

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

**REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2005-3-40 (Muafiyet)  
Karar Sayısı : 05-39/520-128  
Karar Tarihi : 13.6.2005

10 **A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

**Başkan** : Mustafa PARLAK  
**Üyeler** : Tuncay SONGÖR, Prof. Dr. Zühtü AYTAÇ, Rıfık ÜNAL,  
Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI, M. Sıraç ASLAN, Süreyya  
ÇAKIN, Mehmet Akif ERSİN.

**B. RAPORTÖRLER** : Ali İhsan ÇAĞLAYAN, Bedia Sanem ŞİMŞEK.

20 **C. BİLDİRİMDE  
BULUNAN** : Çilek Mobilya San. ve Paz. Tic. A.Ş.  
Kurşunlu San. Bölgesi İnegöl/Bursa.

**D. TARAFLAR** : - Çilek Mobilya San. ve Paz. Tic. A.Ş.  
Kurşunlu San. Bölgesi İnegöl/Bursa.  
- Strawberry Kollektif Şti.  
Yeni San. E. Gazi. Cd. No:17 İnegöl/Bursa.  
- Umut Mobilya San. ve Tic. A.Ş.  
30 Yeni San. E. Gazi. Cd. No:17 İnegöl/Bursa.  
- A.S.C. Day. Tük. Mal. Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti.  
Organize San. Bölgesi 1. Cadde İnegöl/Bursa.  
- Üçmim Mobilya San. ve Tic. Ltd. Şti.  
Yeni San. E. Gazi. Cd. No:81 İnegöl/Bursa.  
- Nurhas Mobilya San. ve Tic. A.Ş.  
40 Organize San. Bölgesi 1. Cadde No:12 İnegöl/Bursa.

**E. DOSYA KONUSU:** Taraflar arasında imzalanan “Çilek Grubu Markası Kullanım Protokolü”ne (Protokol) menfi tespit belgesi verilmesi veya muafiyet tanınması talebi.

**F. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 28.3.2005 tarih, 1992 sayı ile giren ve en son 1.6.2005 tarih 374306 sayı ile eksiklikleri tamamlanan bildirim üzerine,

## 05-39/520-128

4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4., 5. ve 8. maddeleri ile 1997/2 sayılı Anlaşmaların, Uyumlu Eylemler ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Kanun'un 10. Maddesine Göre Bildiriminin Usul ve Esasları Hakkında Rekabet Kurulu Tebliği'nin ilgili hükümleri uyarınca yapılan inceleme sonucu düzenlenen 50 6.6.2005 tarih, 2005-3-40/MM-05-AİÇ sayılı Muafiyet/Menfi Tespit Ön İnceleme Raporu, 9.6.2005 tarih ve REK.0.07.00.00/130/109 sayılı Başkanlık önergesi ile 05-39 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır

**G. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili Rapor'da; eldeki bilgi ve belgelere ilişkin yapılan inceleme ve değerlendirmeler çerçevesinde;

- Çilek Mobilya San. ve Paz. Tic. A.Ş., Strawberry Kollektif Şti., Umut Mobilya San. ve Tic. A.Ş., A.S.C. Day. Tük. Mal. Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti., Üçmim 60 Mobilya San. ve Tic. Ltd. Şti. ve Nurhas Mobilya San. ve Tic. A.Ş. arasında imzalanan "Çilek Grubu" Marka Kullanım Protokolü'ne, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesine aykırılık teşkil eden hükümler içermesi nedeniyle Menfi Tespit Belgesi verilemeyeceği,
- Protokol'ün halihazırda ilgili pazarlardaki fiili rekabeti etkilemeyecek olması, tarafların özellikle uluslararası piyasalarda faaliyet gösterebilmek için gerekli ölçek büyüklüğüne ulaşmalarına imkan verecek iktisadi katkılar sağlaması ve Protokol'de yer alan kısıtlamanın ilgili pazarlardaki potansiyel rekabeti etkilemeyecek düzeyde olması göz önünde bulundurularak, söz konusu 70 Protokol'e 5 yılı aşmamak kaydıyla sözleşme süresince bireysel muafiyet tanınması gerektiği, ifade edilmektedir.

## H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

### H.1. Taraflar

#### H.1.1. Çilek Mobilya San. ve Paz. Tic. A.Ş. (Çilek A.Ş.)

İncelemeye konu olan Protokol'ün taraflarından Çilek A.Ş., 2003'ten önce limited 80 şirket statüsü altında faaliyet gösterirken, bu tarihten sonra yukarıdaki ticaret unvanını almıştır. Merkezi Bursa'da olan şirketin 2004 yılı itibarıyla yurt içi cirosu (.....) YTL'dir.

Çilek A.Ş., gençlere ve çocuklara özel mobilyaları içeren "genç odası" segmentine yönelik üretim yapmakta ve ürünlerini "Çilek" markasıyla pazarlamaktadır. Teşebbüs, Türkiye'de ve dünyada genç odası konsept mağazacılığı yapan sayılı firmalardan biri olarak bilinmektedir. Çilek A.Ş.'nin, franchise sistemine uygun olarak oluşturduğu satış ağı içerisinde ve "Çilekroom" adı altında yurt içinde 55, yurt dışında ise 21 mağazası bulunmaktadır. Bunun yanı sıra, Çilek markalı ürünler birden fazla markanın satışa sunulduğu büyük 90 çaplı mobilya mağazaları yoluyla da tüketicilere ulaşmaktadır.

### **H.1.2. Strawberry Kollektif Şti. (Strawberry Şti.)**

100 Strawberry Şti. mobilya ve ev tekstili ürünlerinin imalatı ve ticareti alanlarında faaliyet göstermek üzere kurulmuştur. Çilek Grubu altında faaliyet gösteren Strawberry Şti.'nin faaliyet alanı Bildirim Formu'nda mobilya ithalatı ve ihracatı olarak belirtilmiştir. Diğer bir deyişle teşebbüsün, Çilek Grubu içerisinde imalattan ziyade, gruba ait ürünlerin dış ticareti ve yurt dışında pazarlanması amaçlarıyla kurulmuş olduğu görülmektedir. Strawberry Şti.'nin 2004 yılına ilişkin cirosu (.....) YTL olarak gerçekleşmiştir.

### **H.1.3. Umut Mobilya San. ve Tic. A.Ş. (Umut A.Ş.)**

110 İnceleme konusu Protokol'ün taraflarından bir diğeri, yine Çilek Grubu altında faaliyet gösteren Umut A.Ş.dir. Yukarıdaki teşebbüsler gibi merkezi Bursa'da yer alan teşebbüs genel olarak yemek odası, yatak odası ve vestiyer imalatı gerçekleştirmekte, ürünlerini Türkiye çapında 84 mobilya mağazası vasıtasıyla tüketicilere ulaştırmaktadır. Teşebbüsün 2004 yılı yurt içi cirosu, (.....) YTL olarak gerçekleşmiştir.

### **H.1.4. Nurhas Mobilya San. ve Tic. A.Ş. (Nurhas A.Ş.)**

120 1983 yılında kurulmuş olan ve merkezi Bursa'da yer alan Nurhas A.Ş. döşeme mobilya üretimi alanında faaliyet göstermektedir. Söz konusu şirket, genel olarak oturma gruplarından oluşan imalatını "NdesigN" markasıyla pazarlamakta ve üretiminin %(....)'ını başta Avrupa olmak üzere, Kuzey Afrika, Orta Doğu ve Arap Ülkeleri dahil 32 ülkeye ihraç etmektedir. Teşebbüs, 2004 yılında (.....) YTL tutarında yurt içi ciro elde etmiştir.

### **H.1.5. Üçmim Mobilya San. ve Tic. Ltd. Şti. (Üçmim Şti.)**

1998 yılında Bursa merkezli olarak kurulan teşebbüsün kuruluş amacı, mobilya adı altında üretilen her türlü ürünün imalatı ve ticareti olsa da, elde edilen bilgiler çerçevesinde genel olarak koltuk imalatı ve satışı ile iştiğal ettiği anlaşılmaktadır. Üçmim Şti.'nin 2004 yılı itibariyle yurt içi cirosu (.....) YTL olarak gerçekleşmiştir.

### **H.1.6. A.S.C. Day. Tük. Mal. Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti. (ASC Şti.)**

130 Protokol'e taraf olan teşebbüslerden bir diğeri olan ASC Şti. 1999 yılında kurulmuştur. Dosya mevcudu bilgiler çerçevesinde, bu firmanın da Üçmim A.Ş. gibi koltuk imalatında odaklaştığı anlaşılmaktadır. Diğer taraf firmalar gibi merkezi Bursa'da yer alan teşebbüsün 2004 yılı yurt içi cirosu, (.....) YTL tutarındadır.

## H.2. İlgili Pazar

140

İncelemeye konu olan Protokol'ün değerlendirilmesinde, mobilya sektörünün bileşenlerinin ve mevcut durumunun ortaya konması öncelik arz etmektedir. Nitekim, istihdam kapasitesi en yüksek sektörlerden biri konumundaki mobilya sektörünün geneline ilişkin sorunlar Protokol'ün amacına ve etkisine yönelik incelemelere ışık tutacak niteliktedir.

150

Genel imalat endüstrisinin içerisinde %4'lük paya sahip olan orman ürünleri endüstrisinin bir alt sektörü olan mobilya sektöründe üretim değeri, 2000 yılında 1998 fiyatlarıyla 317 milyar YTL olarak gerçekleşmiştir. Sektör, ağaç üretiminden başlayarak, oturma grupları, mutfak, ofis mobilyaları, vb. tüm mobilya üreticileriyle, bunlara makine ile diğer yatırım malzemeleri, hammadde ve malzeme temin eden sanayi kuruluşlarını, yan sanayicileri ve fason üretim yapanları kapsamaktadır.

160

Sektörde faaliyet gösteren firmaların yapısına bakıldığında, pazarın iki farklı yapıdaki firma tipinden oluştuğu görülmektedir: Birincisi markalı mobilya üreticileri, ikincisi atölye tipi üretim yapan üreticiler. Çoğu geleneksel yöntemlerle çalışan atölye tipi, küçük ölçekli işletmelerin ağırlıkta olduğu bir görünüme sahiptir. Öte yandan, özellikle son 15-20 yıllık süreçte küçük ölçekli işletmelerin yanısıra orta ve büyük ölçekli işletmelerin sayısı da artmaya başlamıştır. Sektörel araştırmalarda, Türkiye'de Ağaç İşleri Federasyonu'na kayıtlı 55.000 küçük ve orta ölçekli işletme bulunduğu, Sanayi ve Ticaret Odalarına kayıtlı işletmelerin dahil edilmesiyle bu sayının 65.000'e yaklaştığı kaydedilmektedir.

170

İnceleme konusu Protokol'e taraf teşebbüslerin merkezlerinin yer aldığı Bursa-İnegöl bölgesi, büyük ormanlık alanlara sahip olması ve bunun sonucu olarak ağaç sanayinin hızlı gelişmesi vasıtasıyla sektörde önemli bir gelişme dinamiğine sahiptir. Hammadde kaynaklarına yakınlık avantajı sayesinde bölge gerek istihdam düzeyi, gerekse ihracat oranı bakımından önemli bir mobilya merkezi konumundadır.

180

Sektörde, bir yanda rekabet gücü düşük küçük işletmeler, diğer yanda ise uluslar arası alanda marka olma yolunda ilerleyen firmalar bulunmaktadır. Ancak çoğu küçük atölyelerden oluşan mobilya sektöründe %85'ler seviyesindeki kayıt dışı faaliyetler nedeniyle ayrıntılı bir envanter çalışmasının ve yapısal analizin yapılamaması, istatistiksel bir güvenle rekabet koşullarını değerlendirme olanağını ortadan kaldırmakta ve yapılan değerlendirmeler, bazı sınırlı düzeydeki bulgulara dayanmaktadır. Bu çerçevede, atıl yatırım, kapasite kullanımı, bilgi birikimi yetersizlikleri ve branşlaşmama temel sorunlar olarak ortaya çıkmakta, bunlar da beraberinde maliyet ve kalite sorunlarını getirmektedir.

Batı ülkelerindeki örnekler incelendiğinde, markalaşma ve sektörel yan sanayii oluşumu ile her üreticinin belli konuda kaliteli, miktarlı ve hesaplı üretim yapmasının toplam kaliteyi artırdığı ve uygun maliyetli ürün sunumunu mümkün

kıldığı görülmektedir. Dünyada mobilya sektöründe lider konumdaki İtalya'da, bir iskemlenin dahi farklı üreticilerde parçalarının üretildiği ve markalaşma yatırımını yapmış satış ve dağıtım uzmanlığı olan firmalarca sadece montajının yapılıp tüketiciye sunulduğu gözlemlenmektedir.

190 Ülkemizde ise küçük atölyeler, genel amaçlı makinelerle her çeşit ürünü üretmekte, bu da ihtisaslaşma ve onun getireceği maliyetlerin düşmesi gibi bazı avantajlardan yararlanma olanağını ortadan kaldırmaktadır. Türkiye'de bulunan büyük fabrikalarda bile çok sayıda üretim hattı bulunmadığından, üretim tek hat üzerinde gerçekleşmekte, tüm parçalar bu hattan geçtikten sonra birleştirilmekte ve son ürün ortaya çıkmaktadır. Oysa, Almanya'da aynı anda faaliyette bulunan çok sayıda hattan tüm ürünler aynı anda çıkmakta, bu da başta kısa sürede üretim gibi avantajları beraberinde getirmektedir.

200 Dolayısıyla, sektör için vazgeçilmez öneme sahip yan sanayinin oluşması konusunda büyük ve küçük işletmelerin birlikte çalışması ve müşterek eğitim yoluyla, kalitenin ve ihracat imkanlarının geliştirilebileceği gündeme gelmektedir. Öte yandan, sektörde marka olgusuna önem verilmesi de, iç ve dış performansı etkileyen başat faktörlerden biri olarak görülmektedir. Nitekim mobilya sektörünün ana bileşenlerinden olan tasarım, kalite ve pazarlama ile doğrudan ilişkili olduğundan, rekabet artırıcı, yeni pazarlar kazandırıcı ve kâr yükseltici bir öğedir. Bu noktada, işletmelerin yarattıkları modelleri tescil ettirmeleri rekabet gücünün önemli bir tarafıdır. Sonuç olarak, Türk mobilya marka ve ürünlerinin olgunlaşmasını sağlamak ve dünya standartlarına uygun, kaliteli ve özgün tasarımlı mobilyalar ile rekabetçi fiyatlara sahip olan Türk Mobilyası kimliğini  
210 oluşturmak sektörde öncelikli strateji olarak karşımıza çıkmaktadır.

### H.2.1. İlgili Ürün Pazarı

Sektöre ilişkin yukarıda yer verilen ve yan sanayinin gelişimi ile markalaşma hususlarına işaret eden açıklamalar, mobilya sektörünü en geniş kapsamı içerisinde ele almaktadır. Öte yandan mobilya, oturma, yatma, çalışma, yemek yeme, dinlenme ve bazı eşyaların muhafaza edilmesi işlerinde kolaylık ve rahatlık sağlayan sabit ya da taşınabilir tüm eşya olarak tanımlandığında, sektörün alt segmentlerine ayrılması gündeme gelmektedir.

220

İnceleme konusu Protokol'e taraf teşebbüslerin faaliyet alanları incelendiğinde, bu teşebbüslerin üretimlerini genel olarak mekana uygun biçimlendirme kriterine göre odakladıkları dikkati çekmektedir. Örneğin, bu teşebbüslerin en büyüklerinden Çilek A.Ş., "genç odası" konseptine uygun olarak üretimini gerçekleştirirken, Umut A.Ş. genel olarak yemek odası ve yatak odası üretmekte, Nurhas A.Ş. ve Üçmim Şti.'nin ise ağırlıklı olarak oturma grupları segmentinde faaliyet gösterdikleri anlaşılmaktadır. Bu ayrıma uygun olarak Bildirim Formu'nda da ilgili ürün pazarı "yatak odası mobilyaları, yemek odası mobilyaları, genç odası mobilyaları ve oturma grubu mobilyaları" olarak belirtilmiştir.

230 Tüketici tercihleri açısından incelendiğinde, mekana göre biçimlendirilmiş mobilyaların farklı kullanım amaçlarına hitap etmesi, nitelikleri ve fiyatları açısından önemli farklılıklar barındırması sebebiyle, ev ve ofis mobilyalarının ayrı değerlendirilmesi, ev mobilyalarının da kullanıldıkları mekana göre ayırtırmaya tabi tutulması gerekebilecektir. Öte yandan, üretim prosesleri açısından bakıldığında, özellikle Bildirim Formu'nda sayılan alt segmentler açısından ciddi bir arz ikamesinden bahsedilebilmesi de mümkündür. Bununla birlikte, her ne kadar mobilya sektöründeki dinamiklerin pek çok alt segmenti benzer şekilde etkilemesi söz konusu olsa da taraflar arasındaki Protokol'ün sektörde yaratacağı etkinin analizinde ev mobilyalarının alt pazarlarının göz önünde bulundurulması dosya kapsamının daha sağlıklı değerlendirilmesine olanak tanıyacaktır.

Sonuç olarak, dosya kapsamında ilgili ürün pazarlarının "genç odası mobilyaları", "yatak odası mobilyaları", "yemek odası mobilyaları", "oturma grubu mobilyaları (koltuk)" olmak üzere ayrı ayrı belirlenmesinin sonucuna ulaşılmıştır.

### H.2.2. İlgili Coğrafi Pazar

250 Yukarıda ifade edildiği üzere, incelemeye konu olan Protokol, Bursa'da mukim altı teşebbüs arasında düzenlenmekte, bununla birlikte Protokol'e taraf olan teşebbüslerin faaliyet alanları belirli bir bölge ile sınırlı kalmamaktadır. Aşağıda ayrıntılı değerlendirilmesine yer verilecek olan Protokol'de de teşebbüsler arasındaki işbirliğinin coğrafi olarak kısıtlanmasına ilişkin herhangi bir hüküm yer almamaktadır.

260 Dosya mevcudu bilgi ve belgeden, mobilya sektöründeki talep ve buna bağlı olarak da arz yapısının ağırlıklı olarak, konut inşaatı ve gelir artışı gibi makro düzeydeki değişkenler tarafından etkilendiği anlaşılmaktadır. Sektörde üretim bölgeleri ile tüketimin gerçekleştiği bölgelerin genel olarak paralellik arz etmemesi, diğer bir deyişle gerek üreticilerin yurt çapında faaliyet göstermeleri gerekse bölgeler arası ürün akışının söz konusu olması göz önünde bulundurulduğunda, çeşitli bölgeler bazında rekabet koşulları arasında ciddi farklılıkların bulunmadığını söylemek mümkündür.

Bu çerçevede, ilgili coğrafi pazar "Türkiye Cumhuriyeti sınırları" dahili olarak tanımlanmıştır.

### H.3. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

#### H.3.1 Anlaşmanın Etkileri

270 Yukarıda belirtilen işbirliği çerçevesinde akdedilen protokolün ilgili pazarlardaki rekabetçi yapı üzerindeki etkileri değerlendirilmeden önce anlaşmanın niteliğini belirleyebilmek amacıyla, taraf olan teşebbüslerin pazarın hangi aşamasında faaliyet gösterdiklerinin tespit edilmesi gerekmektedir. Tarafların anlaşma konusu

ürün pazarlarında birbirlerine rakip olmadıkları durumda, anlaşma yatay seviyede rekabetçi bir problem doğurmayabilecektir.

280 Alt ilgili pazarlar olarak tespit edilen genç odasında Çilek A.Ş., yemek ve yatak odası pazarlarında Umut A.Ş., oturma grubu (koltuk) pazarında ise A.S.C. Şti., Üçmim Şti. ve Nurhas A.Ş. faaliyet göstermektedir. Strawberry Şti. ise özellikle Çilek A.Ş. tarafından üretilen mobilyaların yurt dışına pazarlanması alanında çalışmakta ve herhangi bir üretim faaliyetinde bulunmamaktadır. Oturma grubu üretiminde kereste, genç, yatak ve yemek odası mobilyaları üretiminde sunta kullanılması ve üretim süreçleri ile tüketici tercihleri açısından değerlendirildiğinde, protokol taraflarından A.S.C. Şti., Üçmim Şti. ve Nurhas A.Ş. teşebbüslerinin birbirlerine doğrudan rakip oldukları görülmektedir.

290 Öte yandan Taraflar kısmında yer verilen bilgilerden Çilek A.Ş.'nin çoğunluk hisselerine sahip kişilerin aynı zamanda Strawberry Şti., Umut A.Ş. ve Nurhas A.Ş.'nin de çoğunluk hisselerine sahip olduğu anlaşılmaktadır. Rekabet hukuku kapsamında protokole taraf bu dört şirketin tek teşebbüs sayılması durumunda bile Üçmim Şti. ve A.S.C. Şti. teşebbüslerinin çoğunluk hissedarları farklı olduğundan taraflar arasındaki anlaşmanın bildirilmesi gerekmektedir.

300 Pazarın yapısı, tarafların pazar gücü gibi ekonomik kriterler, yatay seviyedeki işbirliklerinin olumsuz rekabetçi etkilerinin değerlendirilmesinde önemli rol oynayan unsurların başında gelmektedir. Yukarıda yer verilen ilgili ürün pazarlarında faaliyet gösteren İstikbal, Tepe, Kelebek gibi güçlü rakiplerin varlığı, dosya konusu protokolün olumsuz rekabetçi etkilerinin ortaya çıkmasına engel olacaktır.

310 Pek çok yatay işbirliği anlaşması, rekabeti kısıtlama amacı taşımamaktadır. Taraflar arasında imzalanan "Çilek Grubu Markası Kullanım Protokolü"nü hükümleri incelendiğinde, temel amacı daha geniş bir ürün gamı ile ve daha etkin bir dağıtım kanalı üzerinden yurt içi ve yurt dışından gelen müşteri taleplerini "Çilek" logosu ve "Çilek" kurumsal hizmet kalitesiyle karşılamak olduğu görülmektedir. Birbirlerine kısmen rakip tarafların "Çilek Grubu" kimliği altında güç birliği oluşturmaları, yapılacak değerlendirmelerde anlaşmanın etkilerini de esas alan bir analizi gerektirmektedir. Tarafların pazar payları toplamının oldukça düşük seviyelerde kalması, işbirliği anlaşmasının sınırlayıcı etkilerinin ortaya çıkmasını engelleyecektir. Dosya konusu tarafların yurt içi ciroları toplandığında pazarın ancak %(...)’si civarında üretim yaptıkları anlaşılmaktadır. Tarafların toplam pazar paylarının düşüklüğü protokolün olumsuz rekabetçi etkilerinin ortaya çıkmasını engellemektedir.

Tarafların piyasa pozisyonları dışında pazarın yoğunlaşma oranı, rakiplerin sayısı ve konumları da işbirliği anlaşmasının rekabet üzerindeki etkilerinin tespitinde göz önünde bulundurulacak diğer unsurlardır. Bu bağlamda mobilya pazarında üretim yapan çok sayıda firmanın varlığı ve aynı zamanda ithalat yoluyla pazarda

320 faaliyet gösteren markaların mevcudiyeti, söz konusu pazardaki markalararası rekabetin önemli bir seviyede olduğunu göstermektedir.

Bu girişimin pazara olası etkisi ayrıca Raportörlerce Mobilya Sanayicileri Derneği başkanına sorulmuş, kendisi böyle bir girişime olumlu yaklaştıklarını, benzer birlikteliklerin başka firmalarca yapıldığını, tarafların reklamdanda ve birbirlerinin pazarlarından istifade edebileceklerini ifade etmiştir

### H.3.2. Anlaşmanın Hükümleri

330 Dosya konusu Çilek A.Ş., Strawberry Şti., Umut A.Ş., A.S.C. Şti., Üçmim Şti. ve Nurhas A.Ş. arasında imzalanan “Çilek Grubu’ Markası Kullanım Protokolü”nün hükümleri aşağıda incelenmiştir.

Protokolün birinci maddesinde “mobilya pazarından daha fazla pay almak, yeni satış noktaları oluşturmak ve daha güçlü pazarlama ve tanıtım stratejisi sağlayarak taraflar arasında güçbirliği oluşturmayı” amaçladıkları ifade edilmektedir. İkinci maddede ise tarafların hedefinin markalarının “ulusal ve uluslararası pazarda bilinir markalar olmasını sağlamak, böylece Türk mobilya sektörünün olgunlaşmasına destek vermek ve ülke ekonomisine fayda yaratmak” olduğu belirtilmiştir.

İşbirliği protokolü “Çilek Grubu” imajı altında tarafların üretecekleri ürün ve hizmetlerle özellikle büyük müşterilerin ihtiyaçlarını Çilek Grubu’nun ürün ve hizmet kalite özellikleriyle ortaklaşa karşılanmasını hedeflemektedir. Bu bağlamda protokol kapsamında tarafların her türlü reklam çalışmalarında “ÇİLEK GRUBU” isimli ÇİLEK’e ait kurumsal logoyu” kullanacakları, pazarlama amaçlı her türlü reklam ve tanıtım çalışmalarında birlikte hareket edecekleri, ürünlerini “her firmanın kendine ait markası” ile üretecekleri, hizmet ve malzeme satın almalarında ortak hareket edecekleri, planlanan eğitim ve seminerlere iştirak edecekleri belirtilmektedir.

Protokole taraf teşebbüslerin bağımsız karar almalarını engelleyen hükümlere bakıldığında ise tarafların;

- kendi ürün portföylerinde yer almayan ürünler için iç ve dış pazardan gelebilecek satınalma taleplerini Grup içerisindeki diğer firmalara yönlendirmekle sorumlu oldukları,
- grup içerisindeki diğer bir firmanın pazarını etkilememek kaydıyla karşılıklı olurları alınarak birbirlerinin ürünlerini pazarlayabilecekleri,
- 360 – Çilek Grup markasına zarar verebilecek her türlü çalışmadan kaçınılacağı
- ve “Her bir firmanın ürün portföyünün Grup içerisindeki diğer firmaların ürün portföylerinden daha farklı olacağı, bu amaçla firmaların ürün tasarımlarını tescil ettirerek haksız rekabeti engelleyecekleri”

görülmektedir.



370 Yukarıdaki hükümler incelendiğinde; satın alma taleplerinin ve ilgili ürün portföylerinin paylaşıldığı, başka firmalarla çalışma yapılmasının engellendiği ve grup içindeki firmaların ürün portföylerinin farklı olmasının zorunlu hale getirildiği, özetle müşteri ve pazar paylaşımına gidilerek taraflar arasındaki rekabetin kısıtlandığı anlaşılmaktadır. Söz konusu düzenlemeler nedeniyle, anılan sözleşmeye Menfi Tespit belgesi verilmesinin mümkün olmadığı kanaatine ulaşılmıştır. Öte yandan Protokol'e taraf olan teşebbüsler, ilgili ürün pazarlarında üretici olarak faaliyet gösteren ve bu pazarların bazılarında doğrudan rakip konumunda yer alan teşebbüslerdir. Bu bağlamda, anılan teşebbüsler en genel anlamıyla mobilya sektöründe birbirlerine rakip olarak faaliyetlerine devam ettiklerinden incelemeye konu Protokol yatay bir işbirliği niteliği taşımaktadır. Dolayısıyla, Protokol'ün, üretim veya dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren iki ya da daha fazla teşebbüs arasında belirli mal veya hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımı amacıyla yapılan anlaşmaları kapsayan 2002/2 sayılı 380 Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği kapsamında değerlendirilmesi imkanı da bulunmamaktadır. Sonuç olarak başvuru, teşebbüs yetkililerinin talebi doğrultusunda bireysel muafiyet açısından incelenmiştir.

390 Genel olarak Protokol vasıtasıyla, taraflar arasında ortak girişim benzeri bir yapılanma öngörülmemekte, gevşek bir işbirliği yapısı planlanmaktadır. Temel amacının birlikte satış faaliyetlerinin organizasyonu ve yurt içi ve dışındaki pazarlara "Çilek" markası altında açılarak mobilya pazarından daha fazla pay almak olduğu görülmektedir. Bu bağlamda müşterilerin mobilyaya ilişkin farklı taleplerinin karşılanması ve maliyetlerin aşağıya çekilmesi hedeflenmektedir. Yukarıda da ifade edildiği üzere, tarafların hepsi mobilya pazarında faaliyet gösterdiği için doğrudan birbirlerinin rakibidirler. Ancak her bir firmanın "Çilek" markası altında söz konusu protokol kapsamındaki ürün portföylerinin farklı olması, müşterilerin ihtiyaç duydukları bütünlüklü çözümleri sunabilme imkanı verecektir.

400 Anlaşmanın süresi bir yıl olup her yıl kendiliğinden bir yıl daha uzamaktadır. Ancak Kurum kayıtlarına 1.6.2005 tarih, 3743 sayı ile intikal eden yazıda anlaşma süresinin belirlendiği protokolün 12. maddesine ek yapılarak kendiliğinden yenilenme süresinin 5 yıl olduğu, 5. yılın sonunda taraflar kendi aralarında yeni bir sözleşme imzalamadığı takdirde kendiliğinden sona ereceği ifade edilmektedir. Dolayısıyla Protokol, Kanun'un 5. maddesinde belirtilen süre sınırı içerisinde yer almaktadır

410 Sektöre ilişkin bilgiler kısmında değinildiği üzere markalaşma yurt içi ve özellikle yurt dışı pazarlar için elzem unsurlardan birisidir. Markalaşma belli standartlarda, kayıt altında kurumsal olarak üretim yaparak uzun vadede tüketicilerin daha fazla seçeneğe daha kaliteli ve ucuz olarak ulaşmalarını sağlamaktadır. Bu bağlamda "Çilek" markası altındaki oluşumun bu amaca hizmet edebileceği, tüketiciler, tarafların üretim ve pazarlama hizmetlerindeki iyileşmeden yarar sağlayabileceklerdir. Diğer taraftan mobilya pazarındaki oyuncu sayısının çokluğu ve tarafların özellikle yurt dışı pazarlar için biraraya gelmeleri, ilgili ürün

pazarlarındaki rekabetin önemli ölçüde etkilenmesini engelleyecektir. Tarafalara getirilen kısıtlamaların ise bu işbirliğinin doğal bir sonucu olduğu, beklenen faydaların temin edilmesi açısından gerekli olduğu kanaatine varılmıştır.

## I. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

- 420 – Çilek Mobilya San. ve Paz. Tic. A.Ş., Strawberry Kollektif Şti., Umut Mobilya San. ve Tic. A.Ş., A.S.C. Day. Tük. Mal. Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti., Üçmim Mobilya San. ve Tic. Ltd. Şti. ve Nurhas Mobilya San. ve Tic. A.Ş. arasında imzalanan “Çilek Grubu” Marka Kullanım Protokolü’ne, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’un 4. maddesine aykırılık teşkil eden hükümler içermesi nedeniyle Menfi Tespit Belgesi verilemeyeceğine,
- 430 – Protokol’ün halihazırda ilgili pazarlardaki fiili rekabeti etkilemeyecek olması, tarafların özellikle uluslararası piyasalarda faaliyet gösterebilmek için gerekli ölçek büyüklüğüne ulaşmalarına imkan verecek iktisadi katkılar sağlaması ve Protokol’de yer alan kısıtlamanın ilgili pazarlardaki potansiyel rekabeti etkilemeyecek düzeyde olması göz önünde bulundurularak, söz konusu Protokol’e 5 yıl süre ile bireysel muafiyet tanınmasına,

OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.