

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2011-3-226 (Önaraştırma)
Karar Sayısı : 11-59/1519-544
Karar Tarihi : 24.11.2011

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

10

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

B. RAPORTÖRLER: Onur Yelda YÜKSEL, Nesrin SAĞLAM

**C. BAŞVURUDA
BULUNAN**

20

- Hodri Gıda Tekstil İnş. Tur. Ltd. Şti.
Kayakcık Mh. İnönü Cad. 69/A Karamürsel/Kocaeli

D. HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA YAPILAN:

30

- Erbak Uludağ Meşrubat ve Gıda Sanayi A.Ş.
Dosab Sönmez Sitesi Yeni Yalova Yolu Cad. No:570
Osmangazi/Bursa
- Erbak Uludağ Pazarlama Satış ve Dağıtım A.Ş.
Dosab Sönmez Sitesi Yeni Yalova Yolu Cad. No:570
Osmangazi/Bursa
- Uludağ Bayileri

E. DOSYA KONUSU: “Uludağ Gazoz”un Hodri Gıda Tekstil İnşaat Tur. Ltd. Şti.’ye zincir mağazaların satış fiyatının da üzerinde bir fiyatla ürün temin ettiği iddiası.

F. İDDİALARIN ÖZETİ: Yapılan başvuruda özetle; “Uludağ Gazoz”un Hodri Gıda Tekstil İnş. Turizm Ltd. Şti. (Hodri Gıda)’ye zincir mağazaların satış fiyatının da üzerinde bir fiyatla ürün temin ettiği iddia edilmektedir.

40

G. DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 19.9.2011 tarih ve 6558 sayı ile giren başvuru üzerine düzenlenen 13.10.2011 tarih ve 2011-3-226/İİ-11-261.YY sayılı İlk İnceleme Raporu, 18.10.2011 tarihli Kurul toplantısında görüşülerek, 11-53/1361-M sayı ile önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. İlgili karar uyarınca yapılan inceleme sonucunda hazırlanan 16.11.2011 tarih ve 2011-3-226/ÖA-11-261.YY sayılı Önaraştırma Raporu 23.11.2011 tarih ve REK.0.17.00.00-110.02.02/448 sayılı Başkanlık Önergesi ile 11-59 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

50 **H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda özetle; başvuruya konu iddialara yönelik olarak soruşturma açılmasına gerek olmadığı ve şikayetin reddedilmesi gerektiği kanaat ve sonucuna ulaşıldığı ifade edilmiştir.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

Raportörlerce başvuru sahibiyle yapılan görüşmeden; Hodri Gıda'ya zincir marketlere göre daha yüksek fiyatla temin edildiği iddia edilen ürünün Uludağ markalı limonata olduğu, Uludağ limonatanın Hodri Gıda'ya göre daha düşük fiyatla satıldığı zincir mağazadan ise indirim mağazacılığı zinciri BİM Birleşik Mağazalar A.Ş.(BİM)'nin aynı bölgede faaliyet gösteren şubesinin kastedildiği anlaşılmıştır.

I.1. İncelemeye Konu Teşebbüsler: Erbak Uludağ Meşrubat ve Gıda Sanayi A.Ş. (Uludağ Meşrubat), Erbak Uludağ Pazarlama Satış ve Dağıtım A.Ş. (Uludağ Pazarlama) ve/veya Uludağ Bayileri

Erbak Uludağ Meşrubat ve Gıda Sanayi A.Ş. (Uludağ Meşrubat), meşrubat pazarında faaliyet gösteren ve bu pazarın geniş ürün yelpazesine sahip şirketlerinden biri olup, portföyünde sade gazoz, kola, maden suyu, limonata, meyve suyu ve buzlu çay gibi ürünler bulundurmaktadır. Uludağ meşrubat faaliyetine sade gazoz üretimi ile başlayıp, maden suyu ile devam etmiştir. 2007 yılında ise Türkiye'de ilk defa limonatayı şişeleyen ve gazsız içecekler kategorisinde pazara sunan firma olmuştur.

Uludağ Meşrubat'ın üretimini gerçekleştirdiği ürünler üretim şirketiyle aynı ekonomik bütünlük içindeki Erbak Uludağ Pazarlama Satış ve Dağıtım A.Ş. (Uludağ Pazarlama) aracılığıyla ve bayilik sistemi ile pazara sunulmaktadır. Teşebbüs İstanbul, Ankara ve İzmir'de bulunan bölge müdürlükleri ile ürünlerini Türkiye çapında dağıtmaktadır. Ayrıca İstanbul'da bulunan zincir mağazalar müdürlüğü toplu tüketime yönelik satışları yönetmektedir. Tüm Türkiye'de yaklaşık 110 bayi ile çalışmakta olan teşebbüs, Bursa, İstanbul, Ankara ve İzmir'de kendi araç filosu ile direkt dağıtım da yapmaktadır.

I.2. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

Ayrımcılık uygulamaları, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin "münhasır bayilik hariç olmak üzere, eşit durumdaki kişilere farklı şartların uygulanması" şeklindeki (e) bendi ve "Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması" başlıklı 6. maddesinin "eşit durumdaki alıcılara aynı ve eşit hak, yükümlülük ve edimler için farklı şartlar ileri sürerek, doğrudan veya dolaylı olarak ayrımcılık yapılması" şeklindeki (b) bendi ile yasaklanan haller arasında sayılmaktadır. Başvuruda ileri sürülen iddialar, Uludağ firmasının ayrımcı fiyatlama politikasını, Uludağ limonata ürünlerinin BİM ile Hodri Gıda'ya farklı fiyatlardan temin edilmesini konu edinmektedir. Söz konusu ayrımcılık iddiası bakımından öncelikle belirlenmesi gereken Hodri Gıda ile BİM'in eşit konumda olup olmadıklarıdır. İki teşebbüsün eşit konumda olmamaları halinde 4054 sayılı Kanun kapsamında bir ayrımcılık uygulamasından bahsedilemeyecektir.

Türkiye'de hızlı tüketim malları (HTM) perakende sektörü ana hatlarıyla organize perakende ve geleneksel kanal olarak iki alt bölümde incelenmekte olup, buna göre bakkal, büfe, kuruyemişiçi, orta market gibi küçük işletmeler geleneksel kanal olarak

100 adlandırılan grupta yer alırken, zincir market ve mağazalar organize perakende grubunda yer almaktadır. Başvuru sahibinden alınan bilgilere göre, Hodri Gıda 200 m² büyüklüğünde bireysel bir markettir. Lehine ayrımcılık yapıldığı iddia edilen BİM ise indirim mağazacılığı konseptinde tüm Türkiye'ye yaygın 3000'in üzerinde mağazasıyla faaliyet göstermektedir. Dolayısıyla Hodri Gıda'nın küçük bir süpermarket olma özelliği karşısında BİM'in çok sayıdaki mağazalarıyla zincir nitelikte bir organize perakendeci olduğu görülmektedir.

110 Bu tür organize perakendeciler ile küçük perakendeciler arasında alım ve satış koşulları bakımından farklı dinamikler işlemektedir. 28.12.2006 tarih ve 06-95/1192-358 sayılı Kurul kararında da belirtildiği üzere, küçük perakendeciler üreticilerin bayilerinden alım yaparken, zincir mağazalar, üreticiler ile olan ilişkilerinde çoğunlukla bayi/toptancı kanalını kullanmamakta, üreticiden doğrudan alım yaparak bayilik sistemini devre dışı bırakmaktadırlar. Bu şekilde aracı sayısının azalması, zincir mağazaların aynı ürünü küçük perakendeciye göre çok daha uygun koşullarda temin edebilmesine olanak sağlayan unsurlardan biridir. Küçük perakendeciler ile zincir organize perakendeciler arasındaki bir diğer önemli farklılık ise, yukarıda değinilen Kurul kararında da belirtildiği üzere, zincir mağazaların üreticilerden alım yaparken tek bir mağaza için değil de, tüm şubeleri için pazarlık etmeleri ve dolayısıyla ölçek ekonomisinden yararlanarak geleneksel kanaldaki noktalara göre 120 çok daha uygun koşullarda ürün temin edebilmeleridir. Organize perakende mağazaları büyük miktarlarda toptan alım yaparken bakkal ve market gibi küçük perakendeciler buna kıyasla düşük miktarlarda alım yapmakta ve bu da organize perakende zincirlerinin geleneksel kanalda yer alan noktalara göre daha yüksek bir pazarlık gücüne sahip olması sonucunu doğurmaktadır. Bu nedenle aynı ürün küçük perakendeci ile zincir mağazaya farklı fiyatlardan tedarik edilebilmekte ve bununla da bağlantılı olarak aynı ürün bu iki tür perakende satış noktasında farklı fiyatlardan tüketiciye sunulabilmektedir.

130 Başvuru sahibinden alınan bilgilere göre Hodri Gıda Uludağ limonata ürünlerini Uludağ'ın Yalova bayisinden temin etmektedir. BİM'den, alınan bilgilere göre ise, BİM tüm şubeleri için Uludağ limonata ürünlerini Uludağ Meşrubat ile yaptığı merkezi bir anlaşma ile tedarik etmektedir. Dolayısıyla Hodri Gıda'nın tersine BİM'in en azından bayi kârı gibi bir maliyet unsuruyla karşı karşıya olmadığı anlaşılmaktadır. Diğer yandan Hodri Gıda içinde 12 adet bulunan kolilerden günde yaklaşık .. adet sattığını ileri sürmektedir. BİM ise Ekim 2011 itibarıyla aylık ortalama litre Uludağ limonata satışı yapmaktadır. Hodri Gıda'nın günlük satışları aylık baza ve litreye çevrildiğinde, satışını yaptığı ambalajların ortalama 1 litre gibi görece büyük ambalajlar olduğu varsayılsa dahi, litre gibi bir rakama ulaşılmaktadır. BİM, yaklaşık 3000 mağazası ile bu mağazalarda satılan aylık ... litrelik alım miktarına dayalı pazarlık gücüne 140 sahipken, Hodri Gıda Uludağ'ın Yalova bayisinden çok daha düşük miktarda alım yapmaktadır. BİM ile Hodri Gıda'nın tedarikçi karşısında pazarlık güçlerinin aynı olmadığı aşikardır. BİM gibi büyük ölçekli zincir nitelikteki bir perakendecinin sahip olduğu yüksek satın alma potansiyeli nedeniyle Uludağ limonata ürünlerini Hodri Gıda gibi küçük kapasiteli bir işletmeye göre daha avantajlı koşullarda, daha düşük fiyatla satın almasının piyasa ekonomilerinde yaşanan fiyat rekabetinin beklenen sonuçlarından biridir. Ayrıca büyük perakendeciler ürün tedarikinde elde ettikleri bu maliyet avantajını tüketiciye ilgili ürünleri daha düşük fiyatla sunarak yansıtabilmektedirler.

150 Diğer yandan zincir mağazalar tedarikçilerin ürünlerinin sadece satışını yapmamakta, satış artırmaya, yeni ürünlerin lansmanına, marka bilinirliği yaratmaya, ürün ve markaların reklamının yapılmasına, kampanya ve promosyonların desteklenmesine yönelik işlevler üstlenerek tedarikçiler için ek faydalar yaratabilmektedirler. Bu tür işlevlerle organize perakendecilerin ek talep yaratma veya talebi yönlendirme gibi etkileri olabilmektedir. Böylece organize perakendeciler ürünlerinin satışını yapmanın dışında tedarikçilere geleneksel ya da küçük perakendecilerde söz konusu olmayan kimi hizmetler sunmuş olmaktadır. Tedarikçiler ürünlerinin bulunurluğunu sağlamanın yanı sıra organize perakendecilerin bu tür uygulamalarından yararlanabilmek adına çeşitli isimler altında kimi bedeller ödeyebilmekte ya da çeşitli 160 indirim/iskonto ya da prim uygulamalarıyla ürünlerini bu tür perakendecilere daha uygun koşullarda arz edebilmektedirler. Bir tedarikçinin ürünlerini satan müşteriye, bu ürünleri satarken sağlayıcı için verdiği hizmetler karşılığında indirim ya da prim vermesi temel olarak fonksiyonel indirim kapsamında değerlendirilmektedir. Yaşanan rekabetle bağlantılı olarak, organize perakendecilerin bu tür bedel ya da indirimleri kendi satış fiyatlarına yansıtarak, tüketicilere daha düşük fiyatlarla ürün sunmaları mümkün olabilmektedir. Uludağ limonatanın Hodri Gıda'nın tek bir satış noktasında satılmasıyla, tüm Türkiye'ye yaygın 3000'in üzerinde BİM mağazasında satılmasının ürünün tanıtımı, bulunurluğunun sağlanması, marka bilinirliğinin yaratılması, markaya yönelik mağaza içi satış, pazarlama aktivitelerini uygulama olanakları gibi açılardan 170 Uludağ Meşrubat için değerinin çok farklı olduğu açıktır.

Organize perakendecilerin satış davranışlarında da farklı dinamikler devreye girmektedir. Organize perakendede hem ürün çeşitliliği hem de aynı ürün içindeki marka çeşitliliği çok daha fazla olmakta, dolayısıyla geniş bir portföyde ürünler satışa sunulmaktadır. Bu portföy genişliğinin getirdiği imkanlardan biri ve bir pazarlama/satış stratejisi olarak organize perakendeci her zaman belli bir ürün için alış maliyetleri üzerine kar marjı koyarak fiyatlama yapmamaktadır. Organize perakendeciler dönem dönem kimi ürünlerin fiyatını özellikle düşük belirleyerek, düşük fiyatlı bu ürünleri tüketiciyi çekmeye yönelik bir araç olarak kullanmaktadır. Bir 180 perakende satış ve reklam stratejisi olan bu uygulamayla (loss leader) perakendeci daha fazla sayıda müşteriyi mağazasına çekmeyi ve bir müşterinin toplam alışverişi üzerinden kar elde etmeyi amaçlamaktadır. Böylelikle organize perakendeci bazı ürünleri yukarıda değinilen görece maliyet avantajlarından bağımsız olarak da geleneksel ya da küçük perakendecilere göre daha düşük fiyattan satışa sunabilmektedir. Bu noktada BİM'in indirim mağazacılığı konseptiyle faaliyet gösterdiği de göz ardı edilmemelidir.

Yukarıda yapılan açıklamalar çerçevesinde, Hodri Gıda'nın BİM ile eşit konumda olmadığı, bu teşebbüslerin Uludağ limonata ürünlerini farklı fiyatlardan tedarik ediyor olmalarının ekonomik ve objektif gerekçelerle açıklanabildiği, dolayısıyla 4054 sayılı 190 Kanun kapsamında bir ayrımcılık uygulamasından bahsedilemeyeceği kanaatine varılmıştır.

200 **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.