

**MOTORLU TAŞITLAR SEKTÖRÜNDE REKABET:  
DAĞITIM ve AB DÜZENLEMELERİ**

*UYGAR GAZİOĞLU*

**ANKARA 2005**

## İÇİNDEKİLER

SUNUŞ  
KISALTMALAR  
GİRİŞ

### Bölüm 1 MOTORLU TAŞITLAR SEKTÖRÜ ve AB'de DAĞITIMA İLİŞKİN GEÇMİŞ DÜZENLEMELER

- 1.1. MOTORLU TAŞITLAR SEKTÖRÜ
  - 1.1.1. Motorlu Taşıt Dağıtım
  - 1.1.2. Satış Sonrası Hizmetler ve Yedek Parça Dağıtım
- 1.2. DAĞITIMIN AB REKABET HUKUKU ÇERÇEVESİNDE DÜZENLENMESİ
  - 1.2.1. AB'deki Geçmiş Düzenlemeler
    - 1.2.1.1. 123/85 sayılı Tüzük
    - 1.2.1.2. 1475/95 sayılı Tüzük

### Bölüm 2 1400/2002 SAYILI BLOK MUAFİYET TÜZÜĞÜ

- 2.1. TÜZÜĞÜN ALTYAPISINI HAZIRLAYAN OLAYLAR
- 2.2. TÜZÜĞÜN GETİRDİĞİ DÜZENLEMELER
  - 2.2.1. Motorlu Taşıt Dağıtımına Yönelik Düzenlemeler
    - 2.2.1.1. Seçici ve Münhasır Dağıtım Sistemlerinin Ayrımı
    - 2.2.1.2. Yetkili Satıcı Bağımsızlığının Güçlendirilmesi
    - 2.2.1.3. Çok Markalılığın Kolaylaştırılması
  - 2.2.2. Satış Sonrası Hizmetler ve Yedek Parça Dağıtımına Yönelik Düzenlemeler
    - 2.2.2.1. Satış ve Satış Sonrası Hizmetler Ayrımı
    - 2.2.2.2. Satış Sonrası Hizmetlerde Niteliksel Seçici Dağıtım
    - 2.2.2.3. Bağımsız Tamircilerin Rekabet Edebilirliğinin Kolaylaştırılması
    - 2.2.2.4. Yedek Parça Üreticilerinin Yetkili Servis Ağlarına Erişimi

**Bölüm 3**  
**KOMİSYON'UN YENİ YAKLAŞIMININ**  
**GELECEĞE DÖNÜK ANALİZİ**

- 3.1. YENİ TÜZÜĞÜN PİYASAYA ETKİLERİ
  - 3.1.1. Motorlu Taşıtların Dağıtımını
  - 3.1.2. Satış Sonrası Hizmetler ve Yedek Parça
- 3.2. ABD KARŞISINDAKİ DURUM

**Bölüm 4**  
**TÜRKİYE'DE MOTORLU TAŞITLAR SEKTÖRÜ ve**  
**REKABET HUKUKU UYGULAMASI**

- 4.1. TÜRKİYE'DE MOTORLU TAŞITLAR SEKTÖRÜ ve DAĞITIM
- 4.2. MOTORLU TAŞIT DAĞITIM ve SERVİS ANLAŞMALARINA YÖNELİK TÜRK REKABET HUKUKU UYGULAMASI
- 4.3. MEVZUATI YENİLEME ÇALIŞMALARI

**SONUÇ**  
**ABSTRACT**  
**KAYNAKÇA**

## SUNUŞ

Piyasa aksaklıklarından arındırılmış veya aksaklıkları en aza indirgenmiş bir ekonomik yapı ve etkin bir şekilde uygulanan rekabet hukuku ve politikası yalnızca gelişmiş ülkelerin ekonomileri için değil aynı zamanda, gelişmekte olan ülke ekonomileri için de hayati öneme sahip olan vazgeçilmez bir gerekliliktir. Ülkemizde de bu gereklilik Anayasa'da kabul görmüş ve devlete mal, hizmet ve sermaye piyasalarının etkin bir şekilde işleminin önündeki engelleri kaldırma görevi yüklenmiştir. Devletimiz mal ve hizmet piyasalarındaki etkin rekabet ortamının sağlanması ve korunması görevini 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun ile Rekabet Kurumu'na vermiştir.

Rekabet Kurumu, kurulduğu günden itibaren 4054 sayılı Kanun tarafından kendisine verilen görevler doğrultusunda çalışmaktadır. Bu doğrultuda, inceleme ve değerlendirmeleri yapan meslek personeli, yeterliklerini artırmak ve güncel gelişmeleri takip edebilmelerini sağlamak için sürekli bir eğitim içerisinde bulunmaktadır. Ayrıca, Kurum personeline yönelik bu meslek içi eğitimin yanı sıra, Rekabet Kurumu olarak iş dünyamıza, uygulayıcılara, akademisyenlere ve konu ile ilgilenen diğer kişilere yönelik yapılan staj, eğitim, konferans, panel ve seminer gibi aktivitelerle toplumu ve iş dünyamızı bilgilendirme çalışmalarına ilk kurulduğumuz yıldan itibaren büyük önem vermekteyiz.

Rekabet Savunuculuğu ve toplumu bilgilendirme çalışmalarımıza yardımcı olması nedeniyle meslek personelinin uzman yardımcılığından uzmanlığa geçiş aşamalarında hazırlanmış oldukları uzmanlık tezlerini bir seri halinde dönem dönem yayımlamaktayız. Bundan beş altı yıl kadar önce ülkemizde rekabet hukuku ve rekabet politikası alanında çok sınırlı sayıda akademik çalışma varken bu sayı giderek yükselmektedir. Bu çalışmaların öncülerinden olan ilk dönemlere ait uzmanlık tezleri genellikle konunun ana kavramları ve genel tartışma noktaları üzerinde yoğunlaşırken, sonraki dönemlere ait tezlerde rekabet hukuku ve politikasının daha ayrıntılı ve tartışmalı konularına değinildiği görülmektedir. Bu durum ülkemizdeki tarafların ve iş dünyamızın rekabet hukuku ve politikasını benimsediğinin ve konu ile ilgili bilgi ihtiyaçlarının temel kavram ve tartışmaları aştığının bir göstergesidir.

Üç yıllık bir uygulama deneyiminin ardından titiz bir akademik araştırma sürecinden geçtikten sonra hazırlanan rekabet uzmanlığına yükselme tezleri meslek personelimizin çalışma deneyimleri ve yoğun bir eğitim sürecinin sonunda ortaya çıkan ürünleridir. Bu çalışmaların, konu hakkında yazılan yerli eserlerin halen yeterli sayıda ve yoğunlukta olmamasından kaynaklanan boşluğu dolduracağını ve tüm kesimlere faydalı olacağını ümit ediyoruz.

**Mustafa PARLAK**

Rekabet Kurumu Başkanı

## KISALTMALAR

<b>AB</b>	: Avrupa Birliği
<b>ABD</b>	: Amerika Birleşik Devletleri
<b>ACEA (Association de Constructeurs Europeens d'Automobiles)</b>	: Avrupa Otomobil Üreticileri Birliği
<b>AR-GE</b>	: Araştırma Geliştirme
<b>ATAD</b>	: Avrupa Topluluğu Adalet Divanı
<b>BEUC (Bureau Europeen de Unions de Consommateurs)</b>	: Avrupa Tüketici Örgütü
<b>BKZ</b>	: Bakanız
<b>CC (Competition Commission)</b>	: Birleşik Krallık Rekabet Komisyonu
<b>DPT</b>	: Devlet Planlama Teşkilatı
<b>ICDP (International Car Distribution Programme)</b>	: Uluslararası Otomobil Dağıtım Programı
<b>İSO</b>	: İstanbul Sanayi Odası
<b>IP (Internet Page)</b>	: İnternet sayfası
<b>MMC (Monopolies and Mergers Commission)</b>	: Birleşik Krallık Monopol ve Birleşme Komisyonu
<b>NO</b>	: Numara
<b>ODD</b>	: Otomobil Distribütörleri Derneği
<b>OECD (Organization for Economic Cooperation and Development)</b>	: Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
<b>OICA (Organisation Internationale Des Constructeurs D'Automobiles)</b>	: Uluslararası Motorlu Taşıt Üreticileri Örgütü
<b>OJ (Official Journal)</b>	: AB Resmi Gazetesi
<b>OSD</b>	: Otomobil Sanayicileri Derneği
<b>RA</b>	: Roma Antlaşması
<b>RG</b>	: Resmi Gazete
<b>S</b>	: Sayfa
<b>VOL (Volume)</b>	: Cilt

## GİRİŞ

1900'lü yılların başında devrim yaratan otomobili "Ford T"yi tanıtırken şöyle diyordu Henry Ford: "T modelini istediğiniz renkte satın alabilirsiniz. "o renk siyah olduğu sürece". Sadece siyah renk seçeneği bulunmasına rağmen, toplam 15 milyon adetten fazla satarak üretim rekorlarına imza atan "T"nin üretildiği yıllardan günümüze gelindiğinde çok şeyin değiştiğini görmek için, bugün yollarda dolaşan milyonlarca otomobile bakmak yeterli olacaktır. Womack, Jones ve Roos (1991)'un "dünyayı değiştiren makine" olarak tanımladığı otomobilin kendisinin de, dünyayı değiştirirken büyük bir değişim yaşadığı, bu değişiminse yalnızca renk sayısındaki artıştan ibaret olmadığı tartışma götürmez. Bugün tüketicilerin, otomobil satın alırken, Ford'un "T"siyle karşılaşılamayacak teknolojik özelliklere sahip yüzlerce modelin, binlerce renk ve aksesuar kombinasyonu arasından seçim yapma imkânı bulunduğu düşünüldüğünde ister istemez merak uyandıran soru, tüketiciyi yüz yıl öncesine göre çok daha şanslı kılan bu gelişime neyin yol açtığıdır. Bu sorunun cevabını, yenilik ve gelişimi tetikleyen, piyasa ekonomisinin en önemli unsuru olarak görülen bir kavram oluşturmaktadır: Rekabet.

Otomobil satın almak, bir çok tüketici için yaşam boyu tek seferde gerçekleştirilen en büyük ikinci harcama olarak kabul edilmektedir. Tüketicinin otomobilinin direksiyonun başına geçebilmesi içinse, otomobilin doğum yeri olan fabrikadan bir dağıtıcı veya yetkili satıcı aracılığıyla alıcısına ulaşana kadar, fiziksel ve hukuksal anlamda bir nakil işleminden geçmesi gerekmektedir. Öte yandan en karmaşık tüketici ürünlerinden biri olarak kabul edilen otomobilin direksiyonunun başına geçmek yeterli olmamakta, kullanım ömrü boyunca ürünün niteliği gereği ihtiyaç duyduğu bakım-onarım hizmetlerinin ve gerekli yedek parçaların da zorunlu olarak satın alınması gerekmektedir. Motorlu taşıt sektöründe rekabetçi dinamikler bakımından en büyük öneme sahip alanlardan birini, hem ürünü hem de gerekli olan bakım-onarım hizmetleri ve yedek parçaları, içinde yer alan farklı nitelikteki bir çok oyuncu aracılığıyla tüketiciye ulaştıran "dağıtım" oluşturmaktadır.

Motorlu taşıt sektöründe dağıtım, çoğunlukla dağıtım zincirinin farklı aşamalarında yer alan üreticiler, dağıtıcılar, yetkili satıcı ve servisler arasında imzalanan ve rekabeti kısıtlayıcı hükümler içeren dikey anlaşmalar vasıtasıyla gerçekleştirilmektedir. Motorlu taşıt ürününün bazı özel nitelikleri gereği, Avrupa Birliği Rekabet Hukuku'nda bu sektörde yapılan dikey anlaşmalara yönelik olarak özel bir muafiyet rejimi gelişmiştir. Avrupa Komisyonu'nun 1974 yılında verdiği "BMW" Kararı<sup>1</sup> ile temelini attığı bu alandaki içtihatı, 1985 yılından sonraki dönemde, sektöre özgü olarak çıkarılan ve muafiyet şartları temelinde dağıtımın esaslarını belirleyen blok muafiyet tüzükleriyle gelişmiştir. Blok muafiyet tüzüklerinde getirilen düzenlemeler, zaman içinde Komisyon'un bu alana yönelik yaklaşım tarzının bir tür evrim süreci yaşadığını göstermektedir. Komisyon'un yaklaşım tarzındaki en son ve önemli değişim ise, yakın bir geçmişte yayımlanan 1400/2002 sayılı Tüzük'le<sup>2</sup> ortaya çıkmıştır. Daha önceki düzenlemelere kıyasla oldukça radikal değişiklikler getiren ve henüz taslak hali yayımlandığında büyük tartışmalar yaratan Yeni Tüzük'te Komisyon, bu alanda rekabetin arttırılması amacının bir parçası olarak, eskiden beri benimsediği bazı temel prensiplerden vazgeçmiş, bazılarını ise güçlendirmek amacıyla eskiye kıyasla oldukça sıkı düzenlemeler getirmiştir.

Bu çalışmanın amacını, Komisyon'un motorlu taşıt dağıtımına yaklaşım tarzında geçmişten bugüne yaşanan evrim süreci içerisinde, 1400/2002 sayılı Tüzük'le gerçekleşen önemli değişimin analizi oluşturmaktadır. Bu analiz, Komisyon'un eski düzenlemelerinde karşılaştığı sorunlar, yaklaşımındaki değişikliğin gerekçeleri, vazgeçtiği ve benimsediği prensipler, bu doğrultuda getirdiği düzenlemeler ve bunların sektörde yaratacağı etkiler üzerinde durmayı gerektirmektedir. Bu yöndeki bir çalışma, Türkiye açısından da büyük önem taşımaktadır; çünkü Rekabet Kurulu, 1998 yılından bugüne, motorlu taşıt dağıtımını konusunda AB'deki geçmiş düzenlemelere paralel bir grup muafiyeti tebliğini uygulamaktadır. Yakın bir gelecekte, söz konusu Tebliğ'in AB'de yaşanan gelişmeler doğrultusunda yenilenmesi gündemdedir. Söz konusu yenileme çalışmaları üzerine son günlerde yoğunlaşan tartışmalar, kısa bir süre önce Rekabet Kurumu tarafından yayımlanan ve büyük ölçüde AB'deki 1400/2002 sayılı Tüzük'le paralel düzenlemeler içeren bir Tebliğ Taslağı üzerinden yürümektedir. Bu çerçevede AB'deki son gelişmelerin analizi, Türkiye'de yaşanan tartışmalar ve Rekabet Kurulu'nun motorlu taşıt sektörü ve dağıtım konusunda gelecekte benimseyeceği politikalara ışık tutması bakımından yararlı olabilecektir.

---

<sup>1</sup> OJ L29, 3.2.1975.

<sup>2</sup> Commission Regulation (EC) No 1400/2002 of 31 July 2002 on the application of Article 81(3) of the Treaty to categories of vertical agreements and concerted practices in the motor vehicle sector. OJ L 203, 1.8.2002, s.30.

Bu doğrultuda birinci bölümde; motorlu taşıt sektörü, AB'deki dağıtım sistemleri ve oyuncular hakkında bilgi verilecek, Komisyon'un geçmiş yıllardaki muafiyet rejimi ve eski blok muafiyet tüzüklerinde getirdiği düzenlemeler aktarılacaktır.

İkinci ve üçüncü bölümlerde; 1400/2002 sayılı Tüzüğün getirdiği düzenlemeler, Komisyon'un yeni yaklaşımı, gerekçeleri ve hedefleri ile birlikte ele alınacak, Yeni Tüzüğün sektörde doğuracağı etkiler üzerine görüşlere yer verilecek, AB'deki yeni gelişmeler, dünyadaki önemli motorlu taşıt pazarlarından biri olan ABD'deki durum ve bu ülkedeki düzenlemeler ile yapılacak bir karşılaştırma ile ele alınacaktır.

Dördüncü ve son bölümde ise; Türkiye'de motorlu taşıt dağıtımına ilişkin olarak Rekabet Kurulu'nun geçmiş uygulamalarına değinilecek, yürütölmekte olan mevzuatı yenileme çalışmaları ve Taslak Tebliğ üzerine yapılan tartışmalara değinilecektir.



## BÖLÜM 1

# MOTORLU TAŞITLAR SEKTÖRÜ ve AB’de DAĞITIMA İLİŞKİN GEÇMİŞ DÜZENLEMELER

Bu bölümde öncelikle motorlu taşıtlar sektörü ile AB’deki dağıtım sistemlerinin yapısı hakkında bilgi verilecek, daha sonra 1400/2002 sayılı Tüzük öncesinde Komisyon’un motorlu taşıt dağıtımına yönelik düzenlemelerine değinilecektir.

### 1.1. MOTORLU TAŞITLAR SEKTÖRÜ

Motorlu taşıtlar, çoğunlukla içten yanmalı veya patlamalı bir motorla tahrik edilen, karayolu trafiğinde yük veya yolcu taşımak üzere üretilmiş bulunan üç veya daha fazla lastik tekerlekli araçlardır. Endüstrideki en önemli sektörlerden biri olan motorlu taşıtlar sektörü 19. yüzyılın sonlarında doğmuş, günümüze kadar büyük değişim ve gelişmeler yaşamıştır.

Motorlu taşıtlar sektörünün önemli bir unsurunu oluşturan otomotiv sanayii, motorlu taşıtları üreten sanayi ile bu araçlarda kullanılacak parçaları üreten sanayiden oluşmaktadır. Yüz yılı aşkın bir geçmişe sahip olan otomotiv sanayii, 1796 yılında ilk otomobilin üretildiği Fransa ile 1886 yılında bugünkü anlamda ilk modern otomobilin üretildiği Almanya öncülüğünde Avrupa’da doğmuş, ABD ve Japonya’da gelişip güçlenmiştir (Bedir 2002).

19. yüzyılda anavatanı olan Avrupa’da emek yoğun üretim yöntemine (*craft-production*) dayanan otomotiv sanayii, 1910 yılına gelindiğinde ABD’de Henry Ford’un, “montaj bandı” (*assembly line*) ve “yığın üretim” (*mass production*) kavramlarını keşfetmesiyle ilk devrimini gerçekleştirmiştir. Önemli oranlarda üretkenlik artışı ve maliyet avantajı sağlayan yığın üretim, motorlu taşıt ürününe yönelik kitlesel talebin oluşmasını sağlamış ve özellikle batılı ülkelerde uzun yıllar motorlu taşıt üretimine damgasını vurmuştur. 1960’lı

yıllara gelindiğinde ise dünya motorlu taşıt sektöründe Japonya'nın söz sahibi olmaya başlamasıyla otomotiv sanayii, "yalın üretim" (*lean production*) yöntemi ile tanışmıştır. Hem üretkenlik hem de kalite konusunda seri üretime kıyasla çok daha iyi sonuçlar veren esnek bir üretim sistemi olan yalın üretim sistemi, endüstrideki ikinci devrim olarak kabul edilmektedir. Ortaya çıktığı 1960'lı yıllardan itibaren yalnızca Japon üreticilerin tekelinde bulunan bu yenilikçi üretim biçimi, petrol krizleriyle birlikte Amerika'da küçük otomobillere talebin artması ve Japon üreticilerin dış pazarlara açılmasıyla birlikte 1980'li yıllardan itibaren kaçınılmaz bir biçimde batılı üreticiler tarafından benimsenmeye başlanmıştır (Womack, Jones ve Roos 1991, 171). Otomotiv sanayii, gerçekleştirdiği bu gelişmeler ile diğer tüm endüstrilerdeki üretim süreçlerini Fordizm, Toyotaizm isimleri altında yeniden düzenlemeye sevk etmesi bağlamında büyük önem taşımaktadır.

Motorlu taşıt sektörünün çok hızlı bir büyüme gerçekleştirdiği 20. yüzyılda, sektörün rekabetçi yapısı da önemli ölçüde gelişmiştir. Sektörde, günümüzde uluslararası boyutta çok çetin bir rekabet yaşanmaktadır. Geçmişte ağırlıklı olarak fiyat üzerinden yapılan rekabet, günümüzde fiyatın yanında kalite, etkin bir pazarlama, değişen talebe hızlı yanıt verme, yeni model geliştirme yeteneği, üründe yaratıcılık ve ürün çeşitliliği ile belirlenir hale gelmiştir (Bedir 2002). Özellikle son yıllarda, pazarın doygunluğa ulaşmaya başlamasıyla, dünya çapında ortaya çıkan kapasite fazlası, sektördeki rekabetin farklı bir boyut kazanmasına neden olmaktadır. Azalan kâr marjları, artan AR-GE harcamaları ve yeni teknoloji kullanımına yönelik yüksek yatırım gerekliliği, motorlu taşıt üretiminde ölçek ekonomilerinin önemini daha da arttırmış, üretimde ortak platform kullanılması imkanına kavuşmak isteyen üreticiler arasındaki birleşme ve devralmalar hız kazanmıştır. Son yıllarda, dünya çapında toplam üreticilerin sayısında önemli bir azalma görülürken, sektördeki yoğunlaşma eğiliminin önümüzdeki yıllarda da devam edeceği tahminleri yapılmaktadır.<sup>3</sup>

Günümüzde, dünya toplam motorlu taşıt üretiminin önemli bir bölümü, yaklaşık %70'lik bir oranla otomobil üretiminden oluşurken bunu %24 ile hafif ticari araç ve %3 ile ağır kamyon üretimi izlemektedir.<sup>4</sup> Toplam motorlu taşıt üretiminin %30'luk bölümünün gerçekleştirildiği AB, dünyanın en büyük motorlu taşıt üreticisidir. Aynı zamanda dünyanın en büyük otomobil pazarı olan AB, yerli üreticilerin yanında Japonya, Güney Kore ve ABD'li çok sayıda üreticinin rekabet ettiği önemli bir pazardır.

---

<sup>3</sup> Son yıllarda gerçekleşen Dünya çapındaki önemli birleşme ve devralmalar, 1998 yılında Daimler Benz ile Chrysler, 1999 yılında Ford ile Rover ve Renault ile Nissan, Volkswagen-Scania-Mitsubishi olarak sıralanabilir (İSO 2002).

<sup>4</sup> OICA 2000 yılı verileri, [www.oica.net](http://www.oica.net).

### 1.1.1. Motorlu Taşıt Dağıtım

Buzzavo ve Volpato (2001)'ya göre, Avrupa'daki motorlu taşıt dağıtım sistemleri beş ana aşama geçirmiştir. 19. yüzyıl sonuyla 20. yüzyıl başlarında gerçekleşen birinci aşama, birden çok kanalı aynı anda içeren karışık bir sistemdir. Dağıtım sistemlerinin yeni yeni şekillenmeye başladığı bu dönemde dağıtım, tamamıyla üreticilerin sahibi olduğu ve doğrudan satışlarını gerçekleştirdiği **dallar** (*branches*), bakım-onarım hizmeti de veren yetkili satıcılar aracılığıyla malları müşterilere ulaştıran ve kendi bölgelerde yüksek miktarlarda stok bulduran **dağıtıcılar** ve müşterilerden sipariş alan basit nitelikteki **acenteler** tarafından gerçekleştirilmiştir.

Motorlu taşıt pazarının genişlemeye başladığı Birinci Dünya Savaşı'ndan sonraki ikinci aşamada, sayılarında önemli artışlar görülen yetkili satıcılar, motorlu taşıt dağıtım sistemlerinin temel oyuncularına haline gelmiştir. Yetkili satıcılık kavramının yerleşmeye başladığı bu dönemde, üreticiler tarafından her bir yetkili satıcıya, satış faaliyetlerini yürüteceği ve diğer yetkili satıcıların bulunmadığı münhasır bölgeler verilmiş, bunun karşılığında ise yetkili satıcı otomobil üreticisine sadece onun markalarını satmak konusunda garanti vermiştir.

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonraki üçüncü dönemde ise, talepteki önemli artışlarla münhasır dağıtım sistemi, Avrupa'nın hemen bütün ülkelerine yayılmıştır. Bu dönemde yüksek hacimlerdeki dağıtım rolünü üstlenen çok sayıdaki yetkili satıcı, motorlu taşıt üreticileriyle imzaladıkları anlaşmalarda çok sayıda ve ayrıntılı yükümlülük altına girmeye başlamıştır. Yetkili satıcıları, üretici ile ilişkilerinin sona ermesi durumunda tazmin edilemeyecek, batık maliyet niteliğindeki önemli miktarlarda yatırımlar yapmaya zorlayan dağıtım anlaşmaları, onları yüksek iflas riski ile karşı karşıya bırakır hale gelmiştir. Bu dönemde, pazar şartlarının da etkisiyle, anlaşmalarda yer alan kısıtlama ve yükümlülükler yetkili satıcılar aleyhine giderek daha da artmış ve üreticilerin, yetkili satıcıları finansal olarak kontrol etmeseler bile, davranışlarını tamamıyla kontrol edebildikleri bir sistem ortaya çıkmıştır. (Buzzavo ve Volpato 2001).

1970'lerden sonra ise petrol krizleri, Japon üreticilerin rekabete dahil olması, ilk kez araba alan kesimin ortadan kalkması gibi nedenlerle otomobil pazarının satıcının pazarından (*seller's market*) alıcının pazarına (*buyer's market*) dönüşmesiyle tüm dünyada olduğu gibi Avrupa pazarında da üreticilerin karlılık oranları düşmüş ve bir yeniden yapılanma kaçınılmaz hale gelmiştir. 1990'ların ortalarına kadar süren bu dönem, Japon üretim sistemi olan "yalın organizasyonun" (*lean organization*) batılı üreticiler tarafından benimsenmeye başlamasıyla sonuçlanmıştır. Otomobil temin zincirinin üst kısımlarında gerçekleşen bu dönüşüm, çok geçmeden zincirin alt kısımlarında da, yani

dağıtım alanında da kendini yalın dağıtım adı altında göstermiştir (Buzzavo ve Volpato 2001). Motorlu taşıt dağıtımındaki etkisini, stok itme (*stock-push*) sisteminden, stok çekme (*stock-pull*) sistemine geçiş şeklinde gösteren yalın dağıtımın<sup>5</sup>, günümüzdeki motorlu taşıt dağıtım sistemlerinin yapısını şekillendiren önemli bir paradigma olduğu söylenebilir.

Günümüzde, AB’de motorlu taşıtların dağıtımı, değişik türdeki çok sayıda oyuncunun içinde yer aldığı dağıtım ağları aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Motorlu taşıt üreticileri, dağıtım ağlarını oluşturmak için iki tip yapı kullanmaktadır: Bağımsız yetkili satıcılar ve üreticinin sahibi olduğu satış mağazaları. Çoğu üretici, ağırlıklı olarak, bir çok yönüyle franchise sistemine benzeyen yetkili satıcılık sistemini benimsemektedir<sup>6</sup> (Arruñada ve Vázquez 1999). Şekil-1’de motorlu taşıtları tüketiciye ulaştıran kanallar görülmektedir.

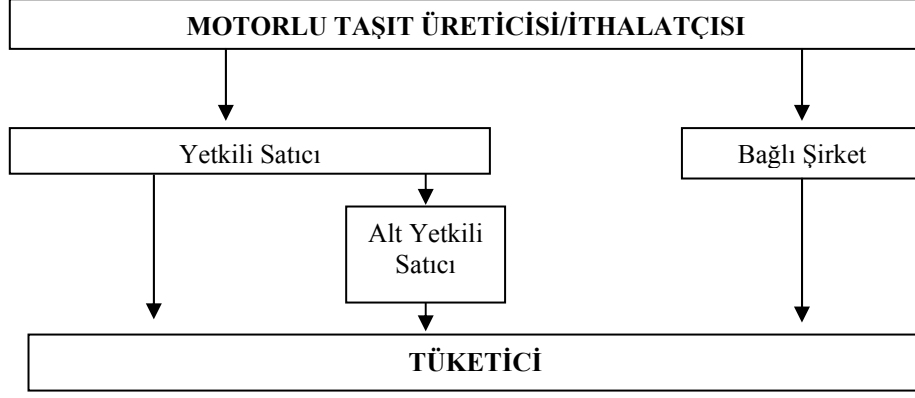
---

<sup>5</sup> “Stok itme” olarak adlandırılan geleneksel dağıtım sisteminde otomobil üreticisi, otomobilleri satacağını düşündüğü belirli bazı renk ve aksesuar kombinasyonlarıyla üretir, yetkili satıcılar bu otomobilleri belli zaman aralıklarıyla satın alır, stoklar ve satar. Hangi renge ve donanıma sahip olursa olsun tüm otomobillerin yetkili satıcı tarafından bir şekilde satıldığı bu sistemde tüketiciler, yetkili satıcıda gördükleri otomobiller arasında en uygun bulduklarını seçmek durumundadırlar (Toungue 2001).

“Stok çekme”, ya da “siparişe göre üretim” olarak da adlandırılan yalın dağıtım sisteminde ise, üreticiler tarafından her yetkili satıcıya ayrılan belirli özelliklerdeki stoklar yerine çok sayıda yetkili satıcıya yönelik bölgesel ya da ülkesel “stok havuzları” oluşturulmakta ve yetkili satıcıların taşınması gereken stok miktarları önemli oranda azaltılmaktadır. Bu sistemde tüketiciler, yetkili satıcıda gördükleri alternatifler arasında seçim yapmak yerine, kendi tercihlerine uygun renk ve ekipmana sahip otomobilleri sipariş etmektedirler. Talepleri ya söz konusu stok havuzlarından karşılanmakta, ya da tam olarak istenen özelliklere yönelik üretim yapılmaktadır (Toungue 2001).

<sup>6</sup> Franchise sistemin hukuksal tanımı uygulandığı yere göre farklılık gösterebilmektedir. ABD ve Kanada’da bir markanın faaliyet amacıyla transferi ve üretici ile dağıtıcı arasında sıkı bağlarla karakterize edilebilen tüm dağıtım türleri, franchise olarak adlandırılmaktadır. AB’de ise otomobil dağıtımı ve servisine yönelik anlaşmaların hukuksal statüsü, 4087/88 sayılı Komisyon Tüzüğü’nün konusunu oluşturan franchise anlaşmaları altında kabul edilmemektedir. Öte yandan her iki türdeki anlaşmanın ekonomik doğası benzer niteliktedir (Arruñada ve Vázquez 1999).

**Şekil-1: Motorlu Taşıt Dağıtım Sistemi**



Kaynak: European Commission (2000, 29)

AB'de üreticiler kendi ülkeleri dışında, her üye ülke için bir ithalatçı/dağıtıcı atamaktadır ve ithalatçı firma, ülkedeki yetkili satıcılarla ayrı ayrı dağıtım anlaşmaları imzalamaktadır. İthalatçı firmalar bağımsız teşebbüsler olabildiği gibi, çoğu zaman üretici tarafından kontrol edilen teşebbüsler olmaktadır. İthalatçılar, üreticiden satın aldıkları otomobilleri kendi yetkili satıcılarına satmakta ya da kendi bağlı şirketleri vasıtasıyla tüketicilere ulaştırmaktadır. İki kademeli (*Two-tier*) bir yetkili satıcılık yapısı bulunan AB'de motorlu taşıtlar nihai tüketicieye, yetkili satıcılar ya da yetkili satıcılardan otomobilleri satın alan alt yetkili satıcılar<sup>7</sup> aracılığıyla ulaşmaktadır. Bugün AB'deki motorlu taşıt dağıtımının en temel unsurunu yetkili satıcılar oluşturmaktadır.<sup>8</sup>

AB'de, üreticilerin dağıtım ağı içerisinde yer alan oyuncuların yanında, özellikle üye ülkeler arasındaki fiyat farklılıklarının ortaya çıkardığı arbitraj imkânından yararlanmak isteyen bağımsız aktörler de yeni araç satışı konusunda faaliyet göstermektedir. Söz konusu aktörlerin en önemlileri, yeniden satış amacıyla yetkili satıcılardan motorlu taşıt satın alan yetkisiz yeniden satıcılar<sup>9</sup> ve müşteriler tarafından bir yetkili satıcıdan<sup>10</sup> motorlu taşıt almakla yetkilendirilen satın alma acenteleri olarak sıralanabilir.

<sup>7</sup> Avrupa'da yetkili satıcıların altında yer alan alt yetkili satıcılar, yerel hizmet sağlamada önemli rol üstlenmektedir ve önemli düzeyde müşteri sadakatine sahiptir (Harbour 1997, 155).

<sup>8</sup> AB'de otomobil satışlarının %84'ü yetkili satıcılar tarafından yapılmaktadır (Dr. Lademann & Partner 2001).

<sup>9</sup> Bunlar, galeriler, internet üzerinden araç satışı yapan teşebbüsler, süpermarketler olabilmektedir.

<sup>10</sup> Çoğunlukla ortak pazarın başka bir ülkesinde yer alan bir yetkili satıcıdan.

Motorlu taşıt dağıtımında etkisini gösteren önemli bir yenilik elektronik ticarete yaşanan gelişmelerdir. İnternet'le birlikte elektronik ticaretin gelişmesi, motorlu taşıtların dağıtımını bakımından bir çok yeni imkan doğurmuştur (Anderson, 1996). Son yıllarda, bazı otomobil üreticileri belirli modellerini İnternet üzerinden satmaya başlarken,<sup>11</sup> yalnızca İnternet üzerinden satışa çıkarılan modeller de ortaya çıkmıştır.<sup>12</sup> 2005 yılında, Avrupa'daki toplam otomobil satışlarının yüzde üçünün tamamıyla İnternet üzerinden gerçekleşeceği ve muamelelerin yüzde on beşinin İnternet ortamında başlayacağı tahmin edilmektedir (Collard ve Roquilly 2000). Bugün İnternet, gerek üreticilerin dağıtım ağlarında yer alan yetkili satıcılar tarafından, gerekse yetkisiz yeniden satıcı veya satın alma acentesi konumundaki teşebbüsler tarafından önemli ölçüde kullanılan bir enstrümandır.<sup>13</sup>

### 1.1.2. Satış Sonrası Hizmetler ve Yedek Parça Dağıtımı

Motorlu taşıtları diğer tüketim ürünlerinden ayıran temel özelliği, düzenli ve düzensiz olarak uzman bakım ve onarımına ihtiyaç duyan ürünler olmalarıdır. Motorlu taşıtlar ile satış sonrası hizmetler, çoğunlukla aynı dağıtım kanalları aracılığıyla tüketicilere ulaşmakla birlikte, iki ürün arasında tüketici açısından önemli bir ayrım bulunmaktadır: Motorlu taşıt satın almak, çoğu tüketici için isteyerek gerçekleştirilen önemli ama nadir bir harcama olarak görülürken, bakım-onarım çoğu tüketici için bir zorunluluk sonucu, daha sık gerçekleştirilen bir harcama türüdür (Toungue 2001).

Şekil-2'de görüldüğü üzere, bir otomobilin bedeli ile bakım onarım maliyetlerinin her ikisinin de otomobilin toplam sahiplik maliyetinin %40'arlık bölümünü oluşturduğu bilinmektedir (Andersen 2001). Bu nedenle, bir çok tüketici için yaşam boyu yapılan en büyük ikinci harcama olarak görülen motorlu taşıt satın alma işlemi kadar, bu taşıtların satış sonrası hizmetleri de büyük önem taşımaktadır.

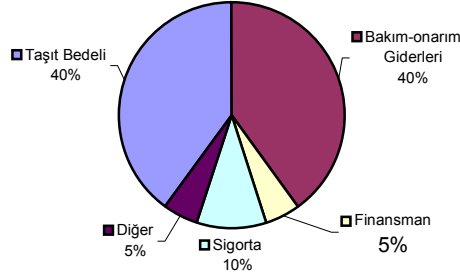
---

<sup>11</sup> Örneğin Mercedes-Smart.

<sup>12</sup> Örneğin Fiat-Barchetta-Web, VW-Lupo.

<sup>13</sup> Tüketicilerin ürün çeşitleri hakkında güncel bilgilere sahip olabilmelerini sağlayan İnternet, tüm coğrafi engel ve sınırların ötesine geçebilecek bir nitelik taşımaktadır. Motorlu taşıt dağıtımında İnternet, tüketicilere kendi bölgelerindeki yetkili satıcının bölgesi dışında rekabetçi bir teklif arayabilmeleri için kolay ve etkin bir enstrüman sunmaktadır. Bu ise, tüketicilere farklı modellerin fiyatlarını karşılaştırma ve fiyat farklılıklarından yararlanabilme imkânı tanıdığı için fiyat harmonizasyonu ve saydamlığı da beraberinde getirmektedir (Collard ve Roquilly 2000).

Şekil-2: Motorlu Taşıtın Toplam Sahiplik Maliyeti



Kaynak: Andersen (2001,43)

Motorlu taşıtların satış sonrası hizmetler pazarı, taşıt dağıtımından daha fazla karlılık potansiyeli taşıması sebebiyle üreticiler ve söz konusu hizmetleri tüketiciye ulaştıran yetkili satıcı ve servisler açısından da büyük önem arz etmektedir. Yeni araç satışı konusundaki rekabetçi baskılardan en az ölçüde etkilenen satış sonrası hizmetler, yetkili satıcılar için en düzenli gelir kaynağını yaratmaktadır (Harbour 1997,155).<sup>14</sup> Her ne kadar son yıllarda motorlu taşıtların dayanıklılığındaki artışa bağlı olarak servis aralıklarının artması,<sup>15</sup> satış sonrası hizmetlerden gelen gelirlerin düşmesine neden olsa da, bu düşüş, eskiyen “araç parkı”nın<sup>16</sup> servis ihtiyacındaki artış ile telafi edilmektedir (Schöler 2002, 22-23).

Satış sonrası hizmetler, temel olarak, motorlu taşıt üreticisinin yetkili ağında bulunan teşebbüsler ve bağımsız teşebbüsler olmak üzere iki grup tarafından verilmektedir. İlk grupta motorlu taşıt üreticisinin yetkili satıcılık ağında bulunan yetkili satıcılar<sup>17</sup> ve yine taşıt üreticisinin ağında yer alan ancak araç satışı yapmayan yetkili servisler bulunmaktadır. İkinci grupta yer alan bağımsız teşebbüsler ise bağımsız tamirciler ve hızlı-tamir zincirlerinden (*fast-fit chains*) oluşmaktadır. AB’de tüm motorlu taşıtlara verilen satış sonrası hizmetlerin yaklaşık %52’lik bölümü üreticinin dağıtım ağındaki teşebbüsler tarafından verilirken, geri kalan bölümü, bağımsız teşebbüsler tarafından verilmektedir (Andersen 2001, 253).

<sup>14</sup> Satış sonrası hizmetler faaliyetlerinin motorlu taşıt üreticilerinin faaliyet gelirlerine katkısı %20 ila %25 arasında gerçekleşmektedir (Schöler 2002, 22).

<sup>15</sup> Son 10 yıl içerisinde ortalama bakım aralıkları 2500-5000 km’den 30000-50000 km’ye kadar yükselmiştir.

<sup>16</sup> “Araç Parkı”, kullanımda olan tüm araçları ifade etmektedir.

<sup>17</sup> Bu çalışmada yetkili satıcı kavramı İngilizce’deki “authorized dealer” kavramının karşılığı olarak kullanılmaktadır. Yetkili satıcılar çoğunlukla yalnızca motorlu taşıt satışı yapmamakta, servis ve yedek parça satışını da gerçekleştirme yetkisine sahip olmaktadır.

Yetkili servisler temel olarak tek bir markaya odaklanmış teşebbüslerdir ve sağlayıcıyla<sup>18</sup> imzaladıkları anlaşma gereği, markaya özgü teknik ekipmana ve eğitilmiş personele sahip olmaktadır. Garanti kapsamında yapılan tamirat ve değişimler konusunda da üreticiler, yetkili satıcı ve servislerini yetkilendirmektedirler. Tüketiciler çoğunlukla araçlarının garanti kapsamı dışına çıkmasını önlemek için garanti süresi içerisinde otomobillerinin tamir ve bakımını yetkili servislerde yaptırmayı tercih etmektedirler. Garanti süresinin bitiminden sonraki dönemlerde ise yetkili servislerin pazardaki alternatif oyuncuların rekabetiyle karşı karşıya kaldığı görülmektedir (Dr. Lademann & Partner 2001, 33).

Bağımsız tamirciler, belli bir marka konusunda uzmanlaşan ve teknik ekipman bakımından yeterli teşebbüsler olabildiği gibi, birçok markaya birden hizmet veren teşebbüsleri de içermektedir. AB’de 1980’li yılların ortalarından itibaren, bağımsız tamircilerin bir kısmının özellikle kâr marjı yüksek olan rutin bakım hizmetlerini<sup>19</sup> içeren hızlı-tamir işine yönelmesiyle, hızlı-tamir zincirleri, satış sonrası hizmetler piyasasının önemli bir unsuru olarak ortaya çıkmıştır. Birden çok markaya hizmet veren; ancak güçlü marka imajlarına sahip olan hızlı-tamir zincirlerinin<sup>20</sup> özelliği, sınırlı ve rutin bakım işlerini hızlı ve ucuz fiyatlarla vermeleridir.

Motorlu taşıtların satış sonrası hizmetlerinden ayrı düşünülmemeyecek bir diğer ürün, söz konusu hizmetlerin verilebilmesi için gerekli olan yedek parçalardır. Motorlu taşıtların bakım-onarımında kullanılan parçalar, orijinal yedek parçalar ve orijinal olmayan yedek parçalar olarak ikiye ayrılmaktadır. Orijinal yedek parçalar, doğrudan taşıt üreticileri tarafından üretilmekte ya da taşıt üreticisinin anlaşmalı olduğu bağımsız yedek parça üreticileri tarafından üretilmektedir. AB’de orijinal yedek parçalar toplam yedek parça üretiminin yaklaşık %49’luk bir bölümüne tekabül etmektedir.<sup>21</sup>

Orijinal olmayan yedek parçalar ise toplam yedek parça üretiminin %51’lik bir bölümünü teşkil etmektedir ve söz konusu parçaların fiyatları orijinal yedek parçalara kıyasla %30’a varan oranlarda düşük olabilmektedir.<sup>22</sup> Orijinal olmayan yedek parçaların bir bölümü orijinal yedek parçalarla aynı veya daha yüksek kalite üretilirken (eş değer kalitede yedek parça), geri kalanlar

---

<sup>18</sup> Çalışmada “sağlayıcı” ifadesi, üretici ya da ithalatçı/dağıtıcı yerine kullanılmıştır.

<sup>19</sup> Rutin araç bakımları, taşıtların yağ, hava filtresi, buji, fren-balatası, amortisör, lastik, gibi parçaların değişimini içermektedir.

<sup>20</sup> Speedy, Feu Vert, Midas, Norauto, Halfords, Lexautocenters, 100’ün üzerindeki şubeleri ile AB’de faaliyet gösteren bazı büyük hızlı-tamir zincirleridir.

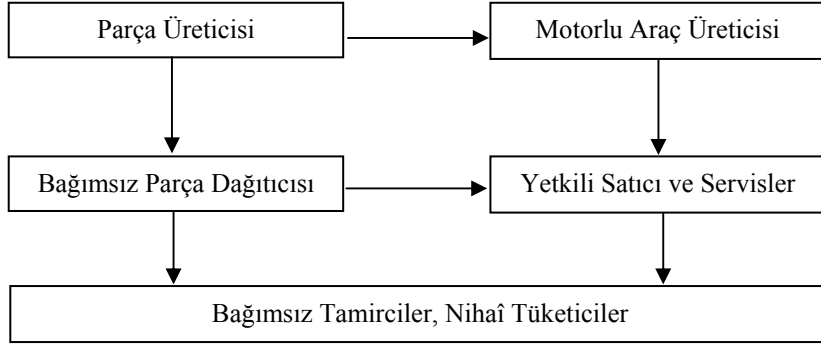
<sup>21</sup> 1475/95 sayılı Tüzüğün Değerlendirme Raporu, “Report on the evaluation of Regulation (EC) No 1475/95 on the application of Article 85(3) of the Treaty to certain categories of motor vehicle distribution and servicing agreements, 15.11.2000”, paragraf 108.

<sup>22</sup> İbid.



orijinal yedek parçalardan daha düşük kalitede üretilmektedir. Şekil-3'te yedek parça dağıtım kanalları görülmektedir.

Şekil-3: Yedek Parça Dağıtım



Kaynak:European Commission (2000, 39)

Motorlu taşıt üreticileri, taşıt satışı, bakım onarım hizmetleri ve yedek parçaların dağıtımını için genellikle aynı dağıtım ağını kullanmaktadır. Yetkili satıcı ve servisler, yedek parçaları hem araçların bakım onarımında kullanmakta hem de tüketicilere, ağıdaki diğer yetkili satıcılara ya da bağımsız tamircilere satmaktadır. Eşdeğer kalitede yedek parçalar ise üreticileri tarafından yetkili satıcılar ya da yetkili olmayan tamircilere satılabilmekte ya da bağımsız yedek parça dağıtıcıları vasıtasıyla dağıtılabilmektedir.

## 1.2. DAĞITIMIN AB REKABET HUKUKU ÇERÇEVESİNDE DÜZENLENMESİ

AB'de Motorlu taşıt üreticileri ürünlerini I.1.1. Bölüm'de ayrıntılı olarak açıklanan dağıtım ağları vasıtasıyla dağıtmaktadır. Bu dağıtım ağları, üretici ile yetkili satıcı ve servisler arasında birbirine benzer nitelikteki bir grup anlaşmadan oluşmaktadır. Üretici ile yetkili satıcı ve servisler, üretim ve dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren teşebbüsler olduğundan, rekabet hukuku bakımından bu tür anlaşmalar dikey anlaşmalar olarak nitelendirilmektedir.

Dikey anlaşmalar, sağlayıcı ya da alıcı üzerine getirilen bazı kısıtlamaları içermeleri durumunda (dikey kısıtlamalar), Roma Antlaşması'nın rekabeti engelleyen ya da bozan anlaşmalara ilişkin 81. maddesi uyarınca yasaklanmaktadır. Motorlu taşıt dağıtım anlaşmaları, çoğunlukla içerdikleri dikey sınırlamalar nedeniyle, rekabeti kısıtlayıcı etkilere sahiptir. Bu tür anlaşmalar üye ülkeler arası ticareti etkileyecek nitelikte olmaları durumunda, RA'nın 81. maddesinin getirdiği yasak kapsamına girmektedir.

Motorlu taşıt ürününün, uzun süre kullanım amacıyla satın alınan bir ürün olması, yüksek maliyetli ve karmaşık teknolojiye sahip olması, düzenli ve düzensiz zamanlarda uzman bakımı gerektirmesi, kullanımının hayatı, sağlığı ve malvarlığını tehlikeye sokabilmesi ve çevreye zararlı etkilerinin bulunabilmesi gibi özel niteliklerini göz önünde bulunduran Komisyon, bu ürünün dağıtımına özgü bir muafiyet rejimi geliştirmiş; motorlu taşıt dağıtımını diğer ürünlerin dağıtımından ayrı tutmuştur. Bu çerçevede, diğer ürünlerin dağıtımında izin verilmeyen bazı dikey kısıtlamalara, motorlu taşıtların dağıtımında izin verilirken, bazı konularda diğer ürünlere kıyasla daha sıkı bir muafiyet rejimi benimsenmiştir.

### **1.2.1. AB'deki Geçmiş Düzenlemeler**

Motorlu taşıtlar sektöründeki dikey anlaşmalara ilişkin en son blok muafiyet tüzüğü olan 1400/2002 sayılı Tüzüğün yayımlandığı 2002 yılına kadarki dönemde, Komisyon'un bu sektöre özgü muafiyet rejimi bir tür evrim süreci geçirmiştir. Bu süreçteki önemli aşamaları, 1974 yılındaki "BMW" kararı, 123/85 sayılı Tüzük ve 1475/95 sayılı Tüzük oluşturmaktadır.

Motorlu taşıtlar sektörüne yönelik herhangi bir blok muafiyet tüzüğünün olmadığı 30 Haziran 1985 tarihi öncesinde, Komisyon'un motorlu taşıtların ve satış sonrası hizmetlerin dağıtımına ilişkin ilk muafiyet kararı, 13 Aralık 1974 tarihli "BMW" Kararı'dır.<sup>23</sup> Bu karar, sektöre yönelik bir dönüm noktası kararı olmuş, üreticilerin kendi dağıtım sistemlerini bu karara göre şekillendirecekleri umulmuş; ancak böyle olmamıştır. Çoğu otomobil üreticisi, bireysel muafiyet almak amacıyla anlaşmalarını Komisyon'a bildirmeye devam etmiştir. Çok sayıdaki bireysel muafiyet başvurusuyla uğraşmamak ve motorlu taşıt sektörüne yol gösterici, hukuksal anlamda güvenli bir ortam yaratmak amacıyla Komisyon, "BMW" kararında benimsenen prensipler doğrultusunda belirlenen şartları taşıyan anlaşmaların bildirim zorunluluğu olmaksızın, otomatik olarak muafiyetten yararlanabilecekleri bir blok muafiyet tüzüğü çıkarmaya karar vermiştir.

#### **1.2.1.1. 123/85 sayılı Tüzük<sup>24</sup>**

123/85 sayılı Tüzük, 1 Temmuz 1985'ten 30 Haziran 1995'e kadar, tam 10 yıllık bir süre, motorlu taşıtların dağıtım ve servis anlaşmalarını kapsamak üzere yürürlükte kalmış, sektöre özgü bir blok muafiyet tüzüğüdür. Komisyon

---

<sup>23</sup> OJ L29, 3.2.1975.

<sup>24</sup> Commission Regulation (EEC) No 123/85 of 12 December 1984 on the application of Article 85(3) of the Treaty to certain categories of motor vehicle distribution and servicing agreements. OJ L 15, 18.1.1985, s. 16.

söz konusu Tüzük'te, sektörde yer alan oyuncuların; motorlu taşıt üreticileri, yetkili satıcılar, yetkisiz yeniden satıcılar, yedek parça üreticileri ve tüketicilerin farklı nitelikte ve birbiriyle çatışabilen çıkarları arasında bir orta yol bulmayı amaçlamıştır.

123/85 sayılı Tüzük, motorlu taşıtların ve satış sonrası hizmetlerin dağıtımının etkin bir biçimde yapılabilmesi bakımından, dağıtıcı ve yetkili satıcılara getirilen bazı kısıtlamaların vazgeçilmez olduğu varsayımıyla, seçici ve münhasır nitelikteki dağıtım ve servis anlaşmalarına muafiyet tanımıştır. Komisyon'un ilk kez "BMW" kararında dile getirdiği, 123/85 sayılı Tüzükte devam eden ve motorlu taşıt dağıtımı için öngördüğü muafiyet rejimini dayandırdığı temel varsayımlardan biri şudur:<sup>25</sup>

"Motorlu taşıtlar, her zaman aynı yerde olmamak üzere, düzenli veya düzensiz aralıklarla uzman bakımı ve tamiri gerektiren, pahalı ve karmaşık yapıda dayanıklı tüketim mallarıdır. Uzman servis hizmetlerinin sağlanması için üreticilerin yetkili satıcı ve servislerle işbirliği yapması gerekir; çünkü, yetkili satıcı ve servislerin teknik sorunlar ve bakım talimatları ile ilgili olarak tüm bilgilere sahip olması ve onların iyi şekilde eğitilmesini sağlamak için bu işbirliği çok büyük önem taşır; ancak kapasite ve etkinlik bakımından Komisyon, servis hizmetleri alanında böyle bir işbirliğinin sınırsız sayıda yetkili satıcı ve servise yaygınlaştırılmasının mümkün olamayacağı görüşünü taşımaktadır."

Bu nedenle, 123/85 sayılı Tüzük niceliksel seçici ve münhasır yapıdaki bir dağıtım sistemi vasıtasıyla, sağlayıcı tarafından yetkili satıcı ve servislerin sayısının sınırlandırılabilirdiği bir sistem öngörmüştür. Motorlu taşıtların işlevlerini güvenilir bir şekilde gerçekleştirmesini sağlamak amacıyla, sağlayıcıların yetkili satıcılarına, özellikle işyerinin ticari müşterileri, teknik donanımı, personelin eğitimi, reklam, araçların depolanması, teslimatı ve bakım-onarım hizmetleriyle ilgili olarak asgari standartlar getirebilmesine imkan tanımıştır.<sup>26</sup> Dağıtım sisteminin seçici olma özelliğinin korunması amacıyla, yetkili satıcı ve dağıtıcılara sözleşme konusu malların yetkisiz yeniden satıcılara tedarik edilmemesi yönünde bir yasak getirilebilmektedir.<sup>27</sup> Bir başka deyişle Tüzük hükümleri uyarınca sağlayıcılar, yetkili satıcılarının sadece nihai müşterilere ve dağıtım sisteminde yer alan diğer yetkili satıcılara satış yapmalarını şart koşabilmektedir.<sup>28</sup>

Motorlu taşıtların dağıtımının geliştirilmesi açısından vazgeçilmez gördüğü diğer unsur olan bölge münhasırlığına da muafiyet tanıyan 123/85 sayılı

<sup>25</sup> 123/85 sayılı Tüzüğün dibacesi, paragraf 4.

<sup>26</sup> Madde 4 (1)(1).

<sup>27</sup> 123/85 sayılı Tüzüğün dibacesi, paragraf 5.

<sup>28</sup> Madde 3 (10)(a).

Tüzüğe göre, yetkili satıcılara getirilen, sözleşmeye konu olan bölgeye yoğunlaşma zorunluluğu ve yetkili satıcının kendine tahsis edilen bölge dışındaki faaliyetlerine yönelik kısıtlamalar getirilmesi, bölge içerisinde yoğunlaşan dağıtım ve satış sonrası hizmetler çabalarıyla, tüketicilerle yakın ilişkilere dayalı daha iyi bir piyasa bilgisi ve yoğun nitelikte “talep odaklı” arz ile sonuçlanmaktadır. Bu çerçevede yetkili satıcılar, anlaşma bölgeleri dışında tesis veya depoya sahip olmamalı, müşteri edinmeye çalışmamalı ve üçüncü kişileri bu alanın dışına mal dağıtımını yapmakla görevlendirmemelidir.<sup>29</sup> Tüzük, yetkili satıcıların bölgeleri dışına yapacakları, yukarıda sayılan türdeki “**aktif satış**”ların kısıtlanabilmesine imkan tanımıştır. Ancak, tüketicinin motorlu taşıtları ortak pazarda istediği yerden satın alma özgürlüğünü tamamen ortadan kaldıracak nitelikte bir bölgesel korumaya da müsaade edilmemiştir.<sup>30</sup> Bu doğrultuda, Tüzük hükümleri uyarınca, yetkili satıcıların diğer bölgelerdeki nihaî tüketicilerden gelen talepler doğrultusunda “**pasif satış**” yapması ve kendi sözleşme alanlarından daha geniş bir alanda, medya aracılığıyla reklam yapmasının yasaklanması engellenmiştir.<sup>31</sup>

123/85 sayılı Tüzüğün getirdiği ve bölge dışı pasif satışlara imkan tanıyan düzenlemelerle yakından ilişkili olan “temin edilebilirlik hükmü”yle (*availability clause*) ise, yetkili satıcılara dağıtımını yaptıkları araçlarla benzer nitelikteki araçları<sup>32</sup> sağlayıcıdan sipariş etme hakkı tanınmıştır.<sup>33</sup> Yine bölge dışı satışlara ilişkin olarak, sağlayıcıların bütün yetkili servislerine, aracın satın alındığı yerden bağımsız olarak her yerde garanti ve geri çağırma hizmetleri kapsamında<sup>34</sup> ücretsiz servis ve onarım sunma zorunluluğu getirmesi de zorunlu kılınmıştır.

123/85 sayılı Tüzüğün dayandığı bir başka varsayım, marka münhasırlığının, yetkili satıcı ve dağıtıcıların üretici tarafından tedarik edilen

---

<sup>29</sup> 123/85 sayılı Tüzüğün dibacesi, paragraf 9.

<sup>30</sup> Ibid., paragraf 40.

<sup>31</sup> Ibid., paragraf 9.

<sup>32</sup> Örneğin sağdan direksiyon gibi farklı teknik özelliklerdeki motorlu taşıtları. İrlanda ve İngiltere’deki tüketicilerin geri kalan AB ülkelerinden farklı olarak sağdan direksiyonlu taşıtlar kullanıyor olması, üreticilerin bu ülkelere yapılacak potansiyel paralel ihracatı engelleyebilmelerine yol açmaktadır (Goyder 2000, 147). Ford’un Alman yetkili satıcılarına sağdan direksiyonlu otomobilleri sağlamayı reddederek, İngiliz tüketicilerin otomobil fiyatlarının daha düşük olduğu Almanya’dan otomobil satın almasını engellemesini, Komisyon ve ATAD’ın RA 81. maddenin ihlali olarak kabul ettiği “Ford Werke AG” (OJ L 327/31, 1993) ve “Ford v Commission” (Case 25, 26/84 ECR 2725, 1985) kararları bu konudaki önemli kararlardır.

<sup>33</sup> Madde 13 (11).

<sup>34</sup> Madde 5 (1)(1)(a) ve (b).

mallar üzerinde yoğunlaşmasına katkıda bulunacağı ve böylece taşıtların ve satış sonrası hizmetlerin dağıtımının uygun şekilde yapılmasını sağlayacaktır.<sup>35</sup>

Bu bağlamda, yetkili satıcılarca bir veya birkaç başka marka ürünün satışını haklı gösterecek objektif sebepler gösterilmedikçe, yetkili satıcılara getirilenve diğer üreticilerin ürettiği araçların satışını engelleyen rekabet etmeme yükümlülüklerine muafiyet tanınmıştır.<sup>36</sup>

123/85 sayılı Tüzük, yetkili satıcıların yaptıkları yatırımları ve sağlayıcılar karşısındaki ekonomik bağımsızlıklarını da korumayı amaçlamıştır. Bu doğrultuda, sağlayıcı tarafından yetkili satıcılara, asgari yeniden satış fiyatı uygulama zorunluluğu getirilmesi yasaklanmıştır.<sup>37</sup> Ayrıca sağlayıcının, geçerli sebepler göstermedikçe, yetkili satıcının anlaşma bölgesini değiştirmesi ya da bölge içerisinde yeni yetkili satıcılar ataması yasaklanmıştır. Belirli bir süre için imzalanan dağıtım anlaşmalarında, anlaşma süresinin en azından 4 yıl olması; belirsiz bir süre için imzalanmış anlaşmalarda ise en az 1 yıllık feshi ihbar süresi bulunması zorunlu kılınmıştır. Bunla beraber, yetkili satıcının ekonomik bağımsızlığı da sınırlı tutulmuştur. Tüzük uyarınca her üretici, tek taraflı olarak yetkili satıcının potansiyel satışı, satış hedefleri, stok miktarları ve örnek araç sayısını belirleyebilmektedir.

123/85 sayılı Tüzük, motorlu taşıtların satışı ile bakım-onarım hizmetlerinin birlikte verilmesinin, bu iki faaliyetin ayrı tutulmasına kıyasla daha etkin olacağı görüşüyle,<sup>38</sup> üreticilerin yetkili satıcılarını satış sonrası hizmetleri de vermeye zorlamasına izin vermiştir.<sup>39</sup> Bu sayede üreticiler, yetkili satıcıları ile yaptıkları anlaşmalarda iki farklı türdeki ticari faaliyeti birbirine bağlayabilmişlerdir.

Tüketicilerin, uygun kalitedeki yedek parçaları bir başka üreticiden satın alma hakkını korumak ve alternatif yedek parçaların, üreticiler tarafından üretilen orijinal yedek parçalarla eşit koşullarda rekabet edebilmesini sağlamak amacıyla Tüzük, yetkili satıcıların, sözleşmeye konu olan mallarla eşdeğer kalitede yedek parçaları temin etme ve araçları bu parçaları kullanarak tamir etme konusunda özgür olmalarını zorunlu kılmıştır.<sup>40</sup> Tüzük ayrıca, araçların bakım-onarımı için ihtiyaç duydukları yedek parçaların yetkili satıcılar tarafından bağımsız tamircilere satışına izin verilmesini zorunlu kılmıştır.<sup>41</sup>

---

<sup>35</sup> 123/85 sayılı Tüzüğün dibacesi, paragraf 7.

<sup>36</sup> Madde 3 (2) - (5).

<sup>37</sup> Madde 6 (2).

<sup>38</sup> 123/85 sayılı Tüzüğün dibacesi, paragraf 4.

<sup>39</sup> Madde 4 (1)(1)(e).

<sup>40</sup> Madde 3 (4).

<sup>41</sup> Madde 3 (10)(b).

### 1.2.1.2. 1475/95 sayılı Tüzük<sup>42</sup>

28 Haziran 1995 tarihinde, Komisyon'un bir önceki Tüzüğün uygulaması ile ilgili olarak elde ettiği tecrübelerin sonucunda ve etkilenen taraflarla yapılan geniş tartışmalardan sonra, 123/85 sayılı Tüzüğü yenileyen 1475/95 sayılı Tüzük yürürlüğe girmiş ve AB'de hemen hemen bütün motorlu taşıt dağıtım ağları tarafından kullanılır hale gelmiştir (Goyder 2000, 138). 1475/95 sayılı Tüzük'te, başta seçici ve münhasır nitelikteki dağıtım sistemi olmak üzere 123/85 sayılı Tüzük'le benimsenen temel prensipler korunmuş; büyük ölçüde benzer hedefler doğrultusunda, tüketicilerin ve yetkili satıcıların konularını güçlendirmeye yönelik yenilikler getirilmiştir. 1475/95'te getirilen önemli yenilikler şu şekilde sıralanabilir:

- Tüzük'te motorlu taşıtlar ile yedek parçaların ve satış sonrası hizmetlerin dağıtımının bir arada bulunması, anlaşmaların blok muafiyetinden yararlanması için bir koşul olarak ortaya konmuş;<sup>43</sup> bu sayede satış ve satış sonrası hizmetler arasında hukuksal bir bağlantı kurulmuştur.
- Sağlayıcılarla ilişkilerinde, yetkili satıcılara daha fazla güvence ve ekonomik bağımsızlık sağlayacak düzenlemeler getirilmiş; yetkili satıcıların yaptıkları yatırımların korunması amacıyla, süreli olarak imzalanan dağıtım anlaşmalarında asgari anlaşma süresi dört yıldan beş yıla çıkarılmış; süresiz olarak imzalanan anlaşmalarda ise asgari feshi ihbar süresi bir yıldan iki yıla çıkarılmıştır.<sup>44</sup>
- Marka münhasırlığı konusundaki yeni yaklaşımıyla 1475/95 sayılı Tüzük, markalar arası karışıklığa yol açmayacak şekilde ayrı bir tüzel kişilik, ayrı bir satış yeri ve yönetim altında olması kaydıyla, yetkili satıcıların farklı marka motorlu araçları da satabilmesine olanak tanımıştır.<sup>45</sup>
- Yedek parça üreticilerine yetkili ağlara parça sağlama imkânı tanımak amacıyla; satış sonrası hizmetlerde yetkili servislerin eşdeğer kalitede yedek parça kullanma hakları güçlendirilerek, parça üreticilerinin taşıt üreticilerine sattıkları ürünlerin üzerine marka ve logolarını görülebilir bir biçimde yerleştirme hakkı getirilmiş,<sup>46</sup> motorlu taşıt üreticilerinin parça üreticileriyle yaptıkları anlaşmalarda, parça üreticilerine yedek

<sup>42</sup> Commission Regulation (EC) No 1475/95 of 28 June 1995 on the application of Article 81(3) of the Treaty to certain categories of motor vehicle distribution and servicing agreements, OJ L 145, 29.6.1995, s.25.

<sup>43</sup> Madde 5 (1)(1)(a).

<sup>44</sup> Madde 5 (2)(2) ve (3). Öte yandan, sağlayıcının dağıtım ağının tamamını veya önemli bir bölümünü yeniden yapılandırmasının gerekli olduğu durumlarda, bir yıllık feshi ihbar süresiyle anlaşmalarını feshetmesi mümkündür.

<sup>45</sup> Madde 3 (1)(3).

<sup>46</sup> Madde 6 (1)(11).

parçaları motorlu taşıt üreticisi dışında, yetkili servislere ya da bağımsız teşebbüslere sağlamama yükümlülüğü getirmesi yasaklanmıştır.

- Bağımsız tamircilerin rekabet edebilirliğini sağlamak amacıyla, üreticilerin, dağıtım ağlarında yer almayan bağımsız tamircilere taşıtların bakım-onarımı için gerekli olan teknik bilgiyi vermesi zorunlu kılınmıştır.<sup>47</sup>

1475/95 sayılı Tüzük'te bir kısmı yukarıda sayılan düzenlemeleri içeren ve anlaşmalarda yer alması durumunda anlaşmaların blok muafiyetinden yararlanamamasına yol açan hükümleri sıralayan bir "kara liste" (*black list*) ile birlikte, sağlayıcı tarafından gerçekleştirilmesi durumunda yine anlaşmaların blok muafiyetinden yararlanamamasına yol açan, yeniden satış fiyatının belirlenmesi, bölge dışına yapılacak pasif satışların kısıtlanması gibi "kara eylemler" (*black practices*) sıralanarak, yasal ve yasal olmayan anlaşmalar arasındaki fark belirginleştirilmiştir.

1475/95 sayılı Tüzük, bir önceki Tüzüğe kıyasla, yetkili satıcılar ve tüketiciler için daha olumlu görülse de, yayımlandığı dönemde yapılan tartışmalarda, yetkili satıcı ve tüketici organizasyonları tarafından dile getirilen taleplere cevap vermekten oldukça uzak kalmıştır (Goyder 2000, 150).

## BÖLÜM 2

---

<sup>47</sup> Madde 6 (1)(12).

## 1400/2002 SAYILI BLOK MUAFİYET TÜZÜĞÜ

31 Temmuz 2002 tarihinde Komisyon, 30 Eylül 2002 tarihinde yürürlüğü sona erecek olan 1475/95 sayılı Tüzüğü yenileyen 1400/2002 sayılı Tüzüğü<sup>48</sup> yayımlamış ve Tüzük 1 Ekim 2002 tarihinde yürürlüğe girmiştir. 31 Mayıs 2010 yılına kadar yürürlükte kalacak olan Tüzüğe yönelik olarak Komisyon, ayrıca bir “Açıklayıcı Broşür” yayımlamıştır.<sup>49</sup> BMW Kararından 1475/95 sayılı Tüzüğe gelinceye kadar Komisyon’un yaklaşımında çok temel değişiklikler gerçekleşmediği görülürken, henüz taslak hali yayımlandığında ciddi tartışmalar yaratan 1400/2002 sayılı Tüzük, 1475/95’e göre dönüm noktası sayılabilecek radikal değişiklikler getirmiştir. Önümüzdeki dönemde, Komisyon’un motorlu taşıtlar sektöründeki dikey kısıtlamalara yönelik temel politikasını ortaya koyan çok sayıda düzenlemeyi bünyesinde barındıran Tüzük’le getirilen düzenlemelere geçmeden önce, Tüzüğün altyapısını hazırlayan olaylara değinmekte yarar vardır.

### 2.1. TÜZÜĞÜN ALTYAPISINI HAZIRLAYAN OLAYLAR

10 Nisan 2000 tarihinde, Birleşik Krallık Rekabet Komisyonu<sup>50</sup> (CC), İngiltere’deki yeni motorlu taşıt satışına yönelik bir rapor yayımlamıştır.<sup>51</sup> Söz konusu rapor, temel olarak İngiltere pazarına yönelik olmakla birlikte, o dönemde yürürlükte olan 1475/95 sayılı Tüzüğe yönelik değerlendirmelere de yer vermiştir. Raporunda CC, motorlu taşıt dağıtımına ilişkin olarak kamu çıkarlarına aykırı olduğunu tespit ettiği birçok kısıtlamaya 1475/95 sayılı Tüzüğün izin verdiği, dağıtımdaki sorunların temelinde ise Tüzüğün muafiyet tanıdığı seçici ve münhasır nitelikteki dağıtım sisteminin yattığı sonucuna ulaşarak, söz konusu sistemin değiştirilmesi önerisinde bulunmuştur. CC’nin raporu, 1475/95 sayılı Tüzüğün gerçek anlamda ilk ve en kapsamlı eleştirisini içermesi ve bu eleştiri doğrultusunda Tüzüğün yürürlük süresinin bitiminden sonraki döneme yönelik öneriler getirmesi bakımından önemlidir.

---

<sup>48</sup> Commission Regulation (EC) No 1400/2002 of 31 July 2002 on the application of Article 81(3) of the Treaty to categories of vertical agreements and concerted practices in the motor vehicle sector. OJ L 203, 1.8.2002, s.30.

<sup>49</sup> Distribution and Servicing of Motor Vehicles in the European Union - Commission Regulation (EC) no 1400/2002 of 31 July 2002 On the Application of Article 81(3) of the Treaty to Categories of Vertical Agreements and Concerted Practices in the Motor Vehicle Sector - Explanatory Brochure.

<sup>50</sup> UK Competition Commission.

<sup>51</sup> New cars: A report on the supply of new motor cars within the UK, 10 Nisan 2000, [http://www.competition-commission.org.uk/rep\\_pub/reports/2000/439cars.htm](http://www.competition-commission.org.uk/rep_pub/reports/2000/439cars.htm).



1475/95 sayılı Tüzüğün 11. maddesi uyarınca Komisyon'un, Tüzüğün uygulamasına ilişkin olarak bir değerlendirme raporu yayımlaması gerekmiştir. Komisyon, görüşlerini almak üzere motorlu taşıt üreticileri, yetkili satıcılar, bağımsız tamirciler, tüketiciler gibi ilgili tarafların temsilcilerine çeşitli anketler göndermiştir. Söz konusu anketlere verilen yanıtlar doğrultusunda 15.11.2000 tarihinde 1475/95 sayılı Tüzüğe ilişkin Değerlendirme Raporu'nu (bundan böyle "Değerlendirme Raporu") yayımlamıştır.<sup>52</sup>

Değerlendirme Raporu'nda, 1475/95 sayılı Tüzük ile motorlu taşıt dağıtımını için üreticilere, seçici ve münhasır nitelikteki dağıtım anlaşmaları yapma konusunda izin verirken Komisyon'un öngördüğü hedeflerin yalnızca bir kısmına ulaşabildiği ve eski düzenlemenin üzerine inşa edildiği bazı temel varsayımların tartışmalı hale geldiği; Tüzüğün yürürlükte olduğu süre içinde, RA Madde 81 (3) anlamında, tüketicilerin ortaya çıkan faydalardan adil bir pay alma şartının da gerçekleşmediği sonucuna ulaşılmıştır. Raporda, Tüzüğün getirdiği düzenlemelerin muafiyet şartları bakımından değerlendirilmesinin yanında, Tüzüğün kara listesinde yer alan davranışlar olan bölge dışı pasif satışların engellenmesi ve yeniden satış fiyatı tespiti şeklindeki ciddi ihlallere yönelik kararlara da dikkat çekilmiş; söz konusu ihlalleri nedeniyle motorlu taşıt üreticileri hakkında yürütülen soruşturmaların da, Tüzüğün temel hedeflerinden biri olan "tek pazar içerisinde tüketicinin haklarını koruma" hedefini tam olarak gerçekleştirmediği sonucuna ulaşılmıştır.

Gerek motorlu taşıt dağıtımını, gerekse satış sonrası hizmetler ve yedek parça piyasalarındaki rekabette yaşanan aksaklıkların ortaya konduğu ve 1475/95 sayılı Tüzüğün eksik yönlerinin ayrıntılı bir biçimde ele alındığı Değerlendirme Raporu'nda, Tüzüğün yürürlük süresinin bitiminden sonraki dönemde yapılacak düzenlemelere yönelik bir öneri getirilmemiştir. Öte yandan Değerlendirme Raporu'nun, getirilecek düzenlemelerin gerekçelerini ortaya koyduğu ve Yeni Tüzüğün birçok bakımdan daha rekabetçi kurallar getireceğinin sinyallerini verdiği söylenebilir.

1475/95 sayılı Tüzüğün yürürlük süresinin bitiş tarihi olan 30 Eylül 2002'den sonraki yeni düzenlemenin nasıl olacağı tartışmaları sürerken, 1999 yılının Aralık ayında yürürlüğe giren 2790/1999 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Komisyon Tüzüğü'nün,<sup>53</sup> motorlu taşıt dağıtımını için de uygun bir düzenleme olabileceği ve motorlu taşıt dağıtımına özgü blok muafiyet

---

<sup>52</sup> Report on the evaluation of Regulation (EC) No 1475/95 on the application of Article 85(3) of the Treaty to certain categories of motor vehicle distribution and servicing agreements, 15.11.2000.

<sup>53</sup> Commission Regulation (EC) No 2790/1999 of 22 December 1999 on the Application of Article 81(3) of the Treaty to Categories of Vertical Agreements and Concerted Practices. OJ L 336, 29.12.1999 s.21.

rejiminden vazgeçilerek, bu sektörün de söz konusu Tüzüğün kapsamına alınabileceği görüşü gündeme gelmiştir (Middleton 2001).

Komisyon, 2790/1999 sayılı Tüzüğün, Değerlendirme Raporu'nda yer verilen sorunlara yeterli ölçüde çözüm getirmeyeceği görüşü doğrultusunda, motorlu taşıt sektörü için uygun olmadığına karar vermiştir. Tsoraklidis (2002)'e göre; genel olarak her tür mal ve hizmetin alımı, satımı ve yeniden satımına yönelik dikey anlaşma ve uyumlu eylemleri kapsayan 2790/1999 sayılı Tüzük, motorlu taşıtlar sektörüne özgü bir çok konuda gerekli düzenlemeleri getirmede yetersiz kalacaktır. Örneğin; teknik bilgi, tamir ekipmanı gibi unsurlara bağımsız teşebbüslerin erişimini düzenleyemeyecektir. Benzer şekilde bağımsız tamircilerin orijinal yedek parçalara erişimini garanti altına alamayacağından "pazar kapanmasına" (*market foreclosure*) yol açabilecektir. Bu çerçevede, motorlu taşıtlar sektörüne uygulanması durumunda 2790/1999 sayılı Tüzük, satış sonrası hizmetlerde rekabetin azalmasına yol açacak, motorlu taşıtların dağıtım alanında da çok markalılığın gerçekleştirilmesi gibi hedefler bakımından yetersiz kalacaktır (Tsoraklidis 2002).

1400/2002 sayılı Tüzük'te Komisyon'un, dikey kısıtlamalara ilişkin genel muafiyet rejiminden ayrılmasına neden olan, motorlu taşıt sektörüne özgü hedefleri şu şekilde sıralanabilir (Ritter, Braun ve Rawlinson 2003, 48): Aynı markanın yetkili satıcıları arasındaki rekabeti güçlendirmek, sınır ötesi ticareti geliştirmek, satış sonrası hizmetler ve yedek parça dağıtımında rekabeti artırmak, yetkili satıcıların üreticiler karşısındaki konumunu güçlendirmek, en son ve genel olarak, tüketicilerin çıkarlarını korumak.

## 2.2. TÜZÜĞÜN GETİRDİĞİ DÜZENLEMELER

1400/2002 sayılı Tüzük, motorlu taşıtlar sektöründe, temel olarak, hem marka içi hem de markalar arası rekabeti artırmayı ve artan rekabetten tüketicinin daha fazla yararlanmasını sağlamak amacıyla, hem önceki düzenleme olan 1475/95 sayılı Tüzük'ten, hem de 2790/1999 sayılı Tüzük'ten çok daha sıkı hükümlerle donatılmıştır.<sup>54</sup>

Anlaşmalarda yer alması zorunlu olan hükümleri emrettiği için sektördeki dağıtım sistemlerinin içine sokulmaya zorlandığı bir "deli ceket" (*straitjacket*) olarak nitelendirilen ve bütün dağıtım ağlarının aynı kalıpla düzenlenmesi etkisi doğuran 1475/95'e karşılık Yeni Tüzük, yenilikçi dağıtım sistemlerine imkân tanıyan daha esnek bir muafiyet sistemi getirmiştir. Komisyon'un, ilk olarak 2790/1999 sayılı Tüzük'te anlaşmalarda yer almaması gereken tüm sınırlamaları ve yer alması gereken bazı hükümleri belirledikten sonra, geriye kalan tüm dikey kısıtlamaları muafiyet kapsamı içerisine almak

---

<sup>54</sup> Tüzüğün dibacesi, paragraf 2.

suretiyle değiştirdiği yaklaşımı, benzer bir teknikle motorlu taşıtlar sektörüne ilişkin Yeni Tüzüğe de aktarılmıştır (Ritter, Braun ve Rawlinson 2003, 54). Yeni sistemde artık Komisyon neye izin verildiğinden çok neyin yasaklandığını belirtmeyi tercih etmektedir.

Tüzüğün getirdiği başlıca esnekliklerden biri, kapsam konusunda olmuştur. 1475/95 sayılı Tüzük, yalnızca motorlu taşıtların, yedek parçaların ve satış sonrası hizmetlerin bir arada dağıtımını düzenleyen anlaşmalara uygulanabiliyorken, kapsamı eskiye oranla önemli ölçüde genişleyen Yeni Tüzük, motorlu taşıtların, yedek parçaların ve satış sonrası hizmetin dağıtımı konusunda yapılan anlaşmaları ayrı ayrı yapımları durumunda da<sup>55</sup> kapsamaktadır. Genişleyen kapsam sayesinde artık sektörde, motorlu taşıt veya yedek parça üreticisinden nihaî tüketiciye kadar dağıtım zincirinin hemen her seviyesinde, motorlu taşıt, bakım onarım hizmetleri ve yedek parça dağıtımına yönelik olarak yapılan tüm dikey anlaşmalar, sektöre özgü blok muafiyeti kapsamında değerlendirilmektedir.<sup>56</sup>

Dikey kısıtlamalara ilişkin Yeşil Kitap'ta<sup>57</sup>, dikey anlaşmalara yönelik olarak eskisine kıyasla daha ekonomik temelli bir yaklaşımın benimsenmesi gerektiğini ifade eden Komisyon, 2790/1999 sayılı Tüzük'te dikey kısıtlamaların, ancak pazar gücü yüksek teşebbüsler tarafından uygulanması durumunda rekabeti bozucu olarak kabul edilmesi gerektiği görüşü doğrultusunda, blok muafiyetini %30'luk pazar payı eşiğiyle sınırlandırmıştır (Whish 2001, 578). Komisyon'un 2790/1999 sayılı Tüzük'te benimsediği ekonomik yaklaşıma paralel bir biçimde, 1400/2002 sayılı Tüzük'te de blok muafiyeti, pazar payı eşiğileriyle sınırlanmıştır. Tüzük'te getirilen pazar payı eşiğileriyle sağlayıcıların motorlu araç, servis hizmetleri ve yedek parça dağıtımında sahip oldukları pazar paylarına bağlı olarak, münhasır dağıtım, niceliksel seçici dağıtım ve niteliksel seçici dağıtım sistemlerinden birini seçmesi öngörülmüştür.<sup>58</sup> Şekil-4'te 1400/2002 sayılı Tüzüğün, pazar payı eşiğilerine dayanan muafiyet sistemi görülmektedir.

---

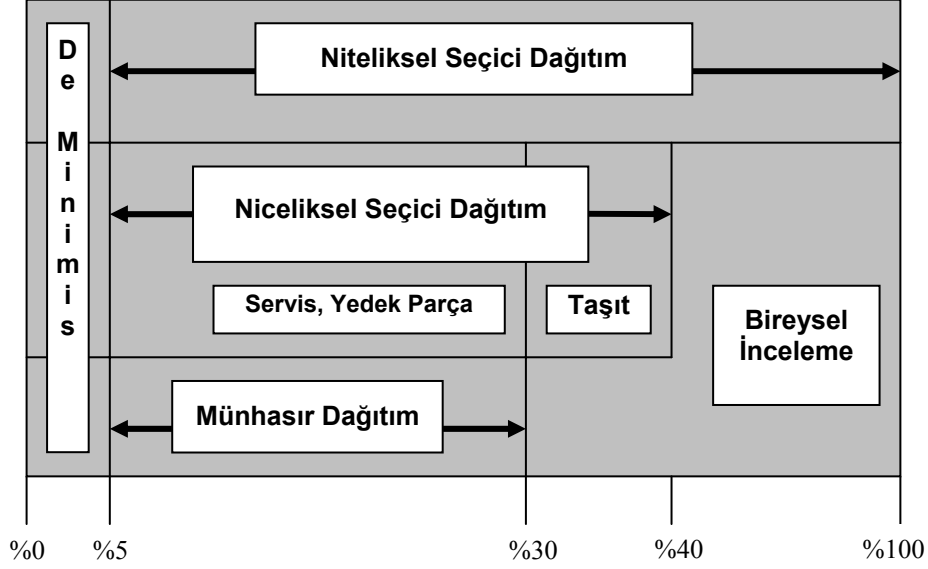
<sup>55</sup> 1400/2002 sayılı Tüzükten önceki dönemde bu tür anlaşmalar bireysel muafiyet incelemesine konu olmaktadır.

<sup>56</sup> Motorlu taşıt dağıtımında sık görülen "acentelik" anlaşmaları ise taraflar arasında rekabet hukuku anlamında gerçek acentelik ilişkisi kurmaları durumunda 81. Madde anlamında rekabeti kısıtlayıcı olarak kabul edilmediğinden Tüzüğün kapsamı dışında kalmaktadırlar. Dikey Kısıtlamalara İlişkin Rehber'in (Guidelines on Vertical Restraints. OJ C 291, 13.10.2000, s. 1.) 12 ile 20. paragrafları arasında, gerçek acentelik ilişkisinin unsurları sıralanmaktadır. Komisyon ve ATAD'ın "Peugeot" (OJ L 66/1, 1992) ve "Peugeot v Commission"<sup>56</sup> (C-322/93 I ECR 2727 1994) kararlarında, motorlu taşıt dağıtımındaki acentelik ilişkisi bakımından ayrıntılı bir tartışma yer almaktadır.

<sup>57</sup> "Green Paper on Vertical Restraints in Competition Policy", COM (96) 721 final, (1997) 4 CMLR 519.

<sup>58</sup> Söz konusu dağıtım sistemlerinin tanımı ve getirilebilen sınırlamalar Çalışmanın II.2.1.1. bölümünde ayrıntılı olarak ele alınmaktadır.

Şekil-4: 1400/2002 sayılı Tüzüğün Pazar Payı Eşikleri



Pazar payı %5'in altında olan sağlayıcılar tarafından yapılan anlaşmalar, Komisyon'un "De Minimis" kuralına ilişkin Duyurusunda yer verilen prensipler çerçevesinde, ağır kısıtlamalar içermedikleri sürece<sup>59</sup> RA Madde 81(1) anlamında rekabetin hissedilir derecede kısıtlanmasına yol açmadığından grup muafiyeti kapsamı dışında kalmaktadır.<sup>60</sup>

De minimis olarak kabul edilmeyen anlaşmalar için, blok muafiyeti sağlayıcının ilgili pazardaki payının:

- Motorlu taşıt dağıtımında, münhasır dağıtım için %30'u, niceliksel seçici dağıtım için ise %40'ı geçmemesi şartıyla,

<sup>59</sup> Tüzüğün 4. maddesinde de sıralanan, yeniden satış fiyatı tespiti, bölge ve müşteri kısıtlamaları gibi kısıtlamalar, pazar payı düşük teşebbüsler tarafından gerçekleştirilse bile rekabetin hissedilir derecede kısıtlanmasına yol açan "ağır kısıtlamalar" olarak nitelendirilmektedir.

<sup>60</sup> Commission Notice on agreements of minor importance which do not appreciably restrict competition under Article 81(1) of the Treaty establishing the European Community (de minimis), OJ C 368, 22.12.2001, s. 13.

Komisyonun "De Minimis"e ilişkin duyurusuna göre ilgili pazardaki payları %15'den az olan rakip olmayan teşebbüsler arasında imzalanan anlaşmalar, %10'dan az olan rakip teşebbüsler arasında imzalanan anlaşmalar De Minimis olarak kabul edilirken, pazarın birkaç teşebbüsün benzer nitelikteki dikey anlaşmalarından oluşan paralel ağlarla kapatılmış olması durumunda De Minimis eşiği %5 olarak kabul edilmektedir. Motorlu taşıt dağıtımı için, pazarın önemli bir bölümünde üreticiler, dağıtımlarını rekabeti benzer nitelikte kısıtlayıcı anlaşmalarla yaptıklarından, bu sektörde De Minimis kuralının uygulaması bakımından %5'lik pazar payı eşiğinin esas alınması doğru olacaktır (Whiteman ve Tounge 2002, 8).

- Yedek parça ve satış sonrası hizmetlerin dağıtımında ise, hem münhasır hem de niceliksel seçici dağıtım sistemleri için %30'u geçmemesi kaydıyla uygulanmaktadır.

Niteliksel seçici dağıtım sisteminin seçilmesi durumunda ise, sağlayıcının pazar payından bağımsız olarak anlaşmalar grup muafiyetinden yararlanabilmektedir.

2790/1999 sayılı Tüzük'te olduğu gibi, pazar payları yukarıda sayılan eşiklerin üzerinde olan teşebbüslerin dağıtım anlaşmaları grup muafiyeti kapsamı dışında kalmakla birlikte bu durum, normal şartlarda anlaşmaların otomatik olarak 81. Madde'de yer verilen muafiyet şartlarını sağlamadığı anlamına gelmemektedir. Bu durumdaki tarafların, bireysel muafiyet için başvuru hakları bulunmaktadır. Öte yandan 1400/2002 sayılı Tüzük'te, 2790/1999 sayılı Tüzük'ten farklı olarak, pazar payları eşiklerin üzerinde olan teşebbüslere, niteliksel seçici dağıtım sistemini seçmeleri durumunda grup muafiyetinden yararlanabilme imkânı tanınmıştır. Bu durumda, 1400/2002 sayılı Tüzük'te pazar payları eşiklerin üzerinde yer alan teşebbüslerin rekabeti daha az kısıtlayıcı nitelikteki dağıtım sistemine yönlendirilmek istendiği ve uygun dağıtım sistemini seçmemeleri durumunda, bireysel muafiyet alma şanslarının daha düşük olacağı söylenebilir.

### **2.2.1. Motorlu Taşıt Dağıtımına Yönelik Düzenlemeler**

1400/2002 sayılı Tüzüğe göre, karayollarında kullanım amaçlı, üç ya da daha fazla tekerleğe sahip yeni araçlar motorlu taşıt olarak kabul edilmektedir; ve bu araçların dağıtımı Tüzük kapsamına girmektedir.<sup>61</sup> Kullanılmış araçlar, motosikletler, iş makineleri gibi ürünler söz konusu tanım içerisinde yer almadıklarından bu ürünlerin dağıtımı 2790/1999 sayılı Tüzük hükümlerine tâbidir. Motorlu taşıt dağıtımı konusunda Komisyon'un Yeni Tüzükle getirdiği en önemli yenilikler, seçici ve münhasır dağıtım sistemleri ayrımı, çok markalılığın kolaylaştırılması ve yetkili satıcı bağımsızlığının güçlendirilmesi başlıkları altında toplanabilir.

#### **2.2.1.1. Seçici ve Münhasır Dağıtım Sistemlerinin Ayrımı**

123/85 ve 1475/95 sayılı Tüzüklerle, yalnızca motorlu taşıtlar sektörüne özgü olarak, seçici ve münhasır nitelikleri bir arada bulunduran dağıtım anlaşmalarına muafiyet tanınmıştır. Komisyon söz konusu birlikteliğe muafiyet tanınmasını iki temel gerekçeye dayandırmıştır. Bunlardan birincisini, motorlu

---

<sup>61</sup> 1400/2002 sayılı Tüzük, Madde 1(1) (n).

taşıt ürününün özel nitelikleri<sup>62</sup> nedeniyle münhasır ve seçici dağıtımın, bu sektöre özgü olarak doğurduğu etkinlik açısından vazgeçilmez olduğu görüşü oluşturmaktadır. İkincisini ise, motorlu taşıtlar sektöründe hem farklı markaların üreticileri arasında (markalar arası rekabet), hem de aynı markanın değişik satıcıları arasında (marka içi rekabet) etkin bir rekabetin yaşandığı varsayımıyla<sup>63</sup> münhasır ve seçici dağıtım birlikteliğinin bu sektörde rekabeti gereğinden fazla kısıtlamayacağı görüşü oluşturmaktadır.

Ancak, AB motorlu taşıtlar piyasasında üye ülkeler arasında görülen fiyat farklılıkları, dağıtım yöntemlerindeki ve sektördeki diğer gelişmelerle birlikte, Komisyon'un 1974 tarihli "BMW" Kararı'ndan itibaren söz konusu gerekçelere dayanarak muafiyet tanıdığı seçici ve münhasır dağıtım birlikteliğinin sorgulanmasına neden olmuştur.

Seçici ve münhasır nitelikteki motorlu taşıt dağıtım sistemi, CC'nin 2000 yılında yayımladığı motorlu taşıt dağıtımına ilişkin raporunda, rekabeti kısıtlayıcı niteliği nedeniyle, yoğun bir biçimde eleştirilmiştir. İktisat teorisinde, rekabetçi bir ortamda, pazar gücü yüksek olmayan teşebbüsler tarafından getirilen dikey kısıtlamaların, rekabeti ve tüketici çıkarlarını zedeleme ihtimalinin düşük olduğu kabul edilmektedir. Öte yandan motorlu taşıt sektöründe görüldüğü gibi pazardaki yoğunlaşma düşük düzeyde olsa da, dağıtımın önemli bir bölümünün benzer nitelikteki bir grup dikey sınırlama ile gerçekleştirilmesi durumunda, söz konusu varsayım geçerlilik taşımayabilecektir. Böyle bir durumda, dikey kısıtlamaların öngördüğü dağıtım yapısından farklı bir yapıda faaliyet göstermek isteyecek potansiyel perakende satıcıların pazara girişi engellenebilecek, tüketicilerin istedikleri satış formatı konusunda bir seçim şansları ya da etkileri olamayabilecektir. Bu durum, aynı zamanda perakende seviyesindeki markalar arası rekabeti de sınırlayabilecektir. Nitekim Avrupa Komisyonu da çok sayıdaki sağlayıcının aynı türdeki kısıtlamaları içeren dağıtım sistemlerini benimsemesi durumunda, rekabet üzerindeki etkilerin farklı olacağı ve daha kritik bir yaklaşımla değerlendirilmesi gerektiği görüşünü savunmaktadır (CC 2000).

CC (2000)'ye göre 1475/95 sayılı Tüzüğün getirdiği sistemde, perakende seviyesinde pazara giriş, sağlayıcının kontrolüne bırakılması nedeniyle engellenmektedir. Bu durum bir noktaya kadar her seçici dağıtım sisteminde görülebilse de motorlu taşıt dağıtımında sağlayıcılar yetkili satıcılarını seçici dağıtımda olması gerektiği gibi nesnel kriterlere göre seçmemekte, sistemlerine kimi kabul edecekleri konusunda tamamen keyfi davranabilmektedir. CC (2000), motorlu taşıt dağıtımında seçicilik ve

---

<sup>62</sup> Bkz. çalışmanın I.2.1.1. bölümünde, 123/85 sayılı Tüzüğün dibacesinin 4. paragrafından yapılan alıntı.

<sup>63</sup> 1475/95 sayılı Tüzük'ün dibacesi, paragraf 30.

münhasırlık birlikteliğinin rekabeti kısıtlayıcı niteliklerini vurgularken, seçici ve münhasır dağıtım sonucu getirilen dikey kısıtlamaların, bu tür kısıtlamalardan beklenen bazı faydaları da bu sektörde ortaya çıkarmadığı görüşünü dile getirmiştir.

### **Fiyat Farklılıkları**

Motorlu taşıt piyasasındaki yüksek fiyat farklılıkları, uzun yıllar AB’de eleştiri konusu olmuştur. Diğer birçok ürünle karşılaştırıldığında motorlu taşıtların fiyat farklılıklarının daha düşük düzeylerde gerçekleştiği görülse de, otomobillerin ortalama bir tüketicinin en büyük ikinci harcaması olduğu düşünüldüğünde görece küçük fiyat farklılıkları daha ucuz mal ve hizmetlerdeki fiyat farklılıklarına kıyasla çok daha büyük ekonomik etkiye sahip olmaktadır.<sup>64</sup>

123/85 ve 1475/95 sayılı Tüzükler, sağlayıcıların anlaşma konusu malların fiyat ve satış şartları konusunda açıklanamaz şekilde farklılaştırmaya gitmeleri durumunda Komisyon’un, dağıtım ağlarından muafiyeti geri almasını sağlayacak düzenlemeler getirmiştir.<sup>65</sup> 123/85 sayılı Tüzük’e ilişkin Duyurusunda<sup>66</sup> ise Komisyon, söz konusu hükümlerin nasıl yorumlanacağına yönelik olarak araçların tavsiye edilen fiyatları üzerinden %12’lik bir eşik belirlemiş, fiyat farklılıklarının söz konusu eşikten daha yüksek olmaması gerektiğini ifade etmiştir.<sup>67</sup>

Komisyon, ortak pazar içerisindeki fiyat farklılıklarını izleyebilmek ve fiyatlarda şeffaflık sağlamak amacıyla, 1993 yılından itibaren her yıl iki kez olmak üzere otomobil fiyat raporları yayımlamaya başlamıştır. Otomobil fiyat raporları, AB’deki fiyat farklılıklarının Komisyon’un makul kabul ettiği %12’lik eşik üzerinde seyrettiğini göstermiş ve geçen yıllarda söz konusu farklılıklarda bir azalma görülmemiştir.<sup>68</sup> Yapılan çalışmalar, AB’de üye ülkeler arası fiyat farklılıklarının önemli nedenleri olarak gösterilen, üye ülkeler arasında motorlu taşıtların vergilendirilmesine ilişkin farklılıkların, ortak para birimi Euro’ya geçişten önceki dönemdeki döviz kuru farklılıklarının, İngiltere

---

<sup>64</sup> Değerlendirme Raporu, paragraf 303.

<sup>65</sup> 123/85 sayılı Tüzük’ün 10 (3) ve (4)’üncü, 1475/95’in 8 (2) ve (3)’üncü maddeleri.

<sup>66</sup> Commission Notice Concerning Regulation (EEC) No 123/85 of December 1984 on the Application of Motor Vehicle Distribution and Servicing Agreements, OJ C 17, 18.1.1985.

<sup>67</sup> Değerlendirme Raporu’nda, Komisyon’un eşik %12 olarak belirlemesinin altında, normal şartlarda bu orandaki fiyat farklılıklarının üzerinde, talebin, fiyatın düşük olduğu pazarlara doğru hareketleneceği, bunun paralel ticareti artıracığı ve yüksek fiyatlı bölgelerdeki fiyatlarda düşüşe neden olacağı varsayımının yattığı ifade edilmektedir.

<sup>68</sup> European Commission Press Release IP/01/227-19/02/2001, IP/02/1109-22/07/2002.

Öte yandan, Tüzük’lerde öngörülen blok muafiyetin geri alınması düzenlemesi hiçbir zaman uygulamaya geçmemiştir (Goyder 2000,150)

ve İrlanda özelinde<sup>69</sup> motorlu taşıtların sağdan direksiyonlu olmasından kaynaklanan ek maliyetler ve Pound-Euro paritesindeki dalgalanmaların fiyat farklılıklarını açıklamada yeterli olmadığını göstermiştir.<sup>70</sup>

Komisyon'un fiyat farklılıklarına yaklaşım tarzı, Değerlendirme Raporu'nun 301. paragrafında şu şekilde ortaya konmaktadır:

“Serbest piyasa ekonomisinde bir fiyatın belirli bir otomobil modeli için uygun olup olmadığını sorgulamak ve fiyat birliği sağlamak kamu otoritesi olarak Komisyon'un görevi değildir. Diğer taraftan, rekabetçi bir açıdan bakıldığında, görülen fiyat farklılıkları, tek pazar içerisinde hala ayrı coğrafi pazarlar bulunduğunu ve bu pazarlar arasında yeterli ölçüde arbitraj gerçekleşmediğini gösteren önemli bir işarettir.”

Motorlu taşıt pazarı için, AB'de ilgili coğrafi pazarlar olan üye ülkeler arasındaki arbitraj paralel ithalat yoluyla olabilmektedir. Öte yandan yapılan çeşitli çalışmalar, AB'de motorlu taşıt pazarında paralel ithalatın düşük düzeyde gerçekleştiğini, çoğu durumda toplam satışların %1'inden daha az olduğunu ve genel olarak %4'ten daha fazla olmadığını göstermektedir (Goldberg ve Verboven 2001).

Verboven (2002)'a göre, uluslar arası fiyat farklılıkları yüksek düzeylerde seyrederken, paralel ithalatın düşük düzeyde gerçekleşmesi, tüketiciler (ya da aracılar) açısından yüksek düzeyde kullanılmamış arbitraj imkânının bulunduğu ve sınır ötesi ticaretin önünde engeller olduğuna işaret eder. Verboven (2002), AB otomobil pazarında sınır ötesi ticaretin önündeki potansiyel engelleri şu şekilde sıralamaktadır:

- Tip kabulü konusunda değişken ulusal sistemler,
- Ulusal tescil zorunluluğu,
- Taşıma ve bürokratik maliyetler,
- Seçici ve münhasır nitelikteki dağıtım sistemi.

Verboven'a göre (2002), yukarıda ifade edilen ve geçmişte etkisini yüksek düzeyde göstermiş olan birinci ve ikinci engellerin etkileri önemli ölçüde ortadan kalkmıştır. Öte yandan yukarıda ifade edilen üçüncü ve dördüncü engeller, etkilerini halen sürdürmektedir. Dağıtım sistemlerinin seçici niteliği nedeniyle yetkisiz yeniden satıcılar, bir ülkedeki otomobilleri satın almak ve diğer ülkede satmak suretiyle sınır ötesi arbitraj yapamamaktadır. Bölge

---

<sup>69</sup> AB ülkeleri içinde İngiltere, üye ülkeler arasında fiyatların benzer vergi oranlarına sahip ülkelere kıyasla önemli düzeyde yüksek olduğu ve tüketicilerin fiyatlar konusunda en çok şikayetçi olduğu ülkedir.

<sup>70</sup> Degryse ve Verboven (2000) tarafından Komisyon için yapılan çalışma, aynı özelliklerdeki otomobiller için fiyatların indirim ve diğer finansal avantajlar, sağdan direksiyon için ek maliyetler, vergiler ve döviz kurları gibi faktörlere göre ayarlanması durumunda dahi uluslar arası fiyat farklılıklarının önemli düzeylerde olduğunu göstermektedir.



münhasırlığı nedeniyle ise yetkili satıcılar diğer ülkelerde aktif satış yöntemlerini kullanamamaktadır (Verboven 2002).

Brenkers ve Verboven (2002) ise, motorlu taşıt dağıtımında seçicilik ve münhasırlığın birleştirilmesinin marka içi rekabeti engellediği görüşü doğrultusunda, sistemlerin ayrılmasının AB’de hem ulusal hem de uluslar arası düzeyde fiyat ayrımcılığının azalmasına ve refah düzeyinde artışa yol açabileceğini ifade etmektedirler.

### **Rekabet İhlalleri**

Seçici ve münhasır nitelikteki sınırlamalar sebebiyle, AB’de motorlu taşıt dağıtımındaki marka içi rekabet, yetkili satıcıların birbirlerinin bölgelerine yapacakları pasif satışlarla sınırlı kalmıştır. AB’de tüketicilerin otomobil satın almak için ortalama olarak 52 dakikalık bir yolculuk yapmayı göze aldıkları bilinmektedir (Dr. Lademann & Partner 2001). Bu veri, tüketiciler adına başka coğrafi pazarlarda otomobil satın alan acentelerin rolü ve Komisyon tarafından bir pasif satış mekanizması olarak kabul edilen İnternet’in<sup>71</sup> yetkili satıcılarca kullanımının artması ile birlikte düşünüldüğünde, pasif satışların da motorlu taşıt dağıtımındaki marka içi rekabete önemli katkılarının olabileceğini göstermektedir. Ne var ki Komisyon tarafından yürütülen çeşitli araştırmalar, marka içi rekabetin tek enstrümanı olan pasif satış mekanizmasının da üreticilerin, 1475/95 sayılı Tüzüğe aykırı davranışları neticesinde engellendiğini göstermiştir.

28.1.1998 tarihli “Volkswagen AG”,<sup>72</sup> 20.9.2000 tarihli “Opel Nederland B.V.”<sup>73</sup> ve 10.10.2001 tarihli “DaimlerChrysler AG”<sup>74</sup> kararlarında Komisyon, bölge dışına yapılacak pasif satışların engellenmesi şeklindeki eylemleri nedeniyle üç büyük motorlu taşıt sağlayıcısına önemli miktarlarda ceza vermiştir. Değerlendirme Raporu’nda, otomobil üreticileri hakkında yürütülen araştırmaların da Tüzüğün, temel hedeflerinden biri olan “tek pazar içerisinde tüketicinin haklarını korumak” hedefini tam olarak gerçekleştirmediğini gösterdiği ifade edilmektedir.

Yukarıdaki değerlendirmeler ışığında Komisyon’un ulaştığı seçici ve münhasır nitelikteki dağıtım sisteminin marka içi rekabeti önemli ölçüde kısıtlamakta olduğu sonucu, 1475/95 sayılı Tüzük’ten sonraki düzenlemede dağıtımın daha rekabetçi bir yapıda gerçekleştirilmesi gereğini ortaya çıkarmıştır. Komisyon, gelecekte benimsenebilecek alternatif dağıtım

---

<sup>71</sup> Dikey Kısıtlamalara İlişkin Rehber’de, İnternet üzerinden yapılan ve başka sağlayıcıların münhasır bölgelerindeki tüketicilere ulaşan genel reklam ve promosyonların, 2790/1999 sayılı Tüzük anlamında pasif satış olarak kabul edildiği ifade edilmektedir.

<sup>72</sup> OJ L 124, 25.4.1998, s.60.

<sup>73</sup> OJ L 59, 28.2.2001, s.1.

<sup>74</sup> OJ L 257, 25.9.2002, s.1.

sistemlerinin piyasada yaratacağı etkiler üzerine yürüttüğü çeşitli çalışmalar<sup>75</sup> sonucunda, tüm teşebbüsler için geçerli olacak tek bir dağıtım sistemi yerine, sağlayıcıların pazardaki gücüne bağlı olarak farklı dağıtım sistemlerini benimseyebilmelerine olanak sağlayan yeni bir muafiyet düzenlemesi oluşturmaya karar vermiştir. Böylece Komisyon, 1400/2002 sayılı Tüzük'te şimdiye kadar yalnızca motorlu taşıtlar sektöründe izin verdiği seçici ve münhasır dağıtım sistemlerinin birlikteliğine muafiyet tanımaktan vazgeçmiş, sağlayıcıların sahip oldukları pazar paylarına bağlı olarak niteliksel seçici dağıtım, niceliksel seçici dağıtım veya münhasır dağıtım sistemlerinden birini seçmelerini öngörmüştür.<sup>76</sup>

Rekabet üzerindeki etkileri birbirinden farklı olan münhasır ve seçici dağıtım sistemlerinin her birinde muafiyet şartları bakımından izin verilen ve verilmeyen kısıtlamalar vardır. Yeni Tüzük'te söz konusu sistemlerin ayrılmasıyla, sağlayıcılar seçtikleri sistemin sağladığı imkânlardan yararlanırken, yani yetkili satıcı veya dağıtıcılara bir takım kısıtlamalar getirebilirken, bir takım diğer imkânlardan vazgeçmek durumunda kalmaktadır. Münhasır dağıtım sisteminde sağlayıcı, yetkili satıcılara ya da kendisine, diğer yetkili satıcıların aktif satışlarının<sup>77</sup> engellendiği bir bölge ya da münhasır müşteri grubu tahsis edebilmektedir.<sup>78</sup> Bu sayede münhasır satıcı, sağlayıcı ve diğer yetkili satıcıların aktif rekabetinden korunurken, bölgesine diğer yetkili satıcılar tarafından yapılacak pasif satışlar engellenememektedir. Söz konusu sınırlamalar, eski düzenlemeyle paralellik taşımakla birlikte, getirilen en büyük yenilik, münhasır dağıtımda artık yetkili satıcıların yetkisiz yeniden satıcılara yapacakları satışların engellenememesidir.

Yeni Tüzüğe göre, seçici dağıtımın uygulanması durumunda ise yetkisiz yeniden satıcılara yapılacak satışlar yasaklanabilirken, yetkili satıcılara bölge koruması getirilmesi ve bölgeye yapılacak aktif satışların kısıtlanması mümkün olmamaktadır.

Sağlayıcıların seçici dağıtım sistemi için niteliksel ve niceliksel tür olmak üzere iki alternatifini bulunmaktadır. Niteliksel seçici dağıtım, sağlayıcının yetkili satıcılarını seçerken objektif ve satılan malların doğası gereği getirilebilecek niteliksel kriterler belirlediği ve söz konusu kriterleri sağlayan tüm teşebbüsleri "yetkili satıcı" olarak kabul ederek, ürünlerini sağlamak zorunda olduğu dağıtım sistemidir. Niceliksel seçici dağıtım sistemi ise,

---

<sup>75</sup> Bağımsız danışmanlık şirketi Andersen (2001), Komisyon adına yaptığı çalışma sonucunda, farklı hukuksal senaryoların motorlu taşıt dağıtımındaki etkileri üzerine 3 Aralık 2001 tarihli oldukça ayrıntılı bir rapor yayımlamıştır.

<sup>76</sup> Bkz. çalışmanın 23. sayfası.

<sup>77</sup> Açıklayıcı Broşür'ün 12. sorusunda hangi satışların aktif, hangilerinin pasif olarak kabul edildiği ayrıntılı olarak açıklanmaktadır.

<sup>78</sup> Madde 4(1)(b)(i) ve Madde 2(3)(b).

sağlayıcının, belirlediği niteliksel kriterlerin yanında, doğrudan ya da dolaylı olarak yetkili satıcılarının sayısını sınırlayıcı kriterler belirleyebildiği satış sistemidir.

Yeni Tüzük'le Komisyon seçicilik ve münhasırlığı birbirinden ayırmakla birlikte bu durum, sağlayıcıların farklı bölgelerde, farklı dağıtım sistemlerini benimsemelerine engel değildir.<sup>79</sup> Örneğin bazı bölgelerde seçici dağıtım sistemini tercih eden bir sağlayıcı diğer bölgelerde münhasır dağıtım seçebilir. Bu durumda sağlayıcıların Tüzük ile tanınan hakları tam anlamıyla kullanacakları varsayımı altında bölgelerdeki satış imkânları Şekil-5'te gösterilmektedir.

#### Şekil-5: Münhasır ve Seçici Bölgelerdeki Satış İmkanları

Münhasır Bölge	Seçici Bölge
<p><u>Aktif Satış:</u> Yalnızca bölge kendisine tahsis edilen yetkili satıcı yapabilir.</p> <p><u>Pasif Satış:</u> Diğer tüm yetkili satıcılar yapabilir.</p> <p><u>Yetkisiz Yeniden Satıcıya Satış:</u> Bölge kendisine tahsis edilen yetkili satıcı aktif, diğer tüm yetkili satıcılar (seçiciler dahil)</p>	<p><u>Aktif Satış:</u> Dağıtım ağındaki tüm satıcılar yapabilir. (2005'ten itibaren diğer seçici yetkili satıcılar mağaza ve teslimat noktası da açabilir)</p> <p><u>Yetkisiz Yeniden Satıcıya Satış:</u> Kimse yapamaz.</p>

Getirilen düzenlemelerle, münhasır dağıtımda faaliyet gösteren yetkili satıcıların, yetkisiz yeniden satıcıların satışları, seçici dağıtımda faaliyet gösteren yetkili satıcıların ise diğer yetkili satıcıların aktif satışları vasıtasıyla rekabetçi baskıyı üzerlerinde hissetmeleri sağlanmaktadır. Bu çerçevede sağlayıcı tarafından hangi sistem seçilirse seçilsin, marka içi rekabet garanti altına alınmaktadır.

#### Pazar Payının Hesaplanması ve İlgili Pazar

Yukarıda açıklandığı üzere, Yeni Tüzük'teki düzenlemeler sonucunda artık, motorlu taşıt dağıtımda farklı türdeki dikey kısıtlamaların muafiyetten yararlanıp yararlanmaması, sağlayıcının pazar paylarına bağlıdır. Bu durum, motorlu taşıtların dağıtımını bakımından ilgili pazarın nasıl tanımlanması gerektiği konusunu gündeme getirmektedir. Açıklayıcı Broşür'de, motorlu taşıt sektöründe ilgili pazara ilişkin yaklaşımın, İlgili Pazar Tanımlanmasına İlişkin

<sup>79</sup> Tüzüğün dibacesi, paragraf 13.

Komisyon Duyurusu'nda<sup>80</sup> belirlenen prensipler ve ilgili pazar tanımının yapıldığı eski kararlar doğrultusunda olacağı ifade edilmektedir.

İlgili pazarın ne olduğu, coğrafi homojenlik ve ürünün ikame edilebilirliği gibi faktörlere bağlıdır ve olaydan olaya farklılık gösterebilmektedir. Yeni Tüzük'te binek otomobiller ve son yıllarda ticari kullanıma yönelik olarak üretilmekle birlikte çoğu tüketici için binek otomobilleri ikame eder hale gelen ve izin verilebilir ağırlığı 3.5 tona kadar olan hafif ticari araçlar ile ağırlığı 3.5 tonun üzerindeki ağır ticari araçlar arasında belirgin bir ayrıma gidilmiş ve her iki gruptaki taşıtların dağıtımı bazı konularda<sup>81</sup> farklı kurallara tâbi tutulmuştur. Komisyon'un motorlu taşıt sektörüne yönelik çeşitli kararlarında tanımladığı ilgili ürün pazarları, motorlu taşıtların söz konusu genel ayrımın yanında, kullanım amaçları ve özellikleri doğrultusunda daha dar nitelikteki alt pazarlara ayrılabilceğini göstermektedir.<sup>82</sup>

Verboven (2002), otomobil talebine yönelik ekonometrik analiz ve SSNIP-test<sup>83</sup> uygulaması sonucunda binek otomobil pazarında ilgili ürün pazarlarının, ayrı ayrı olarak alt-küçük sınıf, küçük sınıf, orta sınıf, lüks sınıf ve spor sınıf olarak belirlenebileceği sonucuna ulaşmıştır.

---

<sup>80</sup> Commission Notice on the definition of the relevant market for the purposes of Community competition law, OJ C 372, 9.12.1997, s.5.

<sup>81</sup> Örneğin bir sonraki başlık altında anlatılacak olan "yerleşke hükmünün" kaldırılması konusunda.

<sup>82</sup> Ağır ticari araçlara ilişkin olarak Komisyon, "Volvo/Scania" (14.3.2000, OJ L 143, 5.2001), "Volvo/Renault" (1.9.2000, OJ C 301, 21.10.2000) ve "General Motors/Daewoo Motors" (22.7.2002, OJ C 220, 17.9.2002) Kararları'nda, ağırlığı 5 tona kadar olan "hafif kamyonlar", 5 ile 16 ton arasında olan "orta kamyonlar" ve 16 ton üzeri ağır kamyonlar olmak üzere üç kategori belirlemiştir. Otomobil pazarının, hangi alt pazarlara ayrılması gerektiği konusu ise, şimdiye kadar Komisyon kararlarında cevabı açık bırakılan bir sorudur (Ritter, Braun ve Rawlinson 2003, 53). Otomobiller, beygirgücü, kasa büyüklüğü ve fiyat gibi objektif unsurlara göre alt pazarlara ayrılacak niteliktedir. Geçmiş Kararlarında Komisyon'un söz konusu unsurları göz önünde bulundurarak yaptığı en dar sınıflandırma, A:mini segment, B:küçük segment, C:orta segment, D:büyük segment, E:üst segment, F:lüks segment, S:spor segment, M:çok amaçlı segment, J:SUV segmentleri şeklindedir. ("Daimler-Benz/Chrysler", 22.07.1998, OJ C 252, 11.8.1998; "General Motors/Daewoo Motors", 22.7.2002, OJ C 220, 17.9.2002).

Açıklayıcı Broşüre göre; bir ikame zinciri içerisinde söz konusu segmentlerin en azından birkaçının ayrı ilgili ürün pazarı içerisine toplanıp toplanamayacağı ya da ikame zincirinin bütün segmentleri kapsayacak şekilde genişletilip genişletilemeyeceği konusu ise netlik kazanmamıştır. 81. maddenin uygulaması bakımından ihlalleri içeren Komisyon Kararları'nda, pazar tanımından bağımsız olarak rekabetin objektif ve kayda değer şekilde kısıtlanmasının söz konusu olması, Komisyonun 4064/89 sayılı Yoğunlaşmalara İlişkin Tüzüğü'nün uygulamasına yönelik kararlarında ise olabilecek en dar kapsamlı pazar tanımının dikkate alınmasının dahi kararlardaki sonucu değiştirmemesi, otomobil pazarında alt pazar tanımlamalarının nasıl yapılması gerektiği konusunda Komisyon'un yaklaşımının net olarak ortaya çıkmasını engellemiştir.

<sup>83</sup> Fiyatlarda küçük ama önemli ve kalıcı bir artış testi (Small but significant and not transitory increase in selling prices).

Motorlu taşıtlar için ilgili coğrafi pazar ise, Komisyon kararlarında, fiyat farklılıkları ve motorlu taşıt vergilendirmesindeki farklılıklar nedeniyle ulusal pazarlar olarak tanımlanmaktadır (Ritter, Braun ve Rawlinson 2003, 53).<sup>84</sup>

#### **Ek Satış Noktaları Açabilme Serbestisi (“Yerleşke Hükümü”nün Yasaklanması)**

Yeni Tüzüğün en çok tartışma yaratan düzenlemelerinden biri, sağlayıcılar tarafından, seçici dağıtım sisteminde faaliyet gösteren yetkili satıcıların farklı bölgelerde ek satış ve teslimat noktası açmasının engellenmesi anlamına gelen, “yerleşke hükümü” (*location clause*) getirilmesini yasaklayan düzenlemedir.<sup>85</sup> Özellikle araç üreticilerinin yoğun lobi faaliyeti sonucu, yürürlük tarihi Tüzüğün diğer hükümlerinden ayrılarak, 1 Ekim 2005’e ertelenen bu hüküm uyarınca, söz konusu tarihten itibaren seçici dağıtım sistemi içerisindeki otomobil ve hafif ticari araç<sup>86</sup> yetkili satıcıları, yetkili satıcılık standartlarına uymak kaydıyla, sağlayıcının izni olmaksızın seçici dağıtımın geçerli olduğu her bölgede ek satış ve teslimat noktaları açmak konusunda serbest olacaktır.<sup>87</sup>

Yerleşke hükümünün kaldırılması, marka içi rekabeti artırmak konusunda seçici dağıtım sisteminde öngörülen bölge dışı aktif satış mekanizmasının etkinliğini önemli düzeyde artırabilecektir.

#### **2.2.1.2. Yetkili Satıcı Bağımsızlığının Güçlendirilmesi**

Komisyon, güçlü ve bağımsız bir yetkili satıcılık yapısının, daha rekabetçi bir şekilde faaliyet göstereceği ve tüketicinin yararına olacak yeniliklere imza atmasının mümkün olacağı görüşündedir (Uni Commerce 2003, 8). Bu nedenle, geçmişten beridir bu konuya büyük önem vermektedir. Bu bağlamda Komisyon’un motorlu taşıt dağıtımına ilişkin düzenlemelerinde bugüne kadarki temel amaçlarından biri, yetkili satıcıları sağlayıcılar karşısında korumak ve ekonomik kararlarını özerk bir biçimde alabilmelerini sağlamak olmuştur. Bunun nedeni, yetkili satıcıların çoğunlukla sağlayıcıların ekonomik gücüne karşı koyamayacak nitelikte küçük ve orta ölçekli işletmeler olmasıdır.<sup>88</sup> Yetkili satıcıların, ilk ortaya çıktıklarından beri

<sup>84</sup> “Volkswagen II” (29.06.2001), OJ L 262/14, 29.5.2001; “Mercedes-Benz” (10.10.2001), OJ L 257/1, 25.9.2002; “Daimler-Benz/Chrysler” (22.07.1998), OJ C 252, 11.8.1998, 25.9.2002.

<sup>85</sup> Madde 5 (2)(b) ve Madde 12 (2).

<sup>86</sup> Bu hüküm söz konusu araçlar dışındaki ancak, Tüzük kapsamındaki motorlu taşıtların, örneğin ağır ticari araçların dağıtımını için geçerli olmayacaktır. Açıklayıcı Broşür’de, söz konusu araçlar genellikle ticari amaç doğrultusunda kullanıldığı için, tüketicilerin bu araçları başka bölgelerde bulunan yetkili satıcılardan satın almalarının daha kolay olduğunun varsayıldığı ifade edilmektedir.

<sup>87</sup> Madde 5 (1)(a) ve 1 (1)(b).

<sup>88</sup> Günümüzde AB’deki yetkili satıcıların %90’ı yılda 500 otomobilden daha az satan küçük ve orta ölçekli teşebbüslerdir (Andersen 2001, 241).

değişmeyen niteliği, bunların çoğunlukla küçük ve kişisel sahiplik yapısında teşebbüsler olmasıdır (Womack, Jones ve Roos 1991, 171). Motorlu taşıt dağıtım anlaşmalarında çoğunlukla sağlayıcıların yetkili satıcıların büyümelerini kontrol edebilme imkânının bulunması; ne kadar verimli olursa olsun, yetkili satıcıların büyüebilmesini engellediğinden, yetkili satıcılarla sağlayıcılar arasındaki güç dengesizliğinin devamına yol açan önemli nedenlerden biri olarak görülmektedir (CC 2000, 55).

Motorlu taşıt dağıtım anlaşmaları, karar haklarının asimetrik bir şekilde tahsis edilmesine yol açmaktadır. Söz konusu anlaşmalarda yetkili satıcıların karar hakları en iyi satış ve asgari kalite düzeyine ulaşmak amacıyla sağlayıcılar tarafından önemli düzeyde kısıtlanırken, sağlayıcılara geniş yorum, uygulama ve yaptırım gücü sunulmaktadır (Arruñada, Garicano ve Vázquez 1998). Sağlayıcılar, dağıtım anlaşmalarında yetkili satıcıların hem makine-teçhizat ve personel gibi girdilerini, hem de satış ve müşteri memnuniyeti hedefleri olarak çıktılarını kontrol etme hakkına sahip olmaktadır (Buzzavo ve Volpato 2001).

Yetkili satıcılık anlaşmaları, yetkili satıcının itaatinin sağlanması için, fiyat indirimleri ve fesih gibi olumlu ve olumsuz güdü mekanizmaları içermektedir. Fesih, başarısızlığın uzun süreli ve çok sayıda tekrarı durumunda başvurulan bir yöntemken, parasal teşvikler üreticilerin sürekli olarak kullandıkları yöntemlerdendir. Anlaşmalarda getirilen yaptırımlar, çoğunlukla yetkili satıcılara yönelik olup genellikle güçlü taraf olan üreticilere yönelik yaptırım getirilmemektedir (Arruñada, Garicano ve Vázquez 1998).

Sağlayıcılar, fesih tehdidini rekabeti sınırlayıcı davranışları gerçekleştirmek; örneğin, yetkili satıcının yeniden satış fiyatına uyumunu sağlamak ya da eşdeğer kalitede yedek parça kullanmasını engellemek gibi amaçlar doğrultusunda kötüye kullanabilirler. Bu davranış biçimi, Arruñada, Garicano ve Vázquez (1998) tarafından “oportünist davranış” olarak nitelendirilmiştir. Öte yandan, feshi haklı gerekçelerle, yani marjinal düzeyde satış yapan yetkili satıcılara karşı ya da pazardaki değişiklikler ve teknolojik gelişmeler nedeniyle gerçekten yetkili satıcıların faaliyet yapısında değişiklik gerekiyorsa gerçekleştiriyor da olabilirler (disipline edici davranış).<sup>89</sup> Her iki durumda da oportünist davranışı, disipline edici davranıştan ayırmak üçüncü kişi düzenleyiciler için güç olacaktır (Arruñada, Garicano ve Vázquez 1998). Söz konusu ayırımın sağlıklı bir biçimde yapılabilmesi, motorlu taşıt blok muafiyet tüzüklerinde sağlayıcı-yetkili satıcı ilişkileri konusunda ayrıntılı düzenlemeler getirilmesini gerektirmektedir.

---

<sup>89</sup> Tahmin edileceği üzere buradaki “disipline edici davranış” tanımı, tavsiye edilen satış fiyatına uyum gibi davranışların disipline edilmesini kapsamamaktadır.

123/85 ve 1475/95 sayılı Tüzüklerle Komisyon, dağıtım anlaşmalarında bulunması gereken asgari feshi ihbar süreleri getirerek, güçsüz konumdaki yetkili satıcının hem yaptığı yüksek miktardaki yatırımın<sup>90</sup> karşılığını alabilmesini sağlayacak finansal bir koruma<sup>91</sup> getirmeyi hem de yetkili satıcı bağımsızlığını sağlayıcının fesih tehdidi karşısında korumayı amaçlamıştır. Öte yandan sağlayıcıların, çoğu süresiz olarak imzalanan yetkili satıcılık anlaşmalarını çoğunlukla 1475/95 sayılı Tüzüğün verdiği, dağıtım ağının yeniden yapılandırılması imkânını kullanarak bir yıllık ya da Tüzüğün öngördüğü iki yıllık feshi ihbar süresini kullanarak feshedebilmesi, ihbar süresi sonrasında yetkili satıcıların, diğer markalarla anlaşma yapma imkânının oldukça kısıtlı olmasından dolayı fesih tehdidini sürekli üzerlerinde hissetmesine neden olmuş ve arzu edilen sonucu doğurmamıştır.<sup>92</sup>

1400/2002 sayılı Tüzük'te öncelikle, 1475/95'te getirilen, anlaşma süreleri ve asgari feshi ihbar süreleri ile ilgili hükümler korunurken, sözleşmesel koruma daha da güçlendirilmiştir.<sup>93</sup> Yeni Tüzük'te öncekinden farklı olarak, bir yetkili satıcının anlaşmasını feshetmek isteyen sağlayıcının, feshi yazılı olarak detaylı, nesnel ve şeffaf gerekçelerle bildirmesi zorunlu kılınmıştır. Söz konusu hüküm, sağlayıcının, Tüzük hükümleri uyarınca yasaklanamayacak davranışları gerçekleştirmesi nedeniyle yetkili satıcının anlaşmasını feshetmesini engellemek amacıyla getirilmiştir.<sup>94</sup>

Yeni Tüzük uyarınca, tarafların anlaşmadan doğan yükümlülüklerini yerine getirip getirmediği hususunda ve temin yükümlülükleri, stok miktarlarıyla satış hedeflerinin tespiti ve yerine getirilmesi, çok markalılığın şartları, otomobil ve hafif ticari araç dışında kalan araçların satıcılarına getirilen yerleşke hükmünün bu teşebbüslerin işlerini büyütmelemlerini engelleyip engellemediği, feshin makul gerekçelere dayanıp dayanmadığı gibi konularda anlaşmazlık olması durumunda, anlaşmanın taraflarına üçüncü kişi uzmana veya hakeme başvurma hakkı veren bir düzenlemeyi bünyesinde barındırmayan anlaşmalara muafiyet tanınmamaktadır.<sup>95</sup>

Yeni Tüzük'te yetkili satıcı bağımsızlığını sağlamaya yönelik önemli bir yenilik ise yetkili satıcıların, çoğunlukla daha önceki Tüzüklerde kendilerine

<sup>90</sup> Yetkili satıcılık yüksek miktarda yatırım isteyen bir iştir ve yatırımın geri dönüşü, diğer perakende sektörleriyle kıyaslandığında düşük gerçekleşmektedir. AB'de ortalama bir yetkili satıcının başlangıç yatırımının maliyeti 2 ila 4 milyon ABD Doları arasında değişmektedir (Harbour 1997, 155).

<sup>91</sup> Değerlendirme Raporu'na göre buradaki amaç, tarafların anlaşmadaki finansal çıkarlarının korunması değil dağıtım anlaşmasındaki güçsüz konumdaki tarafın korunması yoluyla, rekabete dahil olmasının kolaylaştırılmasıdır.

<sup>92</sup> Değerlendirme Raporu, Bölüm 6.2.1.2.

<sup>93</sup> Madde 3(3) ve (5).

<sup>94</sup> Madde 3 (5)(b).

<sup>95</sup> 1400/2002 sayılı Tüzüğün dibacesi, paragraf 11 ve Madde 3 (6).

verilen hakları da kullanmalarını engelleyen güç dengesizliğini ortadan kaldırmayı amaçlayan hükümlerdir. Başarılı yetkili satıcı ve servislerin yeni iş imkânları keşfetmelerine ve işlerini daha da büyüterek bağımsızlaşmalarına imkân tanımak için Yeni Tüzük, aynı markaya ait yetkili satıcı ve servisleri devralmasına sağlayıcı tarafından izin verilmesini zorunlu kılmaktadır.<sup>96</sup>

### 2.2.1.3. Çok Markalılığın Kolaylaştırılması

Komisyon'un, motorlu taşıtlar sektörüne özgü hedeflerinden bir tanesi olan "çok markalılık", yetkili satıcının ürünlerini sattığı asıl markaya ek olarak başka markaları da satması anlamına gelmektedir. Bu hedef, yetkili satıcıların başka üreticilere ait motorlu taşıtları da satmasını engelleyen, bir başka deyişle marka münhasırlığı içeren yetkili satıcılık anlaşmalarına muafiyet tanınmamasıyla gerçekleşebilecektir.

İlk bakışta markalar arası rekabeti artırmaya yönelik bir düzenleme olarak göze çarpan çok markalılık, Komisyon tarafından aynı zamanda yetkili satıcının sağlayıcı karşısındaki bağımsızlığını güçlendirici nitelikte bir düzenleme olarak görülmektedir.<sup>97</sup> Çok markalılığa yönelik düzenlemeler, özellikle değişik modelleri aynı anda karşılaştırma imkânı bulacaklarından tüketiciler açısından da faydalı olabilecek niteliktedir. Bu türdeki bir dağıtım sistemi aynı zamanda düşük satış hacmine sahip markalar ve kırsal alanlardaki satışlar bakımından da oldukça faydalı olabilecektir.<sup>98</sup>

Çok markalılığın, motorlu taşıt sektöründe üretici düzeyinde pazara girişi kolaylaştırıcı etkileri bulunmaktadır. Motorlu taşıt sektöründe pazara giriş aşamasında, yüksek miktarda reklam harcaması ve güçlü bir satış sonrası desteğiyle bir yetkili satıcılık ağı geliştirilmesi önemlidir. Özellikle pazara yeni giren markalar için, çoğu pazarda iyi yetkili satıcı adayları bulmak zor olabilmektedir. Bunun nedeni, yeni markanın pazarda yeterli düzeyde bir "eski araba havuzu" bulunmaması, bu çerçevede satış sonrası hizmetler potansiyelinin düşük olmasıdır. Bu nedenle pazara yeni giren oyuncular, ilk aşamalarda yetkili satıcılık yatırımlarını kendileri yapmak zorunda kalabilmektedir (Harbour 1997, 150).

Comanor ve Rey (1995)'e göre motorlu taşıt dağıtımında büyük şehirlerde talep, bir tek markayı satan yetkili satıcıların "dağıtım ekonomileri"nden<sup>99</sup> yararlanabilmesi için yeterli olabilirken, küçük şehirler ve

---

<sup>96</sup> Madde 3 (3).

<sup>97</sup> Değerlendirme Raporu, Bölüm 6.2.1.6.

<sup>98</sup> İbid., paragraf 273-274.

<sup>99</sup> Dağıtım ekonomileri; satış sonrası hizmetlerle yedek parçaların temin edilebilirliğinin müşteriler açısından önem taşıması ve bu tür hizmetlerin ancak belli miktarda satış hacmine sahip olan yetkili satıcılar tarafından verilebilmesi, küçük satıcıların bu hizmetleri verseler bile daha yüksek maliyete sahip olması nedeniyle ortaya çıkmaktadır (Commanor ve Rey 1995).



kırsal kesimlerde tek markalı yetkili satıcıların söz konusu ekonomilerden yararlanabilecekleri satış hacmine ulaşmaları zor olmaktadır. Bu durumda ancak pazar payları yüksek olan markaların yer alabildiği küçük pazarlarda, satış yapacak yetkili satıcı bulamayan, pazara yeni giren ya da küçük ölçekli üreticiler dezavantajlı konumda kalmaktadır. Küçük pazarlarda gerçekleşen satışların talebin önemli bir bölümünü oluşturması durumunda ise bu pazarlara girememeleri, üreticilerin bu kez araç üretiminde gerekli olan ölçek ekonomilerine ulaşmalarını ve temelde pazara girişlerini engelleyecektir. Yetkili satıcıların birden fazla marka satabildiği durumlarda ise bu sorun yaşanmayacaktır (Comanor ve Rey 1995).

Çok markalılık iki düzeyde gerçekleşebilmektedir. Sahiplik düzeyinde gerçekleşen çok markalılık, bir yetkili satıcılık sahibi ya da grup şirketinin, farklı markaların dağıtımına yönelik yetkili satıcılık firmalarına bir arada sahip olmasıdır. Mağaza seviyesindeki (ya da mağaza-içi) çok markalılık ise yetkili satıcının aynı mağaza içerisinde birden fazla marka satması anlamına gelmektedir (Toungue 1996).

Çok markalılık, 1475/95 sayılı Tüzük'te düzenlendiği şekliyle yetkili satıcılar açısından finansal olarak avantajlı görülmemiştir. Tüzüğün, çok markalılık için sağlayıcı tarafından getirilmesine izin verdiği sınırlamalar,<sup>100</sup> daha çok sahiplik düzeyindeki çok markalılığa imkân tanımış; yetkili satıcıların çok markalılıktan beklenen ölçek ekonomilerinden yararlanmalarını, daha etkin bir maliyet yapısı oluşturmalarını, oluşturulan yerel pazar gücü vasıtasıyla satış hacimlerini artırmalarını ve tek bir markanın pazar performansına bağlılığı azaltarak risklerini dağıtmalarını engellemiştir. Bu nedenle gerçek anlamda çok markalılık, kısmen nüfusun seyrek olduğu ve talebin, tek bir markayı satacak yetkili satıcılar için yeterli düzeyde olmadığı Kuzey Avrupa ülkelerinde hayata geçebilmiş, Avrupa Birliği'nin diğer bölgelerindeki çoğu görünüşteki çok markalı yetkili satıcı, aynı üreticinin farklı markalarını<sup>101</sup> satmaktan öteye gitmemiştir. Bu çerçevede 1475/95 sayılı Tüzük sayesinde ortaya çıkan az sayıda çok markalı yetkili satıcının rekabet üzerinde önemsiz bir etkiye sahip olduğu söylenebilir.<sup>102</sup>

Yeni Tüzük'te, 1475/95'te çok markalılığı sağlamaya yönelik olarak getirilen hükümler güçlendirilmiş; sağlayıcıların, farklı sağlayıcılardan temin ettikleri motorlu taşıtları satmak isteyen yetkili satıcılara getirebilecekleri koşullar büyük ölçüde sınırlandırılmıştır. Yeni Tüzüğe göre, sağlayıcının diğer markaların satışı konusunda getirebileceği tek sınırlama, farklı marka araçların satış mağazasının farklı bölümlerinde satılmasıdır. Bunların dışında sağlayıcı

---

<sup>100</sup> Ayrı tüzel kişilik, yönetim, satış yeri.

<sup>101</sup> Örneğin VW/Audi, Fiat/Lancia/Alfa Romeo gibi.

<sup>102</sup> Değerlendirme Raporu Bölüm, 6.2.1.6.

tarafından getirilen bir takım kriterler çok markalılığı fiilen engelliyorsa uygulanamamaktadır.<sup>103</sup>

Çok markalılık hedefi doğrultusunda, süresi ne olursa olsun anlaşmalarda getirilen rekabet yasağı hükümlerini blok muafiyeti kapsamı dışında bırakan<sup>104</sup> 1400/2002 sayılı Tüzük'te yetkili satıcıya, toplam alımların %30'undan fazlasının sağlayıcıdan, ya da sağlayıcının belirlediği bir teşebbüsten yapılması yükümlülüğü getirilmesi rekabet yasağı olarak tanımlanmıştır.<sup>105</sup> Söz konusu düzenlemeyle yetkili satıcının en azından 3 farklı markanın yetkili satıcılığını üstlenebilmek konusunda serbest olması sağlanmaktadır.<sup>106</sup> 1400/2002 sayılı Tüzük'te rekabet yasağına yönelik olarak getirilen sıkı hükümler, Tüzüğün, 2790/1999 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Tüzük'le de en önemli ayırım noktalarından birini teşkil etmektedir.<sup>107</sup>

Yeni Tüzük'le çok markalılığa yönelik olarak getirilen düzenlemelerin, özellikle her bir yetkili satıcılık için yapılan ciddi tesis yatırımları göz önünde tutulduğunda, yetkili satıcıların ölçek ekonomilerine ulaşarak maliyetlerini ve risklerini düşürmelerine yardımcı olacak, "mağaza içi" çok markalılığın gerçekleşmesini sağlama amacı taşıdığı görülmektedir.

### **2.2.2. Satış Sonrası Hizmetler ve Yedek Parça Dağıtımına Yönelik Düzenlemeler**

Motorlu taşıtların kullanım ömrü boyunca, satış sonrası hizmetler ve yedek parça maliyetlerinin taşıtın satın alma bedeline eş düzeyde olması<sup>108</sup>, bu hizmetlerdeki rekabetin tüketici açısından en azından motorlu taşıt satışındaki rekabet kadar önem taşımaya yol açmaktadır. Satış sonrası hizmetler ve yedek parça konusundaki kâr marjlarının, motorlu taşıt satışındaki marjlara kıyasla çok daha yüksek olması<sup>109</sup> ise bu hususun önemini daha da artırmaktadır. Söz konusu nedenlerle Komisyon, motorlu taşıtlar sektöründeki bu önemli alanda rekabete

---

<sup>103</sup> Örneğin bir markanın tüm modellerini sergilemesi şeklindeki bir yükümlülük, yetkili satıcının satış mağazasının yeterli büyüklüğe sahip olmaması nedeniyle, diğer markaları satılabilmesini engelliyorsa getirilememektedir. Ayrıca yetkili satıcıya, ücreti sağlayıcı tarafından karşılanmaksızın, markaya özgü satış elemanı bulundurma yükümlülüğü getirilmesi de rekabet yasağı kapsamında girmekte ve muafiyetten yararlanamamaktadır (Açıklayıcı Broşür, s.51).

<sup>104</sup> Madde 5 (1)(a).

<sup>105</sup> Madde 1 (b).

<sup>106</sup> Üç sağlayıcının %30'luk oranını tamamını kullandığı düşünüldüğünde, dördüncü sağlayıcı için %10'luk bir oran kalmaktadır. Bu şekilde teoride yetkili satıcının üç ayrı sağlayıcı ile çalışabilmesi mümkündür.

<sup>107</sup> 1400/2002 sayılı Tüzük'ten farklı olarak 2790/1999 sayılı Tüzük'te, alıcının toplam alımlarının %80'inden fazlasını sağlayıcıdan yapması yükümlülüğü, rekabet yasağı sayılmakta ve beş yıla kadar rekabet yasaklarına muafiyet tanınabilmektedir.

<sup>108</sup> Bkz. Şekil-2.

<sup>109</sup> Bkz. s.10.

büyük önem vermektedir. 1475/95 sayılı Tüzüğün bu alanda getirdiği düzenlemelere rağmen beklenen sonuçların tam olarak alınamamış olması, Komisyon'un 1400/2002 sayılı Tüzük'le satış sonrası hizmetler ve yedek parça dağıtım konularında da radikal yenilikler getirmesine neden olmuştur. Yeni Tüzük ile benimsenen temel prensipler, satış ve satış sonrası hizmetler ayrımı, satış sonrası hizmetlerde niteliksel seçici dağıtım, bağımsız teşebbüslerin rekabet edebilirliğinin kolaylaştırılması ve yedek parça üreticilerinin yetkili ağlara erişiminin sağlanması başlıkları altında toplanabilir.

### **2.2.2.1. Satış ve Satış Sonrası Hizmetler Ayrımı**

1475/95 sayılı Tüzüğün, motorlu taşıt dağıtım anlaşmalarının blok muafiyetinden yararlanabilmesinin koşullarından biri olarak öne sürerek, satış ile satış sonrası hizmetler arasında kurduğu hukuksal bağlantı altında yatan temel varsayım, dibacesinin 4 üncü paragrafında şu şekilde açıklanmaktadır:

“...satış ve satış sonrası hizmetler birlikteliği, bir yanda yeni motorlu taşıtlara yönelik bir dağıtım yapılanmasının, diğer yanda da yedek parça dağıtımını da gerçekleştirecek olan bir servis yapılanmasının söz konusu olduğu ayrıştırılmış bir yapıya nazaran, özellikle dağıtım sistemi içinde yer alan teşebbüsün, yeni bir araç nihaî tüketiciye teslim edilmeden önce, bu aracı, üreticinin şartnamelerine uygun bir teknik kontrole tâbi tutması gerekmesi nedeniyle, daha etkin olarak görülmektedir.”

Ancak, Komisyon'un pazarda elde ettiği bulgular, söz konusu varsayımın geçerliliğini koruyup korumadığı konusunun değerlendirilmesi gereğini ortaya çıkarmıştır.

Yalnızca satış sonrası hizmetlere yönelik olarak yapılmış yetkili servis anlaşmaları için bireysel muafiyet talebiyle Komisyon'a yapılmış başvuruları bulunsa da sağlayıcıların, Yeni Tüzük'ten önceki dönemde getirilen düzenlemeler doğrultusunda, büyük çoğunlukla yetkili satıcılarını satış sonrası hizmetleri verme konusunda zorladığı görülmüştür.<sup>110</sup>

Satış ve satış sonrası hizmetlerin birlikteliği prensibinin, sağlayıcılar tarafından benimsenmesine neden olan üç temel unsuru; teknik, ekonomik nedenler ve tüketici beklentileri oluşturmaktadır. Teknik neden; 1475/95 sayılı Tüzüğün dibacesinde de belirtilen, yeni aracın tüketiciye teslimatından önce yetkili satıcı tarafından yapılması gereken teknik kontrollerdir. Ekonomik neden; yeni araç satışının yetkili satıcılar için yeterli ölçüde karlı olmayışı ve bu nedenle daha karlı olan satış sonrası hizmetlerin verilmesinin finansal açıdan zorunlu olduğu görüşüdür. Tüketici beklentisine dayanan nedeni ise, tüketicilerin en azından bir kısmının otomobilini, satış sonrası hizmetleri de veren bir yetkili satıcıdan almak istediği görüşü oluşturmaktadır (Autopolis 2000).

<sup>110</sup> Değerlendirme Raporu, paragraf 224-225.

Satış ile satış sonrası hizmetlerin birlikteliği ilk kez 1475/95 sayılı Tüzük'ün Değerlendirme Raporu'nda sorgulanmış, raporda pazardaki oyuncuların bu konudaki farklı görüşlerine yer verilmiştir. Sağlayıcılar, yedek parçaların dağıtımını ve araç geri çağırma durumlarında satış ve satış sonrası hizmetler birlikteliğinin avantajlı olduğunu iddia etmişler; yetkili satıcıların bir kısmı bu birlikteliğin tüketici gözünde özellikle ilk yıllar için vazgeçilmez olduğunu savunurken bir kısmı ise ayrımın yetkili satıcıların yaşayabilirliğini etkileyeceğini ifade etmişlerdir. Yedek parça üreticileri ise, söz konusu bağlantının tüm yedek parçaların otomobil üreticisi kanalıyla yetkili satıcılara dağıtılmasına yol açtığını ve bunun da parça üreticilerinin yetkili satıcı ağlarına girişini engellediği görüşünü savunmuştur. Tüketici derneklerinin çoğu ise satış-satış sonrası hizmetler ayrımının tüketici açısından faydalı olacağı görüşünü savunmuştur.<sup>111</sup>

1475/95 sayılı Tüzüğün yenileme çalışmaları sürerken, Komisyon'un görüşünü istediği Autopolis, konu hakkında ayrıntılı bir tartışmanın yer aldığı raporunda satış-satış sonrası hizmetler arasında pazardaki rekabetin doğal sonucu olarak bir bağlantının var olmadığı; bunun yasal düzenlemenin de verdiği imkân doğrultusunda üreticiler tarafından zorlanan sını bir bağlantı olduğu; Tüzüğün, kurduğu hukuksal bağlantıyı dayandırdığı temel gerekçenin, araçlardaki teknik gelişmeler ve dağıtımdaki bazı gelişmeler<sup>112</sup> sonucunda geçerliliğini yitirdiği sonucuna ulaşmıştır. Autopolis (2000)'e göre 1475/95'in ve üreticilerin, pazar gerçeklerinden kaynaklanmayan söz konusu bağlantıyı zorlaması, satış sonrası hizmetler pazarında faaliyet gösteren çoğu aktörün özgürlüğünün kısıtlanmasına yol açmıştır.

Yeni Tüzük'te, Komisyon da teknik gelişmelerin sonucunda artık satış ve satış sonrası hizmetler arasında eskiden olduğu gibi bir "doğal bağlantı" olmadığı görüşü doğrultusunda, eskisinin tam tersi bir yaklaşımı benimsemiştir. Yeni Tüzük, öncelikle anlaşmaların satış ve satış sonrası hizmetlerin birlikte dağıtımını içermesini blok muafiyetinden yararlanma koşulları arasından çıkararak, eski düzenlemedeki hukuksal bağlantıyı ortadan kaldırmıştır. Ayrıca Tüzük, bu kez motorlu taşıt sağlayıcılarının, yetkili satıcılarını satış sonrası hizmetleri vermek konusunda zorlamalarını da yasaklamaktadır. Yetkili satıcılar, satış sonrası hizmetlere ilişkin yükümlülüklerini aynı markanın ağı içerisinde yer alan diğer yetkili servislere devretmek konusunda serbesttir. Bu durumdaki bir yetkili satıcıya getirilebilecek tek sınırlama, motorlu taşıtları sattığı tüketicilere,

---

<sup>111</sup> Ibid., paragraf 227,229.

<sup>112</sup> Örneğin dağıtımda İnternet'in rolünün artması gibi. Collard ve Roquilly (2000, 24)'e göre, otomobil dağıtımda İnternet'in rolünün artmasıyla yalnızca otomobil satışıyla işigal eden (satış sonrası hizmet vermeyen) teşebbüslerden otomobil alma imkânını ortaya çıkması, satış ve satış sonrası hizmetler bağlantısını zayıflatıcı bir etki yaratmıştır.

satış sonrası hizmetleri devrettiği yetkili satıcının adresini bildirme zorunluluğudur.<sup>113</sup>

Bu sayede Tüzük, isteyen yetkili satıcıların araç dağıtımını ya da satış sonrası hizmetler konusunda uzmanlaşmalarına imkân tanımaktadır. Yetkili satıcılar, satış ve satış sonrası hizmetlerden herhangi birisini yürütmeyi ya da ikisini birden yürütmeyi tercih edebilmekte olup bu konuda üreticinin bir zorlamasıyla karşı karşıya kalmamaktadırlar.<sup>114</sup>

#### **2.2.2.2. Satış Sonrası Hizmetlerde Niteliksel Seçici Dağıtım**

Daha önce de ifade edildiği üzere, motorlu taşıtların bakım onarım hizmetleri, üreticilerin dağıtım ağı içerisinde yer alan teşebbüsler ve üreticiden bağımsız teşebbüsler olmak üzere iki grup tarafından verilmektedir. Tüketiciler, araçlarının garanti kapsamı dışında kalmasını önlemek amacıyla, garanti dönemi içerisinde büyük ölçüde, üreticilerin dağıtım ağında yer alan yetkili servisleri tercih etmektedirler. Garanti süresinin bitiminden sonra, tüketiciler satış sonrası hizmetleri, üreticinin dağıtım ağı içerisindeki teşebbüslere ek olarak dağıtım ağının dışındaki bağımsız teşebbüslerden de almaya başlamaktadırlar. Bu nedenle garanti dönemi içerisinde satış sonrası hizmetler pazarındaki rekabet, büyük ölçüde aynı markanın yetkili servisleri arasındaki rekabetten ibaret olmaktadır.

Motorlu taşıt satışı için, münhasır bölgede faaliyet gösteren yetkili satıcıların, bölgelerinde en azından diğer markaların rekabeti ile karşı karşıya olduğu, buna karşın, yetkili servislerin özellikle garanti süresi içinde bölgeleri dahilinde hiçbir teşebbüsün aktif rekabetine maruz kalmadığı düşünüldüğünde, geçmişte muafiyet tanınan münhasır ve seçici nitelikteki dağıtım sisteminin, satış sonrası hizmetlerdeki rekabeti, motorlu taşıt dağıtımından çok daha olumsuz etkilediği söylenebilir. Nitekim satış sonrası hizmetlerde hem üreticilerin, hem de dağıtıcıların sahip oldukları kâr marjlarının motorlu taşıt satışına kıyasla çok yüksek olması da bu durumun bir göstergesidir.

Dağıtım sistemlerinin münhasır ve seçici nitelikleri bir arada taşınmasını motorlu taşıt dağıtımında olduğu gibi satış sonrası hizmetler ve yedek parça dağıtımında da yasaklayan Yeni Tüzük, sağlayıcının ilgili pazardaki pazar payının %30'un üzerinde olması durumunda, bakım-onarım hizmetleri ve yedek parça dağıtımını konusunda yalnızca niteliksel seçici dağıtıma muafiyet tanımaktadır.<sup>115</sup> Pazar payı %30'un altındaki sağlayıcıların ise, motorlu taşıt

---

<sup>113</sup> Madde 4 (1)(g). Bu tür bir uygulama ancak, tamirhaneleri satış mağazalarıyla aynı yerde olmayan yetkili satıcılara da benzer bir yükümlülük getiriliyorsa gerçekleştirilebilmektedir.

<sup>114</sup> Açıklayıcı Broşür, Bölüm 5.3.6.

<sup>115</sup> Madde 3(1).

dağıtımında olduğu gibi niceliksel seçici dağıtım veya münhasır dağıtım sistemini seçmeleri mümkündür.

Komisyon, satış sonrası hizmetler ve yedek parça dağıtım pazarını, motorlu taşıt dağıtımından ayrı tutmaktadır.<sup>116</sup> Bu durum satış sonrası hizmetler ve yedek parça dağıtım bakımından da sağlayıcıların pazar paylarının hesaplanması konusunu gündeme getirmektedir. Bir sağlayıcının satış sonrası hizmetlerdeki pazar payı, ilgili pazarda, kendi dağıtım ağında yer alan yetkili servisler tarafından verilen hizmetlerin değeri üzerinden hesaplanmaktadır. Satış sonrası hizmetler bakımından ilgili pazar ise, ilgili coğrafi pazarda,<sup>117</sup> bir markaya sağlayıcısının dağıtım ağı tarafından verilen bakım-onarım hizmetleri ile tüketici gözünde söz konusu hizmetleri ikame edebilecek nitelikteki hizmetler olarak belirlenmektedir.<sup>118</sup> Motorlu taşıt dağıtımından farklı olarak, satış sonrası hizmetler konusunda farklı markaların yetkili servisleri çoğunlukla birbirini ikame edemez niteliktedir. Sağlayıcının dağıtım ağında yer almayan fakat anlaşmaya konu marka motorlu taşıtlara hizmet veren bağımsız tamirciler ise, yetkili servisler tarafından verilen satış sonrası hizmetleri, hizmetin niteliğine göre, değişen oranlarda ikame edebilmektedir. Yedek parçalar için ilgili pazar belirlenirken ise, piyasada gerçek anlamda ikame malların bulunup bulunmaması önem taşımaktadır. Karmaşık olmayan tamir ve bakımlarda kullanılan parçalar açısından piyasada bir çok alternatif bulunabilirken, markaya özgü çoğu parça için alternatif bulunamayabilmektedir. İkame parçaların bulunmaması durumunda, belirli bir markaya özgü yedek parçalar, sağlayıcı ile yetkili satıcılık ağı arasında imzalanan anlaşma bakımından esas alınması gereken ilgili ürün pazarı olarak tanımlanabilecektir.<sup>119</sup>

Satış sonrası hizmetler ve yedek parça dağıtım için tüketici gözünde ikame ürünlerin sınırlı olması, sağlayıcıların motorlu taşıt dağıtımında düşük pazar paylarına sahip olsalar da, satış sonrası hizmetler ve yedek parça pazarlarında çok daha yüksek<sup>120</sup> pazar paylarına sahip olabilmelerine neden

---

<sup>116</sup> Açıklayıcı Broşür'ün 6.2.(c) bölümünde, otomobillerin ortalama ömrünün 12 yıl olması, çeşitli seferler el değiştirebilmesi ve bakım-onarım maliyetlerinin, otomobil satın alınırken rekabet halindeki ürünler arasında yapılan tercihi büyük ölçüde etkilememesi gibi nedenlerle bakım onarım hizmetleri pazarının, motorlu taşıt pazarından ayrı tutulması gerektiği ifade edilmektedir. "BMW/ROVER" (14.03.1994, OJ C 93-30.3.1994) Kararı'nda ise, yedek parçaların ürün özellikleri, fiyat ve kullanım amaçları ile otomobillerden açık bir biçimde ayrıldığı ve otomobillerle birlikte bir bütün olarak satılan bir unsur olarak görülmemesi gerektiği değerlendirilmiştir.

<sup>117</sup> Açıklayıcı Broşür'e göre, Satış sonrası hizmetler ve yedek parça için, yetkili satıcılık ağına üreticilerin yaptığı sağlama, ulusal düzeyde gerçekleştiği ve yetkili satıcılık ağının üyeleri ulusal düzeyde benzer ticari şartlarla faaliyet gösterdiği için ilgili coğrafi pazar ulusal pazarlar olarak tanımlanmaktadır.

<sup>118</sup> Açıklayıcı Broşür, Bölüm 6.1.

<sup>119</sup> Ibid., Bölüm 6.1.2, 6.2.(c).

<sup>120</sup> Bazı özel hizmetler ve yedek parçalar bakımından %100'lere varan oranlarda.

olmaktadır. Açıklayıcı Broşür’de sağlayıcıların satış sonrası hizmetler ve yedek parça dağıtımındaki pazar paylarının, en azından bazı tür satış sonrası hizmetler ve yedek parçalar için Tüzük’te öngörülen %30’luk eşiği geçme ihtimalinin yüksek olduğu ifade edilmektedir.<sup>121</sup> Bu çerçevede Komisyon’un, satış sonrası hizmetler ve yedek parça konusunda niteliksel seçici dağıtım sisteminin *de facto* uygulanmasını sağlamayı amaçladığı söylenebilir (Whiteman ve Tounge 2002, 7).

Satış sonrası hizmetlerde niteliksel seçici dağıtım sisteminin uygulanması ise, yetkili servislerin seçiminde sağlayıcılar tarafından yalnızca niteliksel kriterler belirlenebilmesi, bunların ilgili tamircilere bildirilmesi<sup>122</sup> ve söz konusu kriterleri sağlayan tüm teşebbüslerin yetkili servis olarak kabul edilmesi anlamına gelmektedir.<sup>123</sup> Yeni Tüzük, motorlu taşıt dağıtımında olduğu gibi seçici dağıtım sisteminde faaliyet gösteren yetkili servislere de sağlayıcı tarafından “yerleşke hükmü” getirilmesini yasaklamaktadır.<sup>124</sup> Bu ise seçici dağıtım sistemi üyesi yetkili servislerin sağlayıcının izni olmaksızın istedikleri bölgelerde ek tamirhaneler açmakta serbest olması anlamına gelmektedir.<sup>125</sup>

Ayrıca, Yeni Tüzük’te motorlu taşıt dağıtımında çok markalılığa yönelik olarak getirilen kurallar, satış sonrası hizmetler ve yedek parça için de geçerli olacaktır.<sup>126</sup> Tüzük’te, yetkili servislerin başka marka motorlu taşıtlara yönelik bakım onarım hizmeti vermesini engelleyen her türlü yükümlülük muafiyet kapsamı dışında bırakılmıştır.<sup>127</sup>

### **2.2.2.3. Bağımsız Tamircilerin Rekabet Edebilirliğinin Kolaylaştırılması**

Motorlu taşıtların garanti sürelerinin sona ermesinden sonraki dönemde, yetkili servislerle, bağımsız tamirciler ve son yıllarda yaygınlaşmaya başlayan “hızlı-tamir” zincirleri rekabet etmektedir. Komisyon, satış sonrası hizmetler konusunda etkin rekabetin ancak bağımsız teşebbüslerin de rekabete dahil olduğu bu dönemde ortaya çıktığını düşünmektedir.<sup>128</sup>

Motorlu taşıtların bakım onarım hizmetlerinin önemli bir bölümü marka uzmanlığı gerektirmektedir. Üreticilerin dağıtım ağlarında yer alan yetkili satıcı

---

<sup>121</sup> Bölüm 6.2.(c).

<sup>122</sup> Bu bildirim örneğin İnternet’te standartların ilan edilmesi yoluyla gerçekleştirilebilecektir.

<sup>123</sup> Açıklayıcı Broşür 5.4.1.

<sup>124</sup> Yetkili satıcılıktan farklı olarak bu hüküm 1 Ekim 2005’te değil, Tüzük’le birlikte yürürlüğe girmiştir.

<sup>125</sup> Madde 5(3).

<sup>126</sup> Tüzüğün 1(b) maddesinde yapılan rekabet yasağı tanımı satış sonrası hizmetler ve yedek parça için de geçerlidir.

<sup>127</sup> Madde 5(1)(a) ve (b).

<sup>128</sup> Değerlendirme Raporu, s.69.

ve servisler, markaya özgü teknik ekipmanları, üreticilerden aldıkları teknik bilgi ve eğitimler sayesinde söz konusu uzmanlığa sahip olmaktadır. Ancak bu marka uzmanlığı, mutlaka yetkili servis ağı yoluyla da olmayabilir. Yetkili servis ağı dışında yer alan ancak gerekli teknik donanıma sahip olan ve belli markalarda uzmanlaşan bağımsız tamirciler de bakım-onarım işlerini yürütebilmektedir.

Taşıtların karmaşık olmayan rutin bakımı<sup>129</sup> ise, önemli ölçüde marka uzmanlığı gerektirmeksizin, bu konularda uzmanlaşmış hızlı-tamir zincirleri tarafından verilebilmektedir. Komisyon'a göre bağımsız tamirciler ve hızlı-tamir zincirlerinin son yıllarda gösterdiği başarı, bunların bakım-onarım hizmetleri konusunda üreticilerin yetkili ağlarına ciddi birer alternatif olabileceğini ve müşteri beklentilerini yeterli düzeyde karşılayabildiğini göstermiştir.<sup>130</sup> Yetkili servisler tarafından verilen satış sonrası hizmetlerin fiyatları ise, çoğu hizmeti yetkili servislere eş kalite düzeyinde verebilen bağımsız tamircilere kıyasla daha yüksek düzeydedir. Bu nedenle Komisyon, bakım-onarım hizmetleri pazarında rekabetin korunması bakımından, yeterli sayıda etkin çalışan bağımsız tamirci ve hızlı-tamir zincirinin bulunmasını önemli görmektedir.<sup>131</sup>

Son yıllarda motorlu taşıtların giderek daha karmaşık ve teknolojik donanıma sahip olması nedeniyle, özellikle marka uzmanlığına sahip bağımsız tamircilerin, taşıtların bakım-onarım hizmetleri için gerekli olan teknik bilgiye erişimi konusu daha çok önem kazanmaktadır. En az teknik bilgiye erişim konusu kadar önem taşıyan bir diğer husus, taşıtların bakım onarımı için gerekli olan markaya özgü teknik donanımdır. Günümüzde ileri teknoloji ile üretilmiş çoğu motorlu taşıt için, üreticiler tarafından modele özgü üretilen teşhis cihazları olmaksızın, araçlarda meydana gelen teknik arızaları kolaylıkla tespit etmek ve gerekli onarımları yapmak mümkün olmamaktadır. Satış sonrası hizmetler konusunda bir diğer önemli husus, markaya özgü ekipmanın kullanımı ve uzmanlık isteyen bakım onarım işleri için, teknik personele verilmesi gereken eğitimidir.

1475/95 sayılı Tüzük'te bağımsız tamircilerin teknik bilgiye erişimini düzenleyen hükümler bulunmasına rağmen, söz konusu erişimin otomobil üreticileri tarafından zorlaştırıldığı görülmüştür. Ayrıca, yukarıda açıklandığı üzere, motorlu taşıtlardaki teknolojik gelişmeler neticesinde, bağımsız tamircilerin teknik bilgiye erişimin sağlanması, üreticinin yetkili satıcılık ağıyla rekabet edebilirliği açısından artık tek başına yeterli görülmemektedir.

---

<sup>129</sup> Yağ, hava-filtresi, fren balatası değişimi gibi

<sup>130</sup> Değerlendirme raporu, paragraf 286.

<sup>131</sup> Ibid., paragraf 122.



Komisyon'a göre bu alanda etkin bir rekabetin gerçekleşebilmesi için, bakım-onarım işleriyle iştigal eden bağımsız teşebbüslerin, yetkili satıcılarla aynı teknik bilgi, eğitim, araç ve ekipmana sahip olması gerekmektedir.<sup>132</sup>

1400/2002 sayılı Tüzük, satış sonrası hizmetler alanında rekabetin artırılması amacının bir parçası olarak, tüketici gözünde yetkili servislere önemli bir alternatif teşkil eden bağımsız tamircilerin, rekabet edebilmesini daha da kolaylaştırıcı düzenlemeler getirmiştir. Yeni Tüzük, teknik bilginin yanında, araçların tamir ve bakımı için gerekli olan, markaya özgü teşhis ekipmanının, yazılım ve donanımlar dahil tüm diğer teknik ekipmanının ve gerekli eğitimin, talep etmeleri durumunda bağımsız tamircilere, üreticiler tarafından yetkili satıcılara verilen koşullarla aynı koşullarda<sup>133</sup> verilmesini zorunlu kılmıştır.<sup>134</sup> Bir fikri mülkiyet hakkı kapsamında olması ya da *know-how* teşkil etmesi durumunda ise teknik bilgiye erişimin engellenmesi, RA 82. madde anlamında hakim durumun kötüye kullanılmasına yol açıyorsa, Tüzük tarafından yasaklanmaktadır.

Tüzük, ayrıca eski tüzüklerde de düzenlendiği şekilde, üreticilerin yetkili satıcılarına bağımsız tamircilere orijinal yedek parça sağlama konusunda izin vermelerini zorunlu kılmaktadır.

#### **2.2.2.4. Yedek Parça Üreticilerinin Yetkili Servis Ağlarına Erişimi**

Motorlu taşıtların yedek parçaları, çoğunlukla araçların bakım onarım işlerinde kullanıldığı için, üreticilerin yetkili servis ağları vasıtası ile dağıtılmaktadır. Yedek parça piyasasında rekabetin gerçekleşebilmesi bakımından, sağlayıcılar tarafından dağıtılan yedek parçalara alternatif yedek parçaların yetkili servis ağlarına girebilmesi önem taşımaktadır.

Birleşik Krallık Monopol ve Birleşme Komisyonu'nun<sup>135</sup> (MMC) motorlu taşıt yedek parçalarına yönelik raporunda, motorlu taşıt sağlayıcılarının yedek parça pazarında kendi çıkarlarını korumak amacıyla gerçekleştirdikleri bazı davranışlar şu şekilde sıralanmıştır (MMC 1992, 141):

- Yetkili satıcıların, motorlu taşıt sağlayıcılarının sağladığı parçalarla rekabet halinde olan parçaları dağıtmak konusunda anlaşma yapmalarını yasaklamaları, yetkili satıcıların prim, indirim gibi genel

<sup>132</sup> Açıklayıcı Broşür Bölüm 5.5.1.

<sup>133</sup> Örneğin bu hizmetler yetkili satıcılara ücretsiz veriliyorsa ücretsiz, ücretli veriliyorsa yetkili satıcıların ödediklerinden fazla olmamak kaydıyla ücreti mukabilinde.

<sup>134</sup> Madde 4 (2).

<sup>135</sup> UK Monopolies and Merger Commission.

performanslarına bağılı avantajlarını belirlerken, yedek parça satışlarını esas almaları ve bu yolla onları diğer sağlayıcıların parçaları yerine, kendi sağladıkları parçaları satmaya zorlamaları,

- Anlaşmalı oldukları parça üreticilerine bağımsız pazara parça sağlamalarını engelleyici nitelikte koşullar getirmeleri.

MMC (1992, 141) motorlu taşıt sağlayıcılarının alternatif yedek parçaların rekabetini engellemek amacıyla gerçekleştirdiği söz konusu uygulamaların, rekabeti kısıtlayıcı ve bozucu etkisine dikkati çekmiştir. Komisyon'un da yedek parça piyasası bakımından rekabeti kısıtlayıcı bulduğu bu uygulamalar 1475/95 sayılı Tüzük ile yasaklanmış olmasına rağmen, yedek parça üreticilerinin ürünlerini yetkili servislere sağlama hakları, büyük ölçüde hayata geçememiştir.

Motorlu taşıtların bakım-onarımında kullanılan yedek parçaların önemli bir bölümü, taşıt üreticisinin anlaşmalı olduğu orijinal parça üreticileri tarafından sağlanmaktadır. Parça üreticileri, taşıt üreticisine sağladıkları orijinal parçalarla aynı üretim bandında, aynı standartlarla üretilen parçaları doğrudan yetkili satıcılara ya da bağımsız tamircilere de satabilmektedir. 1475/95'in getirdiği sistemde "eşdeğer kalitede yedek parça" olarak kabul edilen bu parçaların kullanımı oldukça sınırlı ölçüde gerçekleşebilmiştir. Üreticilerin Tüzüğe aykırı eylemleriyle söz konusu parçaların kullanımını engellemesinin yanında bu durumun en önemli nedenlerinden biri, eş değer kalitede parça olarak kabul edilmelerinin, aslında orijinalinden farksız olan bu parçaların orijinalliği ve kalitesi konusunda yetkili servisler ve tüketiciler üzerinde tereddütler<sup>136</sup> doğurmasıdır.

1400/2002 sayılı Tüzük, yedek parça üreticilerinin yetkili ağlara erişimini kolaylaştırmak amacıyla önceki düzenlemelerde yer alan hükümleri korurken, önemli yenilikler getirmiştir. 1475/95'te olduğu gibi Yeni Tüzük uyarınca yetkili satıcıların orijinal ve eş değer kalite yedek parçaları, kendi seçtikleri üçüncü bir teşebbüsten satın almaları ve bu parçaları araçların bakım-onarımında kullanmaları yasaklanamamaktadır.<sup>137</sup> Ayrıca, motorlu taşıt üreticileri, parça üreticileriyle yaptıkları anlaşmalarda parça üreticilerinin yetkili servislere ve bağımsız tamircilere yedek parça sağlamalarını yasaklayamamaktadır.<sup>138</sup>

---

<sup>136</sup> Değerlendirme raporunda sağlayıcıların yetkili servislere, eşdeğer kalitede parça kullanması durumunda bunu tüketiciye yazılı olarak bildirme zorunluluğu getirmesi söz konusu tereddüdün önemli bir nedeni olarak gösterilmektedir.

<sup>137</sup> Madde 5(1)(k).

<sup>138</sup> Madde 4(1)(j).

Yeni Tüzük'teki en önemli yenilik ise söz konusu düzenlemelerin etkinliği artırmak amacıyla getirilen “orijinal yedek parça” ve “eş değer kalitede yedek parça” tanımlarıdır.

Orijinal yedek parça, bir motorlu taşıtın üretiminde kullanılan parçalarla aynı kalitede olan ve araç üreticisi tarafından getirilen spesifikasyonlara ve üretim standartlarına göre üretilmiş yedek parçalar şeklinde tanımlanmaktadır.<sup>139</sup> Orijinal yedek parça tanımı, aşağıdaki üç kategoride yer alan parçaları içermektedir:<sup>140</sup>

- Motorlu taşıt üreticisi tarafından üretilen parçalar,
- Motorlu taşıt üreticisine yedek parça üreticisi tarafından sağlanan parçalar,
- Yedek parça üreticisinin, motorlu taşıt üreticisinin üretim standartlarına göre çoğunlukla aynı üretim bandında ürettiği, ancak ona sağlamadığı parçalar.

Yukarıdaki üçüncü tip parçalar, ikinci tip orijinal yedek parçalardan herhangi bir farkı bulunmayan, taşıt üreticisinin orijinal yedek parça olarak sattığı parçalarla aynı standartlarla, hatta çoğu zaman aynı üretim bandında üretilmiş parçalardır. Yeni düzenleme ile söz konusu parçaların orijinalliği konusundaki tereddütler ortadan kaldırılmaktadır.

Komisyon, araçlarının bakım-onarımını yaptırırken tüketicilerin, orijinal yedek parçalar ile fiyatları orijinal yedek parçalardan daha düşük olmasına rağmen geçmiş dönemde kullanımı sınırlı düzeyde gerçekleşen eşdeğer kalitede yedek parçaları da kullanma şansına sahip olması gerektiğini düşünmektedir.<sup>141</sup> Eşdeğer kalitede yedek parçalar, orijinal yedek parçalardan farklı olarak üreticinin verdiği spesifikasyonlara ve üretim standartlarına göre üretilmemiş olmakla beraber, kullanılacakları aracın montajında kullanılan parçalarla aynı ve hatta daha yüksek kalitede olabilen; ancak örneğin farklı bir materyalden üretilmiş ya da farklı bir renge sahip parçalardır.<sup>142</sup> Yeni Tüzük'te “eşdeğer kalitede yedek parça” tanımı yapılarak, 1475/95 sayılı Tüzüğün uygulamasında yaşanan, hangi parçaların eşdeğer kalitede kabul edilip edilmeyeceği sorununa bir çözüm getirilmiştir. “Eşdeğer kalitede yedek parça”, bir motorlu aracın montajında kullanılan parçalarla eşdeğer kalitede olduğu, **üreticisi tarafından belgelendirilebilen** yedek parça olarak tanımlanmıştır.<sup>143</sup>

Getirilen yedek parça tanımlarıyla ortaya çıkan bir sorun, yedek parçaların gerçekten orijinal ve eş değer kalitede olduğunun nasıl

---

<sup>139</sup> Madde 1(1)(t).

<sup>140</sup> Açıklayıcı Broşür, 97. soru.

<sup>141</sup> Değerlendirme Raporu, Bölüm 6.2.1.1.

<sup>142</sup> Açıklayıcı Broşür, s.79.

<sup>143</sup> Madde 1(1)(u).

belgelendirilebileceği konusundadır. Açıklayıcı Broşür'e göre, parça üreticisinin bu belgelendirmeyi kendisinin yapması yeterli görölmektedir. Parçaların gerçekten orijinal veya eş değeri kalitede olmaması durumunda ise bu durum ispat edilene kadar, parça üreticisinin beyanı esas kabul edilmektedir.<sup>144</sup>

---

<sup>144</sup> Açıklayıcı Broşür, 101 ve 102. sorular.

## BÖLÜM 3

# KOMİSYON'UN YENİ YAKLAŞIMININ GELECEĞE DÖNÜK ANALİZİ

Bir önceki bölümde, Komisyon'un sektöre yaklaşımındaki temel değişiklikler, değişen varsayımları doğrultusunda getirdiği düzenlemelerin altında yatan temel gerekçeler ve hedefler ortaya konarak açıklanmaya çalışılmıştır. Komisyon'un geçmişten bugüne sıkılaşıarak giden yaklaşım tarzındaki en son ve en önemli değişim sürecini iyi analiz edebilmek için Tüzüğün sektöre olası etkileri üzerinde durmak ve dünyada motorlu taşıt sektörünün önemli bir pazarı olan ABD'deki durum ve bu ülkedeki hukuksal düzenlemelerle kısa bir karşılaştırma yapmak yerinde olacaktır.

### 3.1. YENİ TÜZÜĞÜN PİYASAYA ETKİLERİ

1400/2002 sayılı Tüzük, sektördeki beklentinin aksine oldukça radikal değişiklikler getirmiştir. Komisyon'un Yeni Tüzük'le benimsediği yaklaşım, artık sektörün hemen her alanındaki dinamiklerinde, dağıtım sistemlerinin ve en önemlisi sektörde faaliyet gösteren oyuncuların yapısında değişikliklere neden olacak niteliktedir. Getirilen düzenlemelerden en önemli ölçüde etkilenecek taraflar, motorlu taşıt üreticileri, yetkili satıcı ve servisler, bağımsız tamirciler, yedek parça üreticileri ve tüketiciler olarak sıralanabilir. Temel prensipler bakımından nihai metinle aynı sayılabilecek Taslak Tüzüğün yayımlanmasının ardından,<sup>145</sup> etkilenen taraflar öngörülen düzenlemelerin olası etkileri üzerine görüşlerini ortaya koymuşlardır. Yeni Tüzüğün piyasada yaratacağı etkiler bakımından birbirine en zıt görüşler AB'deki otomobil üreticileri ile tüketicileri temsil eden örgütler tarafından dile getirilmiştir.

---

<sup>145</sup> Tüzüğün taslak metni ile nihai metin arasındaki farklılıklar için bkz. "Document with Highlighted Changes", [http://europa.eu.int/comm/competition/car\\_sector/distribution/new.pdf](http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/distribution/new.pdf).

## Üretici ve Tüketicilerin Farklı Yöndeki Görüşleri

Yeni düzenlemelerin etkisiyle, dağıtım ağlarındaki kontrolleri önemli ölçüde zayıflayabilecek olan motorlu taşıt üreticileri, Komisyon'un yeni yaklaşımını en olumsuz karşılayan taraf olmuştur. Avrupa Otomobil Üreticileri Birliği (ACEA), 1475/95'in öngördüğü sistemin motorlu taşıt dağıtımını için en uygunu olduğunu düşünürken, Yeni Tüzük çalışmalarının başından beri, eski sistemin aynen devamını savunmuştur.<sup>146</sup> Yeni düzenlemelerin kalite standartlarını düşüreceğini ve Komisyon'un öngörülerinin aksine rekabetin bazı bölgelerde azalacağını savunan ACEA (2002), Yeni Tüzüğün dünya çapındaki büyük otomobil dağıtım gruplarının işlerini, küçük ve orta ölçekli yetkili satıcıların zararına olacak bir biçimde, birçok markanın dağıtımını kontrol altına alarak genişletmelerine imkân tanıyacağını, bunun sonucunda ortaya çıkacak hızlı ve kontrol edilemez bir yetkili satıcı yoğunlaşmasının yetersiz bölgesel kapsamaya neden olacağını iddia etmektedir. ACEA (2002)'ya göre bu durum, marka içi ve markalar arası rekabeti olumsuz yönde etkileyecek ve fiyatların da artmasına yol açacaktır. Yeni düzenlemelerin, yalın dağıtıma yönelik gelişmeleri de olumsuz etkileyeceğini savunan ACEA (2002), özellikle seyrek nüfuslu bölgelerdeki tüketicilerin, yerel dağıtıcı ve yetkili servislerini kaybedeceğini, otomobil ve satış sonrası hizmetleri satın almak için daha çok yol kat etmelerinin gerekeceğini iddia etmektedir.

AB'de, 33 bağımsız ulusal tüketici derneğinin görüşlerini temsil eden BEUC ise, Yeni Tüzüğün etkilerinin olumlu olacağı görüşündedir. Geçmişten beri, 1475/95 sayılı Tüzüğün motorlu taşıt dağıtımında, marka içi ve markalar arası rekabet ve tüketici refahı üzerinde olumsuz etkileri olduğunu savunan BEUC (2002), getirilen tüm yeniliklerin Komisyon'un öngörülerini doğrultusunda, rekabet ve tüketici yararı açısından olumlu olacağı görüşünü ortaya koymuştur. Bazı konularda Komisyon'un yeni yaklaşımını dahi yeterli bulmayan BEUC'un Yeni Tüzük'ün taslak metnindeki bazı hükümlerin nihai metinde daha rekabetçi bir hale getirilmesinde etkisi olmuştur.<sup>147</sup>

Tüzüğün yürürlük tarihi 1 Ekim 2002 olmakla birlikte, sağlayıcılara eski dağıtım anlaşmalarını yeni kurallara göre düzenleme imkânı tanımak için bir yıllık bir geçiş süresi öngörülmüş, 1 Ekim 2003 tarihinde söz konusu geçiş süresi sona ermiştir.<sup>148</sup> Bu çalışmanın tamamlandığı tarih, Tüzüğün piyasaya somut etkilerini tespit etmek için erken olsa da, geçiş süresi içinde sektörde görülen eğilimler, getirilen kuralların piyasaya olası etkileri üzerinde fikir verebilecek niteliktedir.

---

<sup>146</sup> Bkz. ACEA'nın Motorlu Taşıt Dağıtımına Yönelik Ankete Cevabı, [www.acea.be](http://www.acea.be).

<sup>147</sup> Örneğin, taslak metinde alıcıya satın aldığı ürünlerin %50'den fazlasını sağlayıcıdan satın alma zorunluluğu getirilmesi rekabet yasağı sayılırken, BEUC'un önerisi üzerine nihai metinde söz konusu oran %30'a düşürülmüştür.

<sup>148</sup> 1400/2002 sayılı Tüzük, Madde 10.

### 3.1.1. Motorlu Taşıt Dağıtımı

Çalışmanın II.2. bölümünde açıklandığı üzere Yeni Tüzük, sağlayıcılara farklı dağıtım sistemi seçenekleri sunarken, söz konusu seçenekleri pazar payı eşikleriyle sınırlandırmıştır. Öte yandan AB’de üreticilerin motorlu taşıt piyasasındaki pazar payları göz önünde bulundurulduğunda, en azından kısa vadede, Tüzüğün öngördüğü eşiklerin, motorlu taşıt dağıtımı konusunda hemen tüm üreticiler için sınırlayıcı olmaktan uzak olduğu söylenebilir.<sup>149</sup> Yeni Tüzüğün motorlu taşıt dağıtımı için öngördüğü sistemler içinde hem yetkisiz yeniden satıcılara yapılacak satışların, hem de bir bölgedeki yetkili satıcı sayısının sınırlandırılabilirdiği niceliksel seçici dağıtım, çoğu üretici tarafından tercih edilen sistem olmuştur. Bu durum, AB’de motorlu taşıt dağıtımının ilk kez büyük ölçüde münhasır bölgeler olmaksızın yapılacağı anlamına gelmektedir. Özellikle 2005 yılından sonra, otomobil ve hafif ticari araçlar için yerleşke hükmünün kaldırılmasıyla esas etkisini gösterecek olan seçici dağıtımın, motorlu taşıt dağıtımında önemli etkilerinin olması beklenmektedir.

Yeni düzenlemelerin en belirgin etkisinin yetkili satıcılık yapısı üzerinde görülmesi muhtemeldir. Son yıllarda motorlu taşıt yetkili satıcılarının sayısında görülen azalma,<sup>150</sup> Yeni Tüzük’ten önceki dönemde AB’de yetkili satıcılık alanında bir yoğunlaşma eğiliminin başlamış olduğunu göstermektedir. Yeni Tüzüğün bu yoğunlaşma eğilimini önemli ölçüde artıracığı, ölçek ekonomileri ve etkinliğe ulaşmak isteyen yetkili satıcılar arasında birleşmeler yaşanacağı ve büyük yetkili satıcılık gruplarının ortaya çıkacağı tahminleri yapılmaktadır.

Datamonitor (2002)’e göre, AB’deki yetkili satıcıların çoğunluğunun halen bireysel sahiplik yapısına ve düşük satış hacmine sahip olması ölçek ekonomilerinden yararlanmalarını imkânsızlaştırmaktadır. Yetkili satıcıların başka markaları satabilmesi, başka bölgelere açılabilmesi ve aynı dağıtım sistemindeki diğer yetkili satıcıları devralabilmelerinin önündeki engellerin kaldırılmasıyla, coğrafi kapsamlarını genişleterek, belli ofis arkası fonksiyonlarını birleştirmeleri, satın alma güçlerini arttırmaları ve pazarlama ile satış noktası materyali üretme konusunda ölçek ekonomilerinden yararlanmaları mümkün olacaktır.<sup>151</sup> Münhasır bölgelerin kalkmasıyla artan fiyat rekabeti

<sup>149</sup> 2002 yılı verilerine göre AB’de pazar lideri konumundaki Volkswagen Grubu’nun AB genelindeki pazar payı %18’ler düzeyindedir. İlgili coğrafi pazarlar olarak kabul edilen ülkeler ve ilgili ürün pazarları olarak kabul edilen alt ürün segmentlerine göre hesaplanan pazar payları daha yüksek oranlara çıkabilse de, bu durumda da motorlu taşıt dağıtımı için hemen tüm sağlayıcıların pazar paylarının %30 ve %40’lık eşiklerin altında kaldığı görülmektedir. AB’de ülkeler ve alt segmentlere göre motorlu taşıt pazar payı verileri için bkz. [www.acea.be](http://www.acea.be).

<sup>150</sup> AB’deki yetkili satıcı sayısı 1997 yılında 60.000 düzeylerinde iken, 2000 yılında 55.000’e, 2002 yılında ise 50.944’e inerek, %15.1 oranında azalmıştır (GMAP 2002).

<sup>151</sup> İngiltere’nin en büyük yetkili satıcılık gruplarından biri olan Virgin Cars, çok markalılığın gerçekleşmesiyle birlikte, 2000 metrekairelik bir alanda yıllık ortalama 2500 ila 3000 otomobil

karşısında maliyetlerini düşüremeyen küçük yetkili satıcıların ise pazar dışına itilmesi kaçınılmaz görülmektedir. Satış ve satış sonrası hizmetler arasındaki bağlantının kırılmasının da yetkili satıcılık ölçeğindeki büyümeye katkıda bulunması beklenmektedir. Söz konusu bağlantının ortadan kalkması, bütün yetkili satıcıların bakım-onarım işlerinin geliri olmadan ayakta kalabilmeleri için araç satışından yeterli düzeyde kâr etmelerini zorunlu kılacaktır. Bu da ancak büyük yetkili satıcılar ve yetkili satıcılık grupları için mümkün olabilecektir (Datamonitor 2002).

Tüzüğün yürürlüğe girmesiyle piyasada yaşanmaya başlanan gelişmeler yukarıdaki görüşleri doğrulamaktadır. Tüzüğün etkisiyle çok sayıda yetkili satıcılığın bulunduğu Almanya gibi ülkelerde yoğunlaşmalar hız kazanmıştır.<sup>152</sup> AB’de yetkili satıcılık grupları ve bu alandaki holdingleşmeye çok sık rastlanmamakla birlikte, yetkili satıcılık gruplarının görüldüğü İngiltere’de söz konusu grupların bir kısmının gerçekleştirdiği devralmalar ve ABD’li yetkili satıcılık gruplarının AB piyasasındaki devralmaları şimdiden başlamıştır.<sup>153</sup> Almanya’da AVAG, İngiltere’de Reg Vardy, Hollanda’da Krymans, Yeni Tüzüğün tanıdığı imkânlar doğrultusunda yeni yetkili satıcılıklar devralarak büyüme stratejileri benimseyeceklerini açıklayan bazı yetkili satıcılık gruplarıdır.<sup>154</sup>

Genel olarak pazardaki yoğunlaşmaların, rekabette azalmaya yol açma potansiyeli taşıdığı söylenebilir. Bu nedenle motorlu taşıt dağıtımında rekabeti artırmayı hedefleyen Yeni Tüzük ile getirilen düzenlemeler sonucunda yetkili satıcılık alanında kaçınılmaz bir yoğunlaşma yaşanacak olması, dahası bu durumun Tüzük ile getirilen düzenlemelerde kolaylaştırılıyor olması bir çelişki olarak görülebilir. Öte yandan, Komisyon’un bu konudaki öngörüsünün, küçük ama birbirleriyle aktif olarak rekabet halinde olmayan, farklı coğrafi pazarlarda faaliyet gösteren yetkili satıcılar yerine, daha büyük ölçekli ve bu sayede

---

satabileceğini öngörmektedir (“Automotive News Europe Congress: Big dealer groups seen benefiting from new retailing rules”, <http://europe.autonews.com/articles.cms?articleId=52933>, 30.6.2003).

<sup>152</sup> 2003 yılı içerisinde Japon Otomobil üreticisi Honda, Almanya’daki dağıtım ağında yapmış olduğu re-organizasyonda 550 küçük ölçekli teşebbüsten oluşan eski sistemini, 250 daha büyük ölçekli teşebbüsten oluşan bir dağıtım ağına dönüştürmüş, yetkili satıcılıkların sayısını yarıyarıya azaltmıştır (“Block exemption holds no fears for Honda”, <http://europe.autonews.com/articles.cms?articleId=52607>, 05.05.2003).

<sup>153</sup> 2002 yılı içerisinde ABD’nin önde gelen yetkili satıcılık gruplarından United Auto Group, önemli bir İngiliz yetkili satıcılık grubu olan Sytner Group’u ve İngiltere’deki Mercedes-Benz yetkili satıcılarını devralmıştır (Datamonitor 2002). İngiltere ve İrlanda’da faaliyet gösteren yetkili satıcılık grubu European Motor Holdings, Yeni Tüzüğün sağladığı imkânlar doğrultusunda agresif bir devralma stratejisi benimseyeceğini açıklamıştır (“Companies: UK & Ireland: Emh plans 'aggressive' acquisition strategy”, Financial Times, 17.10.2003).

<sup>154</sup> “Big groups see rule changes as a chance to grow”, <http://europe.autonews.com/articles.cms?articleId=52710> 11.8.2003.



sağlayıcı karşısında pazarlık gücüne sahip, ulaştıkları ölçek ekonomileri sayesinde daha düşük maliyetlerle çalışan ve en önemlisi rekabet şartlarının homojen olduğu bir AB coğrafi pazarında, birbirleriyle aktif olarak rekabet eden yetkili satıcılardan oluşan bir motorlu taşıt dağıtım yapısı olduğu söylenebilir.<sup>155</sup>

Çalışmanın 1.1 inci bölümünde açıklandığı üzere, motorlu taşıt üreticileri ürünlerinin dağıtımını, ağırlıklı olarak bağımsız yetkili satıcılar vasıtasıyla gerçekleştirmektedir. AB’de üreticilerin nihaî tüketicilere doğrudan satış yapabilmemesinin önünde hukuksal bir engel bulunmamakla birlikte, üreticilerin belirli durumlar haricinde<sup>156</sup> şimdiye kadar bu yöntemi avantajlı görmeyerek tercih etmedikleri görülmektedir.<sup>157</sup> Öte yandan, 1400/2002 sayılı Tüzük’le getirilen yeni düzenlemelerin motorlu taşıt üreticilerinin dağıtım ağları üzerinde daha az kontrole sahip olmalarına yol açması nedeniyle, en azından birtakım üreticileri şimdiye kadarki stratejilerini değiştirerek dağıtımda belirli bölgelerde dikey entegrasyona yönlendirmesi söz konusudur. Yeni Tüzük’te özellikle çok markalılığı sağlamaya yönelik olarak getirilen düzenlemeler, ürünlerinin başka markalarla aynı mağazada satılmasını istemeyen ve marka imajını korumak isteyen otomobil üreticilerinin doğrudan satışlarını artırmalarına sebep olabilecektir (Datamonitor 2002). Tüzüğün yürürlüğe girmesiyle birlikte çeşitli üreticilerin, bazı bölgelerde dağıtıcı firmalarını ve yetkili satıcılarını devralmaya başlaması bu görüşleri doğrulamaktadır.<sup>158</sup>

---

<sup>155</sup> Bu noktada, Komisyon’un yetkili satıcılık yapısındaki yoğunlaşmaya yönelik öngörüsünün, yoğunlaşmaların anti-rekabetçi etkilerine yönelik olarak öne sürülen savunma ve yararlıardan kabul edilen “alıcıların gücü” yaklaşımına dayandığı söylenebilir. Söz konusu yaklaşıma yönelik görüşler için bkz. Kulaksızoğlu (2001), s.49-52.

<sup>156</sup> Üreticiler bir pazara ilk kez giriyor olmaları durumunda, dağıtımlarını ağırlıklı kendi sahip oldukları teşebbüsler vasıtasıyla gerçekleştirmeyi tercih etmektedirler.

<sup>157</sup> Arruñada ve Vázquez (1999)’a göre, yetkili satıcılar yaptıkları işin gelirini kendileri kazandıkları için bağımsız yetkili satıcılık sistemi, başarı için, üreticilerin doğrudan sahibi olduğu mağazalara kıyasla daha fazla güdü yaratmaktadır. Bu nedenle üreticilerin sahip olduğu mağazaların karlılık oranı, bağımsız yetkili satıcılarınkine kıyasla daha düşüktür. Ayrıca, özellikle talebin ani dalgalanmalar gösterdiği dönemlerde, yetkili satıcılık sistemi üreticiler tarafından bir “şok emici” olarak görülmektedir (Womack, Jones ve Roos 1991, 66) ve dağıtım ağı ile dikey entegrasyon, üreticiler açısından büyük bir finansal yük anlamına gelmektedir.

<sup>158</sup> Alman otomobil üreticisi BMW, 2003 yılı içinde İrlanda’da 36 yıllık bağımsız dağıtıcısı, Motor Import’u devralarak İrlanda’daki otomobil dağıtımını bizzat üstleneceğini ve yeni blok muafiyetinin sektörde getirdiği değişiklikler çerçevesinde Avrupa’daki dikey entegrasyon stratejisinin devam edeceğini açıklamıştır (“Irish changes herald new BMW strategy”, <http://europe.autonews.com/articles.cms?articleId=52608>, 05. 05.2003).

Portekiz’deki 20 yıllık ithalatçısı Sociedade Hispanica de Automoveis ile yaşadığı anlaşmazlık neticesinde Portekiz’deki dağıtımının direkt kontrolünü devralmakta olan Seat da, yeni blok muafiyetinin getirdiği kurallar çerçevesinde Avrupa dağıtım sisteminde gerçekleştirdiği reorganizasyonun bir parçası olarak, Portekiz’deki araç satış, yedek parça ve servis işini doğrudan yürütmeyi planladığını açıklamıştır (“Seat takes over sales in Portugal”, <http://europe.autonews.com/articles.cms?articleId=52558>, 21.04 2003).

### 3.1.2. Satış Sonrası Hizmetler ve Yedek Parça

Yeni Tüzüğün getirdiği düzenlemeler, motorlu taşıt dağıtımında olduğu gibi, satış sonrası hizmetler ve yedek parça dağıtımında da önemli düzeyde etki doğuracak niteliktedir. Satış ve satış sonrası hizmetler ayrımının, taşıt dağıtım pazarının dışına itilen çoğu küçük ölçekli yetkili satıcının araç satışı işini bırakarak daha karlı görülen satış sonrası hizmetlere yönelmesini sağlaması muhtemeldir. Çoğu pazarda, kâr marjı yüksek olan satış sonrası hizmetlerle, kâr marjlarının düşük olduğu taşıt satışı faaliyetleri çapraz sübvansiyonla edilmektedir. Yeni düzenleme, söz konusu çapraz sübvansiyonun ortadan kalkmasına ve aşırı kârların söz konusu olduğu satış sonrası hizmetlerde fiyatların düşmesine yol açabilecektir (Whiteman ve Tounge 2002).

Satış sonrası hizmetlerde, pazar payı eşiği nedeniyle çoğu üretici tarafından zorunlu olarak tercih edilen niteliksel seçici dağıtım sistemi sayesinde, bağımsız tamirciler için yatırım yaparak, sağlayıcının standartlarını yerine getirmeleri halinde yetkili servis olma imkânı doğmaktadır. Özellikle geçmişte yetkili servis olarak faaliyet gösterip, anlaşmaları feshedilmiş olan ve dolayısıyla sağlayıcının standartlarını büyük ölçüde taşıyan bağımsız tamirciler açısından bu imkân son derece önem taşımaktadır.<sup>159</sup> Birtakım motorlu taşıt üreticilerinin ise söz konusu durum karşısında yetkili servis standartlarını artırmaya başladığı görülmektedir.

Yeni Tüzük'te getirilen orijinal yedek parça tanımının, parça üreticilerinin yetkili satıcı ve servislere doğrudan ya da kendi dağıtıcıları aracılığıyla yedek parça satışını önemli ölçüde kolaylaştıracağı ve parça üreticilerinin pazar potansiyellerinde önemli bir artış olabileceği tahmin edilmektedir. Parça üreticilerinin doğrudan satışlarının artması, yedek parça alımı konusunda pazarlık gücü büyük yetkili satıcılık gruplarının oluşmasıyla birleştiğinde, yedek parça fiyatlarında önemli düşüşler görülmesine neden olabilecektir. Bu doğrultuda, üreticilerin bu pazarda pazar payı kaybedeceği ve yedek parçadan elde ettikleri kârların önemli ölçüde azalacağı söylenebilir (Datamonitor 2002).<sup>160</sup>

---

Hamburg ve Hannover'deki yetkili satıcılık firmalarında hisseleri bulunan Audi de, diğer illerdeki yetkili satıcılarında da hisse sahipliği için yatırım yapmayı planlamaktadır ("Audi wants stakes some urban dealers",

<http://europe.autonews.com/articles.cms?articleId=52234>, 10.02.2003).

<sup>159</sup> Almanya'da Yeni Tüzüğün geçiş süresinin bittiği 1.10.2003 tarihinden itibaren bu konumdaki 3000'den fazla teşebbüs yetkili servis olmak için başvuruda bulunmuştur (Schumm 2003).

<sup>160</sup> Datamonitor (2002)'e göre, Tüzüğün getirdiği düzenlemelerle, üreticilerin yedek parça konusunda kaybedecekleri pazar payı ve parça üreticileriyle rekabet edebilmek için yedek parça fiyatlarında yapmak zorunda kalacakları indirimler sonucunda, yedek parçadaki karlılıkları %30'lardan %15'lere gerileyebilecektir.

Otomotiv sanayiindeki kapasite fazlasının yan sanayi için de önemli bir sorun olarak görülmeye başlandığı son yıllarda, parça üreticilerinin motorlu taşıt üreticileri karşısındaki anlaşılabilir güç dengesizliklerini ortadan kaldırmak için birleşerek, araçların temel bileşenlerini bir bütün halinde üretme eğiliminde oldukları<sup>161</sup> ve pazar şartlarının etkisiyle bu alanda da bir yoğunlaşma eğiliminin başlamış olduğu bilinmektedir (Pricewaterhousecoopers 2003). Yedek parça üreticileri, marka imajlarını daha fazla ön plana çıkararak ve yedek parçalar için yeni dağıtım sistemleri geliştirerek, Yeni Tüzüğün kendilerine tanıdığı imkânlardan faydalanmak istemektedirler (Schumm 2003).<sup>162</sup> Bu çerçevede Yeni Tüzüğün yedek parça piyasasındaki yoğunlaşma eğilimini de artırarak yedek parça üreticilerinin güçlenmelerine neden olacağı söylenebilir.<sup>163</sup>

### 3.2. ABD KARŞISINDAKİ DURUM

Womack, Jones ve Roos (1991, 175)'a göre motorlu taşıt sektöründe ABD'deki gelişmeleri yaklaşık 30 yıllık bir gecikmeyle takip eden AB'deki dağıtım sistemleri birçok açıdan ABD'ye benzer özelliklere sahiptir. Komisyon'un yaklaşımdaki değişimi daha iyi yorumlayabilmek ve yeni hukuksal çerçevenin gelecekte yaratacağı pazar yapısı üzerine sağlıklı tahminlerde bulunabilmek bakımından, dağıtım sistemlerinin yapısı ve dağıtıma ilişkin kurallar konusunda AB ile ABD arasında yapılacak kısa bir karşılaştırılma yararlı olabilecektir.

Dünya'daki toplam motorlu taşıt satışının %31'inin yapıldığı ABD dünyanın en büyük motorlu taşıt pazarı olarak kabul edilmektedir (Bedir 2002). ABD'de üç büyük yerli üretici (General Motors, Ford ve Chrysler) ve bazı Japon üreticiler, farklı markalarını, çoklu kanallardan oluşan bir dağıtım yapısı içerisinde pazarlamaktadır (Harbour 1997).

<sup>161</sup> Değerlendirme Raporu, paragraf 107.

<sup>162</sup> Avrupa'nın en büyük parça üreticilerinden biri olan Bosch, Yeni Tüzüğün yürürlüğe girmesinden sonra motorlu taşıtlarda kullanılan çeşitli elektronik sistemlerinin nihaî tüketiciye tanıtım amacıyla bir reklam kampanyası başlatmıştır (Schumm 2003).

<sup>163</sup> Satış ve satış sonrası hizmetler ayrımı ve yedek parça konularında getirilen yeni düzenlemeler karşısında motorlu taşıt üreticileri tarafından benimsenebilecek bir strateji, motorlu taşıtların servis hizmetleriyle birlikte bir "paket" halinde satılmasıdır. Bu sayede sağlayıcılar hem bağımsız tamircilerin rekabetinden korunmuş olacak hem de orijinal yedek parçalarını satmış olabileceklerdir. Otomobil ve belirli bir süre için servis hizmetinin bir paket halinde yapıldığı satışlarda, servis hizmetlerinin fiyatı otomobilin fiyatına yedirilebilecek ve servis ücretsiz olarak sunulabilecektir. Bu durumda otomobil üreticisi orijinal yedek parça kullanımını zorunlu kılabilir. Buna benzer bir stratejiyi Alman üretici Mercedes-Benz benimsemektedir. Yeni Mercedes-Benz'ler, "mobilo life" adındaki, aracın kaç kez el değiştirdiğinden bağımsız olarak öbür boyu süren bir garanti ile satın alınabilmektedir (Datamonitor 2002).

Benzer şekilde Volvo Fransa'nın S40 ve V40 model filo araçları için uyguladığı bir kampanya çerçevesinde, 1 Euro gibi sembolik bir miktar karşılığında 2 yıl/80.000 km boyunca gerekli olan bakım hizmetleri ve yedek parçalar satın alınabilmektedir (Schumm 2003).

Üreticilerin nihai müşterilere doğrudan satış yapmasının yasal olarak mümkün olmadığı ABD’de motorlu taşıt dağıtım sistemlerinin üreticilerden bağımsız bir şekilde yürüdüğü görülmektedir. ABD motorlu taşıt dağıtım sistemleri geleneksel olarak bağımsız yetkili satıcıların anavatanı olarak kabul edilirken, yetkili satıcılık yapısı AB’ye kıyasla çok daha yoğunlaşmış niteliktedir (Harbour 1997,149).<sup>164</sup> Yaklaşık olarak aynı büyüklükte pazarlar olmasına karşın, ABD’deki yetkili satıcılık sayısı AB’dekinin üçte biri kadardır. Geçtiğimiz yüzyıl boyunca, özellikle araçların satış sonrası hizmetleri için gerekli olan ekipman yatırımı arttıkça, ABD’de yetkili satıcılık sayısı giderek azalmış; 1947’de 45.000’lerden 1970’lerde 30.000’e ve 1990’larda 25.000’lere kadar düşmüştür. Bu yoğunlaşma sürecinde, ABD’de çok sayıda satış mağazasına sahip olan ve birden fazla markayı satan büyük yetkili satıcılık grupları ortaya çıkmıştır (Womack, Jones ve Roos 1991, 171). Bugün yetkili satıcılık konusunda ABD’deki yaygın yapı, geniş bir coğrafi alana hitap eden çok markalı ve satış hacmi yüksek “otomobil merkezi” (*autocenter*) yapısıdır.<sup>165</sup>

ABD’de motorlu taşıt dağıtımı, federal düzeyde, Otomobil Yetkili Satıcıları Franchise Yasası<sup>166</sup> ve eyaletlerde çıkarılan yasalarla düzenlenmektedir. ABD’deki düzenlemelerin önemli bir kısmı ülke genelinden çok eyalet bazındadır ve temel prensip, hiçbir oyuncunun haksız ve rekabeti bozucu avantaja sahip olmamasıdır. ABD’de motorlu taşıt dağıtımına yönelik eyalet kanunları, uzun yıllar süren ve küçük yetkili satıcıların gücünün büyük araç üreticilerine karşı dengelenme savaşının bir ürünüdür (Buzzavo ve Volpato 2001). Eyalet yasaları, büyük ölçüde tüketicileri ve yetkili satıcıları, güçlü konumda bulunan üreticilerden koruma amaçlı olarak ortaya çıkmıştır (Autopolis 2000, 21). Bu nedenle ABD’deki düzenlemelerde en ön planda tutulan husus, özellikle yetkili satıcı bağımsızlığının korunmasıdır. Yetkili satıcıların bağımsızlığının garanti altına alınması, tüketici tercihinin korunmasının bir aracı olarak görülmektedir.<sup>167</sup>

Eyaletlerin çoğunluğunda, kanunlar gereği araç üreticileri nihai müşteriye direkt satış yapamamaktadır. Yeni araç satışı yalnızca bağımsız yetkili satıcılar tarafından gerçekleştirilebilmektedir. Anlaşmalarının üreticiler tarafından gerekçesiz feshi, yetkili satıcılar açısından çok yüksek düzeyde

---

<sup>164</sup> ABD’de 1996 yılında 25046 yetkili satıcı, 53310 satış noktasını işletmekteyken, yetkili satıcı başına ortalama olarak 2,12 satış noktası düşmektedir (Harbour 1997, 155).

<sup>165</sup> ABD’deki motorlu taşıt bayilerinin %30’undan fazlası yetkili satıcılık grup şirketlerine dahildir ve grupların en büyük %5’lik bölümü toplam satışların %30’luk bir bölümünü kontrol etmektedir. 2000 yılında ABD’nin en büyük üç yetkili satıcılık grubu, Auto Nation, Sonic Automotive, United Auto Group, 100’den fazla satış mağazasına sahip şirketlerdir. Yetkili satıcılık gruplarının bir kısmı ise halka açık şirketlerdir. Ülkede 2001 yılında 9 halka açık şirket toplam 680 yetkili satıcılığı kontrol etmektedir (Buzzavo ve Volpato 2001).

<sup>166</sup> Automobile Dealers Franchise Act.

<sup>167</sup> Değerlendirme Raporu, paragraf 88.

tazminat hakkı doğurmaktadır; üreticilerin anlaşmaları fesih imkânları oldukça kısıtlıdır.

Yetkili satıcıların bağımsızlıkları, yasa gereği kendilerine verilmesi zorunlu olan ve üreticiler tarafından başka yetkili satıcılıklar atanmasına karşı çıkabildikleri münhasır bölgelerle güçlendirilmiştir. Bir başka deyişle, ABD’de dağıtımda uygulanan bölge münhasırlığı da, yetkili satıcı bağımsızlığını koruma amaçlıdır. Yetkili satıcıların bölgeleri dışına yapacakları satışlar aktif olmadığı sürece yasaklanmamaktadır (Buzzavo ve Volpato 2001).

Genel olarak, AB’ye kıyasla ABD’deki yetkili satıcıların, üreticiler karşısında bir grup olarak çok daha güçlü olduğu söylenebilir. Koruyucu düzenlemeler sayesinde ABD’deki yetkili satıcılar, ticari faaliyetlerinde AB’ye kıyasla çok daha özgürdür. Bu özgürlükleri, agresif olarak fiyat rekabetine girebilmelerini kolaylaştırmaktadır. Bütün bunların yanında karlılıkları, Avrupalı yetkili satıcılara göre yüksektir. bu da kontrol edilen bir sisteme kıyasla, daha liberal bir rejimin yetkili satıcılar için daha sağlıklı olduğu sonucunu doğurmaktadır (Autopolis 2000). Autopolis (2000)’e göre ABD’deki yetkili satıcıları koruyucu kanunların, yetkili satıcılık yapısındaki yoğunlaşmaya da etkisi olmuştur.

ABD’deki motorlu taşıt dağıtımında önemli yer tutan prensiplerden bir diğerini çok markalılık oluşturmaktadır. Franchise yasaları gereği, objektif gerekçeleri olan yetkili satıcılar, başka markaların yetkili satıcılığını da üstlenmek konusunda serbesttir (Harbour 1997, 157). 1940’ların sonuna doğru ABD Yüksek Mahkemesi, motorlu taşıt dağıtımında marka münhasırlığını yasaklamıştır. Önceleri bu düzenlemenin, iç pazarda her biri kendi dağıtım ağına sahip yalnızca üç üretici olmasından dolayı önemli bir etkisi görülmemiştir. Ancak özellikle 1957-59 yılları arasında yetkili satıcıların, esas markalarına ithal markaları da eklemeye başlamasıyla, ABD piyasasındaki motorlu taşıt ithalatının toplam satışlar içerisindeki payının %2’lerden %10’lara çıkmasında çok markalılığın önemli katkısı olmuştur (Womack, Jones ve Roos 1991, 170-171). ABD’de pazara yeni giren teşebbüsler mevcut yetkili satıcılarla anlaşma yapmak suretiyle dağıtım ağlarını AB’ye kıyasla daha kolaylıkla kurabilmektedir (Harbour 1997, 160).

ABD’de hem belli marka konusunda uzmanlaşmış, hem de daha genel hizmet veren tamircilerden oluşan son derece güçlü bir bağımsız satış sonrası hizmet pazarı bulunmaktadır. Araçların rutin bakımları için yetkili servislerin tercih edilme oranı, AB’ye oranla çok daha düşüktür.<sup>168</sup> Satış ile satış sonrası hizmetler arasında hukuksal bir bağlantı bulunmayan ABD’de uygulamada da bu bağlantının oldukça zayıf olduğu söylenebilir (Autopolis 2000).

---

<sup>168</sup> Bu oran bir yaşına kadarki araçlarda dahi %40’lar düzeyindedir (Autopolis 2000).

Tablo-1’de, ABD ve AB’de motorlu taşıt dağıtımına yönelik temel prensipler karşılaştırılmaktadır.

**Tablo-1: ABD ve AB’de Motorlu Taşıt Dağıtımına Yönelik Temel Prensipler**

<b>PRENSİP</b>	<b>ABD</b>	<b>AB (1475/95)</b>	<b>AB (1400/2002)</b>
<b>Bölge Münhasırlığı</b>	Var	Var	Münhasır dağıtımda var seçici dağıtımda yok.
<b>Yetkili Satıcı Standartları</b>	Var	Var	Var
<b>Yetkili Satıcıların, Yetkisiz Yeniden Satıcılara Satış İmkânının Kısıtlanması</b>	Yok	Var	Seçici dağıtımda var münhasır dağıtımda yok.
<b>Araç Üreticisinin Direkt Satış Yapabilme Hakkı</b>	Yok	Var	Var
<b>Yetkili Satıcılık Anlaşmalarının Haklı Gerekçelere Dayanmaksızın Feshine Yönelik Koruma</b>	Çok güçlü, üreticilerin yetkili satıcılık anlaşmalarını fesih imkânları çok kısıtlı.	Dağıtımın yeniden yapılandırılması durumunda bir, normal şartlarda iki yıllık ihbar süresinden kısa sürelerde yapılan fesihler için koruma var.	Asgari feshi ihbar sürelerinin yanında, fesihte nesnel ve yazılı gerekçe bildirme zorunluluğu.
<b>Çok Markalılık</b>	Yetkili satıcının objektif gerekçeleri olması durumunda mümkün, pratikte yaygın.	Ayrı tüzel kişilik, yönetim, satış mağazası ile mümkün; pratikte çok nadir.	Farklı markaların aynı satış mağazasının farklı bölgelerinde satılması şartıyla mümkün.
<b>Satış-Satış Sonrası Hizmetler Bağlantısı</b>	Yasal bağlantı yok, ancak üreticiler yetkili satıcıların satış sonrası hizmetleri vermesini talep edebilir.	Yasal bağlantı var, grup muafiyetinden yararlanabilme şartı.	Yasal bağlantı yok, yetkili satıcıların satış sonrası hizmet vermeye zorlanması mümkün değil.

Kaynak: European Commission (2000), Buzzavo ve Volpato (2001), Harbour (1997), Autopolis (2000).

Temel prensipler bakımından yapılan bu sınırlı karşılaştırma sonucunda, özellikle ABD’deki düzenlemelerin birçok konuda Yeni Tüzük öncesindeki durumda AB’dekenden rekabetçi bir yapı arz ettiği söylenebilir. Bölge münhasırlığıyla birlikte yetkisiz yeniden satıcılara satışın yasaklanabilmesi, üreticiler tarafından doğrudan satış yapılabilmesi, dağıtım ağlarının üreticiler tarafından kolaylıkla yenilenebilmesi, çok markalılık için istenebilen standartlar ve satış-satış sonrası hizmetler arasındaki bağlantı sayesinde, 1400/2002 sayılı Tüzük öncesinde AB’deki sistemin, motorlu taşıt üreticilerine dağıtım ağları üzerinde ABD’ye kıyasla yüksek düzeyde kontrol imkânı tanıdığı görülmektedir.

1400/2002 sayılı Tüzük'le Komisyon'un, yetkili satıcı bağımsızlığı, satış-satış sonrası hizmetler bağlantısı ve çok markalılık konusunda getirdiği düzenlemelerle ABD'deki düzenlemelere benzer bir yaklaşım benimsediği görülmektedir.

Getirilen düzenlemelerin sektörde doğuracağı etkiler açısından bakıldığında, kurallar arasındaki yakınlaşmanın, pazar yapılarında da bir yakınlaşmayı beraberinde getireceği söylenebilir. Wormald (2002)'a göre Yeni Tüzük, AB'deki motorlu taşıt ve satış sonrası hizmetler dağıtımını çok daha rekabetçi olarak görülen ABD modeline yaklaştıracaktır. Özellikle AB'deki yetkili satıcı ölçeğinin, Yeni Tüzük'teki kolaylaştırıcı hükümler sayesinde önemli ölçüde büyüyecek olmasıyla, bu alanda, Womack, Jones ve Roos (1991, 175)'u doğrular bir biçimde, yaklaşık 30 yıllık bir gecikmeyle AB'de ABD'ye benzer bir pazar yapısının oluşması muhtemeldir.

Yeni düzenlemelerin etkisiyle, AB'deki motorlu taşıt dağıtımının ABD'den ayrıldığı temel nokta ise, dağıtım sisteminin yapısı konusunda olacak gibi görünmektedir. Özellikle, ABD'de esas olan bölge münhasırlığının, Yeni Tüzük'te Komisyon'un üreticilerin avantajlı olarak gördükleri seçici dağıtım tercih etmeleri sonucunda uygulamada büyük ölçüde ortadan kalkıyor olması en temel farklılık olarak ortaya çıkmaktadır.

Genel olarak 1400/2002 sayılı Tüzüğün sektöre olası etkileri incelendiğinde, sektöre yön veren yapısı daha iyi anlaşılacaktır. Oyuncuların yapısı, kârlılığı ve stratejileri üzerinde belirleyici etkiye sahip olacak bu değişim süreci sonucunda oluşacak pazar yapısını şimdiden tam olarak tahmin etmek mümkün görünmese de, yeni düzenlemelerin etkisiyle, dağıtımda motorlu taşıt üreticileri dışında kalan oyuncuların önemli ölçüde güçlenmesi muhtemel görünmektedir. AB'de dağıtımın gelecekteki yapısı hakkında tahminler yapabilmek bakımından, düzenlemelerin büyük ölçüde yakınlaştığı ABD'deki yapının bir çok yönden örnek teşkil edebileceği söylenebilir.

## BÖLÜM 4

# TÜRKİYE'DE MOTORLU TAŞITLAR SEKTÖRÜ ve REKABET HUKUKU UYGULAMASI

Bu bölümde; Türkiye'de en önemli sektörlerinden biri olarak kabul edilen motorlu taşıtlar sektörü ve dağıtım sistemleri hakkında kısaca bilgi verilecek, Rekabet Kurulu'nun 1998/3 sayılı Motorlu Taşıtlar Dağıtım ve Servis Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin<sup>169</sup> beş yılı aşan uygulamasına değinilecektir. Ayrıca Türkiye'deki ihtiyaçlar ve AB'deki yeni gelişmeler doğrultusunda 2003 yılı içerisinde Rekabet Kurumu tarafından başlatılan, mevzuatı yenileme çalışmaları üzerinde durulacaktır.

### 4.1. TÜRKİYE'DE MOTORLU TAŞITLAR SEKTÖRÜ ve DAĞITIM

Türk otomotiv sanayiinin temelleri ilk olarak cip ve kamyonet üretiminin başladığı 1950'li yıllarda atılmış ve sektörün gelişimi otomobil üretiminin başladığı 1960'ların sonu ve 1970'lerin başında kurulan montaj fabrikalarının belirli kapasite ve yerlilik oranına ulaşmaları ile gerçekleşmiştir (Bedir 2002).

Türkiye'deki otomotiv sanayii, kurulduğu 1960'lı yıllardan itibaren AB otomotiv sanayii ile yakın bir entegrasyon içindedir. 1970'li yıllarda üretim için lisans alarak başlayan "teknik işbirliği", 1980'li yılların ortasında giderek artan yabancı sermaye katılımı ile "ekonomik işbirliği"ne dönüşmüştür. Bugün Türkiye'de AB ve Uzak Doğu Ülkeleri ile lisans ve ortak girişim ilişkilerine dayalı olarak motorlu taşıt üretimi yapan 15 teşebbüsten 11'i AB'deki firmalar ile yakın ilişki içerisinde bulunmaktadır (İSO 2002).

Otomotiv ana sanayiinin üretimindeki artışa paralel olarak, yan sanayi de önemli bir gelişme kaydetmiştir. Bugün Türk otomotiv yan sanayiinde 1000'i

---

<sup>169</sup> RG 01.04.1998-23304.



aşkın firma faaliyet gösterirken, bunların 300-350'si uluslar arası pazarda rekabet gücüne ve ihracat yeteneğine sahip firmalardır (İSO 2002). Bedir (1999)'e göre Türk otomotiv yan sanayinde her bir ürünü üreten çok sayıda firma bulunmakta ve ekonomik ölçekten uzak üretim yapmaktadır. Bu firmaların yerli ve yabancı firmalarla yatay birleşmeler/ortaklıklar yaparak güç birliğine gitmelerinde yarar görülmektedir (Bedir 1999).

1990'lı yıllara kadar, motorlu taşıt üzerindeki yüksek koruma oranları nedeniyle yurtiçi talep ağırlıklı olarak üretimle karşılanmıştır. Ancak 1980'li yılların sonlarından itibaren koruma oranlarında yapılan indirimlerle birlikte, ithalatın payında artışlar görülmeye başlamıştır. AB ile imzalanan Gümrük Birliği Anlaşması'nın 01.01.1996 tarihinden itibaren yürürlüğe girmesi ise, pazardaki rekabet şartları açısından bir dönüm noktası olarak nitelendirilebilir. Türk tüketicisinin, çok sayıda yeni marka ile tanıştığı bu dönemde ithalattaki artışlarla<sup>170</sup> birlikte motorlu taşıt sektöründe etkin bir markalar arası rekabet yaşanmaya başlamış, artan rekabetle birlikte, firmaların yeni model geliştirme ve kalite iyileştirici yatırımlarında önemli gelişmeler görülmüştür. Gümrük Birliği'ni düzenleyen 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı uyarınca AB dışı ülke menşeli yeni motorlu taşıtların Türkiye'ye ithalatında belirli oranda koruma devam ederken,<sup>171</sup> AB menşeli yeni motorlu taşıtlara yönelik korumaların tümünün kaldırılması, motorlu taşıt ithalatında AB ülkelerinin ağırlığının önemli oranda artmasına yol açmıştır.<sup>172</sup>

Son yıllarda, özellikle vergi düzenlemelerinden kaynaklanan avantajları nedeniyle, binek otomobilleri ikame eder hale gelen hafif ticari araç satışında önemli artışlar görüldü de, dünya genelinde olduğu gibi Türkiye'de de motorlu taşıt pazarının önemli bir bölümünü otomobil pazarı teşkil etmektedir. Türkiye'de halen kişi başına düşen otomobil sayısı uluslararası ölçeklere göre çok düşük düzeydedir.<sup>173</sup> Gelecek yıllarda, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin refah düzeyindeki artışla birlikte, motorlu taşıt talebinde önemli artışların olacağı beklenmektedir (Bedir, 2002).

Türkiye'de motorlu taşıt dağıtımının günümüzdeki yapısının ise büyük ölçüde Gümrük Birliği sonrasındaki dönemde şekillendiği söylenebilir. AB'den

---

<sup>170</sup> 1994 yılında %12 olan otomobilde ithalatın payı 1995 ve takip eden yıllarda sürekli artış göstermiş 2000 yılında %55,5'e, 2002 yılında ise %61 seviyesine ulaşmıştır (OSD 2003).

<sup>171</sup> 2/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı uyarınca AB dışı menşeli motorlu taşıtların Türkiye'ye ithalatındaki koruma oranları 1995 yılından itibaren 5 yıl süre ile Birliğin Ortak Gümrük Tarifesi'nin üzerinde kalmış, 2001 yılında Birliğin Ortak Gümrük Tarifesi olan %10'a inmiştir (İSO 2002).

<sup>172</sup> 1993 yılında toplam otomobil ithalatının %23'lük bir bölümü AB ülkelerinden yapılıyor iken 2002 yılında söz konusu oran %91'e yükselmiştir (OSD 2003).

<sup>173</sup> Dünya ortalaması 88 olan 1000 kişiye düşen otomobil sayısı AB'de 476 iken, Türkiye'de 62 dolayındadır (İSO 2002).

yapılan motorlu taşıt ithalatının ağırlığının her geçen gün artması, beraberinde dağıtım sistemlerinin de AB'den "ithalatını" getirmiştir. Bugün ülkemizde gerek AB, gerekse ABD ve Japonya menşeli sağlayıcıların, dağıtım sistemleriyle ilgili *know-how*larını büyük ölçüde ana firmalarının Avrupa birimlerinden aldıkları bilinmektedir. Bu durum, Türkiye'deki çoğu markanın dağıtım sistemlerinin, bir çok yönden AB'ye benzer nitelikler sergilemesi sonucuna yol açmaktadır.

Türkiye'deki dağıtım sistemlerinin en önemli unsurunu; motorlu taşıtlar, satış sonrası hizmetler ve yedek parçaları bir arada tüketiciye ulaştıran, sektördeki yaygın tabiriyle "3S Plaza"lar oluşturmaktadır. Kendilerinin ya da bağlı şirketlerinin sahibi bulunduğu mağazalar aracılığıyla doğrudan satış yapan sağlayıcılar bulunsada motorlu taşıtların ve satış sonrası hizmetlerin perakende satışı büyük çoğunlukla, yine AB'deki duruma benzer bir biçimde, sağlayıcıların mülkiyet bağının bulunmadığı bağımsız yetkili satıcılar tarafından yürütülmektedir. Bunun yanında, büyük satış rakamlarına ulaşabilen, dolayısıyla kullanımdaki araç sayısı fazla olduğu için yaygın bir satış sonrası hizmetler ağına gereksinim duyan bazı sağlayıcıların dağıtım ağlarında, yetkili satıcılara ek olarak, sadece satış sonrası hizmetleri sunan yetkili servisler de bulunabilmektedir. Yine bazı büyük dağıtım ağlarında AB'deki iki kademeli satış yapısına benzer biçimde yetkili satıcıya bağlı olarak çalışan tâli yetkili satıcılara da rastlanmaktadır. Sağlayıcılarla yetkili satıcı ve servisler arasındaki ilişkiler ise hemen tüm markalar için benzer nitelikte hükümler taşıyan yetkili satıcılık ve yetkili servis anlaşmalarıyla düzenlenmektedir.

#### **4.2. MOTORLU TAŞIT DAĞITIM ve SERVİS ANLAŞMALARINA YÖNELİK TÜRK REKABET HUKUKU UYGULAMASI**

Ülkemizde, malların ve hizmetlerin yeniden satışını düzenleyen ve rekabeti kısıtlayıcı nitelikte dikey kısıtlamalar içeren motorlu taşıt dağıtım ve servis anlaşmaları, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un çıkışına kadarki dönemde, rekabet hukuku bakımından herhangi bir yasal düzenlemeye tâbi olmamıştır. 4054 sayılı Kanun'un yürürlüğe girmesiyle, içerdikleri dikey kısıtlamalar nedeniyle Kanun'un 4. maddesi uyarınca yasaklanan dağıtım anlaşmalarının, hukuki geçerliliğe sahip olabilmesi için, Kanun'un 5. maddesinde öngörülen muafiyet şartlarını taşımaları gerekir hale gelmiştir.

Motorlu taşıt sektöründe dağıtımın, genellikle bir kategori olarak tanımlanabilecek benzer kısıtlamalar içeren yeniden satış anlaşmaları ağıyla örgütlenmesi, söz konusu anlaşmaların bireysel olarak değerlendirilmesi yerine, Kanun'un 5. maddesinin öngördüğü yetkiyle bir grup muafiyeti düzenlemesine

gidilmesini gündeme getirmiş; bu doğrultuda Rekabet Kurulu, 1998/3 sayılı Tebliği yayımlamıştır.

Rekabet Kurulu'nun sektöre özgü ilk düzenlemesi, "1998/3 sayılı Motorlu Taşıtlar Dağıtım ve Servis Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği"nin 01.04.1998 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmesiyle birlikte motorlu taşıtlar sektöründe gerçekleşmiştir. Tebliğ, öngördüğü nitelikleri taşıyan anlaşmaları Kanun'un 4 üncü maddesinden muaf tutmanın yanında Rekabet Kurulu'na bildirilmesi yükümlülüğünü de ortadan kaldırma ve sektördeki rekabeti sağlıklı temeller üzerine oturtup, tüketicilerin bundan fayda görmesini sağlayacak biçimde artırma amacıyla çıkarılmıştır (Rekabet Kurumu 2003).

1475/95 sayılı Komisyon Tüzüğü'yle büyük ölçüde aynı hükümleri içerecek şekilde düzenlenen 1998/3 sayılı Tebliğ, temel olarak seçici ve münhasır nitelikteki motorlu taşıt dağıtım ve servis anlaşmalarına muafiyet tanımıştır.<sup>174</sup>

1998/3 sayılı Tebliğ, Türkiye'de daha önce her hangi bir sınırlamaya tâbi olmaksızın, genellikle anlaşmaların güçlü tarafı konumundaki sağlayıcılar lehine bir çok kısıtlama içeren motorlu taşıt dağıtım anlaşmalarının, Kanun'un 5. maddesinde sayılan muafiyet şartlarını yerine getirir hale gelmesini sağlaması bakımından önemlidir. Tebliğ'in grup muafiyetinden yararlanabilmeleri için anlaşmalarda yer alması ve yer almaması gereken hükümleri açıkça düzenlemenin yanında, anlaşmaları grup muafiyeti dışına çıkaracak uygulamaları da sıralaması, özellikle sağlayıcılara rekabeti sınırlayıcı davranışların neler olduğu konusunda yol gösterici olması bakımından önemli görülebilir. Bu noktada, daha önceki dönemde pazarda sık rastlanan uygulamalar olan yeniden satış fiyatı tespiti ve yetkili satıcıların bölgeleri dışına yaptığı pasif satışların kısıtlanması gibi, rekabet hukukunda "ağır kısıtlamalar" olarak nitelendirilen uygulamaların azalmasında 1998/3 sayılı Tebliğ'in önemli etkisinin olduğu düşünülebilir.<sup>175</sup>

Kurul'un motorlu taşıt sektöründeki dağıtıma yönelik bir grup muafiyet rejimi benimsemesinin temel amacının, Komisyon'un uygulamasına paralel bir biçimde, benzer nitelikteki anlaşmalara ilişkin çok sayıda bildirimle

<sup>174</sup> Tebliğ'in getirdiği düzenlemeler Çalışmanın I.2.1.2. bölümünde anlatılan 1475/95 sayılı Tüzük ile tamamen aynı olduğundan burada tekrar edilmesine gerek duyulmamıştır.

<sup>175</sup> Öte yandan bu durum, sağlayıcıların uygulamada rekabeti sınırlayıcı davranışlara girmelerine tamamiyle engel olmamıştır. Tebliğ'in 5 yıllık uygulaması süresince, Motorlu taşıt sağlayıcıları hakkında, iki soruşturma gerçekleştirilmiştir. "Mais" (5.10.2001, 01-47/483-120, RG 21.8.2003-25206) ve "Doğuş Otomotiv" (5.10.2001,01-47/483-120) kararlarında Kurul, sağlayıcılar tarafından gerçekleştirilen , bayilerin yeniden satış fiyatıyla indirim oranlarının belirlenmesi ve bölge dışı pasif satışlarının kısıtlanması şeklindeki eylemler nedeniyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlal edildiğine karar vermiştir.

uğraşmamak ve sektöre yol gösterici nitelikte bir hukuki güvence sağlamak olduğu söylenebilir. Bununla beraber, 1998/3 sayılı Tebliğ'in uygulamada özellikle bildirim sayısının azaltılması amacına ancak sınırlı ölçüde ulaştığını söylemek mümkündür. Sağlayıcıların imzaladıkları hemen tüm anlaşmaları, grup muafiyetinden yararlandığının tespiti veya bireysel muafiyet talebiyle Kurum'a bildirdikleri görülmüştür.<sup>176</sup> Bu durumda, sektörün karşı karşıya kaldığı yeni düzenlemeler karşısında hukuki bir belirsizlik yaşamak istememesinin etkisinin olduğu söylenebilir. Ayrıca, 1998/3 sayılı Tebliğ'e ilişkin olarak AB'de olduğu gibi bir açıklayıcı broşür yayımlanmaması da rekabet kuralları ile yeni tanışan sağlayıcıların çoğunlukla Tebliğ hükümlerinin nasıl yorumlanması gerektiği konusunda tereddüde düşmesine ve anlaşmalarını Kuruma bildirmesine yol açan önemli bir neden olarak görülebilir.

Beş yılı aşan uygulama süresince yapılan bildirimlere yönelik olarak Kurul'un almış olduğu çok sayıda karar, çeşitli türdeki dağıtım anlaşmalarının Kanun ve Tebliğ karşısındaki durumuna büyük ölçüde netlik kazandırmıştır. Tebliğ kapsamında yer alan anlaşmaların Tebliğ'e uygun olmayan hükümleri bulunması durumunda Kurul'un, anlaşmaların Tebliğ ile uyumlu hale getirilerek grup muafiyetinden yararlanmasının sağlanması yöntemini benimsediği,<sup>177</sup> Tebliğ hükümlerini aşan sınırlamalara çoğunlukla bireysel muafiyet tanımadığı görülmektedir.<sup>178</sup>

1998/3 sayılı Tebliğ'in, motorlu taşıtların, yedek parçaların ve servis hizmetlerinin birarada dağıtımını konusunda yapılan anlaşmaları kapsamaması, yalnızca belirli türdeki anlaşmaların Tebliğ'in sağladığı muafiyetten yararlanabilmesine yol açmıştır. Türkiye'de, yalnızca motorlu taşıt satışına yönelik dağıtım anlaşmaları ve özellikle yalnızca satış sonrası hizmetler dağıtımına yönelik yetkili servis anlaşmalarının, motorlu taşıt dağıtım

---

<sup>176</sup> 1997/6 sayılı Rekabet Kurulu Tebliği'nin (RG 11.11.1997-23167) 6. maddesinin son fıkrasına göre "Grup muafiyeti tebliğlerindeki koşullarla uygun olup olmadığı konusunda tereddütleri olan teşebbüsler bu nitelikteki anlaşma, uyumlu eylem ve kararları Kurul'a bildirebilirler".

<sup>177</sup> Bu yöndeki Kurul Kararları: "Hyundai" (22.06.1999, 99-31/280-169), RG 21.07.2002-24822; "Toyotasa" (22.06.1999, 99-31/281-170), RG 07.07.2003-25161.; "Borusan" (16.01.2001, 01-04/24-6), RG 18.07.2001-24466; "Mercedes-Benz" (16.01.2001, 01-04/25-7), RG 18.07.2001-24466; "Anadolu Honda" (03.04.2001, 01-15/140-35), RG 16.07.2002-24817; "MAN" (03.04.2001, 01-15/140-36), RG 12.07.2002-24813; "Nissan" (03.04.2001, 01-15/140-37), RG 16.07.2002-24817; "Anadolu Isuzu" (10.07.2001, 01-32/315-92), RG 24.07.2002-24825; "DAF" (06.02.2001, 01-07/64-20), RG 03.08.2002-24835.

<sup>178</sup> Bu durumun istisnasını oluşturan, "Temsal-II" (06.06.2002, 02-36/392-162), RG 08.04.2003-25073 kararında, bildirim konu sözleşme gereği yetkili satıcının yatırımları sağlayıcı tarafından yapılmış olduğundan, tebliğ kapsamında olan; ancak feshi ihbar süresi Tebliğ'e uygun olmayan anlaşmaya bireysel muafiyet tanınmıştır.

sistemlerinde önemli oranda yer tuttuğu görülmektedir.<sup>179</sup> Kurul'un kararları incelendiğinde, farklı teşebbüslerle ayrı ayrı imzalanmaları durumunda 1998/3 sayılı Tebliğ'in sağladığı muafiyetten yararlanamayan söz konusu anlaşmalara ilişkin uygulamanın şu şekilde olduğu görülmektedir: 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin<sup>180</sup> yürürlüğe girmesinden önceki dönemde, yalnızca motorlu taşıt ya da yedek parça dağıtımına yönelik anlaşmalar 1997/3 sayılı Tek Elden Dağıtım Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği<sup>181</sup> kapsamında değerlendirilmiştir.<sup>182</sup> Yetkili servis anlaşmalarının ise, hizmetlerin dağıtımına yönelik anlaşmalar olması yalnızca malların dağıtımına yönelik anlaşmaları kapsayan 1997/3 sayılı Tebliğ'den yararlanamamaları sonucunu doğurmuş, söz konusu anlaşmalar Kurul'un bireysel muafiyet kararlarına konu olmuştur.<sup>183</sup> Yetkili servis anlaşmalarına ilişkin kararlarında Kurul'un, muafiyet şartlarını değerlendirirken 1998/3 sayılı Tebliğ'de satış sonrası hizmetlere yönelik olarak getirilen kuralları,<sup>184</sup> bireysel muafiyet şartları bakımından da göz önünde bulundurduğu görülmektedir.

2002/2 sayılı Tebliğ'in yayımlanmasıyla, özellikle yetkili servis anlaşmaları açısından farklı bir durum ortaya çıkmıştır. 1998/3 sayılı Tebliğ'e kıyasla daha esnek hükümler içeren 2002/2 sayılı Tebliğ'in eskisinden farklı olarak hizmetlerin dağıtımına ilişkin anlaşmaları da kapsamı, yetkili servis anlaşmalarının grup muafiyeti kapsamına girebilmesine yol açmıştır.<sup>185</sup> Bu durum sonucunda ise, 1998/3 sayılı Tebliğ'in satış sonrası hizmetlere ilişkin hükümlerine uygun olmayan ve Kurul'un daha önceki dönemlerde bireysel muafiyet tanımadığı türdeki yetkili servis anlaşmalarının grup muafiyetinden yararlanabilmesi gibi çelişkili bir durum ortaya çıkmıştır. Yetkili servis anlaşmalarının motorlu taşıt satışı yapmayan teşebbüslerle imzalanması durumunda 2002/2 sayılı Tebliğ'den yararlanabilir hale gelmesi; örneğin, her hangi bir feshi ihbar süresinin öngörülmediği ya da bakım onarım hizmetlerinde eşdeğer kalitede yedek parça kullanımına izin vermeyen bir anlaşmanın grup muafiyetinden yararlanabilmesi anlamına gelmektedir.

---

<sup>179</sup> Ülkemizde çoğu markanın henüz dağıtım ağını yapılandırma aşamasında olması ve sağlayıcıların, ülkenin talebin yetkili satıcılık kurmak için yeterli olmadığı bölgelerine de satış sonrası hizmetleri götürmek istemeleri, bu durumun sebeplerinden biri olarak görülebilir.

<sup>180</sup> RG 14.07.2002-24815.

<sup>181</sup> RG 04.09.1997-23100.

<sup>182</sup> "Baytur" (17.08.1999, 99-38/400-256), RG 13.02.2002-24670; "Anadolu Isuzu" (10.07.2001, 01-32/315-92), RG 24.07.2002-24825; "Temsal Yedek Parça", (05.12.2000, 00-48/507-275), RG 23.07.2002-24824.

<sup>183</sup> "Temsal", (12.06.2001, 01-27/262-76), RG 27.01.2002-24653; "Nissan" (03.04.2001, 01-15/140-37), RG 16.07.2002-24817; "Borusan Yetkili Servis" (27.09.2001, 01-45/452-116), RG 03.08.2002-24835.

<sup>184</sup> Özellikle eşdeğer kalitede yedek parça kullanımı ve feshi ihbar gibi konulardaki kurallar.

<sup>185</sup> "Temsal-III" (06.06.2002, 02-36/392-162), RG 08.04.2003-25073.

Söz konusu çelişki 1998/3 sayılı Tebliğ'in Değerlendirme Raporu'nda şu şekilde ifade edilmektedir:

“Benzer nitelikteki anlaşmaların, dağıtım ve servis ile ilgili hükümleri birbirlerinden ayrılarak farklı taraflarla yapılması halinde farklı kriterlere göre değerlendirilmesi ortaya farklı sonuçların çıkmasına neden olmaktadır. Motorlu taşıtların satış, yedek parça ve servis hizmetlerinin üçünü birden bünyesinde barındırmaması gerekçesiyle, motorlu taşıtlar sektöründe imzalanan bir çok anlaşmanın sektöre özgü hazırlanmış 1998/3 sayılı Tebliğ yerine 2002/2 sayılı Tebliğ gibi daha genel bir düzenleme çerçevesinde değerlendirilmesinin, 1998/3 sayılı Tebliğ'in hedeflediği amaçlara ulaşmada önemli bir engel teşkil ettiği düşünülmektedir.”

1475/95 sayılı Tüzük'te olduğu gibi 1998/3 sayılı Tebliğ'de de satış, yedek parça ve servisin birlikte dağıtımının muafiyet koşullarından biri olarak düzenlenmesinin amacı, satış-satış sonrası hizmetler birlikteliğinin etkinlik doğurduğu varsayımıyla,<sup>186</sup> teşebbüsler tarafından zahmetli, masraflı ve sonucu tam olarak bilinmeyen bir prosedür olarak görülen bireysel muafiyet başvurusu yerine, anlaşmalarını grup muafiyetine uygun olarak düzenleme yönünde teşvik etmektir. Mevcut durumun Tebliğ'in amacının tam tersi bir biçimde, özellikle satış sonrası hizmetlere yönelik anlaşmaların ayrı imzalanmasını adeta teşvik eder bir yapıya yol açtığı sonucuna gidilebilir.

#### **4.3. MEVZUATI YENİLEME ÇALIŞMALARI**

1475/95 sayılı Tüzüğün, 1400/2002 sayılı Tüzük ile yenilenmiş olması ve Komisyon'un eski Tüzük'te benimsediği prensipleri dayandığı birçok varsayımının geçerlilik taşımadığı sonucuna ulaşmış olması, aynı varsayımlara dayanan düzenlemeleri içeren 1998/3 sayılı Rekabet Kurulu Tebliği'nin de yenilenmesini gündeme getirmiştir. Tebliğ'in uygulamadaki etkinliğinin değerlendirilmesi amacıyla Rekabet Kurumu tarafından, motorlu taşıtlar sektöründe faaliyet gösteren sağlayıcılar, parça üreticileri ve yetkili satıcı dernekleri ile bir anket çalışması yapılmış, bu çalışmada elde edilen sonuçlar da dikkate alınarak 1998/3 sayılı Tebliğ'e ilişkin bir Değerlendirme Raporu; söz konusu raporda yer verilen görüşler doğrultusunda bir Tebliğ Taslağı yayımlanmıştır.<sup>187</sup>

Rekabet Kurumu'nun değerlendirme raporunda, başta yukarıda belirtilen kapsama ilişkin sorun olmak üzere, seçici ve münhasır dağıtım sistemlerinin birlikteliğinin hem motorlu taşıt dağıtımı hem de satış sonrası hizmetlerde marka içi rekabeti kısıtlayıcı etkisi, çok markalılığı ve yetkili satıcı bağımsızlığını sağlamaya yönelik düzenlemelerin yetersizliği, alternatif yedek parçaların yetkili

<sup>186</sup> Çalışmanın II.2.2.2. bölümünde açıklandığı üzere Komisyon'un söz konusu varsayımı da artık geçerliliğini yitirmiştir.

<sup>187</sup> www.rekabet.gov.tr/word/motorlu.doc.

ağlara girmesi ile ilgili sorunlar ve satış sonrası hizmetlerde bağımsız teşebbüslerin rekabetinin önündeki engeller, 1998/3 sayılı Tebliğ'in temel sorunları olarak ortaya konmuştur. Türkiye pazarı açısından satış sonrası hizmetler ve yedek parça konularındaki sorunların daha ön plana çıktığı görölse de, raporda dile getirilen sorunların AB'de 1475/95 sayılı Tüzüğe ilişkin olarak Komisyon'un dile getirdiği sorunlarla büyük ölçüde benzerlik taşıdığı ve benzer başlıklar altında toplandığı görölmektedir. 1998/3 sayılı Tebliğ'in, 1475/95 sayılı Tüzük ile aynı hedefler doğrultusunda aynı düzenlemeleri getirmiş olması ve motorlu taşıt dağıtım sistemleri konusunda AB ile Türkiye arasındaki temel benzerlikler göz önünde bulundurulduğunda, bu durumun çok şaşırtıcı görülmemesi gerektiği söylenebilir.

1998/3 sayılı Tebliğ, getirdiği birçok ayrıntılı kural ile sektördeki rekabet şartları bakımından önemli bir ilerleme olarak kabul edilebilse de, Kurum'un değerlendirme raporunda, motorlu taşıtlar sektöründe halen hem dağıtım sistemi içindeki oyuncular arasındaki rekabeti artırmanın, hem de sistem dışında yer alan bağımsız satıcı ve tamirciler, yedek parça üreticileri gibi çeşitli alternatif teşebbüsleri rekabete dahil ederek sektörü daha da rekabetçi bir yapıya kavuşturmanın ve artan rekabetin tüketiciye etkin dağıtım sistemleri ve düşük fiyatlarla olabildiğince fazla yansıtılmasını sağlamanın mümkün olduğu görüşü ortaya konmuştur.

### **Taslak Tebliğ**

Değerlendirme raporunda yer verilen ihtiyaçlar doğrultusunda Rekabet Kurumu tarafından hazırlanan Taslak Tebliğ'de, önemli sayılmayabilecek değişiklikler dışında Komisyon'un 1400/2002 sayılı Tüzük'te getirdiği temel prensiplerin aynen benimsendiği görölmektedir. Rekabet Kurumu, yayımlamış olduğu Taslak Tebliğ üzerine ilgili tarafların hem yazılı görüşlerini almış, hem de öngörülen düzenlemelerin tartışıldığı bir çalıştay düzenlemiştir. Taslak Tebliğ'e yönelik görüşler, AB'de Komisyon'un yeni yaklaşımının Türkiye için de bir model teşkil edip etmeyeceği temelinde, çok taraflı ve kapsamlı bir tartışmayı gündeme taşımasıdır.

Taslak Tebliğ'de öngörülen düzenlemelere en belirgin tepkiler, AB'deki duruma benzer bir biçimde, özellikle motorlu taşıt üreticileri tarafından dile getirilmiştir. Üreticilerin temel iddiaları; Komisyon'un 1400/2002 sayılı Tüzük'te getirdiği düzenlemelerin büyük ölçüde, AB'deki ülkeler arası fiyat farklılıklarından kaynaklandığı ve Komisyon'un tek pazar hedefi doğrultusunda getirildiği, bu nedenle Türkiye açısından geçerli olmayacağı, bazı diğer düzenlemelerin ise AB ve Türkiye pazarları arasındaki farklılıklar nedeniyle arzu edilen sonuçları doğurmayacağı yönündedir. Motorlu taşıt üreticileri, bölge münhasırlığının olmadığı seçici nitelikteki bir dağıtım sisteminin uygulanması durumunda, yetkili satıcıların fiyat rekabetine girecekleri ve tüketiciye sunulan

hizmetin kalitesinin düşeceği, yetkili satıcıların yaptıkları yatırımları geri döndürmelerinin zorlaşacağı düşüncesindedirler. Bu çerçevede, seçici ve münhasır dağıtım birlikteliğinin Türkiye’de devam etmesi gerektiği, pazar payı eşiklerinin benimsenmemesi gerektiği, çok markalılık, yetkili satıcı bağımsızlığı ve yedek parça tanımları gibi konularda ise Türkiye’de AB’dekinden daha esnek bir yaklaşım benimsenmesi gerektiği görüşlerini ortaya koymuşlardır.

1400/2002 sayılı Tüzük’le Komisyon’un benimsediği yeni yaklaşımın, Türkiye Pazarı için de geçerli olup olmayacağı ve ne gibi sonuçlar doğuracağı önemli bir tartışmadır. Bu tartışmada ön plana çıkan hususu ise, Komisyon’un dikey sınırlamalara ilişkin politikasının altında, rekabetin tesis edilmesi amacının yanında, tek pazar hedeflerinin de yatması ve söz konusu ikinci hedefe yönelik düzenlemelerin böyle bir hedefi bulunmayan Türkiye’de benimsenmemesi gereği yönündeki görüş oluşturmaktadır. Komisyon’un dikey kısıtlamalara ilişkin düzenlemelerinde tek pazar hedefinin, rekabetin tesis edilmesi hedefinden ne ölçüde ayrıştırılabileceği oldukça tartışmalı bir konudur. Dikey kısıtlamalar konusunda Rekabet Kurulu’nun, Komisyon’a paralel bir yaklaşımı benimsediği tüm düzenleme ve uygulamalar açısından gündeme gelebilecek bu ayrı ve kapsamlı tartışma, bu çalışmanın boyutlarını aşmaktadır.

Motorlu taşıt dağıtımını özelinde, tamamıyla tek pazar hedefine yönelik olarak, AB’nin özel şartları gereği getirildiği söylenebilecek tek düzenleme, geçmiş tüzüklerde olduğu gibi 1400/2002 sayılı Tüzük’te de yer alan, İngiliz ve İrlanda vatandaşlarının sağdan direksiyonlu motorlu taşıtları diğer AB ülkelerinden satın alabilmesine imkân tanımak amacıyla getirilen “temin edilebilirlik” hükmüdür. Rekabet Kurumu söz konusu hükmü, gelen görüşler doğrultusunda Taslak Tebliğ’den çıkarmıştır. Tüzük’te getirilen diğer birçok düzenleme bakımından, tek pazar hedeflerinin, rekabetin sağlanması hedefinden ayrıştırılması çok mümkün görünmemektedir.

Komisyon’un 1400/2002 sayılı Tüzük’le getirdiği seçici ve münhasır dağıtım ayrımı ve yerleşke hükmünün kaldırılması gibi bazı düzenlemelerde, üye ülkeler arası fiyat farklılıklarının önemli bir **tetikleyici unsur** oluşturduğu söylenebilir.<sup>188</sup> Öte yandan Komisyon, motorlu taşıt dağıtımına ilişkin düzenlemelerinde amacının fiyat birliği sağlamak olmadığını, fiyat farklılıklarının, dağıtımın sisteminin rekabeti kısıtlayıcı niteliğinin bir **göstergesi** olduğunu ifade etmektedir.<sup>189</sup> Bu bağlamda, seçici ve münhasır dağıtım ayrımını tamamıyla üye ülkeler arası ticareti artırmaya ve fiyat farklılıklarını gidermeye yönelik bir “enstrüman” gibi görmek doğru olmayacaktır. Öncelikle,

---

<sup>188</sup> Çok markalılık, yetkili satıcı bağımsızlığı ve özellikle de satış sonrası hizmetlerle yedek parça dağıtım alanına getirilen düzenlemelerinse fiyat farklılıklarıyla ilişkilendirmesi mümkün görünmemektedir. .

<sup>189</sup> Bkz. Çalışmanın 27. sayfası.



Komisyon'un bu sektördeki fiyat farklılıklarına yönelik hassasiyeti, ilk olarak 1400/2002 sayılı Tüzük'le ortaya çıkmamıştır. 123/85 ve 1475/95 sayılı Tüzüklerin yayımlandığı dönemlerde de fiyat farklılıkları, Komisyon tarafından bir sorun olarak görülmüştür.<sup>190</sup> Komisyon, tek pazar konusunda benzer hedefleri taşıdığı, 123/85 ve 1475/95 sayılı Tüzüklerde seçici ve münhasır dağıtım birlikteliğini, **yalnızca** motorlu taşıt sektöründeki dağıtıma özgü olarak vazgeçilmez görmüş ve bu sektör için rekabeti kısıtlayıcı etkisinin kabul edilebilir düzeyde olacağı varsayımıyla muafiyet tanımıştır. Söz konusu sistemlerin ayrılmasıyla Komisyon'un, ilk olarak 1974 yılındaki BMW kararı ile kendi yaratmış olduğu içtihatla, bu sektöre tanıdığı bir **ayrıcalığı**, marka içi rekabeti gereğinden fazla kısıtlaması nedeniyle geri alıyor olduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Komisyon'un geçmişte benimsediği; ancak bugün vazgeçtiği varsayımlara dayanan bir ayrıcalığın, Türkiye'de devam etmesi gerektiği yönündeki bir argüman, hangi özel şartlar gereği, söz konusu varsayımların Türkiye'de geçerli olmaya devam ettiğinin ortaya konmasını gerektirebilecektir.

Türkiye'de tartışmalı noktalardan bir diğerini, Yeni Tüzüğe paralel bir biçimde Taslak Tebliğ'de getirilen pazar payı eşikleri konusu oluşturmaktadır. Kurul'un, 2790/1999 sayılı Tüzük'le büyük ölçüde aynı hükümleri içeren 2002/2 sayılı Tebliğ'de, mehzaz düzenlemedeki pazar payı eşiklerini benimsememesi, benzer bir tartışmayı motorlu taşıt tebliği bakımından gündeme getirmektedir.

Gürzumar (2003), Kurul'un, 2002/2 sayılı Tebliğ'de pazar payı eşiğine yer vermemiş olmasının, 2790/1999 sayılı Tüzüğün arkasında yatan ekonomik yaklaşımla bağdaşmadığı için eleştirilebileceğini; ancak bu uygulamanın, pazar payları konusunda tereddüde düşen teşebbüslerin Kurum'a yapacakları başvurulardan kaynaklanabilecek iş yükü artışının engellenmesiyle açıklanabileceğini ifade etmektedir. Söz konusu gerekçenin, motorlu taşıt dağıtımına yönelik olarak yayımlanacak Tebliğ için de geçerli olup olmayacağı ise tartışmalıdır. Motorlu taşıt dağıtımında, gerek Türkiye'de, gerekse AB'de pazar payı verilerine ulaşmak oldukça kolaydır. Pazar payı verilerine ulaşmada daha sorunlu görülebilecek yedek parça ve satış sonrası hizmetler dağıtımına yönelik olarak ise, 1400/2002 sayılı Tüzük'te pazar payı eşiklerinin farklı bir işlevi olduğu söylenebilir. Getirilen eşikle, Komisyon'un söz konusu mal ve hizmetlerin dağıtımını bakımından, rekabeti daha az kısıtlayıcı niteliksel seçici dağıtım sisteminin benimsenmesini sağlamayı amaçladığı görülmektedir.<sup>191</sup> Bu durumda, pazar payı eşiklerinin Türkiye'de yürürlüğe girecek Yeni Tebliğ'de yer almamasının pratik sonucunun, satış sonrası hizmetler ve yedek parça dağıtımında niteliksel seçici dağıtım sistemini seçme zorunluluğunun ortadan kalkması olacağı söylenebilir.

---

<sup>190</sup> Bkz. Bölüm II.2.1.1.

<sup>191</sup> Bkz. Çalışmanın II.2.2.2. bölümü.

Bu zorunluluğun ortadan kalkması ise, söz konusu mal ve hizmetlerin dağıtımında Türkiye’de daha esnek kuralların benimsenmesi anlamına gelmektedir ki; bu husus da tartışmalıdır.

Şöyle ki; satış sonrası hizmetler bakımından, AB’de marka uzmanlığına sahip ve teknik donanım bakımından yeterli çok sayıdaki bağımsız tamirci ve özellikle son yıllarda önemli ölçüde yaygınlaşan hızlı-tamir zincirleri karşısında, Türkiye’de çok daha zayıf bir bağımsız tamirciler grubu bulunduğu göz önüne alındığında, motorlu taşıt sağlayıcısının dağıtım ağında yer alan yetkili servisler arasındaki (marka içi) rekabetin önemi daha da artmaktadır. Bu bakımdan satış sonrası hizmetlerin dağıtımında marka içi rekabete önemli katkıları olabilecek niteliksel seçici dağıtım sisteminin, Türkiye şartları açısından AB’den daha da büyük önem taşıdığı söylenebilir. Bu durum aynı zamanda bağımsız tamircilerin rekabet edebilirliğinin kolaylaştırılmasına yönelik düzenlemelerin de Türkiye açısından önemini ön plana çıkarmaktadır.

Yetkili satıcı bağımsızlığının güçlendirilmesi ve çok markalılığın kolaylaştırılması amacıyla getirilen kurallar bakımından göz önünde bulundurulması gereken konu ise, Türkiye’de yetkili satıcı başına düşen satış miktarı bakımından, AB ortalamasının altında bir yetkili satıcı ölçeği<sup>192</sup> ve özellikle ülkenin ekonomik şartlarına bağlı olarak ani biçimde değişen motorlu taşıt talebi nedeniyle, yetkili satıcıların yaşayabilirliğinin (ve buna bağlı olarak sağlayıcı karşısındaki bağımsızlıklarının) çok daha olumsuz etkilendiğidir. Bu bakımdan, yetkili satıcılık yapısının güçlendirilmesinin Türkiye pazarı için en az AB’de olduğu kadar gerekli olduğu söylenebilir. Çok markalılığın kolaylaştırılması ve mağaza içine taşınmasının, Türkiye’de özellikle taşrada faaliyet gösteren, yaptıkları önemli yatırımlar karşısında düşük satış hacimleriyle ayakta kalmaya çalışan yetkili satıcıların, başka markaları da satmaya başlayarak hem maliyetlerini düşürme, hem de sağlayıcıya bağımlılıklarını azaltabilmeleri açısından olumlu sonuçlar doğuracağı söylenebilir.

Yedek parça üreticilerinin yetkili ağlara erişiminin sağlanmasının da Türkiye açısından en az AB’de olduğu kadar önem taşıdığı söylenebilir. Türkiye’deki yedek parça üreticileri, ürettikleri orijinal parçaların, araç üreticileri kanalıyla yetkili servislere ulaşmasının, parça fiyatlarında ortalama olarak %35’lik bir artışa neden olduğunu düşünmektedir (Rekabet Kurumu 2003). Bu çerçevede, Taslak Tebliğ’de 1400/2002 sayılı Tüzüğe paralel bir biçimde getirilen orijinal ve eşdeğer kalitede yedek parça tanımlarıyla, yedek parça üreticilerinin yetkili ağlara erişiminin kolaylaştırılması ve yedek parça

---

<sup>192</sup> 2002 yılında Türkiye’deki yetkili satıcı başına düşen araç sayısı 119 iken, bu konudaki Orta Avrupa ortalaması 165’dir. Yetkili satıcı başına düşen satışlar bakımından Türkiye’nin, Orta Avrupa’nın %60, Batı Avrupa’nın %40 altında kaldığı görülmektedir (Wade 2003).

üreticilerinin de perakende seviyesinde rekabete dahil olmasıyla, Türkiye’de yedek parça fiyatlarında önemli oranlarda düşüş görülmesi beklenebilir.

Bu konuda hem araç üreticileri, hem de orijinal yedek parça üreticileri tarafından dile getirilen bir endişe, yetkili servislerde kullanılacak yedek parçalarda sağlayıcı kontrolünün azaltılmasının, “merdiven altı” üretimi parçalar olarak tabir edilen, standartlara uygun olmayan parçaların kullanımını yaygınlaştırabileceğidir. AB’den farklı olarak Türkiye’de özellikle AB ile uyumlu teknik mevzuattan uzak üretim yapan çok sayıda firmanın bulunması, Türkiye pazarı özelinde söz konusu endişenin haklı görülebilecek tarafları olduğunu göstermektedir. Öte yandan söz konusu endişenin, yedek parça tanımlarında yapılacak bazı değişikliklerle giderilmesi mümkündür.

Genel olarak, eldeki verilerle, Komisyon’un yeni yaklaşımının Türkiye şartlarına uygun olmayacağı sonucuna gitmek mümkün görünmemektedir. 1400/2002 sayılı Tüzük ile getirilen düzenlemelerin amacının güç dengesini motorlu taşıt üreticilerinden, yetkili satıcı ve servisler, bağımsız tamirciler ve yedek parça üreticileri lehine kaydırmak ve tüketicinin de bu değişimden fayda sağlamasını beklemek olduğu görülmektedir. Türkiye’de sektördeki oyuncular arasında, AB’ye kıyasla daha belirgin bir güç asimetrisi bulunduğu<sup>193</sup> düşünüldüğünde, Komisyon’un söz konusu hedeflerinin büyük ölçüde Türkiye açısından da geçerli olabileceği söylebilir. Bu çerçevede getirilen düzenlemelerin önemli bir kısmının, prensip bazında benimsenmesinin, Türkiye’nin motorlu taşıt sektöründeki dağıtım kanallarında hem marka içi hem de markalar arası rekabeti artırmada olumlu etki yaratması mümkündür. Tüm bunlara rağmen, benimsenecek düzenlemenin tüm yönleriyle istenen sonuçları doğuracağını şimdiden söylemek de kolay değildir. Bu konuda uzun yıllara dayanan bir tecrübeye sahip olan Komisyon’un yayımladığı her Tüzük’te birçok hedef belirlemesi, uygulama sonucunda ise, hedeflerinin bir kısmına ulaşamadığını açıklaması, bu durumun AB için de geçerli olduğunu göstermektedir.

Rekabet Kurulu tarafından yayımlanacak Tebliğ’in nihaî metninde, Taslak Tebliğ’de öngörülen düzenlemelerin ne ölçüde değişikliğe uğrayacağı, Kurul’un 1998/3 sayılı Tüzük’te olduğu gibi, Komisyon’un getirdiği düzenlemeleri aynen benimseyip benimsemeyeceği ve bundan sonraki dönemde motorlu taşıt dağıtımına yönelik politikasının ne yönde olacağı, bu çalışmanın tamamlandığı tarih itibarıyla netlik kazanmamıştır.

Rekabet Kurulu’nun, getireceği düzenlemelerde Komisyon’un hedeflerini Türkiye’nin hedefleriyle karşılaştırarak iyi bir biçimde analiz etmesi,

---

<sup>193</sup> Özellikle, motorlu taşıt üreticileriyle yetkili satıcılar, bağımsız tamirciler ve yedek parça üreticileri arasında.

AB ile Türkiye'deki pazar yapıları arasındaki benzerlik ve farklılıkları doğru yönde değerlendirmesi önem taşımaktadır.

Pazarlar arasındaki farklılıklar, bazı konularda Türkiye'de daha esnek bir yaklaşımın benimsenmesini gerektirebilirken, bazı konularda, getirilen düzenlemelerin Türkiye'deki öneminin daha fazla ön plana çıkması gerektiği sonucuna gidilmesine yol açabilecektir.

## SONUÇ

Komisyon'un motorlu taşıt dağıtımına özgü olarak geliştirdiği muafiyet rejimi, yaklaşık 30 yıllık geçmişi boyunca, önemli bir gelişim ve değişim süreci geçirmiştir. Motorlu taşıt dağıtımına ilişkin ilk önemli karar olan 1974 yılındaki "BMW" Kararı'yla başlayan bu süreçte, 1985, 1995 ve 2002 yıllarında yayımlanan üç blok muafiyet tüzüğü, Komisyon'un bu alandaki dikey kısıtlamalara yönelik yaklaşımının zaman içinde giderek sıkılaştığını göstermektedir. Komisyon'un yaklaşımındaki en son ve en önemli değişim ise, yakın bir geçmişte yürürlüğe giren 1400/2002 sayılı Tüzüğün yayımlanmasıyla ortaya çıkmıştır.

1400/2002 sayılı Tüzük'le birlikte, motorlu taşıt dağıtımına yönelik blok muafiyetinin kapsamının önemli ölçüde genişlediği ve hukuksal olmaktan çok daha ekonomik bir temele oturduğu görülmektedir. Yeni Tüzük'te Komisyon'un, seçici ve münhasır dağıtım birlikteliği, satış-satış sonrası hizmetler bağlantısı gibi konularda eski yaklaşımını tamamen değiştirdiği; yetkili satıcı bağımsızlığı, çok markalılık, bağımsız tamircilerin ve yedek parça üreticilerinin rekabete dahil edilmesi konularında ise eskiden beri taşıdığı prensipleri önemli ölçüde güçlendirici düzenlemeler getirdiği görülmektedir. Komisyon'un yeni düzenlemelerindeki temel amacının, güç dengesini motorlu taşıt üreticilerinden yetkili satıcı ve servislere, bağımsız tamircilere ve yedek parça üreticilerine kaydırarak, hem marka içi, hem de markalar arası rekabetin önündeki engelleri kaldırmak ve tüketicinin bu değişimden fayda görmesini sağlamak olduğu görülmektedir.

Motorlu taşıt dağıtımına ilişkin blok muafiyet düzenlemeleri üzerine yapılan tartışmaları "şoför mahallinde kim oturmalıdır?" sorusuyla özetleyen Mario Monti, 1400/2002 sayılı Tüzük'le bu soruya cevabın "tüketici" olarak verildiğini ifade ederek (2003), Komisyon'un bu alandaki temel hedefini daha çarpıcı bir biçimde ortaya koymaktadır. Monti'ye göre yeni blok muafiyeti, çerçevesi Eski Tüzük ve motorlu taşıt üreticileri tarafından katı bir biçimde çizilmiş bir dağıtım ortamından, tüm oyuncuların rekabetçi davranabilmek için

daha fazla alanının bulunduğu dengeli ve esnek bir sisteme doğru radikal bir hareketi simgelemektedir.

1400/2002 sayılı Tüzük ile birlikte, AB’de motorlu taşıt sektörünün rekabet kuralları ile ilişkisinin, dikey kısıtlamalar ve muafiyet şartları temelinde daha da artmakta ve karmaşık bir yapıya bürünmekte olduğu görülmektedir. Tüzüğün getirdiği düzenlemeler, sektörün hemen her alanındaki dinamiklerinde, dağıtım sistemlerinin ve sektörde faaliyet gösteren oyuncuların yapısında önemli değişikliklere neden olacak niteliktedir. Yeni düzenlemelerin, bir değişimi zorlamaktansa, değişim önündeki engellerin kaldırılması için daha fazla imkân yaratmayı amaçladığı söylenebilir.

Bu çalışmanın tamamlandığı tarih, Tüzüğün etkilerini tam olarak yorumlayabilmek için erken olsa da, sektörde görülen eğilimler, yeni düzenlemenin sektörde yol açacağı yeniden yapılanma hakkında fikir verebilecek niteliktedir. Yetkili satıcılık yapısında önemli oranda bir yoğunlaşmayla birlikte, güç artışı ve bazı markaların dağıtımlarını kontrol altına alma çabaları, Tüzüğün geçiş süresinin tamamlanmasının üzerinden geçen kısa süre içinde somut olarak görülebilen ilk gelişmeler olarak göze çarpmaktadır. Yeni kurallar, sektördeki çoğu oyuncu bakımından yeni özgürlükler ve fırsatlar doğurmaktadır. Dağıtım ağlarının hem içinde hem de dışındaki oyuncular, karşı karşıya kaldıkları yeni hukuksal çerçeve içinde henüz stratejilerini benimseme aşamasındadır. Bu bağlamda sektörün getirilen kurallar doğrultusunda tam olarak yeni bir yapıya kavuşmasının zaman alacağı söylenebilir. AB’de getirilen düzenlemelerin birçok açıdan ABD’deki düzenlemelere de yaklaştığı görülmektedir. Bu çerçevede, önümüzdeki yıllarda, AB’de sektörün yapısının da ABD’deki yapıya yaklaşacağı tahminleri yapılmaktadır.

Sektördeki rekabet şartları üzerinde olduğu gibi, oyuncuların yapısı, karlılığı ve stratejileri üzerinde belirleyici etkiye sahip olacak bu değişim sürecinde Komisyon’un rekabet ve tek pazar hedefleri, geçmiş düzenlemelerde karşılaşılan sıkıntılar, tüketici çıkarları, sektör oyuncularının çıkarları, dağıtımdaki yenilik ve eğilimler gibi bir çok unsurun etkilerini görmek mümkündür. Bu çerçevede, yeni blok muafiyetini “bir gecelik” bir devrim olarak nitelendirmek doğru olmayacaktır. Getirilen düzenlemelerin önemli bir kısmı, yıllardır sektörün yapısına yön veren eğilim ve baskıları güçlendirici özelliktedir ve motorlu taşıt dağıtımının karşı karşıya kaldığı hususlara stratejik bir cevap niteliğindedir.

Komisyon’un bu alandaki yaklaşımının yaklaşık 30 yıldan beri geçirdiği evrim sürecinde, Türkiye açısından değerlendirilebilecek önemli noktalar bulunduğu söylenebilir. Rekabet Kurulu, bu alandaki ilk adımını, Komisyon’un geçmiş düzenlemelerine paralel bir modeli benimsediği 1998/3 sayılı Tebliğ’i yayımlayarak atmıştır. Tebliğ’in bugün 5 yılı aşan uygulaması, hem

uygulayıcılar hem de sektördeki oyuncular açısından önemli bir tecrübe olarak kabul edilebilir. Uygulamada görülen bazı sıkıntıları olsa da 1998/3 sayılı Tebliğ'in, bu alanda, Türkiye'de ciddi yeniliklere imza attığı ve kısa süre içinde sektördeki rekabet şartları açısından önemli gelişmelere yol açtığı söylenebilir. AB'de yaşanan son gelişmeler ise, Türkiye'de mevcut yapıdaki eksikliklerin irdelenmesi ve söz konusu eksiklikler doğrultusunda yeni adımlar atılması bakımından önemli bir fırsat doğurmuştur.

Uygulamadaki sıkıntılar ve sektörü daha rekabetçi bir yapıya kavuşturma arayışı doğrultusunda Rekabet Kurumu'nun, Komisyon'un yeni yaklaşımını model olarak yayımladığı Taslak Tebliğ, bu alanda Türkiye'de yakın bir gelecekte yaşanabilecek muhtemel bir değişimin sinyallerini vermektedir. Taslak Tebliğ, öngördüğü radikal değişikliklerle başta motorlu taşıt üreticileri ve yetkili satıcılar olmak üzere, sektördeki oyuncularda büyük ilgi uyandırmış, Türkiye'de belki de ilk kez motorlu taşıt dağıtımını üzerine kapsamlı ve çok taraflı bir tartışmayı gündeme taşımıştır. Komisyon'un yeni yaklaşımının Türkiye açısından uygun olup olmadığı temelinde yürüyen tartışmanın, Türkiye'de yaşanabilecek değişim sürecine önemli katkılarının olduğu görülmektedir.

Komisyon'un yeni prensiplerine dayanan bir yaklaşımın, Türkiye'de yaratacağı sonuçlar hakkında şimdiden kesin sonuçlara gitmek mümkün görünmese de, ülkenin özel şartlarına bağlı olarak gerekli uyarlamaların yapılması kaydıyla, Taslak Tebliğ'de yer alan düzenlemelerin önemli bir kısmının, geçmiş dönemde karşılaşılan sorunlarının giderilmesi ve sektördeki rekabetçi yapının bir adım öteye taşınması bakımından olumlu sonuçlar doğurabileceği söylenebilir.

Bu alandaki tartışmalara son noktayı koyacak olan Rekabet Kurulu'nun, politikasını belirlerken, Komisyon'un hedeflerini kendi hedefleriyle karşılaştırarak iyi bir biçimde analiz etmesi, AB ile Türkiye'deki pazar yapıları arasındaki benzerlik ve farklılıkları doğru yönde değerlendirmesi önem taşımaktadır.

## **ABSTRACT**

The European Commission's policy towards vertical restraints in motor vehicle distribution has a thirty-year-history, starting with the "BMW" individual exemption decision in 1974. After that landmark decision, the Commission adopted three sector- specific block exemption regulations in 1985, 1995 and 2002. The thirty- year period shows that the Commission's approach towards vertical restraints in motor vehicle distribution has gone stricter.

The latest Block Exemption Regulation, No: 1400/2002 which has replaced the 1475/95, represents the biggest change in the policy of the Commission in this area. Aiming to bring more intra-brand and inter-brand competition to the motor vehicle distribution systems, the new regulation is stricter than its predecessor. In the new Regulation the Commission has left some of its former principles, such as the combination of selective and exclusive distribution and the link between sales and service, while it has aimed to strengthen some of them, such as multi-branding, the independence of the dealers against manufacturers, the spare parts producers' access to the manufacturer's distribution networks. Under the new legal framework, the future prospects for the motor vehicle distribution shows that the European automotive industry is to face one of the biggest changes.

This study aims to analyze the recent changes in the Commission's policy against the vertical restraints in the motor vehicle sector. This analysis requires dealing with the problems faced with the old regulation, the Commission's changing assumptions, the reasons and the aims of the new principles in the new regulation, and possible effects of the regulation to the sector. This kind of study would also be important for Turkey where the Competition Authority has a short but significant experience in the area. The 5 year application of the Communiqué No: 1998/3, which was based basically on the Commission Regulation 1475/95, showed that there were some problems most of which are common with the Commission's. With the aim of a renewal of the Communiqué No: 1998/3, the Competition Authority published a draft communiqué, which kept the basic principles of the Regulation 1400/2002. Nowadays an intense debate is going on in Turkey about whether the Commission's new approach could be a proper model for Turkey.



## KAYNAKÇA

ACEA (2002), “ACEA Opinion to the EU Commission on the Block Exemption Proposal”, [www.acea.be/ACEA/position\\_papers.html](http://www.acea.be/ACEA/position_papers.html)<sup>194</sup>

ANDERSEN (2001), “Study on the Impact of Possible Future Legislative Scenarios for Motor Vehicle Distribution on All Parties Concerned”, [http://europa.eu.int/comm/competition/car\\_sector/distribution/eval\\_reg\\_1475\\_95/studies/impact\\_legislative\\_scenarios](http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/distribution/eval_reg_1475_95/studies/impact_legislative_scenarios)

ANDERSON, M. (1996), “Electronic New Media and the Auto Industry: New Dimensions in Market Facing Systems”, ICDP Research Paper 10/96, [www.icdp.net](http://www.icdp.net)

ARRUÑADA, B., L. GARICANO ve L. VÁZQUEZ (1998), “Asymmetric Completion, Non-linear Incentives and Last-Resort Termination in Automobile Franchise Contracts”, [www.econ.upf.es/deehome/what/wpapers/postscripts/267.pdf](http://www.econ.upf.es/deehome/what/wpapers/postscripts/267.pdf)

ARRUÑADA, B., L. VÁZQUEZ (1999), “Ownership and Performance in Car Distribution”, <http://econpapers.hhs.se/paper/upfupfgen/348.htm>

AUTOPOLIS (2000), “The Natural Link between Sales and Service”, [http://europa.eu.int/comm/competition/car\\_sector/distribution/eval\\_reg\\_1475\\_95/studies/sales\\_and\\_service.pdf](http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/distribution/eval_reg_1475_95/studies/sales_and_service.pdf)

BEDİR, A. (1999), “Gelişmiş Otomotiv Sanayilerinde Ana-Yan Sanayi İlişkileri ve Türkiye’de Otomotiv Yan Sanayinin Geleceği”, Uzmanlık Tezi, Devlet Planlama Teşkilatı, <http://ekutup.dpt.gov.tr/imalatsa/otomotiv/bedira/yansanay.pdf>

BEDİR, A. (2002), “Türkiye’de Otomotiv Sanayi Gelişme Perspektifi”, Devlet Planlama Teşkilatı, <http://ekutup.dpt.gov.tr/imalatsa/otomotiv/bedira/gelisme.pdf>

---

<sup>194</sup> Kaynakça’da yer verilen İnternet sayfalarının tamamının güncelliği en son 16.12.2003 tarihi itibarıyla kontrol edilmiştir.

BEUC (2002), "Draft Commission Regulation (EC) on the application of Article 81(3) of the Treaty to categories of vertical agreements and concerted practices in the motor vehicle industry - Final BEUC Reaction", [www.beuc.org](http://www.beuc.org)

BRENKERS, R. ve F. VERBOVEN (2002), "Liberalizing a Distribution System: the European Car Market", <http://ideas.repec.org/n/nep-eeec/2003-03-14.html>

BUZZAVO, L. ve G. VOLPATO (2001), "Car Distribution in Europe: Between Vertical Agreements and Customer Satisfaction", <http://cockeas.montesquieu.u-bordeaux.fr/Buzzavo-Volpato.pdf>

CC (2000), "New cars: A report on the supply of new motor cars within the UK", [www.competition-commission.org.uk/rep\\_pub/reports/2000/439cars.htm](http://www.competition-commission.org.uk/rep_pub/reports/2000/439cars.htm)

COLLARD, C. ve C. ROQUILLY (2000), "Electronic commerce and closed distribution networks: proposals for solving legal problems", *The Journal of Information, Law and Technology*, No:2, <http://elj.warwick.ac.uk/jilt/00-2/collard.html>

COMANOR, W.S. ve P. REY (1995), "Competition Policy Towards Vertical Foreclosure in a Global Economy", L. Waverman, W.S. Comanor ve A. Goto (der.), *Competition Policy in the Global Economy* içinde, Routledge, London and New York, s. 344-378

DATAMONITOR (2002), "Beyond Block Exemption 2002: All change in the automotive industry", [www.datamonitor.com](http://www.datamonitor.com)

DEGRYSE, H. ve F. VERBOVEN (2000), "Car Price Differentials in the European Union: an Economic Analysis", [http://europa.eu.int/comm/competition/car\\_sector/distribution/eval\\_reg\\_1475\\_95/studies/car\\_price\\_differentials.pdf](http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/distribution/eval_reg_1475_95/studies/car_price_differentials.pdf)

DR. LADEMANN & PARTNER (2001), "Customer Preferences for Existing and Potential Sales and Servicing Alternatives in Automotive Distribution", [http://europa.eu.int/comm/competition/car\\_sector/distribution/eval\\_reg\\_1475\\_95/studies/customer\\_preferences.pdf](http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/distribution/eval_reg_1475_95/studies/customer_preferences.pdf)

EUROPEAN COMMISSION (2000), "Report on the evaluation of Regulation (EC) No 1475/95 on the application of Article 85(3) of the Treaty to certain categories of motor vehicle distribution and servicing agreements", [http://europa.eu.int/comm/competition/car\\_sector/distribution/#report](http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/distribution/#report)

EUROPEAN COMMISSION (2001), "Car prices in the European Union: Still no clear trend towards a substantial reduction of price differentials", Press Release, IP/01/227-19/02/2001

EUROPEAN COMMISSION (2002), "Car prices in the European Union: still substantial price differences, especially in the mass market segments", Press Release, IP/02/1109-22/07/2002

GMAP (2002), "European Car Distribution Handbook Summary", [www.gmap.com/Downloads/Summary%20of%20GMAP%20European%20Car%20Distribution%20Handbook%202001.pdf](http://www.gmap.com/Downloads/Summary%20of%20GMAP%20European%20Car%20Distribution%20Handbook%202001.pdf)

GOLDBERG, P.K. ve F. VERBOVEN (2001), "Market Integration and Convergence to the Law of One Price: Evidence from the European Car Market", [www.econ.ucla.edu/people/papers/Burstein/Burstein267.pdf](http://www.econ.ucla.edu/people/papers/Burstein/Burstein267.pdf)

GOUDE, V. ve A. WADEBORN (2001), "Future Drivers of the EU Block Exemption: A Case Study of Automobile Manufacturers' Strategy Formulation", (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Göteborg University, Göteborg

GOYDER, J. (2000), *EU Distribution Law*, Third Edition, Palladian Law Publishing, Bembridge

GÜRZUMAR, O.B. (2003), "2002/2 Sayılı Rekabet Kurulu Tebliği Çerçevesinde Dikey Anlaşmalar", Rekabet Kurumu (der.), *Rekabet Hukukunda Güncel Gelişmeler Sempozyumu-I* içinde, Rekabet Kurumu, Ankara, s. 79-150

HARBOUR, M. (1997), "Automobile Distribution Structures and Market Access Issues", OECD (der.), *Market Access Issues in the Automobile Sector* içinde, OECD yayını, Paris, s. 149-174

İSO (2002), *Avrupa Birliği'ne Tam Üyelik Sürecinde İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri Sektör Stratejileri Geliştirme Projesi: Otomotiv Sanayi Sektörü*, Yayın no:2002/4, İstanbul

KULAKSIZOĞLU, Ş. (2001), *Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi No: 36 Rekabet Hukukunda Yatay Birleşmeler: Anti Rekabetçi Etkiler ile Öne Sürülen Savunma ve Yararlar*, Rekabet Kurumu, Ankara

MIDDLETON, K. (2001), "The Legal Framework for Motor Vehicle Distribution-A New Model?", *European Competition Law Review*, Vol.: 22, Issue: 1, s.3-8

MMC (1992), "Motor car parts: A report on the wholesale supply of motor car parts within the United Kingdom", [www.competition-commission.org.uk/rep\\_pub/reports/](http://www.competition-commission.org.uk/rep_pub/reports/)

MONTI (2003), "The new legal framework for car distribution", Ninth Annual European Automotive Conference: Car retailing at crossroads, European Commission Press Release, Speech 03/59

OSD (2003), "Otomotiv Sanayii 2002 Yılı Değerlendirmesi-Rapor 2003/03", <http://www.osd.org.tr/rapor2003-3.pdf>

PRICEWATERHOUSECOOPERS (2003), "Automotive Sector Insights Analysis&Opinions on Merger&Acquisition Activity", [www.pwc.com/autoinsights](http://www.pwc.com/autoinsights)

REKABET KURUMU (2003), "1998/3 sayılı Motorlu Taşıtlar Dağıtım ve Servis Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliğinin Değerlendirmesi", [www.rekabet.gov.tr/word/motorlu.doc](http://www.rekabet.gov.tr/word/motorlu.doc)

RITTER, L., D. BRAUN ve F. RAWLINSON (2003), *Website Supplement to EC Competition Law: A Practitioner's Guide*, Second Edition, Kluwer Law International, [www.wkap.nl/prod/a/ritter.pdf](http://www.wkap.nl/prod/a/ritter.pdf)

SCHÖLER, J. (2002), "Liberalization of European Motor Vehicle Distribution Systems: Shifting Welfare One Gear Up?" (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), University of Maastricht, Maastricht, [www.fdewb.unimaas.nl/algec/staff/framespages/Schinkel/Graduate%20Theses/FinalThesisScholer.pdf](http://www.fdewb.unimaas.nl/algec/staff/framespages/Schinkel/Graduate%20Theses/FinalThesisScholer.pdf)

SCHUMM, K. (2003), "The new motor vehicle block exemption Regulation 1400/2002- What impact on competition can be foreseen?", TAIEX Training seminar on competition policy: Antitrust, Brussels

TOUNGE, A. (1996), "Glossary of Multi-Franchising", ICDP Research Paper 4/96, [www.icdp.net](http://www.icdp.net)

TOUNGE, A. (2001), "No worse than expected or exactly what was wanted? Buying, servicing and repairing cars in the 21st Century. Moving from customer satisfaction to customer fulfillment", [http://195.167.162.28/aamotoringtrust/pdf/no\\_worse\\_than\\_expected.pdf](http://195.167.162.28/aamotoringtrust/pdf/no_worse_than_expected.pdf)

TSORAKLIDIS, L. (2002), "Towards a new motor vehicle block exemption – Commission proposal for motor vehicle distribution, adopted on 5 February 2002", *EC Competition Policy Newsletter*, No:2, s.31-34

UNI COMMERCE (2003), "The European Union new block exemption regulation for vertical agreements in the sale and servicing of motor vehicles–its nature and possible implications", [www.union-network.org/UNISite/Sectors/Commerce/UNI%20Commerce%20Report%20on%20EU%20Block%20Exemption.pdf](http://www.union-network.org/UNISite/Sectors/Commerce/UNI%20Commerce%20Report%20on%20EU%20Block%20Exemption.pdf)

VERBOVEN, F. (2002), "Quantitative Study to Define the Relevant Market in the Passenger Car Sector", [http://europa.eu.int/comm/competition/car\\_sector/distribution/eval\\_reg\\_1475\\_95/studies/study01.pdf/eval\\_reg\\_1475\\_95/studies/study01.pdf](http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/distribution/eval_reg_1475_95/studies/study01.pdf/eval_reg_1475_95/studies/study01.pdf)

WADE, P. (2003), "Impact on Market Structures...Implications for Turkey", Motorlu Taşıtlar Çalıştayı, Rekabet Kurumu, Ankara

WHITEMAN, J. ve A. TOUNGE (2002), "The New Block Exemption: Further Thoughts in Advance of the Final Draft", ICDP Research Paper 4/02, www.icdp.net

WHISH, R. (2001), "*Competition Law*", Forth Edition, Butterworths, London

WOMACK, J., D. JONES ve D. ROSS (1991), *The Machine That Changed The World*, Harper Parrenial, New York

WORMALD, J. (2002), "New Dealer Rules Make Europe More Like USA", *Automotive News Europe*, Vol.7, No:12

### **AB Rekabet Hukuku Mevzuatı**

Commission Regulation (EEC) No 123/85 of 12 December 1984 on the application of Article 85(3) of the Treaty to certain categories of motor vehicle distribution and servicing agreements, OJ L 15, 18.1.1985

Commission Notice concerning Regulation (EEC) No 123/85 of 12 December 1984 on the application of Article 85(3) of the Treaty to certain categories of motor vehicle distribution and servicing agreements, OJ C 17, 18.1.1985

Commission Regulation (EC) No 1475/95 of 28 June 1995 on the application of Article 81(3) of the Treaty to certain categories of motor vehicle distribution and servicing agreements, OJ L 145, 29.6.1995

Commission Notice on the definition of the relevant market for the purposes of Community competition law, OJ C 372, 9.12.1997

Green Paper on Vertical Restraints in Competition Policy, COM (96) 721 final, 1997 4 CMLR 519.

Commission Regulation (EC) No 2790/1999 of 22 December 1999 on the application of Article 81(3) of the Treaty to categories of vertical agreements and concerted practices, OJ L 336, 29.12.1999

Commission Notice on agreements of minor importance which do not appreciably restrict competition under Article 81(1) of the Treaty establishing the European Community (de minimis), OJ C 368, 22.12.2001

Commission Regulation (EC) No 1400/2002 of 31 July 2002 on the application of Article 81(3) of the Treaty to categories of vertical agreements and concerted practices in the motor vehicle sector, OJ L 203, 1.8.2002

Distribution and Servicing of Motor Vehicles in the European Union - Commission Regulation (EC) no 1400/2002 of 31 July 2002 On the Application of Article 81(3) of the Treaty to Categories of Vertical Agreements and Concerted Practices in the Motor Vehicle Sector - Explanatory Brochure, IP/02/1392, 30.9.2002

### **Komisyon Kararları**

“BMW” (13.12.1974), OJ L 29, 3.2.1975  
“BMW/ROVER”, (14.03.1994), OJ C 93, 30.3.1994  
“Daimler-Benz/Chrysler” (22.07.1998), OJ C 252, 11.8.1998  
“DaimlerChrysler AG” (10.10.2001), OJ L 257, 25.9.2002  
“Ford Werke AG” (16.11.1983) OJ L 327, 24.11.1983  
“Ford/Volvo” (26.03.1999), OJ C 304, 21.10.1999  
“General Motors/Daewoo Motors”, (22.7.2002), OJ C 220, 17.9.2002  
“Mercedes-Benz” (10.10.2001), OJ L 257, 25.9.2002  
“Opel Nederland B.V.” (20.9.2000), OJ L 59, 28.2.2001  
“Peugeot” (04.12.1991), OJ L 66, 11.3.1992  
“Volkswagen AG” (28.1.1998) OJ L 124, 25.4.1998  
“Volkswagen II” (29.06.2001), OJ L 262, 02.10.2001  
“Volvo/Renault” (1.9.2000), OJ C 301, 21.10.2000  
“Volvo/Scania” (14.3.2000), OJ L 143, 29.5.2001

### **ATAD Kararları**

“Peugeot v Commission” Case C-322/93 I ECR 2727, 1994  
“Ford v Commission” Case 25 & 26/84 ECR 2725, 1985

### **Türk Rekabet Hukuku Mevzuatı**

1997/3 sayılı Tek Elden Dağıtım Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği, RG 4.9.1997-23100

1997/6 sayılı Rekabet Kurumu Teşkilatının Oluşturulmasından Sonra Teşebbüslerin ve Teşebbüs Birliklerinin 4054 Sayılı Kanun'dan Doğan Hak ve Yükümlülüklerine İlişkin Tebliğ, RG 11.11.1997-23167

1998/3 sayılı Motorlu Taşıtlar Dağıtım ve Servis Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği, RG 1.4.1998-23304

2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği, RG 14.07.2002-24815

### **Rekabet Kurulu Kararları**

- “Anadolu Honda” (03.04.2001, 01-15/140-35), RG 16.7.2002-24817  
“Anadolu Isuzu” (10.07.2001, 01-32/315-92), RG 24.7.2002-24825  
“Anadolu Isuzu” (10.07.2001, 01-32/315-92), RG 24.0.2002-24825  
“Baytur” (17.08.1999, 99-38/400-256), RG 13.2.2002-24670  
“Borusan” (16.01.2001, 01-04/24-6), RG 18.7.2001-24466  
“DAF” (06.02.2001, 01-07/64-20), RG 3.8.2002-24835  
“Hyundai” (22.06.1999, 99-31/280-169), RG 21.7.2002-24822  
“Mais” (5.10.2001, 01-47/483-120), RG 21.8.2003-25206  
“MAN” (03.04.2001, 01-15/140-36), RG 12.7.2002-24813  
“Mercedes-Benz” (16.01.2001; 01-04/25-7), RG 18.7.2001-24466  
“Nissan” (03.04.2001, 01-15/140-37), RG 16.7.2002-24817  
“Temsä Yedek Parça”, (05.12.2000, 00-48/507-275), RG 23.7.2002-24824  
“Temsä”, (12.06.2001, 01-27/262-76), RG 27.01.2002-24653  
“Temsä-II” (06.06.2002, 02-36/392-162), RG 8.4.2003-25073  
“Temsä-III” (06.06.2002, 02-36/392-162), RG 08.04.2003-25073.  
“Toyotasa” (22.06.1999, 99-31/281-170), RG 7.7.2003-25161  
“Doğuş Otomotiv” (5.10.2001,01-47/483-120)