

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2005-3-107 (Muafiyet)
Karar Sayısı : 05-82/1126-325
Karar Tarihi : 8.12.2005

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

10

Başkan : Tuncay SONGÖR (İkinci Başkan)
Üyeler : Prof. Dr. Zühtü AYTAÇ, Rıfki ÜNAL, M. Sıraç ASLAN,
Süreyya ÇAKIN, Mehmet Akif ERSİN

B. RAPORTÖRLER: Aydın ÇELEN, Şahin YAVUZ, Zeynep MADAN

C. BİLDİRİMDE

BULUNAN : - Efes Pazarlama ve Dağıtım Ticaret A.Ş.
Esentepe Mah. Anadolu Cad. No:3 Kartal 81440
İstanbul

20

D. TARAFLAR :- Efes Pazarlama ve Dağıtım Ticaret A.Ş.
Esentepe Mah. Anadolu Cad. No:3 Kartal 81440
İstanbul

- Doğuş Gıda Maddeleri Ltd. Şti.
Çelik Sok. No:3 Ferahevler Tarabya İstanbul

- Yusuf BARDAK
Sahne Sok. No:21-23 Beyoğlu İstanbul

30

E. DOSYA KONUSU: Efes Pazarlama ve Dağıtım Ticaret A.Ş.'nin distribütör Doğuş Gıda Mad. Ltd. Şti. ve işletici Yusuf BARDAK ile imzalamış olduğu tip sözleşme olan "Satış Sözleşmesi"ne muafiyet verilmesi talebi.

F. DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 15.9.2005 tarih ve 6467 sayı ile intikal eden ve en son 25.11.2005 tarih ve 8378 sayı ile eksiklikleri tamamlanan bildirim üzerine 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. ve 5. maddeleri ile 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin ilgili hükümleri uyarınca yapılan inceleme sonucu düzenlenen 2.12.2005 tarih ve 2005-3-107/MM-05-AÇ sayılı muafiyet Ön İnceleme Raporu, 5.12.2005 tarih ve REK.0.07.00.00-130/285 sayılı Başkanlık Önergesi ile 05-82 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

40

G. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ: İlgili raporda; Efes Pazarlama ve Dağıtım Ticaret A.Ş.(Efpa) distribütörü Doğuş Gıda Mad. Ltd. Şti. ve işletmeci Yusuf Bardak

50 arasında imzalanan tip "Satış Sözleşmesi"nin 2. ve 9. maddelerinde öngörülen doğrudan veya dolaylı rekabet etmeme yükümlülüğü dolayısıyla, 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (c) bendinde yer verilen piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması şartının sağlanmadığı ve bu nedenle talep edilen bireysel muafiyetin verilemeyeceği ifade edilmektedir.

H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

H.1. Pazara İlişkin Bilgiler

60 Genel pazar tanımı içinde, Efpa'nın faaliyet gösterdiği sektörü Türkiye içecek sektörü olarak tanımlamak mümkündür. Yaklaşık 16 milyar litre büyüklüğündeki içecek sektörü, bira ile birlikte diğer alkollü içecekler, gazlı meşrubatlar, meyve suları, su, soda, sıcak içecekler, süt ve sütlü içecekler olmak üzere birbirinden oldukça farklı özelliklere sahip içecek ürünlerinin tamamını kapsamaktadır.

70 Süt ve sütlü ürünler hariç olmak üzere içecek sektöründe yer alan ürünlerin genel olarak susama hissini giderilmesi ve serinleme amacıyla tüketildiğini belirtmek mümkündür. Ancak, bu ürünlerin içerisinde bira, değişik oranlarda alkol içerebilmesi, tüketici kitlesinin diğer içecek türlerini tüketen kitlelerden farklı olması ve diğer alkollü içeceklerle karşılaştırıldığında yaygın olarak tüketiliyor olması nedeniyle diğer içeceklerden önemli ölçüde farklılaşmaktadır.

80 1998- 2003 yılları arasında büyüme eğiliminde olan Türkiye bira pazarı 2003 yılında 790 milyon litrelik bir hacme ulaşmıştır. Bu dönem içerisinde bira üreticilerinin pazar paylarında önemli bir değişim gözlenmemiştir. 1998 yılında yaklaşık %78 olan Efpa'nın pazar payı 2003 yılına gelindiğinde %77,2'ye gerilemiştir. Bimpaş Bira ve Meşrubat Pazarlama A.Ş. (Bimpaş) ise 1998 yılında %19,9 olan pazar payını 2003 yılında %22,5'e çıkarmıştır. TEKEL Tütün, Tütün Mamulleri Tuz ve Alkol İşletmeleri A.Ş. (TEKEL)'nin pazar payı ise %0,3'e gerilemiştir.

22.4.2005 tarih ve 05-27/317-80 sayılı muafiyetin geri alınmasına dair Kurul Kararı'nda pazara ilişkin 2003 yılına yönelik olarak yer verilen bilgiler Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1: 2003 yılı kapasite ve satış miktarları, pazar payları

Teşebbüs	Kapasite (bin litre)	Satış Miktarı (bin litre)	Pazar Payı (%)
Efpa	913.000	610.000	77,2
Bimpaş	293.000	178.257	22,5
Tekel/Mey	13.500	2.278	0,3
Toplam	1.221.000	790.535	100

- 90 Yukarıdaki firmalara ilave olarak, 4.12.2003 tarihinde Antalya'da yerleşik Süral Otelcilik ve Turizm İşletmeleri A.Ş. tarafından Tütün, Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkiler Piyasası Düzenleme Kurumu'ndan 10.000.000 litre üretim kapasitesine sahip tesis kurma izni alınmıştır. Ayrıca, Park Gıda ve Meşrubat San. ve Tic. A.Ş. de 13.035.000 litre kapasiteli bira üretim tesisi kurarak 2004 yılı Haziran ayında üretime geçmiştir.

- 100 TEKEL hariç tutulduğunda, 2003 yılında açık satış pazarında Bimpaş %27,7; Efpa ise %73,3 pazar payına sahiptir. Açık satış pazarında marka bağımlılığı kapalı satış pazarına oranla düşüktür. Pazarın halen %99'u Efpa'nın ve Bimpaş'ın kontrolündedir. Efpa 2000 yılında açık satış noktalarının %13,3'ünü kendisine bağlarken, bu oran 2003 yılında 27,7'ye yükselmiştir. Bimpaş 2000 yılında açık satış noktalarının sadece %1,8'i ile münhasırlık içeren anlaşma imzalamış iken, 2003 yılına gelindiğinde bu oran %19,7 gibi yüksek bir düzeye çıkmıştır.

H.2. İlgili Pazar

H.2.1. İlgili Ürün Pazarı

- 110 Belirli bir ürün ve onunla yüksek ikame edilebilirliği olan diğer ürünlerden oluşan pazarlar ilgili ürün pazarını oluşturmaktadır. Bir ürünün diğer bir ürünle aynı pazarda yer alabilmesi için bu ürünlerin tüketici gözünde nitelikleri, kullanım amaçları ve fiyatları bakımından benzer olmaları gerekmektedir.

- 120 Biranın nihai tüketicilere satıldığı satış noktaları iki gruba ayrılmaktadır. Bunlar, (1) tüketicilere ürünleri kapalı olarak satan bakkal, market, büfe gibi satış noktaları ile (2) tüketicilere ürünleri satış noktasında hemen tüketilmek üzere açık olarak ve genellikle başka bir hizmetle birlikte satan bar, otel, lokanta gibi satış noktalarıdır. Satış noktalarının alkollü bir içecek olan birayı satabilmeleri için ruhsat almaları gerekmektedir.

- 130 Bar, otel, lokanta gibi açık satış yapan noktalar, bira ile birlikte genellikle başka hizmetler de (müzik, lokantacılık hizmetleri ya da konaklama gibi) sunmaları neticesinde bu noktalarda satışa sunulan biranın fiyatı, bakkal, market gibi kapalı satış yapan noktalardaki fiyatlardan önemli ölçüde yüksek olmaktadır. Bunun ötesinde açık satış yapan noktalarda tüketilen biranın genellikle fıçı bira olması nedeniyle bu noktalar ile üretici teşebbüsler arasındaki tedarik zincirinin kapalı satış noktalarına nazaran daha sıkı tutulması gerekmektedir. Açık satış yapan bu tür noktalarla üretici teşebbüsler arasındaki ilişkiler, satış noktasına üreticinin kredi vermesi ya da fiziki altyapısının (fıçı biranın tüketiciye satışı sırasında kullanılan sifonlar, soğutucu dolaplar vs.) üretici teşebbüs tarafından yaptırılması şeklinde kurulabilmektedir. Tüm bu nedenlerden ötürü, açık satış yapan noktalar ile kapalı satış yapan noktaların ayrı pazarlar olarak ele alınması ve değerlendirilmesi gerekmektedir.

140 İlgili ürün olan bira, birbirinden farklı iki pazarda satışa sunulmaktadır. Açık veya kapalı satış yapan noktalarda tüketicilerle buluşan bira teknik özellikleri bakımından aynı nitelikte olmasına rağmen, açık satış yapan noktalarda bira ile birlikte başka hizmetler de tüketiciye sunulmaktadır. Sağlayıcılar bakımından aynı nitelikte olan bira açık ve kapalı satış yapan noktalardaki müşteriler gözünde farklı niteliktedir. Başka bir deyişle, bar, otel ve lokanta gibi açık satış yapan noktalarda satışa sunulan biranın fiyatının yükselmesi durumunda müşterilerin kapalı satış yapan bakkal, market ve büfe gibi kapalı satış noktalarına yönelmelerini beklemek anlamlı değildir. Halen açık ve kapalı satış noktalarında satışa sunulan bira fiyatlarında çok önemli farklılıkların görülüyor olması da iki farklı pazarın varlığını doğrulamaktadır. Dolayısıyla, Efpa'nın faaliyet gösterdiği bira pazarı açısından biri bar, otel ve 150 lokanta gibi açık bira satışı yapan noktalardan oluşan; diğeri ise bakkal, market ve büfe gibi kapalı bira satışı yapan noktalardan oluşan iki farklı ilgili ürün pazarı bulunmaktadır.

Bildirime konu olan "Satış Sözleşmesi", Efpa, Efpa'nın distribütörü Doğu Gıda Maddeleri Ltd.Şti ve işletme sahibi Yusuf Bardak arasında imzalanmıştır. Nihai satış noktası niteliğindeki işletme sahibi, birayı, müzik ve yiyecek gibi diğer hizmetlerle satışını yapan açık satış noktasıdır. Bu nedenle, ilgili ürün pazarı "*açık bira satışı yapan noktalardan*" oluşmaktadır.

160 H.2.2. İlgili Coğrafi Pazarı

İlgili ürünlerin tüm Türkiye'ye dağıtımının yapılması ve çeşitli bölgeler bazında rekabet koşullarında farklılıkların bulunmaması nedeniyle ilgili coğrafi pazar "*Türkiye Cumhuriyeti sınırları*" olarak belirlenmiştir.

H.3. Taraflar

H.3.1. Efes Pazarlama ve Dağıtım Ticaret A.Ş. (Efpa)

170 Anadolu Grubu'na bağlı olarak faaliyet gösteren Efpa, Anadolu Efes Biracılık ve Malt Sanayi A.Ş. tarafından üretilen malttan mamül bira ürünlerinin Türkiye genelinde dağıtım, pazarlama ve satış faaliyetlerini yürütmektedir.

Anadolu Grubu'nun 2004 yılına ait konsolide net cirosu 3.198.847.379 YTL'dir. Efpa'nın 2004 yılı yurt içi cirosu ise 1.421.351.527 YTL'dir. Toplam 913 milyon litre bira üretim kapasitesine sahip olan Efpa'nın bira satışı 640 milyon litreye ulaşmış olup Adana, Ankara, İstanbul, İzmir ve Lüleburgaz olmak üzere 5 bira fabrikası ve Konya-Çumra ve Afyon'da olmak üzere 2 malt fabrikası bulunmaktadır.

180 Efpa'nın 15 milyon YTL olan sermayesi ortaklar arasında Tablo 2'de sunulduğu şekilde paylaştırılmıştır:

Tablo 2:Efpa'nın Ortaklık Yapısı

Pay Sahibinin Adı/Ünvanı	Sermaye Miktarı(YTL)	PayOranı (%)
--------------------------	----------------------	--------------

Anadolu Efes Biracılık ve Malt San. A.Ş.	14.999.550,000	99,99
Anadolu Endüstri Holding A.Ş.	449,988	0,01
Yazıcılar Holding A.Ş.	0,002	-
Özilhan Sınai Yatırım A.Ş.	0,001	-
Tarbes Tarım Ürünleri ve Besicilik San. A.Ş.	0,001	-
Diğer	0,008	-
Toplam	15.000.000,000	100

Efpa'nın Yönetim Kurulu, Tuncay Özilhan, İbrahim Yazıcı, Süleyman Vehbi Yazıcı, Hülya Elmalıoğlu, Gülten Yazıcı, Tülay Aksoy, Ali Şanal, Nail Özkardeş, Ahmet Muhtar Kent, Metin Tokpınar ve Ali Zülfü Tigrel'den oluşmaktadır.

190

H.3.2. Doğuş Gıda Maddeleri Ltd. Şti (Doğuş Gıda)

Doğuş Gıda, Efpa tarafından üretilen biranın satışını, pazarlanmasını ve dağıtımını yapmak üzere görevlendirilmiş ve bildirim konusu sözleşmede "distribütör" olarak nitelendirilmiştir. Distribütörlük sisteminde, nihai satış noktalarının siparişlerini Efpa'nın kendi elemanları toplamaktadır. Toplanan siparişler, nihai satış noktalarına distribütörler tarafından teslim edilmektedir. Efpa'nın 231 bayisi ve 31 distribütörü bulunmaktadır.

200

H.3.3. Nihai Satış Noktası

Bildirime konu olan sözleşme, Efpa, distribütör Doğuş Gıda ve işletme sahibi Yusuf Bardak arasında imzalanan tip sözleşmedir. Rekabet Kurulu'nun söz konusu sözleşmenin muafiyet koşullarını taşıdığına karar vermesi durumunda Efpa, fıçı bira satan diğer açık satış noktaları ile aynı nitelikte sözleşme imzalayacaktır.

H.4. Olaylar

210

Söz konusu dosya, Kurulun 22.4.2005 tarih ve 05-27/317-80 sayılı muafiyetin geri alınması kararı ile yakından ilişkili olduğundan, öncelikle söz konusu karara yer vermek gerekmektedir. Kurul kararında özetle;

220

- Hakim durumda ve güçlü bir markaya sahip olan bir teşebbüsün yer aldığı, bu teşebbüs haricinde pazarda belirli bir güce sahip sadece tek bir teşebbüsün bulunduğu, yabancı teşebbüslerin hakim durumdaki teşebbüs ile lisans anlaşması yaparak pazara ürün sunmayı tercih ettiği, üretici olarak pazara girişin zor olduğu ve ithalatın önemli boyutta olmadığı duopolistik bir yapı sergileyen bira pazarında teşebbüsler arasında etkin rekabetin bulunmadığı,
- Pazara girme niyetinde olan veya yeni giren teşebbüslerin, kapasiteleri ve/veya ithalat potansiyelleri itibarı ile bu pazarda etkin rekabet yaratmaktan uzak olduğu,

- 230 - Öte yandan, Efpa ve Bimpaş'ın kendilerinin veya distribütörlerinin/bayilerinin hem açık satış yapan nihai satış noktaları hem de kapalı satış yapan nihai satış noktaları ile akdettikleri tek elden satın alma anlaşmalarında yer alan rekabet etmeme yükümlülüklerinin (münhasırlık şartı) ve bu etkiyi doğuran diğer sınırlamaların (tek elden satın alma yükümlülükleri, asgari satın alma / satış yükümlükleri, verilen krediler ve indirim vs. diğer katkıların tek marka satma şartına bağlanması gibi yükümlülükler), bira pazarında etkin rekabetin oluşmasının önünde önemli bir engel olduğu,
- 240 - Alıcı konumundaki açık ve kapalı satış yapan noktaların ihtiyaçlarının küçük de olsa bir kısmını (2002/2 sayılı Tebliğ'de öngörülen %80 oranından çok daha düşük olsa dahi) Efpa ve Bimpaş ürünlerine yönlendirmelerine yol açacak her türlü düzenlemenin yasaklanan rekabet etmeme yükümlülüğü tanımlı çerisinde değerlendirilmesi gerektiği

hususları yer almıştır. Bu tespitlerden hareketle pazarda etkin rekabetin inşa edilebilmesi bakımından, Efpa'nın, Bimpaş'ın kendilerinin ya da distribütörlerinin/bayilerinin hem açık satış yapan nihai satış noktaları hem de kapalı satış yapan nihai satış noktaları ile akdettikleri ve münhasırlık içeren tek elden satın alma anlaşmalarına 2002/2 sayılı Tebliğ ile tanınan muafiyet, 4054 sayılı Kanun'un 13. maddesi uyarınca geri alınmıştır.

- 250 Karar tarihinden önce akdedilmiş sözleşmelerde yer alan rekabet etmeme yükümlülüklerinin ve bu etkiyi doğuran nitelikteki diğer yükümlülüklerin anılan sözleşme metinlerinin tamamından çıkarılması ve gerekli değişikliklerin yapılabilmesi için taraflara 90 gün süre verilmiştir.

Teşebbüslere tanınan 90 günlük süre Efpa için 15.9.2005 tarihinde Bimpaş için ise 14.9.2005 tarihinde sona ermiştir. Bimpaş ve Efpa'dan sırasıyla 12.9.2005 ve 15.9.2005 tarihlerinde alınan tevsik yazılarında, sözleşmelerde değişiklikler yapılarak Karar gereğince bu değişikliklerin nihai satış noktalarına bildirimini yapıldığı ifade edilmiştir.

- 260 Teşebbüslerden alınan tevsik yazıları, Kurul'un 31.10.2005 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 05-76/1031-288 sayılı karar ile,

- 270 - Satış noktalarına verilen fiçı cihazı ve demirbaş malzemelerin satış noktasının anlaşmada belirlenen miktarda ürünü satmaması halinde geri alınabileceği, belirlenen miktarda alım gerçekleştirilemediği takdirde sözleşmenin feshedilebileceği ve bu miktar gerçekleşinceye kadar sözleşmenin devam edeceği yönündeki hükümlerin sözleşmelerden çıkarılmasına veya 22.4.2005 tarih ve 05-27/317-80 sayılı Karara aykırı olmayacak şekilde değiştirilmesine, bu yönde yapılacak düzenlemelerin bayi/distribütörlere ve nihai satış noktalarına Bimpaş tarafından bildirilmesine,
- [...]
- İşbu kararın tebliğinden itibaren Efpa ve Bimpaş'ın uygulamalarını derhal işbu karara uygun hale getirmelerine ve 30 gün içerisinde gerekli

düzenlemeleri yaparak Rekabet Kurulu'na tevsik etmelerine, gerekli düzeltme yapılmadan uygulamaya devam edilmesi halinde haklarında soruşturma açılacağı ve 4054 sayılı Kanun'un 16. ve 17. maddeleri uyarınca işlem yapılacağı adı geçen taraflara bildirilmesine,

280 hükmedilmiştir.

H.5. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamına giren anlaşmalar, Kanun'un 5. maddesinde sıralanan şartların varlığı halinde yasaklayıcı 4. madde hükümlerinin uygulanmasından muaf tutulabilmektedir. Bu noktada vurgulanması gereken muafiyet verilebilmesi için Kanun'un 5. maddesinde sayılan dört koşulun tamamının sağlanması gerektiğidir. Bu koşullardan herhangi birinin sağlanmaması durumunda, diğer koşullar sağlansa dahi söz konusu anlaşma muafiyet alamayacaktır.

Bildirime konu münhasır anlaşmalar vasıtasıyla, özellikle malların dağıtımında iyileşmeler sağlanması ve bundan tüketicilerin fayda sağlaması mümkündür. Ancak, anlaşmalardan elde edilen bu tür faydalar muafiyet için tek başına yeterli değildir. Zira, Kanun'un 5. maddesinin (c) bendi uyarınca, ilgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması gerekmektedir. Oysa, Kurul'un 22.4.2005 tarih ve 05-27/317-80 sayılı Kararı'nda da açıkça tespit edildiği üzere, bira pazarında faaliyet gösteren az sayıdaki teşebbüs arasında etkin bir rekabet bulunmamaktadır. Kurul bu sonuca ulaşırken, güçlü bir markaya sahip olan Efpa'nın pazarda hakim durumda bulunmasını, bu teşebbüsten başka pazarda belirli bir pazar gücüne sahip sadece tek bir teşebbüsün faaliyet göstermesini, yabancı teşebbüslerin hakim durumdaki teşebbüs ile lisans anlaşması yaparak pazara ürün sunmayı tercih etmelerini, üretici olarak pazara girişin zor olmasını ve ithalatın önemli boyutta olmamasını göz önünde bulundurmıştır. Aynı Karar'da, piyasada etkin rekabet yaşanmamasının nedenlerinden biri olarak, Efpa ve Bimpaş'ın nihai satış noktaları ile yapmış oldukları anlaşmalardaki rekabet etmeme yükümlülükleri gösterilmiştir.

310 Bildirime konu Satış Sözleşmesi incelendiğinde, açık satış noktaları üzerine fiçı bira satışı konusunda rekabet etmeme yükümlülüğünün (rakip biranın satılmaması) getirilmeye devam edildiği görülmüştür. Şöyle ki; sözleşmenin 2. maddesine göre:

320 *"Madde 2-İŞLETİCİ, işletmekte olduğu... adresindeki işyerinde sözleşme tarihinden itibaren, işbu sözleşme konusu ürünlerin her tip marka ve türünü işbu sözleşme hükümlerine tamamen uymak kayıt ve şartı ile satmayı ve ŞİRKET'in pazarlama, dağıtım ve satışını yaptığı fiçı birada bir başka marka bira bulundurmamayı, satmamayı ve üretmemeyi kabul ve taahhüt eder. İŞLETİCİ, varsa ortakları ve çalışanları işbu sözleşme gereğince işyerinde başka marka fiçı bira bulundurmama ve satmama taahhütlerine sözleşme süresince uymakla yükümlüdür."*

Aynı sözleşmesinin 9. maddesinin (g) bendinde, satış noktasının, rakip fiçı bira üreticilerinin reklamını yapamayacağı da hüküm altına alınmıştır.

Satış Sözleşmesinin 9. maddesinin (c) bendinde ise,

330 *“c) İŞLETİCİ, işyerinde bira satışlarını arttırmak için azami gayreti göstermekle yükümlüdür. İŞLETİCİ, taraflar arasında varılan mutabakatla, kararlaştırıldığı gibi her ay/yıl asgari ... adet fiçı bira satmayı kabul ve taahhüt etmiştir.”*

hükmü öngörülmüştür.

Efpa, anılan sözleşme ile rekabet etmeme yükümlülüğünü Kurul'un önceki kararlarına konu anlaşmalara göre fiçı bira ile sınırlamanın yanı sıra sözleşmenin ve dolayısıyla rekabet etmeme yükümlülüğünün süresini de kısaltmıştır. Sözleşmenin 18. maddesine göre:

340

“Madde 18-Süre

a) İşbu sözleşme imzalandığı tarihte yürürlüğe girer ve 3 yıl için geçerli olup, kendiliğinden sona erer.

b) İŞLETİCİ, işbu sözleşme yürürlüğe girdiği tarihten bir yıl sonra olmak üzere, 3 ay evvelden yazılı olarak taraflara bildirmek ve işbu sözleşme gereğince ŞİRKET veya BAYİ/DİSTRİBÜTÖR'ün kendisine ödemiş olduğu her türlü katkı, kredi ve sabit yatırımların kistelyevm hesabıyla kalan kısmını bankalarca uygulanan en yüksek kredi faizi üzerinden hesaplanacak faiziyle birlikte nakden ve defaten ödemek şartıyla herhangi bir sebep göstermeksizin işbu sözleşmeyi tek taraflı olarak sona erdirmeye yetkilidir.”

350

360

370

Her ne kadar Efpa'nın açık satış noktaları ile yapmış olduğu sözleşmelerde, rekabet etmeme yükümlülüğünün kapsamı ve süresi daraltılmışsa da, Kurul 22.4.2005 tarih ve 05-27/317-80 sayılı kararında rekabet etmeme yükümlülüklerinin herhangi bir süreden bağımsız olarak anlaşmalardan tamamen kaldırılmasını öngördüğünden, yapılan bu değişiklikler karardaki tespitleri değiştirecek nitelikte değildir. Söz konusu kararda, nihai satış noktalarına rakip teşebbüslerin girmesinin Efpa veya Bimpaş tarafından doğrudan veya dolaylı bir biçimde engellenmesi kesin bir dille yasaklanmıştır. Tek elden satın alma yükümlülükleri, asgari satın alma/satış yükümlükleri, verilen krediler ve indirim vs. diğer katkıların tek marka satma şartına bağlanması gibi dolaylı rekabet etmeme yükümlülükleri de bira pazarında etkin rekabetin oluşmasının önündeki engeller olarak sayılmıştır. Kararda bundan da öteye, nihai satış noktalarının ihtiyaçlarının küçük de olsa bir kısmını (2002/2 sayılı Tebliğ'de öngörülen %80 oranından çok daha düşük olsa dahi) Efpa ve Bimpaş ürünlerine yönlendirmelerine yol açacak her türlü düzenleme yasaklanan rekabet etmeme yükümlülüğü tanımı içerisinde değerlendirilmiştir. Dolayısıyla, süresi ve kapsamı ne olursa olsun Efpa ve Bimpaş tarafından nihai satış noktalarına getirilecek her türlü rekabet etmeme yükümlülükleri bu çerçevede yasaklanmıştır.

Diğer yandan, rekabet etmeme yükümlülüğünün sadece fıçı bira satışları ile sınırlandırılması, açık satış noktalarında yaptığı satışların toplam satışların %44 gibi önemli bir düzeyini temsil ettiği dikkate alındığında büyük bir anlam taşımayacaktır.¹ Sözleşmelerin süresinin 3 yıl ile sınırlı tutulup 1 yıldan sonra tarafların 3 ay önceden haber vermek şartıyla her zaman feshedebilmeleri hükmü de, Efpa tarafından iddia edildiği gibi büyük bir esneklik getirmemektedir. Zira, muafiyeti geri alınan eski tip sözleşmelerin önemli bir kısmı da beş yıldan daha kısa süreliğine akdedilmekteydi.² Ayrıca, başvuru sahibi teşebbüs yeni düzenlenen anlaşmalarla Kurul'un önceki kararında yer verilen ve muafiyetin geri alınmasını neden olan tespitleri ortadan kaldıracak ya da değiştirecek herhangi bir ilave bilgiye yer vermemiştir.

Kurul 22.4.2005 tarih ve 05-27/317-80 sayılı Karar'ında, geniş kapsamlı bir inceleme ve değerlendirme neticesinde Efpa ve Bimpaş'tan muafiyetin geri alınması gerektiği sonucuna ulaşmış ve bira sektöründe yaklaşık 40 yıldır uygulanan münhasırlık sistemini iki büyük üretici açısından ortadan kaldırmıştır. Böylesine köklü bir yapısal değişim girişiminin hemen ardından piyasada etkileri henüz görülmeye başlamadan, münhasırlık sistemine kısmen de olsa tekrar izin verilmesi (geri dönülmesi), bira piyasasında giriş engellerinin ortadan kaldırılması ve böylece daha etkin bir rekabet ortamının sağlanması hedefiyle de çelişecektir.

I. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

Kurul'un 22.4.2005 tarih ve 05-27/317-80 sayılı Kararı çerçevesinde; Efes Pazarlama ve Dağıtım Ticaret A.Ş., distribütörü Doğuş Gıda Mad. Ltd. Şti. ve işletmeci Yusuf Bardak arasında imzalanan tip "Satış Sözleşmesi"nin 2. ve 9. maddelerinde öngörülen doğrudan veya dolaylı rekabet etmeme yükümlülüğü dolayısıyla, 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (c) bendinde yer verilen piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması şartının sağlanmadığına ve bu nedenle talep edilen bireysel muafiyetin verilemeyeceğine

OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.

¹ Efpa, tahminen, 2005 yılında açık satış noktaları üzerinden yapılan 182 milyon litre bira satışının 80 milyon litresini fıçı olarak gerçekleştirecektir.

² Efpa, tüm nihai satış noktaları ile akdedilen sözleşmelerin ortalama sürelerinin 2,5 yıl olduğunu belirtmiştir.