

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2010-4-254

(Muafiyet)

Karar Sayısı : 11-22/392-125

Karar Tarihi : 07.04.2011

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

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

B. RAPORTÖRLER : Esin AYGÜN, Gülçin DERE

**C. BİLDİRİMDE
BULUNAN**

: Goodyear Lastikleri T.A.Ş.
Temsilcisi: Dr. M. Fevzi TOKSOY, Hilal UTKU
Maya Akar Center No:100/10 34394 Esentepe/İstanbul

D. TARAF

: Goodyear Lastikleri T.A.Ş.
Büyükdere Cad. Maslak Meydanı, Maslak İş Merkezi No: 41
34398 Şişli/ İstanbul

E. DOSYA KONUSU: Goodyear Lastikleri T.A.Ş. (Goodyear) ile bayileri arasında franchising şebekesi kurmaya yönelik hazırlanan "Premio Franchise Anlaşması"na 25.07.2007 tarih ve 07-61/716-248 sayılı Kurul Kararı ile tanınmış olan bireysel muafiyet süresinin uzatılması veya süresiz olarak bireysel muafiyet tanınması talebi.

F. DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 21.09.2010 tarih ve 7305 sayı ile giren başvuru üzerine düzenlenen 31.03.2011 tarih ve 2010-4-254/MM-11-360.EA sayılı Muafiyet Ön İnceleme Raporu, 01.04.2011 tarih ve REK.0.08.00.00-130.01.03/131 sayılı Başkanlık önermeleri ile 11-22 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

G. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili Rapor'da;

- "Premio Franchise Sözleşmesi"ne lastik ürün grubuna ilişkin olarak içerdiği rekabet yasağı, "Ürün Tavsiye Anlaşması"na ise lastik dışı ürün gruplarında satın alma zorunluluğu içermesi nedeniyle 4054 sayılı Kanun'un 8. maddesi çerçevesinde menfi tespit belgesi verilemeyeceği,

- Lastik ürün grubuna ilişkin olarak öngörülen rekabet yasağının 2005/4 sayılı "Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği"nin 6. maddesi kapsamında yer alması nedeniyle bu Tebliğ ile sağlanan muafiyetten yararlanamayacağı,

- Lastik dışı ürün gruplarında tesis edilen satın alma zorunluluğu içeren ortak satın alma sisteminin yatay rekabet kısıtlaması niteliği taşıması nedeniyle 2005/4 sayılı Tebliğ kapsamında yer almadığı,

- Kurulması tasarlanan sistemin 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde öngörülen şartları sağladığı tespit edildiğinden söz konusu anlaşmalara takdiri Kurula ait olmak üzere, 5 yıl süre için muafiyet tanınabileceği

hususlarına yer verilmiştir.

11-22/392-125

H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

H.1. İlgili Pazar

H.1.1. İlgili Ürün Pazarı

Bildirim konusu Premio Franchise Sözleşmesi'nde düzenlenen ürünler dikkate alınarak, ilgili ürün pazarları, "Lastik yenileme pazarı", "Otomobil yedek parça satışı" ve "Otomobillerin satış sonrası bakım onarım hizmetleri pazarı" olarak belirlenmiştir.

50 H.1.2. İlgili Coğrafi Pazar

Otomobillerin satış sonrası yedek parça, bakım ve onarım hizmetlerinin tüm Türkiye çapında verildiği ve herhangi bir bölgeyle sınırlı olmadığı göz önüne alınarak, bildirim konusu işlemde ilgili coğrafi pazar "Türkiye" olarak tespit edilmiştir.

H.2. Tespitler ve Değerlendirme

H.2.1. Bildirim Konusu Sistem ve Sözleşmeler

Bildirim Formu'nda yer alan bilgilere göre, Premio Sistemi, Goodyear ve bayileri arasında imzalanan Premio Franchise Sözleşmesi (dikey anlaşma) ve Goodyear ile diğer sağlayıcı firmalar arasında imzalanan "Ürün Tavsiye Anlaşması" çerçevesinde kurulan "ortak satın alma sistemin"den (yatay anlaşma) oluşmaktadır. Premio Franchise Sözleşmesi niteliği bakımından, bir hizmet ya da ürün tedarikçisi firma ile pazara ürünü sunan bir dağıtım kanalının üyeleri arasındaki ilişkileri düzenleyen bir Franchise anlaşmasıdır. Franchise veren (Goodyear), kendi sistemine ilişkin know-how bilgilerini, Premio isim hakkını ve reklam hakkını; profesyonel marka imajına uygun, kaliteli ve uzman bir şekilde yedek parça satışı ve servis hizmetlerinin yürütülebilmesi amacıyla Franchise Alan (Premio Servisi) tarafa münhasır olmamak kaydıyla devretmektedir. Premio Bayileri, Sözleşme kapsamındaki faaliyetleri ile ilgili her türlü mali ve ticari riski kendi üzerinde taşımaktadır. Ancak Franchise sisteminin bir getirisi olarak bayiler, sisteme ait know-how bilgilerini içeren Premio El Kitabı'nda yer alan servis işletmesinin iç ve dış görünümü ve dizaynı ile ilgili koşulları sağlamakla yükümlüdür. Franchise Alan'ın bir diğer yükümlülüğü ise, Sözleşme ile belirlenen yıllık satış performanslarının yerine getirilmesidir. Sözleşme ile Franchise Alan'ın yıllık net satış cirosuna göre belirlenecek bir franchise ücretini Goodyear'a ödemesi öngörülmektedir. Franchise Alan, Premio Sistemi'ne girdiği ilk yıl bu ücretten muaf tutulacak, bununla birlikte ikinci yılın net satış cirosu üzerinden hesaplanan franchise ücreti üçüncü yılın başında ödenecektir. Ücretin ödenmesi Sözleşme ile 4 eşit taksite bölünmüştür. Buna ek olarak Franchise Alan'ın kendisine verilecek know-how, El Kitabı ve Premio işleri ile ilgili tüm dokümantasyon, ilk başlangıç eğitimi, franchise işleri yürütülürken kullanılacak bilgisayar sistemi ve yazılımın kurulması gibi hazırlıklara ilişkin verilecek yardım ve danışmanlık hizmeti için bir defaya mahsus olmak üzere anlaşmanın imzalanmasıyla beraber ... ABD Doları bir başlangıç ücreti ödeyeceği belirtilmiştir. Buna karşılık Goodyear'ın Franchise Alan'a yıllık satış taahhüdünü yerine getirmesi karşılığında yıllık yaklaşık ... ABD Doları destek primi sağlaması planlanmıştır.

Diğer taraftan, Goodyear lastik dışı ürün tedarikçileri ile Premio sisteminin devamlılığı için işbirliği anlaşmaları imzalamaktadır. Premio Sistemi, otomobil yedek parça ve aksesuarlarının sağlanmasının yanında otomobilin yağ değişimi, lastik bakımı, akü, fren sistemi, amortisör veya egzoz kontrolü gibi hizmetlerin bir arada, hızlı ve pratik bir şekilde sunulacağı bir sistem kurmayı hedeflemektedir. Bu nedenle lastik dışı yedek parça ürünlerinin de Premio Sistemi bünyesinde yer alması planlanmıştır. Ürün Tavsiye Anlaşması, belirli marka ürünlerin Goodyear tarafından Franchise Alanlara tavsiye

11-22/392-125

90 edilmesi halinde Goodyear'a yatırım desteği sağlanması ve yapılacak satışlar üzerinden Goodyear'a prim ödenmesini konu almaktadır. Bildirim Formu'nda Goodyear'ın Premio Sistemi'ni geliştirmek için bu tür anlaşmalar ile sağlanacak ek yatırım desteklerine ihtiyaç duyduğu, bu tür anlaşmaların varlığının Sistemin devamlılığı açısından önemli bir unsur olduğu açıklanmıştır. Bununla birlikte hâlihazırda bu platformda yalnızca BP Petrolleri A.Ş. (BP) ile yazılı bir anlaşmanın bulunduğu belirtilmiş ve BP ile yapılan anlaşma sunulmuştur. Bu kapsamda Goodyear, BP'den 5 yıl içinde geri ödemek kaydıyla ve Premio Servislerine aktarmak üzere yatırım desteği almakta, ayrıca BP, ürünlerinin Premio Servislerinde yıllık toplam satışlarının belirli bir sayıyı bulması halinde Goodyear'a ciro primi ödeme yükümlülüğü altına girmektedir.

100 Sonuç olarak, Premio Sistemi ile lastik ürün grubu bakımından münhasırlık, lastik dışı ürün grubu bakımından ise belirli markalara ilişkin satın alma taahhüdü içeren bir sistem kurulmuştur. Aşağıda, sırasıyla, söz konusu sistemin hukuki çerçevesini oluşturan "Premio Franchise Sözleşmesi"nin ve "Ürün Tavsiye Anlaşması"nın önemli maddelerine yer verilmektedir.

...

Goodyear ile BP arasında 25.6.2007 tarihinde akdedilen Ürün Tavsiye Anlaşması'nın önemli görülen maddelerine aşağıda yer verilmiştir.

...

H.3. Değerlendirme

110 H.3.1. Bildirim Konusu Sözleşmelerin Niteliği

Bildirim konusu "Premio Franchise Sözleşmesi" ile taraflar otomobil yedek parça ve aksesuarlarının sağlanmasının yanında otomobilin yağ değişimi, lastik bakımı, akü, fren sistemi, amortisör veya egzoz kontrolü gibi hizmetlerin bir arada hızlı ve pratik bir şekilde sunulacağı bir sistem kurmayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda franchise veren konumundaki Goodyear kendi sistemine ilişkin know-how bilgilerini; Premio adını kullanma hak ve yükümlülüğünü; profesyonel, marka imajına ve kalite standardına uygun hizmetler sunulmasını sağlayacak materyalleri franchise alan konumundaki teşebbüse vermeyi taahhüt etmektedir. Diğer taraftan, alıcı konumundaki teşebbüs, Sözleşme'nin 10. maddesinde düzenlenen yıllık Premio lisans ücretini ödemeyi kabul ederek sağlayıcı tarafından öngörülen şartlar altında Premio Servisi olarak hizmet verme imkânı elde edecektir. Franchise veren konumundaki Goodyear franchise konusu olduğu ifade edilen mallardan yalnızca lastik grubunun üreticisi ve dağıtıcısı konumundadır. Dolayısıyla inceleme konusu sözleşmenin franchise veren tarafında yer alan Goodyear'ın, sözleşmeye konu edilen lastik dışı ürün gruplarının üretim, dağıtım ve satışında yer almadığı görülmektedir. Bu nedenle, bildirim konusu sözleşmeye paralel olarak ikinci bir "Ürün Tavsiye Anlaşması" yapıldığı anlaşılmıştır. Bu Sözleşme'de, kurulacak franchise sisteminde satışa sunulacak belirli markalı ürünlerin, Goodyear tarafından franchise alanlara tavsiye edilmesi halinde prim ödenmesine ilişkin düzenlemeler yer almaktadır. Diğer yandan, Premio Franchise Sözleşmesi'nin 9. maddesi ve 1 No'lu eki düzenlemeleri ile franchise alanlara hem franchise veren konumundaki Goodyear'ın üretim ve dağıtımını yaptığı lastik grubu ürünlerini münhasıran dağıtımaları hem de yukarıda anılan "Ürün Tavsiye Anlaşması" ile belirlenen ve Goodyear tarafından Premio Franchise Sözleşmesi'nin 1 No'lu eki ile franchise alanlara bildirilen ürünlerin münhasır satışı öngörülmektedir. Buna karşılık "Ürün Tavsiye Anlaşması" ile belirlenen miktarlarda yatırım desteği ve prim Goodyear'a ödenecektir. Bildirim Formu'nda söz konusu yatırım desteğinin ilgili servis'e aktarıldığı, ayrıca ortak

11-22/392-125

satın alma sisteminin söz konusu tedarikçiler için de güvenilir bir marka altında standart servis veren bir sistemin bir parçası olma avantajı getirdiği açıklanmaktadır. Dolayısıyla inceleme konusu sistemin bir yandan lastik üreticisi ve dağıtıcısı konumundaki Goodyear ile lastik temin etme yükümlülüğü altına girdiği teşebbüsler arasındaki dikey bir anlaşma niteliğini taşıdığı görülmüştür. Diğer yandan inceleme konusu sistem, Goodyear önderliğinde bir araya gelen teşebbüslerin belirli markalı ürünlerin satın alınmasına ve böylece elde edilecek pazarlık gücünün kullanılması ile finansal fayda sağlanmasına yönelik bir "ortak satın alma anlaşması"nı da içermektedir ve kurulacak sistemin bu unsuru yatay rekabet kısıtlaması niteliği taşımaktadır. Başvuru konusu sistem yatay ve dikey anlaşma göz önünde bulundurularak değerlendirilmelidir. Bununla birlikte önceki Kurul kararının alınmasından günümüze kadarki süreçte pazarda yaşanan değişikliklerin neler olduğuna aşağıda yer verilmektedir.

H.3.2. Kurul Kararı'nın Alınmasından Başvuru Tarihine Kadarki Süreç

H.3.2.1. Genel Olarak Premio Franchise Sistemi'nin Nasıl Uygulandığı

Bildirim Formu'nda vurgulanan ilk husus, Premio Franchise Sözleşmesi'nin uygulandığı ilk üç yıllık süreçte sistemden beklenen sonuçların ortaya çıkmamış olduğudur. Öncelikle, hiçbir bayiden Franchise ücreti talep edilmediği ifade edilmektedir. Buna ek olarak sistemin emekleme döneminde olduğundan, gerek sistemi teşvik etmek gerekse Premio Bayilerinin faaliyetlerini kolaylaştırmak amacıyla başlangıç ücretinin de Goodyear tarafından talep edilmediği belirtilmektedir. Benzer şekilde, lastik dışı ürün gruplarına ilişkin münhasırlık hükümlerinin ve alım taahhütlerinin ilk üç yıllık sürede uygulanmadığı ve bayiler üzerinde bu yönde yaptırım uygulanmadığı açıklanmaktadır. BP ile yapılan anlaşma kapsamında Premio Bayilerinin taahhüt ettikleri alımları gerçekleştirememiş olmalarına rağmen Goodyear'ın BP'den aldığı yatırım desteğini geri ödemeye devam ettiğine dikkat çekilmektedir. Bu durumun gerekçesi hem Premio Servislerinin lastik ağırlıklı çalışmak istemesi ve bu yüzden lastik dışı ürünlerin satışı için yeterince çaba göstermemesi hem de olumsuz fiziki koşullar (örneğin akaryakıt istasyonunda kurulan servislerde madeni yağ satılmaması gibi) nedeniyle mümkün olamaması olarak bildirilmiştir. Premio Sistemi'ne dahil olan bayilerce lastik dışı ürünlerin satışı kimileri tarafından tam olarak gerçekleştirilirken kimileri tarafından kısmen (yalnızca akü ve jant satışı) gerçekleştirilmektedir. Sisteme dahil bayiler halihazırda lastik dışı ürünleri Premio Sistemi'nin öngördüğü bayilerden almamakta, bunun yerine kendi ürünlerini kendi imkanları ile tedarik etmektedirler. Dolayısıyla Goodyear'ın ortak satın alma sisteminden beklediği faydayı temin etmesinin bugüne kadar mümkün olmadığı, bununla birlikte lastik dışı ürünlerin Premio Sistemi'nde yer almasının sistemin finansmanının ve devamlılığının sağlanması bakımından önemli olduğu ve bu nedenle söz konusu ortak satın alma sisteminin ve ürün tavsiye anlaşmalarının sürdürülmek istendiği ifade edilmektedir. Bildirim Formu'nda yer alan bilgilere göre, Goodyear, tek taraflı olarak, Premio Sistemi'ni teşvik etmek ve yaygınlaştırmak için başta bayilere verilen Franchise destek ücreti olmak üzere, üzerine düşen tüm yükümlülükleri yerine getirmiştir. Buna karşılık, Premio Bayileri çeşitli gerekçelerle Sözleşme ekinde yer alan alım taahhütlerini yerine getirmemiş olmakla birlikte, bu aykırılık sonucunda bayilere herhangi bir yaptırım uygulanmamış veya verilen destek primleri geri alınmamıştır. Dolayısıyla gerek sistemin devamlılığının sağlanması gerekse bugüne kadar sistemin "besleyicisi" olarak tabir edilen Goodyear'ın sistemden beklediği faydayı önümüzdeki dönemde elde edebilmesi bakımından ortak satın alma sistemi ile lastik dışı ürün grupları bakımından bayilere yükümlülük getirilmesinin gerekli ve makul olduğu ifade edilmektedir.

11-22/392-125

H.3.2.2. Pazarda Ortaya Çıkan Değişiklikler

Premio Franchise Sistemi'ne yönelik olarak alınan Muafiyet Kararı sonrasında Goodyear'ın bayilik sisteminde herhangi bir değişiklik meydana gelmediği bildirilmiştir¹. Türkiye genelinde hâlihazırda faaliyet gösteren Premio Sistemi'ne dâhil 49 bayi bulunmaktadır. Bu bayiler prensipte lastik ve lastik dışı ürünler satmak ve bu ürünler kapsamında otomobillerin satış sonrası bakım ve onarımlarını yapmak üzere dizayn edilmiştir. Muafiyet Kararı'nın alındığı tarihten bugüne kadar Goodyear bayiliğinden Premio Franchise Sistemi kapsamındaki bayiliğe geçiş yapan bayi sayısı ...'dur. Premio Sistemi'ne dâhil bayilerde yapılan lastik satışlarının Goodyear'ın 2010 yılında yaptığı toplam satışlardaki payı ... olarak gerçekleşmiştir.

Tablo-1: Goodyear'ın Türkiye'deki 2010 yılı lastik satışları²

Müşteri Grupları	Müşteri Adedi	2010 Lastik Satışları
Bayi
Premio
Satınalma Grupları ³
Otomobil Yetkili Satıcılar/yetkili Servisler
Otomobil Filoları
Pancar Kooperatifi
Kamyon Filoları
TOPLAM

Goodyear'ın müşteri grupları bazında satış noktası/müşteri sayısına yukarıdaki tabloda yer verilmiştir. Türkiye genelinde toplam ... satış noktası bulunmakla birlikte, bunların ...'ü genel lastik bayileri sınıfında yer almaktadır. Aşağıdaki tabloda ise Türkiye otomobil lastiği yenileme pazarında faaliyet gösteren satış noktalarının sayısına ve dağılımına yer verilmiştir. Bayi kategorisinde 5400 firmanın yer aldığı, bunlardan 3200'ünün alt bayi statüsünde olduğu, alt bayilerin herhangi bir ana firmayla sözleşmesi bulunmayıp ürünleri diğer kategorilerden temin eden kuruluşlar olduğu bildirilmiştir.

Tablo-2: Türkiye Geneli 2010 yılı lastik satışları⁴

Müşteri Grupları	Müşteri Adedi	2010 Lastik Satışları
Bayiler	5400	5.600.000
Franchise/Perakende ⁵	94	400.000

¹ Goodyear ürünlerini genel lastik bayileri, büyük perakendeciler ve OEM (Original Equipment Manufacturer / Türkiye'de faaliyet gösteren otomotiv fabrikalarına gönderilen ve doğrudan araç montajlarında kullanılan lastiklerin satışlarının yapıldığı kanal)satışları olmak üzere üç ana satış kanalı üzerinden pazarlamaktadır. Genel lastik bayileri hâlihazırda yürürlükte bulunan Yetkili Satıcı Sözleşmeleri kapsamında bulunan kanal iken, büyük perakendeciler kampanya satışları yolu ile yetkili servislerle yapılan anlaşmaları ve Premio bayileri ile yapılan anlaşmaları içermektedir. OEM satışları ise Türkiye'de faaliyet gösteren otomotiv fabrikalarına gönderilen ve doğrudan araç montajlarında kullanılan lastiklerin satışının yapıldığı kanaldır.

² Bu rakamlar ticari olmayan lastik satışları toplamıdır. Premio sistemi kapsamında ticari lastiklere yer verilmediği için bu verilen değerlerin daha sağlıklı bir değerlendirme yapılmasını sağlayacağı düşünülmüştür.

³ Speedy satışları bu kapsamda değerlendirilmiştir.

⁴ Bu rakamlar ticari olmayan lastik satışları toplamı olup rakamlar tahmini olarak sunulmuştur.

⁵ Premio bu grup altında değerlendirilmiştir.

11-22/392-125

Satınalma Grupları	4	200.000
Otomobil Yetkili Satıcılar/yetkili Servisler	1000	400.000
Otomobil Filoları	40	140.000
Pancar Kooperatifi	31	500
Kamyon Filoları	20	500
Distribütörler	22	1.909.000
TOPLAM	6611	8.650.000

210 Goodyear'ın ilgili ürün pazarlarındaki paylarına bakıldığında, lastik yenileme pazarındaki payının ... oranında olduğu görülmektedir. Premio Sistemi'ne dâhil bayilerin bu pazardaki payı ... olarak ortaya çıkmaktadır. Otomobillerin satış sonrası bakım ve onarım hizmetleri pazarına bakıldığında, pazar gücünün ağırlıklı olarak yetkili servisler ve bağımsız servisler tarafından paylaşıldığı görülmektedir. Otomobil yedek parça pazarında ise parça satışları daha çok otomotiv üreticilerinin/sağlayıcılarının yetkili servisleri veya yetkili dağıtıcılar tarafından gerçekleştirilmektedir. Premio Sistemi'ne dâhil bayilerin lastik dışı ürünleri performans beklentilerini gerçekleştirecek oranda satamadıkları ve bu ürünlere ilişkin bakım onarım hizmeti vermedikleri göz önüne alınarak bu pazarlarda anlamlı bir pazar payına ulaşamadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla Goodyear'ın bu pazarlar bakımından ihmal edilebilir bir pazar payına sahip olduğu anlaşılmıştır.

İlgili pazarda yaşanan değişikliklerden bir diğeri esasen Premio Sistemi'nin de dâhil olduğu quick-fit olarak tabir edilen hızlı bakım onarım ağlarında faaliyet gösteren teşebbüslerin sayısındaki artıştır. Söz konusu değişim bu alanda faaliyet gösteren teşebbüslerin sayısının gösterildiği aşağıdaki tablolardan daha iyi anlaşılmaktadır:

220 Tablo-3: Hızlı Bakım Onarım Hizmeti Veren Ağlarda Faaliyet Gösteren Bayi Sayıları

<i>Marka</i>	<i>Bayi Sayısı (2007)</i>	<i>Bayi Sayısı (2010)</i>
Premio
Speedy
ACL (Ford)
Oto Pratik (Brisa)
Oto Fix (VW)
TOPLAM

Buna ek olarak, lastik sektöründe faaliyet gösteren Abdülkadir ÖZCAN adlı şahsın "Çarçabuk" isimli hızlı servis konsepti ile giriş yaptığı, lastik sektöründe faaliyet gösteren "Tatko" grubu'na ait "Lastik Park" konseptinin sisteme dâhil olduğu bildirilmiştir⁶. Dolayısıyla hızlı servis konseptlerinin önemli bir gelişim gösterdiği söylenebilir. Bununla birlikte satış sonrası hizmetler alanında faaliyet gösteren yetkili ve bağımsız servislerin sayıca çokluğu dikkate alındığında halen pazarın ufak bir kısmını teşkil ettikleri anlaşılmıştır.

H.3.3. Menfi Tespit Değerlendirmesi

230 4054 sayılı Kanun'un 8. maddesinde; ilgili teşebbüs veya teşebbüs birliklerinin başvurusu üzerine Kurul'un, elinde bulunan bilgiler çerçevesinde bir anlaşmanın,

⁶ Bununla birlikte bu sistem daha çok lastik satışına yönelik olup servis odaklı bir sistem değildir.

11-22/392-125

kararın, eylemin veya birleşme ve devralmanın Kanun'un 4., 6. ve 7. maddelerine aykırı olmadığını gösteren bir menfi tespit belgesi verebileceği hükmü yer almaktadır. Bildirim konusu işlem kapsamında "Premio Franchise Sözleşmesi"nin "Premio Ürün Çeşidi ve Mal Alımı" başlıklı 9. maddesi çerçevesinde alıcıya rekabet yasakları getirildiği, "Ürün Tavsiye Anlaşması" çerçevesinde Goodyear'ın üretiminde ve dağıtımında rol almadığı ürünlerin satın alınmasına ilişkin bir ortak satın alma sistemi kurulduğu ve satın alma zorunluluğu getirildiği görülmüştür. Bu nedenle, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında rekabet kısıtlamaları içeren sözleşmelere Kanun'un 8. maddesi uyarınca menfi tespit belgesi verilmesi mümkün değildir.

240 H.3.4. 2005/4 Sayılı Grup Muafiyeti Tebliği Kapsamında Yapılan İnceleme

1.1.2006 itibariyle yürürlüğe giren 2005/4 sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin Kapsam başlıklı 2. maddesinde *"Yeni motorlu taşıtların, bunların yedek parçalarının tamir ve bakım hizmetlerinin alımı, satımı veya yeniden satımı konulu dikey anlaşmalar, dikey sınırlamalar içermeleri halinde bu Tebliğ'de düzenlenen koşullara uymak kaydıyla, Kanun'un 4 üncü maddesindeki yasaklamadan Kanun'un 5 inci maddesinin üçüncü fıkrasına dayanılarak grup olarak muaf tutulmuştur."* hükmü yer almaktadır.

250 Premio Franchise Sistemi'nin, yatay bir rekabet kısıtlaması niteliğindeki lastik ürün grubu dışındaki ürün grupları bakımından satın alma zorunluluğu içeren "Ürün Tavsiye Anlaşması" unsuru 2005/4 sayılı Tebliğ ile getirilen muafiyetten yararlanabilecek nitelikte değildir. Bununla birlikte, inceleme konusu sistemin dikey unsuru niteliğindeki lastik grubu ürünlerinin sağlanması ve dağıtımı bakımından, başvuru konusu sistem 2005/4 sayılı Tebliğ kapsamında değerlendirilmiştir.

260 2005/4 sayılı Tebliğ'in 4. maddesi grup muafiyetinin uygulanması için anlaşmaların uyması gereken genel koşulları belirlemektedir. Bu çerçevede, ilk olarak muafiyetin uygulanmasını belirli pazar payı eşiklerine bağlayan hükümler yer almaktadır. Tebliğ'de muafiyet hükümlerinin motorlu taşıt veya yedek parça ya da bakım ve onarım hizmeti pazarına yönelik olarak sağlayıcının payının %30'u geçmemesi durumunda uygulanacağı belirtilmektedir. Goodyear'ın ilgili ürün pazarlarındaki paylarına bakıldığında, lastik yenileme pazarındaki payının ... oranında olduğu görülmektedir. Otomobillerin satış sonrası bakım ve onarım hizmetleri ve otomobil yedek parça pazarında ise Goodyear'ın anlamlı bir pazar payına ulaşamadığı ve bu pazarlar bakımından ihmal edilebilir bir pazar payına sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bu çerçevede pazar payı eşığının sağlandığı tespit edilmiştir.

Tebliğ'in 4. maddesinde düzenlenen muafiyetin genel şartları ile ilgili diğer hükümler açısından bakıldığında, bildirim konu sözleşmenin; dağıtıcı veya yetkili servisin anlaşmadan doğan hak ve yükümlülüklerini devir hakkı, fesih ihbarının detaylı, objektif gerekçeleri biçimde yazılı olarak yapılması ve uyuşmazlıkların çözümü için hakeme gitme koşullarını karşıladığı anlaşılmıştır.

270 Tebliğ'in 5. maddesi ile anlaşmaları grup muafiyeti dışına çıkaran sınırlamalara yer verilmiş ve dağıtıcı veya yetkili servisin kendi satış fiyatını belirleyebilme serbestisinin kısıtlanması, Tebliğ'le sayılan haller dışında dağıtıcı veya yetkili satıcının anlaşma konusu mal veya hizmetleri satacağı bölge ya da müşterilere ilişkin kısıtlamalar getirilmesi, dağıtıcının, bakım onarım hizmetlerine ilişkin yükümlülüklerini, imzalayacağı alt anlaşmalarla yetkili servislere devretme hakkının kısıtlanması gibi kısıtlamalar ağır kısıtlamalar arasında sayılmıştır. Bildirim konu anlaşmanın incelenmesi sonucunda söz

11-22/392-125

konusu anlaşmada Tebliğ'in 5. maddesinde yer verilen ve anlaşmanın tümünün grup muafiyetinden yararlanmasını engelleyecek hükümlerin bulunmadığı saptanmıştır.

280 Son olarak, Premio Franchise Sözleşmesi'nin "Premio Ürün Çeşidi ve Mal Alımı" başlıklı 9. maddesinde yer alan alım yükümlülüklerine ilişkin olarak getirilen hükmün de Tebliğ'le öngörülen rekabet etmeme yükümlülüğüne ilişkin hükümler karşısındaki durumunun değerlendirilmesi gerekmektedir. Hemen belirtilmelidir ki söz konusu maddede yer alan düzenleme Tebliğ anlamında rekabet etmeme yükümlülüğü olarak kabul edilmelidir. Zira Tebliğ'in rekabet etmeme yükümlülüğü başlıklı maddesine göre, "rekabet etmeme yükümlülüğü, alıcının anlaşma konusu mal veya hizmetlerle rekabet eden malları veya hizmetleri üretmesini, satın almasını, satmasını veya yeniden satmasını engelleyen doğrudan ya da dolaylı her türlü yükümlülüktür". Tebliğ'in "Özel hükümler" başlıklı 6. maddesi ile her türlü doğrudan veya dolaylı rekabet etmeme yükümlülüğüne muafiyet uygulanmayacağı düzenlenmiştir. Rekabet etmeme yükümlülüğü, 2005/4 sayılı Tebliğ'in 290 "Özel Hükümler" başlıklı 6. maddesinde yer almaktadır. Bilindiği üzere söz konusu maddede düzenlenen hususlar, anlaşmayı grup muafiyetinden çıkarmamakta, sadece ilgili hükmün grup muafiyetinden yararlanmasını engellemektedir. Bu nedenle yukarıda yer verilen bilgiler ışığında, bildirim konu Premio Franchise Sözleşmesi'nin rekabet etmeme yükümlülüğüne ilişkin düzenlemesi hariç olmak üzere 2005/4 sayılı Tebliğ ile tanınan grup muafiyetinden yararlandığı, ancak rekabet etmeme yükümlülüğüne ilişkin düzenlemenin bu haliyle grup muafiyetinden yararlanamayacağı anlaşılmıştır. Bu nedenle, söz konusu yükümlülüğün tek başına bireysel muafiyet koşullarını karşılayıp karşılamadığı incelenmiştir.

H.3.5. Bireysel Muafiyet Değerlendirmesi

300 Premio Franchise Sözleşmesi'nin "Premio Ürün Çeşidi ve Mal Alımı" başlıklı 9. maddesi çerçevesinde alıcıya rekabet yasakları getirildiği, Goodyear'ın üretiminde ve dağıtımında rol almadığı ürünlerin satın alınmasına ilişkin bir ortak satın alma sistemi kurulduğu ve satın alma zorunluluğu getirildiği görülmektedir. Premio Franchise Sözleşmesi'nin "Premio Ürün Çeşidi ve Mal Alımı" başlıklı 9. maddesi ve Sözleşme'nin 1 No'lu eki ile getirilen ve 2005/4 sayılı Tebliğ ile sağlanan muafiyetten yararlanamayacağı tespit edilen rekabet etmeme yükümlülüğü ile satın alma zorunluluğu içeren "Ürün Tavsiye Anlaşması" bireysel muafiyet hükümleri çerçevesinde değerlendirilmiştir. Esasen, herhangi bir rekabet kısıtlamasına bireysel muafiyet tanınması için iki olumlu iki olumsuz koşulun birlikte sağlanması gerekmektedir. Bu hallerden birinin dahi karşılanmaması halinde, bireysel muafiyet tanınması mümkün olmayacaktır. 310

a) Malların üretim veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmelerin sağlanması

Bu hüküm çerçevesinde hangi hallerin ekonomik yarar sağladığının somut olayın özelliklerine göre değerlendirilmesi gerekmektedir. Bununla birlikte, üretim ve dağıtım maliyetlerinin düşürülmesi, kalitenin artırılması, malın arzında devamlılığın sağlanması, yeni piyasalara girişin kolaylaştırılması ve yeni ürünlerin ya da üretim tekniklerinin bulunması ekonomik yararın sağlandığı hususlar arasında görülmektedir.

Başvuru konusu işlem bakımından söz konusu koşul incelendiğinde, satış sonrası hizmetler ve yedek parça pazarları bakımından gelişmelerin ortaya çıkabileceği değerlendirilmiştir. Satış sonrası hizmetlerde rekabetin tesis edilmesinin bir yolu da, bağımsız teşebbüslerin sisteme dâhil edilmesidir. Bağımsız teşebbüsler ise bağımsız tamirciler ve hızlı-tamir zincirlerinden (*fast-fit chains*) oluşmaktadır. Bağımsız tamirciler, 320

11-22/392-125

belli bir marka konusunda uzmanlaşan ve teknik donanım bakımından yeterli teşebbüsler olabildiği gibi, birçok markaya birden hizmet veren teşebbüsleri de içermektedir. Mevzuata sahip AB'de 1980'li yılların ortalarından itibaren, bağımsız tamircilerin bir kısmının özellikle kâr marjı yüksek olan rutin bakım hizmetlerini içeren hızlı-tamir işine yönelmesiyle, hızlı-tamir zincirleri, satış sonrası hizmetler piyasasının önemli bir unsuru olarak ortaya çıkmıştır. Birden çok markaya hizmet veren; ancak güçlü marka imajlarına sahip olan hızlı-tamir zincirlerinin özelliği, sınırlı ve rutin bakım işlerini hızlı ve ucuz fiyatlarla vermeleridir. Motorlu taşıtların garanti sürelerinin sona ermesinden sonraki dönemde, yetkili servislerle, bağımsız tamirciler ve son yıllarda yaygınlaşmaya başlayan "hızlı-tamir" zincirleri rekabet etmektedir. AB Komisyonu, satış sonrası hizmetler konusunda etkin rekabetin ancak bağımsız teşebbüslerin de rekabete dâhil olduğu bu dönemde ortaya çıktığını düşünmektedir. Komisyon'a göre bağımsız tamirciler ve hızlı-tamir zincirlerinin son yıllarda gösterdiği başarı, bunların bakım-onarım hizmetleri konusunda üreticilerin yetkili ağlarına ciddi birer alternatif olabileceğini ve müşteri beklentilerini yeterli düzeyde karşılayabildiğini göstermiştir. Yetkili servisler tarafından verilen satış sonrası hizmetlerin fiyatları ise, çoğu hizmeti yetkili servislere eş kalite düzeyinde verebilen bağımsız tamircilere kıyasla daha yüksek düzeydedir. Bu nedenle Komisyon, bakım-onarım hizmetleri pazarında rekabetin korunması bakımından, yeterli sayıda etkin çalışan bağımsız tamirci ve hızlı-tamir zincirinin bulunmasını önemli görmektedir. 2005/4 sayılı Tebliğ'e mevzuatı teşkil eden 1400/2002 sayılı Tüzük, satış sonrası hizmetler alanında rekabetin artırılması amacıyla yönelik olarak, bağımsız tamircilerin rekabet edebilmesini daha da kolaylaştırıcı düzenlemeler getirmiştir. Paralel şekilde, 2005/4 sayılı Tebliğ de bağımsız tamircilerin bilgi ve teknolojiye ulaşmalarını kolaylaştırarak hizmet kalitelerini yetkili servisler ile eşdeğer düzeye çıkarmalarını amaçlamaktadır. Hızlı tamir zincirlerinin kurulması ve yaygınlaşması, satış sonrası otomobil bakım ve onarım hizmetleri pazarı ile yedek parça satış pazarlarındaki rekabet düzeyini artırarak, sektörde genel bir iyileşme sağlama potansiyeline sahiptir. Her ne kadar sistemin ilk dönemlerinde Goodyear açısından beklenen faydaların ortaya çıkmadığı anlaşılabilirse de, söz konusu zincirlerin sayısındaki artış bu yönde bir talebin varlığını ortaya koymaktadır. Bu çerçevede sistemin devamlılığının pazardaki rekabetin artmasında ve gelişmesinde önemli bir role sahip olacağı anlaşılmıştır.

b) Tüketicinin bundan yarar sağlaması

Muafiyetin ikinci şartı; anlaşmanın tüketicilere ortaya çıkan objektif faydadan adil bir pay alma imkânı tanınması gereğidir. Kanun'un 4. maddesi anlamında rekabeti sınırlayıcı etkileri olan bir anlaşmanın muafiyet alabilmesi için, yukarıda değinilen malların dağıtımı veya hizmetlerin sunulmasından elde edilen iyileşmenin tüketiciye yansıtılması ve ortaya çıkan ekonomik fayda ile tüketicinin elde edeceği menfaat arasında makul bir denge olması gerekmektedir. Bu çerçevede; fiyatlar seviyesindeki düşüş, satış sonrası etkin hizmetler, ürün çeşitliliğinin artması, tüketicinin ürüne daha kolay ulaşabilmesi, malın arzında devamlılığın sağlanması gibi koşullar tüketicinin elde edeceği menfaat kapsamında değerlendirilebilmektedir.

Bildirim konusu işlem sonucunda pazarda oluşturulacak alternatif bir dağıtım kanalı, tüketicinin nitelikli hizmet alma ve hizmet sunucuları arasında seçim yapma imkânını artıracak, alınacak hizmetin niteliğini artırırken fiyatların düşmesini sağlayacak niteliktedir. Bu kapsamda tüketicilerin satış sonrası hizmetlerde artan rekabetten ve bu rekabetin sonuçlarından faydalanacağı anlaşılmıştır.

11-22/392-125

370 c) İlgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması

Muafiyetin üçüncü şartı, anlaşmanın veya kararın teşebbüslere ilgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabeti ortadan kaldırma imkânı tanımaması, bir başka deyişle sağlanan ekonomik gelişme veya fayda ile tüketicinin bundan yarar sağlamanın rekabetin ortadan kaldırılması sonucunda elde ediliyor olmamasıdır. Bu şartın amacı, rekabetin kısmen sınırlandırılmasına izin verilen piyasalardaki reel ve potansiyel rekabetin devamının teminidir.

380 İnceleme konusu başvurunun ilgili ürün pazarlarındaki yapı ve rekabet durumu dikkate alındığında Premio Franchise Sistemi'nin bu pazarlarda rekabeti ortadan kaldırmasının muhtemel olmadığı görülmektedir. Nitekim sözleşme konusu mal ve hizmetlerin tamamı bakımından alternatif temin kaynakları ve dağıtım kanalları mevcuttur. İnceleme konusu dağıtım sistemi, yerleşik kanallara bir alternatif olarak ortaya çıkma iddiasındadır. Bu nedenle anılan sistem rekabetin ortadan kaldırılmasından ziyade yeni bir alternatif oluşturmak suretiyle rekabetin artmasını sağlayabilecek niteliktedir. Premio Sistemi'ne dâhil bayilerin lastik yenileme pazarındaki payının ... olduğu görülmektedir. Otomobillerin satış sonrası bakım ve onarım hizmetleri ile otomobil yedek parça pazarında ise Premio Sistemi'ne dâhil bayilerin lastik dışı ürünleri performans beklentilerini gerçekleştirecek oranda satamadıkları ve bu ürünlere ilişkin bakım onarım hizmeti veremedikleri görülmektedir.

390 Sonuç olarak bildirim konu işlem sonucunda ilgili pazarın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmayacağı ve muafiyetin bu koşulunun sağlandığı değerlendirilmesine ulaşılmıştır.

d) Rekabetin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlandırılmaması

Kanun'un 5. maddesinde öngörülen bu son koşul gereği, tüketicilere yansıtılan ekonomik gelişme ve iyileştirmenin elde edilmesinde rekabeti daha az sınırlayan bir yöntem mevcut ise anlaşmaya muafiyet tanınamayacaktır. Bu koşula aykırılık, ya izlenen amacın elde edilmesi için rekabetin gereğinden fazla sınırlandırılması ya da rekabetin sınırlandırılması gereğinin dahi bulunmaması halinde olabilir.

400 25.7.2007 tarih ve 07-61/716-248 sayılı Muafiyet Kararı'nda, özellikle kuruluş aşamasında sistem içi tek tipliğin, sisteme tüketici gözündeki tutarlı ve güvenilir bir imaj kazandırılmasına katkı sağlayabileceği değerlendirilmiştir. Diğer yandan kuruluş ve yerleşme aşamasında tüketici gözünde tutarlı ve güvenilir bir imaj oluşturarak rekabet edebilir bir pazar konumu elde etme amacına yönelik olarak, birtakım rekabet kısıtlamalarının hoş görülebilir olduğu, ancak amaç hâsıl olduktan sonra söz konusu rekabet kısıtlamalarının 4054 sayılı Kanun'un 5(d) maddesi bakımından rekabetin zorunlu olandan fazla kısıtlanması niteliği kazanacakları da dikkate alınmıştır. Ayrıca, kurulacak fon yaratma sisteminin asıl itibarıyla sistem ortaklarının rekabet özgürlüklerinden toplu halde vazgeçilmesi karşılığında elde edilecek primlere dayandığı, bu sisteme verilen muafiyetin altında yaratılacak fonun sistemin kurulması ve yerleştirilmesinde kullanılacağı kabulünün yattığına dikkat çekilmiştir. Buna karşılık 410 yaratılacak fonların, sistem işleticisinin karlılığının bir unsuru haline dönüşmesinin, muafiyet tanınan rekabet kısıtlamalarının amacının aşılması niteliğini taşıyacağı karara bağlanmıştır. Son olarak, franchise sistemi aracılığı ile dağıtılacak mallardan birinin (lastiğin), hâlihazırda başka bir dağıtım kanalı aracılığı ile dağıtıldığı ve bu dağıtım kanalı bakımından 2005/4 sayılı Tebliğ'in yasaklarına tabi olduğu dikkate alınmıştır.

11-22/392-125

420 Başka bir deyişle, Goodyear'ın hâlihazırda kullanmakta olduğu bayilik sisteminde rekabet yasağı getiremediği, ancak % 30 oranında satın alma şartı öngörebildiği ve başvuru konusu franchise sisteminin, lastik dağıtım kanalı üyelerinin devşirilmesi ile kurulması nedeniyle franchise sistemine tanınacak muafiyetin denetlenmesine karar verilmiş ve muafiyet üç yıllık bir süre için tanınmıştır.

430 Anılan Kurul Kararı'nda yer verilen çekincelerin uygulamaya nasıl yansdığına bakıldığında, hâlihazırda Goodyear tarafından beklenen faydanın ortaya çıkmadığı, bu kapsamda sistem içi tek tipliğe yönelik hükümlerin sistemin devamlılığı için önemli olduğu görülmektedir. Bundan başka Ürün Tavsiye Anlaşması'nın BP dışında bir firma ile akdedilemediği ve dolayısıyla bu kapsamda bir fonun yaratılmadığı, dolayısıyla bu anlamda da karlılığa dönüşecek bir unsurun ortaya çıkmadığı anlaşılmıştır. Son olarak Goodyear'ın ... adet "genel lastik bayisi"nin bulunduğu, Muafiyet Kararı'nın alınmasından günümüze kadar geçen süreçte Premio sistemi kapsamındaki bayiliğe geçiş yapan bayi sayısının ise ... olduğu belirtilmiştir. Kararın alındığı tarihten itibaren geçen süre ve Goodyear'ın genel bayi sayısı dikkate alındığında, geçiş yapan bayi sayısının oldukça düşük olduğu dolayısıyla bu kanalın rekabet etmeme yükümlülüğünü dolaşmanın bir aracı olarak algılanamayacağı değerlendirilmiştir. Bununla birlikte Muafiyet Kararı'nda yer verilen çekinceler göz önünde bulundurularak ve sistemin henüz tam olarak uygulanmadığı dikkate alınarak söz konusu anlaşmalara -anlaşma sürelerine de paralel olacak şekilde- beş yıl süre ile muafiyet tanınmasının uygun olacağı sonucuna ulaşılmıştır.

I. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre,

440 1- "Premio Franchise Sözleşmesi"ne lastik ürün grubuna ilişkin olarak içerdiği rekabet yasağı nedeni ile "Ürün Tavsiye Anlaşması"na ise lastik dışı ürün gruplarında satın alma zorunluluğu içermesi nedeniyle 4054 sayılı Kanun'un 8. maddesi çerçevesinde menfi tespit belgesi verilemeyeceğine,

2- Lastik ürün grubuna ilişkin olarak öngörülen rekabet yasağının 2005/4 sayılı "Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği"nin 6. maddesi kapsamında yer alması nedeniyle bu Tebliğ ile sağlanan muafiyetten yararlanamayacağına,

3- Lastik dışı ürün gruplarında tesis edilen satın alma zorunluluğu içeren ortak satın alma sisteminin yatay rekabet kısıtlaması niteliği taşıması nedeniyle 2005/4 sayılı Tebliğ kapsamında yer almadığına,

450 4- Kurulması tasarlanan sistemin 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde öngörülen şartları sağladığı tespit edildiğinden söz konusu anlaşmalara 5 yıl süre süre ile bireysel muafiyet tanınmasına

OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.