

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2013-3-65 (Önaraştırma)
Karar Sayısı : 14-08/159-69
Karar Tarihi : 26.02.2014

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI
Üyeler : Kenan TÜRK, Dr. Murat ÇETİNKAYA, Reşit GÜRPINAR,
Dr. Metin ARSLAN, Doç. Dr. Tahir SARAÇ

B. RAPORTÖRLER: Burak BÜYÜKKUŞOĞLU, Neyzar ÜNÜBOL, İ. Hilmi KOÇAK,
Hatice ODABAŞ BUBA

C. BAŞVURUDA

BULUNAN : Hikmet TIKNAZTEPE
İAOSB 10002 Sokak No: 19 Çiğli/İzmir

D. HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA

YAPILAN : Coca Cola Satış Dağıtım A.Ş.
Esentepe Mah. Deniz Feneri Sok. No: 4 Ümraniye 34776
İstanbul

- (1) **E. DOSYA KONUSU:** Coca Cola Satış Dağıtım A.Ş.'nin pek çok satış noktasında Damla marka dışındaki paketlenmiş suların satışını engellediği iddiası.
- (2) **F. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurumu kayıtlarına 05.09.2013 tarih ve 6279 sayı ile giren başvuru üzerine hazırlanan İlk İnceleme Raporu Rekabet Kurulu'nun 09.10.2013 tarihli toplantısında görüşülmüş ve bu toplantıda alınan 13-57/815-M sayılı karar ile şikayet hakkında 4054 sayılı Kanun'un 40/1. maddesi uyarınca önaraştırma açılmasına karar verilmiştir. Bunun üzerine hazırlanan 17.02.2014 tarih ve 2013-3-65/ÖA sayılı rapor görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (3) **G. İDDİALARIN ÖZETİ:** Başvuruda özetle, Coca Cola Satış Dağıtım A.Ş.'nin (CCSD) pek çok noktada kendi ürettiği ve dağıttığı Damla marka dışındaki şişelenmiş suların satışını çeşitli nedenlerle engellediğine dair duyumların olduğu, CCSD'nin satış noktalarında Damla suyu bedava verme ya da Damla su alınmazsa diğer ürünlerden satmama gibi yöntemler uygulamasının tüketici tercihlerini sınırladığı iddia edilmiştir.
- (4) **H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda özetle, önaraştırma konusu iddialar ile ilgili olarak soruşturma açılmasına gerek bulunmadığı ifade edilmiştir.

I.İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. Taraf: Coca-Cola Satış Dağıtım A.Ş. (CCSD)

- (5) Ülkemizde Coca Cola ürünlerinin şişeleme ve dağıtım faaliyetlerini yürütmekte olup 2012 yılı itibarıyla (.....) TL ciroya sahiptir.

I.2. İlgili Pazar

I.2.1. İlgili Ürün Pazarı

- (6) "İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz"da (Kılavuz) yer alan açıklamalar ve "2002 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği"nin 3. maddesinde yer verilen tanım göz önüne alındığında 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 edilmeleri gerekmektedir. Bununla

birlikte talep ikamesine eşdeğer etki yarattığı durumlarda arz yönlü ikame edilebilirlik de pazarın tanımlanmasında dikkate alınabilir.

- (7) CCSD, kolalı içeceklerden, bitki çayına içecek sektörünün pek çok alt segmentinde faaliyet gösteren bir teşebbüstür.
- (8) Kurul'un, CCSD'yi ilgilendiren diğer kararlarına da paralel olacak şekilde, ilgili ürün pazarı "kolalı içecek", "aromalı gazoz", "sade gazoz" ve "paketlenmiş su" pazarları olarak belirlenmiştir.

I.2.2. İlgili Coğrafi Pazar

- (9) İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz'da coğrafi pazar teşebbüslerin mal ve hizmetlerinin arz ve talebi konusunda faaliyet gösterdikleri, rekabet koşullarının yeteri derecede homojen ve özellikle rekabet koşulları komşu bölgelerden hissedilir derecede farklı olduğu için bu bölgelerden kolayca ayrılabilen bölgeler olarak tanımlanmıştır.
- (10) Bu bağlamda CCSD'nin Türkiye'nin bütün bölgelerini kapsayan geniş bir dağıtımı olduğu ve rekabet koşullarında bölgesel farklılıklar olmadığı göz önüne alındığında, ilgili coğrafi pazar "Türkiye" olarak tanımlanmıştır.

I.3. İlgili Pazarlarda CCSD'nin Konumu

- (11) CCSD, faaliyette bulunduğu pazarlardan özellikle gazlı içeceklerde yüksek pazar paylarına sahiptir. Kolalı içecekler pazarında CCSD'nin 2013 yılı pazar payı %75-80 iken, en yakın rakibi olan ve Pepsi markası ile kolalı içecek satışı yapan PEPSİCO ise 2013 yılında %15-20 pazar payı elde etmiştir. Pazara Temmuz 2003'te Cola Turka markasıyla giren Ülker Grubu'nun ise kolalı içecekler pazarındaki varlığı giderek küçülmemekte olup 2013 yılı pazar payı %0-5 olarak gerçekleşmiştir.
- (12) CCSD, aromalı gazoz pazarında ise Fanta markası ile yer almaktadır. CCSD'nin Türkiye genelinde 2013 yılı pazar payı %60-65 iken en yakın rakibi PBG'nin pazar payı ise %20-25'tir. ULUDAĞ ve ÜLKER ise 2013 yılında %0-5 pazar payı elde etmiştir.
- (13) CCSD'nin gazlı içecekler pazarında en düşük pazar payına sahip olduğu ve pazar lideri olmadığı alt pazar ise sade gazoz pazarıdır. Bu pazarda CCSD'nin 2013 yılı pazar payı %15-20'dir.
- (14) İnceleme bakımından önemli bir diğer pazar paketlenmiş su pazarı olmuştur. Bu pazarda CCSD'nin ve rakiplerinin pazar paylarına bakıldığında, pazar lideri NESTLE'nin 2013 yılı pazar payı %15-20 iken son 4 yılda teşebbüsün pazar payının yaklaşık %20 arttığı görülmüştür. CCSD ise 2013 yılında %5-10 pazar payı ile ikinci sırada olup onu %5-10 pay ile DANONE takip etmiştir. Pazardaki ilk beş marka 2013 yılında pazarın toplam %40-45'ini oluşturmuş, %55-60 ise pek çok su üreticisi arasında dağılmıştır.

I.4. Değerlendirme

- (15) Başvuru sahibi, CCSD'nin pek çok noktada Damla marka dışındaki paketlenmiş suların satışını çeşitli nedenlerle engellediğine dair duyuların olduğunu, CCSD'nin satış noktalarında Damla suyu bedava verme ya da Damla su alınmazsa CCSD tarafından dağıtılan diğer ürünlerden satmama gibi yöntemler uyguladığını iddia etmiştir.
- (16) Söz konusu başvuru rekabet hukuku kapsamında iki yönü ile incelenebilecektir. Birinci iddia, CCSD'nin paketlenmiş su pazarında satış noktaları ile sadece Damla

markalı paketlenmiş su satışı yapmasını şart koştuğu, diğer bir deyişle münhasırlık koşulu ile çalıştığı şeklindedir. 10.09.2007 tarih, 07-70/864-327 sayılı karar ile CCSD'nin gazlı içecekler pazarında münhasırlık içeren sözleşmeler yapması ve fiili münhasırlığa yol açacak uygulamaları yasaklanmıştır. CCSD'nin gazsız içecekler pazarında münhasırlığa yönelik uygulamaları ise söz konusu karar ile getirilen yasaklama kapsamında değildir. Üstelik CCSD'nin satış noktaları ile yapacağı sözleşmelerde gazsız içecekler bakımından 5 yılı aşmayan rekabet yasağı bulunması, CCSD'nin söz konusu pazarlar bakımından pazar payının %40'ın altında olması nedeniyle 2002/2 sayılı Tebliğ'in 2. maddesi uyarınca grup muafiyetinden yararlanmaktadır. Zira Coca-Cola'nın paketlenmiş su pazarındaki payının 2013 yılı için % 5-10 düzeyinde olup anılan pazar payı eşliğinin çok altında olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla CCSD'nin paketlenmiş su pazarında Damla markalı su lehine münhasırlık içeren sözleşme yapması 2002/2 sayılı Tebliğ'in 2. maddesi uyarınca grup muafiyetinden yararlanmaktadır.

- (17) Başvuruda yer alan ikinci iddia ise CCSD'nin satış noktalarına Damla su alınmazsa diğer ürünlerden satmama yönünde bir uygulaması olduğuna ilişkindir. Söz konusu iddianın 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında incelenmesi mümkündür.
- (18) 4054 sayılı Kanun'un hâkim durumun kötüye kullanılmasını düzenleyen 6. maddesinin (c) bendi, hâkim durumdaki bir teşebbüsün bir mal veya hizmetle birlikte, diğer mal veya hizmetin satın alınmasını veya aracı teşebbüsler durumundaki alıcıların talep ettiği bir malın veya hizmetin, diğer bir mal veya hizmetin de alıcı tarafından teşhiri şartına bağlanması ya da satın alınan bir malın belirli bir fiyatın altında satılmaması gibi tekrar satış halinde alım satım şartlarına ilişkin sınırlamalar getirmesini yasaklamaktadır. Bir pazarda hakim durumda olan teşebbüsün hakim durumda olduğu ürünün satışını hakim durumda olmadığı başka bir ürünün satışına bağlaması ve bu şekilde hakim durumda olmadığı pazarda rekabeti kısıtlaması söz konusu olabilmektedir.
- (19) Rekabet Hukununda bağlamanın rekabet ihlali sayılmasında iki koşulun varlığı araştırılmaktadır: i) bağlayan ve bağlı ürünlerin iki farklı ürün olması ii) bağlama uygulamasının rekabet karşıtı piyasa kapamaya sebep olmasının muhtemel olması. Rekabet Kurumu tarafından hazırlanan ve kamuoyu görüşüne açılan "*Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Kötüye Kullanma Niteliğindeki Davranışlarının Değerlendirilmesine İlişkin Kılavuz Taslağı*" da Komisyon Kılavuzuna paralel bir yaklaşım benimsemektedir.
- (20) Şikayet konusu iddia bakımından da CCSD'nin kolalı ve aromalı gazozlar pazarlarındaki yüksek payı ve Kurul'un geçmiş kararlarındaki hakim durum tespitleri ışığında CCSD'nin kolalı ve aromalı gazoz pazarındaki ürünlerini bağlayıcı ürün, Damla'yı ise bağlanan ürün olarak sunup sunmadığı, diğer bir deyişle CCSD'nin Coca-Cola ve Fanta markalı ürünlerinin satışını, Damla markalı paketlenmiş suyun satın alınması şartına bağlı olarak yapıp yapmadığının incelenmesi gerekmektedir.
- (21) Önaraştırma kapsamında CCSD'nin Genel Merkezi, Avrupa Satış Merkezi, İzmir Satış Merkezi, Ankara Satış Merkezi ve Bursa Satış Merkezinde yerinde incelemeler yapılmıştır. Yapılan yerinde incelemelerde kolalı ve aromalı gazoz pazarındaki ürünlerinin satışını Damla markalı paketlenmiş su alımına bağladığına ilişkin herhangi bir kanıt bulunamamıştır.
- (22) Diğer yandan paketlenmiş su pazarının oldukça rekabetçi bir pazar olduğu, pek çok oyuncunun yer aldığı ve pazar paylarının yıllar içerisinde değişkenlik gösterdiği anlaşılmıştır. Paketlenmiş su pazarı bakımından dikkat çeken bir diğer husus ise

indirim marketlerinde satılan paketlenmiş suların önemli bir pazar payı büyüklüğüne ulaştığıdır. Nitekim, 2013 yılında indirim marketleri arasında yer alan, A 101 ve BİM'de satılan sular paketlenmiş su pazarının %20-25'ini oluşturmuştur. Bu marketlerde satılan paketlenmiş suların markaları da bölgelere göre farklılık gösterebilmektedir.

- (23) Diğer yandan 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinin (d) bendi kapsamında bir piyasadaki hakimiyetin yaratmış olduğu finansal, teknolojik ve ticari avantajlardan yararlanarak başka bir piyasadaki rekabeti bozan eylemler hakim durumun kötüye kullanılması olarak değerlendirilebilecektir. Ancak CCSD'nin gazlı içecekler pazarındaki gücünü kullanarak paketlenmiş su pazarında pazar payı elde ettiğine dair bir tespit bulunmak da mümkün olmamış, yapılan yerinde incelemelerde bu konuya ilişkin herhangi bir belge ve belgeye ulaşılamamıştır. Üstelik CCSD'nin paketlenmiş su pazarındaki payı 2010 yılında %5-10 iken, 2013 yılında bu pay %5-10'a düşmüştür. CCSD'nin ve rakiplerinin paketlenmiş su pazar payları organize kanal ve geleneksel kanal ayrımına bakıldığında ise, CCSD'nin organize kanalda hızlı bir şekilde pay kaybettiği ve pazar payının 4 yıl içinde %10-15'ten %5-10'a indiği görülmüştür. Aynı dönem içinde NESTLE'nin pazar payı %10-15 artış göstermiştir. Geleneksel kanalda ise organize kanalın tersine CCSD'nin pazar payında artış olmuştur. Geleneksel kanalda 2011 yılında CCSD'nin pazar payı %5-10 iken 2013'te pazar payı %5-10'a yükselmiş ve dört yıl içinde % 15-20 oranında bir artış gerçekleşmiştir. Bununla birlikte CCSD'nin paketlenmiş su pazarında faaliyet gösteren en büyük üç rakibinin pazar paylarının da aynı dönemde artmakta olduğu anlaşılmıştır. NESTLE bu dönemde en fazla pazar payı artışı sağlayan teşebbüs olmuş ve geleneksel kanaldaki pazar payını %30-35 artırmıştır.
- (24) Paketlenmiş su pazarında modern kanal olarak da adlandırılan organize satış kanalında ortalama 6, geleneksel kanalda ise ortalama 3 markanın bulunduğu CCSD tarafından Kurumumuza gönderilen 29.01.2014 tarih ve 595 sayılı yazıda Nielsen verilerine atıf yapılarak bildirilmiştir. Ayrıca teşebbüs tarafından hazırlanan ve Kurum kayıtlarına 12.02.2014 tarih ve 915 sayıyla giren yazıda Damla suyun bulunduğu bir satış noktasında bir başka marka suyun bulunma oranını gösteren ve bağımsız bir araştırma şirketinin hazırladığı bir çalışmaya göre sadece Damla markalı su bulunan noktaların toplam örnekleme oranı sadece %0-5'dir. Bununla birlikte, Damla ile birlikte başka paketlenmiş su markalarının bulunduğu noktaların toplam örnekleme oranı %40-45 iken, noktaların %55-60'ı Damla markalı suyu bulundurmamaktadır. Dolayısıyla paketlenmiş su pazarının oldukça rekabetçi bir pazar olduğu anlaşılmıştır.
- (25) Bununla birlikte su pazarının rekabetçi yapısının bu pazara yönelik yapılan analizlerde dikkate alınması gerekmektedir. Çok sayıda aktörün faaliyet gösterdiği pazarda, pazar payları hızla değişmekte ve piyasada çok sayıda teşebbüs düşük pazar paylarıyla rekabet etmektedir. Diğer teşebbüslere ait pazar paylarının büyüklüğü bu açıdan önemlidir. Ayrıca piyasada 2. konumda olan Damla'nın yalnızca %5-10'luk bir paya sahip olması da bu açıdan değerlendirilmelidir. Son olarak çok sayıda yerel teşebbüsün de faaliyet gösterdiği söz konusu pazara belirgin bir giriş engelinin olmaması potansiyel rekabet açısından da kritiktir.
- (26) Yerinde incelemede CCSD'nin çeşitli yollarla su pazarındaki rekabetçi yapıyı rekabete aykırı davranışlarla bozduğuna yönelik herhangi bir kanıtın bulunmaması ve pazar verilerinin incelenmesi neticesinde de pazarın rekabetçi yapısı dikkate alındığında şikayet konusu iddiaların temelsiz olduğu kanaatine varılmıştır.

J.SONUÇ

- (27) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre, 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca şikayetin reddi ile soruşturma açılmamasına OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.