanacak olan yıllık gayri safi gelirlerinin yüzde onuna kadar idarî para cezası verilir*" hükmüne yer verilmiştir.
- (407) Groupe SEB'in ve İlk Adım'ın nihai satış noktalarında yeniden satış fiyatını belirleyerek ve söz konusu satış noktalarının internet siteleri üzerinden gerçekleştirdikleri çevrim içi satışları kısıtlayarak, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettikleri ve bu kapsamda

aynı Kanun'un 16. maddesi uyarınca bahse konu teşebbüsler hakkında idari para cezası uygulanması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

- (408) Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik'in (Ceza Yönetmeliği) "*Para cezasının belirlenmesine ilişkin ilkeler*" başlıklı 4. maddesine göre; teşebbüslere verilecek nihai para cezası miktarı belirlenirken öncelikle Yönetmeliğin 5. maddesi çerçevesinde temel para cezası belirlenmelidir. Ceza Yönetmeliği'nin temel para cezasını düzenleyen 5. maddesinin birinci 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 bağlamda Yönetmeliğin 5. maddesinde temel para cezasının hesaplanması bakımından "karteller" ve "diğer ihlaller" şeklinde bir ayırım yapılmıştır. Yönetmeliğin 3. maddesinde ise her iki kavramın da tanımlarına yer verilmektedir. Bu düzenlemeye göre kartel, "*Fiyat tespiti, müşterilerin, sağlayıcıların, bölgelerin ya da ticaret kanallarının paylaşılması, arz miktarının kısıtlanması veya kotalar konması, ihalelerde danışıklı hareket konularında, rakipler arasında gerçekleşen, rekabeti sınırlayıcı anlaşma ve/veya uyumlu eylemleri*" ifade etmektedir. Diğer ihlaller ise, "*Kartel tanımı dışında kalan, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanunun 4 üncü ve 6 ıncı maddelerinde yasaklanmış davranışlar*" şeklinde tanımlanmıştır. Buna göre Groupe SEB'in ve İlk Adım'ın 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği tespit edilen eylemleri, "diğer ihlaller" kategorisinde değerlendirilmiştir.
- (409) Ceza Yönetmeliğin 5. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca temel para cezasının belirlenmesinde ilgili teşebbüslerin "*piyasadaki gücü, ihlal neticesinde gerçekleşen veya gerçekleşmesi muhtemel zararın ağırlığı*" gibi hususların dikkate alınarak temel para cezası oranı Groupe SEB için %(...), İlk Adım için %(...) olarak belirlenmiştir.
- (410) İhlale konu eylemler yeniden satış fiyatının tespiti ve internet satışlarının kısıtlanmasıdır. Kanun'un 4. maddesine aykırı olan bu eylemler Ceza Yönetmeliği'nin 4. maddesinin (a) bendine göre 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 niteliğindedir. Özellikle Groupe SEB tarafından gerçekleştirilen eylemler aynı amaca hizmet eden ve iç içe geçmiş davranışlar olarak karşımıza çıkmakta ve marka içi rekabetin kısıtlanması sonucunu doğurmaktadır. Nitekim yerinde inceleme alınan belgelerin bazılarında internet satışlarına ilişkin getirilen kısıtlamaların, yeniden satış fiyatının tespitine müdahalenin bir unsuru olduğu görülmektedir.
- (411) Yönetmeliğin 5. maddesinin üçüncü fıkrasına göre, birinci fıkraya göre belirlenen belirlenen para cezası miktarı bir yıldan uzun, beş yıldan kısa süren ihlallerde yarısı oranında, beş yıldan uzun süren ihlallerde ise bir katı oranında artırılır. Soruşturma kapsamında tespit edilen yeniden satış fiyatının belirlenmesi ve internet satışlarının kısıtlanması uygulamalarının Groupe SEB tarafından 2013 yılından itibaren uygulanmaya başlandığı ve 2020 yılına kadar devam ettiği anlaşılmıştır. Bu bağlamda ihlale konu eylemlerin Groupe SEB için beş yıldan uzun sürmesi nedeniyle adı geçen teşebbüse ilişkin temel para cezası, Ceza Yönetmeliğinin 5. maddesinin üçüncü fıkrasının (b) bendine göre bir katı oranında artırılmış ve %(...) olarak belirlenmiştir.
- (412) Dosya kapsamında değerlendirilen belgelerden, ihlale konu eylemlerin İlk Adım tarafından 24.03.2015 tarihinden itibaren başladığı ve son belge tarihi olan 18.12.2019 tarihine kadar sürdürüldüğü anlaşılmıştır. Bu bağlamda karara konu eylemlerin İlk

Adım tarafından bir yıldan uzun, beş yıldan kısa sürmüş olması nedeniyle adı geçen teşebbüse ilişkin olarak belirlenen temel para cezası Yönetmeliğin 5. maddesinin üçüncü fıkrasının (a) bendi uyarınca yarısı oranında artırılmış ve %(.....) olarak belirlenmiştir.

## J. SONUÇ

(413) 13.02.2020 tarihli ve 20-10/109-M sayılı Kurul kararı uyarınca yürütülen soruşturma ile ilgili olarak düzenlenen Rapor'a ve Ek Görüş'e, toplanan delillere, yazılı savunmalara, sözlü savunma toplantısında yapılan açıklamalara ve incelenen dosya kapsamına göre,

1- Groupe SEB İstanbul Ev Aletleri Ticaret A.Ş. ve İlk Adım Dayanıklı Tüketim Malları Elektronik Tekstil İnşaat ve İletişim Hiz. San. Tic. Ltd. Şti.'nin nihai satış noktalarının yeniden satış fiyatlarını belirlemek ve internet sitelerinden gerçekleştirilen satışlarını kısıtlamak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiklerine,

2- Bu nedenle, 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 ve ikinci fıkrası ile

a) üçüncü fıkrasının (b) bendi hükümleri uyarınca 2020 mali yılı sonunda oluşan ve Kurul tarafından belirlenen yıllık gayri safi gelirlerinin takdiren, %(.....) oranında olmak üzere,

- Groupe SEB İstanbul Ev Aletleri Ticaret A.Ş.'ye 26.962.219,23 TL,

b) üçüncü fıkrasının (a) bendi hükümleri uyarınca 2020 mali yılı sonunda oluşan ve Kurul tarafından belirlenen yıllık gayri safi gelirlerinin takdiren, %(.....) oranında olmak üzere,

- İlk Adım Dayanıklı Tüketim Malları Elektronik Tekstil İnşaat ve İletişim Hiz. San. Tic. Ltd. Şti.'ye 646.576,34 TL

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