

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2016-5-15 (Muafiyet)
Karar Sayısı : 17-42/670-298
Karar Tarihi : 21.12.2017

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Prof. Dr. Ömer TORLAK
Üyeler : Arslan NARİN, Adem BİRCAN, Şükran KODALAK,
Mehmet AYAN

B. RAPORTÖRLER : İmren KOL, Erdem AKTEKİN, Cihan BİLAÇLI,
Ahmet Ogün KARAGÜLLE

C. BİLDİRİMDE

BULUNAN

: Trakya Cam Sanayii A.Ş.
Temsilcisi: Prof. Dr. H. Ercüment ERDEM
Valikonağı Cad. Başaran Apt. No:21/1 Nişantaşı 34367 İstanbul

- (1) **D. DOSYA KONUSU:** Trakya Cam Sanayii A.Ş. ile on dokuz bayi arasında imzalanması öngörülen “Yetkili Bayilik Sözleşmesi”ne muafiyet verilmesi talebi.
- (2) **E. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 29.04.2016 tarih ve 2837 sayı ile giren birinci, sonradan sözleşmede yapılan değişiklikler nedeniyle 13.10.2017 tarih ve 7364 sayı ile giren ikinci başvuru üzerine düzenlenen 24.11.2017 tarihli ve 2016-5-15/MM sayılı Muafiyet/Menfi Tespit Raporu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (3) **F. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda;
- Trakya Cam Sanayii A.Ş. (TRAKYA CAM) ile yetkili satıcılar/bayiler arasında imzalanması öngörülen “Yetkili Bayilik Sözleşmesi”nin 4054 Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’un (4054 sayılı Kanun) 4. maddesi kapsamında rekabeti sınırlayıcı olduğu ve menfi tespit belgesi alamayacağı,
 - Dosya kapsamında incelenen sözleşmenin aşılın pazar payı nedeniyle 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği ile sağlanan grup muafiyetinden yararlanamayacağı,
 - Diğer taraftan “Yetkili Bayilik Sözleşmesi”ne 4054 sayılı Kanun’un 5. maddesinde sayılan koşulların tamamını karşılamaması nedeniyle sözleşme süresince bireysel muafiyet tanınabileceği

sonuç ve kanaatine ulaşıldığı ifade edilmiştir.

G. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

G.1.Hakkında İnceleme Yapılan Taraflar

G.1.1.TRAKYA CAM

- (4) TRAKYA CAM on yedi bağlı ortaklık, üç iş ortaklığı ve üç iştirakten oluşmaktadır. 1978 yılında kurulan teşebbüs 1981 yılında üretime başlamıştır. Türkiye Şişe ve Cam Farikaları A.Ş.’ye (ŞİŞECAM) bağlı bir kuruluş olan TRAKYA CAM; temel camlar (düzcamlar, buzlu cam, ayna, lamine cam, kaplamalı cam, mimari projelere yönelik camlar), otomotiv camları ve diğer ulaşım araçları camları, enerji camları, beyaz eşya camlarının üretimi alanında faaliyet göstermektedir. Bu ürünlerin başlıca alıcıları inşaat, otomotiv, enerji, beyaz eşya, mobilya ve tarım sektörlerinde hizmet vermektedir.

17-42/670-298

- (5) TRAKYA CAM Türkiye'nin dört ayrı noktasında bulunan fabrikalarındaki on adet "yüzdürme yöntemiyle üretim" (*float*) hattında, yıllık toplam iki milyon ton kapasiteyle Türkiye'nin en büyük cam üreticisi olarak faaliyet göstermekte ve bu hatlarda üretilen mamullerle yurtiçi piyasasına ve ihracata yönelik satış gerçekleştirmektedir. TRAKYA CAM, Bulgaristan ve Rusya'da yer alan *float* hatları da hesaba katıldığında düzcam üretiminde dünyada altıncı, Avrupa'da ise üçüncü büyük firma konumundadır. TRAKYA CAM'in ortaklık yapısı aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 1: TRAKYA CAM'in Ortaklık Yapısı

| Ortaklar | Pay Tutarı (TL) | Pay Oranı (%) |
|--------------------------|-----------------|---------------|
| ŞİŞECAM | 620.990.718 | 69,38 |
| Şişecam Grubu Şirketleri | 3.589.792 | 0,40 |
| Halka Açık | 269.837.854 | 30,16 |
| IFC | 581.636 | 0,06 |
| Toplam | 895.000.000 | 100,00 |

Kaynak: Bildirim Formu ve teşebbüsün internet sitesi

Tablo 2: ŞİŞECAM Ortaklık Yapısı

| Ortaklar | İştirak Oranı (%) |
|---|-------------------|
| Türkiye İş Bankası A.Ş. | 65,47 |
| Efes Holding A.Ş. | 3,72 |
| T. İş Bankası Mensupları Munz. Sos. Güv. Ve Yar. San. Vakfı | 4,46 |
| Anadolu Hayat Emeklilik A.Ş. | 0,05 |
| Diğer | 26,30 |
| Toplam | 100,00 |

Kaynak: Teşebbüsün internet sitesi

- (6) Yukarıdaki tablolardan da görüleceği üzere TRAKYA CAM, ŞİŞECAM'ın kontrolünde, ŞİŞECAM ise Türkiye İş Bankası A.Ş.'nin kontrolünde bulunmaktadır.

G.1.2. TRAKYA CAM Yetkili Satıcıları

- (7) Yetkili bayilik sözleşmesi imzalanması planlanan teşebbüsler düzcam ürünlerinin nihai satışını yapan noktalara söz konusu ürünlerin toptan pazarlama, satış ve dağıtımını yapmaktadırlar.

G.2. İlgili Pazar

G.2.1. İlgili Ürün Pazarı

- (8) Rekabet hukukunda pazar tanımı, teşebbüsler arasındaki rekabetin sınırlarını tespit etmekte kullanılan bir araçtır. İlgili pazar, ürün ve coğrafi pazar olmak üzere iki temel boyuttan oluşmaktadır. Pazarı hem ürün hem de coğrafi bölge boyutlarıyla tanımlamaktaki amaç teşebbüslerin davranışlarını sınırlama ve etkin bir rekabetçi baskıdan bağımsız olarak davranmalarını önleme gücüne sahip rakiplerin ortaya çıkarılmasıdır.
- (9) TRAKYA CAM, ŞİŞECAM'ın düzcam faaliyetlerinin tümünü yürüten bir iştirakidir. TRAKYA CAM, temel camlar (düzcam, buzlu cam, ayna, lamine cam, kaplamalı cam, mimari projelere yönelik camlar), otomotiv camları ve diğer ulaşım araçları camları, enerji camları, beyaz eşya camları gibi hemen hemen tüm düzcam ürün gruplarında pazarda aktif olarak yer almaktadır. Gelen başvuruda düzcam ürünleri arasında herhangi bir ayrıma gidilmemiştir.

- (10) Geçmiş Kurul kararları incelendiğinde de düzcam ürününe ilişkin alt ürün pazarlarının ayrı pazarlar olarak tanımlanmadığı görülmektedir. Kurul'un *Trakya Cam-I* kararında¹; düzcamın çeşitli süreçler sonucu nihai ürün niteliği kazandığı, (örneğin, bir düzcam plakasının sadece uygun ebatlarda kesilerek çift camda kullanılabilmesi gibi; kaplama, temperleme gibi işlemlerden geçirilerek çok farklı alanlarda kullanılabilmesi), float teknolojisi sayesinde üretim standartlarına uyulduğu takdirde hattan alınan ilk ürünün nitelik ve kalite açısından farklılık göstermediği göz önünde bulundurularak ilgili ürün pazarı "düzcam pazarı" olarak tanımlanmıştır. Yine Kurul'un *Trakya Cam Sanayii A.Ş.*'nin Isıcam yetkili üreticileri, yetkili satıcılar ve sanayici müşteriler şeklinde adlandırılan müşteri gruplarıyla akdettiği sözleşmelere ve fiili uygulamalarına yönelik *Trakya Cam/Isıcam Muafiyet* kararında² ilgili ürün pazarı "düzcam pazarı" olarak belirlenmiştir. Benzer şekilde, detaylarına ileride yer verilen, TRAKYA CAM'ın yeni bayilik sisteminin incelendiği, Aralık 2015 tarihinde alınan *Trakya Cam/Düzcam Muafiyet* kararında³ da ilgili ürün pazarı "düzcam pazarı" olarak tespit edilmiştir.
- (11) Bu çerçevede, konuyla ilgili geçmiş Kurul kararları göz önünde bulundurularak, ilgili ürün pazarı "düzcam pazarı" olarak belirlenmiştir.

G.2.2. İlgili Coğrafi Pazar

- (12) İlgili coğrafi pazarın belirlenmesinde; teşebbüslerin ürün ve hizmetlerin arz ve talebi konusunda faaliyet gösterdikleri bölgeler baz alınmakla birlikte, rekabet koşullarının ilgili bölge içinde homojen olması ile bu koşulların komşu bölgelerden kolayca ayrılabilmesini sağlayacak ölçüde farklı olması şartı da aranmaktadır.
- (13) Sözleşme konusu ürünlerin tüm Türkiye'de dağıtım, pazarlama ve satışının yapılabildiği ve ülke genelinde rekabet koşullarında bölgeler bazında belirgin farklılıklar olmadığı göz önüne alındığında, yukarıda değinilen Kurul kararlarına da paralel şekilde, ilgili coğrafi pazar "Türkiye" olarak belirlenmiştir.

G.3. TRAKYA CAM ve Rakiplerin Pazardaki Konumu

- (14) Türkiye'de düzcam sektöründe üretici olarak faaliyet gösteren iki adet teşebbüs bulunmaktadır: TRAKYA CAM ve Düzce Cam San. Tic. A.Ş. (DÜZCE CAM). Bu iki teşebbüs haricindeki diğer firmalar üretici olmayıp düzcam ürününü yerli üreticilerden satın almakta veya yurt dışından ithal etmektedir.
- (15) Düzcam ürünlerinin son kullanıcıya ulaştırılmasında toptancılar ve cam ürününü işleyip satışını yapan cam işleyici teşebbüsler (sanayici) önemli rol oynamaktadır. Bunun yanı sıra pazarda faaliyet gösteren bu teşebbüslerin alt bayisi ve perakendecisi durumunda olan birçok daha küçük ölçekli teşebbüs de bulunmaktadır.
- (16) Kurul'un *Trakya Cam-I* kararında, yukarıda yer verilen tüm bu hususlar irdelenmiş ve TRAKYA CAM'ın, %70'lerin üzerinde seyreden pazar payı; pazara giriş engellerinin varlığı; yedi "float" hattının sağladığı portföy gücü; ŞİŞECAM grubunun parçası olmaktan kaynaklanan yüksek finansman kapasitesi; Isıcam markasının güçlü imajı ve grubun yıllardır piyasada tek üretici olmasının getirdiği güvenilirlik ile yürürlükte bulunan dış ticaret sınırlandırmaları gibi unsurların etkisiyle düzcam piyasasında güçlü bir biçimde hâkim durumda bulunduğu tespiti yapılmıştır.

¹ 17.11.2011 tarihli ve 11-57/1477-533 sayılı *Trakya Cam-I* kararı.

² 24.01.2013 tarih ve 13-07/73-42 sayılı *Trakya Cam/Isıcam Muafiyet* kararı.

³ 02.12.2015 tarih ve 15-42/704-258 sayılı *Trakya Cam/Düzcam Muafiyet* kararı.

17-42/670-298

- (17) Kurul'un *Trakya Cam/Isıcam Muafiyet* kararında ise yukarıda anılan kararındaki tespitlerin dayandığı pazar şartlarında dikkate değer bir değişiklik olmadığı değerlendirilerek TRAKYA CAM'ın ilgili pazarlarda önemli bir pazar gücüne sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
- (18) *Trakya Cam/Düzcamlar Muafiyet* kararında ise TRAKYA CAM'ın pazardaki konumunu tespit edebilmek amacıyla TRAKYA CAM ve rakiplerinin 2012 ila 2015 yılları arasındaki pazar payları değerlendirilmiştir. Bildirim Formu çerçevesinde 2016 yılının da dahil edildiği aşağıdaki Tablo 3'ten görüleceği üzere, TRAKYA CAM 2016 yılı itibarıyla satış tutarı üzerinden (.....) pay ile pazarın lider oyuncusu konumundadır. Pazarda TRAKYA CAM'ın tek yerli rakibi olarak faaliyet gösteren DÜZCE CAM'ın aynı dönemde payı (.....) olarak ithalatın payı ise (.....) oranında gerçekleşmiştir. Bu çerçevede TRAKYA CAM'ın tek rakibi olan yerli üretici DÜZCE CAM'ın yaklaşık yedi katı pazar payına sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 3: Düzcamlar Pazarındaki Teşebbüslerin Pazar Payları (Satış Tutarı, 000 TL)

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|--------------------------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Toplam Tüketim | 865.783 | 1.093.752 | 1.409.417 | 1.515.984 | 1.688.511 |
| TRAKYA CAM | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| DÜZCE CAM | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| İthalat | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| TRAKYA CAM Pazar Payı(%) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| DÜZCE CAM Pazar Payı(%) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| İthalat Pazar Payı(%) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |

Kaynak: Teşebbüsten elde edilen bilgiler

- (19) Kararda TRAKYA CAM'ın pazarda aldığı payın yanı sıra üretim kapasitesi bakımından Türkiye'nin en büyük üreticisi olduğu, kapasitesiyle cam sanayi yurtiçi üretim kapasitesinin %90'ını karşıladığı, ürün gamı ve çeşitliliğinin, mali güç ve marka bilinirliğinin yüksek olduğu, pazara giriş engellerinin ise ithalata konan kotalar ve ek mali yükümlülüklerin varlığı nedeniyle yüksek olduğu tespit edilmiştir.
- (20) İlgili kararda bu hususlar göz önünde bulundurulduğunda, TRAKYA CAM'ın düzcamlar pazarında rakipleri karşısındaki oldukça güçlü konumunu koruduğu değerlendirilmiştir.

G.4. Bildirim Konusu Sözleşmenin Kapsamı ve Niteliği

- (21) Bildirime konu "Yetkili Bayilik Sözleşmesi"nin (Sözleşme) TRAKYA CAM ile 19 bayi arasında imzalanması öngörülmektedir. İlgili Sözleşme kapsamında TRAKYA CAM, yetkili bayilere düzcamlar ürünlerini temin edecek, yetkili bayiler ise bu ürünlerin yeniden satışını gerçekleştireceklerdir.
- (22) 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin (2002/2 sayılı Tebliğ) "Kapsam" başlıklı 2. maddesinde dikey anlaşmalar "*Üretim veya dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren iki ya da daha fazla teşebbüs arasında belirli mal veya hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımı amacıyla yapılan anlaşmalar*" şeklinde tanımlanmaktadır.

- (23) Bildirime konu Sözleşme, sağlayıcı konumundaki TRAKYA CAM ile anlaşmanın amaçları bakımından TRAKYA CAM'a göre dağıtım zincirinin bir alt seviyesinde faaliyette bulunacak ve TRAKYA CAM'dan tedarik ettiği ürünlerin alt bayiler, perakendeciler, cam işleyiciler gibi müşterilere yeniden satışını yapacak yetkili satıcılar arasındaki tedarik ilişkisinin esaslarını ve yeniden satışın hangi koşullar çerçevesinde gerçekleştirileceğini düzenlemektedir. Bu bağlamda yetkili bayiler TRAKYA CAM'dan tedarik ettikleri düzcam ürünlerinin temel olarak toptan ticaretini yapacak, bu ürünlerin anılan müşterilere dağıtım ve satışını gerçekleştireceklerdir. Bu çerçevede bildirim konu Sözleşme, 2002/2 sayılı Tebliğ'in "Kapsam" başlıklı 2. maddesine göre dikey nitelik arz etmektedir.
- (24) Kurul, *Trakya Cam/Düzcam Muafiyet* kararında, bölge tahsisi, münhasırlık, rekabet etmeme yükümlülüğü, tavsiye fiyat, bayi yöneticiliği, yazılım gibi hükümler içeren bayilik sistemine:
- Aktif satışların sözleşme ile kısıtlandığı, pasif satışların ise ürünün kendine has özelliklerinden dolayı yok denecek düzeyde olduğu, buna bağlı olarak marka içi rekabetin ortadan kalktığı sözleşmelerde, markalar arası rekabetin de çok kısıtlı olması nedeniyle kısıtlamaların olumsuz etkisinin daha fazla olacağı⁴,
 - Tek elden dağıtımla tek elden satın alma yükümlülüğünün aynı anda getirilmesinin ise dikey anlaşmaya özgü etkinliklerin ortadan kalkmasına ve nihai tüketiciler açısından fiyatların yükselmesine yol açacağı⁵,
 - TRAKYA CAM'ın sahip olduğu pazar payı, kapasitesi, ürün gamı ve çeşitliliği, mali gücü ve marka bilinirliğiyle düzcam pazarında rakipleri karşısında oldukça güçlü bir konumda olduğu⁶, pazarda giriş engellerinin bulunduğu⁷, sözleşmenin yürürlüğe girmesiyle birlikte alt pazarda düzcam ürünün özellikle bölgeler arası ticaretinin zorlaşacağı⁸, sözleşme süresinin kısa olmasının tehdit olarak algılanabileceği⁹,
 - Yazılım ve bayi yöneticiliği sisteminin pasif satış olasılığını ve marka içi rekabeti olumsuz etkilediği,
 - tavsiye fiyat hükmünün alt pazarda bayiler arasındaki fiyat rekabetini olumsuz etkileyebileceği¹⁰

değerlendirmelerini yaparak bireysel muafiyet tanımamıştır.

- (25) Bunun üzerine taraflar, bayilik sözleşmede bazı değişikliklere giderek muafiyet tanınması için tekrar Kuruma başvurmuştur (İlk Sözleşme). İlk Sözleşme'de yetkili bayilerin ve TRAKYA CAM'ın satışlarına ilişkin bölge tahsisi ve münhasırlık, rekabet etmeme yükümlülüğü ve tavsiye fiyata ilişkin hükümler korunmuş; yazılım ve bayi yöneticiliğine ilişkin hükümler kaldırılmıştır. İlk Sözleşme'nin yine aynı şekilde 18 bayiyle, bir yıl süreliğine imzalanması planlanmıştır.

⁴ Prg. 59-64.

⁵ Prg. 64.

⁶ Prg. 74.

⁷ Prg. 86.

⁸ Prg. 98.

⁹ Prg. 101.

¹⁰ Prg. 105.

- (26) Anılan sözleşmenin incelemesi devam ederken taraflar sözleşme hükümlerinde önemli değişiklikler yaparak Kuruma yeni bir sözleşme sunmuştur (Son Sözleşme). Son Sözleşme'yle birlikte münhasırlık ve tavsiye fiyata ilişkin hükümler kaldırılmış; rekabet etmeme yükümlülüğü ise korunmaya devam etmiştir. Ayrıca sözleşme imzalanması planlanan bayi sayısı 19'a çıkarılmıştır. Bunun yanı sıra sözleşme süresi 2 yıla çıkarılmıştır. Aşağıda Tablo-4'te ilgili sözleşmelerin farklılıkları özetlenmiştir.

Tablo 4: Bayilik Sözleşmelerinin Karşılaştırılması

| Sözleşme Hükümleri | Trakya Cam/Düzcem Muafiyet Kararında Değerlendirilen Sözleşme | İlk Sözleşme | Son Sözleşme |
|--|---|--------------|--------------|
| Bölge Tahsisi ve Münhasırlık Hükümleri | + | + | - |
| Rekabet Etmeme Yükümlülüğü | + | + | + |
| Tavsiye Fiyat | + | + | - |
| Bayi Yöneticiliği | + | - | - |
| Yazılım | + | - | - |
| Sözleşme Süresi | 1 yıl | 1 yıl | 2 yıl |
| Bayi Sayısı | 18 | 18 | 19 |

Kaynak: Teşebbüsten gelen bilgiler.

- (27) Son Sözleşme'nin bayiye rekabet etmeme yükümlülüğü getiren '*Rekabet Etmeme Yükümlülüğü*' başlıklı 3.4. maddesi aşağıdaki gibi düzenlenmiştir:

"3.4.1. BAYİ, ŞİŞECAM DÜZCAM'ın ürettiği, sattığı, pazarladığı ürünlerin aynısını veya ürünlere benzer ve rakip nitelikteki ürünleri üretmez, ithal edemez, satamaz, dağıtamaz, stoklarında bulunduramaz ve tanıtımını yapamaz. BAYİ, şirket ortakları veya hissedarları veya çalışanları, ŞİŞECAM DÜZCAM'ın ürettiği, sattığı, pazarladığı ürünlerle rekabet halindeki Ürünleri üreten ve dağıtan şirketlere ortak olamaz, çalışan sıfatıyla görev ifa edemez ve bağlı şirketleri ile de bu tip faaliyetlerde bulunamaz."

3.4.2. BAYİ, ŞİŞECAM DÜZCAM'ın rakibi firmalara ait ürünlere ilişkin olarak ŞİŞECAM DÜZCAM'ın rakibi olan firmalardan bayilik, temsilcilik veya acentelik almayacak ve/veya söz konusu firmalarla benzeri ticari ilişkiler kurmayacaktır."

3.4.3. BAYİ, ŞİŞECAM DÜZCAM'ın rakibi bir firma tarafından üretilen, pazarlanan, dağıtılan veya üretilecek, pazarlanacak, dağıtılacak olan ürüne ait markayı veya bir rakip firmanın unvanını, logosunu içeren malzemeleri işyerinde, işletmesinde, dağıtım araçlarında veya müstemilatında bulundurmayacak, teşhir etmeyecek, bulundurmasında veya teşhir edilmesine izin vermeyecektir."

3.4.4. BAYİ, sözleşme konusu ürünler ve rakip ürünler dışında kalan ürünlerin BAYİ'liğini, ticaretini, üretimini alım-satımını yapmak ister ise, önceden ŞİŞECAM DÜZCAM'a yazılı olarak bildirimde bulunmak ve bu konuda bilgi vermek zorundadır..."

- (28) Son olarak, taraflar arasında akdedilen Sözleşme'nin 9.1. maddesinde yürürlük süresi düzenlenmektedir. Anılan maddede *"Sözleşme'nin süresi yürürlük tarihinden itibaren 2 (iki) yıldır ve Sözleşme bu sürenin sonunda, ŞİŞECAM DÜZCAM'ın ayrıca bir yazılı ve/veya sözlü bildirimde bulunması gerekmeksizin, kendiliğinden sona erecektir. ... ŞİŞECAM DÜZCAM'ın Sözleşme'nin süresinin sona ermesinden en az 3 (üç) ay önce Sözleşme'nin yenileneceğinin BAYİ'ye yazılı olarak bildirilmesi ve BAYİ'nin de ... 15 (on beş) gün içerisinde ... yenilenmesini kabul ettiğini yazılı olarak bildirmesi halinde, ... aynı hüküm ve şartlarla 1 (bir) yıl için yenilenmiş kabul edilir."* düzenlemesi yer almaktadır.

- (29) Yukarıda yer verilen bu bilgiler ışığında, bildirim konusu Sözleşme'nin rekabet etmeme yükümlülüğü içeren, ancak yetkili satıcılara münhasır bölge tahsisi ve bu kapsamda aktif ve pasif satış yasağı getirmeyen bir dağıtım anlaşması niteliği taşıdığı sonucuna ulaşılmıştır.

G.5. Değerlendirme

- (30) Üretim veya dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren teşebbüsler arasındaki dikey anlaşmaların olumlu yanlarının varlığı ile birlikte piyasadaki rekabet düzeyine olumsuz etkileri de olabilmektedir. Bu tür anlaşmalar bir taraftan etkin bir dağıtım sistemini temin ederken diğer taraftan piyasaya olası girişleri ve marka içi rekabeti engelleme gibi çeşitli rekabet sorunlarına da yol açabilmektedirler.
- (31) Dosya konusu anlaşmanın dikey nitelik arz eden bir anlaşma olduğu tespitine yukarıda yer verilmiştir. Başvuru sahibi, anılan dikey anlaşmaya muafiyet verilmesini talep etmektedir. Muafiyetin Genel Esaslarına İlişkin Kılavuz'da da belirtildiği üzere, bir anlaşmaya ilişkin Kanun kapsamındaki analizin şu aşamalardan oluşması gerekmektedir:
- “1. Anlaşmanın 4. madde kapsamında rekabeti kısıtlayıcı olup olmadığının tespiti,*
- 2. Anlaşma 4. madde kapsamında ise, grup muafiyeti tebliğlerinden faydalanıp faydalanamayacağına ilişkin incelenmesi,*
- 3. Anlaşma grup muafiyeti tebliğleri ile getirilen korumadan faydalanamıyor ise anlaşmanın bireysel muafiyet koşullarını sağlayıp sağlamadığının analizi.”*
- (32) Bu çerçevede, öncelikle bildirim konusu Sözleşme'nin rekabeti kısıtlayıcı olup olmadığının tespitine yer verilmektedir.

G.5.1. 4054 Sayılı Kanun'un 4. Maddesi ve 2002/2 Sayılı Tebliğ Kapsamında Değerlendirme

- (33) “Bildirim Konusu Sözleşmenin Kapsamı ve Niteliği” bölümünde de yer verildiği üzere, düzcama pazarında TRAKYA CAM ile yetkili satıcılar arasında imzalanması öngörülen Sözleşme yeniden satış fiyatının tespiti, yeniden satış fiyatına minimum sınır getirilmesi ve pasif satışların engellenmesi gibi dikey kısıtlamalar içermemektedir. Bununla birlikte, Sözleşme'nin 3.4. maddesiyle rekabet etmeme yükümlülüğü düzenlenmektedir. Bu çerçevede doğrudan ve dolaylı olarak rakip ürün üretmemeye, satmamaya ve pazarlamamaya yönelik kısıtlamalar getirilmektedir. Önceki bölümde yer verilen TRAKYA CAM'a ilişkin muafiyet kararları ve genel Kurul içtihatlarıyla sabit olduğu üzere bu kapsamda, söz konusu sözleşmenin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi uyarınca rekabeti kısıtladığı ve menfi tespit belgesi alamayacağı sonucuna ulaşılmıştır.
- (34) Bildirim konusu TRAKYA CAM ile bayiler arasında akdedilmesi planlanan Sözleşmenin, dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde bulunan teşebbüslerin, malların yeniden satış ve dağıtım amacını taşıması nedeniyle 2002/2 sayılı Tebliğ'e göre dikey anlaşma niteliğindedir. Dikey bir anlaşmanın 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesindeki yasaklamadan aynı Kanun'un 5. maddesinin üçüncü fıkrasına dayanılarak grup muafiyetine tabi tutulabilmesi için öncelikle sağlayıcının ilgili pazardaki pazar payının %40'ı aşmaması gerekmektedir. Bu kapsamda bahse konu Sözleşme'nin, düzcama pazarında sağlayıcı konumundaki TRAKYA CAM'ın sahip olduğu pazar payı açısından değerlendirilmesi gerekmektedir.

- (35) Yukarıda Tablo-3'te yer verildiği üzere, TRAKYA CAM'ın pazar payı, 2012 yılında %(.), 2013 yılında %(.), 2014 yılında %(.), 2015 yılında (.), 2016 yılında ise %(.) olarak gerçekleştiği tespit edilmiştir. Söz konusu verilerden görüleceği üzere düzcam pazarı bakımından Sözleşme'nin, Tebliğ'de belirtilen pazar payı eşiğinin aşılması nedeniyle grup muafiyetinden yararlanamadığı anlaşılmaktadır.
- (36) Pazar payı eşiğinin aşılması nedeniyle düzcam bakımından 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında grup muafiyetinden yararlanamayan bildirim konu Sözleşme'nin 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi çerçevesinde bireysel muafiyet değerlendirmesine tabi tutulması gerekmektedir.

G.5.2. 4054 Sayılı Kanun'un 5. Maddesi Kapsamında Değerlendirme

- (37) 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olan bir sözleşmenin, bu madde hükümlerinin uygulanmasından muaf tutulabilmesi için Kanun'un 5. maddesinde sayılan dört koşulun tamamının bir arada karşılanması gerekmektedir. Aşağıda düzcam pazarı bakımından bildirim konu Sözleşme'nin bu koşulları sağlayıp sağlamadığı değerlendirilmektedir.

a) Malların Üretim veya Dağıtım ile Hizmetlerin Sunulmasında Yeni Gelişme ve İyileşmelerin ya da Ekonomik veya Teknik Gelişmenin Sağlanması

- (38) 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (a) bendi çerçevesinde yapılacak değerlendirmede ortaya çıkacak yararlı etkilerin sadece işlemin tarafları için değil; ekonominin geneli için geçerli ve somut nitelikte olması gerekmektedir. Bu çerçevede örneğin dağıtım maliyetlerinin düşürülmesi, mal arzının, çeşitliliğin artırılması, arzın devamlılığının sağlanması, satış öncesi hizmet kalitesinin artırılması gibi olumlu etkiler ekonominin geneline yansıtacak somut etkiler olarak sayılabilecektir.
- (39) Bildirim Formunda ve sonrasında sunulan belgelerde, Sözleşme ile yukarıda sayılanlara benzer faydaların ortaya çıkmasının beklendiği ileri sürülmektedir. Buna göre, bayiler daha etkin ve yoğun bir şekilde örgütlenebilecekler, bölgelerindeki satış potansiyelini daha doğru biçimde değerlendirebileceklerdir. Diğer yandan bu sistemle bayilerin görünümüne, depo ve araçlarının standardizasyonuna, müşteri ziyareti programlamasına, ürün çeşitliliği ve bulunabilirliğine ve personel eğitimi gibi alanlara yatırım yapma güdeleri artırılarak yetkili bayiler arasında belli bir standardın sağlanması, hizmet kalitesinin artırılması ve böylelikle satış sürecinin optimize edilmesi beklenmektedir.
- (40) TRAKYA CAM açısından ise üretimden lojistiğe kadar birtakım fonksiyonlarda iyileştirmeler sağlanabilecektir. Tüketicilerin taleplerinin daha iyi okunması, etkin dağıtım kanalı ile özellikle yeni ürünlerin uç noktalara daha hızlı biçimde ulaştırılması, lojistik ve stok maliyetlerinin azaltılması, üretim planlamasında optimizasyon ve pazarlama faaliyetlerinde etkinlik artışı bu çerçevede ortaya çıkması beklenen faydalardır. Ayrıca TRAKYA CAM'ın düzcam ürününü daha etkin olarak yeniden satıcılara nakledebileceği öngörülmektedir. Düzcam pazarının alt bayi ve perakende seviyesinde çok fazla teşebbüs bulunmaktadır. TRAKYA CAM'ın cam sektöründe faal tüm teşebbüslere düzcam ürününü ulaştırabilmesi hem maliyet hem de kapasite açısından zorluk yaratabilmektedir. Bildirim konu Sözleşme ile TRAKYA CAM belirli sayıdaki bayiyeye düzcam ürününün nakliyesini yapacak, yetkili bayiler de ürünü daha alt gruptaki tüm teşebbüslere ulaştırabilecektir.

- (41) Bu noktada üretim planlamasında optimizasyon konusu önem arz etmektedir. Düzcam üretimi izabe teknolojisine dayalı enerji yoğun bir üretim alanıdır. Cam harmanları ergitme fırınlarında 1500-1600 °C dereceye kadar ısıtılarak ergimiş cam elde edilmektedir. Cam ergitme fırınları ortalama on beş yıl süreyle hiç söndürülmeden sürekli olarak sıcak tutulmak zorundadır. Bu nedenle işin doğası gereği, yüksek ısı enerjisi gerektiren izabe teknolojisi, kesintisiz üretim yapma zorunluluğu ve hassas hammadde kullanımı nedeniyle üretici açısından üretim hattı sayısının fazlalığı ilave bir avantaj sağlamamaktadır. Düzcam ürün yelpazesinde yer alan farklı ürünlerin üretimleri için kalınlık ve özellikle renk geçişlerinde ciddi üretim kayıpları yaşanmaktadır. Bu nedenle renkli ürün üretimleri yıl içinde kampanyalar şeklinde yapılmaktadır. Bu durum dönemsel stok seviyelerini ve stok maliyetini artırmaktadır. Dolayısıyla pazarda geniş ürün gamı ile hizmet veren üreticilerin ilave bir maliyet avantajı bulunmamaktadır. Bu bağlamda düzcamların çeşitliliği ve üretim sürecinin özellikleri, bu pazarda üretim planlamasını önemli bir unsur haline getirmektedir. Üretim maliyetlerinin yükselmemesi için üretim planlamasının iyi yapılması gerekmekte ve cam ürünlerinin bu özelliklerinden dolayı pazar talebinin öngörülebilirliği önem kazanmaktadır.
- (42) Bildirime konu Sözleşme ile yetkili bayilerin sadece TRAKYA CAM ürünlerine yoğunlaşarak gelen talebi daha doğru bir şekilde değerlendirme olanakları artacaktır. Bu durum ise, pazar hakkında daha doğru geri bildirim alan TRAKYA CAM'ın üretim planlamasını daha etkin yapmasını sağlayacaktır. Bu etkinliğin genel olarak ekonomiye yansıyan başlıca faydası talep eğilimleri doğrultusunda ürün çeşitliliğinin ve arzın devamlılığının sağlanmasıdır. Lojistik ve stoklama maliyetlerinin azaltılması ise eşlik eden diğer faydalar arasında sayılabilecektir.
- (43) Diğer yandan Sözleşme'ye konu ürünlerin dağıtımının yapılacağı alt bayi ve perakende satış noktalarının yaygınlığı da değerlendirilmesi gereken unsurlardan biridir. Düzcam ürünleri pazarında TRAKYA CAM'ın yetkili bayisi konumunda bulunan teşebbüslerle aynı segmentte bulunan teşebbüslerin sayısının 100'ün üzerinde olduğu, bu teşebbüslerin müşterisi durumunda bulunan alt bayilerin ve perakendecilerin ise çok daha fazla olduğu tahmin edilmektedir. Bu veriler düzcamların etkin bir şekilde dağıtılabilmesi için yaygın ve çok sayıda noktaya ulaştırılması gerekliliğine işaret etmektedir. Bildirime konu Sözleşme ile yetkili bayilerin belli bölge ve/veya müşteri gruplarına yoğunlaşmaları daha fazla sayıda noktaya ulaşmalarına, dağıtım ve lojistik faaliyetlerini daha iyi planlamalarına, ölçek ekonomilerinin ortaya çıkmasına ve dolayısıyla dağıtımın rasyonelleşmesine katkı sağlayabilecektir.
- (44) Ayrıca bildirime konu Sözleşme çerçevesinde yapılandırmak istediği yeni dağıtım sistemiyle TRAKYA CAM, yetkili bayilerin ve bunların hizmet kalitesinin belli standartlara kavuşmasını da hedeflemektedir. Sözleşmedeki düzenlemelerden, hizmet standartlarının sağlanmasına yönelik olarak, örneğin belli nitelikteki personelin istihdam edilmesinin, yetkili bayinin ve personelinin TRAKYA CAM'ın düzenleyeceği eğitim programlarına katılmasının, uygun bilgi sistemleri alt yapısının kullanılmasının, gerektiğinde depo kapasitesinin ve araç sayısının artırılmasının, yeni ürünlerin en uç noktalara kadar tanıtımının yapılmasının amaçlandığı görülmektedir. Bu çerçevede TRAKYA CAM'ın yetkili bayi sayısını 19'a düşürmesinin de ilgili yapılandırmanın başarısını arttıracak bir olgu olduğu öne sürülmektedir.
- (45) Yukarıda yapılan bu açıklamalar çerçevesinde, bildirime konu Sözleşme'yle 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (a) bendindeki koşulun sağlandığı kanaatine varılmıştır.

b) Tüketicinin Bundan Yarar Sağlaması

- (46) TRAKYA CAM Sözleşme ile faaliyete geçecek olan dağıtım yapılanmasının tüketicilere sağlayacağı en önemli faydanın, tüketicinin talep ettiği ürünlere en iyi kalitede, en hızlı ve en uygun bir biçimde erişebilme olanağına kavuşmaları olacağını belirtmektedir.
- (47) Bahse konu Sözleşme ile TRAKYA CAM'ın sayısı azaltılmış yetkili bayisi olma güdüsünün nihai satış noktası sayısına, ürün çeşitliliğine, arzın devamlılığına katkı sağlayarak tüketicinin farklı perakende satış noktaları ve aynı ya da farklı markalı ürünler arasındaki seçim özgürlüğünü artırabileceği ileri sürülmektedir. Ayrıca tüketici talebinin daha iyi tartılabilmesinin hem mevcut hem de yeni tasarlanacak ürünler bakımından tüketicilerin eğilimlerine cevap veren ürün arzını destekleyebileceği belirtilmektedir.
- (48) Bunun yanı sıra bildirim konu Sözleşme ile üretim planlamasının daha iyi yapılabilmesinden, lojistik ve stok yönetiminde etkinliğin artmasından ve dağıtımın rasyonelleşmesinden, hem sağlayıcı hem de yeniden satıcı/toptan dağıtım seviyesindeki maliyet tasarruflarının markalar arası ve marka içi rekabetin düzeyine de bağlı olarak tüketiciye olumlu yansımaları beklenmektedir.
- (49) Bahse konu Sözleşme ile tüketiciye olumlu yansımaları beklenen diğer bir konu tüketicinin aldatılmasının engellenmesidir. Düzcamlı ürünü fiziksel özelliklerinden dolayı tüketici tarafından gözle birbirinden ayırt edilememekte, sadece laboratuvar ortamında yapılan bir takım analizler neticesinde ayırt edilebilmektedir. Bunun sonucu olarak kaliteli düzcamlı ürünü almak isteyen bir müşteriye farklı bir düzcamlı ürünü verilerek, müşteri kolaylıkla aldatılabilmektedir. Nitekim TRAKYA CAM tarafından, tüketicilerin düzcamlı ürünü gözle ayırt edememesi neticesinde TRAKYA CAM ürünü olarak aldıkları ve şikâyetçi oldukları birçok ürünün aslında TRAKYA CAM ürünü olmadığı tespit edildiği belirtilmiştir. Bildirim konu Sözleşme sonucunda oluşturulacak yeni bayilik sistemi ile müşterilerin/tüketicilerin bu şekilde aldatılmasının önlenebileceği değerlendirilmektedir.
- (50) Yukarıda yer verilen açıklamalar çerçevesinde bildirim konu Sözleşme'nin tüketici açısından olumlu etkileri olabileceği ve dolayısıyla 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (b) bendindeki koşulun sağlandığı sonucuna ulaşılmıştır.

c) İlgili Piyasanın Önemli Bir Bölümünde Rekabetin Ortadan Kalkmaması

- (51) Daha önce ifade edildiği üzere, Sözleşme'de rekabet hukuku bağlamında ele alınabilecek kısıt yetkili satıcılara getirilen rekabet etmeme yükümlülüğüdür. Dikey Anlaşmalara İlişin Kılavuz'da¹¹ belirtildiği gibi, rekabet etmeme yükümlülüğünün pazar üzerindeki rekabeti bozucu etkilerini belirlemede önemli unsurların başında sağlayıcının pazardaki konumu gelmektedir. Sağlayıcının pazardaki konumunun yanında uygulanacak rekabet etmeme yükümlülüğünün kapsamı ve süresi de değerlendirmede önem kazanmaktadır. İlgili Kılavuz'a göre, sağlayıcının satışlarının bu tür sözleşmelerden kaynaklanan kısmı arttıkça, bir başka deyişle bağlı pazar payı arttıkça, pazarda kapama riski de artacaktır. Benzer şekilde rekabet etmeme yükümlülüğünün süresi arttıkça pazarın kapanması olasılığı da artacaktır. Pazar kapama etkisi değerlendirilirken ayrıca rakiplerin durumu, giriş engelleri, ticaretin seviyesi, ürünün niteliği, alım gücü gibi hususlar da göz önünde bulundurulmaktadır.

¹¹ Dikey Anlaşmalara İlişin Kılavuz, prg. 117-135.

(52) Sağlayıcı TRAKYA CAM'ın konumuna yukarıdaki bölümünde yer verilmiştir. Tablo 3'ten görüleceği üzere, TRAKYA CAM 2016 yılı itibarıyla satış tutarı üzerinden %(.....) pay ile pazarın lider oyuncusu konumundadır. Pazarda TRAKYA CAM'ın tek yerli rakibi olarak faaliyet gösteren DÜZCE CAM'ın aynı dönemde payı %(.....), ithalatın payı %(.....) oranında gerçekleşmiştir. Bu çerçevede TRAKYA CAM'ın tek rakibi olan yerli üretici DÜZCE CAM'ın yaklaşık yedi katı pazar payına sahip olduğu görülmektedir. Nitekim 14.12.2017 tarih ve 17-41/641-280 sayılı Kurul kararında da TRAKYA CAM'ın düzcam pazarında hakim durumda olduğu değerlendirilmiştir.

(53) Bununla birlikte, ilgili sözleşme hükmünün pazar kapama etkisi değerlendirilirken ele alınması gereken diğer konular aşağıda detaylıca incelenmektedir.

j) Rakip Teşebbüslerin Pazardaki Konumu

(54) TRAKYA CAM ve başlıca rakiplerin yıllar itibarıyla düzcam pazarında satış tutarı üzerinden sahip oldukları pazar payları yukarıda Tablo-3'te verilmiştir. Buna göre satış tutarı bazında TRAKYA CAM'ın Türkiye'de üretici olarak tek rakibi olan DÜZCE CAM'ın pazar payının 2012 ve 2013 yılında %(.....), 2014 yılında %(.....), 2015 yılında %(.....) ve 2016 yılında (.....) olarak gerçekleştiği görülmektedir. TRAKYA CAM ve DÜZCE CAM haricinde Türkiye'de başka üretici teşebbüs bulunmamaktadır. Ancak ithalatçı teşebbüsler de bulunmaktadır. Düzcam ürünüde ithalatın pazardaki payına bakıldığında, yıllar itibarıyla artış gösterdiği, satış tutarı bakımından 2012 yılında %(.....) iken 2016 yılında %(.....) olarak gerçekleştiği gözlenmektedir.

(55) Tablo 3'teki pazar payı verileri ele alındığında, TRAKYA CAM'dan sonra ikinci konumda bulunan ve tek yerli üretici olan DÜZCE CAM'ın pazar payının TRAKYA CAM'ın pazar payının çok gerisinde olduğu görülmektedir. İthalatçı konumda olan teşebbüslerin toplam pazar payları dahi yıllar itibarıyla artış gösterse de TRAKYA CAM'a göre hâlâ düşük sayılabilecek oranlarda seyretmektedir.

(56) Bu noktada ithalata uygulanan kotalar ve ek mali yükümlülükler önem kazanmaktadır. Ekonomi Bakanlığı tarafından yayımlanan İthalatta Korunma Önlemlerine İlişkin Tebliğ (Tebliğ No: 2015/6)'de 70.04 ve 70.05 gümrük tarife pozisyonlarında yer alan düzcam ürün çeşitleri ithalatında üç yıl süreyle; birinci dönemde ton başına 60\$, ikinci dönemde ton başına 55\$, üçüncü dönemde ise ton başına 50\$ ek mali yükümlülük şeklinde korunma önlemleri getirilmiştir. İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesine İlişkin Tebliğ (Tebliğ No: 2015/16) ile 70.04 kodlu emniyet camlarında Çin'e %63,7, İsrail'e %53,2 (CIF%) olmak üzere geçici önlemler yürürlüğe konulmuştur. Yine 2015/23 numaralı Tebliğ ile renksiz düzcam için İsrail'e %37,57 (CIF%) kesin önlem yürürlüğe konulmuştur. Yine 2013/24 numaralı Tebliğ ile renksiz düzcam için Romanya ülkesine %25 (CIF%) kesin önlem yürürlüğe konulmuştur. Bunun yanı sıra İran ülkesine cam ayna ürünüde 2017 yılına kadar miktar kısıtlaması önlemi uygulanmaktadır¹². Verilerden görüleceği üzere düzcam ürün çeşitlerinde farklı ülkelere muhtelif ek mali yükümlülükler veya kota uygulanarak ülkede ithalatın rekabetçi baskısı azaltılmaya çalışılmıştır

(57) Tablo-3'teki pazar payı verileri ele alındığında, Ekonomi Bakanlığı tarafından uygulanan ithal düzcam ürünlerinden korunma önlemlerine rağmen ithalatın pazardaki payının yıllar itibarıyla artış gösterdiği gözlemlenmektedir. Bu artışın temel nedeni diğer ülkelerdeki enerji maliyetinin Türkiye ile kıyaslandığında çok düşük olmasıdır. Düzcam üretiminin enerji yoğun bir üretim olması nedeniyle enerji, düzcam üretiminde en önemli maliyet kalemini oluşturmaktadır. Diğer ülkelerdeki düzcam üretiminde enerji maliyetinin çok düşük olması nedeniyle Türkiye'de ithal ürünlere koyulan ek mali yükümlülükler ve kotalara rağmen ithal ürünler girişini sürdürmektedir.

¹² <http://www.ekonomi.gov.tr/portal/faces/home/ithalat/ticaretPolitikasiSav/ithalat-KorunmaOnlemleri>.

- (58) Teşebbüsler sahip oldukları üretim kapasiteleri bakımından değerlendirildiğinde; TRAKYA CAM'ın 2 milyon tondan fazla üretim kapasitesi bulunmaktadır. DÜZCE CAM'ın ise yeni üretim hatlarıyla birlikte kapasitesinin (.....) ton civarında olacağı teşebbüs yetkilileri dosya kapsamında yapılan görüşmede belirtilmiştir.
- (59) Bu çerçevede düzcam ürünlerinde ülkede TRAKYA CAM'ın üretici olarak tek rakibi olan DÜZCE CAM'ın ve son yıllarda pazardaki toplam payları artmasına rağmen ithalatçı firmaların pazardaki payları bakımından halen TRAKYA CAM'ın oldukça gerisinde oldukları, bununla birlikte DÜZCE CAM'ın önümüzdeki dönemlerde yeni hatlarının faaliyete geçecek olmasının ve ithalatın pazardaki rekabet düzeyine olumlu etkisinin olacağı değerlendirilmektedir.

ii) Giriş Engelleri

- (60) Genel olarak düzcam ürünlerinin temel üretim teknolojisi dünya genelinde firmalar arasında önemli farklılıklar göstermemektedir. Ancak cam sanayii yüksek sermaye ve kurulum maliyetleri gerektiren bir üretim alanıdır. Düzcam pazarında özellikle makina-donanım hızlarının artması, enerji yoğun bir üretim olması ve kesintisiz üretim gerekliliği, ölçeklerin büyümesine neden olduğundan ulusal ve/veya uluslararası çapta faaliyet gösterebilmek için ölçek ekonomilerinden faydalanmak önemli hale gelmektedir. Bu çerçevede sektörde güçlü bir yer edinmek isteyen firmaların yüksek kapasiteli tesisler kurarak ölçek ekonomilerinden faydalanmaları gerekmektedir. Bu durumun sermaye ihtiyacını artırması, sürekli büyüme ve modernizasyon yatırımları gerekliliği ile ölçek ekonomilerinin geçerliliği pazara üretici olarak girişi zorlaştırmaktadır.
- (61) Cam sektöründe faaliyet gösteren teşebbüslerin rekabet güçlerini artırabilmek için alternatif hammadde ve süreç geliştirme, enerji tasarrufu sağlama ve katma değeri yüksek yeni ürünler geliştirmeye yönelik ar-ge yatırımları yapmaları gerekmektedir. Diğer yandan temel teknolojiyi ve buna destek veren yan teknolojileri kullanma becerisi, başka bir ifadeyle "know-how" birikimi de firmaların rekabetçi güçleri üzerinde etkili olan unsurlardan biridir.
- (62) TRAKYA CAM'ın marka bilinirliği bulunmakta ve Şişecam Grubu çatısı altında faaliyet göstermesi nedeniyle finansal güce sahip olduğu anlaşılmaktadır. Uzun yıllar boyunca üretici olarak pazara yeni giren bir oyuncu olmamıştır. Bununla beraber DÜZCE CAM, önümüzdeki dönemlerde yeni faaliyete sokacağı üretim hatlarıyla kapasitesini artırmayı planlamaktadır. Kapasitesinin ve ürün çeşitliliğinin artmasıyla DÜZCE CAM pazarda daha rekabetçi hale gelebilecektir.
- (63) Buna ek olarak pazar paylarına ilişkin bölümde değinildiği üzere, çevre ülkelerdeki enerji fiyatlarının ortaya çıkardığı bir ithalat imkânından bahsetmek mümkündür. Son dönemde ithalatçı teşebbüslerin pazardan aldığı paydaki artışın, pazardaki rekabet düzeyine katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

iii) Pazarın Olgunluk Seviyesi

- (64) Teknolojik gelişmenin düşük düzeyde olduğu, yeni ürünlerin ve markaların pazara sunulmadığı ve talebin genellikle sabit veya düşüşte olduğu pazarlar doymuş pazarlar olarak tanımlanmaktadır. Bu tip doymuş pazarlarda reaksiyon kabiliyetinin düşük olması sebebiyle gerek yatay gerekse de dikey anlaşmaların olumsuz etkileri dinamik pazarlara göre daha yüksek olabilmektedir.

- (65) Türkiye düzcam pazarı gerek kapasite ve tüketim artışları gerek yeni ürünlerin pazara sunulmasıyla gelişimini sürdüren bir pazardır. Tablo 3'teki toplam tüketim verileri ele alındığında, pazarın 2014 yılında %28, 2015 yılında %7,5, 2016 yılında %11,3 civarında büyüdüğü dolayısıyla talebin düzenli olarak arttığı söylenebilecektir. Temel üretim teknolojisi çok fazla değişmese de, firmalar üretim süreçlerini etkinleştirecek, maliyet tasarrufu sağlayacak teknolojilere yönelik ar-ge faaliyetlerinde bulunmaktadırlar. Ar-ge faaliyetlerinin önemli bir bölümü de yeni ve katma değeri yüksek ürünlerin geliştirilmesini amaçlamaktadır. Teknolojik ve teknik gelişmeler de tüketicinin talep eğilimlerini etkileyebilmekte, özellikle cam ürününü kullanan otomotiv ve inşaat sektörünün gelişimi, gün geçtikçe cam ürününe olan talebi artırmaktadır.
- (66) Düzcam pazarında özellikle renk ve ebat bakımından ürün çeşitliliği oldukça yüksek seviyededir. Yeni ürünler sürekli tüketicinin beğenisine sunulmaktadır. Tüketicilerin ürünlerde, hem fonksiyonellik, hem de estetik beklentileri artmaktadır. Dağıtım kanalları bakımından da pazar dinamik bir yapı sergilemektedir. Tüm bu gelişmeler birlikte değerlendirildiğinde, ülkemizde düzcam pazarının dinamik bir pazar olduğu söylenebilecektir.

iv) Ticaretin Seviyesi

- (67) Bildirime konu Sözleşme ile getirilen dikey kısıtların potansiyel etkilerinin değerlendirilmesinde dağıtım zincirinin hangi aşaması için öngörüldükleri önemli bir faktördür. Anlaşmanın toptancı seviyesindeki nihai ürünlerin satışına yönelik olduğu durumda, rekabetçi sorun ortaya çıkması, toptancılık çeşidine ve toptancı seviyesinde giriş engellerinin bulunup bulunmamasına bağlıdır. Şayet rakip üreticiler kendi toptancı sistemlerini rahatlıkla oluşturabiliyorlarsa gerçek bir kapama etkisi söz konusu olmayacaktır.
- (68) Sözleşme ile TRAKYA CAM'ın düzcam ürününün son kullanıcıya ulaştırılması sürecinde yer alan yeniden satıcı/toptancı, bunların alt bayisi ve perakende segmentlerinden sadece yeniden satıcı/toptancı segmenti hedef olarak belirlenmiştir. Sözleşme ile alt bayi ve perakende seviyede aktif ve pasif satışlara herhangi bir kısıtlama getirilmemiştir. Ayrıca dosya özelinde yetkili bayiler ile aynı segmentte faaliyet gösteren çok sayıda teşebbüsün varlığı (100'ün üzerinde) dikkat çekmektedir.
- (69) Diğer yandan dağıtım aşamasında, rakip teşebbüslerin kendi toptan dağıtım kanallarını kolaylıkla oluşturabildikleri ölçüde pazarın rakiplere kapatılması konusunda ciddi bir riskin ortaya çıkmaması beklenebilecektir. Bunun değerlendirilmesinde ise toptan dağıtım seviyesinde rakip sağlayıcıların yeni alıcılar yaratmalarının veya alternatif alıcılar bulmalarının kolay olup olmadığının dikkate alınması gerekmektedir.
- (70) Yer verildiği üzere düzcam ürünleri pazarında TRAKYA CAM'ın bayisi konumunda bulunan teşebbüslerle aynı segmentte bulunan teşebbüslerin (yeniden satıcı, cam işleyici) sayısının 100'ün üzerinde olduğu tahmin edilmektedir. Bildirime konu Sözleşmeyle birlikte TRAKYA CAM çalıştığı yetkili bayileri azaltmaktadır. Bir önceki yetkili bayilik sözleşmesinde 88 adet bayi varken yeni sözleşmeyle birlikte yetkili bayi sayısı 19'a düşürülmüş olmakta, 69 adet bayi ile yeniden sözleşme imzalanmamaktadır. Bu sayı 2013 yılındaki sözleşmeye göre 2016 yılında TAKYA CAM'ın yetkili bayi sayısında %80'lik bir küçülmeye gittiğini işaret etmekte, 69 adet yetkili bayinin TRAKYA CAM'dan bağımsız hale geldiği anlamını taşımaktadır.

- (71) Bunun yanında Sözleşme ile TRAKYA CAM yetkili satıcısı konumuna gelecek 19 bayinin 2014, 2015 ve 2016 yılları cam alım miktarları ve cam alım tutarları incelendiğinde TRAKYA CAM ürünleri dışında gerçekleştirdikleri kısıtlı alımlarının seneler içinde gittikçe azalarak 2016 senesinde neredeyse bitme noktasına geldiği gözlenmiştir. Bu durum ise rekabet yasağı ile getirilecek olan kısıtlamanın pazardaki muhtemel etkisinin sınırlı kalacağına işaret etmektedir¹³.
- (72) TRAKYA CAM'ın düzcam ürününün yetkili bayiler haricinde direkt olarak TRAKYA CAM'dan tedarik edilme olanağı da bulunmaktadır. Söz konusu Sözleşme'de TRAKYA CAM'ın yetkili satıcısı olarak 19 bayi belirlenmiş olsa da TRAKYA CAM'ın yalnız bu toptancılara cam satışı yapacağına dair bir madde yer almamaktadır. Bu kapsamda TRAKYA CAM, ürünlerinin toptan satışını yetkili bayiler aracılığıyla yapması beklenmekle birlikte, ihtiyaç duyulması halinde yüksek tutarda cam alışı yapacak sanayici müşterilere de cam tedarik edebilecektir.
- (73) Yapılan bu açıklamalar çerçevesinde; bildirim konu Sözleşme ile sadece yeniden satıcı/toptan seviyede rekabet etmeme yükümlülüğü getirilmesinin, yeniden satıcı/toptancı bayiler üzerinde başkaca herhangi bir kısıtlamanın olmamasının, yetkili bayiler ile aynı segmentte faaliyet gösteren çok sayıda teşebbüsün varlığının, Sözleşme'nin rekabet etmeme yükümlülüğünden kaynaklanan olumsuz etkisini azalttığı değerlendirilmektedir.

v) Sözleşme Süresi

- (74) Sözleşme ile getirilen rekabet etmeme yükümlülüğünün pazar üzerinde yarattığı olumsuz etkilerin değerlendirilmesinde ele alınan faktörlerden bir diğeri de sözleşmenin süresidir. Nitekim sağlayıcıların bir alıcıyı kendilerine bağlamak için başta giriştikleri rekabet bu yükümlülüklerin olumsuz etkilerini hafifletebilmektedir. Sağlayıcının, alıcıya getirdiği rekabet etmeme yükümlülüğünün süresi azaldıkça, bu hafifletici etki artış göstermektedir. TRAKYA CAM'ın yetkili bayilerine getirdiği rekabet etmeme yükümlülüğünün süresi Sözleşme süresine bağlı olarak iki yıldır. Sözleşme birer yıllık dönemler halinde hem TRAKYA CAM'ın hem de yetkili bayilerin bu yöndeki açık irade beyanlarıyla yenilenebilmektedir. Diğer bir ifadeyle yetkili bayiler herhangi bir ek maliyetle karşı karşıya gelmeksizin ilk olarak iki yıllık sözleşme süresinin sonunda, sonrasında da her bir yıllık dönemin ardından serbest kalabilmektedirler. Bu sürenin sonunda TRAKYA CAM'ın rakiplerinin, yetkili satıcıları kendi ürünlerini dağıtmaya ikna etmek için pazarlık şansı bulunmaktadır. Uzun olmayan dönemler halinde bu pazarlık sürecinin gündeme gelecek olması rekabet etmeme yükümlülüğünün olumsuz etkilerini hafifletici bir unsurdur.
- (75) Yukarıda başlıklar halinde yapılan açıklamalar çerçevesinde; bildirim konu Sözleşme ile sadece yeniden satıcı/toptan rekabet etmeme yükümlülüğü getirilmesi, perakende düzeyinde herhangi bir kısıtlamanın olmaması, yetkili bayiler ile aynı segmentte faaliyet gösteren çok sayıda teşebbüsün varlığı, düzcam pazarında ürün ve dağıtım kanalları bakımından pazarın dinamik bir yapı sergilemesi ve benzeri unsurlar dikkate alındığında, bildirim konu Sözleşme ile pazarın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kaldırılmayacağı kanaatine varılmıştır.

¹³ Bkz. 14.12.2017 tarihinde alınan 17-41/641-280 sayılı karar.

d) Rekabetin (a) ve (b) Bentlerindeki Amaçların Elde Edilmesi için Zorunlu Olandan Fazla Sınırlanmaması

- (76) 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (d) bendindeki koşulun karşılanabilmesi, rekabetin kısıtlandığı anlaşmayla amaçlanan etkinliklerin elde edilebilmesi için rekabetin zorunlu olandan fazla kısıtlanmamasına bağlıdır. Bu nedenle Sözleşme'de yer alan her kısıtlamanın amaçlanan etkinliğe ulaşılabilmesi için gerekli olması gerekmektedir.
- (77) Sözleşme'de yer alan kısıtlama rekabet etmeme yükümlülüğüdür. Taraflar ilgili hükmün sözleşmeden doğan etkinliklerin korunması için gerekli olduğunu ileri sürmektedir. Sözleşme'deki bu hüküm pazarın diğer rakiplere kapanması riskini beraberinde getirebilmektedir. Bildirime konu Sözleşme bakımından bu durum ele alındığında; TRAKYA CAM pazarda 100 üzerinde olduğu tahmin edilen yeniden satıcı/toptancı seviyesinde teşebbüsten sadece 19'uyla sözleşme imzalayacak, geri kalan teşebbüsler TRAKYA CAM'ın rakipleri ile istediği şekilde ticaretine devam edebilecektir. Ayrıca pazarda faaliyet gösteren bu teşebbüslerin alt bayisi ve perakendeci durumunda olan birçok teşebbüs de bulunmaktadır. Perakende seviyede ise herhangi bir kısıtlama söz konusu değildir. Dolayısıyla Sözleşme kapsamında pazarın diğer rakiplere kapatılması olasılığının düşük olduğu değerlendirilmektedir.
- (78) Bu noktada *Trakya Cam/Düzcamlar Muafiyet* kararına değinilmesinde yarar görülmektedir. Mezkur karara konu edilen Sözleşmede; bölge tahsisine, münhasırlığa ve dolayısıyla aktif satış sınırlamasına, tavsiye fiyata, TRAKYA CAM tarafından yetkili bayilere, bayilerde konumlanacak ve hemen hemen bayilerin tüm satış planlamasını ve stratejisini belirleyip kontrol edecek *bayi yöneticisi* atanmasına, bayilere yüklenecek ve TRAKYA CAM'ın sistemi ile entegre edilecek olan yazılım sistemi sayesinde kime, hangi fiyattan ne ürün satıldığının tespit edilmesiyle pasif satışların zorlaştırılmasına yönelik hükümlerin bulunduğu görülmektedir. Sonuç olarak ilgili kararda Sözleşme'nin 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan şartların tamamını karşılamaması nedeniyle bireysel muafiyet alamayacağına hükmedilmiştir. Ancak işbu bildirim konu Sözleşme'de sayılan hükümlerin kaldırıldığı ve ilgili kararda bayiler tarafından bir tehdit unsuru olarak algılanabileceği değerlendirilen kısa sözleşme süresinin (bir yıl) iki yıla çıkarıldığı görülmektedir.
- (79) Yukarıda yer verilen bu açıklamalar çerçevesinde bildirim konu Sözleşme ile 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilebilmesi için rekabetin zorunlu olandan fazla kısıtlanmadığı kanaatine varılmıştır.
- (80) Sonuç olarak, bildirim konu Sözleşme'nin 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan şartların tümünü sağladığı, bu nedenle de sözleşme süresince bireysel muafiyetten yararlanabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

H. SONUÇ

(81) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre,

- Trakya Cam Sanayii A.Ş. ile yetkili satıcılar/bayiler arasında imzalanması öngörülen "Yetkili Bayilik Sözleşmesi"nin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olduğuna,
- Söz konusu sözleşmenin, 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin 2. maddesinin ikinci fıkrasında belirlenen pazar payı eşiğinin aşılması nedeniyle aynı Tebliğ kapsamında grup muafiyetinden yararlanamayacağına,
- Bununla birlikte "Yetkili Bayilik Sözleşmesi"ne 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan koşulların tamamını karşılaması nedeniyle sözleşme süresince bireysel muafiyet tanınmasına,

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