

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

**REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2008-4-173 (Önaraştırma)  
Karar Sayısı : 08-58/935-379  
Karar Tarihi : 16.10.2008

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

10 **Başkan** : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI  
**Üyeler** : Tuncay SONGÖR, M. Sıraç ASLAN, Süreyya ÇAKIN,  
Mehmet Akif ERSİN, İsmail Hakkı KARAKELLE

**B. RAPORTÖRLER** : Hilal YILMAZ, Muhammed GÜNDOĞDU

**C. ŞİKAYET EDEN** : Resen

**D. HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA**

20 **YAPILANLAR** : - Reis Lider Araç Ticaret ve Sanayi Ltd. Şti.  
Fatih Sultan Mehmet Blv. No:336 Batıkent/Ankara  
- Toyan Otomotiv Sanayi ve Ticaret A.Ş.  
Çetin Emeç Blv. No:75 Öveçler/Ankara  
- Akota Otomotiv Ticaret ve Sanayi A.Ş.  
Mustafa Kemal Mh. Adalararası Sk. No:5  
Eskişehir Yolu/Ankara

30 **E. DOSYA KONUSU** : Reis Lider Araç Ticaret ve Sanayi Ltd. Şti (Reis Lider),  
Toyan Otomotiv Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Toyan) ve Akota Otomotiv Ticaret  
ve Sanayi A.Ş. (Akota)'nin Toyota markalı motorlu kara taşıtları satış  
pazarında fiyat belirleme ve miktar paylaşımı suretiyle 4054 sayılı Rekabetin  
Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesini ihlal ettikleri iddiası.

**F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Yapılan bir önaraştırma kapsamında, görevli  
raportörlerin yerinde inceleme esnasında tespit ettikleri bir belgede, incelemeye  
konu teşebbüslerin Toyota markalı motorlu kara taşıtları satış pazarında miktar  
paylaşımı ve fiyat anlaşması yaptıklarına ilişkin ifadeler yer almaktadır.

40 **G. DOSYA EVRELERİ:** Kurul'un 15.5.2008 tarih ve 08-33/426-M sayılı kararı  
gereğince yapılan önaraştırma kapsamında, görevli raportörler tarafından  
gerçekleştirilen yerinde incelemelerde, Reis Lider, Toyan ve Akota'nın Toyota  
markalı motorlu kara taşıtları satış pazarında miktar paylaşımı ve fiyat anlaşması  
yaptıklarına ilişkin bir belge bulunmuş; söz konusu durum hakkında hazırlanan  
21.7.2008 tarih ve 2008-4-173/İİ-08-HY sayılı İlk İnceleme Raporu Kurul'un  
24.7.2008 tarih ve 08-47 sayılı toplantısında görüşülerek 08-47/684-M sayı ile

## 08-58/935-379

4054 sayılı Kanun'un 40. maddesinin birinci fıkrası uyarınca ön araştırma yapılmasına karar verilmiştir.

İlgili karar uyarınca düzenlenen 8.10.2008 tarih 2008-4-173/ÖA-08-HY sayılı Öneri Raporu 10.10.2008 tarih, REK.0.08.00.00-110/298 sayılı Başkanlık Önerisi ile 08-58 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

50

**H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili Rapor'da, Ankara Toyota markalı motorlu kara taşıtları satış pazarında 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında bir rekabet ihlalinin oluşmadığı, dolayısıyla önaraştırmaya konu olan şirketler hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığı ifadelerine yer verilmiştir.

## I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

### I.1. İlgili Pazar

#### 60 I.1.1. İlgili Ürün Pazarı

Dosya mevcudu bilgiler çerçevesinde, ilgili ürün pazarı "Toyota markalı motorlu kara taşıtları satış pazarı" olarak belirlenmiştir.

#### I.1.2. İlgili Coğrafi Pazar

Toyota markalı motorlu kara taşıtları satışı hizmetinin incelemeye konu olan teşebbüsler tarafından ülke çapında gerçekleştirilebilir olmasına rağmen, yapılan incelemelerde sadece Ankara ilinde satışlar yapıldığı tespit edildiğinden, mevcut dosya için ilgili coğrafi pazar "Ankara ili" olarak tespit edilmiştir.

#### 70 I.2. Yapılan Tespitler ve Deliller

##### I.2.1. Bilgi Tutanakları

###### I.2.1.1. Reis Lider Yetkilisi ile Yapılan Görüşme

Reis Lider yetkilisi raportörlerle yaptığı görüşmede, ana şirket ToyotaSa'nın tüm Türkiye'yi dikkate alarak elde etmek istediği pazar payına göre bir hedef belirlediğini; tespit edilen miktarı bayinin büyüklüğüne ve önceki yıllardaki satışlarına göre karşılıklı görüşmelerle dağıttığını belirtmiştir.

80 Yetkili, bakım malzemeleri, yağ, kaporta malzemeleri gibi kalem satışlarından yedek parça primi aldıklarını; araç satışından ise sabit bir rekabet primi (%1) ve müşteri memnuniyeti hedefini gerçekleştirdikleri takdirde %1 oranında prim aldıklarını; stok maliyetinden kurtulmak için gerektiğinde kârsız veya biraz zararlı araç satışı yaptıklarını; kârlılık çok düşük olduğundan, araç satabilmek için müşteri memnuniyeti primi ve rekabet primi adı altında aldıkları primleri de müşteriye verdiklerini; kazançlarını daha çok sigorta, servis ve yedek parça satışlarından elde ettiklerini söylemiştir.

Yetkili ayrıca, diğer bayilerle gazete ilanları konusunda işbirliği yaptıklarını, ancak diğer konularda anlaşma yapılmasının mümkün olmadığını; rakipleri durumunda

90 bulunan bayilerle anlaşarak fiyatı yükseltmeleri halinde, tüketicilerin diğer markaları tercih edeceğini; bu tür bir uygulamaya öncelikle ToyotaSa'nın karşı çıkacağını, zira ana şirketin Türkiye genelinde belli bir pazar payı elde etmeye çalıştığını; ayrıca hedefi tutturmak isteyen bayilerin böyle bir anlaşma yapılsa dahi, sadık kalmayıp düşük fiyata araç satacağını; ön araştırmaya kaynaklık eden hedeflere ilişkin belgede yer alan hususları düşünüp, Akota ve Toyan'la telefonda görüştüklerini, ancak söz konusu uygulamanın kabul görmediğini; esasen aralarında hiçbir zaman uzlaşma olmadığını ifade etmiştir.

100 Yetkili son olarak; ToyotaSa'nın kurduğu özel bir yazılım olan TOYBİS sistemi sayesinde Toyota bayilerinin hangi tarihte kaç araç sattığı bilgisine ulaşabildiklerini; satış fiyatını görememekle birlikte, fatura kesildikten sonra satışı ve bayiye yapılan araç sevkiyatını öğrenebildiklerini; Ankara dışına kârlı olmadığı için satışlarının bulunmadığını; ancak Ankara'ya gelip kendilerinden araç almak isteyen olursa satış yaptıklarını söylemiştir.

### 1.2.1.2. Toyan Yetkilisi ile Yapılan Görüşme

110 Toyan yetkilisi konuya ilişkin olarak, Akota ile Toyan'ın sahiplerinin aynı kişiler olduğunu; ToyotaSa'nın kendilerine her ay tüm Türkiye'deki bayiler hakkında ayrıntılı bir sirküler gönderdiğini; ToyotaSa'nın kurduğu özel bir yazılım olan TOYBİS sistemi sayesinde 61 Toyota bayisinin hangi tarihte kaç araç sattığı bilgisine ulaşabildiklerini; satış fiyatını göremediklerini, ancak fatura kesildikten sonra satışı ve bayiye yapılan sevkiyatı öğrenebildiklerini; Toyota tarafından getirilen bir yasak bulunmamakla birlikte sistem uzak bölgelere araç satışını cazip kılmadığı için Ankara dışına satış yapmadıklarını, ancak kendilerine gelip almak isteyen olursa satış yaptıklarını ifade etmiştir.

120 Yetkili, ToyotaSa'nın her bölge için bir satış hedefi belirlediğini; takiben hedeflerin il ve bayi bazında belirlendiğini; bu uygulamada bayilerin önceki sene performanslarının önemli olduğunu; buna göre, önceki yılın satış miktarı üzerinden yüzdesel bir hedef belirlendiğini; hedeflerin prim sistemine dayalı olduğunu; satış miktarına belirlenen hedefin aşılması halinde kaporta, mekanik yedek parça ve sarfiyat malzeme satışlarından yaklaşık %2 oranında prim aldıklarını; ayrıca araç satışından %1 oranında performans primi, mutlak müşteri memnuniyeti hedefini tutturmaları halinde ise %1 prim aldıklarını belirtmiştir.

130 Yetkili ayrıca, bayilerin pazardaki Toyota payını artırmak için bir araya geldiklerini; ancak bayiler arasında pazar paylarının belirlenmesinin mümkün olmadığını; Haziran ayında ve diğer aylarda Akota ve Reis Lider'le bir araya gelip, raportörlerin tespit ettiği, önaraştırmaya konu belgede yer alan hususlara benzer görüşmeler yaptıklarını; ancak bu hususların asla uygulamaya geçmediğini; bunun uygulanmasının mümkün olmadığını; aynı kişilere ait olan Akota ile Toyan arasında dahi fiyat farklılıkları olduğunu; zira satıcıların ve bayi genel müdürlerinin satılan araç miktarı üzerinden prim aldıklarını, ayrıca hedeflerinin ancak yarısını tutturabildiklerini; bu şartlarda bayiler arasında anlaşma yapılmasının ve müşterinin diğer bayiye gönderilmesinin mümkün olmadığını söylemiştir.

## 08-58/935-379

Yetkili son olarak, müşterilerin çok fazla marka seçeneğine sahip olduğunu; bunun da müşterinin pazarlık gücünü artırdığını; bu nedenle markalar arası rekabetin çok arttığını; müşterinin Toyota almakta karar kıldığı zaman ise bayiler arası rekabetin başladığını; alıcıların bayiler arasında gidip gelerek fiyatı düşürdüklerini; kendilerinin en çok indirim yaparak ürünü satmaya ve hedefi tutturmaya çalıştıklarını ifade etmiştir.

Toyan'ın otomobil satış miktarları yıllar itibarıyla şu şekildedir:

140

	Perakende	Filo
2005	1493	384
2006	890	294
2007	944	244
2008 (1.1-10.9.2008)	474	102

### I.2.1.3. Akota Yetkilisi ile Yapılan Görüşme

Yetkili konu hakkında aşağıdaki bilgileri vermiştir:

- Ankara'da en çok Toyan, ikinci olarak Reis ve üçüncü olarak ise Akota satış yapmaktadır.

- Toyan talep olursa Ankara dışına yedek parça ve otomobil satışı yapmaktadır. Ancak bu "pasif satış" olarak gerçekleşmekte olup, şirketin Ankara dışına aktif bir pazarlama stratejisi bulunmamaktadır.

150

- Reis Lider Genel Müdürü'nün kişisel bilgisayarında tespit edilen belge hakkında kendisinin bilgisi bulunmamaktadır. Yerinde incelemeler sırasında bilgi sahibi olduğu bu belgede ileri sürülen hususlar uygulanabilir nitelikte değildir. Zira bayilerin aralarında yapacakları anlaşma ile diğer bayiye "satış yapma" demek ticari mantığa aykırı bir husustur. Buna rağmen, diğer bayi yetkilileri ile zaman zaman yaptıkları yüz yüze görüşmelerde farklı öneriler fikir olarak ortaya atılmaktadır. Tespit edilen de bu tür bir öneri olabilir. Fakat bu tür önerilerin rağbet görmesi mümkün değildir. Akota'nın gerçekleştirdiği satışlara ait tüm bilgilerin rakipleri tarafından görülmesini istemesi mümkün değildir. Zaten, söz konusu belgede verilen rakamlar tarafların bir araya gelerek düzenleyebilecekleri rakamlar değildir. Zira bu rakamlar ToyotaSA tarafından verilen rakamlardır. Öte yandan bayiler tarafından gerçekleştirilen satışlar bayilerin kullandığı ağ olan TOYBİS üzerinden günlük olarak takip edilebilmektedir. Fakat bayiler nihai tüketiciye verdikleri satış rakamlarının rakip bayiler tarafından görülmesini istemez. Bu fiyatlar faturalama sistemi çerçevesinde fatura kesildikten sonra sadece ToyotaSA tarafından görülebilir. Bu nedenle anılan belgede ifade edilen hususların akota tarafından uygulanması mümkün değildir.

160

- Söz konusu belgede kayda değer tek husus ortak reklam önerisidir. Bu da zaten zaman zaman ToyotaSA'nın önderliğinde Ankara bayilerince gerçekleştirilen bir husustur.

170 - ToyotaSA tarafından bayilere yıllık ve aylık olarak satış hedefleri verilmektedir. Zaman zaman aylık hedeflerin tutturulması parasal ödüllerle desteklenerek, stokta birikmiş modellerin eritilmesi amaçlanmaktadır. Bunun dışında yıllık hedeflere ulaşılması herhangi bir ödülle desteklenmemektedir. Her yıl öncesinde ToyotaSA ile bir araya gelinerek o sene gerçekleştirilecek satış miktarı ortaklaşa belirlenmektedir. Bu ToyotaSA'nın üretim planlaması, bayinin de stok planlamamız için gerekli olan rakamlardır. Bu hedefin altında kalındığında ToyotaSA tarafından bize bildirilen stok miktarını bulundurduğumuz sürece herhangi bir yaptırımla karşılaşmayız. Benzer şekilde hedefin üzerine çıktığımızda da sistematik bir ödüllendirme mekanizması yoktur. Sadece Rekabet Primi ve Müşteri Memnuniyeti Primi uygulamalarından bahsetmek mümkündür.

180 Rekabet Primi, Toyota markalı arabaların fiyatlarının rekabetçi olması için alınan araba fiyatı üzerinden %1 oranında indirim sağlanmasından ibarettir. Müşteri memnuniyeti primi ise, satış hizmetlerinin kaliteli yürütülmesi için verilen primdir.

## I.2.2. Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Belgeler

### I.2.2.1. Toyan'dan Elde Edilen Belgeler

Önaraştırma kapsamında raportörlerce Toyan'da gerçekleştirilen yerinde incelemede elde edilen ve tarih bilgisi içermeyen Toyan Genel Müdürü'ne ait el yazısı belgede aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

190 “- Her bayi hedefi tutturana kadar tespit edilen araba fiyatı üzerinden satış yapsın. Hedef yakalandıktan sonra fiyatı yukarı çeksin. ... 2. el araba fiyatlarına tek elden fiyatlama yapılsın (Ankara pazarı bizim çalıştığımız .....<sup>1</sup> tarafından kontrol ediliyor fiyatları o versin).

- İşe başlamadan evvel her bayi kullandığı fatura koçanını rakiplerine göstereceğin araba satışları bu koçanlardan başlasın .... İptal olursa aynı koçandan tashih yapılsın.

- Aksesuar dışında müşterilere (sigorta, servis ve ne şekilde olursa olsun) hediye verilmesin.

- 2008 model arabalar serbest fiyattan satılsın.

200 ...

- Devir sırasında (1.9.2008'den) evvelki bağlantılar taraflara bildirilsin opsiyon kabul edilmesin.

- Hatır için düşük fiyatla araba satıldığında bu hak eşit şekilde her bayie tanınsın, bu ayda belli bir sayıyı geçmesin.

...

	Akota	687	%26	-	21
	Lider	890	%34	-	35
210	Toyan	1035	%40	-	44

<sup>1</sup> Okunamayan bir kelime.

08-58/935-379

Toplam 2612

- 1 Eylül'e kadar fiyatlar serbest.”

### I.2.2.2. Akota'dan Elde Edilen Belgeler

Yerinde incelemede elde edilen belgede, “01.01.2008-10.09.2008 arası gerçekleşen satışlar” başlığı altında aşağıdaki rakamlar yer almaktadır:

	Pazar Payı	Toplam
Toyana	34,8122866	102
Akota	25,9385665	76
Reis Lider	39,2491467	115
Bölge Toplam	100	293

“Perakende  
Satışlar

Filo satışlar

	Pazar Payı	Toplam
Toyana	42,7027027	474
Akota	20,9909909	233
Reis Lider	36,3063061	403
Bölge Toplam	100	1110

...”

21 Kasım 2007 tarihli belgede yer alan bazı bilgiler aşağıdaki gibidir:

“ ...

2007 Ocak-Ekim Perakende Hedef Gerçekleştirme

	Toplam Hedef	Toplam Gerçekleşme	2007 Hedef Gerçekleşme %
Akota	553	404	%73
Lider	762	647	%85
Toyana	779	715	%92
Ankara	2.094	1.766	%84

2006 Ocak-Aralık/2007 Ocak-Eylül Perakende Pazar Payı Gelişimi

	2006 Perakende Pazar Payı (Ocak-Aralık)	2006 Perakende Pazar Payı (Ocak-Eylül)	Fark
Akota	%1,5	%2,5	+1
Lider	%3,5	%3,4	-0,1
Toyana	%2,9	%3,4	+0,5

240 ...”

## J. GEREKÇE ve HUKUKİ DAYANAK

Kurul'un 15.5.2008 tarih ve 08-33/426-M sayılı kararı uyarınca Toyotasa Toyota Pazarlama ve Satış A.Ş. ve yetkili servislerine yönelik Toyota marka otomobillerin satış sonrası yedek parça, bakım ve onarım pazarında yapılan önaraştırma kapsamında, Ankara'da Toyota yetkili satıcısı olarak faaliyet gösteren Reis Lider'de 18.6.2008 tarihinde şirket Genel Müdür'ünün bilgisayarında yapılan incelemede Reis Lider ile Ankara'da faaliyet gösteren diğer Toyota yetkili

## 08-58/935-379

250 satıcıları Toyan ve Akota'nın Toyota markalı motorlu kara taşıtları satış pazarında fiyat anlaşması ve miktar paylaşımı yaptıkları şüphesi uyandıran bir belgeye rastlanmıştır.

Söz konusu belgede<sup>2</sup> aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“

BAYİ	YILLIK PERAKENDE HEDEF	YÜZDE	TUTULMASI GEREKEN STOK
TOYAN	1.035	40%	69
LİDER	890	34%	59
AKOTA	687	26%	46
TOPLAM HEDEF	2.612	100%	174

*SATIŞ: Toplam satışın %40'ını Toyan, %34'ünü Reis Lider, %26'sını Akota yapacaktır. Yukarıdaki verilen oranları satış müdürleri günlük bağlantı ve fatura adetlerini birbirlerine yollayarak takip edeceklerdir. Öne geçen bayi anlaşma yapılan fiyatı yukarı çekerek, oranlar makul hale getirilecektir.*

260 *FİLO: Filo satışlarında iskonto yapılmayacak, aynı oranlarda filo paylaşılacak. Filo fiyatları verilirken, satış sırası gelen bayi indirimsiz, diğer bayiler 300 YTL yüksek fiyat verecek.*

*REKLAM: Aylık 9.000 YTL reklam bütçemiz olacak (Her bayi 3.000 YTL). Ayda 3 kez alışveriş merkezlerinde 3 gün tanıtım aktivitesi yapılacaktır. Belirtilen oranları satış müdürleri sağlamakla yükümlüdür.”*

270 Öneri araştırma sürecinde raporörlerce yapılan görüşmelerde, yukarıda yer verilen belgede miktar ve oran olarak yer verilen “hedef”in, ToyotaSA tarafından her yetkili satıcısı ile yapılan karşılıklı müzakerelerle belirlendiği ve söz konusu hedeflerin 2008 yılına ait olduğu bilgisi edinilmiştir. Dolayısıyla yetkili satıcıların söz konusu miktar ve oranları, aralarında uzlaşarak belirlemeleri mümkün görünmemektedir. Belgeden, söz konusu bilgiyi veri kabul ederek, Ankara'daki tüm yetkili satıcıların bu hedeflere ulaşabilmeleri için, hedefe ulaşan yetkili satıcının fiyatları yükselterek alıcıları diğer yetkili satıcılara gönderilmesi öngörülmüştür. Buna ek olarak, filo satışlarında iskonto yapılmayacağı, aynı oranlarda filo paylaşılacağı belirtilmiş; filo satış sırası gelen yetkili satıcının indirim yapmayacağı, diğer satıcıların ise 300 YTL. daha yüksek fiyat teklif ederek satışı söz konusu satıcının yapması öngörülmüştür. Son olarak, bayilerin eşit oranlarda katkıda bulunacağı belirli bir reklam bütçesi ve ortak tanıtım aktiviteleri belirlenmiştir. Belgede ayrıca, satış müdürlerinin bilgi alışverişinde bulunarak üzerinde anlaşmaya varılan fiyat ve miktarlarını sağlamakla yükümlü olacağı ifade edilmiştir.

280 Yapılan yerinde incelemelerde Toyan'da da benzer bir belge bulunmuştur. Toyan Genel Müdürü'nün el yazısıyla aldığı notlardan oluşan belgede, hedefi tutturana yetkili satıcının fiyatları yukarı çekmesi, 2. el araba fiyatlarının tek elden belirlenmesi gereği, anlaşmanın kontrolünün fatura koçanlarının kontrolüyle

<sup>2</sup> Genel Müdür bilgisayarında bulunan söz konusu belgenin 9.6.2008 tarihinde, saat 15:33:44'te oluşturulduğu belirlenmiştir.

## 08-58/935-379

290 sağlanması, hediyelerin kısıtlanması, 2008 model arabaların serbest fiyatlarla satılması gibi önerilere, Reis Lider'de bulunan belgedeki hedef miktar ve oranlarına yer verilmekte; 1 Eylül'e kadar fiyatların serbest olduğu ifade edilmektedir.

Hakkında önaraştırma yürütülen yetkili satıcıların genel müdürleri, Reis Lider ve Toyan'da bulunan belgelerdeki hususlara ilişkin olarak bireysel çalışmalar yaptıklarını, rakipleriyle görüştiklerini kabul etmiş; ancak uzlaşamadıklarını vurgulamışlardır. Uzlaşamamanın gerekçesi olarak da kârlılıklarının çok düşük olmasını, satışlarının çok az olması nedeniyle hedeflere ulaşamamalarını göstermişlerdir.

300 Söz konusu ifadeleri kontrol etmek için 1.1.2008-10.9.2008 dönemi satış hedefi ve gerçekleşme verilerine bakıldığında aşağıdaki tablonun ortaya çıktığı görülmüştür:

*Tablo - 10.9.2008 tarihi itibarıyla yıllık satış hedefleri ve gerçekleştirmeler*

	<i>Toplam Hedef</i>	<i>Gerçekleşme</i>	<i>Gerçekleşme/Hedef</i>
<i>Toyan</i>	1.035	576	0,56
<i>Reis Lider</i>	890	518	0,58
<i>Akota</i>	687	309	0,45
<i>Toplam</i>	2.612	1.403	0,54

310 Tablodan da anlaşılacağı üzere, yılın sonuna yaklaşılmamasına rağmen yetkili satıcılar hedeflerinin ancak yarısını gerçekleştirebilmişlerdir. Böyle bir durumda, hedefi gerçekleştiren şirketin yeni alıcıları rakiplerine göndermesi konusunda anlaşamamaları son derece doğaldır. Buna rağmen anlaşmaya ilişkin çabaların ise, satışlardaki düşüklüğe çözüm arayışı olduğu kanaatine varılmıştır.

320 Yapılan incelemelerde, teşebbüslerin pazar paylaşımı konusunda uzlaştıklarına ilişkin herhangi bir bilgi, bulgu bulunamamıştır. Bunlara ilaveten, otomobil pazarında alıcıların tercih genişliğinin, yani Toyota markalı araçların yakın ikamelerinin varlığının yetkili satıcıların yüksek fiyat vererek alıcıları geri çevirmesine engel olabilecek bir unsur olduğu görülmüştür. Zira, alıcıların diğer Toyota yetkili satıcısı yerine başka markalara yönelmesi de olasıdır. Bu nedenle markalar arası rekabet baskısının marka içi rekabeti terbiye ettiği söylenebilir. Yetkili satıcılarının anlaşması, müşteri kaybına yol açacağından ToyotaSA'nın da çıkarlarına ters düşecektir. Özellikle de ToyotaSA'nın kurduğu yazılım sistemi ile yetkili satıcılarının satışlarını yakından takip edebildiği de göz önünde bulundurulursa, bu yapı içerisinde yetkili satıcıların anlaşma ihtimallerinin düşük olduğu daha iyi anlaşılacaktır. Ayrıca ToyotaSA'nın yetkili satıcılarına bıraktığı oldukça düşük (% 6-7) kar marjı da, yetkili satıcıların gelen müşteriyi geri çevirmelerine engel olacak bir diğer unsurdur. Bu nedenlerle, markalar arası rekabetin marka içi rekabeti düzenlediği Toyota markalı araçlar pazarında, anlaşmanın uygulanabilirliği bulunmadığından rakipler arasından rekabetin engellenmesine ilişkin irade uyuşmasının gerçekleşmediği, dolayısıyla anlaşmaya ulaşılamadığı, önaraştırma konusu pazarda 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında bir rekabet ihlalinin oluşmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

330 Öte yandan, belgelerde yer alan ve Akota Genel Müdürü tarafından da varlığı kabul edilen reklam konusunda rakipler arasında yapılan işbirliği anlaşması ise,



Ar-Ge veya standart geliştirme anlaşmaları gibi pazarda sinerji ve dolayısıyla etkinlik sağlayan anlaşmalardan olmakla birlikte, bazı durumlarda rekabeti sınırlayıcı etkiler doğurabilmektedir. Örneğin bir anlaşma ile teşebbüslerin reklam aktiviteleri kısıtlanarak, rekabette kullanılabilecek bir olanak ortadan kaldırılıyorsa yahut tüm teşebbüsler tek bir reklam ajansına yönlendirilerek ya da bazı reklam ajansları ile çalışmak yasaklanarak reklamcılık pazarındaki rekabet bozulmak isteniyorsa veya ortak reklam yapılarak ürünün imajı tek tipleştirilerek ürün farklılaştırması yoluyla pazarda gerçekleşecek olan rekabet engellenmek isteniyorsa, bu tür anlaşmaların rekabeti kısıtlayan yahut engelleyen anlaşmalar olduğu söylenebilir. Ancak mevcut dosyada olduğu gibi sadece maliyetleri düşürmek için ortak reklam faaliyeti gerçekleştirmenin, örneklenen durumları içermemesi durumunda rekabeti sınırlayıcı etkisinin olmadığı neticesine varılmıştır.

## **K. SONUÇ**

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

1. Dosya konusu iddialar ile ilgili olarak Reis Lider Araç Ticaret ve Sanayi Ltd. Şti, Toyan Otomotiv Sanayi ve Ticaret A.Ş. ve Akota Otomotiv Ticaret ve Sanayi A.Ş. hakkında 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığına,
  2. Bununla birlikte, 4054 sayılı Kanun kapsamında rekabet ihlali oluşturabilecek davranışlardan kaçınmaları gerektiği yönünde adı geçen firmalara görüş yazısı gönderilmesi konusunda Başkanlığa yetki verilmesine
- OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.