

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

**REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2008-2-189 (Önaraştırma)  
Karar Sayısı : 08-69/1121-437  
Karar Tarihi : 4.12.2008

**TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

**Başkan** : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI  
**Üyeler** : Tuncay SONGÖR, M. Sıraç ASLAN, Süreyya ÇAKIN,  
Mehmet Akif ERSİN, Dr. Mustafa ATEŞ, İsmail Hakkı KARAKELLE

**B. RAPORTÖRLER:** Remzi Özge ARITÜRK, Nur Seda KÖKTÜRK

**C. BAŞVURUDA**

**BULUNAN** : - Av. M. Gürkan KARAKAYA  
Ayrılıkçeşme Sok. No:98 Acıbadem Kadıköy/İstanbul

**D. HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA YAPILAN:**

- Xerox Büro Araçları Servis A.Ş.  
Kasap Sok. Konal Azer İşhanı No:12/6 34394 Esentepe  
Beşiktaş/İstanbul  
- Dağıtım kanalında bulunan bayileri

**E. DOSYA KONUSU:** Xerox Büro Araçları Servis A.Ş. (Xerox Türkiye)'nin, kurduğu bayilik sisteminde bayilerine coğrafi bölge bazında münhasır olarak faaliyet gösterme yetkisi verdiği ve bu bayileri kendi bölgeleri dışından gelen ürün ve hizmet taleplerini geri çevirmek zorunda bırakmak suretiyle pasif satışları engellediği iddiası.

**F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Şikayet dilekçesinde özetle;

- Şikayetçinin İstanbul'da faaliyet gösteren bir hukuk bürosunda çalışmakta olduğu, büro'daki bilgisayarların şebeke sistemi ile birbirine ve fotokopi-yazıcı sistemine bağlı olduğu,
- Söz konusu fotokopi makinesi-yazıcınının 05.10.2005 tarihinde Xerox Türkiye'nin bayisi olarak faaliyet gösteren Lidya Bilişim Teknoloji Sistemleri San. ve Tic. Ltd. Şti. (Lidya Bilişim)'den satın alındığı ve aynı tarihte bir de servis sözleşmesi imzalandığı<sup>1</sup>,
- 26.6.2008 tarihinde, servis sözleşmesi gereğince Lidya Bilişim'den kartuş talep edildiği ancak Lidya Bilişim tarafından kendilerine 3 aylık fatura tebliğ edilmiş olmasına rağmen (şikayetçi, tebliğin ellerine geçmediğini iddia etmektedir) bedellerin ödenmediği için hizmete blokaj konduğu gerekçesiyle taleplerinin karşılanmadığı ve ücret karşılığı kartuş talep ettiklerinde ise bu kez

<sup>1</sup> Şikayet dilekçesinde yer alan bilgilere göre şikayetçinin çalıştığı hukuk bürosu, Haziran 2008'de Lidya Bilişim ile olan servis sözleşmesini, süreklilik arz eden servis yetersizliği, fatura tanzimi, gönderimi ve sarf malzemesi temininden haksız olarak imtina ettiği gerekçeleriyle feshetmiştir.

hizmet sözleşmesi fatura bedelleri ödenmeden kartuş temin edilemeyeceği beyanı ile karşılaştığı,

- Bu gelişmelerin ardından gerek Xerox Türkiye ile gerek Xerox Türkiye'nin Lidya Bilişim dışındaki bayileriyle bağlantıya geçilerek bu yerlere kartuş temin taleplerinin iletildiği,
- Xerox Türkiye tarafından, bayileri ile yaptıkları sözleşme gereğince Anadolu Yakası'nda münhasıran Lidya Bilişim'in yetkili olduğu, kendileri dahil hiçbir bayinin bu bölgedeki talepleri karşılayamayacağına beyan edildiği,
- Xerox Türkiye bayilerinin de, yaptıkları sözleşme gereğince Kadıköy'de faaliyet göstermekte olan hukuk bürosuna Lidya Bilişim'den başka hiçbir bayinin kartuş temin edemeyeceğini ve konunun Xerox Türkiye tarafından cezai müeyyideye bağlandığını ifade ettikleri,
- Çeşitli tanık beyanları, Xerox Türkiye'nin bazı bayileri ile yapılan e-posta yazışmalarının yanı sıra sarf malzemesi temin edilememesi ve pasif satış yasağına aykırı hareketlerden dolayı ortaya çıkan zararların tazmini için Kadıköy 2. Asliye Ticaret Mahkemesi'nde 2008/694 E. nolu dosyadan Xerox Türkiye, Lidya Bilişim, BNK Teknoloji Sistemleri San. Ve Tic. Ltd.Şti (BNK), SYB Büro Makinaları Paz. ve Tic. Ltd.Şti (SYB) ve Aroks Dokümantasyon Sistemleri Tic. Servis Ltd. Şti (Aroks)'a açılan dava dilekçesine de yer verilere Xerox Türkiye'nin, kurduğu bayilik sisteminde pasif satışları engellediği,
- Söz konusu davanın açılmasından sonra ise Xerox Türkiye ve Lidya Bilişim hariç diğer muhatapların sarf malzemesi vermeye hazır olduklarına dair beyanlarda buldukları ve fakat yalnızca BNK'nın beyanını tevsik eder nitelikte ve yalnızca sarf malzemesi ile sınırlı olmak üzere satışa arzda bulunduğu,
- Ayrıca BNK'nın, kopya başına servis anlaşması yapmaktan imtina ettiği, oysa söz konusu hizmetin bütün Xerox ürünleri kullanıcılarına arz edilen ve hukuk bürolarının Lidya Bilişim'den satın aldığı fakat şu anda mahrum kaldığı bir hizmet olduğu, sonuç olarak kopya başı servis hizmet sözleşmesi yapılmayarak pasif satışların engellenmesi konulu hukuka aykırılığın devam etmekte olduğu

ifade edilerek şikayete konu hususların 4054 sayılı Kanun çerçevesinde incelenmesi talep edilmiştir.

**G. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 31.7.2008 tarih ve 4901 sayı ile giren ve eksiklikleri en son 16.9.2008 tarih ve 6179 sayı ile tamamlanan şikayet üzerine yapılan inceleme neticesinde hazırlanan 10.10.2008 tarih ve 2008-2-189/İİ-08-RÖA sayılı İlk İnceleme Raporu 13.10.2008 tarih ve REK.0.06.00.00-110/319 sayılı Başkanlık Önergesi ile Rekabet Kurulu'nun 16.10.2008 tarih ve 08-58 sayılı toplantısında görüşülmüş ve Xerox Türkiye ile dağıtım ağında bulunan bayileri hakkında önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.

Yapılan inceleme sonucunda hazırlanan 27.11.2008 tarih ve 2008-2-189/ÖA-08-RÖA sayılı Önaraştırma Raporu 28.11.2008 tarih, REK.0.06.00.00-110/395 sayılı Başkanlık Önergesi ile 4.12.2008 tarih ve 08-69 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

**H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda;

- Xerox Türkiye ile dağıtım kanalı ve bayileri konumundaki teşebbüslere, söz konusu teşebbüslerin Xerox ürünlerinin yeniden satışına ve bu ürünlere ilişkin yetkili servis tayin edilmesine yönelik bayilik sisteminde pasif satışların engellenmesine yönelik düzenleme ve uygulamalarına ilişkin olarak soruşturma açılmasına gerek olmadığı,
- Bununla birlikte, Xerox Türkiye ile dağıtım kanalı ve bayileri konumundaki teşebbüslere, bayilerle yapılan bayilik sözleşmeleri ve müşterilerle yapılan sözleşmeler başta olmak üzere her türlü sözleşmelerinde doğrudan ya da dolaylı olarak pasif satış yasağı tesis edilmesine olanak tanıyan düzenlemelere ve bu düzenlemelere paralel uygulamalara son vermeleri, aksi takdirde haklarında 4054 sayılı Kanun çerçevesinde işlem başlatılacağı hususunda ilgili teşebbüslere anılan Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca yazı gönderilmesi gerektiği

ifade edilmiştir.

## I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

### I.1. Xerox Türkiye Dağıtım Sistemi

Xerox Türkiye'nin hisselerinin %(...)’unun bir İngiliz şirketi olan Xerox Limited (Xerox Ltd.)’e ait olduğu, Xerox Ltd.’nin ise Xerox Grubu’nun ana şirketi olan Xerox Corporation’ın dolaylı iştiraki olduğu söz konusu teşebbüsce bildirilmiştir. Xerox Türkiye’ye ait internet sitesinden alınan bilgilere göre, Türkiye’de 1989 yılından beri faaliyet gösteren Xerox Türkiye yazıcı, fotokopi, faks, tarayıcı, LCD monitör, çok fonksiyonlu ofis makineleri, üretime yönelik yüksek kapasiteli baskı sistemleri, yazılım programları, ofis kâğıdı gibi ürünlerin satışını ve bu ürünlere yönelik servis hizmetini gerçekleştirmektedir. Geniş bir ürün portföyüne sahip olan şirket, ürünlerini piyasaya sürmek ve müşterilere ulaştırmak için farklı dağıtım kanalları kurulduğunu ifade etmiştir. Halihazırda Xerox ürünlerinin satıldığı doğrudan ve dolaylı satış olmak üzere 2 ana dağıtım kanalı bulunmaktadır.

#### I.1.1. Dolaylı Satış Kanalı

- OPB (Office Printing Business) grubu ürünleri için 4 farklı distribütör bulunmaktadır. Bu distribütörlerin Xerox Ltd. ile imzalamış oldukları anlaşmalar çerçevesinde Xerox ürünlerini Türkiye’ye getirdikleri ve 3000’e yakın yeniden satış veya perakende mağazası vasıtasıyla anılan ürünleri nihai kullanıcılara ulaştırdıkları ifade edilmiştir.
- OSG (Office Solution Group) ve XWF (Xerox Wide Format)<sup>2</sup> olarak adlandırılan ürün grubundaki ürünler için ise 2 adet distribütör bulunmaktadır. Bu distribütörlerin de Xerox Ltd. ile imzalamış oldukları anlaşmalar çerçevesinde Xerox ürünlerini Türkiye’ye getirdikleri ve bu ürünlerin Türkiye genelindeki 15 bayiye dağıtımını yaptıkları belirtilmiştir.

Anılan 15 bayi de Xerox Türkiye ile yaptıkları anlaşmalar çerçevesinde kendilerine tanımlanan bölgeler içerisinde OSG ve XWF grubu ürünlerin satışını yapmakta ve aynı zamanda bu ürün grupları için yetkili servis sağlamaktadırlar. Bayiler, müşteriler ile sayfa başı servis anlaşması (FSMA anlaşması) yapabildikleri gibi servis çağrısı

<sup>2</sup> XWF ürünler, geniş format-A0 boyutunda basabilen renkli ve siyah/beyaz baskı yeteneğine sahip ürünlerden oluşmaktadır. Bu ürünlerin, ağırlıklı olarak mimarlık büroları, inşaat sektörü ile reklamcılık alanında faaliyet gösteren teşebbüslerce kullanıldığı ifade edilmiştir.

geldiğinde ücretli olarak da servis verebilmektedirler. Bayilerin servis vermek için veya müşterilere satış yapmak için ihtiyaç duydukları tüketim malzemesi ve yedek parça ihtiyacını ise, Xerox Türkiye'nin ithal etmek suretiyle karşıladığı belirtilmektedir.

Xerox Türkiye'nin 14 tanesi İstanbul (Anadolu ve Avrupa olmak üzere 4 adet), Ankara, Bursa, İzmir, İzmit, Antalya, Adana, Kayseri, Samsun, Trabzon ve Erzurum'da 1 tanesi ise Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC)'nde olmak üzere 15 adet bayisi bulunmaktadır. Bayilerde yapılan yerinde incelemelerde yapılan görüşmelerden ve Xerox Türkiye ile bayiler arasında yapılan Bayi Sözleşmesi'nin (...). maddesinden, bayilerin sorumlu oldukları bölgelerin Xerox Türkiye tarafından belirlendiği anlaşılmaktadır.

### **I.1.2. Doğrudan Satış Kanalı**

Doğrudan satış kanalında Xerox Türkiye'nin "Key Account" olarak adlandırılan yaklaşık (...) adet müşterinin her türlü satış ve servis hizmetinin yönetiminden sorumlu olduğu ifade edilmiştir. Key Account sistemindeki müşterilerin oluşturulmasında, müşteri şirketin finansal büyüklüğü, o şirkette çalışan beyaz yakalı sayısı ve bilgisayar adedi gibi dökümantasyon hacmini etkileyen ölçütler belirleyici olmaktadır.

## **I.2. Xerox Türkiye ve Bayileri Tarafından Bölge Dışı Satışlara İlişkin Getirilen Düzenlemeler ve Gerçekleştirilen Uygulamalar**

### **I.2.1. Sözleşmelerdeki Bölge Dışı Satışlara İlişkin Düzenlemeler**

#### **I.2.1.1. Xerox Türkiye'nin Bayileri ile Yaptığı Bayi Sözleşmeleri**

Xerox Türkiye'nin ana bayileri ile yaptığı "Bayi Sözleşmesi"nin (...) maddesinden söz konusu taraflar arasındaki ilişkinin, bayilerin Xerox Türkiye tarafından atanan faaliyetlerle ilgili olarak ticari veya mali riskleri bizzat taşımaları nedeniyle rekabet hukuku bağlamında acentelik ilişkisi olmayıp bayilik ilişkisi arz ettiği ve 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamı içerisinde yer aldığı anlaşılmıştır.

Bayi Sözleşmesi'nin "Tanımlamalar" başlıklı (...) maddesinin (...) nolu alt maddesinde "Bölge", anılan sözleşmenin Ek-II'sinde öngörülen coğrafi alanı tanımlamak için kullanılmaktadır.<sup>3</sup> Sözleşme'nin, "*Bayinin Faaliyet Gösteremeyeceği Müşteriler*" başlıklı Ek-III'ünde ise, Sözleşme'nin tarafı olan bayinin satış yapamayacağı, Xerox Türkiye ya da Xerox Türkiye'nin başka bayilerine yönelik münhasır müşteri grupları tanımlanmıştır. Ayrıca Sözleşme'nin Ek-I'inde, "*bölge sınırlaması olan ürünler*" şeklinde tanımlanan ürünlerin satışı düzenlenmektedir. Söz konusu hükümler, bu halleri ile sırasıyla, münhasır müşteri gruplarına ve bölge sınırlaması olan ürünlere yönelik yalnız aktif satışları değil aynı zamanda pasif satışları da içeriyor görünümündedir.

Bayi Sözleşmesi'nin (...) nolu maddesi ise, "(.....*TİCARİ SIR*.....)" şeklindedir. Söz konusu hükümler uyarınca bayiye kendi faaliyet alanı için belirlenen bölge dışına yönelik aktif satış yasağının yanı sıra profesyonel alıcılara yönelik pasif satış yasağı da getirilmektedir.

<sup>3</sup> Örnek niteliğindeki Bayi Sözleşmesi'nde, İstanbul-Asya yakasından sorumlu Lidya Bilişim için "Bölge tanımlaması", İstanbul için Doğu Sınırı: Gebze ilçesine kadar olan tüm Anadolu yakası ve Batı Sınırı: Boğaziçi olarak belirlenmiştir.

Bayi Sözleşmesi'nin (...) nolu maddesinin, (.....TİCARİ SIR.....) hükümleri uyarınca Xerox Türkiye, bayilerine, anılan maddede yer alan müşterilere yönelik aktif ya da pasif satışta bulunmaları veya kendilerine söz konusu müşterilere pasif satışta bulunmalarının teklif edilmesi-istenmesi hallerinde bu durumu Xerox Türkiye'ye bildirme yükümlülüğü getirmektedir.

### **I.2.1.2. Xerox Türkiye Bayilerinin Müşteriler ile Yaptığı Sözleşmeler**

SYB ve Aroks'ta yapılan yerinde incelemede elde edilen ve SYB için düzenlenmiş matbu "Fotokopi Hizmetleri ve Malzeme Temin Sözleşmesi"nin "Münhasır Etki" başlıklı (....) nolu maddesi, (.....TİCARİ SIR.....) şeklindedir. Aynı hükmün BNK için düzenlenmiş versiyonu da BNK ile bir müşterisi arasında imzalanan "Kiralama Sözleşmesi"nde yer almaktadır. Söz konusu hükmün, her ne kadar ilgili müşterinin Xerox Türkiye tarafından yetkili kılınmamış kişi ve kuruluşlardan ürün ve hizmet alımında bulunmasının önüne geçmesine hizmet ediyor görünse de, aynı zamanda, müşterinin bölge dışından ürün veya hizmet alımında bulunmasını da engelleyerek müşterilere, getirilen sınırlamalar üzerinden, dolaylı yoldan pasif satış yasağının tesis edilmesini sağlayabilecek nitelikte olduğu anlaşılmaktadır.

Lidya Bilişim'de yapılan yerinde incelemede elde edilen ve İzmir-Manisa-Aydın-Denizli-Muğla-Uşak illerini kapsayan bölgeden sorumlu Xerox Türkiye bayisi LDS Teknoloji ve Bilişim Sis. San. Tic. Ltd. Şti. (LDS) ile bir müşterisi arasında imzalanan "Servis Anlaşması"na ek olarak düzenlenen "Ek Protokol"ün "Yer Değiştirme" başlıklı (...) maddesi, (.....TİCARİ SIR.....) şeklindedir. Söz konusu hüküm, Xerox Türkiye bayilerine tahsis edilen bölgelerdeki ürün ve hizmet ifasının, Xerox Türkiye tarafından planlanan biçimde gerçekleştirilmesini teminen getirilmiş bulunmasının yanı sıra; ilgili müşteriye getirilen herhangi bir tavsiyenin ötesine geçen ve bu müşterinin bölge dışından ürün veya hizmet temini önleyerek dolaylı yoldan pasif satışları engelleyen sözleşmesel bir yükümlülük niteliği taşımaktadır.

### **I.2.2. Xerox Türkiye ve Bayileri Tarafından Bölge Dışı Satışlarda İzlenen Tutum**

Xerox Türkiye ve bayileri tarafından bölge dışı satışlarda benimsenmesi öngörülen tutum, konuya ilişkin olarak bayilerle ve müşterilerle yapılan sözleşmelerdeki doğrudan ve dolaylı hükümlerle düzenlenmiş olsa da, Xerox ürün ve hizmetlerine ilişkin dağıtım sistemindeki bölge dışı satış politikasının tam olarak nasıl yürütüldüğü pratik açıdan ortaya konulmalıdır.

Xerox Türkiye ve bayilerinde yapılan yerinde incelemelerde, teşebbüs yetkilileri ile yapılan görüşmelerde bölge dışından ürün veya hizmet talep edilmesi durumunda ilk olarak, söz konusu talebin sahibi müşterinin adresinden sorumlu bayi ile irtibata geçilerek bu müşterinin söz konusu bayiye ya da Xerox dağıtım ağındaki herhangi bir bayiye bir borcunun bulunup bulunmadığının öğrenildiği, böyle bir borcun bulunması halinde ilgili müşterinin talebinin, herhangi bir ticari risk üstlenmemek için geri çevrildiği ifade edilmiştir. Dolayısıyla Xerox Türkiye ve bayilerinin, bölgeleri dışından ürün ve/veya hizmet talep eden bir müşterinin talebini, bu müşteri ile Xerox Türkiye veya Xerox Türkiye bayilerinden birisi arasında ticari bir ihtilaf olması halinde, ödememe riski ile karşılaşmamak için geri çevirmelerinin ve böyle bir riskin varlığını ortaya koymak açısından bayiler arasında gerçekleştirilen iletişimin makul bir davranış olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

İkinci olarak, herhangi bir bayiye bölge içinden ya da dışından gelen bir ürün ve/veya hizmet talebinin, ödeme süresi-kur değişkenlikleri-bayinin gücünü aşan durumlar gibi bayinin üstlenmek istemeyeceği riskler içermesi ya da bayinin olanaklarını aşması

hallerinde devreye, bu talebi karşılayabilecek olanaklara sahip olan Xerox Türkiye'nin girdiği belirtilmiştir.

Üçüncü olarak, belli bir bölgede mukim bir müşterinin, o bölgeden sorumlu bayinin hizmetinden memnun olmaması veya ilgili bayi ile herhangi bir sorun yaşaması durumunda, Xerox Türkiye'nin söz konusu müşterinin kayıtlarını incelediği ve daha sonra bu müşteriye başka bir bayinin değil de doğrudan kendisinin hizmet verdiği belirtilmiştir.

Dördüncü olarak, bayilerin müşterilerine özel hesap açtıkları ve aralarındaki mali işleri bu hesaplar üzerinden takip ettikleri, Xerox Türkiye tarafından servis takip programı olarak kullanılmak amacıyla kurulan "Planet" adlı kurumsal servis uygulaması aracılığıyla müşterilerin kullarımlarına verilen ürünlerin servis geçmişinin düzenli bir şekilde kaydının tutulabildiği belirtilmiştir. Ayrıca bayilerin, kendilerine sadece telefon üzerinden ulaşan müşterilerin taleplerinin, yurt dışından kaçak olarak getirilen makine ve sarf malzemelerin veya sahte ürünlerin yayılmasının ve yasal olmayan pazarlama ve servis faaliyetlerin önünü kesmek amacıyla karşılamayı istemedikleri, ancak aynı müşterinin peşin ödemek ve ürünü bizzat kendisi teslim almak koşulu ile talebinin karşılandığı ifade edilmiştir.

Son olarak, tüm bu hususlar dışında, bölge dışından bir ürün ve/veya hizmet talebi ile karşılaşılması durumunda, ilgili müşterinin talebinin üç alternatif çözümden birisi aracılığıyla karşılandığı belirtilmiştir: Birinci seçenek, müşterinin, mukim olduğu bölgeden sorumlu bayi ile bir araya getirilmesidir. Müşterinin bu çözümü benimsememesi durumunda ikinci seçenek olarak, söz konusu müşteri ile kendilerinin muhatap olduğu ancak hizmetin müşterinin bulunduğu bölgeden sorumlu bayi tarafından sunulması önerilmektedir. Bu seçenek ayrıca, Türkiye'nin farklı bölgelerinde şube ya da birimleri olan müşterilerle olan ilişkilerde sürekli olarak kullanılan bir yoldur. Bu tipte bir müşteri ile sadece o müşterinin merkez teşkilatının bulunduğu bölgeden sorumlu olan bayi sözleşme imzalamakta ve söz konusu müşterinin taşra teşkilatlarına ise hizmet sunumu, o taşra teşkilatının bulunduğu bölgeden sorumlu bayi tarafından yapılmaktadır. Üçüncü seçenek ise, bayinin doğrudan doğruya ve bütünüyle ilgili müşteriye kendilerinin hizmet vermesidir. Ancak bu durumda, ilgili müşteriye bölge dışından verilecek hizmetin koşulları önceden bildirilmektedir. Zira bölge dışından sunulacak bir hizmet sunumu gerek zamanlama gerek maliyet açısından çoğunlukla daha dezavantajlı olacaktır.

### **1.2.3. Bölge Dışı Satış Yapıldığına İlişkin Tespitler**

Xerox Türkiye ve bayilerinde yapılan yerinde incelemelerde elde edilen belgeler de bayiler tarafından bölge dışı satış faaliyetlerinde bulunulduğunu doğrulamaktadır.

Öncelikle Aroks-SYB'de yapılan yerinde incelemede elde edilen "Servis Çağrı Rapor"larından, Aroks tarafından Lidya Bilişim'e (Sarıgazi, Üsküdar), BNK'ya (Gayrettepe, 4. Levent, Sarıyer ve Çağlayan ) ve BML A.Ş.'ye (Kocaeli-Gebze) tahsis edilen bölgelerde bulunan müşterilere servis hizmeti sunulduğu belirlenmiştir. Yine Aroks-SYB'de yapılan yerinde incelemede, Aroks'un, BNK'nın bölgesinde (Sarıyer) bulunan bir müşteri ile imzaladığı<sup>4</sup> "Dökümantasyon Hizmetleri Sözleşmesi" bulunmuştur.

<sup>4</sup> Yerinde incelemede söz konusu sözleşmeden iki adet bulunmuştur. Sözleşmelerden birisi 2003 tarihinde imzalanmış olup 60 aylık bir süreyi kapsarken diğeri ise 10.12.2008 tarihi itibarıyla geçerli olacak ve yine 60 aylık bir süreyi kapsayacak şekilde imzalanmak üzere hazırlanmıştır.

Benzer şekilde, BNK'da yapılan yerinde incelemede elde edilen bir faturadan, BNK tarafından Lidya Bilişim'in sorumlu olduğu bölgede (Ümraniye) bulunan bir müşteriye ve bir Satış Bildirim Formundan da merkezi Levent'te bulunan bir şirketin İzmir şubesine ürün satışı yapıldığı tespit edilmiştir. Yine BNK'da yapılan yerinde incelemede elde edilen e-posta yazışmalarından, BNK tarafından Lidya Bilişim'in sorumlu olduğu bölgede (Kartal) ve Aroks'un kardeş şirketi olan Aroks Digital Baskı Sistemleri Ticaret Ltd. Şti.'nin sorumlu olduğu bölgede (Ankara) bulunan müşterilere makine satışı yapıldığı anlaşılmaktadır.

Son olarak, Xerox Türkiye'de yapılan yerinde incelemede, Xerox Türkiye tarafından servis takip programı olarak kullanılan "Planet" adlı kurumsal servis uygulamasının OPB (Office Printing Business) için uyarlanmış versiyonunun yeni lisans sözleşmesi ile kullanımını öneren teklif elde edilmiştir. Xerox ürün ve hizmet dağıtım sistemine çağrı yoluyla gelen müşteri taleplerini yönlendirmek, bu taleplere çözüm üretmek amacıyla hazırlanan söz konusu otomasyon sisteminde pasif satışları engellemeye yönelik herhangi bir formülasyonun benimsenmediği görülmektedir. Aksine söz konusu programın "Çağrı Açma" kısmında (.....TİCARİ SIR.....) ve "Çağrı Yönlendirme" kısmında da

- "(.....TİCARİ SIR.....)
- (.....TİCARİ SIR.....) ..."

şeklinde uygulamalara yer verilmektedir. Bu yöndeki uygulamaların bölge dışına satış yapılmasına olanak sağlayan ve müşterinin erişimine açık olan alternatif çözümler olduğu anlaşılmıştır.

### I.3. Xerox Türkiye'nin Pazardaki Konumu

Xerox Türkiye'nin faaliyet gösterdiği pazarlardaki payı markalar arası rekabetin analizi noktasında önem kazanmaktadır. Zira marka içi rekabeti kısıtlayan dikey kısıtların pazardaki etkisi markalar arası rekabetin yoğunluğuyla doğrudan alakalıdır.

Daha önce de belirtildiği gibi Xerox Türkiye yazıcı, fotokopi, faks, tarayıcı, LCD monitör, çok fonksiyonlu ofis makineleri, üretime yönelik yüksek kapasiteli baskı sistemleri, yazılım programları, ofis kâğıdı gibi ürünlerin satışını ve bu ürünlere yönelik servis hizmetini gerçekleştirmektedir. Xerox Türkiye'den, faaliyette bulunduğu bazı pazarlarda kendisinin ve rakibinin sahip olduğu pazar payları hakkında aşağıdaki bilgiler edinilmiştir<sup>5</sup>:

Tablo 1: A4 Renkli Çok Fonksiyonlu Yazıcılar-Pazar Payları

Firma Adı	Pazar Payı (%)
HP	(...)
Epson	(...)
Samsung	(...)
Canon	(...)
Rex Rotary	(...)
Xerox	(...)
Diğer	(...)
Toplam	100

Tablo 2: A4 Siyah/Beyaz Yazıcılar-Pazar Payları

<sup>5</sup> Söz konusu pazar paylarının, fotokopi kağıdı pazarı hariç, 2007 yılı IDC çalışmalarından alındığı belirtilmiştir.

Firma Adı	Pazar Payı (%)
HP	(....)
Samsung	(....)
Xerox	(....)
Lexmark	(....)
Canon	(....)
Diğer	(....)
Toplam	100

Tablo 3: A4 Siyah/Beyaz Çok Fonksiyonlu Yazıcılar-Pazar Payları

Firma Adı	Pazar Payı (%)
Samsung	(....)
HP	(....)
Xerox	(....)
Canon	(....)
Brother	(....)
Kyocera Mita	(....)
Panasonic	(....)
Diğer	(....)
Toplam	100

Tablo 4: A4 Renkli Yazıcılar-Pazar Payları

Firma Adı	Pazar Payı (%)
HP	(....)
OKI	(....)
Xerox	(....)
Lexmark	(....)
Diğer	(....)
Toplam	100

Tablo 5: A3 Renkli Çok Fonksiyonlu Yazıcılar-Pazar Payları

Firma Adı	Pazar Payı (%)
Konica Minolta	(....)
Xerox	(....)
Develop	(....)
Nashuatec	(....)
Canon	(....)
Rex Rotary	(....)
Olivetti	(....)
Diğer	(....)
Toplam	100

Tablo 6: A3 Siyah/Beyaz Yazıcılar-Pazar Payları

Firma Adı	Pazar Payı (%)
HP	(....)
Xerox	(....)
Lexmark	(....)
Diğer	(....)
Toplam	100

Tablo 7: A3 Siyah/Beyaz Çok Fonksiyonlu Yazıcılar-Pazar Payları

Firma Adı	Pazar Payı (%)
Kyocera Mita	(....)
Nashuatec	(....)
Kinoca Minolta	(....)
Rex Rotary	(....)



Xerox	(....)
Sharp	(....)
Toshiba	(....)
Panasonic	(....)
Canon	(....)
Diğer	(....)
Toplam	100

Tablo 8: A3 Renkli Yazıcılar-Pazar Payları

Firma Adı	Pazar Payı (%)
HP	(....)
OKI	(....)
Xerox	(....)
Diğer	(....)
Toplam	100

Yukarıda verilen pazar payları incelendiğinde Xerox Türkiye'nin, Türkiye'de söz konusu pazarların hiç birinde lider konumda olmadığı, sadece A3 renkli çok fonksiyonlu yazıcılar ve A3 siyah/beyaz yazıcılar pazarında (pazar lideri ile Xerox arasında pazar payı bakımından açık ara fark bulunmaktadır) pazar liderini takip ettiği ve diğer pazarlarda ise daha alt sıralarda yer aldığı görülmektedir. Dolayısıyla genel olarak, Xerox Türkiye'nin faaliyette bulunduğu pazarlarda markalar arası rekabetin yoğun olduğu, Xerox Türkiye'nin pazardaki rekabet nedeniyle son yıllarda pazar payı kaybettiği ve pazar payları itibarıyla bu pazarlarda önemli bir pazar gücünün bulunmadığı anlaşılmaktadır.

#### I.4. Değerlendirme

Şikayet temel olarak, Xerox Türkiye'nin, kurduğu bayilik sisteminde bayilerine coğrafi bölge bazında münhasır olarak faaliyet gösterme yetkisi verdiği ve bu bayileri kendi bölgeleri dışından gelen ürün ve hizmet taleplerini geri çevirmek zorunda bırakmak suretiyle pasif satışları engellediği ile ilgilidir. Söz konusu iddia yukarıda yer verilen inceleme ve tespitler dikkate alınarak 4054 sayılı Kanun çerçevesinde aşağıda iki başlık altında değerlendirilmektedir.

##### I.4.1. Şikayetçi ile Xerox Türkiye ve Xerox Türkiye Bayileri Arasındaki Durum

Dosya konusu şikayetin temelinde, şikayetçinin çalıştığı hukuk bürosunda kurulu olan Xerox markalı ofis sistemini satın aldığı ve FSMA anlaşması imzaladığı Lidya Bilişim ile çalışmak istemeyerek İstanbul'da bulunan diğer Xerox bayilerinden sarf malzemesi ve teknik servis talep etmesi bulunmaktadır. Bu sebeple ilk önce şikayetçinin neden Lidya Bilişim ile çalışmak istemediği incelenmiştir. Şikayetçi, Lidya'nın kendisine "3 aylık fatura tebliğ edilmiş olmasına rağmen servis anlaşması bedelini ödemediği için hizmete blokaj konduğu" gerekçesiyle, FSMA anlaşması kapsamında temin etmeye yükümlü olduğu kartuşu sağlamaktan imtina ettiğini iddia etmektedir. Ayrıca şikayetçi söz konusu faturanın ellerine geçmediğini ve sonuç olarak Lidya'nın "süreklilik arz eden yetersizliği, fatura tanzimi ve gönderimi ile sarf malzemesi temininden imtina etmesi" nedenleri ile Haziran 2008 tarihinde servis sözleşmesini feshettiklerini ifade etmektedir.

Şikayetçi tarafından gerek Xerox Türkiye'ye gerek diğer İstanbul bayilerine gönderilen ihtarnamelerde kartuş ve servis sözleşmesi talepleri tekrar edilmekte ve karşılanmaması durumunda yargı yoluna başvurulacağı bildirilmektedir. Nitekim şikayetçi, başvuru dilekçesinde kendisine sarf malzemesi temin edilmemesi ve pasif satış yasağına aykırı hareketlerden dolayı ortaya çıkan zararlarının tazmini için

Kadıköy 2. Asliye Ticaret Mahkemesi'nde 2008/694 E. nolu dosyadan Xerox Türkiye, Lidya Bilişim, BNK, SYB ve Aroks'a dava açtığını belirtmiştir.

Şikayetçi ile başta Lidya Bilişim olmak üzere Xerox Türkiye bayileri arasında yaşanan ve yukarıda özetlenen hususların temelinde bir ticari ihtilafın yattığı görülmektedir. Borcunu ödemeyen müşteriye hizmetin kesileceği hükmü FSMA Sözleşmesi'nde yer almaktadır.

Lidya Bilişim ile şikayetçi arasında yaşanan olaylar ve şikayetçinin çeşitli kereler gönderdiği e-posta ve ihtarnameler üzerine Xerox Türkiye Bölge Müdürü Zübeyde ERSAN tarafından Xerox Türkiye vekili olan ilgili hukuk bürosuna gönderilen 21.8.2008 tarihli e-postada şu ifadeler yer verilmektedir:

*“Şehnaz Hanım Merhaba,*

*Sanırım konuyla ilgili bilginiz var ama çok kısa özetlemek gerekirse Anadolu Yakası Bölge Bayimiz Lidya, müşterisi Zeytin Hukuk Bürosu ile alacağını tahsil edemediği için FSMA anlaşmasını fesih etmiş. Zeytin Hukuk Bürosu bunun üzerine diğer İstanbul bayilerimiz ile temasa geçerek ve FSMA anlaşması yapmak istediğini bildirmiş. Diğer bayiler bölge dışına servis veremeyeceklerini sözlü olarak belirtmişler. Zeytin Hukuk Bürosu bayilere ve bize ekteki ihtarnamayı göndermiş bayilerimizden BNK da ekteki cevabi ihtarnamayı göndermiş. Dün malzeme ve TM servis fiyatlarına da Zeytin Hukuk Bürosu'na faks ile teklif olarak iletmişler.*

*Bugün de [FSMA anlaşması talebini içeren] aşağıdaki mail geldi. BNK servis altyapısının Anadolu yakasına servis vermeye yeterli olmadığını belirterek FSMA anlaşması yapmayı reddetmek istiyor. Nasıl bir yol izlemeli? Diğer bayilerimizin de yapması gerekenler nelerdir? Xerox olarak bizim tutumumuz nasıl olmalı?”*

İlgili hukuk bürosundan gelen 22.8.2008 tarihli yazıda ise;

*“BNK servis anlaşması yapmak zorunda değil. Fakat müşterinin ihtiyaçları tedarik edilmeli. Bu nedenle, peşin ödemek kaydıyla, gönderdiği liste fiyatları üzerinden Zeytin Hukuk Bürosu'na istedikleri her türlü malzemeyi satsınlar. Fakat Servis Anlaşması imzalamaya zorlanamazlar. Xerox da aynı tutum içinde olabilir.”* cevabı verilmiştir.

Söz konusu yazışmalardan anlaşıldığı üzere Xerox Türkiye şikayetçi ile bayileri arasındaki soruna hukuki çözüm yolları aramıştır.

Lidya Bilişim'de yapılan yerinde incelemede Xerox Türkiye yetkilisi Deniz EYİ tarafından 25.9.2008 tarihinde Lidya Bilişim'e gönderilen e-postada Zeytin Hukuk Bürosunda kullanılmakta olan makinenin “install date” ve mevcut sözleşme tarihleri istenmiştir.

BNK'nın da 29.8.2008 tarihinde şikayetçinin kartuş talebini karşıladığı ilgili faturadan anlaşılmaktadır. Ayrıca BNK, çağrı başı servis ücreti konusunda da şikayetçiye teklifini iletmiştir.

Bunun yanında şikayetçi ile Xerox Türkiye arasında da çeşitli yazışmalar gerçekleşmiştir. 24.10.2008 tarihinde Deniz EYİ, şikayetçi tarafından gönderilen bir e-postaya şu şekilde cevap vermiştir:

*“Merhaba Gürkan Bey,*

*Tarafınıza daha önce iletmiş olduğum üzere makineniz için uygulayabileceğimiz sözleşme koşulları aşağıda bilginize sunulmuştur.*

*Opsiyon 1: Time and Material: (her türlü yedek parça, sarf malzeme ve işçilik bedelidir.)*

*Yedek parça, işçilik ve sarf malzemesini bedeli karşılığında temin edebilirsiniz. Çağrı başına servis ücretimiz (...)\$+KDV'dir.*

*Opsiyon 2: FSMA (Tüm servis ve bakım anlaşması-kopya başı anlaşma)*

- \* *Sözleşme süremiz yenilemelerde standart 1 yıldır.*
- \* *Sözleşme süresince tarafınıza aylık periyotlarda (...) \$ fatura edilecektir. Bu bedel dahilinde (.....) adet çekim yapabileceksiniz.*
- \* *Aylık olarak verilen (..... adet) çekim adetinin bir sonraki aya devri söz konusu değildir. Ay içinde yapacağınız çekimlerin (.....) adet kopyayı geçmesi halinde, yapacağınız her bir çekim ise (...) cent ile çarpılarak fatura edilecektir.*

*Yukarıda belirtmiş olduğum opsiyonları değerlendirerek, uygun bulduğunuz opsiyonu bizimle paylaşmanızı rica edebilir miyim lütfen?"*

Şikayetçinin servis sözleşmesinin yenilenmesi için objektif unsurların neler olduğuna dair sorusunu Xerox Türkiye Müşteri Servis Operasyonları Direktörü Gülnür BAYKURT "Makinanın sayacının (.....) kopyanın altında olması, bir yıllık anlaşma boyunca harcanan maliyetin elde edilen kazançtan yüksek olmaması, eğer varsa kullanım hatası sonucu ücretli değişmesi gereken parça ya da malzemeleri ücreti karşılığı değişmiş olması, müşterinin Xerox'a vadesi geçmiş borcu olmaması, gerekli ise servis anlaşması fiyatlarında %(...) aşmayacak şekilde fiyat artışının kabul edilmesi (yıllık enflasyon verilerine göre)" şeklinde cevaplamıştır.

Yukarıda verilen yazışmalardan da anlaşıldığı üzere, Lidya Bilişim ile arasında bir ticari ihtilaf olmasına rağmen (iddiaya göre bir borcun varlığına rağmen) Xerox Türkiye şikayetçiye kopya başı servis anlaşması imzalamayı teklif etmiştir.

İstanbul'da faaliyet gösteren diğer bayilerin de şikayetçi ile böyle bir anlaşma imzalamaktan imtina etmelerinin çeşitli haklı gerekçelerinin olduğu anlaşılmaktadır. Öncelikle aynı dağıtım sisteminde yer alan başka bir bayiye borcu olduğu bilgisine sahip oldukları bir müşteri ile çalışmak istememek, amacı kâr elde etmek olan bir teşebbüs açısından bakıldığında makul karşılanmalıdır. Zira Gülnür BAYKURT tarafından şikayetçiye gönderilen servis sözleşmesinin yenilenmesine dair objektif koşullardan biri de "Xerox'a vadesi geçmiş borcunun olmaması"dır. Bunun yanında kendi bölgesi dışına teknik servis göndermek bir bayi için gerek mesafe gerek servis ekibinin tesisi açısından daha yüksek bir maliyet anlamına gelmektedir.

Sonuç olarak, Xerox Türkiye tarafından 4.8.2008 ve 17.9.2008 ve BNK tarafından 6.8.2008 tarihlerinde şikayetçiye tebliğ edilen ihtarnamelerde, ücretini peşin ödemek suretiyle Xerox'dan toner ve servis hizmeti temin edilebileceği belirtilmiştir. 21.8.2008 tarihinde BNK, şikayetçiye toner ve servis hizmeti sağlayabileceğini bildirmiş ve 29.8.2008 tarihinde bahse konu toneri temin etmiştir. BNK, kopya başı servis sözleşmesi yapmamasını da şikayetçi ile başka bir bayinin arasındaki ticari ihtilafa ve hizmeti götüreceği bölgenin uzaklığına bağlamıştır. Xerox Türkiye ise 24.10.2008 tarihinde şikayetçiye kendisi ile FSMA anlaşması imzalamaya hazır olduklarını iletmiştir. Zira ticari ihtilaf, herhangi bir müşteri ile iş yapmaktan imtina etmek için geçerli bir sebep olsa da Xerox Türkiye'nin müşterilerini mağdur etmemek için anlaşma yapmaya razı olduğu BNK yetkililerince de ifade edilmiştir.

Yukarıda verilen bilgiler ışığında, Xerox Türkiye'nin oluşturmuş olduğu dağıtım yapısı (pasif satış yasağı) sebebiyle şikayetçinin kendi bulunduğu bölge dışında bir bayiden veya Xerox Türkiye'nin kendisinden ürün ve servis hizmeti alamadığı iddiasının (kopya başı servis anlaşması da dâhil olmak üzere) geçerli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

#### **I.4.2. Dosya Konusu Pasif Satış Yasağı İddialarının Değerlendirilmesi**

4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi ile rekabeti kısıtlar nitelikteki anlaşmalar yasaklanmıştır. Aynı Kanun'un 5. maddesi ile anlaşma, uyumlu eylem ve teşebbüs birliği kararlarının 4. madde ile getirilen yasaklamalardan muaf tutulabilmesinin koşulları belirlenmiştir. Söz konusu maddenin son fıkrasına göre Rekabet Kurulu belli konulardaki anlaşma türlerine bir grup olarak muafiyet tanınmasını sağlayan ve bunların şartlarını gösteren tebliğler çıkarabilir. Nitekim Rekabet Kurulu 2002 yılında *"2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği"*ni çıkarmıştır.

2003/3 ve 2007/2 sayılı Rekabet Kurulu Tebliğleri ile Değişik 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği (2002/2 sayılı Tebliğ)'nin kapsamını belirleyen 2. maddesinde *"Üretim veya dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren iki ya da daha fazla teşebbüs arasında belirli mal veya hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımı amacıyla yapılan anlaşmalar"* dikey anlaşmalar olarak tanımlanmıştır. Dolayısıyla, Xerox Türkiye'nin, distribütörleri ve bayileri ile imzaladığı Xerox ürünlerinin yeniden satışına ve bu ürünlere ilişkin yetkili servis tayin edilmesine yönelik sözleşmeler dikey anlaşma niteliğindedir.

Dikey anlaşmaların pazardaki rekabet üzerindeki olumsuz etkileri ise temel olarak; giriş engelleri yaratılarak pazarın diğer alıcı veya satıcılara kapatılması, sağlayıcılar ve alıcılar arasında işbirliğinin (gizli veya açık anlaşma) kolaylaş(tırıl)ması dahil markalar arası rekabetin azal(tıl)ması ve aynı markanın dağıtıcıları arasında marka içi rekabetin azal(tıl)ması olarak üç başlık altında toplanmaktadır.

Dikey anlaşmalar 2002/2 sayılı Tebliğ'de belirtilen koşulları taşıması kaydıyla, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesindeki yasaklamadan Kanunun 5. maddesinin üçüncü fıkrasına dayanılarak grup olarak muaf tutulmuştur.

Anılan Tebliğin 4. maddesi *"Aşağıda sayılan rekabeti doğrudan veya dolaylı olarak engelleme amacı taşıyan sınırlamaları içeren dikey anlaşmalar bu Tebliğ ile tanınan muafiyetten yararlanamaz"* hükmünü içermektedir. Anlaşmaları, Tebliğ'in sağladığı grup muafiyetinin kapsamı dışına çıkaran hallerin sıralandığı 4. maddenin bentlerinden (b) bendinde *"Aşağıdaki haller dışında, alıcının sözleşme konusu mal veya hizmetleri satacağı bölge veya müşterilere ilişkin kısıtlamalar getirilmesi."* şeklinde ifade yer almaktadır. Tebliğ'in 4(b) maddesinde sayılan bu 4 istisnai durumdan ilki *"Alıcının müşterilerince yapılacak satışları kapsamaması kaydıyla, sağlayıcı tarafından kendisine veya bir alıcıya tahsis edilmiş münhasır bir bölgeye ya da münhasır müşteri grubuna yapılacak aktif satışların kısıtlanması"* halidir.

2002/2 Sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliğinin Açıklanmasına Dair Kılavuz (Kılavuz)'da, sağlayıcı teşebbüslerin müşterileri alıcılar arasında aynı anda hem bölgesel hem de müşteri tipi olarak bölmesinin mümkün olduğu, teşebbüslere münhasır bir bölge ve/veya müşteri grubu vermek suretiyle tanınan korumanın mutlak bir koruma olmadığı, alıcı teşebbüslerin kendilerine tahsisli bölgeye ve/veya müşteri grubuna satış yaparken sisteme dâhil diğer alıcıların ancak aktif rekabetinden korunabileceği belirtilmiştir. Ayrıca sağlayıcı teşebbüsün, kendisine veya bir alıcıya tahsis edilmiş münhasır bölgeye ya da müşteri grubuna yapılacak

aktif satışları kısıtlayabileceğinin, ancak bu bölgeye veya müşteri grubuna yapılacak pasif satışların kısıtlanmasının ise anlaşmayı grup muafiyeti kapsamı dışına çıkartan bir durum olarak değerlendirileceği vurgulanmıştır.

Kılavuz'da başka bir alıcının münhasır bölgesindeki veya münhasır müşteri grubundaki münferit müşterilere mektup veya ziyaret gibi doğrudan pazarlama yöntemleriyle gerçekleştirilen satışlar, diğer bir alıcının bölgesinde satış yeri veya dağıtım deposu kurmak, başka bir alıcıya tahsis edilmiş bölgedeki veya müşteri gruplarındaki müşterileri doğrudan hedefleyen reklâmlar veya promosyonlar "aktif satış" yöntemleri arasında sayılmıştır.

Bununla birlikte, Kılavuz'a göre "*...başka bir alıcının bölgesindeki veya müşteri grubundaki müşterilerden gelen ve alıcının aktif çabaları neticesi olmayan talepleri karşılamak, alıcı malın teslimatını müşterinin adresine götürerek yapsa dahi, "pasif satış" anlamına gelmektedir.*

Rekabet hukukunda mutlak topraksal koruma (pasif satışların yasaklanması) ve/veya yeniden satış fiyatının belirlenmesi gibi ağır (*hardcore*) (bölgesel ya da satış fiyatına ilişkin) kısıtlamalar içeren dikey anlaşmaların doğrudan rekabeti kısıtlama amacı taşıdığı varsayılmakta ve bu anlaşmaların pazardaki rekabeti önemli ölçüde sınırlandırıp sınırlandırmadığının ortaya konulması bakımından pazar üzerindeki asıl etkilerinin değerlendirilmesine gerek görülmemektedir.

Bu çerçevede öncelikle Xerox Türkiye'nin bayileri ile yaptığı bayi sözleşmesine bakıldığında, söz konusu sözleşme ile yalnız Xerox Türkiye veya Xerox Türkiye'nin herhangi bir bayisinin hizmet sunabileceği münhasır müşteri grupları ve sözleşmenin tarafı olan bayiyeye tahsis edilen münhasır bölgeler birlikte tanımlanmıştır. Bayi Sözleşmesinde yer alan ilgili hükümler, ayrıntısına yukarıda yer verildiği üzere, münhasır müşteri gruplarına, bayilerin bölge sınırlaması dahilinde satabilecekleri ürünlere ve bayilerin bölgesi dışından tesislerine gelen profesyonel alıcılara yönelik yalnız aktif satışları değil aynı zamanda pasif satışları da açıkça yasaklamakta ya da yasaklamaya olanak tanımaktadır. Ayrıca Xerox Türkiye, bayilerine, pasif satış yapılması ya da kendilerine pasif satışta bulunmalarının teklif edilmesi hallerinde, bunu Xerox Türkiye'ye bildirme yükümlülüğü de getirmektedir. Bunun yanında, Xerox Türkiye bayilerinin müşteriler ile yaptıkları anlaşmalarda yer alan ilgili hükümlerin, ayrıntısına yukarıda yer verildiği üzere, müşterilerin bölge dışından ürün veya hizmet temininin önüne geçerek dolaylı yoldan pasif satışları engellenmesine olanak tanıyan sözleşmesel bir yükümlülük niteliği taşıdıkları tespit edilmiştir.

Bununla birlikte, Xerox Türkiye tarafından benimsenen bölge dışı satış politikasına ilişkin açıklamalardan, Xerox ürün ve hizmetlerine ilişkin bayilik sisteminde hem aktif hem de pasif satış uygulamalarının, Xerox Türkiye'nin bu uygulamalara yönelik genel bir çerçeve çizme ve bayileri bu çerçevede yönlendirme gereksinimi duyacak kadar sık gerçekleştiği anlaşılmaktadır. Zira bayileri yönlendirme amacı taşıyan çerçeve niteliğindeki söz konusu Memorandum'un esasta, bayiler arasında dağıtım sisteminin özü gereği öngörülen özellikle mali paylaşım (ciro ve kâr hedefleri, aktif satış yasağı v.b.) ilişkin aykırılıkların giderilmesini sağlayan önlemleri içerdiği ve son kullanıcı konumundaki müşteriler bakımından (pasif satışlar dahil) bir mağduriyete yol açmadığı kanaatine varılmıştır.

Ayrıca Xerox Türkiye ve bayileri tarafından benimsenen bölge dışı satışlara ilişkin tutuma yönelik açıklamalarda görüldüğü üzere, öncelikle Xerox Türkiye tarafından öngörülen ürün ve hizmet dağıtım sistemine uygun bir hizmet ağı ve işleyişi yürütülmeye çalışılmakta, ancak yine pek çok durumda bayiler ya da Xerox

Türkiye'nin kendisi tarafından bölge dışı satış yapılması müşterilere sunulan çözümler arasında yer almaktadır. Bunun yanında Xerox Türkiye ve bayilerinde yapılan yerinde incelemelerde, Xerox Türkiye tarafından bölge dışı satış faaliyetinde bulunan bayilere uygulanmış herhangi bir cezai yaptırıma işaret eden bilgi ve belge de bulunmadığı anlaşılmıştır.

Son olarak, Xerox Türkiye ve bayilerinde yapılan yerinde incelemelerde elde edilen fatura, servis çağrı raporu, sözleşme, yazışma ve servis takip programına ilişkin belgelerden Xerox Türkiye tarafından öngörülen dağıtım sisteminde bölge dışı satış (pasif satış) uygulamalarının yaygın bir şekilde gerçekleştiği anlaşılmaktadır.

Tüm bu hususlara ek olarak rekabet hukukunda dikey anlaşmalar yatay anlaşmalara göre pazardaki rekabeti daha az kısıtlayan anlaşmalar olarak görülmektedir. Dikey anlaşmaların çoğu için rekabetçi endişeler markalar arası rekabetin yetersiz olduğu, diğer bir deyişle sağlayıcı ve/veya alıcının pazar gücünün bulunduğu durumlarda ortaya çıkabilmektedir. Özellikle markalar arası rekabetin düşük seviyede olduğu pazarlarda, markalar arası ve marka içi rekabetin korunması bakımından dikey anlaşmaların rekabeti bozucu etkilerinin varlığının ayrıntılı bir şekilde incelenmesi önem taşımaktadır. Markalar arası rekabetin yoğun olduğu pazarlarda ise, ağır (*hardcore*) kısıtlamalar içermeyen dikey anlaşmaların rekabet üzerindeki olumlu etkilerinin olumsuz etkilerinden daha baskın olduğu görülmektedir.

Bu dosya kapsamında incelenen ve uygulamada başarılı bir şekilde tesis edil(e)mediği görülen Xerox ürün ve hizmetlerine ilişkin dağıtım sistemindeki muhtelif pasif satış yasağı düzenlemelerinin, daha önce de belirtildiği üzere, doğrudan rekabeti kısıtlama amacı taşıdığı varsayılmakta ve bu tip kısıtlamaları içeren anlaşmaların pazardaki rekabeti önemli ölçüde sınırlandırıp sınırlandırmadığının ortaya konulması bakımından pazar üzerindeki asıl etkilerinin değerlendirilmesine gerek görülmemektedir. Bununla birlikte, söz konusu düzenlemelerin başarılı bir şekilde işletilememesi bir yana, Xerox Türkiye'nin faaliyet gösterdiği pazarlardaki konumu itibarıyla, başarılı bir şekilde işletilseydi dahi etkilerinin oldukça sınırlı düzeyde kalabileceği anlaşılmıştır.

## J. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve dosya kapsamına göre;

- 1) Xerox Büro Araçları Servis A.Ş. ile dağıtım kanalı ve bayileri konumundaki teşebbüslere, söz konusu teşebbüslerin Xerox ürünlerinin yeniden satışına ve bu ürünler için yetkili servis tayin edilmesine ilişkin bayilik sisteminde pasif satışların engellenmesine yönelik düzenleme ve uygulamaları nedeniyle 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığına,
- 2) Bununla birlikte, bayilerle yapılan bayilik sözleşmeleri ve müşterilerle yapılan sözleşmeler başta olmak üzere her türlü sözleşmelerinde doğrudan ya da dolaylı olarak pasif satış yasağı tesis edilmesine olanak tanıyan düzenlemelere ve bu düzenlemelere dayanılarak yapılabilecek uygulamalara son verilmesi; aksi takdirde 4054 sayılı Kanun çerçevesinde haklarında işlem başlatılacağına adı geçene bildirilmesi hususlarında aynı Kanun'un 9.maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca görüş yazısı gönderilmesi için Başkanlığa yetki verilmesine

OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.