

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

**REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2006-3-23 (Önaraştırma)  
Karar Sayısı : 06-59/773-226  
Karar Tarihi : 24.8.2006

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER:**

Başkan : Mustafa PARLAK  
Üyeler : Tuncay SONGÖR, Prof Dr. Nurettin KALDIRIMCI, M. Sıraç ASLAN, Süreyya ÇAKIN, Mehmet Akif ERSİN

**B. RAPORTÖRLER :** Meltem BAĞIŞ AKKAYA, Bedia Sanem ŞİMŞEK

**C. ŞİKAYET EDEN:** Re'sen

**D. HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA YAPILAN :**

Kütaş Teekanne Gıda Sanayi A.Ş.  
Kırovası Mevkii 78/2 Kemalpaşa İzmir

Bayiler

**E. DOSYA KONUSU:** Kütaş Teekanne Gıda Sanayi A.Ş. (Kütaş Teekanne) ile bayileri arasında imzalanan bayilik sözleşmelerinde yer alan asgari yeniden satış fiyatı tespitine yönelik hükümlerin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'u ihlal edip etmediğinin incelenmesi.

**F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Kütaş Teekanne'ye ait Botany markasının Doğadan Gıda Ürünleri Sanayi ve Pazarlama A.Ş. (Doğadan Gıda) tarafından devralınması işlemine ilişkin inceleme sırasında, Kütaş Teekanne'nin bayileri ile imzaladığı sözleşmeler de incelenmiş ve bu sözleşmelerde asgari yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik hükümler tespit edilmiştir. Söz konusu bayilik sözleşmelerinin 4054 sayılı Kanun'u ihlal edip etmediğini ve Kütaş Teekanne'nin anılan devralmaya konu olmayan Sir Winston Tea markalı üründeki uygulamalarını tespit etmek amacıyla re'sen önaraştırma yürütülmesine karar verilmiştir.

**G. DOSYA EVRELERİ:** Kurumumuz kayıtlarına 27.2.2006 tarih ve 1178 sayı ile intikal eden ve Doğadan Gıda tarafından yapılan bildirimde, Doğadan Gıda'nın Kütaş Teekanne'ye ait olan markaları, logoları, ürünlere ilişkin hammadde formülasyonlarını içeren spesifikasyonları, tedarikçi bilgilerini, alım fiyatları ve vade koşullarını ve www.botanytea.com.tr web sitesine ilişkin tüm haklarını satın alması işlemine izin verilmesi talep edilmiştir. Anılan devralma işlemine Rekabet Kurulu'nun 30.3.2006 tarih, 06-21/282-68 sayılı Kararı ile izin verilmiştir.

Devralma işleminin incelenmesi sırasında, işlemi kuran sözleşmenin ekinde yer alan Kütaş Teekanne'ye ait "Bayilik Sözleşmesi" de değerlendirilmiş ve konuya ilişkin olarak hazırlanan 24.3.2006 tarih, 2006-3-23/İİ-06-MBA sayılı İlk İnceleme Raporunun Kurul'da görüşülmesinin ardından alınan 30.3.2006 tarih, 06-21 sayılı karar ile devir işlemine izin verilmesinin yanında, Doğadan Gıda'nın devralma sonrasında bayilik sözleşmelerini devam ettirmesi durumunda yeniden satış fiyatının tespitine yönelik hükümlerin çıkarılması gerektiğine; bu değişikliğin yapılması için teşebbüse 60 gün süre verilmesine; Kütaş Teekanne'nin bayileri ile imzaladığı sözleşmeler yoluyla 4054 sayılı Kanun'u ihlal edip etmediğinin; soruşturma açılmasına gerek olup olmadığının tespit edilmesi amacıyla da Kanun'un 40/1. maddesi uyarınca önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. Doğadan Gıda'nın, Kütaş Teekanne'ye ait bayilik sözleşmelerini devralmadığını ve devir öncesinde olduğu gibi işleminden sonra da kendi bayilik ağını ve sözleşmelerini kullanacağını bildiren yazısı, 31.5.2006 tarih ve 3429 sayı ile Kurumumuza intikal etmiştir.

Söz konusu karar uyarınca düzenlenen 21.8.2006 tarih, 2006-3-23/ÖA-06-MBA sayılı Önaraştırma Raporu, 21.8.2006 tarih ve REK.0.07.00.00-110/241 sayılı Başkanlık önergesi ile 06-59 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

**H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞLERİ:** İlgili raporda; Kütaş Teekanne ile bayileri arasında imzalanan bayilik sözleşmelerinin, 17. maddesinde yer alan hüküm nedeniyle 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin sağladığı muafiyetten yararlanamayacağı; ancak Kütaş Teekanne'nin sözleşmelerde yer alan ve yeniden satış fiyatı tespiti anlamına gelebilecek hükmü hayata geçirmemiş olması ve faaliyetlerini 2006 yılı itibarıyla durdurmuş olması nedeniyle, ilgili teşebbüs hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığı sonuç ve kanaatine ulaşıldığı ifade edilmiştir.

## **I.İNCELEME VE DEĞERLENDİRME**

### **I.1. İlgili Pazar**

#### **I.1.1. İlgili Ürün Pazarı**

Kütaş Teekanne'nin malvarlığının Doğadan Gıda tarafından devralınması işlemine izin veren 30.3.2006 tarih, 06-21/282-68 sayılı Kararda da değinildiği üzere, inceleme konusu bakımından siyah çay ile meyve ve bitki çayları arasında bir ayrıma gidilmelidir. Söz konusu ayırım, iki temel unsura işaret etmektedir. İlk olarak, kullanım amaçları açısından karşılaştırıldığında siyah çayla meyve ve bitki çayları arasında tüketici tercihleri ve tüketim alışkanlıkları bakımından önemli bir farklılık mevcuttur. Çay pazarı bir bütün olarak ele alındığında, toplam satışlar içerisinde %99 gibi bir paya sahip siyah çayın geleneksel bir içecek olmasına karşılık, son yıllarda yaygınlaşan meyve ve bitki çayları açısından tüketimi etkileyen temel unsur "sağlıklı çay içmek" arzusu olarak ortaya çıkmaktadır. Diğer bir deyişle, meyve ve bitki çaylarında geleneksel çaydan farklı

olarak sağlığa yararlı olduğu dűşüncesi tüketim alışkanlıklarını şekillendirmektedir. Bu nedenle, meyve ve bitki çaylarının tüketici kitlesini, siyah çayın herkes tarafından tüketilen yapısından farklı olarak, temelde genç ve şehirli tüketiciler oluşturmaktadır.

İkinci olarak, siyah çay ile meyve ve bitki çayları arasında fiyat yönünden de farklılık olduğu ve siyah çayın meyve ve bitki çaylarına göre çok daha düşük fiyatlarla satıldığı görülmektedir. Bu iki unsur göz önünde bulundurulduğunda, meyve ve bitki çaylarının tüketiciler tarafından siyah çaydan farklı algılandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Meyve ve bitki çaylarına yönelik olarak, bu ürünlerin kendi aralarında ve her bir ürün grubunun da çeşitlerine göre alt gruplarına ayrılmasının inceleme açısından anlam taşımadığı vurgulanmalıdır. Ürünler arasındaki geçişleri artıran hususlar, söz konusu ürün gruplarının fiyatlarının yakınlığı, karışım olarak hazırlanan ürünlerin yaygınlığı ve bu ürünlerde birçok bitki ve/veya meyve çeşidinin aynı anda birlikte kullanımı, üretim aşamalarının benzerliği ve bunlara bağlı olarak sektördeki firmaların ürünlerin çoğunluğunu portföylerinde buldurmalarıdır. Buna karşılık, meyve ve bitki çayları için yapılması gereken ayırım, genellikle aktarlar aracılığıyla açık olarak satışı yapılan markasız ürünlerle paketlenmiş markalı ürünler arasındadır. Dağıtım kanalı açısından söz konusu olan bu farklılığın yanı sıra açıkta satılan çaylar fiyat olarak da paketlenmiş çaylardan daha düşük bir fiyatla pazara sunulmakta, bu açıdan farklı gelir düzeyine sahip tüketicilere ulaşabilmektedir.

Yukarıda yer verilen açıklamalar çerçevesinde dosya konusu inceleme bakımından ilgili ürün pazarı, ayrı ayrı olmak üzere “siyah çay pazarı” ve “paketlenmiş bitki ve meyve çayları pazarı” şeklinde belirlenmiştir.

### **I.1.2. İlgili Coğrafi Pazar**

İlgili ürün pazarları olarak belirlenen siyah çay ile paketlenmiş meyve ve bitki çaylarının tüm Türkiye’de dağıtımının yapıldığı ve ülke genelinde rekabet koşullarında bölgeler bazında belirgin farklılıklar olmadığı göz önüne alınarak ilgili coğrafi pazar “Türkiye Cumhuriyeti sınırları” olarak belirlenmiştir.

## **I.2. Taraflar**

### **I.2.1. Kütaş Teekanne Gıda Sanayi A.Ş. (Kütaş Teekanne)**

2000 yılında Kütaş Tarım Ürünleri Dış Ticaret ve Sanayi A.Ş. ile bir Alman şirketi olan Teekanne’nin ortaklığında kurulan Kütaş Teekanne, İzmir Kemalpaşa’daki üretim tesislerinde faaliyet gösteren ve bünyesinde 5’i yabancı ortaklı, 9 şirket bulduran Kütaş Şirketler Topluluğuna bağlı bir teşebbüstür. Topluluk, 1980 yılında, Anadolu kaynaklı bitki ve baharatı ihraç ederek piyasaya girmiş; 1992’de McCormick ile ortaklık imzalamış; 2000 yılında da Teekanne ile ortaklık

## 06-59/773-226

kurmuştur. Küttaş şirketler topluluğunda Küttaş Agro, Küttaş Tarım, SVT Gıda, Küttaş Baharat, Mc Cormick Küttaş, Küttaş Teekanne, IPAY, Safe Spice ve Universal Spice bulunmaktadır. Botany markasına ilişkin faaliyetlerin Doğadan Gıda tarafından devralınmasının ardından, Sir Winston Tea markası Küttaş Teekanne’de kalmış, ancak inceleme sürecinde edinilen bilgilere göre, bu markaya ilişkin faaliyetler de Haziran 2006’da durdurulmuştur. Küttaş Teekanne’nin ortaklık yapısı Tablo-1’de sunulmaktadır:

Tablo-1: Küttaş Teekanne’nin Ortaklık Yapısı

Pay Sahibi	Pay Oranı (%)
İlhan Feyzi GÜREL	(.....)
Kazım İlater GÜREL	(.....)
Teekanne GmbH & Co. KG	(.....)
Küttaş Tarım Ürünleri Dış Tic. ve San. A.Ş.	(.....)
Mehmet GÜREL KAPANİ	(.....)

Küttaş Teekanne’nin Yönetim Kurulu üyeleri ise; İlhan Feyzi GÜREL (Başkan), Rainer VERSTYNNEN (2. Başkan), Kazım İlater GÜREL, Mehmet Gürel KAPANİ’den oluşmaktadır.

### I.2.2. Bayiler

İncelemeye konu bayilik sözleşmeleri, Küttaş Teekanne ile dağıtımı üstlenen teşebbüsler arasında imzalanmaktadır. Genel olarak zincir marketler dışındaki perakende yahut yerinde tüketim satış noktalarına dağıtımı gerçekleştiren söz konusu bayilere ilişkin olarak, Küttaş Teekanne’den temin edilen bayilik listesine göre, teşebbüsün Botany markasının Doğadan’a devri öncesinde sözleşme imzaladığı bayiler aşağıda yer almaktadır:

Tablo-2: Küttaş Teekanne Bayileri

Bayi	Bölge
Evim Gıda Kozm. Temz. Ürn. Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti.	İstanbul
Norm Gıda Tekst. İnş. Taah. San. ve Tic. A.Ş.	İstanbul
Muhammet Çavuşoğlu Gıda Paz. İnş. San. Tic. Ltd. Şti.	Bursa
Parantez Lojistik Gıda ve Paz. San. Tic. Ltd. Şti.	Edirne
Depar Gıda Paz. Turizm Tic. ve San. Ltd. Şti.	Antalya
Duru Toplu Tüketim Ürn. Satış Dağ. ve Org. A.Ş.	Antalya
Levent Gıda Ürn. Day. Tük. Mlz. Paz. Dan. Hiz. Tic. San. Ltd. Şti.	Antalya
Yavuz Gıda A.Ş.	Antalya
Yavuzlar Gıda İhtiyaç Mad. Pz. Tic. ve San. Ltd. Şti.	Antalya
Pınarım Day. Tük. Mal. Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti.	Denizli
Yavuzlar Gıda Paz. Tic. ve San. Ltd. Şti.	Van
Ege Duru Pazarlama A.Ş.	İzmir
İrem Gıda Tem. Ürün Tekstil Tur. Tic. San. Ltd. Şti.	Kayseri
Teksen Ticaret	Ankara
Tuzcular Gıda ve İht. Mad. San. ve Tic. A.Ş.	Eskişehir

### I.3. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

#### I.3.1. Tespitler

İncelemenin temel konusu, Kütaş Teekanne ile bayileri arasında imzalanan sözleşmelerde yer alan ve yeniden satış fiyatının tespiti anlamına gelen hükümdür. Sözleşmelerin 17. maddesinde yer alan “*Bayi bölgesindeki potansiyel gördüğü noktalara maksimum %(...) iskonto uygulayabilir. Piyasaya uygulanan iskontoların tamamı bayi tarafından karşılanacaktır.*” şeklinde düzenlenmiş olan bu maddenin kapsamı ve uygulanıp uygulanmadığına ilişkin verilere ulaşmak amacıyla Raportörlerce Kütaş Teekanne’nin yanı sıra yukarıda sıralanan 10 bayide yerinde incelemelerde bulunulmuş, feshedilmiş olduğu tespit edilen Yavuzlar Gıda İhtiyaç Mad. Pz. Tic. ve San. Ltd. Şti. ile sadece Türk Silahlı Kuvvetlerine ihale yoluyla satış yapan Levent Gıda Ür. Day. Tük. Mlz. Paz. Dan. Hiz. Tic. San. Ltd. Şti. dışındaki bayilerin üreticiden alışlarına ve perakende yahut yerinde tüketim noktalarına satışlarına ilişkin faturalar temin edilmiştir.

Raportörlerce Kütaş Teekanne bünyesinde yapılan incelemede, Botany markasının Doğadan Gıda’ya satılmasının ardından Kütaş Teekanne’de kalan Sir Winston Tea markasına ilişkin faaliyetlerin de pazarın koşulları ile hissedarlar arasındaki ilişkilerin sonucu olarak Haziran 2006 itibarıyla tamamen durdurulduğu anlaşılmıştır. Şirket yetkilileri, Kütaş Teekanne’nin çay pazarında dağıtımını durdurduğunu ve daha önce çalışılmış olan bayilerle ilişkilerin kesilmiş olduğunu beyan etmişlerdir. Aynı görüşmede, bayilik sözleşmelerinin 17. maddesinde yer alan ve bayilere %(...)’lik iskonto sınırlaması getiren hükme ilişkin olarak, bayilere yönelik bu yönde herhangi bir zorlama ya da telkinin de söz konusu olmadığı, bayilerin satış koşullarını kendi serbest iradeleri ile belirledikleri ve uygulamada bayilerin farklı oranlardan satış yapmalarının her zaman mümkün olduğu ifade edilmiştir.

Kütaş Teekanne’nin son iki yıl içerisinde toplam satışlarının, dağıtım kanalları bazında ayırımına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

Tablo-3: Kütaş Teekanne’nin Satışlarının Kanallara Göre Ayrımı

SATIŞ KANALI	2004		2005	
	Tutar (YTL)	Oran (%)	Tutar (YTL)	Oran (%)
Bayi	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer*	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Direkt	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Grup	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İhracat	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Numune	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Zincir	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

\*"Diğer", ciro açısından, bayi kanalında yer alan teşebbüslere kıyasla küçük olan dağıtıcıları kapsamaktadır. 2005 yılında, Kütaş Teekanne’nin yönetimindeki değişikliklerle söz konusu

dağıtıcıların hepsinin diğer adı altında toplanması kararı alınmış, bu da, kanalın oranının önceki seneye nispetle yükselmesine neden olmuştur.

Kütaş Teekanne'nin yukarıda yer verilen ifadelerinin uygulamada gerçekleşip gerçekleşmediğini belirlemek amacıyla, teşebbüsten sağlanan bayilik listesindeki dağıtıcılar bünyesinde incelemelerde bulunulmuştur. İzmir'de mukim Ege Duru Pazarlama A.Ş.'de yapılan incelemede şirket yetkilileri tarafından aşağıdaki hususlar beyan edilmiştir:

*“Genellikle bize gelen faturada üretici firmanın yaptığı fatura altı iskonto, brüt alış değerimizi ve perakende noktalara yapacağımız satışlardaki fiyatları da belirlemektedir. İskonto oranları ve promosyon indirimleri gibi satış değişkenlerinde bir farklılık olacaksa, bunlar tamamen üretici firma tarafından belirlenmektedir. Enflasyonun yüksek olduğu dönemlerde perakende noktalarına verilen fiyatta %(...-...) gibi bir inisiyatifimiz mümkün iken şu anda böyle bir oranı dahi uygulamak ekonomik olarak anlamsız hale gelmiştir. Dolayısıyla, fiyat tespiti tamamen üretici firmalar tarafından yapılmaktadır ve bu fiyata uymak Ege Duru için bir şirket prensibidir. Diğer bir deyişle, çıkış fiyatlarında sabitlik gerek Ege Duru'nun gerekse üretici firmaların faaliyetlerinin devamı açısından önemlidir.”*

İncelemeye konu Kütaş Teekanne ürünlerini 6 ay gibi kısa bir süre için dağıtmış olan bayiden temin edilen üreticiden alımlarına ilişkin faturalarda, liste fiyatı üzerinden, bayilik sözleşmelerinde belirlendiği şekilde, %(...)'lik iskontolar düşülmüştür. Ege Duru yetkililerinin ifadelerine göre faturalarda yer alan birim fiyatlar, bayinin piyasaya satış fiyatlarını göstermektedir.

Antalya'da faaliyet gösteren Yavuz Gıda A.Ş.'de Raportörlerce yapılan incelemede, teşebbüs yetkilisi pazarda ciddi bir fiyat rekabeti yaşandığını; bu ortamda üreticinin fiyatlar üzerinde kontrole sahip olduğunu; tedarik zinciri içinde dağıtıcının rolünün üreticinin dağıtım riskini üstlenmek olarak görülmesi gerektiğini ifade etmiştir. Üreticinin buradaki kontrolü, temel olarak dağıtıcı bünyesinde istihdam edilen satış müfettişleri aracılığıyla sağlanmıştır. Anılan teşebbüs yetkilisinin vurguladığı önemli bir husus da, nihai satış noktalarında fiyat farklılıklarının her zaman görüldüğü; ancak bu farklılıkların üretici firmanın hizmet bedelleri gibi uygulamalarının sonucu olduğudur. Buna göre, dağıtıcı tarafından perakende noktalara satış faturasından ayrı olmak üzere hizmet bedeli adı altında fatura kesilebilmekte, nakit indirimini sağlayan bu tutarlar daha sonra üretici firmadan tahsil edilmektedir. Böylece, nihai fiyatlarda değişikliğe yol açan bu uygulama, dağıtıcının kâr marjından yaptığı bir fedakârlık değil, yine üretici kontrolünde olan bir uygulamadır.

Yavuz Gıda'dan temin edilen faturalar, teşebbüsün nihai satış noktalarına yaptığı satışlarda liste fiyatlarına uyduğunu göstermektedir. Örnek vermek gerekirse; Kütaş Teekanne'den 16.9.2005 tarihinde (...) YTL birim fiyat üzerinden yapılan %(...) iskontoyla alınan *Sir Winston Tea English Blend Demlik* ürünü, aynı şekilde (...) YTL birim fiyatlı *Botany Form* ve *Botany From Portakallı* ile (...) YTL

birim fiyatlı *Botany Form Ihlamur Çayı* ürünleri aynı birim fiyatlar üzerinden noktalara satılmış ve bu durumda %(...)’lik bayi kâr marjı korunmuştur.

Antalya’daki bir diğer dağıtıcı olan Depar Gıda Paz. Turizm Tic. ve San. Ltd. Şti.’de yapılan incelemede, teşebbüs yetkilisi nihai satış noktalarına yapılan satışlarda fiyatları belirlemede serbest olduklarını, üreticinin ancak dağıtıcının alımlarında uygulanacak fatura altı iskontoları belirlediğini, satış noktalarına uygulanan fiyatların ise özellikle promosyonlar yoluyla farklılaşabildiğini ifade etmiştir. Buna göre, üreticinin uyguladığı iskonto oranları piyasada oluşabilecek maksimum fiyata işaret etmektedir.

Teşebbüsten temin edilebilen faturalarda genellikle %(...)’lik iskontonun korunması yoluyla satış yapıldığı, bununla birlikte, örneğin 500 gr’lık *Sir Winston Tea English Blend* ürünüde liste fiyatı (...) YTL iken perakende noktalarına (...) YTL ve (...) YTL gibi alım miktarına göre değişen fiyatlardan satış da yapılmış olduğu görülmektedir.

Antalya’da nihai noktalara satış yapan ve yukarıda yer verilen İzmir dağıtıcısı Ege Duru Pazarlama A.Ş. ile aynı grupta yer alan Duru İtiryat Deposu San. ve Tic. A.Ş.’nin yetkilisi tarafından aşağıdaki hususlar dile getirilmiştir:

*“Nihai satış noktalarına satış fiyatları özünde listelere uygun olarak aynı gibi görünmektedir. Bununla birlikte, çeşitli unsurlar (noktanın kredi riski, alım miktarı/gücü, noktaya ilişkiler gibi) sonucunda aynı malı satan iki noktaya satış fiyatları arasında farklılıklar doğal olarak oluşmaktadır. Bu farklılıkların oluşmasında noktanın bahsedilen niteliklerine göre distribütörün belirli derecede inisiyatifli vardır.*

*Öte yandan, noktaların fiyatları arasındaki farklılıklar fiyat listelerine yansımazabilir. Nitekim üretici firmalar için liste fiyatlarının makroekonomik koşullardaki dalgalanmalara koşut olarak sürekli değiştirilmesi makul değildir. Onun yerine örneğin son zamanlarda yoğun olarak kullanılan bedelsiz promosyonlar yoluyla noktalara yönelik uygulamalar değişebilmektedir.”*

Duru İtiryat Deposu San. ve Tic. A.Ş.’den temin edilen faturalar farklı fiyatlardan satış yapılabildiğini doğrular niteliktedir. Örneğin, Botany markasının (...) YTL liste fiyatına sahip ihlamur, nane, elma gibi çeşitli aromalardaki çayları farklı teşebbüslere (...) YTL, (...) YTL ve (...) YTL gibi, ayrıca (...) YTL liste fiyatına sahip 2 gr’lık *Sir Winston Tea English Blend* ürünü de (...) YTL ve (...) YTL gibi farklı fiyatlardan satılmıştır.

İstanbul’da faaliyet gösteren Norm Gıda Teks. İnş. Taah. San. ve Tic. A.Ş. sadece büyük/zincir otellere satışı olan; perakende noktalara satış yapmayan bir dağıtıcı konumundadır. Teşebbüs yetkilisi, Kütaş Teekanne ürünlerinin dağıtımını gerçekleştirdikleri 6 yıl boyunca ilişkilerin sözleşme çerçevesinde yürümediğini, dolayısıyla yazılı bir sınırlamadan bahsedilemeyeceğini, firmadan aldıkları %(...)

oranında iskontoyu nasıl kullanacaklarına ise tamamen kendilerinin karar verdiğini ifade etmiştir. Teşebbüs yetkilisi ayrıca perakende satış noktalarına uygulanacak oranların sözleşme ile sabitlenmesi hususunda, bayilerin noktalarla ticari ilişkileri kapsamında bu kısıtlamanın piyasa koşullarında uygulanmasının zor olduğu görüşünü de dile getirmiştir. Teşebbüsün otellere yaptığı satışlara ait faturalar, perakende noktalardan farklı olarak bu otellere, alım fiyatlarının büyük oranda üzerinde satış yapılabildiğini; bununla birlikte, örneğin *Sir Winston Tea Green Tea & Lemon* ürünü olduğu gibi (...) YTL liste fiyatı üzerinden iskontoyla alınan ürünün otellere satışta (...) YTL'ye düşebildiğini göstermektedir.

İstanbul'da dağıtım yapan Evim Gıda Kozmetik Temizlik Ürünleri Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti. yetkilisi, piyasaya yaptıkları satışlarda maliyetlerini göz önünde bulundurarak fiyat tespit etmekte serbest olduklarını ifade etmiş, dağıtıcıların bir zincir market kadar alım yapabilmeleri söz konusu olsa da, üstlendikleri dağıtım maliyetlerinin de hesaba katılması gerektiğini ve üretici fatura altı iskontolarında piyasa koşullarını hesaba kattığı için dağıtıcının noktaya uygulayabileceği oranların nihai fiyatları liste fiyatlarına yaklaştırdığını vurgulamıştır. Teşebbüs yetkilisi aşağıdaki hususları da dile getirmiştir:

*“Üretici firmanın bayi seviyesinde de nihai satış noktası seviyesinde de fiyatlara etkisi, piyasa koşullarını dikkate alarak oluşturdukları fiyat listeleri üzerinden iskonto yapmalarında yatmaktadır. Bunun dışında, her noktanın elde edeceği iskonto oranı, o noktanın niteliklerine göre değişecektir. Örneğin, noktanın peşin/vadeli çalışmasına yahut vadenin uzunluğuna göre uygulanabilecek iskonto oranları değişmektedir. Dolayısıyla, piyasanın rekabet şartlarını noktaların elde etmekte oldukları avantajlar üzerinden değerlendirmek doğru olacaktır. Liste fiyatları ancak piyasa şartları çerçevesinde oluşabilecek, diğer bir deyişle ekonomik olarak rasyonel fiyatları göstermektedir. Bu liste esas olarak kesin olarak sabit, değiştirilemez bir liste değildir; piyasada daha yüksek seviyede satış yapılabilecek olsa listeyi değiştirmek dahi dağıtıcı için mümkündür. Ancak fiyat nihai olarak pazarda dengeye oturmaktadır.”*

Evim Gıda Kozmetik Temizlik Ürünleri Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti.'den temin edilen faturalardan, Botany markalı ürünlerde birim fiyatların üreticinin listesiyle uyum gösterdiği (teşebbüs yetkilisinin ifadesiyle bayi ve satış noktası için bir gösterge olduğu), ancak bu fiyat üzerinden noktalara birden fazla iskonto uygulandığı ve bu sayede noktaların ürünleri %(...) ve %(...) gibi toplam iskonto oranlarıyla temin edebildikleri anlaşılmaktadır.

Kütaş Teekanne'nin Kayseri, Nevşehir ve Niğde illerinde dağıtım yapan bayii İrem Gıda Tem. Ürün Tekstil Tur. Tic. San. Ltd. Şti. yetkilisi, toptancıların fiyat listelerini değiştirebildiklerini ve kendi listelerini hazırlayabildiklerini, ancak bayiler için liste fiyatlarından çok farklı seviyelerde satış yapılmasının yaygın bir uygulama olmadığını ifade etmiştir. Aynı yetkili, nihai satış noktalarının fiyatları üzerinde üreticinin yahut dağıtıcının baskısı olmadığını belirtmiştir. Teşebbüsten temin edilen faturalarda, nihai satış noktalarına hiç iskonto verilmediği yahut



%(...) oranının uygulandığının yanında iskonto oranlarının %(...)'lara kadar çıkabildiği görülmektedir.

Yerinde inceleme kapsamında gidilen Ankara bayii Teksen Ticaret'ten alınan fatura örneklerinde, kısa bir süre için Botany ve Sir Winston Tea bayii olarak faaliyet göstermiş olan teşebbüsün perakende noktalarına satışlarında liste fiyatı üzerinden %(...) iskonto oranına uyduğu anlaşılmıştır.

İncelemeye konu olan markaların Van, Bursa, Denizli, Eskişehir ve Edirne illerinde dağıtıcılığını üstlenen teşebbüslerle de görüşülmüştür. Bunlardan Van bayii Yavuzlar Gıda Paz. Tic. ve San. Ltd. Şti., Bursa bayii Muhammet Çavuşoğlu Gıda Paz. İnş. San. Tic. Ltd. Şti. ve Denizli bayii Pınarım Day. Tük. Mal. Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti. yetkilileri perakende noktalara uygulanacak iskonto oranlarının Kütaş Teekanne tarafından belirlendiğini ifade etmişlerdir. Buna karşılık, Edirne bayii Parantez Lojistik Gıda ve Paz. San. Tic. Ltd. Şti. yetkilisi, her ne kadar liste fiyatı üzerinden Kütaş'ın öngördüğü iskonto uygulansa da bayi olarak, kendi ticari ilişkileri çerçevesinde satış noktalarına uygulayacakları iskontoda kısmi özgürlüğe sahip olduklarını dile getirmiştir. Eskişehir bayii Tuzcular Gıda ve İht. Mad. San. ve Tic. A.Ş. yetkilisi ise, noktanın tipine göre iskonto oranlarının farklılaştığını, küçük bakkallara iskonto uygulanmazken, daha yüksek miktarda alım yapabilen büyük marketlere uygulanan oranların %5 ila %8 arasında değiştiğini belirtmiş, pazara girdiği tarihten bu yana dağıtıcılığını yaptıkları Kütaş Teekanne'den bu hususta hiçbir baskı görmediklerini ve %5 iskonto sınırını aştıklarında da herhangi bir yaptırımla karşılaşmadıklarını vurgulamıştır.

### 1.3.2. Hukuki Değerlendirme

Kütaş Teekanne'nin bayileri ile akdetmiş olduğu sözleşmelerin 17. maddesinde yer alan ve bayilerin nihai satış noktalarına yapacakları satışlarda uygulayabilecekleri iskonto oranını en fazla %(...) ile sınırlandıran hükmün 4054 sayılı Kanun açısından değerlendirmek için, öncelikle sağlayıcı konumundaki Kütaş Teekanne ile dağıtıcıları arasındaki fiyat ilişkisinin esaslarını ortaya koymak gerekmektedir.

Tedarik zinciri içerisinde fiyatlandırma konusundaki uygulamaların başlangıç noktasını sağlayıcının ürünlerle birlikte dağıtıcıya verdiği fiyat listesi oluşturmaktadır. Elde edilen veriler çerçevesinde, bu fiyat listesinin, pazardaki rekabet koşulları gözetilerek hazırlandığı ve nihai tüketiciye kadar geçen aşamalarda her satıcı için ürünün değeri konusunda bir gösterge teşkil ettiği anlaşılmıştır. Liste fiyatlarının sağlayıcı-dağıtıcı ilişkisindeki temel işlevi, dağıtıcılara uygulanacak iskontoların bu fiyatlar üzerinden verilmesidir. İncelemeye konu olayda da, bayilik sözleşmelerinin 16. maddesinde tespit edildiği üzere, Kütaş Teekanne'nin dağıtıcılarına uyguladığı iskonto %(...)'tir. Dolayısıyla, bu oran, dağıtıcıların brüt kârını oluşturmaktadır. Bundan sonra, sözleşmenin 17. maddesi gereğince dağıtıcının satış noktalarına en fazla %(...)

iskonto verebilecek olması, örneğin, (...) liste fiyatlı bir malı sağlayıcıdan (...) liraya almışken perakende noktaya en az (...) liraya satmak zorunda olması anlamına gelmektedir. Kütaş Teekanne yetkilileri, sözleşmeye rağmen bayilerin farklı oranlarda satış yapmalarının önünde bir engel olmadığını ve bu konuda herhangi bir baskının da söz konusu olamayacağını ifade etmişlerdir.

Sözleşmede yer alan hükmün uygulamada işleyişini ortaya koymak için dağıtıcılar bünyesinde yapılan incelemelerin sonuçları bu ifadeyi desteklemiştir. Verilerine ulaşılabilen toplam 13 dağıtıcı arasında 6 dağıtıcı %(...) iskonto sınırlamasına uyduklarını ifade etmiştir. Anılan dağıtıcıların faturaları da ifadelerini doğrulamaktadır. Geriye kalan 7 bayinin faturaları ise tam tersi durumun da geçerli olabildiğini, diğer bir deyişle dağıtıcının noktalara %(...)’i aşan, hatta %(...)’lere varabilen oranlarda iskonto verebildiğini ortaya koymaktadır. Bu dağıtıcıların ifadeleri ise özellikle satış yapılan perakende noktaların alım gücü, ödeme şartları gibi koşullarına göre iskonto oranlarının değişebildiğini vurgulamaktadır.

Bu noktada altı çizilmesi gereken iki önemli husus bulunmaktadır. Birincisi, inceleme döneminde edinilen bilgiler doğrultusunda, Kütaş Teekanne’nin yaygın ve organize bir dağıtım ağı oluşturma konusunda tam olarak başarı sağlayamamış olduğu görülmüştür. Özellikle, Botany markasının Doğadan Gıda’ya devri öncesinde, Kütaş Teekanne’nin satış politikalarının dağıtıcı aleyhine gelişmekte olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla dosya mevcudu bilgi ve belgeden Kütaş Teekanne’nin özellikle 2005 senesinde yapısal olarak dağıtıcıları üzerinde fiyat politikasına yönelik baskı oluşturmaması, asgari bir fiyatı dikte ettirmesi yönünde bir iradesi olmadığı anlaşılmıştır. Bayilerin önemli bir bölümünün noktalara yaptıkları satışlarda iskonto oranlarını belirleme konusunda serbest olduklarını ifade etmeleri ve bu bayilerden temin edilen faturaların farklı iskonto oranlarında satış yapıldığını göstermesi de bu durumu doğrulamaktadır.

İkinci olarak, inceleme döneminde elde edilen veriler, dağıtıcıların uygulayacakları iskontolar konusunda kendi satış politikaları doğrultusunda hareket etmekte olduklarını göstermektedir. Örneğin, hızlı tüketim malları pazarında Ege bölgesinin büyük dağıtıcılarından Ege Duru Pazarlama A.Ş.’nin ifadesi, tek bir çıkış fiyatı uygulamasının, şirket politikası olduğuna işaret etmektedir. Kuşkusuz, sağlayıcıların, satış koşulları üzerinde önemli bir etkisi bulunmaktadır. Özellikle satış müfettişlerinin yahut bayi yöneticilerinin dağıtıcı bünyesinde görev yapıyor olması yahut sıklıkla dağıtıcıları ziyaret ediyor olması, bu kontrolün önemli bir unsuru haline gelebilecektir. Bununla birlikte, inceleme konusu olay bakımından, Kütaş Teekanne’nin dağıtıcıları üzerinde müşterilere verilecek iskontoları belirlemeye yönelik bir baskı kurduğuna ilişkin doğrudan bir delil de bulunmamaktadır. Genel itibarıyla, %(...)’lik sınırlamaya uyan bayiler kâr marjlarını koruma stratejisiyle faaliyet gösterirken, buna karşılık daha küçük ölçekli (daha az ürün çeşidinin dağıtımını gerçekleştiren) bayiler ise iskonto oranını yükseltmek yoluyla müşteri sayısını çoğaltma yoluna gitmektedir.

Özet olarak, inceleme döneminde elde edilen veriler, noktalara yapılacak satışlarda en fazla %(...) oranında iskonto sınırına uyulan durumların yanı sıra bazı dağıtıcıların bu oranı serbestçe aşabildiklerini de göstermektedir. Bu noktada vurgulanması gereken bir husus da, müşterilere uygulanacak fiyatlar konusunda çeşitli uygulamaların her müşterinin elde edebileceği avantajları değiştirebilmesidir. Örneğin, bazı noktalar hizmet bedeli adı altında nakit avantajlar kazanabilmekte yahut bedelsiz ürün promosyonları yoluyla alış fiyatlarını aşağı çekebilmektedir. Her ne kadar bu uygulamaların maliyetine sağlayıcı katlanıyor olsa da, söz konusu uygulamaların diğer markalardan kaynaklanan rekabetin baskısı nedeniyle yoğunlaşmakta olması önemlidir. Nitekim bu durum, markalar arası rekabetin dikey zincir içinde faaliyet gösteren dağıtıcıların kâr marjları, dolayısıyla da fiyatları üzerinde önemli bir baskı oluşturduğunu göstermektedir.

Yeniden satış fiyatının tespit edilmesi hususunda, sağlayıcı konumundaki Kütaş Teekanne'nin uygulamalarında bir yeknesaklığın oluşmadığını ve dağıtıcıların önemli bir bölümünün satış koşullarını tespit ederken serbest davranabildiklerini, bunun sonucunda da piyasada farklı fiyatların görülebildiğini ortaya koyan yukarıdaki tespitlere karşılık, sözleşmelerde asgari satış fiyatını tespite yönelik bir hüküm bulunması da değerlendirilmiştir. 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin 4(a) maddesinde "alıcının kendi satış fiyatını belirleme serbestisinin engellenmesi" anlaşmaları grup muafiyeti kapsamı dışına çıkaran haller arasında sayılmıştır. 2002/2 sayılı Tebliğin Açıklanmasına Dair Kılavuzun 17. paragrafında da bu konuda aşağıdaki açıklamalara yer verilmiştir:

*"Sağlayıcı teşebbüsler akdetmiş oldukları dikey anlaşmalara açık hüküm koymak suretiyle alıcının satış fiyatını doğrudan belirlemelerinin yanı sıra, aynı ihlali değişik uygulamalar vasıtasıyla dolaylı yollarla da gerçekleştirebilmektedirler. Alıcının kâr marjının belirlenmesi, tavsiye fiyat niteliğinde ilan edilmiş bir fiyat seviyesinden alıcının uygulayabileceği indirim oranının en üst seviyesinin belirlenmesi, alıcıya tavsiye edilen fiyatlara uyduğu oranda kendisine ilave indirimler uygulanması ya da bu fiyatlara uymaması durumunda teslimatların geciktirilmesi, askıya alınması veya anlaşmanın sona erdirilmesi şeklinde alıcının tehdit edilmesi ya da fiilen bu tür cezai yaptırımların uygulanması yeniden satış fiyatının dolaylı yoldan belirlenmesine örnek olarak verilebilir. Bu tür yeniden satış fiyatının dolaylı yoldan belirlenmesi uygulamaları da Tebliğ'in 4(a) maddesinin kapsamındadır."*

Yukarıda yer verilen bilgilerden anlaşıldığı üzere, sağlayıcının, alıcının uygulayabileceği iskonto oranının en üst seviyesini belirlemesi, asgari satış fiyatının belirlenmesinin dolaylı yollarından biri olarak sayılmaktadır. Dolayısıyla, bu yönde bir hüküm içeren sözleşmelerin grup muafiyetinden yararlanmaları mümkün değildir. Rekabet hukuku uygulamalarında per se ihlal olarak kabul edilen söz konusu sınırlamalar, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde yer alan yasaklama halleri kapsamındadır.

## 06-59/773-226

Ancak bu noktada, incelemenin sonucunu iki önemli unsur etkilemektedir. İlk olarak, dikey kısıtlamaların esas olarak marka içi rekabeti etkilemekte olduğu ve bu kısıtlamaların fayda doğurma kapasitesinin de bulunduğu göz önünde bulundurulmuştur. Örneğin, dağıtıcıyı satış öncesi ve sonrası hizmetleri sunmaya teşvik edebilen uygulamalar markalar arası rekabeti artırabilecektir. Dolayısıyla, sağlayıcıları dışlayıcı olmayan ve giriş engeli yaratmayan dikey sınırlamanın etkilerini ölçerken, markalar arası rekabetin durumuna ve bu sınırlamadan etkilenme derecesine bakmak gerekmektedir. Pazardaki markalar arası rekabetin yoğunluğu ne kadar fazlaysa, marka içi rekabetin kısıtlanmasından kaynaklı olumsuz etkiler o kadar az olacaktır. Ayrıca, marka içi rekabetin kısıtlanmasının ne derecede olumsuz etkiler yaratacağının değerlendirilmesinde pazarın yaşam evresinin de dikkate alınması gerekmektedir. Olgunluk evresinde olan bir pazarda marka içi rekabetin kısıtlanmasının daha fazla olumsuz etkilere yol açacağı kabul edilmektedir.

İlgili ürün pazarları incelendiğinde, bu pazarların önemli sayıda üreticinin faaliyet gösterdiği ve giriş engellerinin bulunmadığı bir nitelik sergilediği görülmektedir.

Tablo-4: Toplam Çay Pazarı - Pazar Payları

Teşebbüs	Marka	Pazar Payı (%)
Çay İşletmeleri Genel Müdürlüğü	Çaykur	(...)
Unilever	Lipton	(...)
Doğuş	Doğuş	(...)
Doğadan	Doğadan	(...)
Ofçaysan	Ofçay	(...)
GıdaSa A.Ş.	Deren	(...)
Diğer	Diğer	(...)

Kaynak: A.C. Nielsen, Aralık 2005

Tablo-5: Siyah Çay Pazarı - Pazar Payları

Marka	Tutar Bazında (%)	Miktar Bazında (%)
Çay-Kur	(...)	(...)
Lipton	(...)	(...)
Doğuş	(...)	(...)
Ofçay	(...)	(...)
Deren	(...)	(...)
Diğer	(...)	(...)

Kaynak: Kütaş Teekanne.

Tablo-6: Meyve ve Bitki Çayları - Markalar ve Pazar Payları

Teşebbüs	Marka	Pazar Payı (%)
Doğadan Gıda	Doğadan	(...)
Besan Besin Sanayi A.Ş. (Unilever)	Lipton	(...)
Doğuş Çay A.Ş.	Doğuş	(...)
Kütaş Teekanne	Botany	(...)
Doğa Bitkisel Ürünler A.Ş.	Doğa	(...)
Arifoğlu Baharat ve Gıda Sanayi Ltd. Şti.	Arifoğlu	(...)

## 06-59/773-226

Ofçaysan Tarım Ürünleri A.Ş.	Ofçay	(...)
Çay İşletmeleri Genel Müdürlüğü	Çaykur	(...)
GıdaSa A.Ş.	Deren	(...)
Diğer	Diğer	(...)

Kaynak: A.C. Nielsen, Aralık 2005.

Özellikle paketlenmiş bitki ve meyve çayları pazarı son 4 yıllık dönemde her yıl %30 oranında büyüyen ve önümüzdeki dönemde de büyümesini sürdürmesi beklenen, buna bağlı olarak pek çok yeni firmanın pazara giriş yaptığı ve ürün çeşitlendirmesinin ve farklılaştırmasının da yoğun olarak gözlemlendiği oldukça dinamik bir pazardır. Siyah çay pazarında da, tüketimin gelişmekte olan ülkelerdeki evrimine paralel olarak, dökme çaydan poşet çaya doğru ciddi oranda geçişlerin yaşandığı görülmektedir. Halihazırda pazarın önemli bir bölümünü dökme çayların oluşturmasına karşılık, poşet çay segmenti yılda %15-20 büyüme kaydeden dinamik bir pazar niteliğindedir. Dolayısıyla, bu niteliklere sahip pazarlarda dikey kısıtlamaların yatay anlamda rekabet şartlarını bozucu bir etkiye sahip olması mümkün görünmemektedir.

İkinci olarak, incelemeye taraf olan Kütaş Teekanne'nin pazardaki konumu da incelemenin sonucu açısından göz önüne alınmıştır. 2005 yılında %(...) pazar payına sahip olan Kütaş Teekanne, son 5 yılda hızla pazar payı kaybetmiş ve son olarak 2006 yılının ilk çeyreğinde Botany markasını Doğadan Gıda'ya devretmiştir. Teşebbüs, Sir Winston Tea markası ile yürütmüş olduğu faaliyetlerini de 2006 yılı başında durdurmuş ve önceden sözleşme akdetmiş olduğu tüm dağıtıcıları ile ilişkilerini kesmiştir. Dolayısıyla, Kütaş Teekanne'nin incelemeye konu olan sözleşmelerinin hâlihazırda uygulanmakta olması gibi bir durum söz konusu değildir.

Yukarıda sayılan hususlar dikkate alındığında, her ne kadar Kütaş Teekanne'nin bayilik sözleşmelerinde, dağıtıcıların satış fiyatlarına karar vermelerini sınırlayıcı nitelikte olan ve bu itibarla 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamına giren bir hüküm yer alsa da, Kütaş Teekanne'nin ilgili pazarlardaki faaliyetini sonlandırdığı, ilgili ürün pazarlarının son derece dinamik rekabetçi nitelikler gösterdiği ve anılan sınırlamanın markalar arası rekabet üzerinde olumsuz etki yaratmadığı kanaatine varılmıştır.

## J. SONUÇ

Düzenlenen Rapora ve incelenen dosya kapsamına göre; Kütaş Teekanne Gıda Sanayi A.Ş. ile bayileri arasında imzalanan bayilik sözleşmelerinin 17. maddesinde yer alan hüküm nedeniyle 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin sağladığı muafiyetten yararlanamayacağına, ancak söz konusu teşebbüsün anılan sözleşmelerde yer alan ve yeniden fiyat tespiti anlamına gelebilecek hükmü hayata geçirmemiş olması ve inceleme konusu teşebbüsün faaliyetlerini 2006 yılı itibarıyla durdurmuş olması nedeniyle hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığına OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.