

REKABET KURUMU

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2002-3-124 (Önaraştırma)
Karar Sayısı : 04-18/153-35
Karar Tarihi : 3.3.2004

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

10 Başkan : Mustafa PARLAK
Üyeler : Tuncay SONGÖR, R. Müfit SONBAY, Murat GENCER,
Prof. Dr. Zühtü AYTAÇ, Rıfki ÜNAL, M.Sıraç ASLAN,
Süreyya ÇAKIN

B. RAPORTÖRLER: Orçun SENYÜCEL, Pelin ERDOĞAN,
Bedia Sanem ŞİMŞEK

20 C. ŞİKAYET EDEN: JTI Tütün Ürünleri Pazarlama A.Ş.
Maya Plaza Yıldırım Oğuz Göker Cad.
Sümbül Sok. Kat:4
80630 Akatlar / İstanbul

D. HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA YAPILAN:

Philip Morris Sabancı Pazarlama ve Satış A.Ş.
Maya Akar Center Büyükdere Cad.
No:100-102 B Blok Kat: 27 80280 Esentepe / İstanbul

British American Tobacco Exports B.V.
Büyükdere Cad. Yapı Kredi Plaza C Blok No:15
Levent / İstanbul

30

E. DOSYA KONUSU: Philip Morris Sabancı Pazarlama ve Satış A.Ş.
(PMSA) ve British American Tobacco Exports B.V. (BAT)'nin satış
noktalarında stand münhasırlığına yönelik uygulamaları olduğu iddiası.

F. İDDİALARIN ÖZETİ: Philip Morris Sabancı Pazarlama ve Satış A.Ş.
(PMSA) tarafından yapılan 4.12.2002 tarih ve 5225 sayılı başvuruda özetle;

40 - JTI Tütün Ürünleri Pazarlama A.Ş.(JTI)'nin bar, restoran, kafe gibi
işletmelerle yapmış olduğu sözleşmelerde, açıkça münhasırlık içeren ve rakip
sağlayıcıların standlarının bu gibi mekanlarda bulunmasını engelleyen
hükümler bulunduğu,

- Bakkal, market gibi perakende satış noktalarıyla yapılan sözleşmelerde ise
benzer bir hüküm bulunmamasına rağmen; sadece sigara raf ünitelerinin
değil, ilgili iş yerlerindeki tüm rafların JTI tarafından döşenmesi nedeniyle
rakip sağlayıcıların anılan satış noktalarına sigara standı koyabilmelerinin
engellendiği, dolayısıyla fiili bir münhasırlığın ortaya çıktığı

50 iddia edilmiş ve 16.1.2003 tarih ve 03-04/45-M sayılı Kurul toplantısında söz konusu şikayetlerle ilgili olarak önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. Önaraştırma kapsamında JTI firmasından gönderilen yazıda; PMSA ve BAT'nin de stand münhasırlığına yönelik uygulamalarının olduğu ifade edilmiş, söz konusu iddialara yönelik 21.8.2003 tarih ve 03-58/678-M sayılı Kurul toplantısında ise, PMSA ve BAT hakkında önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.

60 **G. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurulu'nun 21.8.2003 tarih ve 03-58/678-M sayılı toplantısında alınan karar gereğince hazırlanan 13.1.2003 tarih ve 2002-3-124/BN-03-HB sayılı Bilgi Notu, 16.1.2003 tarih ve 03-04 sayılı Kurul toplantısında görüşülmüş ve 4054 sayılı Kanun'un ihlaline ilişkin bir soruşturma açılmasına gerek olup olmadığının belirlenmesi amacıyla Kanun'un 40/1. maddesi uyarınca önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.

İlgili karar uyarınca yapılan inceleme sonucunda düzenlenen 24.7.2003 tarih 2002-3-124/ÖA-03-OS sayılı Önaraştırma Raporu 28.7.2003 tarih ve REK.0.07.00.00/97 sayılı Başkanlık önergesi ile 03-54 sayılı Kurul toplantısında görüşülmüş Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkiler Piyasası Düzenleme Kurulu ile de istişare edilmesini teminen incelemenin devamına karar verilmiştir. Önaraştırma kapsamında JTI firmasından gönderilen yazıda; PMSA ve BAT'nin de stand münhasırlığına yönelik uygulamalarının olduğu ifade edilmiş, söz konusu iddialara yönelik 21.8.2003 tarih ve 03-58/678-M sayılı Kurul toplantısında ise, PMSA ve BAT hakkında 4054 sayılı Kanun'un 40/1. maddesi uyarınca önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. Anılan karar üzerine hazırlanan 30.1.2004 tarih ve 2002-3-124/ÖA-04-OS sayılı Önaraştırma Raporu 9.2.2004 tarih ve REK.0.07.00.00/27 sayılı Başkanlık önergesi ile 04-17 sayılı Kurul toplantısında görüşülmüş ve ek inceleme yapılmasına karar verilmiştir. Bunun üzerine hazırlanan Bilgi Notu, 8.12.2003 tarih REK.0.07.00.00/168 sayılı Başkanlık önergesi ile 03-82 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek, PMSA ve BAT ile ilgili benzer konudaki önaraştırmada ulaşılabilecek sonuçlar ile birlikte Kurul gündemine getirilmesine karar verilmiştir. Bu karar üzerine hazırlanan 27.2.2004 tarihli Bilgi Notu ile 04-18 sayılı Kurul toplantısında konu tekrar ele alınarak karara bağlanmıştır.

H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili raporda;

- Philip Morris Sabancı Pazarlama ve Satış A.Ş. ve British American Tobacco Exports B.V. Merkezi Hollanda Amsterdam Türkiye İstanbul Şubesi'nin satış noktalarında stand münhasırlığına yönelik faaliyetleriyle ilgili
- 90 şu aşamada soruşturma açılmasına gerek olmadığı,
- 24.7.2003 tarih ve 2002-3-124/ÖA-03-OS sayılı Önaraştırma Raporunda ele alınan JTI Tütün Ürünleri Pazarlama A.Ş. firmasının satış noktalarında stand münhasırlığına yönelik eylemlerinin de aynı kapsamda değerlendirilebileceği dolayısıyla,

4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca söz konusu teşebbüslerin gerek distribütörleri ve satış temsilcilerine, gerekse satış noktalarına stand münhasırlığına yol açan uygulamaların Kanun'a aykırı

100 olduğunu ve bir noktada birden fazla standın bulunabileceğini bildirmeleri yönünde bir görüşün gönderilmesi sonuç ve kanaatine ulaşıldığı, ifade edilmektedir.

İ. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. Taraflar

I.1.1. JTI Tütün Ürünleri Pazarlama A.Ş. (JTI)

110 Japan Tobacco International Company, 1999 yılında RJR International Grubunun Amerika dışındaki tütün faaliyetlerini devralmış ve söz konusu devralma Rekabet Kurulu'nun 99-27/245-129 sayılı kararıyla Türkiye'de de geçerli hale gelmiştir. 1993 yılında İzmir Torbalı'da üretime geçen RJR sigara fabrikası ve RJR Pazarlama ve Dağıtım A.Ş., bu devralma kapsamında JTI'ın kontrolüne geçmiş ve pazarlama dağıtım şirketi, JTI Tütün Ürünleri Pazarlama A.Ş. adını almıştır. **Söz konusu şirketin 2002 yılı cirosu (.....) TL. olarak gerçekleşmiştir.** JTI Company Netherlands BV'nin tamamına yakınına sahip olduğu JTI'ın, yönetim kurulu Servisîmin Cömert, Erdem Seçkin ve James Riordan'dan oluşmaktadır.

120

I.1.2. Philip Morris Sabancı Pazarlama ve Satış A.Ş. (PMSA)

1994 yılında Philip Morris Grubu ile Sabancı Grubu ortaklığında kurulan şirket, Philip Morris International (PMI) bünyesinde bulunan ve İzmir-Torbalı'da 1992 yılında faaliyete geçen Philip Morris-Sabancı Sigara ve Tütüncülük Sanayi ve Ticaret A.Ş. (PhilSA) tarafından üretilen sigaraların fiyatlama, pazarlama, dağıtım ve satışını yürütmektedir.

130

I.1.3. British American Tobacco Exports B.V Merkezi Hollanda Amsterdam Türkiye İstanbul Şubesi (BAT)

2001 yılında kuruluşu tescil edilen ve British American Tobacco Exports B.V'nin İstanbul şubesi olarak faaliyet gösteren BAT, 2002 yılında Kent ve Viceroy markalarıyla Türkiye sigara pazarına giriş yapmıştır. Üretimini İzmir'de kurulu tesislerinde gerçekleştiren BAT ürünlerinin dağıtımını Düzey Pazarlama A.Ş. tarafından yürütülmektedir.

I.2. İlgili Pazar

140

I.2.1. Sektöre İlişkin Bilgiler

I.2.1.1. Ürün ve Sektörün Yapısı

Sigara, içerdiği tütün çeşitlerine göre dört ayrı grupta değerlendirilmektedir:

- *Şark Tipi*: Türkiye'de yaygın olarak tüketilen TEKEL ürünlerinden *Maltepe*, *Samsun* ve *Yeni Harman* markalarının örnek olarak verilebileceği bu tip sigaralar tamamen Şark tütünlerinden üretilmektedir. Gelir seviyesindeki

150 artışa paralel olarak son yıllarda ülkemizde söz konusu sigaraların tüketimi azalmış ve tüketiciler giderek “Amerikan Harmanı” sigaralara yönelmeye başlamıştır.

- *Fransız Tipi*: Dünya tüketimi çok sınırlı olan bu tip sigaralar kara tütünlerin harmanlanmasıyla üretilmektedir. Ülkemizde hiç üretimi olmayan söz konusu sigaralara *Gitanes* örnek verilebilir.

- *İngiliz Tipi*: Tamamen Virginia-Burley tipi tütünlerden üretilen bu sigaralar ülkemizde üretilmemektedir. *Rothmans*, *Dunhill* gibi markaların örnek teşkil ettiği bu tip sigaraların, dünya genelinde pazar payları “Amerikan Harmanı” sigaralar karşısında gerilemektedir.

160 - *Amerikan Tipi*: Gerek Türkiye’de gerekse dünyada pazar payları giderek artmakta olan bu tip sigaralar, Virginia-Burley ve Şark tipi tütünlerin harmanlanmasıyla üretilmekte ve “*Amerikan Harmanı*” ya da “*Blended*” sigaralar olarak adlandırılmaktadırlar. Bu sigaralara örnek olarak *Marlboro*, *Parliament*, *Winston*, *Camel*, *TEKEL 2000* ve *TEKEL 2001* verilebilir.

170 Türkiye sigara pazarına bakıldığında, Tütün, Tütün Mamulleri, Tuz ve Alkol İşletmeleri Genel Müdürlüğü (TEKEL)’nün bazı yabancı sigaraları ithal etmeye başladığı 1983 yılına kadar, üretimin tamamının söz konusu kuruluş tarafından gerçekleştirildiği görülmektedir. 1986 yılında Bakanlar Kurulu Kararıyla tütün mamullerinin üretim, dağıtım ve satışında devlet tekeli kaldırılmış, 1991 yılında da özel sektöre, ürettikleri sigaraları fiyatlandırma yetkisi verilmiştir. Bu dönemde üretim tesislerini kuran Philip Morris (PM) ve R.J. Reynolds (RJR), Türkiye’de faaliyet göstermeye başlamıştır. 1999 yılında, ABD dışındaki faaliyet ve varlıklarını Japan Tobacco International (JTI)’a devreden RJR’ın Türkiye’deki faaliyetleri de JTI tarafından devralınmıştır. Ekim 2002’de ise British American Tobacco (BAT), üretim tesisini kurarak Türkiye’de faaliyete geçmiştir.

Tablo 1: Türkiye’de Üretilen Sigaralar ve Kategorileri¹

		PMSA	JTI	TEKEL	BAT
Premium (Üst)		Marlboro Parliament	Camel Salem	-	Kent
Medium	Üst-Orta	Lark		TEKEL 2000	-
	Orta	Chesterfield	Winston		-
	Alt-Orta (Popüler)	L&M	Monte Carlo	TEKEL 2001	Viceroy
Low (Alt)		-	-	Samsun, Maltepe, Yeni Harman, Ballica, Best, Meltem vb.	-

180 Tablodan da görülebileceği üzere, alt sınıfta yer alan Şark tipi sigaraların TEKEL dışında üreticisi bulunmamaktadır. Aşağıda, sigara pazarında mevcut firmaların önce sektörün tamamında, ardından Amerikan harmanlı sigaralar içinde pazar paylarına yer verilmiştir.

¹ Bu kategorizasyon, üretici firmalar tarafından fiyat-kalite-ımağ ilişkisine bağlı olarak yapılmaktadır.

Tablo:2 Sigara Firmalarının Sektördeki Pazar Payları

FİRMA	1997 (%)	1998 (%)	1999 (%)	2000 (%)	2001 (%)	2002 (%)
TEKEL	70.4	69.0	70.2	69.8	68.8	(.....)
PMSA	23.4	23.5	22.7	22.9	21.3	(.....)
JTI	6.2	7.5	7.1	7.3	9.9	(.....)
BAT	-	-	-	-	-	(.....)
TOPLAM	100	100	100	100	100	100

Tablo:3 Amerikan Harmanı Sigaralara İlişkin Pazar Payları

FİRMA	1997 (%)	1998 (%)	1999 (%)	2000 (%)	2001 (%)	2002 (%)
TEKEL	42	45	51	50	47.0	(.....)
PMSA	46	42	37	38	36.3	(.....)
JTI	12	13	12	12	16.7	(.....)
BAT	-	-	-	-	-	(.....)
TOPLAM	100	100	100	100	100	100

1.2.1.2. Pazara Giriş Engelleri

190

3.1.2002 tarih ve 4733 sayılı "Tütün, Tütün Mamulleri, Tuz Ve Alkol İşletmeleri Genel Müdürlüğünün Yeniden Yapılandırılması İle Tütün Ve Tütün Mamullerinin Üretimine, İç Ve Dış Alım Ve Satımına, 4046 Sayılı Kanunda Ve 233 Sayılı Kanun Hükmünde Kararıyla Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun"un,

200

"Türkiye'de tütün mamülleri üretmek isteyenlerin yıllık üretim kapasitesi tek vardiyada sigara için iki milyar adet, diğer tütün mamülleri için ise onbeş tondan az olmayan, tütün hazırlama bölümleri dahil tam ve yeni teknoloji ile tesisler kurmaları şarttır."

210

şeklindeki 6. maddesi hükmü gereğince, sigara üretebilmek için kurulacak tesisin belirli kapasitede, entegre ve yeni teknoloji ile donanmış olma zorunluluğunun bulunması, sigara pazarında önemli bir giriş engeli yaratmaktadır. Öte yandan, 4207 sayılı "Tütün Mamullerinin Zararlarının Önlenmesine Dair Kanun" ile sigara ve diğer tütün mamullerinin reklamının ve bu ürünlere ilişkin her türlü promosyon faaliyetinin yasak olması da pazara giriş engeli yaratan bir diğer durumdur. Sigaranın tüketicide bağımlılık yapan özelliğinin bulunması, ürünlere ait talebin fiyat esnekliğinin düşük olması sonucunu doğurmaktadır. Bu özellik söz konusu ürünün üzerine oldukça yüklü miktarda vergi konulabilmesine olanak tanımaktadır. Nitekim ülkemizde satılan sigaranın perakende satış fiyatının %73'üne yakın bir kısmını vergi ve diğer fonlar oluşturmaktadır. Bu durum, devletin bu piyasayı kontrol altında tutma eğilimini güçlendirmektedir.

1.2.2. İlgili Ürün Pazarı

220

Bir ürünün diğer bir ürünle aynı pazarda yer alabilmesi için bu ürünlerin tüketici gözünde nitelikleri, kullanım amaçları ve fiyatları bakımından benzer olmaları gerekmektedir.

Genel olarak, Amerikan harmanı ve Şark tipi sigaralar kıyaslandığında, içerik, kalite, kullanılan tütün, imaj, materyal ve fiyat bağlamında söz konusu sigaralar arasında önemli farklılıklar bulunduğu görülmektedir. Buna ek olarak,

Amerikan harmanı sigaraların kalite farkı nedeniyle, kullanıcılarda tüketici sadakati anlamında “ürün bağımlılığı” da yaratmakta olduğu dikkate alındığında iki ürün grubunun farklı pazarlarda yer aldığı söylenebilir. Ancak, başvuru konusu şikayet, satış noktalarında fiili münhasırlık yaratılarak, diğer teşebbüslerin standlarının söz konusu noktalara girmesinin engellendiği iddiası üzerine yoğunlaşmaktadır. Bu bağlamda, mevcut durumda sadece Amerikan harmanı sigara üreten/satan üç teşebbüs ile, Amerikan harmanına ek olarak, Şark tipi sigara alanında da faaliyeti bulunan TEKEL’in anılan durumdan etkilenebileceği açıktır. Ayrıca söz konusu uygulama, hangi tipte üretim yaparsa yapsın, pazara girmek isteyen diğer teşebbüsler bakımından da çeşitli sonuçlar doğuracağından, ilgili ürün pazarı, “sigara satışı pazarı” olarak belirlenmiştir.

1.2.3. İlgili Coğrafi Pazar

Coğrafi pazar belirlenirken, özellikle ilgili mal ve hizmetlerin özellikleri ile tüketici tercihleri bakımından giriş engellerinin, ilgili bölge ile komşu bölgeler arasında teşebbüslerin pazar payları veya mal ve hizmetlerin fiyatları bakımından hissedilir bir farklılığın varlığı gibi unsurlar dikkate alınmaktadır. Sigara ürünü açısından, yukarıda sayılan unsurlar bakımından, bölgesel bir farklılığın mevcut olmadığı göz önüne alınarak ilgili coğrafi pazar “Türkiye Cumhuriyeti Sınırları” olarak tespit edilmiştir.

1.3. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

1.3.1. Elde Edilen Bulgular

1.3.1.1. British American Tobacco Exports B.V. Merkezi Hollanda Amsterdam Türkiye İstanbul Şubesi (BAT)

Raportörlerce BAT'da yapılan yerinde incelemelerde aşağıda sunulan bilgi ve belgelere ulaşılmıştır:

- Düzey Pazarlama A.Ş. Grup Satış Yöneticisi tarafından gönderilen 26.3.2003 tarihli e-postada, *“PMI’in JTI ürünlerine puanlama başlatmasının yanında bizim stand taktığımız noktalara baskı uygulamaktadır. Stand takılan noktaya standı çıkarması karşılığında televizyon önermektedirler. 5 noktamız rafı çıkarma noktasındadır.”* ifadesi yer almaktadır.
- BAT İzmir Bölge Yöneticisi tarafından gönderilen 9.4.2003 tarihli e-postada, rakiplerle aralarındaki rekabet kastedilerek, *“Kimse bunun kazanması kolay bir çarpışma veya savaş olacağını söylemedi”* ifadesi kullanılmıştır.
- 30.9.2003 tarihli e-postadan, BAT tarafından da satış noktalarına promosyon olarak malzeme (televizyon, radyo gibi) verildiği anlaşılmaktadır.
- BAT Ankara Bölge Yöneticisi tarafından gönderilen 8.4.2003 tarihli e-postada, POP’larını söken rakip firmalara *“standlarını sökebileceğimiz şeklinde göz dağı verebiliriz”* ifadesi kullanılmıştır.
- BAT Ankara Bölge Yöneticisi tarafından gönderilen 8.5.2003 tarihli e-postada, *“PMI bazı ana satış noktalarıyla anlaşmamızı BAT ünitesinin yerine PMI ünitesi koymak için ne istediğini sorarak yok etmeye çalışmaktadır”* ifadesi yer almaktadır.

- Düzey Pazarlama A.Ş. Grup Satış Yöneticisi'ne gönderilen 26.12.2003 tarihli e-postada, PMSA'nın *"noktalarda bulunan çift katlı sergileme ünitelerimizi çıkarmaları durumunda puan artıracaklarını ifade ederek noktaları etkilemeye"* çalıştığı belirtilmiştir.
- 280 • Düzey Pazarlama A.Ş. Grup Satış Yöneticisi tarafından gönderilen 26.8.2002 tarihli e-postada, PMSA'nın *"yeni nokta tespitleri yaparak, tüm nokta içerisini kapsayan yenileme çalışmalarına alt yapı"* oluşturduğu bildirilmiştir.
- Düzey Pazarlama A.Ş. Grup Satış Yöneticisi tarafından gönderilen 25.4.2003 tarihli e-postada, *"ziyaret edilen tüm müşterilerden rakiplerimizin standının bulunup bulunmadığı (vardı-yoktu) bilgisi toplanacaktır."* ifadesi kullanılmıştır.
- "İstanbul Attack Planı Ağustos 2003" isimli sunuşta, rakip firmalara yönelik stratejiler ele alınmış, *"eğer tüm İstanbul'da çok ciddi olarak tepki vermek isterlerse ...ordumuzun gerçek çarpışma kapasitesini hepimiz göreceğiz!"* ifadesine yer verilmiştir.
- 290 • 26.12.2003 tarihli e-postada, *"PMI bizim stand koyduğumuz dolayısıyla onların standlarını almaları gereken bir noktadan standı geri çekmek için tutanak imzalatmaya çalışıyor."* ifadesi kullanılmıştır.
- 6.10.2003 tarihli e-postada, *"PMI + BAT Standı olan noktalarda PMI müşterileri puan kampanyası sonucu kazanılmış haklarını BAT standını çıkarmadıkları takdirde alamayacaklarını ve ziyaret sayılarını düşürecekleri konusunda tehdit etmektedir... PMI bu uygulamayı bölgemizde genelleştirmektedir. 2 noktaya daha bu şekilde tehditlerde bulunulmuştur."* ifadesi geçmekte, buna cevaben Ankara Bölge Yöneticisi gönderdiği
- 300 6.10.2003 tarihli e-postada, bu yaklaşımın yaygınlaşmaya başladığını belirterek, *"Ya standı sökmek ya da bizi raftan dışarı atmak gibi bir yaklaşımı agresif bir şekilde sergilemekte. Biz gerekirse atlas üniteyi çıkarması halinde kendi ünitemizi koyabileceğimizi ve puan karşılığı alacağı hediyeyi de fazlasıyla karşılamayı önermemize rağmen PMI'in ziyaret azaltma hediye vermeme gibi tehditleri etkili olmaktadır... Konuyla ilgili olarak satış noktalarındaki yerimizi garanti edebilmek için benzer bir kampanya uygulamakta fayda olacaktır diye düşünüyorum."* ifadesini kullanmıştır.
- Yapılan incelemede bulunan ve (.....)'le yapılacak şekilde hazırlanmış olan imzasız bir tutanakta, *"1.9.2003 tarihinde BAT ile akdetmiş olduğum raf ariyet sözleşmesini, iş yerimde rafı bulunan bir başka sigara firmasının, BAT'ye ait rafı işyerimden çıkarmadığım takdirde uygulamakta oldukları puan kampanyasından yararlanamayacağım ve işyerime ziyaret sayılarını düşüreceklerini bildirmiş olması nedeniyle tek taraflı olarak feshediyorum."*
- 310 ifadeleri geçmektedir.
- Ankara Bölge Yöneticisi tarafından gönderilen 15.12.2003 tarihli e-postada, *"Camel geçen haftanın ortasından itibaren büfe müşterilerimizi ziyaret edip Winston ve Camel renklerinde büfe yapımına başladıklarını bildirmeye başlamıştır. İzmir'de 4 adet büfenin yapımın gerçekleştirdiklerini ve Ankara'da da bu aktiviteyi 2004 itibariyle başlatacakları bilgisini piyasaya vermekteler. Bununla birlikte müşterilerimizde bulunan standlarımızı veya PMI standlarının da sökülmesi durumunda doğacak tüm kanuni zorunlulukları – tazminat vb- karşılayacakları garantisini vermekteler."* ifadelerine yer
- 320 verilmiştir.

• 15 Kasım 2003 Samsun Bölge BAT + Düzey Saha Çalışması'nda, "Rakiplerin (JTI ve PMI) kendi standları olan noktalarda diğer firma standlarının montajı durumunda müşteriyi mahkemeye vermek vb sorunlarla korkutması (çevre iller için geçerlidir)." ifadesi kullanılmıştır.

330 • 24.12.2003 tarihinde (.....) tarafından Bursa Bölge Yöneticisi (.....)'na, ondan da Batı Bölgeler Müdürü (.....)'e gönderilen Eskişehir raporunda, "... ciddi paralar harcayarak store decorationlar yapan ve bu noktalarda Bursa'dakinden daha fazla sayıda yeni ünitelerini kullanan JTI'nin noktalar üzerinde kendi ünitelerinin yanına rakibi sokmamak için ciddi baskısı var. Ayrıca JTI kendi ünitelerine mümkün olduğunca rakip ürünleri sokmamak için (özellikle dekorasyon yaptığı noktalarda) nokta sahiplerine press yapmaktadır..."

...
... bu bölgelerdeki TM noktalarının büyük kısmı henüz kısa bir zaman önce dekorasyon karşılığı sözleşme imzaladıklarından bu noktalarda yanlarına girmek, sadece 'yanlarına girmek' için ciddi bir maliyet oluşturduğundan ve rakibinde agresif tarzına cevap vermek, böylece noktalar üzerindeki baskısının çözümlenmesine yardımcı olması amacıyla şehirde bilinen, ses getirecek 4 nokta ile rakip üniteleri çıkarmak karşılığında anlaşılmıştır. Bunların 3'ünde rakip çıkarılarak installasyon yapılmıştır. Bunlar ve görüşmelerin devam ettiği diğer noktalardaki durum aşağıdadır;

340 (.....): ... JTI ünitesi yerine PALL MALL panel monte edilmiştir.
(.....): ... Nuktada dekorasyon yapılarak PMI atlası yerine PALL MALL panel konmuştur.

(.....): ... JTI dekorasyonu ve ünitesi çıkarılarak yerine BAT ünitesi monte edilmiş, dekorasyon yapılarak dış cephede overhead çalışması yapılmıştır.

350 (.....): ...PMI atlasının çıkması karşılığında anlaşılmış kısa bir süre sonra JÜPİTER XL montajı yapılacaktır." ifadeleri yer almaktadır.

• Ankara Bölge Müdürü'ne ait 21.7.2003 tarihli raporda, PMSA elemanlarının "... kendi standları olan büfelere eğer BAT ünitesi kullanırlarsa sigorta uygulamasını kaldırmakla" tehdit ettikleri belirtilmiştir. 14.7.2003 tarihli raporda, PMSA elemanlarının "PMI standı kurulu olan büfeleri, Viceroy overhead kurulması veya kurulmuş olan overheadin kaldırılmaması durumunda, yapılan sigortanın iptal edilmesi ile" tehdit ettikleri, henüz sigortası iptal edilen bir büfe bulunmadığı bildirilmiştir. 9.6.2003 tarihli raporda ise, "Bölgede stand takmadığımız PMI anlaşmalı büfelere standımızın takılmaması karşılığında bizim harcayacağımız bütçenin iki katını teklif ediyorlar." ifadesi kullanılmıştır.

360 I.3.1.2.Philip Morris Sabancı Pazarlama ve Satış A.Ş. (PMSA)

Raportörlerce PMSA'da yapılan yerinde incelemelerde aşağıda sunulan bilgi ve belgelere ulaşılmıştır:

370 • 15 Kasım 2003 tarihli e-postada, (.....) yetkilileriyle yapılan toplantı hakkında bilgi verilmiş; mevcut JTI raflarının yerine PMSA raflarını monte etmek istediklerini ilettikleri, bir sonraki görüşmede ise PMSA rafları verilene kadar JTI raflarının sökülmeyeceği belirtilmiştir.

• 5 Şubat 2003 tarihli e-postada, ellerinde olmaması nedeniyle (.....)'larda "JTI raflarını söküp yerine PM raflarının" montajının yapılamadığı ifade edilmiştir.

• 27 Haziran 2003 tarihli e-postada, (.....) JTI raflarının geri verileceğinin ve PMSA raflarının takılacağına, JTI'nin talebi olmasına rağmen raf taktırmadıklarının belirtildiği ifade edilmiştir.

380 • PMSA avukatının Rekabet Kurumu tarafından münhasırlığı teşvik ettiği için uygun görülmeyen (.....) anlaşmasının değiştirilmesi gerektiği görüşüne ilişkin olarak PMSA Satış Pazarlama Müdürü (.....) tarafından gönderilen 23 Haziran 2003 tarihli e-postada, bu anlaşmaların zincir mağazalar (key accounts) arasında "anlaşılmaya başlandığı, bu nedenle çok büyük bir kayıp olmadığı" belirtilmiştir.

• (.....)'in bilgisayarından alınan "Sorunlu Marketler" sunumunda, (..... ve) isimli marketler için "sadece PM raf kullanımının sağlanması" ifadesi kullanılmıştır.

390 • 27 Aralık 2003 tarihli e-postada, (.....) ile yapılan sözleşmelerin uygulanması konusunda sıkıntılar yaşandığı, JTI'nin (.....) ikinci ünite olarak girebildiği ve "arzu ettiği takdirde raf girmesinin doğal hakkı olduğu gibi argümanlarla PMSA'yı zor duruma düşürdüğü" ifade edilmiştir.

Yukarıdaki e-postaya istinaden (.....) tarafından gönderilen 29 Aralık 2003 tarihli e-postada, (.....) yaşanan problemler konusunda (.....) saha ekibinden destek alamadıkları, saha ekiplerinin sözleşme ile ilgili bilgilendirildiği, sözleşmenin ne amaçla imzalandığı ve ne beklediklerinin iletildiği belirtilmiştir.

400 • Benzin istasyonları ile yapılacak olan "Sigara Satış Rafı Yerleşim Sözleşmesi" örneğinin 7. maddesinde bayilerde satışa sunulan tüm sigaraların PMSA tarafından verilen sigara satış rafında teşhir edileceği, benzin istasyonu şirketinin, bayilerinde rakip teşebbüslerin satış rafının kullanılması ve bulundurulması konusunda sözleşme akdetmeyeceği ifade edilmiştir.

410 • 12.1.2004 tarihinde yapılan görüşmede (.....) sahibi, Philip Morris ile 3 yıl önce stand sözleşmesi imzaladığını, yaklaşık 6 ay önce dükkanına BAT firmasına ait standın da yerleştirilmesinden 2 ay sonra Philip Morris'ten Hedef Programı'ndan çıkarıldığına dair bir yazı gönderildiğini, bu nedenle puanlama sistemine göre alması gereken bilgisayarı vermediklerini, ayrıca sigorta kapsamından da çıkarıldığını ifade etmiştir. Ayrıca BAT firmasının da kendi standından başka stand bulunmaması halinde (.....) USD, başka standın yanısıra kendi standlarının da takılması halinde (.....) USD teklif ettiklerini eklemiştir. İşletme sahibinin sözünü ettiği 11.11.2003 tarihinde teslim aldığı yazıda, Hedef Programı kapsamında birtakım esaslara uyulması gerektiği, kendisinin bu esaslara uymaması nedeniyle Hedef Programı'ndan çıkarıldığı ve (.....) teminatının sona erdiği bildirilmiştir.

420 • 12.1.2004 tarihinde yapılan görüşmede (.....) yetkilisi, dükkanına PMSA standının yanısıra BAT standını da koyduktan sonra, Philip Morris'in kendisine ait standın görüntüsünün engellendiği gerekçesiyle BAT standının kaldırılmaması halinde puanlama sistemine göre vermeleri gereken televizyonu vermeyeceklerini belirttiklerini, nitekim hediyein verilmediğini ve sigortanın iptal edildiğini ifade etmiştir. (.....) yetkilisi, BAT standını kasa üzerine monte etmesinin nedenini duvardayken ürünlerin çalınma tehlikesinin bulunması olarak açıklamıştır.

• JTI tarafından temin edilen ve PMSA standı bulunan (.....) ve (.....) isimli satış noktalarına gönderilen yazılarda da, birtakım

esaslara uymadıkları için Hedef Programı'ndan çıkarıldıkları ve bu çerçevede (.....) teminatının sona erdiği ifade edilmiştir. JTI, (.....)'e Aralık 2003'te JTI standı takılması üzerine, (.....)'e ise yine Aralık 2003'te BAT standı takılması üzerine sırasıyla 29 Aralık 2003 ve 25 Aralık 2003 tarihlerinde gönderildiğini belirtmektedir.

430 • 15.1.2004 tarihinde yapılan görüşmede (.....) yetkilisi, 2003 yılının Ekim ayında Philip Morris ile stand sözleşmesi imzaladıklarını ve dükkanının dekore edildiğini, ayrıca bedelsiz sigara verilmesi konusunda anlaştıklarını, PMSA standının yanına BAT standının takılması üzerine bedelsiz sigaranın verilmediğini, sigortadan ve Hedef Programı'ndan çıkarıldığını belirtmiştir. Bunun üzerine PMSA standını çıkaran (.....) yetkilisi, yerine JTI standını koyduğunu, daha sonra PMSA tarafından 6 gün olan ziyaret sayısının 2 güne düşürüldüğünü ve PMSA standının çıkarılması nedeniyle 440 13.1.2004 tarihinde ihtarname çekildiğini ifade etmiştir. Nitekim PMSA çalışanlarının 20 Aralık 2003, 5 Ocak 2004 ve 7 Ocak 2004 tarihli yazışmalarında, sözkonusu bayiinin PMSA rafı takılırken belirtilen bedelsiz ürün verilmeden PMSA standını tekrar takmayacağını, Philip Morris'e kırgın olduğu için JTI standını taktığını beyan ettiği ifade edilmiştir.

• 21.10.2003 tarihli Merchandising Yorum Raporunda PMSA Tanzim Teşhir Sorumlusu, BAT'nin önemli noktalardaki PMSA bayilerine PMSA ünitelerini kaldırmaları ve kendi raflarını monte etmesi karşılığında çeşitli eşya ve komple tadilat önerdiklerini, (.....) unvanlı bayiden PMSA standını sökerek komple tadilat yaptırdıklarını rapor etmiştir. 27.10.2003 tarihli raporunda da PMSA Tanzim Teşhir Sorumlusu, JTI'nin PMSA standlı (Atlas üniteli) bayilere elektronik eşya teklif ettiğini, diğer yandan BAT tarafından iki bayiden Atlas ünitesi sökülerek komple tadilat yapıldığını bildirmiştir. Yine 450 29.12.2003 tarihli raporunda da, rakiplerin bayilere sunduğu avantajları ve teklifleri arttırması sonucunda Atlas üniteli bayilerle sorunlar yaşandığını belirtmiştir.

• 20.10.2003 tarihli Merchandising Yorum Raporunda PMSA Tanzim Teşhir Sorumlusu, BAT'nin komple dekorasyonunu yaptırarak PMSA standını çıkardıkları bir bayi ile görüşülerek ikinci raf olarak PMSA standını koymak üzere anlaşıldığını, ancak bayiin BAT ile yaptığı görüşmede başka raf konduğu takdirde tüm tadilat masrafının geri alınacağını bildirildiğini rapor etmiştir.

• 3.11.2003 tarihli Merchandising Yorum Raporunda PMSA Tanzim Teşhir Sorumlusu, JTI'nin PMSA bayilerine Atlas ünitelerinin çıkarılması karşılığı tadilat önerdiğini, bir başka satış noktasına yanına başka bir firma rafı takılabilir koşuluyla kendi standlarını takmayı teklif ettiğini, diğer yandan BAT'nin Atlas ünitesinin yanına kendi standını takması karşılığı (.....) USD önerdiğini, muhtelif bayilere "rekabete aykırı olduğunu düşündüğü bir şekilde" PMSA rafının çıkarılması için teklifte bulunduğunu bildirmiştir.

• 10.11.2003 tarihli Merchandising Yorum Raporunda PMSA Tanzim Teşhir Sorumlusu (.....), JTI'nin Atlas üniteli bayilere PMSA raflarının sökülmesi karşılığında komple dükkan tadilatı, yanına koymak kaydıyla hediye teklif ettiğini; BAT tarafından da teklifler arttırılarak "Atlas rafın sökülmesi karşılığı 470 yüksek bedeller önerilirken, Atlas rafın yanına raf takmak için de ciddi teklifler sunulduğunu" ifade etmiştir.

• 11.11.2003 tarihli Merchandising Yorum Raporunda PMSA Tanzim Teşhir Sorumlusu, Atlas raflarının yanına küçük üniteleriyle girmeye çalışan JTI satış

ekibinin başarılı olmaya başladığını ve bayi ile sürtüşmelere yol açtığını belirtmiş; yüksek rakamlı öneriler karşısında *“bayilere TP (Trade Program) mantığı, PM'den kazandıkları ve kazanacakları, sözleşme yükümlülüklerini”* anlattıklarını ifade etmiştir.

- 8.12.2003 tarihli Merchandising Yorum Raporunda PMSA Tanzim Teşhir Sorumlusu, BAT ve JTI'nın Atlas üniteli bayilere artan baskıları ve yüksek teklifler karşısında bayilerin beklentilerinin arttığını ve saha ekiplerinin bu durumdan sıkıntı duyduğunu, rakiplerin ihtarnamelerin gecikmesini sözleşmelerin geçersiz olduğu yönünde kullandığını belirtmiştir. 22.12.2003 tarihli raporunda da PMSA Tanzim Teşhir Sorumlusu, artan rakip baskılarından söz etmiştir.
- 29.1.2002 tarihli e-postada, Edirne-Kırklareli bölgesinde JTI elemanlarının PMSA rafını sökme konusunda bayilere teklifte bulunduğu belirtilmiştir.
- 1.4.2002 tarihinde gönderilen e-postada, BAT ekibinin Atlas raf sözleşmesinde tespit edilen açık bir noktayı kullanarak Philip Morris'in sözleşmeleri tek taraflı olarak feshetmesini sağlayacağı yönünde duyular iletilmiştir.
- 13.5.2002 tarihli e-postada yer alan yazıda hem PMSA hem de JTI rafı bulunan bir bayide karşılaşılan JTI bölge müdürünün bayi ile yapılacak Atlas sözleşmesi üzerine JTI raflarının sökülemeyeceğini, aksi takdirde mahkemelik olacaklarını belirttiğini ifade etmiştir.
- 27.6.2002 tarihli e-postada, 3.6.2002 tarihinde montajına başlanan Atlas raflarından JTI'nın rahatsız olduğu, bayilerden sökülen raflarını tekrar monte etmek için çalıştığı, satış temsilcilerinin monte edilen JTI raflarını söktüğü belirtilmiştir.
- 7.8.2002 tarihli e-postada, Atlas rafının yanına JTI raf takma karşılığında hediye teklifinde bulunduğu, bayi ikna edilerek JTI rafının söküldüğü ifade edilmiştir.
- PMSA Satış Pazarlama Müdürü tarafından gönderilen 29.8.2002 tarihli e-postada, Rekabet Kurumu'nun raf sözleşmesindeki stand münhasırlığını uygun bulmadığı, bu nedenle ek protokol düzenleneceği, bu noktada Trade Program'ın devreye girdiği, bayilere programın anlatılarak *“programa dahil olmak istiyorlarsa o zaman (Philip Morris'i) tek raf olarak bulunduracakları”* belirtilmiştir.
- 9.9.2002 tarihli PMSA ekibine gönderilmesi düşünülen yazı hakkında yetkililerin önerileri istenmiş, şirket avukatı yazıda kullanılan *“bir süre JTI rafını takmasına göz yumabiliriz”* ifadesinin kanuna ve usule uygun olmadığını, başka raf takmanın bayiin kendi inisiyatifinde olduğunu belirtmiştir. Bunun üzerine PMSA Satış Pazarlama Müdürü, söz konusu cümlenin yerine kullanılacak ifadede *“bayiler (saha) “münhasırlığın kaybedildiğini” bilmediği için”* dikkatli olunması gerektiğini ifade etmiştir.
- PMSA Tanzim Teşhir Sorumlusu tarafından gönderilen 7.10.2002 tarihli e-postada, JTI tarafından tadilatı yapılarak Atlas rafının sökülen bir bayi örnek gösteren başka bir bayiin de Atlas rafını JTI tarafından söküldüğü belirtilerek şirket avukatından hukuki işlem başlatılması istenmiştir. PMSA Satış Pazarlama Müdürü, ariyet sözleşmesindeki *“rafın yeri değiştirilemez ve sökülemez”* maddesinin Rekabet Kurumu'na göre problem teşkil etmediğini belirterek şirket avukatından bayilerde tespit yapılmasını rica etmiştir.

- 18.11.2002 tarihli e-postada, BAT'nin pilot bölge seçtiği İzmir Karşıyaka'da sözleşme yaptıkları bayiden PMSA ve JTI raflarını söktüğü, bir bayide de JTI rafının yanına kendi rafını monte ettiği rapor edilmiştir. Ayrıca, 7.1.2003 tarihli e-postada BAT'nin Atlas ünitesinin yanına raf koyma çalışmalarından söz edilmiştir. Yine PMSA Tanzim Teşhir Sorumlusu 24.12.2003 ve 14.1.2003 tarihli e-postalarda, JTI'nin Atlas rafı ve rafsız bayilere komple dükkan tadilatı uyguladığını, BAT'nin Atlas rafı yanına montajın yanı sıra önemli noktadaki bayilere Atlas rafını sökmeleri halinde komple tadilat önerdiğini belirtmiştir.
- 530 • 26.5.2003 tarihli ve Tadilat onay talebi konulu e-postada, devralınan bir bayide bulunan JTI ünitesinin çıkarılarak PMSA rafının monte edilmesi onaya sunulmuştur.
- 11.11.2003 tarihli e-postada, bir (.....) Atlas rafını sökerek JTI rafını, bir (.....) da Atlas rafını sökerek BAT rafını taktığı yasal takibin başlatılması için bildirilmiştir. PMSA Zincir Mağazalar Pazarlama Müdürü, (.....) ve (.....)'ten söz konusu şirketlerin yetkililerine bu noktalarla "normal IRM sözleşmesi" yapıldığını ve bu noktalar için (.....) USD ceza-i şart uygulanacağını hatırlatmalarını istemiştir.
- 540 • PMSA çalışanları tarafından gönderilen 8.12.2003, 9.12.2003, 16.12.2003 ve 6.1.2004 tarihli e-postalarda, JTI'nin çeşitli bayilerde Atlas rafını sökerek kendi rafını monte ettiği ya da dükkana komple tadilat yaptırdığı belirtilmiştir. Bunlardan 9.12.2003 tarihli e-postada, bayiin komple dükkan tadilatı yapılırken JTI'nin sadece kendi rafının bulunması şartını ileri sürdüğünü beyan ettiği ifade edilmiştir.
- PMSA çalışanları tarafından gönderilen 9.12.2003, 16.12.2003 ve 2.1.2004 tarihli e-postalarda, BAT'nin çeşitli bayilerde Atlas ünitelerini sökerek kendi rafını taktığı belirtilmiştir. 28.11.2003 tarihli e-postada ise, BAT'nin bir bayie Atlas rafı sökmesi için baskıda bulunduğu, bayiin sökmemesi üzerine teklifini yükselterek Atlas rafın yanına kendi rafını taktığı ifade edilmiştir.
- 550 • PMSA Tanzim Teşhir Şefi tarafından gönderilen 6.1.2004 tarihli e-postada, Atlas ünitesi bulunan bir bayinin dükkanında tadilat yaptıracağı için üniteyi emaneten geri verdiği, ertesi gün gidildiğinde dükkanın BAT tarafından komple dekore edilerek BAT rafının takıldığı tespit edildiği, rakip girişimlerin diğer bayilere örnek olacağı belirtilerek, "*Atlas bayilerimiz de bizim yaptırım gücümüze göre hareket edeceklerini ima etmektedirler. Diğer bayilerin önünü kesmek ve daha önce de kiracı olduğu büfede rafımızı çıkarmaya çalışan bayinin bu girişimlere karşılık frekansında yeni düzenlemeler yapılması...*" ifadesi kullanılmıştır.
- PMSA çalışanları tarafından gönderilen 4.11.2003 ve 9.1.2004 tarihli e-posta iletilerinde, BAT rafı takarak Atlas ünitesinin görüntüsünü engelleyen bir bayie (.....) ihtarname çekildiği ve bayiin BAT rafını Atlas ünitesinin görüntüsünü engellemeyecek şekilde yana kaydıracağı, bu nedenle yasal işlemin durdurulduğu belirtilmiştir. Diğer yandan Atlas rafını sökerek BAT rafı takan iki bayie (.....ve) karşı yasal işlem başlatılması istenmektedir. 16.10.2003 tarihli e-postada, yasal işlem yapılacak ve ihtarname çekilecek bayiler için işleyişin nasıl olduğu açıklanmış ve sözleşme hükümlerine uyulmaması başlığı altında rafın sökülmesi, rafın yerinin değiştirilmesi, rafın görüntüsünün engellenmesi, rafın PMSA standartlarına uygun olarak kullanılmaması, rafın kaybedilmesi ya da rafa kasti hasar verilmesi sayılmıştır. Yazının sonunda "*Görüntümüzü engellemeyen ve belirli*
- 570

bir mesafede kullanılan rakip raf, sözleşmeye aykırılık oluşturmaz” ifadesi kullanılmıştır.

• 8.10.2003 tarihli e-postada yer verilen ve PMSA Satış Pazarlama Müdürünün ağzından yazılan yazıda, Atlas bayilerini hedef alan rakiplerin (JTI ve BAT) yüksek miktarları bulan tekliflerde bulunduğu, bazı bayilerin kısa vadeli kazanç uğruna PMSA sözleşmelerini hiçe sayarak Atlas rafını çıkarıp rakip raf taktığı konusuna ilişkin olarak, *“rakip ne teklif ederse etsin, bu noktaların kaybedilmemesi için gerekenin yapılacağıının bilinmesini isterim.”* ifadesine yer verilmiştir.

580 • 26.9.2002 tarihli e-postada İzmit ve Sakarya bölgelerinde faaliyet gösteren üniversite kantinlerini ziyaret eden JTI ekibinin Rekabet Kurulu kararından söz ederek bu bayilere anlaşma teklifinde bulunduğu ve PM ile çalışmaya devam etmelerinin kendileri açısından bir sakıncası olmadığını dile getirdiği, İzmit’teki bir kantine (.....) USD teklif ederek rafların yanyana monte edilebileceğini ifade ettiği belirtilmiştir.

I.3.2. Değerlendirme

I.3.2.1.Kurul’un Sigara Satış Stand Sözleşmeleri ile İlgili Kararları

590

Sigara stand sözleşmeleriyle ilgili Kurul kararlarının ve yapılan incelemelerin genel olarak ele alınması, söz konusu şikayet kapsamında teşebbüslerin uygulamalarının daha doğru ve tutarlı bir biçimde değerlendirilmesini sağlayacaktır.

600

JTI, satış noktalarıyla yapmış olduğu sigara stand sözleşmelerine ilişkin 5.4.2002 tarihinde Kurumumuza muafiyet başvurusunda bulunmuştur. 28.5.2002 tarih ve 02-32/368-154 sayılı Kurul kararında; sözleşmeye *“içerdiği rekabet kısıtlamaları dolayısıyla menfi tespit verilemeyeceğine, anlaşma konusu ürünlerin dağıtımında iyileşme sağlamakla birlikte, rekabetin zorunlu olandan fazla kısıtlanmasına yol açması ve pazara giriş engeli yaratabilecek nitelikte olması nedeniyle söz konusu anlaşmaya bireysel muafiyet de tanınamayacağı* belirtilmiştir.

610

Kurul kararında; sözleşmede yer alan *“...Saticı, yukarıda 1. maddede yazılı amacın ve taahhütlerin ihlal edilmemesi bakımından, işyerinde satışı arz olunan sigaraların bulundurulması veya satışı arz edilmesi için herhangi bir diğer raf ünitesi veya ünitelerini ya da bu amaca yönelik herhangi bir diğer üniteyi işyerinde bulunduramaz veya bu konuda taahhüt altına giremez. Ancak JTI’in uygun görüp yazılı onay vermesi durumunda, başka bir raf ünitesi veya ünitelerini ya da bu amaca yönelik herhangi bir diğer üniteyi işyerinde bulundurabilir.”* şeklindeki sözleşme hükmünün, *“ilgili iş yerinde diğer sağlayıcılara ait raf ünitesinin ya da ünitelerinin bulundurulabilmesinin herhangi bir şarta bağlı kalmaksızın mümkün kılınması ve JTI’a ait ünitelerin kullandırılmaması hükmünün ise yalnızca ayrı raf ünitesi bulunduran sağlayıcılar bakımından geçerli olacak şekilde yeniden düzenlenmesi halinde söz konusu anlaşmaya menfi tespit belgesi verileceği”* belirtilmiştir.

620

JTI, sözleşmenin stand münhasırlığına yol açan ilgili maddesini şu şekilde değiştirmiştir:

“Satıcı, işyerinde satışa arz olunan sigaraların bulundurulması veya satışa arz edilmesi için başka raf ünitesi veya ünitelerini ya da bu amaca yönelik herhangi bir diğer üniteyi işyerinde bulundurabilir. Satıcı'nın herhangi bir diğer raf ünitelerini veya bu amaca yönelik herhangi bir diğer üniteyi işyerinde bulundurması halinde, JTI, sözleşme konusu raf ünitelerinde, diğer raf ünitelerini Satıcı'ya sağlayan firmanın ürünlerinin sergilenmemesini tercih edebilir. Satıcı, JTI tercihinin uygun davranmayı kabul ve taahhüt eder.”

- 630 Aynı kararda, giriş engeli yaratabilecek nitelikte olan bu tür anlaşmaların sektörde var olduğunun bilinmesi nedeniyle aynı incelemenin Tütün, Tütün Mamulleri, Tuz ve Alkol İşletmeleri (TEKEL) Genel Müdürlüğü ve PMSA'nın anlaşmaları bakımından da yapılması kararlaştırılmıştır.

25.7.2002 tarih ve 02-45/533-221 sayılı Kurul kararı gereğince, elde edilen bilgiler çerçevesinde TEKEL hakkında herhangi bir işlem yapılmasına gerek olmadığına karar verilmiştir.

Söz konusu kararda PMSA'nın;

640

a) Bakkal ve marketlerle yaptığı anlaşmalarda yer alan, *“... Satıcı, satış noktasında sigaraların sergilenmesi için herhangi bir başka raf ünitesi monte edilmesi hususunda üçüncü kişilerle sözleşme yapamaz, taahhüt altına giremez.”*,

b) Hipermarketlerle yaptığı sözleşmelerde yer alan, *“Alıcı, bu sözleşme süresince ... diğer sigara markalarına ait teşhir malzemelerini mağazalarında kullanamaz.”*,

650

c) Restoran, bar, kafe gibi işletmelerle yaptığı anlaşmalarda yer alan, *“...İşletmeci, işletmesinde sigaraların teşhiri için herhangi bir başka satış ünitesi yerleştirilmesi hususunda üçüncü kişilerle sözleşme yapmayacağını, taahhüt altına girmeyeceğini kabul, beyan ve taahhüt eder.”*

hükümlerinin, *“sigara satış noktasının rakip sağlayıcılarla benzer raf ünitesi anlaşmaları yapmasını ve/veya rakip teşebbüslere ait bu gibi üniteleri bulundurmasını engelleyici”* nitelikte olduğundan sözleşmeden çıkarılmasına karar verilmiştir.

660

PMSA, anılan karar gereği münhasırlık oluşturan sözleşme hükümlerini kaldırmış, bunların yerine PMSA standının iki ya da üç metre yakınına rakip bir sigara standının konmamasını içeren maddeler koymuştur. İç hacmi görece küçük olan büfe, bakkal ve market gibi satış noktalarında, anılan hükümlerin “fiili münhasırlığa” yol açmasının muhtemel olduğu raportörlerce PMSA temsilcilerine ifade edilmiştir. Bu doğrultuda PMSA tarafından Kurumumuza yapılan 30.9.2002 tarih ve 4276 sayılı ek bildirimde, fiili münhasırlık yaratmaya müsait hükümlerin sözleşme metninden çıkartıldığı belirtilmiş, bunun üzerine Kurul, 11.10.2002 tarih ve 02-62/775-MB sayılı kararı ile sözleşmelere menfi tespit belgesi verilebileceğini onaylamıştır.

670

Yukarıda değinilen anlaşmalardan farklı olarak PMSA, hipermarket, süpermarket ve benzin istasyonlarında kullanılmak üzere vereceği sigara satış raf ünitelerine ilişkin imzalanmış ve ileride imzalanması düşünülen sözleşmeler için 18.4.2003 tarihinde Kurumumuza başvurarak menfi tespit belgesi verilmesi talebinde bulunmuştur.

12.6.2003 tarih ve 03-42/464-203 sayılı Kurul kararında, PMSA'nın yaptığı sözleşmelerde yer alan;

- 680 • “(A)...ALICI'ya sözleşme süresinin her 1 (bir) yılı için SATICI aşağıda belirtilen tarihlerde **KDV dahil \$(.....) (.....) Amerikan Doları miktarındaki meblağı** vermeyi kabul eder. Bu A bendinde öngörülen bedel, Mağazalardaki sigara raf ünitesi için ayrılmış olan tüm alanların SATICI'ya ait raf üniteleri ile dekore edileceği düşünülerek belirlenmiştir....”
- 690 • “(B) ...Eğer Mağazalarda sigara satış rafları için ayrılmış alanın ikinci bir kişi veya şirket ile paylaşılması durumu sözkonusu olursa, bedel, işbu maddenin (A) bendinde belirtilen toplam bedellerinin %50'si oranında, bu alanın üçüncü bir kişi veya şirket ile paylaşılması halinde %33'ü, üçten fazla kişi veya şirket ile paylaşılması halinde ise %25'i oranında hesaplanarak ödenecektir...”

maddelerinde sağlanan nakdi avantajların münhasırlığı teşvik edici özelliğinin bulunması, diğer bir deyişle fiili münhasırlığa yol açabilecek olması nedeniyle, ilgili hükmün sözleşmeden çıkarılmasına karar verilmiştir.

Yukarıda ele alınan dört Kurul kararı incelendiğinde;

- 700 a) Sigara satış standlarında münhasırlığa hiç bir şekilde izin verilmediği,
b) Sonuçları itibarıyla “fiili münhasırlığa” sebep olabilecek gerek zorlayıcı gerekse de teşvik edici maddelerin kabul edilmediği

anlaşılmaktadır.

I.3.2.2. Sözleşmelerin Niteliği

710 Sigara firmalarının satış noktalarıyla imzaladığı sözleşmelerin yapısının ele alınması rekabet ihlalinin olup olmadığını irdeleyebilmek açısından önem taşımaktadır. Her üç firmanın imzaladığı sözleşme de *sigara satışını* değil, sigara standlarının teslimini içeren ariyet sözleşmesidir. Sektörün yapısı gereği sigaralar satış noktalarına -genel olarak- firmalar tarafından değil, dağıtıcılar tarafından satılmakta, ödeme ise satış sırasında nakit olarak yapılmaktadır. Bu bağlamda sigara firmaları satış noktalarıyla *sigara satışına* yönelik her hangi bir sözleşme yapmamakta, sadece sigaraların teşhiri için kullanılacak *sigara standlarını satış noktasına bırakmayı* içeren anlaşmalar imzalamaktadır.

720 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin 2. maddesi, grup muafiyetinin kapsamını, “*üretim veya dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren iki veya daha fazla teşebbüs arasında belirli mal veya hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımı amacıyla yapılan*

anlaşmalar” olarak belirlemiştir. Sigara firmalarının satış noktalarıyla yaptıkları ariyet sözleşmesi sigaranın *alımını, satımını ya da yeniden satımını hiç bir şekilde içermediği*, sadece sigara standının satış noktasındaki yerini, muhafazasını ve kullanımını kapsadığından söz konusu sözleşmeler hiçbir tereddüt ve şüpheye yer bırakmayacak şekilde 2002/2 sayılı Tebliğ’in kapsamına girmemektedir.

730 Tütün Mamülleri, Alkol ve Alkollü İçkilerin Toptan ve Perakende Satışı ile Satış Belgelerine İlişkin Yönetmelik’in Satış Yerlerine Ait Şartlar başlıklı 13. maddesinin beşinci fıkrası gereğince, satış noktaları her türlü sigara ürününü bulundurmamak ve bunların adil teşhirini sağlamakla yükümlüdürler. Dolayısıyla satış noktalarında tüm sigara markaları yer almaktadır. Ancak yukarıda da değinildiği gibi, incelemeye konu olan şikayet *sigara satışındaki münhasırlık değil, sigara standındaki münhasırlıktır*. Standı bırakan firmanın standın üst raflarında sigara markalarını teşhir edebilmesinden dolayı, sigara standlarında olası bir münhasırlık satış miktarlarını artırmakta, bu sebeple firmalar için çok büyük önem taşımaktadır. Nitekim bu durumu teyit edici nitelikte, PMSA Satış Pazarlama Müdürüne gönderilen e-postada, önemli satış noktalarının bölge 740 müdürlüklerince belirlenmesi ve bu noktalarda standlarının çıkarılmaması için “rakip ne teklif ederse etsin” gerekenin yapılacağı belirtilmektedir. Yerinde incelemede bulunan belgelerde de, firmaların satış noktalarında standlarının bulunması için *(.....) \$’a* kadar para ödemeleri yaptıkları anlaşılmaktadır. Sektörde stand için ciddi miktarda ödemelerin yapılması, stand vasıtasıyla firmaların satış miktarlarını artırabildiklerini göstermektedir.

Konunun ne kadarının Rekabet Kanunu kapsamında, ne kadarının 4207 sayılı Tütün Mamüllerinin Zararlarının Önlenmesine Dair Kanun’un kapsamında olduğu da ayrı bir önem arz etmektedir. Tütün Kurulu tarafından Kurumumuza gönderilen 28.8.2002 tarihli yazıda; 4207 sayılı Kanun’a atıfta bulunularak, 750 *“bakkallar ve bayilerde, üzerinde sigara markalarını veya alametlerini veya bunu çağrıştıran renk ve işaretlerini taşıyan sigara rafları, ürün reklamı niteliğinde olduğundan”* yasaya aykırılık teşkil ettiği belirtilmektedir. Tütün Üst Kurulu Hukuk Müşavirliği ile yapılan görüşmelerde de bu durum teyit edilmiş, ancak reklam yasağı net olarak uygulansa bile firmaların münhasır olarak kendi standlarının bulunmasını istedikleri, bu sayede üst raflara kendi markalarını koyarak satışını artırmayı hedefledikleri belirtilmiş, bu sebeple konunun 4207 sayılı Kanun açısından ele alınmasının doğru olmadığı ifade edilmiştir. Dolayısıyla stand münhasırlığına yönelik faaliyetlerin (dekorasyon yaparak başka standın girmesini engelleme, para karşılığı rakip standı 760 çıkarttırma vb.) 4054 sayılı Kanun kapsamında değerlendirilmesi gerekmiştir.

1.3.2.3.Satış Noktalarındaki Fiili Münhasırlık Şikayeti

Sigara pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin stand politikalarının, Kurul’un konu hakkında almış olduğu kararlar baz alınarak, iki dönem halinde değerlendirilmiştir. Bu hususta ilk karar, JTI’nin stand sözleşmelerine ilişkin yaptığı muafiyet başvurusu sonucu 28.5.2002 tarih ve 02-32/368-154 sayı ile alınmış, benzer bir inceleme Philip Morris’e ait sözleşmeler üzerinde de yapılarak 25.7.2002 tarih ve 02-45/533-221 sayılı karar ile stand münhasırlığı

770 sağlanmasına ilişkin hükümlerin sözleşmelerden çıkarılması hükme bağlanmıştır.

Elde Edilen Bulgular bölümünde yer verilen belgelerden, stand sözleşmelerine ilişkin ilk Kurul kararlarının alınmış olduğu yukarıdaki tarihlerden önceki döneme ait olanlar, pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerin bu dönemde halihazırda sigara standı bulunduran noktalara ikinci stand olarak girmek veya rakip teşebbüslere ait standları noktalardan çıkarmak yönünde çalışmaları olduğunu ortaya koymaktadır.

780 Kurul'un sözleşmelerde, doğrudan stand münhasırlığına yol açan hükümlere yahut fiili münhasırlığa yol açabilecek nitelikteki teşvik unsurlarına izin verilemeyeceği yönündeki kararlarından sonra da pazardaki teşebbüslerin benzer uygulamalarına devam ettiği anlaşılmaktadır. Nitekim Elde Edilen Bulgular bölümünde sunulan ve Kurul kararlarından sonraki döneme ait olan belgeler içinde, özellikle rakip teşebbüslere ait standların sökülmesi uygulamalarına işaret eden yazışmalar büyük yer kaplamaktadır. Buna ek olarak, Kurul'un stand münhasırlığına izin vermediği kararlarının Philip Morris tarafından bayilere bildirilmediği ve bu nedenle yeni düzenlemelerinde bayilerin bu konuda "henüz" bilgi sahibi olmamalarından hareketle dikkatli
790 olunması gerektiği yönündeki ifadelerin de yazışmalar arasında bulunduğu gözönüne alınmalıdır.

Söz konusu yazışmalardan, teşebbüslerin rakiplere ait standları sökerek yerlerine kendi standlarını koyma yahut yanlarına ikinci stand olarak yerleştirilmiş olanları sökerek noktada tek başlarına yer alma yolunda hareket ettikleri anlaşılmaktadır. Öyle ki, bir teşebbüse ait POP materyallerinin (fiyat listesi gibi) söküldüğü durumlarda rakip standının sökülebileceği, bir tehdit unsuru olarak dahi algılanabilmektedir. Rakip standların sökülmesi çalışmalarına ek olarak, teşebbüsler standlarının yer aldığı noktalara başka standların girmesini engellemek, diğer bir deyişle noktalardaki münhasır varlıklarını korumak saikiyle de hareket edebilmektedirler.
800

Ancak belirtmek gerekir ki, satış noktaları bazında yapılan incelemelerde özellikle fiziki açıdan engelin bulunmadığı, diğer bir deyişle belirli bir öneme sahip pek çok noktada, farklı teşebbüslere ait standların bulunabildiği ve bu durumun işletmeci ile stand sahipleri arasında herhangi bir soruna yol açmadığı görülmüştür. Ayrıca, yukarıda yer verilen yazışmalar arasında halihazırda rakip standın bulunduğu bir noktaya ikinci stand olarak girme çalışmalarına ve Rekabet Kurulu kararlarına paralel olarak başka bir standın da noktada yer alabileceğine ilişkin ifadeler bulunmaktadır.
810

Teşebbüslerin satış noktalarını ikna etmek amacıyla çeşitli enstrümanlar kullandığı dosya mevcudu bilgi ve belgeden anlaşılmıştır. Bunlardan biri, satış noktalarına yüksek meblağlarda nakit ödemeleri yapmak şeklindedir. Bu tür bir uygulama JTI ve Philip Morris için de geçerli olmakla birlikte, son dönemde agresif bir penetrasyon stratejisi güden BAT'ın uygulamalarına bakıldığında, ikinci stand olarak girilecek noktalara teklif edilen meblağlar rakip standı çıkarma amacı söz konusu olduğunda yüksek oranda arttırılmaktadır. Denilebilir ki, nakit ödemelere ilişkin uygulamalar özellikle BAT'ın noktalara

820 ilişkin aktivitelerini yoğunlaştırmasıyla birlikte pazarın rutin bir uygulaması haline gelmiştir.

Teşebbüslerin başvurduğu bir diğer önemli enstrüman teşvik programlarıdır. Bu noktada da Philip Morris'in 2002 yılının ilk yarısında Atlas standlarının satış noktalarına yerleştirilmeye başlanması ile birlikte ağırlık kazanan Hedef Programı (*Trade Program*), teşvik programlarına en iyi örneği teşkil etmektedir. Bu programa ve paralelinde yürütülen destek programlarına göre, "bulunabilirlik, görünebilirlik ve raf besleme" gibi objektif sayılabilecek kriterlere göre satış noktalarına belirli bir puan verilmektedir. Noktalar bu şekilde topladıkları puanların karşılığında genellikle kişisel faydalarına yönelik bilgisayar, televizyon gibi bazı hediyeleri almaya hak kazanmaktadırlar. Ancak, satış noktalarında düzenlenen tutanaklarda görülmektedir ki, bu programın uygulanması rakip sigara standlarının da noktaya yerleştirilmesi durumunda o nokta için durdurulmakta ve hak edilen hediyelerin işletmelere verilmesinden imtina edilmektedir. Rakip standın sökülmesi durumunda verilecek puanın arttırılacağı da ifade edilebilmektedir. Dolayısıyla, Hedef Programı kapsamında "rakip standın bulundurulmaması" bir kriter olarak ortaya çıkmıştır. Benzer şekilde, nokta ile anlaşma doğrultusunda taahhüt edilen bedelsiz ürün temininin gerçekleştirilmemiş olması da 15.1.2004 tarihli tutanak ile sabittir.

Philip Morris, yine bir teşvik programı olarak, satış noktasındaki sigara ürünlerinin (.....) tarafından sigortalanmasını da sağlamaktadır. Ancak benzer bir şekilde işyerlerine Atlas standının yanı sıra diğer teşebbüslere ait sigara standını da yerleştiren satış noktalarının (.....) teminatları da iptal ettirilmektedir. Dolayısıyla, bu yolla rakip standların girişi yönünde fiili bir engel yaratılmaya çalışılmaktadır.

Ayrıca, yukarıdaki şekilde Hedef Programından çıkartılma ve sigorta teminatlarının iptali için noktalara sözlü iletilen gerekçelerden biri de sonradan yerleştirilen rakip standın Philip Morris standının görüntüsünü engellediği yönündedir. Bu husus sigara standlarına ilişkin noktalarda imzalanan sözleşmelerde yer bulmakta, işletmenin rakip standı Philip Morris standının görüntüsünü engelleyecek şekilde yerleştirmesi sözleşme hükümlerine aykırı davrandığı anlamına gelmektedir. Ancak gerek teşebbüslerin iç yazışmalarında, gerekse satış noktalarında düzenlenen tutanaklarda açık olduğu üzere, görünürlüğün engellenmesi gerekçesi teşvik programlarının Philip Morris tarafından tek yanlı olarak durdurulması uygulamalarını tek başına açıklamakta yetersiz kalmakta, rakip standların girişini engelleme saikinin varlığını dışlamamaktadır. Satış noktalarına Hedef Programından çıkartılma ve sigorta iptali için gönderilen yazılarda gerekçe olarak "*Hedef Programı için öngörülen birtakım esaslara uyulmaması*" gösterilmiştir.

Yukarıda açıklanan türde teşvik programları Philip Morris'in yanı sıra BAT ve JTI tarafından da uygulanmaktadır. Nitekim, bu teşebbüsler de puanlama sistemi ile hediye dağıtımı, ürünlerin, hatta işyerinin işyeri sahibi ile birlikte sigortalanması ve bedelsiz ürün verme gibi araçları kullanabilmektedirler.

870 Pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerin stand politikaları kapsamında faydalandıkları önemli bir enstrüman, satış noktalarının tüm raf düzenlemesini yapmaktır. İşletmelerin sadece sigara raf ünitelerinin değil, ilgili işyerlerindeki tüm rafların JTI tarafından döşenmesi nedeniyle rakip sağlayıcıların satış noktalarına sigara standı koyabilmelerinin engellenmesi ve bu yolla fiili münhasırlığa yol açıldığı iddiası, Rekabet Kurulu'nun 16.1.2003 tarih ve 03-04/45-M sayılı kararı ile açılan önaraştırmanın da konularından birini teşkil etmiştir. Bu önaraştırma kapsamında yapılan incelemelerde satış noktasının tüm raf düzenlemesini bedelsiz olarak yeniden yapmanın JTI dışında Philip Morris ve BAT açısından da geçerli olduğu anlaşılmıştır. Ancak bu iki teşebbüsün uygulamaları ile JTI'nın "JTI Shop" kavramı altında yürüttüğü uygulamalar farklıdır.

880 24.7.2003 tarih ve 2002-3-124/ÖA-03-OS sayılı Önaraştırma Raporu'nda belirtildiği üzere, JTI Shop konsepti kapsamında, satış noktalarında bir yeknesaklık oluşturulmaya çalışılmakta, rafların ve sigara satış ünitelerinin aynı renk ve tarzda olması hedeflenmektedir. Dolayısıyla, JTI Shop konseptine dahil olan noktanın genel raf dizaynından, rafların kim tarafından yapıldığı anlaşılmaktadır. Bir diğer deyişle, tüm raf düzenlemesi, sigara satış üniteleriyle benzer şekilde, renk unsuru vasıtasıyla (Winston için mavi-beyaz, Camel için sarı-lacivert) tüketici nezdinde ürünü anımsatması amacına hizmet edebilmektedir. Ancak, BAT ve Philip Morris tarafından yapılan raf düzenlemeleri bu niteliğe sahip değildir. Söz konusu teşebbüsler, yaptırılan raflarda renk unsurunu genel olarak kullanmamakla birlikte, satış temsilcileri raf dekorasyonu yapılan satış noktalarına şifahi olarak buna karşılık rakip standı almamalarını belirtebilmekte, buna ek olarak rakip standı da işyerine alan noktalar, teşvik programlarından çıkarma gibi yollarla bir anlamda cezalandırılmaktadır. Sonuç olarak, JTI'nın JTI Shop konsepti ile elde etmeyi umduğu faydalar arasında rakip firmaların stand yerleştirmesini engellemek iken, aynı durum rafların fiziki nitelikleri ile olmamasına rağmen, BAT ve Philip Morris açısından da geçerlidir.

900 Yukarıda yer verilen uygulamalar kadar sık karşılaşılmamış olsa da, sigara standında münhasırlık yaratma yönünde kullanılan bir diğer unsur da satış noktalarına düzenlenen ve teşebbüslerce "frekans" olarak adlandırılan sigara ürünlerini bırakma amaçlı ziyaretlerdir. Özellikle teşebbüse ait standın sökülüp yerine rakip standının konması durumlarında noktaya yönelik frekansın düşürülmesi bazı durumlarda tehdit unsuru olarak kullanılabilenekte, bazı durumlarda ise tehditi aşırp uygulamaya geçirilebilmektedir.

910 Yukarıda yer verilen değerlendirmeler genel olarak bakkallar, tek el bayileri ve kuruyemişçiler gibi noktaları kapsamıştır. Zincir marketler ve akaryakıt istasyonları bünyesindeki marketler için de benzer bir durumun söz konusu olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle Philip Morris bünyesinden alınan yazışmalarda, puanlama sisteminin işlemekte olduğu zincir marketlerde rakip firmalara ait standların sökülerek yerine teşebbüse ait standların takılması uygulamalarının yaygın olduğu anlaşılmaktadır. Bunun sebebi yine söz konusu yazışmalarda görülmektedir. Nitekim, Philip Morris Satış Pazarlama Müdürü tarafından gönderilen 23.6.2003 tarihli e-postada Rekabet Kurulu'nun fiili münhasırlık yaratması sebebiyle menfi tespit tanımadığı (.....) ile

920 yapılan stand sözleşmesine ilişkin olarak, “bu tür anlaşmaların anlaşılmaya başlandığı, dolayısıyla Rekabet Kurulu’nun kararı ile büyük bir kayıp yaşanmadığı” belirtilmiştir. Bu ifadeden, Kurul kararı ne olursa olsun, zincir marketlerin uygulamada münhasır olarak stand bulundurma amacını anladığı ve dolayısıyla bu uygulamada bir engel bulunmadığının düşünüldüğü anlaşılmaktadır.

930 Akaryakıt istasyonları marketlerinde ise özellikle Philip Morris’in (.....) ile imzalamış olduğu “Sigara Satış Rafı Yerleşim Sözleşmesi” kapsamında (.....) istasyonlarındaki marketlere münhasır olarak Atlas standı yerleştirme konusunda sorunlar yaşandığı anlaşılmaktadır. Söz konusu stand sözleşmelerine ilişkin olarak 30.11.2003 tarih ve 5249 sayı ile menfi tespit başvurusunda bulunulmuş, 25.12.2003 tarih ve 03-83/1006-Mİ sayılı Kurul kararıyla söz konusu dosyanın incelemeye alınmasına karar verilmiştir. Başvuru kapsamında yapılan incelemede, başvuruya konu olan ilgili sözleşmede stand münhasırlığına yol açacak herhangi bir hükmün yer almadığı tespit edilmiştir. Bununla beraber, söz konusu önaraştırma kapsamında elde edilen bulgular, Philip Morris’in (.....) akaryakıt istasyonlarındaki marketlerde Atlas standlarının münhasır olarak bulunması yönünde eylemler içinde bulunduğunu göstermektedir. Diğer bir deyişle, Philip Morris ile (.....) arasında imzalanan ve menfi tespit başvurusuna konu olan

940 sözleşmede Atlas standlarının münhasıran bulundurulmasına ilişkin bir düzenleme bulunmamasına rağmen, uygulamada söz konusu sözleşmenin bu amaçla imzalandığının (.....) yetkililerine hatırlatılması yoluyla özellikle Atlas standlarının yanına JTI’ya ait standların girmesinin önüne geçilmeye çalışılmaktadır.

Yukarıda açıklandığı üzere, sigara üreticileri için satış noktalarına stand yerleştirme, halihazırda yerleştirilmiş olan standların korunması ve noktada münhasır olarak stand bulundurma büyük bir önem arz etmektedir. Bu önem her üç teşebbüsün de söz konusu amaçlara ulaşmak için yüksek miktarda yatırım yapmak suretiyle, nakit ödemeleri, teşvik programları ve raf dekorasyonları gibi araçlara başvurmalarından da anlaşılmaktadır. Kimi yerlerde özellikle nakit ödemelerinin oldukça yüksek meblağlara ulaştığı ve ikinci stand olarak bulunma ile münhasır olarak bulunmaya göre teşvik unsurlarının farklılaştığı görülmektedir. Dolayısıyla sigara satış üniteleri, reklam yasağının bir giriş engeli olarak değerlendirilmesi gerektiği bir pazarda faaliyet gösteren teşebbüsler arasında rekabetin önemli bir boyutu haline gelmektedir. Satış noktaları açısından da sigara satış üniteleri işyerinin görüntüsü açısından olumlu bir etkiye sahip ve satış artırıcı bir araç olarak

950 algılanmaktadır.

960 Elde Edilen Bulgular bölümünde yer verilen belgeler incelendiğinde, özellikle Kurul’un ariyet sözleşmelerine yönelik kararlarından sonra teşebbüslerin kendi raflarının yanı sıra rakip raflarının da satış noktasında yer alabileceğinin bilincinde olduğu, ancak satış temsilcilerinin sözlü olarak özellikle dükkan tadilatı yapılan bayilerden rakip raf koymamasını istedikleri izlenimi edinilmiştir. Kaldı ki, Raportörlerce önaraştırma sırasında görüşülen ve dükkanında tek raf bulunan bayilerin satış temsilcilerinin ifadelerini ilgili standın münhasıran bulunması gerektiği yönünde algıladıkları gözlenmiştir.

970 Ancak İstanbul ve Ankara'da ziyaret edilen 100'ü aşkın satış noktasında birden fazla standın bulunabildiği noktaların da olduğu gözönünde bulundurulmalıdır.

Bir teşebbüsün rafının bulunduğu noktalarda Rekabet Kurulu kararlarının rakip teşebbüslerce gerekçe gösterilerek satış noktalarının kararlardan bu şekilde haberdar olması ve ikinci stand takılmasına karar vermesi göstermektedir ki, standlara ilişkin fiili münhasırlığın pazarın genelinde ortadan kaldırılması için teşebbüslerin yanı sıra satış noktalarının da kendi serbest iradeleriyle ikinci bir standı koymalarına herhangi bir engel bulunmadığının bildirilmesi gerekmektedir.

980

Kurul'un 28.8.2003 tarih ve 03-59/710-331 sayılı, 28.8.2003 tarih ve 03-59/710-332 sayılı ile 25.12.2003 tarih ve 03-83/1000-M sayılı kararları gözönünde bulundurulduğunda, usul ekonomisi açısından 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası önem arz etmektedir. Bu noktada, soruşturma ile elde edilecek sonuca, Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca teşebbüslere gerek distribütörleri ve satış temsilcilerine, gerekse satış noktalarına stand münhasırlığına yol açan uygulamaların Kanun'a aykırı olduğu ve bir noktada birden fazla standın bulunabileceğini bildirmeleri yönünde bir görüşün gönderilmesi ile de ulaşılabileceği kanaatine varılmıştır.

990

Benzer biçimde, 23.12.2003 tarih ve 03-82/996-M sayılı kararda; JTI'nın tam dekorasyonla satış noktalarında münhasır faaliyetlerde bulunup bulunmadığının ele alındığı önaraştırmanın, PMSA ve BAT hakkında yürütülecek önaraştırma ile birlikte Kurul gündemine getirilmesi hükme bağlanmıştır. JTI'nın da bu çerçevede ele alınarak, Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası kapsamında değerlendirilmesi gerekmektedir. Sonuç olarak, şu aşamada soruşturma açılmasına gerek olmadığı, Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası kapsamında görüş bildirilmesinin uygun olacağı kanaatine varılmıştır.

1000

J. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

1- Philip Morris Sabancı Pazarlama ve Satış A.Ş. ve British American Tobacco Exports B.V. Merkezi Hollanda Amsterdam Türkiye İstanbul Şubesi'nin satış noktalarında stand münhasırlığına yönelik faaliyetleriyle ilgili şu aşamada soruşturma açılmasına gerek olmadığına;

1010

2- Standlara ilişkin fiili münhasırlığın pazarın genelinde ortadan kaldırılması için 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca teşebbüslere kendilerinin yanı sıra, dağıtıcıları kanalıyla satış noktalarının da kendi serbest iradeleriyle diğer teşebbüslere ait ikinci bir stand koymalarının önünde herhangi bir engel bulunmadığının duyurulması yönünde JTI Tütün Ürünleri Pazarlama A.Ş., Philip Morris Sabancı Pazarlama ve Satış A.Ş., British American Tobacco ve yine bu alanda faaliyet gösteren TEKEL'e görüş bildirilmesine;

04-18/153-35

1020 3- Bu duyuruların yapıldığına ilişkin belgelerin, kararın teşebbüslere tebliğinden itibaren 60 gün içerisinde Rekabet Kurumu'na gönderilmesine; Kurulumuzca öngörülen bu duyuru yapılmadan uygulamaya devam edilmesi halinde haklarında soruşturma açılacağı ve aynı Kanun'un 16 ve 17. maddeleri uyarınca işlem yapılacağı taraflara bildirilmesine;

OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.