

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2007-4-53 (Önaraştırma)
Karar Sayısı : 07-56/669-232
Karar Tarihi : 4.7.2007

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

10

Başkan : Tuncay SONGÖR (İkinci Başkan)
Üyeler : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI, M. Sıraç ASLAN,
Süreyya ÇAKIN, Mehmet Akif ERSİN

B. RAPORTÖRLER : Mehmet YANIK, Bekir KOCABAŞ, Hale SAĞLAM

C. ŞİKAYET EDEN : - Ferit KESKİN, İsmail KESKİN
Üçevler Mh. Beşevler Sanayi Sit. No:13 Nilüfer/Bursa
Temsilcisi: Av. Adem BAŞTÜRK
Ulu Cd. Sezen Sk. No:9 K:1-2-3-4 Osmangazi/Bursa

20

D. HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA

YAPILANLAR : 3 M Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Akmerkez B3 Kulesi K:5-6 Etiler/İstanbul

E. DOSYA KONUSU : **3M Sanayi ve Ticaret A.Ş. (3M)'nin; bayilerinin nihai satış fiyatını tespit etmek, bayilerine müşteri sınırlamaları getirmek, bayileri arasında ayrımcı uygulamalar yapmak, bayilerine yönelik hedef indirimleri uygulamak ve rakiplerine yönelik yıkıcı fiyat uygulamak sureti ile 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. ve 6. maddelerini ihlal ettiği iddiası.**

30

F. İDDİALARIN ÖZETİ: Dilekçede; şikayetçiye ait olan Keskin İş Güvenlik Malzemeleri firmasının 20 yıldır iş güvenlik malzemeleri alanında Bursa ve Türkiye genelinde faaliyet gösteren bir işletme olduğu, 2000 yılında 3M'in bayiliğini aldığı ve kısa sürede artan satış rakamları ile 3M'in Türkiye'deki bayileri içerisinde ilk üç firma arasına girmeyi başardığı; Keskin İş Güvenlik'in bu başarısına karşın 3M'in müvekkilleri aleyhinde ayrımcı fiyat uygulamasında bulunduğu, ardından da gerekçe göstermeksizin bayilik sözleşmesini feshettiği, 3M'in bayileri arasında ayrımcılık yapmak, nihai satış fiyatını tespit etmek ve bayileri arasında bölge ve müşteri tahsisi yapmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. ve 6. maddesini ihlal ettiği ifadeleri yer almaktadır.

40

G. DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 28.3.2007 tarih, 2374 sayı ile giren başvuru üzerine hazırlanan 25.4.2007 tarih, 2007-4-53/ İİ-07-M.Y. sayılı İlk İnceleme Raporu, 3.5.2007 tarih, 07-37 sayılı Kurul toplantısında görüşülmüş ve 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. ve 6. maddelerinin

ihlaline ilişkin bir soruşturma açılmasına gerek olup olmadığının belirlenmesi amacıyla, Kanun'un 40/1. maddesi uyarınca önaraştırma yapılmasına 07-37/373-M sayı ile karar verilmiştir.

İlgili karar uyarınca düzenlenen 27.6.2007 tarih 2007-4-53./ÖA-07-MY sayılı Önaraştırma Raporu 2.7.2007 tarih, REK.0.08.00.00-110/213 sayılı Başkanlık önergesi ile 07-56 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ: İlgili Rapor'da;

a) 3M'nin;

- Bayisi Keskin İş Güvenlik Malzemeleri'nin (.....)'a yaptığı satışta nihai satış fiyatını belirlemesinin,

- Bayiliğine son verilen Keskin İş Güvenlik Malzemeleri'nin Bursa ilindeki müşterilerini, İstanbul Ticaret İş Güvenliği ve Endüstriyel Ürünler San. Ltd. Şti.ve Egebant unvanlı bayileri arasında paylaşımının; buna ilaveten iki bayiye birbirinin müşterilerine satış yapmaması konusunda ve ayrıca İzmir merkezli Nam isimli bayiye Bursa ilinde İstanbul Ticaret ve Egebant'ın müşterilerine satış yapmaması konusunda uyarmasının,

- Keskin İş Güvenlik Malzemeleri ve Ekay Elektrik Kablo Aydınlatma Tic. ve San. Ltd. Şti. unvanlı bayilerine diğer bayilerden farklı indirim oranları belirlemek yoluyla, bu bayileri rakip konumundaki diğer bayiler karşısında dezavantajlı duruma düşürmesinin

4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi'nin ihlali olarak değerlendirilebileceği düşünülüyor için 3M'e yönelik olarak soruşturma açılması gerektiği,

b) 3M'nin ilgili pazarlardaki ithalat rakamları göz önünde bulundurularak hesaplanan pazar payı verileri ile sözkonusu pazarlara ilişkin, ithalat imkanları, potansiyel rekabet, alıcıların gücü gibi bilgiler birlikte değerlendirildiğinde, 3M'in ilgili ürün pazarında hakim durumda olmadığı, dolayısıyla raporda yer verilen 3M eylemlerinin 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi bağlamında ihlal sayılamayacağı görüşlerine yer verilmiştir.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. İlgili Pazar

I.1.1. İlgili Ürün Pazarı

Önaraştırmaya konu dosya bakımından 3M'nin satışını yaptığı ürünler, boyun üstü iş güvenliği malzemeleri olan baret, gaz ve toz maskeleri, göz koruyucu ürünler, kulak tıkacı ve kulaklıktan oluşmaktadır.

3M'nin satışını yaptığı bu ürünler genel olarak iş sağlığı ve işçi güvenliği alanında kullanılmakla birlikte, her bir ürünün kullanım amacı, işlevi, üretim teknolojisi ve üretim maliyeti farklıdır. Dolayısıyla sözkonusu ürünler talep ve arz açısından birbirine ikame teşkil etmemektedir.

Yukarıda sunulan bilgiler ışığında ilgili ürün pazarları; her biri ayrı ürün pazar olmak üzere, “baret”, “gaz maskesi”, “toz maskesi”, “güvenlik gözlükleri”, “kulak tıkacı” ve “kulaklık” pazarları olarak belirlenmiştir.

90

I.1.1. İlgili Coğrafi Pazar

Dosya mevcudu bilgiler çerçevesinde, ilgili coğrafi pazar “Türkiye Cumhuriyeti Sınırları” olarak tespit edilmiştir.

I.2. Yapılan Tespitler ve Deliller

I.2.1. 4054 Sayılı Kanun’un 4. Maddesinin İhlali İddialarına İlişkin Olarak Elde Edilen Bilgi ve Bulgular

I.2.1.1. Şikayet Dilekçesi ve Ekleri

100 Şikayet dilekçesi ekinde, 3M’nin nihai satış fiyatını tespit ettiğine ilişkin olarak 3M satış yetkilisi Yiğit ILGAZ ile Keskin İş Güvenlik Malzemeleri firması arasındaki bir e-posta iletisi sunulmuştur. 28.4.2006 tarihli söz konusu iletide:

“Hüseyin Bey merhaba,

“(.....)’da kullanılan (.....) alış fiyatınızı (.....) Euro’ya indirmiş bulunuyoruz. Bu indirmeyi (.....) firmasına %(...) indirim olarak yansıtmanızı rica ederiz.”

ifadesi yer almaktadır.

I.2.1.2. 3M’in Eski Bayisi (....) tarafından 3M’e Gönderilen Yazı

110 Raportörlerce, 3M’nin eski bayisi (.....) Tic. ve San. Ltd. Şti.’nde yapılan yerinde incelemeler esnasında elde edilen (.....) firması ortağı tarafından 3M’ye gönderilen yazıda (.....)’ın (.....)’a yaptığı satışlara ilişkin olarak alım ve satım fatura bilgileri sunulmakta ve şu ifadeler yer almaktadır:

“.....TİCARİ SIR.....”

I.2.1.3. Şikayetçilerle Yapılan Görüşmelere İlişkin Bilgi Tutanağı

Anılan şahıslar tarafından, konuya ilişkin olarak aşağıdaki görüşler belirtilmiştir:

120 - Teşebbüsümüzün (.....)’ya teklif yaptığını öğrenen 3M yetkilisi bu firmaya Egebant tarafından satış yapacağını belirterek, verdiğimiz fiyat teklifi konusunda teşebbüsümüzü uyarmıştır. Bununla da yetinmeyip o dönem satışta çalışan (.....) isimli çalışanını işten çıkarmıştır. Onun yerine göreve gelen (.....) bize karşı agresif bir tutum sergilemiştir. Bizim İstanbul’da satış yaptığımız Kare isimli firmaya satış yapamayacağımız iddiasında bulunmuş, bu konuda bizi tehdit etmiştir. Bizim geri adım atmamamız üzerine bize uygulanan %(...-...) oranında iskontolar %(...)'e çekilmiştir ve son olarak bayiliğimiz iptal edilmiştir.

- (.....)’ya teklif etmemiz marka içi rekabeti artırıp fiyatları düşüreceğinden 3M’nin tepkisini çekmiş ve bugünkü ihtilaf çıkmıştır. Ayrıca, (.....)’ye mal satışı yapmamız ve tehditlerine rağmen (.....)’ye satış yapmaya devam etmemiz

sonucunda bayiliğimize son verilmesi 3M'nin hiçbir şekilde rekabeti istemediğinin göstergesidir.

- 130 - 3M'nin satış fiyatlarımıza müdahalesi olmaktadır. Bilhassa büyük firmalara satışta veya rakiple karşılaşılan satışlarda yeniden satış fiyatımızı tespit etmektedir. Örneğin (.....)'a Nisan 2006'da yapılan satışta fiyat konusunda her ne kadar rica ederiz denilmekteyse de bizim kendilerinin bildirdiği fiyatı uygulamamız durumunda başka bir bayiye bizim yerimize görevlendirmektedir. Biz de mecburen bize verilen fiyatı uygulamak durumunda kalmaktayız.

I.2.1.4. 3M Bayisi İstanbul Ticaret İş Güvenliği ve Endüstriyel Ürünler San. Ltd. Şti. (İstanbul Ticaret) Yetkilisi ile Yapılan Görüşmeye İlişkin Bilgi Tutanağı

140 Şirket yetkilisi ile yapılan görüşmede anılan şahıs tarafından aşağıdaki hususlara değinilmiştir:

- Biz genellikle doğrudan kullanıcılara ve satıcı firmalara satış yapıyoruz. Doğrudan kullanıcılara yaptığımız satışlarda, müşterilerimizin ödeme koşullarına göre kendi iskontolarımızı belirleyerek satışlarımızı gerçekleştiriyoruz. Sektörde eskiden olduğu gibi büyük kar marjı mümkün değil artık. Genel olarak %(...-...) arasında değişen kar marjlarıyla satış yapıyoruz.
- Sağlayıcılarımızdan 3M'nin bildiğim kadarıyla doğrudan satışı bulunmuyor. Satışlar bayiler aracılığıyla gerçekleştiriliyor ve bayiler arasında mesela İstanbul içerisinde herhangi bir bölge veya firma paylaşımı bulunmuyor. Hem diğer bayilerin hem de bizim ürün sattığımız firmalar var. Türkiye içerisinde istediğimiz her yere satış yapabiliyoruz. Ancak mesela Karaman'daki bir firma Ankara bölge bayisinden malzeme temini daha kolay olduğu için oradan alıyor. Şöyle ki maliyetlerdeki artışlardan dolayı o firmaya malzeme satmak için çaba sarf etmiyoruz.
- 150

I.2.1.5. 3M Eski Çalışanı (.....) Tic. San. Ltd. Şti. (.....) ile Yapılan Görüşmeye İlişkin Bilgi Tutanağı

Eski bir 3M çalışanı olan (.....) ile yapılan görüşmede, anılan şahsın konuya ilişkin ifadeleri aşağıdaki gibidir:

160

- (.....TİCARİ SIR.....)

I.2.1.6. 3M Eski Bayisi Ekay Elektrik Kablo Aydınlatma Tic. ve San. Ltd. Şti. (Ekay) Ortağı ile Yapılan Görüşmeye İlişkin Bilgi Tutanağı

Raportörlerin anılan Şirket Ortağı ile yaptıkları görüşmede, söz konusu şahıs aşağıdaki bilgileri vermiştir:

170 - Bizim satış fiyatlarımız 3M tarafından belirlenmekteydi. Yani satacağımız fiyatlarda bir serbestimiz olmamıştır. Hatta bu belirlemeler dolayısıyla zarara uğradık ve bu durumu yazıyla detaylı bir şekilde 3M'ye ilettik. 3M ilerde kazanacaksınız diyerek baştan savdı. 3M'nin yeniden satışları konusunda akıl almaz uygulamaları bulunmaktadır. Örneğin, normalde 100 YTL'ye satınla bir ürünü 10 YTL'ye satabilmektedir. (.....-.....)'a yaptığımız satış bunun bir örneğidir. Bana adet başına sadece (...) Yeni Kuruluş'luk kar belirlediler. Bu kadar fahiş farklar, rakipleri yok etmek için yapılan uygulamalardır. Ayrıca 3M'nin bir fiyat istikrarı bulunmamaktadır. Bayisine ve müşterisine göre birbirinden çok farklı fiyatlar verilmektedir. Fiyatlar çok düşebildiği gibi rakibin bulunmadığı ve marka yazdırdıkları durumlarda inanılmaz yükselmektedir. Bayilerin, müşterilere verdikleri düşük fiyatlar da bayi toplantılarında gündeme getirilip uyarılar yapılmaktadır.

180 - Başka bölgeye satışlar da kesinlikle yasaktır. Bayilerden tek tek faturalar istenerek kontrol yapılabilmektedir. Ayrıca bayi toplantılarında gerek bayinin vermiş olduğu düşük fiyatlar gerekse bölge dışına çıkışlar konusunda tüm bayiler önünde çok hararetli tartışmalar yaşanmaktadır. Öyle ki, bayilerle kötü söz söylemeye varan olaylar yaşanmıştır. Bayilerle mal satılan müşterinin yeri konusunda şiddetli tartışmalar bu toplantılarda karşılaşılan durumlardır. 3M'den habersiz gerek fiyatlama konusunda gerekse müşteriye satışlarda kuş

190 uçurulmamaktadır. Buna örnek, 3M tarafından bayilere yazılan mektupta da görüleceği üzere bayinin satış yaptığı tüm faturaların fotokopisi bizzat istenmekte ve faturanın gönderilmemesi halinde bayinin alacağı tenzilat iptal edilmektedir. Biz faturalarımızı gönderip bu kurallara uymak için böyle bir durumla karşılaşmadık.

I.2.1.7. Mert BÜYÜKYAZGAN ile Yapılan Görüşmeye İlişkin Bilgi Tutanağı

Raportörlerin, 3M'nin Endüstriyel ve Otomotiv Pazarları Satış Pazarlama Müdürü Mert BÜYÜKYAZGAN ile yaptıkları görüşmede, anılan şahsın konuya ilişkin ifadeleri aşağıdaki gibidir:

200 - 3M olarak bir liste fiyatımız bulunmaktadır. Bayilerle yaptığımız bayilik sözleşmelerinde nasıl bir iskonto yapılacağı belirtilmiştir. Uygulamada standart iskonto oranımız %(...)’dir. Bayilerimiz sadece bizim ürünlerimizi satıyorsa ürünlere göre değişmekle birlikte % (...-...) arasında bir iskonto alıyor; buna ilaveten her üç aylık dönemlerde hedefini gerçekleştiren bayilere %(...) indirim ve buna ilaveten %(...)’lik sene sonu iskontosu yapabiliyoruz. Ayrıca altı aylık periyotlar halinde hedefi aşma durumuna göre (% ...-...-...-...) % (...-...-...-...) indirimler yapılabilmektedir. Bu iskontolar dönem sonlarında bayiler tarafından düzenlenen fark faturası yoluyla ürün grubuna göre yapılmaktadır. Ana bayilerden (.....) tüm ürün gruplarında münhasır olduğu için ürün

210 gruplarının tamamında ekstra indirim alabilmektedir. (.....) hiçbir ürün grubunda münhasır bayimiz olmadığı için ekstra indirim almamaktadır. (.....) ise, birkaç ürün grubunda ekstra indirim alabilmektedir.

- Bayilerimizin satış yapacağı müşterilerin karşısında rakip firmalar bulunmaktaysa ve söz konusu müşteri stratejik bir konumdaysa, bayi gerekli çalışmayı yaparak bizden %(...-...) bandındaki indirimden daha fazla indirim talep edebilmektedir. Bazen de doğrudan düşük fiyat da talep edebilmektedir.

- Bazen son kullanıcı rakip ürünleri kullanıyorsa, asıl ürünlerin filtrelerini bizden alması koşuluyla asıl ürünleri ücretsiz vermekteyiz. Örneğin 6200 kodlu ürün olan yarım yüz maskesinde bu uygulamayı yaptık.

220

1.2.1.8. 3M Yetkilileri ile Yapılan Görüşmeye İlişkin Bilgi Tutanağı

Şirket yetkililerinin konuya ilişkin ifadelerine aşağıda yer verilmiştir.

- 3M olarak bir liste fiyatımız bulunmaktadır. Bayilere satışta fiyatımızı belirleyen temel iki kıstas bulunmaktadır. Bunlardan ilki maliyettir, ikincisi müşterinin alım gücüdür. Bunlar dışında fiyatlarda bayilerimize sabit bir iskantomuz bulunmaktadır. Bu iskontoya ilaveten bayilik sözleşmemizde belirtilen yüksek hacimli işler ve sadece bizden mal alan bayiler için ekstradan iskonto uygulayabilmekteyiz. Bu rakamlar bayilik sözleşmelerinde ayrıntılı olarak açıklanmaktadır.

230

- Bayilerin büyük hacimli siparişlerinde farklı fiyat uygulaması olabilmektedir. Eğer bayinin satış yaptığı müşteri güçlü bir müşteriye pazarda iyi bir yerdeyse, bu ilerde de bizden mal alacağını gösterir. Bunun haricinde, alıcıya satış yapabilecek rakip bir firma bulunuyorsa, onun pazarını alabilmek için fiyatlarda bayimize özel kolaylıklar sağlayabilmekteyiz. Burada amaç iyi bir müşteriye 3M ürünlerini tanıtarak ilerdeki pazar payımızı artırmaktır.

- Bayilerin talebi halinde sevkiyatımızı Türkiye'nin herhangi bir bölgesine yapabilmekteyiz. Dolayısıyla fatura adresi ile sevkiyat adresi değişebilmektedir.

- Lot numarası ile ithalat yoluyla satılan 3M ürünlerini tespit etme uygulamasındaki temel amaç son kullanıcının şikayetini minimuma indirmektir. Ürünlerden bir şikâyet olduğunda, bizden alınıp alınmadığını bu şekilde tespit edebiliyoruz. Eğer şikâyet edilen bizim ürünümüzse aldığımız ülkeye bizim x lotlu ürünümüzde hata var, bu malı topla ya da iade al diyebiliriz. Bu amaçla kendi ürünlerimize lot numarası verdik. Bu yolla piyasada satılan 3M malının son kullanıcıya kimden gittiğini, hangi tarihte üretildiğini ve bizim malımızın kimden satıldığını gözlemleyebilmekteyiz.

240

- Yeterince bilgilendirilmeyen bayiler 3M için risk taşımaktadır. Biz 7 bayiye yetişemediğimizi düşündüğümüz için bayi sayısını düşürerek daha etkin çalışmayı hedefledik. Bu bayiler tam rakamı bilmemekle beraber 3-4 yıldır bizle çalışan bayilerdi. Bunlardan Keskin daha büyük bir bayi idi. Biz bu bayiler kanalıyla son kullanıcıya yeterince ulaşamadığımızı düşünüyorduk. Ayrıca bu bayilerde iş güvenliği konusunda yeterince motivasyon göremiyorduk. İş güvenliği malzemeleri çok kritik malzemelerdir. Bunların kullanımında oluşacak bir hata

250

sonucunda yeterince bilgilendirilmeyen son kullanıcının zarar görmesi 3M için çok ciddi bir prestij kaybıdır. O nedenle bayi sayısını azaltınca bayilerimize daha etkin ulaşabileceğimizi ve daha iyi eğitim verebileceğimizi düşündük. Bayilik ilişkimiz sonlanmadan bu bayilerin iskonto oranı standart %(...) oranından %(...)'e düşürüldü, ardından bayilik ilişkisi sonlandırıldı.

J. GEREKÇE ve HUKUKİ DAYANAK

260 J.1. 4054 Sayılı Kanun'un 4. Maddesi'ne İlişkin Tespitlerin Değerlendirilmesi

Herhangi bir piyasada ekonomik faaliyet gösteren teşebbüsler, genel olarak iki farklı rekabet ile karşı karşıyadır. Bunlardan birincisi, "markalar arası rekabet (yatay rekabet)", diğeri ise "marka içi rekabet (dikey rekabet)"tir. Yatay rekabet, tüketici gözünde aynı ya da benzer hizmet veya ürünleri üreterek ya da ticari yoldan edinerek, doğrudan veya yeniden dağıtıcılar kanalıyla pazara sunan teşebbüslerin içinde buldukları ekonomik yarışır. Marka içi (dikey) rekabet ise, aynı markanın üretim, dağıtım veya satışı gibi aynı ya da farklı aşamalarda faaliyet gösteren teşebbüsler arasındaki ekonomik yarışır ifade etmektedir. Tanımdan da anlaşılacağı üzere, marka içi rekabetin kısıtlanması genellikle, 270 üretim zincirinin farklı aşamalarında faaliyet gösteren teşebbüsler arasındaki ilişkiler ve anlaşmalarda söz konusu olmaktadır.

3M'e ilişkin olarak 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamındaki şikayetler,

- ürünlerin nihai satış fiyatını tespit etmek,
- bayilerine bölge ve müşteri kısıtlamaları getirmek,
- bayileri arasında ayrımcılık yapmak

suretiyle marka içi rekabeti ortadan kaldırdığı iddialarına dayanmaktadır.

4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde, marka içi veya markalar arası ayrımı yapılmaksızın, belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi 280 doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemleri hukuka aykırı kabul edilmiş ve yasaklanmıştır. Kanun'un 5. maddesinde ise; Kurulun, Kanunla belirlenen koşulların sağlanması halinde, teşebbüsler arası anlaşma, uyumlu eylem ve teşebbüs birlikleri kararlarının 4. madde hükümlerinin uygulanmasından muaf tutulmasına karar verebileceği; ayrıca Kurul'un, belirli konulardaki anlaşma türlerine grup olarak muafiyet tanınmasını sağlayan ve bunların şartlarını gösteren tebliğler çıkarabileceği düzenlenmiştir. Kurul tarafından, Kanun'un 5. maddesi son fıkraya hükmü uyarınca, 2002 yılında 2 sayılı "Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği" yayınlanmıştır. Söz konusu Tebliğ'e göre, ilgili 290 maddelerde belirtilen şartların sağlanması halinde bir mal/hizmetin üretim zincirinin farklı aşamalarında bulunan teşebbüsler arası rekabeti sınırlandırabilecek anlaşmalar grup olarak Kanun'un 4. madde hükümlerinin uygulanmasından muaf tutulmuştur.

Önaraştırma sürecinde elde edilen tespit ve deliller ışığında, 3M'nin bayileriyle yapmış olduğu anlaşmaların rekabetin dikey kısıtlanması olarak kabul edilip

edilemeyeceği, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi ve 2002/2 Sayılı Tebliğ kriterlerine göre aşağıda değerlendirilmiştir.

- Nihai Satış Fiyatının Tespiti:

300 2002/2 sayılı Tebliğ uyarınca teşebbüsler arasındaki dikey anlaşmaları grup muafiyeti dışına çıkartan kısıtlamalardan birisi, Tebliğin 4/a maddesinde düzenlenen, son satış fiyatının sağlayıcı tarafından belirlenmesidir.

310 Şikayet dilekçesinde, Keskin İş Güvenlik Malzemeleri'nin satışını yaptığı 3M ürünlerinde, 3M'in nihai satış fiyatlarını belirlediği iddia edilmiş ve bu iddiaya örnek teşkil etmesi için 3M satış yetkilisi Yiğit ILGAZ ile Keskin İş Güvenlik Malzemeleri firması arasındaki bir e-posta yazışması sunulmuştur. 3M'in nihai satış fiyatını tespit ettiği iddiası, Ferit KESKİN ve İsmail KESKİN'le raporörlerin yapmış olduğu görüşmede de tekrar edilmiştir. 3M'in bayilerin nihai satış fiyatını tespit ettiği iddiası, 3M'in eski bayisi Ekay yetkilisi tarafından da ileri sürülmüş ve (.....)'a yaptıkları ürün satışında 3M tarafından kendilerine adet başına (...) Yeni Kuruluşluk bir kar oranının belirlendiği iddia edilerek, bu satışta zarar ettikleri yönünde 3M'e çekildiği belirtilen faksın bir kopyası raporörlere sunulmuştur. Diğer taraftan, 3M'in eski çalışanı ve (.....) ortağı ile yapılan görüşmede ise, 3M'in bayilerin nihai satış fiyatlarına karışmadığı, bayilerin fiyat tespiti konusunda özgür oldukları belirtilmiş; ancak bu durumun tek istisnasının (.....)'a yapılan satış olduğu, sözkonusu satışta 3M'in doğrudan bayi adına teklif verdiği ifade edilmiştir. Raporörlerin, 3M'in mevcut bayisi İstanbul Ticaret İş Güvenliği ve Endüstriyel Ürünler San. Ltd. Şti.'nin yetkilisi ile yaptıkları görüşmede de bayi olarak müşterilerinin ödeme koşullarına göre satış koşullarını kendilerinin belirlediği ifade edilmiştir.

320 Öneri kapsamında yapılan görüşmelerde, nihai satış fiyatının 3M tarafından belirlendiği iddiası, bu şirketin eski bayileri tarafından doğrulanırken, mevcut bayisi tarafından yalanlanmaktadır. (.....) tarafından ise, 3M'nin nihai satış fiyatlarına karışmadığı belirtildikten sonra, bunun tek istisnasının (.....)'a yapılan satış olduğu ifade edilmektedir. (.....)'a yapılan sözkonusu satışta fiyatların gerçekten 3M tarafından belirlenip belirlenmediği öneri kapsamında tespit edilememiştir.

330 Nihai satış fiyatlarının tespitine ilişkin olarak elde edilen somut bir belge, 3M satış yetkilisi Yiğit İlgaZ ile Keskin İş Güvenlik Malzemeleri firması arasındaki 28.4.2006 tarihli e-posta mesajıdır. Sözkonusu mesajda, 3M yetkilisi tarafından Ekay firması yetkilisine, (.....) kodlu ürünün alış fiyatını Ekay için (.....) Euro'ya indirdikleri belirtilmekte ve bu indirimin Ekay tarafından (.....)'a %(...) olarak yansıtılması rica edilmektedir. Bilindiği üzere, sabit satış veya asgari satış fiyatına dönüşmemesi koşuluyla, sağlayıcıların alıcılara satış fiyatlarını tavsiye etmeleri, 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında, nihai satış fiyatının tespiti olarak kabul edilmemektedir. 3M yetkilisi ile Ekay firması yetkilisi arasındaki e-posta yazışmasında ise, 3M'in talebinin bir tavsiyeden ibaret olmadığı görülmektedir. Söz konusu e-posta yazışması, bayinin satış fiyatının dolaylı olarak 3M tarafından belirlenmesine yöneliktir.

340 3M'in eski bayisi Ekay tarafından 3M'e gönderilen, dosya mevcudu bir yazıda ise, (.....)'a yaptığı satışlara ilişkin olarak alım ve satım fatura bilgileri sunulmakta ve "Not: Bugüne kadar faturaya dönüştürülmeyen malzemelerin toplam tutarı KDV dahil bugünkü kur ile hesaplandığında (.....) TL yapmaktadır. Sözkonusu tüm malzemelerin alış ve satış arasındaki fiyat farkı (.....) TL kağıt üzerinde kar gözükmetedir. Kaldı ki (.....)'ın firmamıza ödeme yaptıkları tarihler yukarıda belirtilmektedir. Yukarıda da açıkladığımız gibi (.....) TL fatura kesilmemiş olup kesildikten sonra 30 gün ödeme süresi vardır. Söz konusu sözleşmenin kur farkı ve ödeme süresinden dolayı zarara uğradığımız yukarıda açıklanmıştır. Konunun çözümü hususunda yardımlarınızı rica ederiz." ifadelerine yer verilmektedir. Ekay yetkilisinin görüşme tutanağındaki ifadelerinde, (.....)'a yapılan sözkonusu satışta 3M tarafından kendilerine adet başına (...) Yeni Kuruş'luk bir kar verildiği ileri sürülmekte ve taraflarınca 3M'ye gönderilen yazının da bundan kaynaklandığı belirtilmektedir. Ancak yukarıda sözü edilen belge incelendiğinde, belgenin Ekay'ın 3M'in Ekay'ın satış fiyatını tespit ettiğine ilişkin olarak herhangi bir hususa işaret etmediği, 3M'nin zararının alım ve satım tarihleri arasındaki farkın açılması nedeniyle bu arada oluşan kur farkından kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla sözkonusu belge 3M'nin, bayisinin nihai satış fiyatını belirlediği iddiasına delil teşkil etmemektedir.

360 Sonuç olarak, önaraştırma safhasında 3M'in sistemli bir şekilde bayilerinin nihai satış fiyatlarını tespit ettiği iddiasını doğrulayan deliller bulunamamıştır. Diğer taraftan 3M bayisi Keskin'in (.....)'a yaptığı satışta nihai satış fiyatının dolaylı olarak 3M tarafından belirlendiği anlaşılmakta olup, bu uygulama 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlali niteliğindedir.

- Bölge ve Müşteri Kısıtlamaları

370 Teşebbüsler arasında yapılan dikey anlaşmaları grup muafiyeti dışına çıkaran kısıtlamalardan diğeri ise, alıcının sözleşme konusu mal veya hizmetleri satacağı bölgeye ilişkin tebliğde izin verilenler dışında kısıtlamalar getirilmesidir. Tebliğ'in 4(b) maddesinde dört başlık altında sayılan bölge veya müşteri paylaşımı türleri anlaşmaları grup muafiyeti dışına çıkartan sınırlama olarak kabul edilmemektedir. Bu istisnalardan ilki özellikle dağıtım ağı kurmak isteyen sağlayıcı teşebbüslerin, kendisine ya da alıcı konumundaki teşebbüslere münhasır satış bölgeleri veya münhasır müşteri grupları vermelerine olanak sağlamaktadır. Sağlayıcı teşebbüs, kendisine veya bir alıcıya tahsis edilmiş münhasır bölge ya da müşteri grubuna yapılacak aktif satışları kısıtlayabilmekte, pasif satışları ise kısıtlayamamaktadır. Münhasır bayilik sisteminde pasif satışların kısıtlanması, anlaşmayı grup muafiyeti dışına çıkaran ağır kısıtlamalardandır.

380 Şikayet dilekçesinde ve şikayetçiler İsmail KESKİN ve Ferit KESKİN ile yapılan görüşmede, Keskin İş Güvenlik Malzemeleri'nin firmasının (.....) unvanlı alt bayiye satış yapmaması hususunda 3M tarafından baskı yapıldığı; ayrıca Keskin İş Güvenlik Malzemeleri'nin 3M istemediği halde (.....)'nın ihalesine girmesinin bu firmanın bayiliğine son verilmesinde etkili olduğu iddia edilmiştir. Konuyla ilgili olarak, 3M eski çalışanı (.....) ile yapılan

görüşmede, (.....) Keskin'in bayiliğine son verilmesinin sebebinin, Ferit Keskin'in 3M iş güvenliği departmanının başındaki Mert BÜYÜKYAZGAN ile anlaşmazlık yaşaması olduğu, Keskin'in Bursa'daki müşterilerinin 3M tarafından İstanbul Ticaret ve Egebant arasında paylaştırıldığı, bu iki firmaya birbirlerinin müşterilerine satış yapmamlarının belirtildiği; ayrıca
390 esasında İzmir bayisi olup Bursa'da şube açmış olan Nam adlı firmaya da İstanbul Ticaret ve Egabant'ın Bursa'daki müşterilerine satış yapmaması hususunda uyarıda bulunulduğu ifade edilmiştir. Ayrıca anılan kişi tarafından, herhangi bir müşteri hangi bayi tarafından 3M ile tanıştırmışsa o bayinin sözkonusu müşteri üzerinde diğer bayilere oranla daha fazla indirim aldığı belirtilmiş ve fiili bir müşteri tahsisinin varlığına dikkat çekilmiştir.

3M'nin eski bayisi Ekay'ın yetkilisi ile yapılan görüşmede ise, bayilerin bölgeleri dışına satış yapmalarının kesinlikle yasak olduğu belirtilmiş ve "bölge dışına çıkan bayinin ipini çekerler" ifadesiyle bölge ihlallerinin 3M tarafında ağır yaptırıma tabi tutulduğu ileri sürülmüştür. Ayrıca aynı görüşmede 3M'nin bayilerden satışlara ilişkin tüm fatura kopyalarının talep edildiğine dikkat çekilmiş
400 ve bu hususun özellikle bölge ihlallerinin tespitine yönelik olduğu iddia edilmiştir. Raportörlerin 3M'in mevcut bayilerinden İstanbul Ticaret yetkilisi ile yaptıkları görüşmede ise, Ekay firması yetkilisinin ifadelerinin aksine, iki farklı bayinin ürün sattığı müşterilerin bulunduğu dikkat çekilerek, 3M'nin bayileri arasında herhangi bir bölge veya firma paylaşımının bulunmadığı ifade edilmiş; kendilerinin Türkiye içerisinde istedikleri her yere satış yapabildikleri; ancak uygulamada maliyet avantajı nedeniyle bayilerin özellikle coğrafi olarak kendilerine yakın bölgelerdeki müşterilere yoğunlaştıkları belirtilmiştir.

3M'in bayileriyle yaptığı dağıtım anlaşmaları incelendiğinde, 3M ile bayileri arasında yapılan anlaşmalarda münhasırlık koşulunun bulunmadığı
410 anlaşılmaktadır. 3M Türkiye çapındaki dağıtımını, hukuki olarak tüm Türkiye çapında satış yetkisine sahip olan az sayıdaki ana bayiler ve bunların altındaki alt bayiler aracılığıyla yürütmektedir. Bu noktada öncelikle 3M'in eski bayisi Ekay yetkilisinin 3M'in bölge dışına satışları kesinlikle yasakladığı konusundaki iddiasını destekleyen delillerin bulunmadığının belirtilmesi gerekmektedir. Bir kere, 3M'in bayilerinin bölgelerini sınırlayan 3M ile bayileri arasında yazılı bir mutabakat bulunmamaktadır. Aksine, bayilik sözleşmeleri incelendiğinde, bayilerin 3M ürünlerinin tüm Türkiye'de satışına yetkili olduğu ibaresinin yer aldığı görülmektedir. Diğer taraftan, 3M bayilerinin tüm Türkiye'de satış yapabildikleri, bu nedenle aynı iki farklı bayinin ürün satışı yaptığı müşterilerin halihazırda
420 mevcut olduğu, İstanbul Ticaret yetkilisi ile yapılan görüşmede de ifade edilmiştir. Nitekim, İstanbul Ticaret'ten alınan fatura örnekleri incelendiğinde, bu firmanın aralarında Kastamonu, Denizli, İzmir, Mersin ve Erzurum gibi illerin de bulunduğu Türkiye'nin değişik yerlerindeki müşterilere satış yaptığı anlaşılmaktadır.

Bölge ve müşteri ihlallerine ilişkin olarak şikayetçiler tarafından dile getirilen bir diğer husus, Keskin firmasının (.....)'ye ve (.....)'ya mal satışı yapmaması hususunda 3M tarafından uyarılması ve Keskin firmasının bu uyarılara uymaması sonucunda bayiliğine son verildiği iddiasıdır. Konuyla ilgili olarak raportörlerin 3M yetkilileri ile yaptıkları görüşmede Keskin firmasının

430 bayiliğine son verilmesinin sebebinin, bu firmada görülen motivasyon eksikliği ile daha az bayi ile çalışılması durumunda müşterilere daha etkin ulaşılabileceği konusunda 3M'de oluşan kanaat olduğu ifade edilmiştir. 3M'in daha az bayi ile çalışılması yönündeki kurumsal değerlendirmelerinin bu kararda etkili olması mümkün olmakla birlikte, Keskin'in bayiliği almasından kısa bir süre sonra 3M'in Türkiye'deki en büyük üç bayisinden biri olduğu dikkate alındığında, Keskin'in bayiliğine son verilmesinde bu firmada gözlenen motivasyon eksikliğinin etkili olduğu yönündeki açıklama tatmin edici değildir. Ancak önaraştırma sürecinde yapılan yerinde incelemelerde, Keskin'in (.....)'ye veya (.....)'ya mal satmaması yönünde 3M tarafından yapıldığı iddia edilen baskıya ilişkin hiçbir somut yazışma veya başkaca delil elde edilmiş değildir. Dolayısıyla, Keskin firmasının 3M'in uyarılarına rağmen (.....) ihalesine girmesi ve (.....)'ye mal satmasını sürdürmesi ile bu teşebbüsün bayilik sözleşmesine son verilmesi arasında illiyet bağı kurulması eldeki deliller ışığında mümkün değildir.

450 Bölge ihlallerine ilişkin olarak değinilmesi gereken son husus, yukarıda sözü edilen 3M eski çalışanı ve Hedef İş Güvenliği Malzemeleri'nin ortağının, Keskin İş Güvenlik Malzemeleri'nin Bursa'daki müşterilerinin 3M tarafından İstanbul Ticaret ve Egebant arasında paylaştırıldığı, bu iki firmaya birbirlerinin müşterilerine satış yapmamalarının belirtildiği; ayrıca esasında İzmir bayisi olup Bursa'da şube açmış olan Nam adlı firmaya da İstanbul Ticaret ve Egebant'ın Bursa'daki müşterilerine satış yapmaması hususunda uyarıda bulunulduğu yönündeki ifadeleridir. Anılan kişinin bu ifadelerinin gerçeği yansıtmadığı, önaraştırma safhasında açığa kavuşturulmamıştır. Ancak, bu ifadelerin gerçeği yansıtması halinde, 3M'in bu eylemlerinin, bayilik sözleşmelerinde yer alan "bayinin tüm Türkiye'de satış yapabilme yetkisine sahip olduğu" şeklindeki hüküm ile çelişeceği ortadadır. Bu durumda, 3M'in münhasır bayilik sisteminin dışında keyfi bir şekilde müşterileri bayilere tahsis ettiği veya yazılı sözleşmelere yansımamakla birlikte karşılıklı irade uyuşması yoluyla uygulamada 3M'in Bursa ili için münhasır bayilik sistemine geçtiği şeklinde iki durumdan birinin varlığından söz edilebilecektir.

460 Birinci ihtimalin sözkonusu olması durumunda, yani 3M'in münhasır bayilik sistemi uygulamaksızın İstanbul Ticaret ve Egebant'a müşteriler tahsis etmesi ve Nam adlı bayinin bu müşterilere aktif satış yapmasını kısıtlaması 3M'in bayilik sistemini 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamından çıkartacaktır. İkinci ihtimalin sözkonusu olması durumunda ise, yani 3M'in fiili olarak Bursa ilinde münhasır müşteri tahsisi yoluna gitmiş olması durumunda ise, sadece Bursa iline yönelik olarak gerçekleşen bu sistem değişikliğinin teşebbüs tarafından objektif makul gerekçelerle açıklanabilir olması gerekmektedir.

- Ayrımcılık İddiaları

470 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde, belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemlerinin hukuka aykırı ve yasak olduğu belirtildikten sonra, olası rekabet

ihlalleri altı bent halinde örnek niteliğinde sayılmıştır. Bunlardan birisi de, 4. maddenin (e) bendinde yer alan “münhasır bayilik hariç olmak üzere, eşit hak ve edimler için eşit durumdaki kişilere farklı şartların uygulanması”dır.

480 Şikayet dilekçesinde, 3M’in diğer bayilerine %(...-...) oranında iskonto uygularken kendilerine uyguladığı iskonto oranını %(...)'e düşürmek suretiyle, firmalarının diğer bayilerle ve markalarla rekabetini imkansız duruma getirdiği belirtilmekte ve böyle 3M’in eşit hak ve edimler için eşit durumdaki kişilere farklı şartlar uygulamak suretiyle 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesini ihlal ettiği iddia edilmektedir.

490 4054 sayılı Kanun’un 4(e) maddesinde yer alan ayrımcılık hükmünün yatay anlaşmalara uygulanmasında tereddüt bulunmamaktadır. Ayrımcılık uygulamalarının dikey anlaşmalarda da ortaya çıkması mümkündür. Örneğin sağlayıcı ile alıcı arasında yapılan bir anlaşmada, alıcının altında yer alan teşebbüslere (örneğin perakendecilere) yönelik ayrımcı uygulamaların yapılmasına ilişkin kayıtların düşülmesi söz konusu olabilir. Yine, alıcının talebi üzerine alıcıyı rakip konumdaki diğer alıcılara göre rekabette avantajlı duruma getiren hükümler konulabilir. Hatta önaraştırmaya konu olayda görüldüğü gibi sağlayıcının alıcı karşısındaki güçlü konumunun bir sonucu olarak alıcı aleyhindeki birtakım kayıtlar anlaşmada yer alabilmektedir.

Ancak taraflar arasında dikey bir ilişkinin bulunduğu durumlarda, işlemin sağlayıcının tek taraflı bir eylemi mi olduğu yoksa sağlayıcı ile alıcı arasındaki anlaşmanın bir parçası mı olduğu hususunun belirlenmesi güçtür. Taraflar arasında dikey bir ilişkinin bulunduğu durumlarda ayrımcılık uygulamalarının Kanun’un 4 (e) maddesi kapsamında değerlendirilebilmesi için, bu ayrımcılığın dikey ilişki içerisindeki en az iki taraf arasındaki açık ve örtülü (zımni) bir irade uyuşmasına atfedilebilir olması gerekmektedir.

500 3M’in bayilerine uyguladığı iskonto sisteminin, raporun ekinde bir örneği sunulan ve bayiler ile yıllık bazda imzalanan “3M İş Güvenliği Bölümü ... Yılı İş Planı Protokolü” vasıtasıyla yürütüldüğü anlaşılmıştır. Söz konusu, protokolün sonunda, “3M İş Planı uygulamasında değişiklik yapma hakkını saklı tutar” ibaresi yer almaktadır. Buna göre, söz konusu iş planını imzalayan bayilerin, 3M’in bayiliğini alabilmek için bu şirketin iskonto oranlarında tek taraflı değişiklik yapabilmesine yazılı olarak rıza gösterdikleri anlaşılmaktadır. Bu durumda, 3M’in Keskin ve Ekay’ın iskonto oranlarında yaptığı değişiklikler, bu bayiler ile şikayete konu şirket arasındaki dikey bir anlaşma olan “3M İş Güvenliği Bölümü Yılı İş Planı Protokolü” çerçevesinde gerçekleşmektedir.

510 3M’in Keskin ve Ekay adlı bayilerine yönelik olarak yaptığı iskontoların Keskin’i ve Ekay’ı kendileri ile rakip konumdaki diğer bayiler karşısında rekabette dezavantajlı duruma düşürdüğü de dikkate alındığında, anılan eylemin 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesinin (e) bendi kapsamında değerlendirilmiştir.

J.2. 4054 Sayılı Kanun’un 6. Maddesi’ne İlişkin Tespitlerin Değerlendirilmesi

4054 sayılı Kanun’un 6. maddesinde, bir veya birden fazla teşebbüsün ülkenin bütününde ya da bir bölümünde bir mal veya hizmet piyasasındaki hakim

520 durumu tek başına yahut başkalarıyla yapacağı anlaşmalar ya da birlikte davranışlar ile kötüye kullanmasının hukuka aykırı ve yasak olduğu düzenlenmiştir. Hakim durumdaki bir sağlayıcının haklı bir gerekçeye dayanmaksızın alıcıya mal temin etmeyi reddetmesi, rakiplerinin faaliyetini zorlaştırmak amacıyla ayrımcı fiyat uygulamalarında bulunması ve ilgili pazarda rakip firma veya firmaların piyasa dışına çıkmasını sağlamak amacıyla yıkıcı fiyattan mal satması, 6. madde kapsamındaki kötüye kullanma hallerindedir.

Dosya konusu olayda 3M'e yönelik ihlal isnatları, yukarıda sayılan kötüye kullanma örnekleri ile örtüşmektedir. Ancak 3M'in faaliyetlerinin kötüye kullanma olarak nitelendirilebilmesi için öncelikli olarak 3M'in hakim durumda bulunup bulunmadığının değerlendirilmesi gerekmektedir.

530 J.2.1. 3M'in Hakim Durumunun Değerlendirilmesi

Hakim durumun saptanmasında, teşebbüsün ilgili pazardaki pazar payı, müşteri bağımlılığı, pazardaki potansiyel rekabet, alıcıların gücü gibi hususlar dikkate alınmaktadır.

- **Pazar Payı:** Hakim durum tespitinde kullanılan ölçütlerin en başında pazar payı gelmektedir. Hem ilgili teşebbüsün hem de rakiplerinin pazar payları bu açıdan önemlidir. Bir firmanın ilgili pazardaki pazar payının çok yüksek olması, sözkonusu firmanın pazar gücüne sahip olduğuna işaret eden önemli gösterge olmakla birlikte, tek başına hakim durumu göstermek bakımından yeterli değildir. Hakim durum değerlendirmelerinde; ilgili teşebbüsün pazar payının yanında, sektördeki yurt içi ve yurt dışı rekabet koşulları, ithalat imkanları, pazardaki giriş-çıkış imkanları, alıcıların gücü, rakip teşebbüslerin mevcut ve potansiyel rekabet güçlerinin de dikkate alınması gerekmektedir. Pazara giriş-çıkış engellerinin olmadığı, ithalattaki kolaylıklar nedeniyle global rekabetin yaşandığı, dolayısıyla potansiyel rekabetin yüksek olduğu piyasalarda, yüksek pazar payları dahi hakim durumun varlığı için yeterli olmamaktadır.

540 Önerştirmaya konu dosyada, 3M'in pazar payının sağlıklı bir şekilde hesaplanması için öncelikle pazarın tedarik yapısının dikkate alınması gerekmektedir. Yukarıda da bahsedildiği üzere ilgili pazarda mallar iki şekilde arz edilmektedir. Bunlardan ilki ve en yaygın olanı ithalattır. 3M de dahil olmak üzere pek çok teşebbüs gerek kendi kullanımları için gerekse yeniden satım amacıyla ithalat yapmaktadırlar. İş güvenlik malzemelerinin ikinci arz edilme yolu, yurt içinde üretilen malların doğrudan üreticiler tarafından veya bayiler vasıtasıyla satılmasıdır. Üretim yoluyla arz, 3M'in Türkiye'de üretimini yaptığı toz maskesinin dışında, eldiven, baret gibi genellikle basit yapıları iş güvenliği ürünlerinde söz konusudur. Dolayısıyla yurtiçi imalatın pazardaki etkisi oldukça sınırlıdır.

550 Gümrük Müsteşarlığı'ndan verilerine ulaşılabilen ilgili ürünler için 2004-2005-2006 yıllarına ilişkin ithalat bilgilerine aşağıda yer verilmiştir:

2004 yılı boyun üstü iş güvenlik malzemelerine ilişkin ithalat verileri

Ürün	İthal edilen toplam Tutar	3M'in ithal ettiği toplam tutar	Pazar payı
Baret	1.506.152 (151 firma tarafından ithal ediliyor)	(.....)	% (...)

07-56/669-232

<i>Toz maskesi</i>	4.600.875 (597 firma tarafından ithal ediliyor)	(.....)	% (...)
<i>Gözlük</i>	861.539 (144 firma tarafından ithal ediliyor)	(.....)	% (...)

560 **2005 yılı boyun üstü iş güvenlik malzemelerine ilişkin ithalat verileri**

<i>Ürün</i>	<i>İthal edilen toplam Tutar</i>	<i>3M'in ithal ettiği toplam tutar</i>	<i>Pazar payı</i>
<i>Baret</i>	3.880.089	(.....)	% (...)
<i>Solunum maskesi</i>	82.017	(.....)	% (...)
<i>Gözlük</i>	762.615	(.....)	% (...)
<i>Toz maskesi</i>	7.717.703	1.499.964	%19,4

2006 yılı boyun üstü iş güvenlik malzemelerine ilişkin ithalat verileri

<i>Ürün</i>	<i>İthal edilen toplam Tutar</i>	<i>3M'in ithal ettiği toplam tutar</i>	<i>Pazar payı</i>
<i>Baret</i>	6.009.719	(.....)	% (...)
<i>Gaz maskesi</i>	9.938.875	(.....)	% (...)
<i>Gözlük</i>	768.697	(.....)	% (...)
<i>Toz maskesi</i>	1.106.707	(.....)	% (...)

Yukarıdaki tablolarda yer verilen pazar payı rakamlarından da görüldüğü üzere, 3M, solunum güvenliği malzemeleri olarak kabul edilen toz maskesi ve gaz maskesi haricindeki boyun üstü iş güvenliği ürünlerinde pazar gücü oluşturabilecek bir paya sahip görünmemektedir. 2006 yılında toz maskesinde ulaştığı %(...)'lük pazar payı ise bu üründe hakim durumda olabileceği şüphesi doğursa da 3M'nin ilgili ürün pazarında hakim durumda olduğu sonucuna ulaşmak için yurt içi ve yurt dışı rekabet koşulları, ithalat imkanları, pazara giriş imkanları, alıcıların gücü, pazardaki rakip teşebbüslerin mevcut ve potansiyel rekabet güçlerinin değerlendirilmesi gerekmektedir.

570

- **İthalat İmkânları:** Yukarıda da vurgulandığı üzere sektördeki birçok sağlayıcı ürünlerini ithal etmekte veya ithal eden yurt içinde yerleşik firmalardan alarak yeniden satıma konu etmektedir. Bunun yanında, nihai tüketici düzeyindeki çok sayıda kurum ve kuruluş, kendi ihtiyaçlarına yönelik ürünleri doğrudan ithal ederek karşılamaktadır. Örneğin, 2006 yılında gaz maskesinde yaklaşık 850 firma gerek kendi kullanımı gerekse yeniden satış amaçlı ithalat yapmıştır. İthalat yapanlar içinde çok küçük miktar ve tutarda alım yapan firmaların da bulunması, bu sektörde ithalatın kolay olduğunu göstermek açısından önemlidir. Bu durumun yurt içi iş güvenliği malzemeleri fiyatları üzerinde belli bir baskı oluşturduğu ve oluşturmaya da devam edeceği açıktır.

580

İthalatın bu kadar kolay ve yaygın olması dolayısıyla piyasa fiyatlarında ciddi bir artış olması durumunda nihai kullanıcıların veya yeniden satım amaçlı alım yapan bayilerin bu fiyat artışı karşısında ithalata yönelmeleri kuvvetle muhtemeldir. Bu çerçevede, 3M ya da başka bir firmanın fiyatlarını rakiplerinden bağımsız belirleme serbestisinin bulunmadığı kanaatine varılmıştır.

590 - **Pazara Giriş Engelleri ve Pazardaki Rakip Teşebbüslerin Mevcut ve Potansiyel Rekabet Güçleri:** Hakim durum tespitinde dikkate alınan bir diğer husus, potansiyel rekabet olgusudur. Potansiyel rekabetin bulunduğu pazarlarda mevcut firmaların serbestçe davranamayacakları, örneğin fiyatlarını tekelci seviyeye yükseltmeyecekleri genel olarak kabul edilmektedir.

İlgili pazarlardaki ürünlerin büyük çoğunluğu üretiminde uzmanlık ve teknoloji gerektiren, üretim öncesinde ar-ge çalışmalarına ihtiyaç duyulan kompleks ürünlerdir. Ayrıca bu ürünlerin uluslararası pazarlarda piyasaya arz edilebilmeleri için belirli teknik kalite ve güvenlik kriterlerini karşılamaları gerektiği de bir gerçektir. Bu hususlar dikkate alındığında ilgili pazarlardaki ürünlere yönelik olarak iç piyasadan ciddi anlamda bir potansiyel rekabet baskısının oluşmadığı kabul edilebilecektir. Ancak, özellikle yurtdışında her bir ürün grubunda çok sayıda üreticinin bulunmasının ve yurtdışında yerleşik tüketicilerin bu üreticilere veya onların dağıtım ağlarına ulaşarak ürünleri temin etmesinde kayda değer bir engelin bulunmamasının, 3M üzerinde özellikle yurtdışı kaynaklı önemli bir potansiyel rekabet baskısı oluşturduğu kanaatine varılmıştır.

600 - **Alıcıların Gücü:** İş güvenliği malzemeleri kullanıcılarının önemli bir kısmı kurumsal ve sermaye yapıları kuvvetli şirketlerdir. Bu şirketler alımlarını parça parça yapmaktan ziyade toplu yapmaktadırlar. Örneğin (.....) A.Ş. kendi kullanımı için 2006 yılında (.....) ABD Doları tutarında güvenlik gözlüğü getirmiştir. Bu tutar aynı ürünü getiren birçok iş güvenliği malzemesi satıcısının ithalat tutarından daha fazladır. İş güvenliği malzemesi talebinin önemli bir kısmı bu nitelikteki teşebbüsler tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu nedenle özellikle yurt dışı bağlantıları nedeniyle ithalat imkanı da göz önünde bulundurulduğunda iş güvenliği malzemesi talebi sahiplerinin, satıcıların fiyatları ve satış politikaları üzerinde belli ölçüde baskı oluşturduğu anlaşılmaktadır.

620 - **Müşteri Bağımlılığı:** 3M, marka bilinirliği yüksek bir teşebbüstür. Türkiye'de bu alanda uzun süreden beri faaliyet gösteren bir teşebbüs olmasının yanında, pek çok sektörde faaliyet göstermesi dolayısıyla tüketiciler tarafından tanınmaktadır. Bunun yanında iş güvenliği sektörü ülkemizde yeni gelişmekte olduğundan piyasada 3M kadar tanınmış firma sayısı azdır. Dolayısıyla tüketicilerin gözünde 3M'in ürünlerinin diğer marka ürünlerden tanınmışlık bakımından bir üstünlüğü olduğu açıktır. Ancak, marka bilinirliğinin tek başına 3M'e hakim durum sağlamamaktadır. Zira, dosya mevcudu bilgilere göre, marka gücüne rağmen özellikle son yıllarda 3M'in ürünlerinin fiyat açısından rakip ürünlerle rekabette geri kalması sonucunda, 3M ürünlerinde fiyat indirimlerine gitmek zorunda kalmıştır.

Sonuç olarak, pazar payına, ithalat imkanlarına, potansiyel rekabete, alım gücüne ve müşteri bağımlılığına ilişkin olarak yukarıda sunulan bilgiler ışığında 3M'in ilgili pazarda hakim durumda olmadığı anlaşılmıştır.

K. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

1- 3M Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin ilgili pazarlardaki ithalat rakamları göz önünde bulundurularak hesaplanan pazar payı verileri ile söz konusu pazarlara ilişkin, ithalat imkanları, potansiyel rekabet, alıcıların gücü gibi bilgiler birlikte değerlendirildiğinde, 3M'in ilgili ürün pazarlarında hakim durumda olmadığına, dolayısıyla bu şirketin eylemlerinin 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi bağlamında ihlal oluşturmadığına OYBİRLİĞİ ile

640

2- 3M Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin;

- Bayisi Keskin İş Güvenlik Malzemeleri'nin (.....)'a yaptığı satışta nihai satış fiyatını belirlemesinin,

- Bayiliğine son verilen Keskin İş Güvenlik Malzemeleri'nin Bursa ilindeki müşterilerini, İstanbul Ticaret İş Güvenliği ve Endüstriyel Ürünler San. Ltd. Şti. unvanlı ve Egebant adlı bayileri arasında paylaşımının; buna ilaveten iki bayiyi birbirinin müşterilerine satış yapmaması konusunda ve ayrıca İzmir merkezli Nam adlı bayiyi Bursa ilinde İstanbul Ticaret ve Egebant'ın müşterilerine satış yapmaması konusunda uyarmasının,

650

- Keskin İş Güvenlik Malzemeleri ve Ekay Elektrik Kablo Aydınlatma Tic. ve San. Ltd. Şti. unvanlı bayilerine diğer bayilerden farklı indirim oranları belirlemek yoluyla bu bayileri rakip konumundaki diğer bayiler karşısında dezavantajlı duruma düşürmesinin

4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında ihlal teşkil edebileceğine bu nedenle 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesi uyarınca, bahse konu uygulamalardan kaçınması, aksi halde haklarında 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi gereği soruşturma açılacağı hususlarında 3M Sanayi ve Ticaret A.Ş.'ye görüş yazısı gönderilmesine OYÇOKLUĞU ile,

660

karar verilmiştir.

Rekabet Kurulu'nun 4.7.2007 günlü ve 07-56/669-232 Sayılı Kararına

KARŞI OY

60 Ülkede hızlı tüketim ve ofis, elektrik, elektronik ve telekomünikasyon, sağlık, endüstri, güvenlik, reklam ve taşımacılık alanlarında; Türkiye'de ise ofis ürünleri, telekomünikasyon sistemleri ürünleri, trafik kontrol malzemeleri, reklam ürünleri, sağlık ürünleri, ev bakım ürünleri ile iş ve işçi güvenliği ürünleri alanlarında faaliyet gösteren bir teknoloji şirketi olan 3M ; Türkiye'deki baret, gaz maskesi, toz maskesi, güvenlik gözlükleri, kulak tıkacı ve kulaklık pazarlarındaki faaliyetleri dolayısıyla şikayet üzerine önaraştırmaya tabi tutulmuştur.

3M ; 4054 sayılı Yasa'nın 4 üncü maddesi kapsamında,

- ürünlerin nihai satış fiyatını belirlediği,
- bayilerine bölge ve müşteri kısıtlamaları getirdiği,
- bayileri arasında ayrımcılık yapmak suretiyle marka içi rekabeti ortadan kaldırdığı,

Aynı Kanun'un 6 ncı maddesi kapsamında olarak da hakim durumunu

- 3M'nin diğer firmalara %45 indirimle sattığı ürünlerde Keskin'e uyguladığı iskonto oranının %5 olması nedeniyle "mal vermeyi reddetme"
- 3M'nin bayilerine uyguladığı indirim sistemleri dolayısıyla "fiyat" ayrımcılığı yaptığı,
- Sadakat indirimi kampanyaları yaptığı,
- Döktaş'ta yıkıcı fiyat uygulamalarıyla kötüye kullandığı iddialarıyla şikayet edilmiştir.

Önaraştırma sürecinde yapılan inceleme ve araştırmalarda ; 3M'nin sistemli bir şekilde bayilerinin nihai satış fiyatlarını tespit ettiği iddiasını doğrulayan deliller bulunamamışsa da, Döktaş'a yapılan satışta bayinin nihai satış fiyatının 3M tarafından belirlenmiş olabileceği kanaati oluşmuş, 3M

bayisi Keskin'in Renault'a yaptığı satışta nihai satış fiyatının dolaylı olarak 3M tarafından belirlendiği anlaşılmıştır.

3M'nin münhasır bayilik sisteminin dışında keyfi bir şekilde müşterileri bayilere tahsis ettiği veya yazılı sözleşmelere yansımamakla birlikte karşılıklı irade uyuşması yoluyla uygulamada 3M'nin Bursa ili için münhasır bayilik sistemine geçtiği yönündeki bulgu karşısında ; ya 3M'nin bayilik sistemi 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamı dışında kalacak ya da ikinci ihtimalin söz konusu olması durumunda sadece Bursa iline yönelik olarak gerçekleşen bu sistem değişikliğinin teşebbüs tarafından objektif makul gerekçelerle açıklanabilir olması gerekecektir ki bu hususların ancak soruşturma sürecinde netlik ve kesinlik kazanacağı tabiidir.

3M'nin Keskin ve Ekay isimli bayilerine uyguladığı iskontoların bu firmaları rakipleri karşısında rekabette dezavantajlı duruma düşürdüğü tespitlidir.

Söz konusu uygulamalara ilişkin olarak 3M'nin savunması da alınarak soruşturma sürecinde netlik sağlanabilir.

Ayrıca 3M'nin pazar payı önaraştırma sürecinde teşebbüslerden gelen cevaplardaki eksik bilgiler nedeniyle sağlıklı bir şekilde hesaplanamadığından şirketin hakim durumda bulunup bulunmadığına yönelik araştırmalar sonuçlandırılmamıştır.

Bu nedenlerle soruşturma açılması gerekirken, 4054 Sayılı Yasa'nın 9 uncu maddesinin 3 üncü fıkrası uyarınca şikayet konusu uygulamalardan kaçınılması yönünde görüş bildirilmesine dair karara karşıyım.

Süreyya ÇAKIN
Kurul Üyesi