

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

**REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2011-4-45

(Muafiyet)

Karar Sayısı : 11-51/1288-453

Karar Tarihi : 05.10.2011

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

**Başkan** : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI

**Üyeler** : Doç. Dr. Mustafa ATEŞ, İsmail Hakkı KARAKELLE, Doç. Dr. Cevdet İlhan GÜNAY, Dr. Murat ÇETİNKAYA, Reşit GÜRPINAR

10 **B. RAPORTÖRLER** : Mehmet YANIK, Esin AYGÜN, Zeynep ŞENGÖREN

**C. BİLDİRİMDE**

**BULUNAN**

: Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş.

Temsilcisi: Dr. Aydın ÖZTUNALI, Dr. Kemal Tahir SU

Turan Güneş Blv. No:63/1 Yıldız/Ankara

**D. DOSYA KONUSU:** Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş. (Tofaş) ile Fiat Group Automobiles SpA (Fiat) arasında akdedilmiş olan "Ürün Geliştirme, İmalat ve Tedarik Anlaşmasının" Adam Opel GmbH (Opel)'nin katılımı ile değişik haline menfi tespit belgesi verilmesi veya muafiyet tanınması talebi.

20 **E. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına en son 26.09.2011 tarih ve 6710 sayılı ile giren başvuru üzerine düzenlenen 28.09.2011 tarih ve 2011-4-45/MM-11-140.MY sayılı Muafiyet Ön İnceleme Raporu 30.09.2011 tarih ve REK.0.18.00.00-130.01.03/473 sayılı Başkanlık Önergesi ile 11-51 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

**F. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda, bildirim konusuna ilişkin olarak;

- Fiat ve Tofaş Türk arasında yapılan "Ürün Geliştirme, İmalat ve Tedarik Anlaşması"nın, bazı hüküm ve şartlarını değiştirmeye ve düzeltmeye yönelik olarak imzalanan tadil metninin, Fiat ve Opel arasında gerçekleşen "Doblo Araç Tedarik Anlaşması" ile birlikte değerlendirilmesi sonucunda, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi anlamında teşebbüsler arası anlaşma olduğunun belirlendiği,

30 - Bununla birlikte, bildirim konusu Anlaşma'nın, 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde öngörülen şartları taşıyor olması nedeniyle, "Ürün Geliştirme, İmalat ve Tedarik Anlaşması"na 5 yıl süre ile muafiyet tanınmasının uygun olacağı,

görüşüne yer verilmiştir.

**G. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME**

**G.1. İlgili Pazar**

**G.1.1. Ürün Pazarı**

40 Motorlu taşıtlar sektörüne ilişkin olarak, mevzuata sahip Avrupa Birliği Komisyonu, binek otomobiller ve izin verilebilir ağırlığı 3,5 tona kadar olan hafif ticari araçlar ile ağırlığı 3,5 tonun üzerindeki ağır ticari araçlar arasında belirgin bir ayrıma gitmekte ve örneğin motorlu taşıt dağıtımını düzenleyen 1400/2002 sayılı Tüzüğü'nde, her iki grupta yer alan araçların dağıtımını farklı kurallara tabi tutmaktadır. Her iki grupta yer alan araçlar arasında teknik özellikler, kullanım amaçları ve tüketici yapısı bakımından önemli farklılıklar bulunmaktadır ve her iki grubun birbirine ikame teşkil etmediği net bir biçimde kabul görmektedir.

## 11-51/1288-453

3,5 ton altı araçlar için ise, talep ikamesi açısından bakıldığında, yukarıda ifade edilen ayırım kadar net olmasa da ikinci temel ayırımın, kişisel kullanıma yönelik otomobiller ile ticari kullanıma yönelik olan hafif ticari araçlar arasında yapılması doğru olacaktır. Son yıllarda, hafif ticari araçlardaki teknolojik gelişmeler neticesinde, bunların belli ölçülerde alt sınıf binek otomobilleri ikame etmeye başladığı sektörde yaygın olarak ifade edilen bir görüş olsa da, özellikle ülkemizde, her iki grup arasında talep ikamesi bakımından belirleyici rol oynayan bazı temel farklılıkların bulunduğu görülmektedir.

- 50 En önemli farklılık her iki grubun vergilendirilmesinde ortaya çıkmaktadır. Vergi yüklerindeki farklılık, bu iki grupta yer alan araçların satış fiyatlarında önemli farklılıklara yol açmaktadır. Ayrıca, kamyonet türündeki hafif ticari araçların, İstanbul'da Boğaziçi Köprüsü'nü kullanmasını, bazı şehirlerde ise belirli saatlerde şehir merkezlerine girişini yasaklayan düzenlemeler bulunmaktadır. Tüm bu faktörler, iki grup arasındaki ikame edilebilirliğinin marjinal düzeyde kalmasına ve otomobiller ile hafif ticari araçların farklı pazarlar olarak birbirinden ayrılmasına neden olmaktadır.

Hafif ticari araç kavramının, son yıllarda sektörde de ayrı bir ürün grubu olarak kabul gördüğü ve sektörde yer alan kuruluşların, pazar payı ve diğer istatistikî veriler bakımından bu ayrımı esas aldığı görülmektedir.

- 60 Bu doğrultuda, inceleme konusu bakımından, ilgili ürün pazarı "hafif ticari araçlar pazarı" olarak belirlenmiştir.

### G.1.2. İlgili Coğrafi Pazar

Dosya mevcudu bilgiler çerçevesinde, ilgili coğrafi pazar "Türkiye" olarak tespit edilmiştir.

### G.2. Bildirime Konu Anlaşma: "Ürün Geliştirme, İmalat ve Tedarik Anlaşması"

- 70 Bildirim Formunda yer alan bilgilere göre, bildirim konu Anlaşma, ilk olarak "Ürün Geliştirme, İmalat ve Tedarik Anlaşması" adıyla Fiat ve Tofaş arasında 15.10.2007 tarihinde imzalanmıştır. Fiat ile Opel GmbH'in (Opel) belirli araçların Opel'e tedariki hususunda anlaşmaları üzerine, son yapılan değişiklikle, Anlaşma'nın bu çerçevede değiştirilmesi gündeme gelmiştir. Buna göre taraflar, belirli ülkelerde satışı, dağıtım ve servisi Opel yetkili dağıtım ağı üzerinden yapılacak olan ve Opel markalarını taşıyan Opel araçlarının Tofaş tarafından üretiminin yapılarak Opel'e tedarik edilmesi hususunda anlaşmışlardır. Anlaşma 29.11.2010 tarihinde imzalanmıştır ve 2018 yılının sonuna kadar yürürlükte kalması öngörülmüştür. Dolayısıyla, taraflar aralarında geliştirmiş oldukları belirli bir model ticari aracın pazara giriş yapmak isteyen Opel'e belirli koşullarda tedarik edilmesi amacıyla anlaşmışlardır.

- 80 Bildirime konu Anlaşma neticesinde, Türkiye de dâhil olmak üzere belirli ülkelerde satış, pazarlama ve servis hizmetleri Opel yetkili dağıtım sistemi tarafından gerçekleştirilmek üzere, Tofaş tarafından Opel'e belirli bir model ticari araç tedarik edilecektir. Anlaşma'nın, sadece anlaşma konusu ticari araçların tedarik aşamasına ilişkin olduğu ve söz konusu araçların Vauxhall, Holden, Chevrolet markaları ve Opel'in sahip olduğu başka olası herhangi bir marka altında Opel yetkili dağıtım sistemi tarafından pazarlanacağı açıklanmaktadır. Dolayısıyla, bildirim konu Anlaşma ile Opel'in ticari kararlarına herhangi bir sınırlama getirilmediği gibi, Tofaş'ın aynı model araçları satış ve pazarlamasına ilişkin olarak da herhangi bir sınırlama öngörülmediği belirtilmektedir.

Anlaşma'nın hükümleri incelendiğinde, anlaşma tarihi itibarıyla Fiat'ın ve Opel'in, Fiat'ın Opel'e Tofaş tarafından Opel için fabrikada imal edilen ve montajı yapılan Opel araçlarını tedarik edeceği hususunu kararlaştırdıkları, belirli ülkelerde belirli Opel markalarını taşıyan Opel araçlarının satışının, dağıtımının ve servisinin Opel yetkili dağıtım ağı üzerinden

## 11-51/1288-453

90 yapılacağı ifade edilmektedir. Bu kapsamda Fiat ve Tofaş, “Ürün Geliştirme, İmalat ve Tedarik Anlaşması”nın bazı hüküm ve şartlarını değiştirmeye ve düzeltmeye yönelik olarak bir anlaşma imzalamışlardır.

Öncelikle, “Ürün Geliştirme, İmalat ve Tedarik Anlaşması”na yeni tanımlar eklenmiş ve süresi uzatılmıştır. Esas itibariyle en önemli değişiklik, üretim yapılacak araçlar için ayrılmış olan kapasite bakımından gerçekleşmiştir. Bu kapsamda tadil metninin 3.2. maddesinde aşağıdaki hükme yer verilmiştir:

...

Tadil Anlaşması'nın 4.2. maddesinde ise ...

Bundan başka yapılan Tadil Anlaşması'nda, Opel araçların pazarlanması ve faturalanması ile ilgili düzenlemeler getirilmiştir. Tarafların Türkiye'den satılacak Opel araçları ve onların yedek parçaları bakımından kabul ettikleri ilkeler ise aşağıda yer almaktadır:

100 ...

Tadil Anlaşması'nın 5. maddesi ile sabit varlık yatırımlarındaki ve Ar&Ge maliyetlerindeki değişiklik düzenlenmiştir. ... Bundan başka, işlemin mali ve ekonomik yönlerindeki değişikliğe de yer verilmiş ve fazla üretimin yapılmasının gerekli olduğu hallerde taraflara ayrılmış olan kapasitenin nasıl kullanılacağı düzenlenmiştir.

Tadil Anlaşması'nın 7. maddesi gizliliğe ilişkindir. Fiat ile Opel Arasında Gerçekleşen “Doblo Araç Ürün Tedarik Anlaşması”na ilişkin bilgiler gizli bilgi olarak kabul edilmiş ...

110 Anlaşma'nın Türkiye'de hayata geçirilmesinin nedeni, Bildirim Formu'nun 6.4. maddesinde ..., bu sayede ulaşılabilecek ekonomik ölçek neticesinde şirketin verimliliğinin artması, birim maliyetlerinin düşmesi ve bu yolla rekabetçi bir fiyat ortamının yaratılması olarak ifade edilmektedir. Bildirim formunda, gerçekleştirilen üretimin %... bölümünün ihracata yönelik olacağı ve üretimin ... kısmının iç pazara sunulacağı ifade edilmektedir.

### **G.3. Fiat ile Opel Arasında Gerçekleşen “Doblo Araç Ürün Tedarik Anlaşması”**

Yapılan ticari araç üretim anlaşmasının tarafları, Opel ve Fiat olup, Türkiye'de faaliyet gösteren General Motors Türkiye Ltd. Şti. Anlaşma'ya taraf değildir.

GM Türkiye'nin konu hakkındaki yazısında ve şirket yetkililerinin raportörlere yaptıkları açıklamada, Anlaşma ile kazanılması amaçlanan faydaların neler olduğu hususunda bilgi verilmiştir. Bu çerçevede; hâlihazırda satılmakta olan Opel Combo'nun üretimine 2001 yılında başladığı ve başlangıçta ürün yaşam döngüsünün 8 yıl olarak planlandığı ...

120 Yetkililerce, aynı zamanda, mevcut Combo'nun sadece basit ürün geliştirmeleri ile satışının devam etmesine olanak bulunmadığı ifade edilmiştir. Yürürlükte olan Avrupa Birliği düzenlemeleri sebebi ile, Euro V emisyon standartlarına ulaşılması ve yaya koruma sistemlerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Bu nedenle, Combo'nun binek araç olarak üretiminin 2010 yılının sonunda, Euro V emisyon standardının binek araçlar için zorunlu olması ile durdurulduğu, ticari araçlar için de benzer uygulamanın, 2012 yılının Ocak ayından itibaren yürürlüğe konulacağı belirtilmiştir. ... Bu nedenle Combo modeli günümüz ihtiyaçlarının gerisinde kalmıştır.

130 Bu kapsamda, Fiat ile yapılan anlaşma, Opel'in aksi takdirde içinde birkaç yıl yer alamayacağı bir araç segmentinde var olmasını sağlamaktadır. ... Yapılan Tedarik Anlaşması'na göre, Opel yeni Combo modelini 2012 yılının başında pazara sunabilecektir. ... GM Türkiye yetkilileri, yeni bir aracın geliştirilmesi sürecinin yaklaşık 6-7 yıllık bir zamanı gerektirdiğinden bahsetmişlerdir.

## 11-51/1288-453

Opel, Doblo Tedarik Anlaşması'nı, rekabetçi konumunu korumak yolunda önemli bir vasıta olarak görmektedir. ... Tedarik Anlaşması, katı bir şekilde sadece aracın üretimini kapsamaktadır. Yeni Combo ve Doblo modellerinin dağıtım ve pazarlama faaliyetleri, tamamen ayrı kalmaya devam edecektir. Dolayısı ile Combo ve Doblo, Türkiye de dâhil olmak üzere, tüm pazarlarda rekabet halinde bulunacaktır. Buna ek olarak, hafif ticari araçlar pazarında Opel ve Fiat, diğer başka modelleri ile de çetin bir rekabet halindedir (Opel, Vivaro ve Movano modelleri, Fiat, Scudo, Ducato, Fiorino ve Strada ile).

140 Anlaşma dâhilinde taraflar arasındaki bilgi paylaşımı konusunda, kontratın 2.4 maddesi temel kuralı tanımlamaktadır:

*"Bu Anlaşma'nın Tarafları arasındaki bilgi aktarımı, bu Anlaşma'nın uygulanması için gerekli olan bilgilerin paylaşımı ile kısıtlıdır. Taraflar bilhassa pazarlama, stratejiler, müşteri fiyatlandırma, marjlar vs. konularında bilgi paylaşmamalıdır."*

Bu noktadan hareketle taraflar aşağıdaki bilgileri paylaşacaklardır:

1. Genel üretim ihtiyaçlarını belirlemek için ürün özellikleri, mevcut opsiyonlar, teknik, güvenilirlik ve araç performans özellikleri. Aynı zamanda paylaşılan bu bilgiler aşağıdaki konuları da içerebilir:

a. Ülkeye özgü yerel pazar, hukuki ya da homologasyon ihtiyaçlarını karşılama doğrultusunda bilgi ve maliyet.

150 ...

2. Opel aracının Fiat aracından ayırt edilmesini sağlayacak spesifik özelliklerin, ... bilgi.

3. Üretim planlama ve sipariş verme amaçları doğrultusunda, Opel, Fiat'ı ... bilgilendirecektir. Opel aynı zamanda Fiat'ı servis parça ihtiyacı konusunda da bilgilendirecektir. Paylaşılan bilgiler, Fiat'ın yeni araç ve yedek parça üretimi ile ilgili olarak ihtiyaç duyacağı bilgiler ile sınırlıdır. ... amacı, Opel'in kendisi tarafından ödenen üretim kapasitesinin Fiat tarafından kullanılmadığından emin olmasının sağlanmasıdır. Fiat aynı zamanda Opel'i olası üretim kısıt koşullarından da haberdar edecektir.

160 4. ... fiyatları, çelik ve döküm demir fiyatlarında meydana gelebilecek değişikliklere bağlı olarak yeniden ayarlanabilir. Böyle bir durumda, Fiat bağımsız bir denetçiye başvurarak (Opel'e değil), fiyat ayarlama taleplerinin değerlendirilmesini isteyecektir.

5. ..., Opel Fiat'ı, Fiat'ın sorumlu olduğu ürün hatalarının tespitini ve tamirini sağlamak için standardize edilmiş bayi işçilik ücretleri hakkında bilgilendirecektir.

6. Fiat, Opel'e aracın servis hizmetlerinin sağlanması amacı ile gerekli verileri sağlayacaktır.

### G.4. Değerlendirme

#### G.4.1. Rakipler Arası Anlaşmaların 4054 sayılı Kanun ve İlgili Mevzuat Kapsamında Genel Olarak Değerlendirilmesi

170 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi teşebbüsler arasında rekabeti kısıtlama amacı veya etkisi olan anlaşmaları yasaklamaktadır. Anlaşmanın rekabeti sınırlayıcı amaca sahip olup olmadığı, anlaşma maddelerinden anlaşılabilirken, rekabeti sınırlayıcı etkinin ortaya konabilmesi için ayrıntılı bir inceleme gerekmektedir. Bir anlaşmanın rekabeti kısıtlayıcı etkisi olup olmadığını değerlendirilmesinde, anlaşmanın içeriği, ulaşmaya çalıştığı amaçlar ve parçası olduğu ekonomik ve hukuki bağlam dikkate alınmaktadır. Rekabet hukukunun amaçladığı, pazarda faaliyet gösteren her bir teşebbüsün kararlarını bağımsızca verebilmesidir. Anlaşma sonucunda taraflardan en az birinin pazardaki davranışının,

## 11-51/1288-453

180 anlaşmada getirilen yükümlülükler veya teşebbüslerin piyasa güdülerinin değiştirilmesi yoluyla etkilenmesi; karar alma özgürlüğünün kısıtlanması ve aynı zamanda rekabetin kısıtlanması anlamını da taşımaktadır. Bu bağlamda, tarafların anlaşma sonucunda kârlı bir fiyat artırımına gidebilmesi ya da üretim miktarı, ürün kalitesi, ürün çeşitliliği veya inovasyonu azaltması mümkün olabilecektse, ilgili pazarda rekabeti kısıtlayıcı etkiler meydana gelebilir. Bu durum, anlaşmanın doğası ve içeriği, tarafların tek başına veya ortaklaşa belirli bir düzeyde pazar gücü elde etme derecesi ve anlaşmanın pazar gücünün oluşması, sürdürülmesi veya güçlendirilmesine ya da tarafların pazar gücünü kötüye kullanmasına ne ölçüde olanak sağladığı gibi çeşitli etkenlere bağlı olacaktır.

190 Rekabeti kısıtlayıcı anlaşmalar, pazarda aynı seviyede faaliyet gösteren teşebbüsler arasında gerçekleşebileceği gibi, pazarın farklı seviyelerinde bulunan teşebbüsler veya farklı pazarlardaki teşebbüsler arasında da gerçekleşebilmektedir. Pazarın aynı seviyesinde faaliyette bulunan gerçek veya potansiyel rakip olarak nitelendirilebilecek teşebbüsler arasında oluşturulan yatay işbirliği anlaşmaları ise, rekabet hukukunun büyük bir titizlikle yaklaştığı bir alanı oluşturmaktadırlar. Avrupa Birliği'nde rakipler arasında gerçekleşen bu tür işbirliği anlaşmaları, Avrupa Komisyonu'nun Yatay İşbirliği Anlaşmalarına İlişkin Rehberi (Yatay İşbirliği Rehberi) (*Guidelines On The Applicability of Article 101 Of The Treaty On The Functioning Of The European Union To Horizontal Co-Operation Agreements*) doğrultusunda değerlendirilmektedir. Söz konusu rehberde, esasen çeşitli faydalı etkiler de doğurabilecek dolayısıyla muafiyet tanınabilecek yatay işbirliği anlaşmalarının Ar-Ge anlaşmaları, ortak üretim anlaşmaları, ortak alım anlaşmaları, ticarileştirme anlaşmaları ve standartlaştırma anlaşmaları şeklinde örneklendirildiği görülmektedir. Dikkat edilirse, rakipler birçok alanda işbirliğine gidebilirken ve bunlar arasında kartellerin de sayılması mümkünken rehberde sadece belirli özellikteki anlaşmalara ilişkin açıklamalara gidilmiştir. Bazı tipteki anlaşmaların rekabet açısından hassas nitelikler taşıması ve çeşitli sorunlara neden olması sebebiyle bir

200 yönlendirme ve açıklama yapmaktan kaçınılmıştır. Rakipler arası ürün tedarik anlaşmaları da bu türdendir. Pazarda satışa çıkarılmış bir ürünün rakip tarafından satın alınmasına engel bir durum olmamakla birlikte, rakiplerden birinin kendisinin satacağı ürünü rakipten temin etmesi, doğrudan rekabet sorunlarına neden olacak bir eylemdir. Çünkü rekabet temelde teşebbüslerin bağımsızca yapmaları gereken bir eylemdir.

210 Yatay işbirliği anlaşmaları fiyat tespiti, arz miktarının belirlenmesi, pazar veya müşteri paylaşımı, pazar gücünün doğmasına zemin hazırlanması, pazarda giriş engelleri yaratılması ve potansiyel rekabet ihtimalinin ortadan kaldırılması gibi rekabeti kısıtlayıcı etkiler ortaya çıkarabilmektedir. Rekabeti kısıtlayıcı etkileri karşısında, yatay işbirliği anlaşmaları pazara yeni bir oyuncunun girmesini sağlamaları, ölçek ve kapsam ekonomilerine yol açmaları, etkinliği artırmaları (risk paylaşımı ve maliyetlerin azalması), teknoloji ve bilginin transferini kolaylaştırmaları, yeni pazarlara erişimdeki sorunları azaltmaları, ürünlerin standart ve kalitelerini iyileştirmeleri gibi bazı ekonomik faydalar da sağlamaktadır. Rehber'de yatay anlaşmaların, tarafların pazar gücünün bulunduğu, pazarın özelliklerinin koordinasyon için elverişli olduğu, işbirliği alanının, tarafların pazardaki değişken maliyetlerinin önemli bir kısmını teşkil ettiği ve tarafların, işbirliği alanındaki faaliyetlerini önemli ölçüde birleştirdiği durumda rakiplerin maliyetlerinde önemli ölçüde benzerlik doğurarak tarafların fiyatlarını ve çıktı düzeylerini daha kolay koordine etmelerine olanak tanıyacağı belirtilmiştir. Tarafların önemli bir ara ürünü ortaklaşa ürettiği veya satın aldığı ya da bir nihai ürünün büyük bölümünü ortaklaşa ürettiği veya dağıttığı durum buna örnek gösterilmektedir. Teşebbüslerin

220 pazar paylarının bu değerlendirmede etkili olacağı, pazar gücüne sahip olmayan teşebbüsler arasında gerçekleşen anlaşmaların pazarda rekabeti kısıtlayıcı etkiye yol açma olasılığının

## 11-51/1288-453

düşük olduğu değerlendirilmesi yapılmıştır<sup>1</sup>.

230 Bu nedenle, bu tip anlaşmaların değerlendirilmesinde anlaşmanın ortaya çıkaracağı olumlu ve olumsuz etkilerin bir arada incelenmesi gerekmektedir. Bu nedenle, oluşturduğu zararlı etkilere nazaran ortaya çıkan yararlı etkilerin daha fazla olması halinde rekabeti kısıtlayıcı uygulamalara 4. madde yasağından muafiyet sağlamak amacı ile 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde muafiyet şartları düzenlenmiştir. Bu maddede yer verilen şartları taşıyan anlaşmalara izin verilebilmektedir. Yapılacak değerlendirmede, her şeyden önce rekabeti sınırlayıcı anlaşmanın veya uyumlu davranışın ya da teşebbüs birliği kararlarının, ekonomi

240 Üretim/tedarik anlaşmaları, yatay anlaşmaların özel bir biçimi olup, üretimin bir veya daha fazla teşebbüs tarafından gerçekleştirilmesini içermektedir. Teşebbüsler, üretim anlaşmasında, bir ortak girişim şirketinin ürünlerin üretimini gerçekleştirilmesini düzenleyebilir veya bu anlaşmalar, taraflardan birinin (iş sahibi), diğer tarafa (yüklenici) bir malın üretimini yaptırmasını içeren fason üretim anlaşmaları biçiminde gerçekleşebilir. Fason üretim anlaşmalarının; *"bir mal veya hizmetin, ana firma tarafından ilişkide bulunduğu yan firmaya, ana firma adına sipariş verilmesi ve yan firmanın da istenilen şartlara uygun mal ve hizmet üretmesi"*<sup>2</sup> olarak tanımlanması mümkündür. Benzer şekilde, Kurul tarafından yayımlanan "Rakipler Arasında Olmayan Belirli Nitelikteki Fason Üretim Anlaşmalarına İlişkin Kılavuz"<sup>2</sup>da, fason üretim anlaşmaları için *"bir teşebbüs (iş sahibi) adına ya da bu teşebbüs için söz konusu teşebbüsün talimatları doğrultusunda diğer tarafın (yüklenici) bir malın üretilmesi, bir hizmetin sunulması ya da bir işin yapılmasını üstlendiği anlaşmalar"* şeklinde bir tanım yapılmıştır.

250 Fason üretim anlaşmaları, genellikle dikey nitelikli anlaşmalar olmaları ve temel olarak 2003/3 ve 2007/2 sayılı Rekabet Kurulu Tebliği ile Değişik, Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği (2002/2 sayılı Tebliğ) ve Rakipler Arasında Olmayan Belirli Nitelikteki Fason Üretim Anlaşmalarına İlişkin Kılavuz çerçevesinde değerlendirilmelerine karşın, rakipler arasında gerçekleşen fason üretim anlaşmaları yatay bir nitelik arz ettiğinden farklı bir değerlendirmeye tabii tutulmaktadır. Nitekim mehz Avrupa Birliği uygulamalarında da bu anlaşmalar, Yatay İşbirliği Rehberi'nde düzenlenmiştir. Yatay fason üretim anlaşmaları, fiili veya potansiyel rakip olmalarına bakılmaksızın, aynı ürün pazarında faaliyet gösteren teşebbüsler arasında gerçekleşmektedir.

260 Anılan Rehber'de, yatay fason üretim anlaşmalarının; tek taraflı ve karşılıklı uzmanlaşma anlaşmalarının yanı sıra üretimi genişletme amacı taşıyan fason üretim anlaşmalarını kapsadığı belirtilmiştir. Tek taraflı uzmanlık anlaşmaları, aynı ürün pazarı veya pazarlarında faaliyet gösteren iki taraf arasında, taraflardan birinin belirli ürünlerin üretimini kısmen veya tamamen durdurmayı veya bu ürünleri diğer taraftan satın almayı kabul ettiği; diğer tarafın ise söz konusu ürünleri üretmeyi ve tedarik etmeyi kabul ettiği anlaşmalardır. Karşılıklı uzmanlık anlaşmaları, aynı ürün pazarı veya pazarlarında faaliyet gösteren iki veya daha fazla tarafın, karşılıklı olarak belirli ürünlerin üretimini kısmen veya tamamen durdurmayı veya bu ürünleri

<sup>1</sup> Guidelines On The Applicability of Article 101 Of The Treaty On The Functioning Of The European Union To Horizontal Co-Operation Agreements, paragraf 44.

<sup>2</sup> Ejder Yılmaz, Hukuk Sözlüğü, s.274

## 11-51/1288-453

diğer taraftan satın almayı kabul ettiği; diğer tarafın ise söz konusu ürünleri üretmeyi ve tedarik etmeyi kabul ettiği anlaşmalardır. Üretimi genişletme amacıyla yapılan fason üretim anlaşmalarında ise, iş sahibi, yükleniciye bir malın üretimi görevini verirken, kendisi söz konusu malın üretimini durdurmamaktadır.

270 Rakipler arasındaki fason üretim anlaşmalarında dikkate alınan başlıca rekabetçi endişelerden biri, bu tür işbirliklerinin taraflar arasındaki bilgi alışverişini kolaylaştırmasıdır. Söz konusu bilgi paylaşımları, tarafların üretim miktarı ve ürün kalitesi ve fiyatlarını doğrudan uyumlaştırmasına yol açabilmektedir. Taraflar, tedarikçi olarak da davranışlarını koordine ederlerse, fiyatların yükselmesi de mümkün olabilecektir. Bu noktada, pazarın koordinasyona elverişli olup olmaması da önemli bir değerlendirme kriteri haline gelmektedir.

Yatay fason üretim anlaşmalarının ortaya çıkardıkları rekabetçi endişelerden bir diğeri ise, tarafların maliyetlerinin ortaklaşması/benzeşmesinin yaratabileceği koordinasyon etkisi ya da şirketlerin pazar gücünün artırılmasıdır. Öte yandan, bu değerlendirme açısından da tarafların pazar gücünün olup olmaması önem kazanmaktadır. Yatay İşbirliği Rehberi'nde de, 280 rekabetçi kaygıların söz konusu olduğu pazarda, anlaşma taraflarının pazar gücü olmadığı takdirde, taraflar arasındaki rekabetin doğrudan sınırlandırılması, bir uyumlu eylemin ortaya çıkması veya pazarın rakiplere kapanmasının mümkün olmadığı; anlaşma taraflarının, fiyatları kârlı bir şekilde rekabetçi seviyenin üzerinde tutmalarını sağlayan tek şeyin pazar gücü olduğu belirtilmiştir. Ayrıca tarafların ilgili pazar veya pazarlardaki toplam pazar payının %20'yi geçmemesi halinde, pazar gücünden söz edilemeyeceği ve bu taraflar arasında gerçekleşen anlaşmaların muafiyet alabileceği değerlendirilmiştir. Bununla birlikte, tarafların pazar payı %20'den fazla ise anlaşmanın anti- rekabetçi etkilerinin analiz edilmesi gerektiği, pazar girişlerin serbest olduğu veya dinamik birtakım özellikler sergileyen pazarlarda bu tür anlaşmaların rekabeti kısıtlayıcı etkilerinin sınırlı kalacağı belirtilmiştir. Pazar gücüne sahip 290 teşebbüsler arasında gerçekleşen fason üretim anlaşmalarının neden olduğu maliyetlerin benzeşmesinin rekabet üzerine etkilerinin değerlendirilmesinde ise, ürünün değişken maliyetleri dikkate alınmaktadır. Üretim maliyetleri, ilgili değişken maliyetlerin büyük bir kısmını oluşturuyorsa anlaşmanın rekabeti kısıtlama ihtimali artmaktadır<sup>3</sup>.

Yatay fason üretim anlaşmalarının da, bahsedilen anti rekabetçi etkileri ile rekabet üzerindeki olumlu etkilerinin bir arada değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda; anlaşma, maliyet tasarrufu sağlaması veya üretim teknolojilerini iyileştirmesi gibi etkinlik kazanımı sağlaması halinde rekabetçi olabilecektir. Teşebbüsler, birlikte üretim yapmak suretiyle, çifte maliyete katlanmaktan kurtularak, maliyet tasarrufu sağlayabilmekte ve/veya ölçek ekonomilerine ulaşabilmekte, atıl kapasitelerini kullanarak optimum üretim miktarına ulaşabilmektedirler. 300 Böylelikle, ürün başı maliyetlerini düşürebilmektedirler. Ortak üretim, tamamlayıcı becerilerini ve know-how'larını bir araya getirmeleri halinde teşebbüslerin ürün kalitesini arttırmalarına da yardımcı olabilmektedir. İşbirliği, teşebbüslerin kendi başlarına finanse edemeyecekleri veya gerçekleştiremeyecekleri ürün çeşitliliği artışını da sağlayabilir<sup>4</sup>. Bu etkinlik kazanımlarının tüketicilere yansımaları, kazanımların daha rekabetçi başka bir yolla sağlanamıyor olması ve ilgili pazarın büyük bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmıyor olması hallerinde, muafiyet şartlarının sağlandığı kabul edilecektir. Rekabet Kurumu kararları incelendiğinde, rakipler arasındaki fason anlaşmaların, 4054 sayılı Kanun'un 4. ve 5. maddeleri çerçevesinde titizlikle incelendiği ve 5. maddedeki şartları taşımaları halinde de genel olarak anlaşmalara süreli

<sup>3</sup> Guidelines On The Applicability of Article 101 Of The Treaty On The Functioning Of The European Union To Horizontal Co-Operation Agreements, paragraf 169-171.

<sup>4</sup> Ortak girişim, ürün çeşitlerinin sayısında artışa imkan veriyor ise, kapsam ekonomileri yoluyla maliyet tasarrufları da sağlayabilecektir.

## 11-51/1288-453

muafiyet tanındığı görülecektir<sup>5</sup>.

### 310 G.4.2. Tedarik Anlaşması'na İlişkin Menfi Tespit Değerlendirmesi

Bildirim konusu Anlaşma, esasen Fiat ve Tofaş arasında daha önceden akdedilmiş olan "Ürün Geliştirme, İmalat ve Tedarik Anlaşması"nın Fiat ile Opel GmbH (Opel)'in belirli araçların Opel'e tedariki hususunda anlaşmaları üzerine tadilinden ibarettir. Yukarıda da yer verildiği üzere, tadil metninde getirilen hükümler, esas itibariyle üretim yapılacak araçlar için ayrılmış olan kapasitenin değiştirilmesine yönelik olup, tarafların ticari kararlarına yönelik bir sınırlama getirilmemektedir. Tofaş'ın aynı model araçları pazarlamasına yönelik olarak da bir sınırlama getirilmemektedir. Anlaşma sadece tedarik konusuna ilişkin olup, söz konusu araçlar Opel yetkili dağıtım ağı tarafından pazarlanacaktır. Yapılan bildirimde göre, gerek Tofaş gerekse Opel anlaşmaya konu aracın satış fiyatlarını, yedek parça fiyatlarını kendi stratejileri doğrultusunda belirleyecektir. Bu çerçevede, söz konusu Anlaşma'nın Fiat ve Opel arasında imzalanan Anlaşma çerçevesinde, getirilen değişiklikleri içerdiği, tarafların satış veya pazarlamasına yönelik doğrudan bir kısıtlama getirilmediği anlaşılmaktadır.

Diğer taraftan mevcut başvuru, Tofaş ve Fiat arasındaki Anlaşma'nın tadiline ilişkin olarak yapılmakla birlikte, bu değişikliğin kaynağı esasen Opel ile Fiat arasında gerçekleşen anlaşma oluşturmaktadır. Bu kapsamda, bildirim konusu Ürün Tedarik Anlaşması'nın; Opel Combo modelinin, Fiat tarafından üretilmesini içeren üretim anlaşması ile birlikte değerlendirilmesi gerekmektedir. Her ne kadar, anlaşma yurtdışında bulunan iki teşebbüs arasında gerçekleştirilmiş olsa da, Fiat ve Opel, Türkiye'de de çeşitli modellerde araçların satışını gerçekleştirdiklerinden, Türkiye pazarında birbirlerinin rakibidirler.

330 Fiat ile Opel arasında gerçekleşen anlaşmanın konusunu, esasen ..., Opel için, Combo ismi altında ve Fiat tarafından üretilmesi oluşturmaktadır. Yukarıda da değinildiği üzere, "bir teşebbüs (iş sahibi) adına ya da bu teşebbüs için söz konusu teşebbüsün talimatları doğrultusunda diğer tarafın (yüklenici) bir malın üretilmesi, bir hizmetin sunulması"nın konu alan anlaşmalar fason üretim anlaşmaları olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda Opel'in Fiat'a Yeni Combo modelini ürettirmesi bakımından Opel iş sahibi, Fiat ise yüklenici konumunda değerlendirilebilecektir. Bununla birlikte, anılan Anlaşma'nın fason anlaşma özelliklerini tam olarak taşıması sebebiyle, yatay bir tedarik anlaşması olarak isimlendirilmesi daha uygun olacaktır.

340 Bir üretim/tedarik anlaşmasının, rakip teşebbüsler arasında yapılması halinde, anlaşmanın yatay anlaşmaların pazardaki etkilerine ve beraberlerinde getirebilecekleri muhtemel rekabet sorunlarına benzer etkiler ortaya çıkarması olasılığı bulunmaktadır. Bu nedenle, bildirimde konu anlaşma gibi rakipler arasında yapılan fason üretim anlaşmalarının, kural olarak 2002/2 sayılı Tebliğ ile tanınan muafiyetten yararlanamayacakları düzenlenmiştir. Zira rakipler arası üretim/tedarik anlaşmalarının, yukarıda değinilen işbirliği etkilerinin de göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Bir önceki bölümde de bahsedildiği gibi rakipler arası üretim anlaşmaları, maliyetlerin benzeşmesi ve/veya bilgi alışverişinin kolaylaşması neticesinde, taraflar arasında bir uyumlu eylemin ortaya çıkma olasılığını güçlendirmektedir. Ayrıca bu anlaşmalar, tarafların alıcı veya sağlayıcı oldukları pazarlardaki pazar güçlerini arttırarak pazar kapama etkisi yaratabilmektedirler. Opel ile Fiat arasında yapılan Anlaşma'da da, 350 üretilecek araçların mevcut opsiyonları, teknik, güvenilirlik ve araç performans özellikleri,

<sup>5</sup> Rekabet Kurulu'nun 17.06.2003 tarih ve 03-43/487-209 sayılı kararında, Türkiye'de belli türde Philips marka televizyon cihazlarının Philips perakende ağına ve BSH Profilo Elektrikli Gereçler Sanayi A.Ş.'ye yeniden satılmak amacıyla Profilo Telra tarafından imal edilmesine 5 yıl süre ile muafiyet tanınmıştır. Benzer şekilde 08.12.2010 tarih ve 10-76/1572-605 sayılı kararda da Arçelik A.Ş. ile Sony arasındaki fason üretim anlaşmasına 5 yıl süre ile muafiyet verilmiştir.



## 11-51/1288-453

Opel'in ..., Fiat'ın ... gibi birtakım bilgilerin paylaşılması öngörülmüştür. Yine, Opel Combo ile Fiat Doblo'nun bazı özellikler açısından farklılaşmasına rağmen, esasen teknik özellikler bakımından aynı araçlar olması, üretim maliyetlerinin benzeşmesi sonucunu doğurabilecektir. Yukarıdaki açıklamaların paralelinde, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olduğu değerlendirilen Opel ile Fiat arasındaki Anlaşma'ya menfi tespit tanınamayacağı, Anlaşma'nın Kanun'un 5. maddesi çerçevesinde bireysel muafiyet değerlendirilmesine tabi tutulması gerektiği neticesine varılmıştır.

### G.4.3. Tedarik Anlaşması'na İlişkin Bireysel Muafiyet Değerlendirmesi

360 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamındaki anlaşma, uyumlu eylem ve kararlar, Kanun'un 5. maddesindeki koşulların tamamının varlığı halinde yasaklayıcı 4. maddenin uygulanmasından muaf tutulabilmektedir. Kanun'un 5. maddesinde muafiyetin koşulları şu şekilde sayılmıştır:

*“ (a) Malların üretim veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması,*

*(b) Tüketicinin bundan yarar sağlaması,*

*(c) İlgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması,*

*(d) Rekabetin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan daha fazla sınırlanmaması.”*

#### 370 G.4.3.1. Malların Üretim veya Dağıtımı ile Hizmetlerin Sunulmasında Yeni Gelişme ve İyileşmelerin ya da Ekonomik veya Teknik Gelişmenin Sağlanması

Bireysel muafiyet değerlendirmesinde aranan ilk olumlu koşulun sağlanıp sağlanmadığının tespiti ve hangi hallerin ekonomik yarar sağladığı, somut olayın özelliklerine göre değerlendirilmektedir. Genel olarak, üretim ve dağıtım maliyetlerinin düşürülmesi, kalitenin artırılması, malın arzında devamlılığın sağlanması, yeni piyasalara girişin kolaylaştırılması ve yeni ürünlerin ya da üretim tekniklerinin bulunması hallerinde, bu koşulun sağlandığı kabul edilmektedir. Üretim anlaşmalarının ise, maliyet tasarrufu sağlaması veya üretim teknolojilerini iyileştirmesi bir etkinlik kazanımı olarak değerlendirilmektedir. Teşebbüsler, birlikte üretim yapmak suretiyle, çifte maliyete katlanmaktan kurtularak, maliyet tasarrufu sağlayabilmekte ve/veya ölçek ekonomilerine ulaşabilmekte; atıl kapasitelerini kullanarak ise optimum üretim mi gerçekleştirebilmektedirler.

380 GM Türkiye ile yapılan görüşmeler ve onlardan alınan yazılarda, ... Combo modelinin ... günümüz ticari araç ihtiyacına karşılık vermediği belirtilmiştir. ... Combo'nun üretiminin durması sonucunda Opel, hafif ticari araç pazarının dışına çıkacaktır. ... Anlaşma ile Opel'in ticari araçlarda Combo aracının bulunduğu segmentte faaliyete ve rekabete devam edeceği şirket yetkililerince şu şekilde ifade edilmiştir: *“Fiat ile yapılan anlaşma, Opel'in aksi takdirde içinde birkaç yıl yer alamayacağı bir araç segmentinde var olmasını sağlamaktadır. ... Yapılan tedarik anlaşmasına göre, Opel yeni Combo modelini 2012 yılının başında pazara sunabilecektir. ....”* Kısacası Opel, bakımından Anlaşma, aksi halde en azından birkaç yıl yer alamayacağı bir segmentte faaliyetlerini sürdürmesine imkân tanımaktadır. Bu çerçevede, 390 Anlaşma'nın olmadığı bir durumda, Türkiye pazarında Opel'in Combo modelinin olmayacağı, pazardan en azından birkaç yıllık bir süre için bir oyuncunun eksileceği anlaşılmaktadır. Oysaki Anlaşma, pazarda daha fazla modelin ve rakibin faaliyet göstermesine imkân tanımakta ve böylelikle tüketicinin tercih edebileceği alternatifleri de genişletmektedir. Bununla birlikte, ... mevcut Combo ..., tüketici ihtiyaçlarını karşılamakta da yetersiz kalmaktadır. Ancak, Anlaşma sonrası üretilecek yeni Combo modeli, bu anlamda tüketici ihtiyaçlarına

## 11-51/1288-453

cevap vermede daha başarılı olacak, sonuç olarak pazarda tüketici tercihlerine daha uygun bir model, diğer modeller ile rekabet halinde olacaktır.

Tofaş'ın ise, bu Anlaşma sonucunda Fiat ile imzaladığı Ürün Geliştirme, İmalat ve Tedarik Anlaşması'nda öngörülen araç miktarlarını üretebilmek için, ...

400 Yukarıda yer verilen açıklamalar neticesinde, Anlaşma'nın pazardaki oyuncu ve ürün sayısını artırarak ve de ... etkinlik kazanımı ve ürünlerin pazarlanmasında iyileşme yarattığı anlaşılmıştır. Bununla birlikte, anılan anlaşmalar sonucunda yapılacak yatırımla, ... gibi olumsuz bir etkinin, diğer olumlu etkilerce bertaraf edildiği değerlendirilmektedir. Bundan dolayı, anılan Anlaşma'nın Kanun'un 5. maddesinin (a) bendindeki koşulu sağladığı neticesine varılmıştır.

### G.4.3.2. Tüketicinin Bundan Yarar Sağlaması

4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi anlamında rekabeti sınırlayıcı etkileri olan bir anlaşmanın Kanun kapsamında muafiyet alabilmesi için, Kanun'un 5. maddesinin (a) bendinde koşul olarak getirilen mal ve hizmet sunumunda gelişme, iyileşme veya ekonomik ve teknik gelişmelerden tüketicinin de faydalanması gerekmektedir. Tüketicinin sağladığı faydanın ölçülmesi ve değerlendirilmesinde; fiyatlarda yaşanan düşüş, satış sonrası hizmetlerde artan etkinlik, ürün çeşitliliği, tüketicinin ürüne daha kolay ulaşımı, mal arzında devamlılık gibi unsurlar dikkate alınmaktadır.

Anlaşma, pazarda daha fazla modelin ve rakibin faaliyet göstermesine imkân tanımakta ve böylelikle tüketicinin tercih edebileceği alternatifleri de genişletmektedir. Yine bir önceki şarta ilişkin değerlendirmede de belirtildiği gibi, yeni Combo modeli tüketici ihtiyaçlarına daha fazla cevap veren bir model olarak karşımıza çıkacaktır.

420 Esasen, Fiat Doblo ve Opel Combo'nun temelde aynı teknik özelliklere sahip olduğu ve Anlaşma'nın sonuç olarak tüketici seçebileceği ürün modellerinde bir değişikliğe yol açmayacağı savunulabilir. Bu noktada, Opel Combo modelinin tampon ve ön panelinde ufak farklılıkların olacağı ve üretilen araçların Opel'in mühendisleri tarafından da denetleneceğinin tekrar belirtilmesinde fayda görülmektedir. Ayrıca, tüketicilerin alım kararlarında aracın teknik özellikleri ve fiyatı çok önemli değişkenler olsa da marka imajı, satış sonrası teknik bakım ve onarım hizmetlerinin kalitesi ve fiyatı ve aracın ikinci el pazarında değerini ne kadar az kaybettiği gibi kriterlerde önem kazanmaktadır. GM Türkiye yetkilileri de; Fiat ile Opel'in müşteri profili ve beklentilerinin birbirinden farklı olduğuna dikkat çekmişler ve ... Başka bir ifadeyle; marka değeri, satış ve servis hizmetleri, ikinci el piyasasında ürünün alım fiyatının ne kadar altında satılabileceği gibi hususlar bu iki ürünü birbirinden farklılaştırmaktadır.

430 Yukarıda yer verilen hususlardan hareketle, bildirim konu Anlaşma'nın 5. maddede yer verilen ikinci muafiyet şartını da sağladığı görülmektedir.

### G.4.3.3. İlgili Piyasanın Önemli Bir Bölümünde Rekabetin Ortadan Kalkmaması

440 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (c) bendi bağlamında ilgili pazarın önemli bir kısmında rekabetin ortadan kalkmaması şartının sağlanıp sağlanmadığının analizi, işbirliğinin niteliği ve kapsamı, taraflarının ve rakiplerin pazardaki konumları, pazarın ve işbirliğine konu ürünün özellikleri, giriş engelleri, pazarın doygunluk seviyesi, tüketici tercihlerinin ne ölçüde kısıtlandığı gibi unsurların değerlendirilmesini gerektirmektedir. Bu değerlendirmede işbirliği taraflarının pazar güçleri ve pazarın yoğunlaşma derecesi başlangıç noktasını oluşturmaktadır. Üretim anlaşmalarında, işbirliğinin; giriş engeli yaratma, bilgi alışverişi ve maliyetlerin ortaklaşması unsurlarından kaynaklı koordinasyon yaratma, bunlarla bağlantılı

## 11-51/1288-453

450 olarak işbirliği taraflarının piyasadaki etkin rekabet etme güdüsünü azaltması gibi anti-rekabetçi etkilerin değerlendirilmesi gerekmektedir. Komisyon'un Yatay İşbirliği Rehberi'nde de, rekabetçi kaygıların söz konusu olduğu pazarda anlaşma taraflarının pazar gücü olmadığı takdirde, taraflar arasındaki rekabetin doğrudan sınırlandırılması, bir uyumlu eylemin ortaya çıkması veya pazarın rakiplere kapanmasının mümkün olmadığı; anlaşma taraflarının, fiyatları kârlı bir şekilde rekabetçi seviyenin üzerinde tutmalarını sağlayan tek şeyin pazar gücü olduğu belirtilmiştir. Ayrıca tarafların ilgili pazar veya pazarlardaki toplam pazar payının %20'yi geçmemesi halinde, pazar gücünden söz edilemeyeceği ve bu taraflar arasında gerçekleşen anlaşmaların muafiyet alabileceği değerlendirilmiştir. Bununla birlikte, tarafların pazar payı %20'den fazla ise anlaşmanın anti-rekabetçi etkilerinin analiz edilmesi gerektiği, pazar girişlerin serbest olduğu veya dinamik birtakım özellikler sergileyen pazarlarda bu tür anlaşmaların rekabeti kısıtlayıcı etkilerinin sınırlı kalacağı belirtilmiştir<sup>6</sup>.

Aşağıda rekabetin ortadan kaldırılması riskleri, tarafların ve rakiplerinin pazardaki konumları, pazarın ve ürünün özellikleri çerçevesinde değerlendirilecektir.

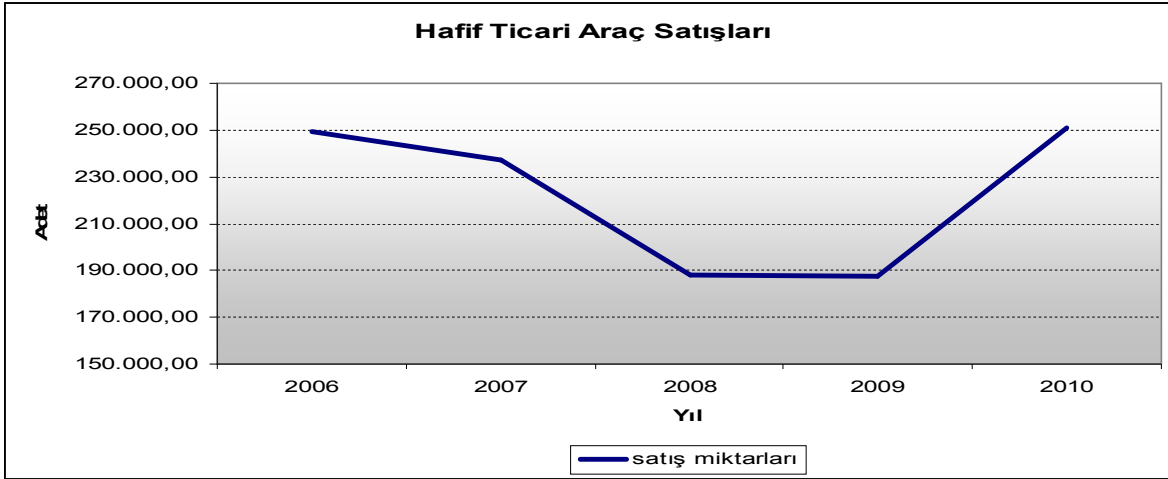
460 2011 yılında hafif ticari araç pazarında 23 adet teşebbüs faaliyette bulunmaktadır. Bununla birlikte, 2008 yılında hafif ticari araç dağıtımını gerçekleştiren bazı teşebbüslerin 2010 yılında hiç satışı olmadığı (Otokar, Daihatsu, Proton, Skoda, Aksam gibi), bununla birlikte, 2008-2009 yılında da pazara yeni girişlerin olduğu görülmektedir. Sırasıyla Kore ve Çin markası olan Ssangyong ve DFM 2008 yılında, yine bir Çin markası olan Chery ise 2009 yılında Türkiye hafif ticari araç pazarına girmiştir. Pazara son yıllarda yapılan girişlerin Türkiye'de faaliyet göstermekte olan bir şirket ile gerçekleştirilen distribütörlük anlaşması neticesinde yapıldığı anlaşılmaktadır. 2008 yıllarında pazara giren Ssangyong'un distribütörlüğünü, Şahsuvaroğlu Dış Ticaret Kimyasal Ürünler Otomotiv Pazarlama San. Ve Tic. Ltd. Şti. ve DFM'nin distribütörlüğünü ise MGY Otomotiv San. A.Ş. yürütmektedir. Chery ise, Mermerler Otomotiv Taşımacılık Turizm Tekstil İnşaat Gıda ve Pazarlama A.Ş. ile distribütörlük sözleşmesi imzalanmıştır. Bu nedenle, yabancı otomotiv markalarının pazara distribütörlük anlaşmaları vasıtası ile daha rahat bir biçimde girebileceğini söylemek mümkündür. Türkiye'nin otomotiv sektöründe Dünya'daki en önemli üretim üslerinden biri olması ve pazarın büyüme potansiyeli Türkiye pazarına girmeyi ayrıca teşvik etmektedir. Avrupa Birliği pazarıyla karşılaştırıldığında Türkiye otomotiv pazarı, doymamış bir sektör olarak tanımlanmaktadır<sup>7</sup>. Bu nedenle gelecek yıllarda beklenen talep artışı, pazara yeni girişleri teşvik edecektir ve etmektedir. Hafif ticari araçlar pazarındaki artış trendinin kriz nedeniyle gerilediği görülse de, 2009 yılının ardından hafif ticari araç satışlarında artış sürmüştür.

Grafik 1: Hafif Ticari Araç Pazarı Büyümesi

<sup>6</sup> Guidelines On The Applicability of Article 101 Of The Treaty On The Functioning Of The European Union To Horizontal Co-Operation Agreements, paragraf 169-171.

<sup>7</sup> Otomotiv Ticaretinde Yol Haritası Gelecek 10 Yıl; ODD, 2009. s.46. "Sektörde alıcı başına 110 araç düşmektedir ve bu rakamın 400-500'e kadar çıkması umut edilmektedir."

11-51/1288-453



İlaveten otomotiv sektörü teknolojik gelişmenin yoğun olduğu bir pazardır. Her yıl pek çok yeni araç lansmanı gerçekleşmekte, pek çok yeni özellik araçların standart paketine dâhil edilmektedir.

Aşağıda hafif ticari araç pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin pazar paylarına yer verilmektedir.

480

Tablo 1: Hafif Ticari Araç Pazarındaki Teşebbüslerin Pazar Payları (%)

	2008	2009	2010	2011 Ocak-Ağustos
Fiat	18,32	29,48	25,85	25,87
Ford	25,62	27,37	25,53	25,35
Peugeot	5,52	8,89	9,80	7,65
Volkswagen	10,18	5,66	9,59	10,44
Renault	9,62	7,18	7,63	9,63
Citroen	3,56	3,66	6,95	6,32
Dacia	2,35	2,09	2,37	1,65
Mercedes	2,00	1,61	2,10	3,09
Mitsubishi	5,36	2,21	1,74	2,04
Isuzu	3,10	1,63	1,35	1,19
Kia	1,18	0,41	1,18	0,25
DFM	0,59	1,32	1,00	1,43
Hyundai	2,96	1,97	0,93	1,07
Nissan	1,08	0,73	0,78	0,66
Opel	2,45	1,08	0,72	0,86
Toyota	0,92	0,62	0,61	0,49
Ssangyong	0,91	0,62	0,51	0,45
Iveco	0,33	0,42	0,45	0,00
Tata	0,82	0,45	0,39	0,32
BMC	1,02	0,00	0,25	-
Chery	-	0,10	0,13	0,06

**11-51/1288-453**

Mazda	0,07	0,21	0,12	0,09
Mahindra	0,10	0,06	0,01	-
Askam	0,01	-	-	-
Daihatsu	0,00 <sup>8</sup>	-	-	-
Karsan	1,67	1,68	-	1,09
Otokar	0,11	0,12	-	-
Proton	0,11	0,00	-	-
Skoda	0,02	0,00	-	-
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Tablodan da anlaşılacağı üzere, hafif ticari araç pazarında, yaklaşık %25'lik pazar payı ile Fiat lider bir konumdadır. Bununla birlikte, pazarda ikinci sırada yer alan Ford'un pazar payı neredeyse Fiat'ın Pazar payı ile aynıdır. Bu iki teşebbüsün pazarın yarısını elinde bulundurdukları, pazardaki üçüncü ve dördüncü teşebbüslerin en fazla %10'luk bir pazar payına sahip oldukları görülmektedir. İşbirliği tarafları olan Opel ile Fiat'ın toplam pazar payları ise yıllar itibariyle değişmekle birlikte, 2010 yılında %26,57'tir. Bununla birlikte, bu teşebbüslerin 2010 yılında %25,53 pazar payına sahip Ford'un rekabetçi baskısını üzerlerinde hissedeceği görülmektedir. Ayrıca, pazardaki diğer rakipler olan Peugeot, Renault ve Volkswagen'in 2010 yılında toplam pazar payları %27,03'tür. Ayrıca bu teşebbüsler, yıllardır Türkiye pazarında olan güçlü marka imajına sahip teşebbüslerdir. Bu nedenle, işbirliği taraflarının bu teşebbüslerin rekabetçi baskısı altında oldukları değerlendirilmektedir.

490

İlgili pazarda işbirliği gerçekleştirilen modeller olan Doblo ve Combo ise pazarda 2009 yılında %... ve 2010 yılında %... pazar payına sahiptir. Aşağıda yıllar itibariyle bu ürünlerin pazar paylarına yer verilmektedir:

Tablo 2: Doblo ve Combo Model Araçların Satış Adetleri- Pazar Payları

		2008	2009	2010
Satış Adedi	Doblo	...	...	...
	Combo	...	...	...
	Toplam	...	...	...
Pazar Payı	Doblo	...	...	...
	Combo	...	...	...
	Toplam	...	...	...

Teşebbüsler, üretimin sadece Combo modeli ile sınırlı olacağını, hem Combo'nun hem de Opel'in kendisi tarafından üretilen diğer Opel modellerinin Fiat modelleri ile rekabet halinde olacaklarını belirtmişlerdir. Buna göre, Opel'in Vivaro ve Movano modelleri ile Fiat'ın, Scudo, Ducato, Fiorino ve Strada modelleri birbirlerine rakip modellerdir.

500

Bu noktada, Anlaşma'nın sadece Combo modelinin üretimini içerdiği, yeni Combo ve Doblo modellerinin dağıtım ve pazarlama faaliyetleri, tamamen ayrı kalmaya devam edeceğinin vurgulanmasında fayda görülmektedir. Opel Combo ve Fiat Doblo modelleri Fiat tarafından üretilecek olmasına rağmen, Opel Combo tamamen Opel'in dağıtım ağı; Fiat Doblo ise Fiat'ın

<sup>8</sup> Tabloda %0,00 olarak gösterilen oranlar, satışların toplam pazarda çok küçük bir yer kaplaması sebebiyle pazar payının %0'a yaklaştığını ifade etmektedir. Bununla birlikte, o yıl hiç satış yapmayan teşebbüslerin pazar payı satırlarında bu husus "-" işareti ile belirtilmiştir.

## 11-51/1288-453

dağıtım ağı içerisinde pazarlanacaktır.

510 Yeni Opel Combo ve Fiat Doblo modellerinin Tofaş tarafından üretilmesinin üretim maliyetlerinde bir benzeşme yaratması beklenmektedir. Ancak bu noktada değerlendirilmesi gereken, bu maliyet benzeşmesinin fiyatlara yansımaları bir koordinasyon doğurma olasılığının olup olmadığıdır. Bu bağlamda, üretim maliyetlerinin değişken maliyetlerin ne kadarlık bir kısmını oluşturduğu önem kazanmaktadır. Fiat'tan alınan bilgilere göre, değişken üretim maliyeti, araç fiyatının %...'ini oluşturmaktadır. Opel'den alınan bilgiye göre ise ürün maliyeti anahtar teslim fiyatının %...'sini oluşturmaktadır. Bu bilgilerden de anlaşılacağı üzere, üretim maliyetleri satış fiyatının önemli bir kısmını oluşturmakla birlikte, bunun anahtar fiyata etkisi teşebbüsler arasında farklılık göstermektedir. Ayrıca, teşebbüslerin fiyatlama kararlarını alırken dikkate aldıkları pek çok değişken bulunmaktadır. Teşebbüsler; mevcut ekonomik durum, modelin hedef kitlesi, kur maliyetleri, pazarlama dağıtım ve reklam maliyetleri ile rakiplerin fiyatlarını dikkate alarak fiyatlama kararlarını vermektedirler. ... Ayrıca, pazarlama, reklam ve satış maliyetlerinin de Tofaş ve GM Türkiye arasında farklılaştığı dikkate alındığında, Anlaşma sonucunda herhangi bir fiyat koordinasyonunun söz konusu olması zorlaşmaktadır. Tofaş ise fiyatlamayı kararlarını şu alırken dikkate aldığı hususları şu şekilde belirtmiştir:

...

Ayrıca, Anlaşma çerçevesinde Tofaş tarafından üretilen Combo araçlarının yaklaşık %...'lik kısmının (... adet) Türkiye pazarına sunulmasının planlandığı, geri kalanın ise ihraç edileceği belirtilmiştir. Dolayısıyla, Anlaşma çerçevesinde üretilecek ürünlerin çok az bir kısmı Türkiye pazarına sunulacaktır.

530 Hafif ticari araç pazarı ve genel olarak otomotiv pazarındaki ürünler homojen bir nitelik arz etmemektedir. Araçların teknik özellik, model, kalite, marka imajı, servis kalitesi gibi alanlarda farklılaştıkları görülmektedir. Ayrıca, otomotiv sektöründe yapılan harcamalar tüketicilerin ev almaktan sonra gerçekleştirdikleri en büyük harcama kalemlerinden biri olduğu için tüketici karar verirken yoğun bir arama ve karşılaştırma faaliyetinde bulunmaktadır. Tüketici, belli bir kalitedeki ürünün en düşük fiyatlısını, ya da belli bir fiyat karşılığında alabileceği en kaliteli ürünü arama eğilimindedir. Bu da pazardaki rekabeti olumlu yönde etkilemektedir. Otomotiv pazarı, teknolojik gelişmeye açık olması ile bağlantılı olarak, ürün farklılaştırmasının, markalaşmanın, marka bilinirliği ve markanın tüketici gözünde yarattığı kalite algısının rekabetçi parametreleri etkilediği bir yapı sergilemektedir.

540 Yukarıda yapılan açıklamalar çerçevesinde, işbirliğinin niteliği ve kapsamı, tarafların pazardaki konumu, pazardaki marka, model, fiyat, kalite çeşitliliği, pazarın dinamik yapısı, işbirliğine konu Combo ve Doblo ürünlerinin nitelikleri ve pazarın küçük bir kısmını temsil etmeleri, işbirliği çerçevesinde Tofaş tarafından üretilecek ürünlerin ... kısmının ihraç edilecek olması gibi unsurlar dikkate alınarak, Opel ile Fiat arasındaki işbirliğinin hem yatay etkileri hem de tarafların pazar gücüne olası katkıları bakımından rekabetin ilgili piyasaların önemli bir bölümünde ortadan kalkması sonucunu doğuracak nitelikte olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

### **G.4.3.4. Rekabetin (a) ve (b) Bentlerindeki Amaçların Elde Edilmesi İçin Zorunlu Olandan Fazla Sınırlanmaması**

550 Bir anlaşmanın bireysel muafiyet alabilmesi için gerekli son koşul, anlaşmanın ilk iki olumlu koşuldaki yararların elde edilmesi için daha az rekabeti sınırlayıcı bir yöntem söz konusu olmamasıdır. Bu koşul atındaki değerlendirmelerde, genel olarak, anlaşmanın rekabeti kısıtlayıcı hükümlerinin elde edilecek faydaların sağlanması için zorunlu olup olmadığı

## 11-51/1288-453

incelenmektedir.

Anılan Anlaşma çerçevesinde, Opel ile Fiat arasında genel üretim ihtiyaçlarını belirlemek için ürün özellikleri, mevcut opsiyonlar, teknik, güvenilirlik ve araç performans özellikleri gibi birtakım bilgilerin paylaşılması öngörülmektedir. Bu bilgiler şu şekilde özetlenebilir:

1. Ülkeye özgü yerel pazar, hukuki ya da homologasyon ihtiyaçlarını karşılama doğrultusunda bilgi ...,
2. ...
3. ...
4. ...

- 560 5. Opel aracının Fiat aracından ayırt edilmesini sağlayacak spesifik özelliklerin ... ilişkin bilgi.
6. Üretim planlama ve sipariş verme amaçları doğrultusunda, Opel, Fiat'ı ... (Paylaşılacak bilgiler, Fiat'ın yeni araç ve yedek parça üretimi ile ilgili olarak ihtiyaç duyacağı bilgiler ile sınırlıdır. ... amacı, Opel'in kendisi tarafından ödenen üretim kapasitesinin Fiat tarafından kullanılmadığından emin olmasının sağlanmasıdır. Fiat aynı zamanda Opel'i olası üretim kısıtlaması koşullarından da haberdar edecektir.),
7. ..., Opel Fiat'ı, Fiat'ın sorumlu olduğu ürün hatalarının tespitini ve tamirini sağlamak için standardize edilmiş bayi işçilik ücretleri,
8. Fiat'ın, Opel'e aracın servis hizmetlerinin sağlanması amacı ile gerekli verileri vermesi.

570 Bu bilgiler, sadece Yeni Combo modelinin ve yedek parçalarının üretimine ilişkin bilgilerdir. Fiat ile Opel'in başka herhangi bir modeline ilişkin veya pazarlama ve dağıtım aşamasına ilişkin bilgi değişimi söz konusu değildir. Opel'in ... ilişkin bilgi paylaşımlarının, araç ve yedek parçalarının üretilmesi ve servis hizmetlerinin gerektiği gibi verilmesi amacıyla gerçekleştirilmesi gereken paylaşımlar olduğu açıktır. Fiat'ın Opel'i ... konusunda bilgilendirmesinin amacının ise, Opel'in kendisi tarafından ödenen üretim kapasitesinin Fiat tarafından kullanılmadığından emin olmasının sağlanması olduğu belirtilmiştir. Dolayısıyla, anılan bilgi paylaşımlarının Anlaşma ile amaçlanan sonuçların oluşmasını sağlamak ve hedeflenen etkinliklerin doğması açısından gerekli olduğu ve rekabeti zorunlu olandan fazla sınırlamadığı anlaşılmaktadır.

580 Anlaşma, tarafların dağıtım ve pazarlama kararları üzerinde herhangi bir kısıtlama getirmediği gibi, başka modellerin üretimi ve pazarlanmasına ilişkin olarak da herhangi bir kısıt getirmemektedir.

Yukarıda yer verilen değerlendirmeler sonucunda, bildirim konu Tedarik Anlaşması ile Opel ile Fiat arasında imzalanan Doblo Araç Tedarik Anlaşması'nın 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan koşulların tümünü sağladığı bu nedenle Anlaşma'ya bireysel muafiyet tanınmasının uygun olacağı kanaatine varılmıştır.

## H. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre,

1- Fiat Auto S.p.A ve Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş. arasında "Ürün Geliştirme, İmalat ve Tedarik Anlaşması"nın bazı hüküm ve şartlarını değiştirmeye ve düzeltmeye yönelik olarak imzalanan tadil metninin, Fiat Auto S.p.A ve Adam Opel GmbH arasında gerçekleşen "Doblo Araç Tedarik Anlaşması" ile birlikte değerlendirilmesi sonucunda Kanun'un 4. maddesi anlamında teşebbüsler arası anlaşma olduğuna,

600 2- Bununla birlikte bildirim konusu Anlaşma'ya, 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan şartları karşılaması nedeniyle bireysel muafiyet tanınmasına

OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.