

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

**REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2011-3-116 (Önaraştırma)  
Karar Sayısı : 11-43/941-305  
Karar Tarihi : 14.7.2011

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

**Başkan** : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI  
**Üyeler** : İsmail Hakkı KARAKELLE, Doç. Dr. Cevdet İlhan GÜNAY,  
Murat ÇETİNKAYA, Reşit GÜRPINAR, Prof. Dr. Metin  
TOPRAK

**B. RAPORTÖRLER:** Nazlı VAROL, İmren SEYRANTEPE

**C. ŞİKAYET  
EDEN** : -Gizlilik Talebi Bulunmaktadır.

**D. HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA YAPILAN:**  
BSH Ev Aletleri San. ve Tic. A.Ş.  
Çakmak Mahallesi Balkan Cad. No:51 Ümraniye/İstanbul

**E. DOSYA KONUSU:** BSH Ev Aletleri Sanayi ve Ticaret A.Ş'nin Ege Bölgesinde Bosch bayilerinin yeniden satış fiyatını belirlediği iddiası.

**F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Yapılan başvuruda özetle; BSH Ev Aletleri Sanayi ve Ticaret A.Ş. (BSH)'nin bütün bayilere aynı fiyat listesini göndererek, bu fiyatın altına satış yapılmasını yasakladığı, fiyat birliğine uymayan bayilerin açıkça tehdit edilip, bayiliklerinin alınması gibi bir yaptırım süreci olduğu, özellikle Ege Bölgesinde (İzmir, Muğla, Denizli) hemen hemen bütün bayilerin belirlenen fiyatın altına satış yapamayacaklarını, aksi halde cezalandırılacaklarını belirttiği, bazı bayilerin belirlenen fiyatın altına inebileceğini ancak bu durumda faturayı satılması gereken fiyattan kesebileceğini ifade ettiği iddia edilmektedir. Bunlara ek olarak, ....**ticari sır**..... unvanlı bayilerin bayiliklerinin başka sebepler gösterilerek aslen fiyat birliğine uymadıkları gerekçesiyle iptal edildiği öne sürülmektedir.

**G. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 12.5.2011 tarih ve 3670 sayılı ile giren başvuru üzerine hazırlanan 26.5.2011 tarih ve 2011-3-116/İ-11-376.NV sayılı İlk İnceleme Raporu, Rekabet Kurulu'nun 2.6.2011 tarih ve 11-33/714-M sayılı toplantısında görüşülmüş ve 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun çerçevesinde soruşturma açılmasına gerek olup olmadığının belirlenmesi amacıyla, Kanun'un 40/1. maddesi uyarınca önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.

İlgili karar uyarınca yapılan inceleme sonucunda düzenlenen 5.7.2011 tarih ve 2011-3-116/ÖA-11-376.NV sayılı Önaraştırma Raporu 8.7.2011 tarih ve REK.0.07.00.00-110.02.02/238 sayılı Başkanlık önergesi ile 11-43 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

**H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili Raporda özetle; başvuru konusu iddia bakımından BSH Ev Aletleri San. ve Tic. A.Ş. hakkında 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığı kanaat ve sonucuna ulaşıldığı ifade edilmiştir.

## **I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME**

### **I.1. İlgili Pazar**

#### **I.1.1. Sektöre İlişkin Genel Bilgiler**

Beyaz eşya sektöründe bulaşık makinesi, çamaşır makinesi, kurutma makinesi, buzdolabı, elektrikli süpürge ve küçük ev aletleri gibi ürünler bulunmaktadır. Beyaz eşya sektörü, pazarın yaklaşık % 90'ını oluşturan 5-6 büyük beyaz eşya üreticisinin yanı sıra, sayıları 50'yi aşan orta ölçekli imalatçı ile yaklaşık 500 aksam ve parça imalatçısından oluşmaktadır. Sektörün önemli oyuncularını Arçelik A.Ş., Vestel Beyaz Eşya San. ve Tic. A.Ş., Indesit Company Beyaz Eşya San. ve Tic. A.Ş., Kumtel Dayanıklı Tüketim Malları Plastik San. ve Tic. A.Ş., Electrolux Dayanıklı Tüketim Mam. San. ve Tic. A.Ş. ve BSH şeklinde sıralamak mümkündür.

Türkiye'de beyaz eşya sektörü, son 10 yılda yaptığı atılımla üretimini % 400 arttırmış ve Avrupa'da % 22'lik pazar payıyla İtalya'dan sonra ikinci büyük üretici haline gelmiştir. Gelişmiş ve uluslararası standartlarda üretim yapan yan sanayi firmalarının, ana üreticilere sağladığı destek ve kaliteli üretim, sektörün bu kadar hızlı büyümesinin altında yatan önemli faktörlerdendir. Sektör AB'ye ihracatın yanı sıra Rusya ve Çin'de de yaptığı yatırımlarla geniş pazarlara hitap etmektedir. Bununla birlikte, navlun ücretlerinin yüksekliği nedeniyle Uzak Doğu pazarlarında etkin olunamamaktadır. Buna karşılık navlun ücretlerinin yüksekliği, Uzak Doğu menşeli ürünlere karşı iç piyasayı da korumaktadır.

#### **I.1.2. İlgili Ürün Pazarı**

Bir ürünün diğer bir ürünle aynı pazarda yer alabilmesi için bu ürünlerin tüketici gözünde nitelikleri, kullanım amaçları ve fiyatları açısından benzer olmaları ve birbirleriyle ikame edebilmeleri gerekmektedir. Bununla birlikte talep ikamesine eşdeğer etki yarattığı durumlarda arz yönlü ikame edilebilirlik de pazarın tanımlanmasında dikkate alınabilir.

Dosya mevcudu bilgilerden, BSH tarafından bayilere, Bosch markalı bulaşık makinesi, fırın, çamaşır makinesi, buzdolabı ve elektrikli süpürge gibi ürünler haricinde, BSH'nin kendi üretimi olmayan ancak tedarik ederek veya tedarikine aracılık ederek temin ettiği birtakım ürünlerin de yeniden satış amacıyla sağlanabildiği anlaşılmıştır. Nitekim, Sanyo marka LCD televizyon, dual kamera, Olivetti marka yazarkasa, GoldMaster marka uydu alıcısı, çanak anten, Praktica marka fotoğraf makinesi, kamera, Philips marka televizyon gibi ürünlerin de bayilik sözleşmesi gereği Bosch bayilerinde satılması mümkündür. Bunlara ilaveten BSH'nin özel anlaşması ile yetkili distribütörlerden tedarik etmek kaydı ile Braun markalı kişisel bakım ürünleri de ilgili mağazalarda satılabilmektedir. Söz konusu ürünler hem tüketicilerin kullanım amaçları bakımından farklılık arz etmekte hem de nitelikleri ve fiyatları birbirinden farklılaşmaktadır.

Diğer yandan, İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz'un ilk paragrafında da belirtildiği üzere, "*Pazar tanımı, pazar gücüne ilişkin olarak, 07.12.1994 tarih ve 4054 sayılı Kanun'un (Kanun) özellikle 6 ve 7 nci maddelerinin uygulanması bakımından önem taşıyan pazar payı hesaplamaları yapılmasını sağlamaktadır.*" Dolayısıyla, varlığının ortaya çıkması durumunda yeniden satış fiyatının tespiti uygulamasının etkilerinin belirlenmesi bakımından bağlayıcı olmayacak şekilde anılan her bir ürün özelinde ayrı ayrı ilgili ürün pazarlarının tanımlanması mümkün olmakla birlikte, mevcut dosya bakımından bu aşamada kesin bir pazar tanımının yapılmasına gerek olmadığı kanaatine varılmıştır.

### **I.1.3. İlgili Coğrafi Pazar**

Teşebbüslerin faaliyet gösterdikleri alanın rekabet koşullarının yeterli derecede homojen ve özellikle komşu bölgelerden hissedilir derecede farklı olması, ilgili coğrafi pazarın tespitinde büyük bir önem taşımakta ve coğrafi pazar açısından belirleyici olmaktadır. BSH'nin faaliyetleri bakımından ülke genelinde bu tip bir ayırmadan söz etmek mümkün olmamakla birlikte, mevcut dosya bakımından bu aşamada coğrafi pazar tanımının yapılmasına gerek olmadığı kanaatine varılmıştır.

### **I.2. Hakkında Önaraştırma Yapılan Teşebbüs - BSH Ev Aletleri San. ve Tic. A.Ş. (BSH)**

BSH, ana markaları Bosch ve Siemens, özel markası Gaggenau ve yerel markası Profilo ile Türkiye beyaz eşya sektörünün önemli firmalarından biridir.

Bosch ve Siemens Ev Aletleri Grubu dünyanın üçüncü büyük beyaz eşya üreticisidir. 12 markasıyla, dünyanın dört bir yanında toplam 41 fabrikada üretim yapan söz konusu grubun en büyük üretim merkezi, Türkiye'de bulunan Çerkezköy, Tekirdağ fabrikalarıdır. Buzdolabı, fırın, çamaşır makinesi ve bulaşık makinesi üreten dört fabrikasında toplam ..... birimin üzerinde kapasiteyle üretim yapan BSH, ürünlerinin yarısından fazlasını ihraç etmektedir.

Ülke çapında yaklaşık .... bayiden oluşan bir dağıtım ağına sahip olan teşebbüs, Bosch, Siemens ve Profilo bayilerinin .... kadarını münhasır bayi statüsünde tutmaktadır. BSH, ürünlerinin Azerbaycan, Kazakistan, Özbekistan, Gürcistan, Türkmenistan, Ermenistan, Kırgızistan, Tacikistan, KKTC ve Irak gibi gelişmekte olan pazarlara dağıtımını Türkiye'den ve Almatı'deki BSH temsilci ofisinden gerçekleştirmektedir. BSH ürün portföyü fırın, bulaşık makinesi, çamaşır makinesi, kurutucu, buzdolabı, derin dondurucu, klima, ütü, elektrikli süpürge, mutfak robotu, ev konfor ürünleri ve elektronik cihazlar gibi küçük ve büyük ev aletlerinden oluşmaktadır.

### **I.3. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme**

#### **I.3.1. Bosch Bayilik Sistemine İlişkin Tespitler**

Dosya mevcudundan; BSH tarafından sağlanan bilgilere göre Bosch'un perakende satışları, tamamı münhasır olan Bosch bayi kanalı ve uluslararası zincir mağazaların içinde konumlanmış "Bosch Corner" adı verilen noktalar aracılığıyla gerçekleştirildiği anlaşılmaktadır. Satışların yaklaşık %.... Bosch bayileri aracılığıyla yapılmakta iken

geri kalanı anılan zincir mağazalardan gerçekleştirilmektedir. Bosch bayilerinde, firmanın Siemens ya da Gaggenau gibi diğer marka ürünlerinin satılmadığı anlaşılmıştır.

Bosch markasına ait 2008-2010 yılları pazar payı verilerine Tablo 1’de yer verilmektedir:

Tablo 1. Bosch 2008-2010 Yıllık Pazar Payı Verileri

Ürün/Ürün Grubu	2008(%)	2009(%)	2010(%)
Bulaşık Makinesi			
Fırın			
Çamaşır Makinesi			
Soğutucu			
LDA Grubu Ürünler <sup>1</sup>			

Kaynak: BSH'den elde edilen bilgiler.

Bosch bayileri çeşitli prim sistemleri dahilinde ciroları üzerinden prim alabilmektedir. Bayilik sözleşmesi uyarınca BSH her yıl ve/veya 3'er aylık dönemlerde belirli kıstasları dikkate alarak bayinin toptan alım veya satış hedeflerini tek tarafı olarak tespit etmektedir. ....ticari sır.....

Tablo 2. ....ticari sır.....

....ticari sır.....

Bunlara ilaveten “Bosch Münhasır Bayilik Sözleşmesi”nin 2.2. “Satış bölgesindeki sorumluluk” başlıklı maddesi uyarınca Bosch bayileri sözleşme konusu Bosch markalı ve diğer Sanyo ve benzeri markalı belirli ürünler dışında başkaca ürün satmamakla yükümlüdür. Benzer şekilde bayiler aynı unvanla başka bir alanda BSH'nin temin ettiği sözleşme konusu mallara rakip hiçbir malı doğrudan veya dolaylı olarak satmamakla da yükümlüdür. Bu yükümlülükler uymadığı takdirde bayilik sözleşmesi BSH tarafından başkaca hiçbir ihtar gerek olmaksızın feshedilebilmektedir. Dolayısıyla, bayilere “Bosch Münhasır Bayilik Sözleşmesi”nin 2.2. “Satış bölgesindeki sorumluluk” başlıklı maddesi uyarınca rekabet etmeme yükümlülüğü getirildiği anlaşılmaktadır. Bu noktada belirtmek gerekir ki, 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin 2. maddesinde “bu Tebliğ ile sağlanan muafiyet, sağlayıcının dikey anlaşma konusu mal veya hizmetleri sağladığı ilgili pazardaki pazar payının %40'ı aşmaması durumunda” uygulanacağı ifade edilmektedir. BSH'den elde edilen bilgilere göre, Bosch markasının bulaşık makinesi, fırın veya çamaşır makinesi şeklinde ayrı ayrı belirlenecek pazarlarda ya da bu pazarlar toplam bir pazar olarak ele alındığında pazar payı %40'ı geçmemektedir. Diğer yandan sözleşmede rekabet etmeme yükümlülüğünün süresine ilişkin herhangi bir düzenleme bulunmamasından, yükümlülüğün sözleşme süresince devam edeceği anlaşılmaktadır. Sözleşmenin “Sözleşme süresi, hitamı ve fesih” başlıklı 8. maddesine göre sözleşme ise, imza tarihinden itibaren bir yıl için

<sup>1</sup> Solo ve Ankastre Soğutucular, Derin Dondurucular, Çamaşır Makineleri, Kurutma Makineleri, Bulaşık Makineleri ve Fırınlr.

geçerlidir. Maddenin devamında, sözleşme bitiminden bir ay önce taraflardan birinin yazılı bir fesih bildiriminde bulunmaması halinde sözleşmenin bir yıl süreyle kendiliğinden uzayacağı ancak her şartta yürürlüğe girdiği tarihten itibaren beş yıllık bir dönem sonunda sona ereceği belirtilmiştir. Dolayısıyla Bosch markasına ait pazar payı ve sözleşmenin süresi dikkate alındığında anılan sözleşmede yer alan rekabet etmeme yükümlülüğününün 2002/2 sayılı Tebliğ ile tanınan grup muafiyeti kapsamında yer aldığı söylenebilecektir.

### **I.3.2. BSH'nin Ege Bölgesi'nde Bosch Bayilerinin Yeniden Satış Fiyatını Belirlediği İddiasına İlişkin Tespitler**

Şikayette yeniden satış fiyatına uymadıkları için bayiliklerinin iptal edildiği iddia edilen .... ile yapılan görüşmede, kendilerine gelen sözleşmenin feshine ilişkin yazıda bayiliklerinin yabancı ürün bulundurmaları nedeniyle iptal edildiğinin belirtildiği ancak aslen yeniden satış fiyatına uymadıkları gerekçesiyle iptal edildiğini düşündükleri ifade edilmiştir. Ancak söz konusu bayilerden sorumlu BSH Batı Anadolu Bölge Müdürlüğü ile BSH Genel Müdürlüğü'nde yapılan yerinde incelemelerde; .....bulunan ..... unvanlı bayilerin bayiliklerinin başka sebepler gösterilerek aslen fiyat birliğine uymadıkları gerekçesiyle iptal edildiğine ilişkin başvuru konusu iddiayı destekleyici herhangi bir bilgi veya belge elde edilememiştir.

Raportörlerce yapılan görüşmelerde, Bosch Marka Satış Direktörü İhsan Kara, yayımlanan fiyat listelerinin tamamının tavsiye niteliğinde olduğunu bayilerin pazarlık durumuna göre tavsiye edilen fiyatlar üzerinden indirim yapabildiğini ifade etmiştir. Öte yandan bayilerin kullandığı bir perakendeci bilgisayar sisteminin bulunduğunu, bu sisteme BSH tarafından sadece ürün kodu ve tavsiye satış fiyatının girildiğini, gerçekleşen perakende satış fiyatının ise sisteme sadece bayilerce girildiğini ve BSH tarafından sistem üzerinden yapılan satışlara ilişkin perakende satış fiyatı bilgilerinin izlenemediğini, sadece hangi kodlu ürünün, hangi miktarda ve kime satıldığı bilgisine erişilebildiğini ifade etmiştir. Nitekim, dosya mevcudu bilgi ve bulgularla da örtüşür şekilde, merkezden doğrudan fiyatın girilmesi türünde bir uygulamanın söz konusu olmadığı anlaşılmıştır.

BSH Batı Anadolu Bölge Müdürlüğü'nde görevli Satış Yetkilisi Sinan Erkal ile Bölge Müdürü Ömer Kahveci ise kendileriyle yapılan görüşmede, bayilerle ilgili bayilik iptali gibi işlemlere ilişkin son kararın Bölge Müdürlüğü'nün önerisi üzerine şirket merkezinden verildiğini, tavsiye fiyat listelerinin de merkezden kargo ve internet yoluyla doğrudan bayilere gönderildiğini, hedeflerin merkez tarafından belirlendiğini ve Bölge Müdürlüğü'nün sadece bayilerle şirket arasındaki iletişimi sağladığını ifade etmişlerdir. Bunlara ilaveten, Bölge Müdürlüğü'nün bir tür satış müfettişi faaliyeti gördüğünü, bayileri düzen, müşteri ilişkileri, yabancı ürün mevcudiyeti gibi bayilik sözleşmesine aykırı davranışlar gibi hususlarda denetlediğini belirtmişlerdir.

Başvuruya konu iddialardan biri ....**ticari sır**..... unvanlı bayilerin bayiliklerinin başka sebepler gösterilerek aslen fiyat birliğine uymadıkları gerekçesiyle iptal edilmiştir. BSH Batı Anadolu Bölge Müdürlüğü'nde yapılan yerinde incelemede elde edilen aşağıdaki belgeler söz konusu bayilerinin bayiliklerinin yabancı ürün bulduklarını gerekçesiyle iptal edildiğine işaret eder niteliktedir:

- Ömer Kahveci tarafından 29.9.2010 tarihinde Satış Yetkilisi ..... gönderilen elektronik postadan ..... unvanlı bayilere yabancı mal teşhir ve satışı nedeniyle yazılı uyarıda bulunulduğu anlaşılmaktadır.
- Ömer Kahveci tarafından Sinan Erkal'a gönderilen 17.1.2011 tarihli ve ..... başlıklı elektronik postada başvuruda bayiliğinin aslen BSH tarafından gönderilen fiyatlara uymadıkları gerekçesiyle iptal edildiği öne sürülen ..... unvanlı bayide yabancı ürün satışı yapıldığını gösteren fotoğraflar bulunmaktadır.
- Bosch Batı Anadolu Bölge Satış Müfettişi Reşat Ok tarafından Sinan Erkal'a gönderilen 24.11.2010 tarihli "....." konulu elektronik postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

*"Sinan Bey, ..... bayimizin mağazasının giriş bölümünde vestel lcd, arnica süpürge, uğur derindondurucu ve sierra uydu alıcı bulunmaktadır. Ayrıca üst katında esco ocak, arçelik mikro dalga, lider ütü, regal mikro dalga, danse aspiratör, sinbo katı meyve sıkacağı, felix kettle bulunmaktadır. Ürünler birer adet değil bayaa stoklu durumdadır. Bilgilerinize"*

- Ömer Kahveci tarafından İhsan Kara'ya gönderilen 24.11.2010 tarihli ve "..... firması iptali hk" konulu elektronik postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:  
*"..... yetkili satıcımız ..... firmasını, yabancı mamül teşhir ve satışı konusunda çeşitli zamanlarda yazılı ve sözlü olarak uyarılarımıza rağmen sonuç alamadığımız aşağıdaki mahalde görevli personelimiz Reşat Ok'un raporundan anlaşılmaktadır. Bu nedenle firma ile ticari ilişkilerimizin 30/11/2010 tarihi itibarıyla nihayetlenmesi kararı alınmış ve firma yetkililerine sözlü beyan edilmiştir. Firmaya konu hakkında yazılı bildirin yapılması konusunda bilgilerinizi ve gereğini arz ederim..."*

### **I.3.3. Hukuki Değerlendirme**

Mal veya hizmetlerin alım veya satım fiyatının teşebbüsler arası yatay ya da dikey anlaşmalar yoluyla belirlenmesi 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında ihlal sayılmaktadır. Nitekim sağlayıcının ürünün yeniden satış fiyatını belirlemesi, 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinde sıralanan ve rekabet kısıtları içeren anlaşmaları grup muafiyeti kapsamı dışına çıkaran sınırlamalardan en temel olanıdır. Bununla birlikte aynı maddenin devamında, taraflardan herhangi birinin baskısı veya teşvik etmesi sonucu sabit veya asgari satış fiyatına dönüşmemesi koşuluyla, sağlayıcının azami satış fiyatını belirlemesinin veya satış fiyatını tavsiye etmesinin mümkün olduğu belirtilmektedir.

Yeniden satış fiyatının tespitine yönelik olarak sözleşmede doğrudan bir hüküm bulunan durumlarda konu açıktır. Bununla birlikte yeniden satış fiyatının tespiti sonucuna bazı dolaylı yollarla da ulaşılabilir. Alıcının kar marjının belirlenmesi, tavsiye fiyat niteliğinde ilan edilmiş bir fiyat seviyesinden alıcının yapabileceği indirimin en üst seviyesinin belirlenmesi, alıcının belli bir yeniden satış fiyatına bağlı kalmaması halinde uyarılması, tehdit edilmesi, cezai yaptırımlara muhatap olması, sözleşmesinin feshedilmesi, siparişlerinin geciktirilmesi ya da iptal edilmesi, yeniden

satış fiyatının belirlenmesine yönelik dolaylı yöntemlere verilebilecek örneklerdir. Yeniden satış fiyatının tespitini amaçlayan bu doğrudan ya da dolaylı yöntemler, yeniden satış fiyatına uymayan alıcının örneğin bir fiyat izleme mekanizması yardımıyla tespit edilebilmesini sağlayan önlemlerle birleştirildiğinde çok daha etkili olmaktadır<sup>2</sup>.

BSH'nin Bosh bayileri ile imzaladığı "Bosch Münhasır Bayilik Sözleşmesi"nin 3.2. maddesinde BSH tarafından bayilere sağlanabilecek perakende satış fiyatlarına ilişkin listelerin tavsiye niteliğinde olduğu açıkça belirtilmektedir. Dolayısıyla sözleşmede yeniden satış fiyatının tespitine yönelik bir hüküm bulunmamaktadır. Öte yandan yapılan yerinde incelemelerde BSH'nin yukarıda sayılan dolaylı yöntemlerden herhangi birini kullandığına işaret edecek herhangi bir bilgi ya da belgeye ulaşılamamıştır. Nitekim bayilerin perakende satış fiyatlarına yönelik bir fiyat izleme mekanizmasının varlığından da söz edilememektedir.

Dolayısıyla, BSH ve bayileri arasında yeniden satış fiyatının tespiti olarak nitelendirilebilecek bir anlaşma ya da uyumlu eylemin bulunduğuna işaret eder herhangi bir belge, bilgi ya da bulguya ulaşılamadığından 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında ihlal olarak değerlendirilecek bir durumun söz konusu olmadığı kanaatine varılmıştır.

## **J. SONUÇ**

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

Dosya konusu iddialara yönelik olarak 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığına, şikayetin reddine OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.

---

<sup>2</sup> Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz, paragraf 16, 17, 18.