

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2004-3-147
Karar Sayısı : **04-47/610-147**
Karar Tarihi : 15.7.2004

(Muafiyet)

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

10 **Başkan** : Mustafa PARLAK
Üyeler : Tuncay SONGÖR, A. Ersan GÖKMEN,
R. Müfit SONBAY, Murat GENCER,
Prof. Dr. Zühtü AYTAÇ, Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI,
M. Sıraç ASLAN

B. RAPORTÖRLER: Yüksel KAYA, Aydın ÇELEN, Osman Tan ÇATALCALI

**C. BİLDİRİMDE
BULUNAN**

20 : - Efes Pazarlama ve Dağıtım Ticaret A.Ş.
Esentepe Mah. Anadolu Cad. No:3 Kartal 81440
İstanbul

D. TARAFLAR

: - Efes Pazarlama ve Dağıtım Ticaret A.Ş.
Esentepe Mah. Anadolu Cad. No:3 Kartal 81440
İstanbul

30 - Efes Pazarlama ve Dağıtım Ticaret A.Ş.'nin
Bayi/Distribütörleri ve Nihai Satış Noktaları

- Bimpaş Bira ve Meşrubat Pazarlama A.Ş.
Kemalpaşa Cad. No:52 Işıkkent İzmir

- Bimpaş Bira ve Meşrubat Pazarlama A.Ş.'nin Bayileri ve
Nihai Satış Noktaları

E. DOSYA KONUSU: Efes Pazarlama ve Dağıtım Ticaret A.Ş. ile bayileri arasında yapılan bayilik/distribütörlük sözleşmelerine ve nihai satış noktaları ile arasında imzalanan tek elden satın alma anlaşmalarına menfi tespit belgesi verilmesi veya muafiyet tanınması talebi.

40

F. DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 28.4.2003 tarih ve 1793 sayı ile intikal eden menfi tespit/muafiyet başvurusu ve Rekabet Kurulu'nun bira sektöründeki Efes Pazarlama ve Dağıtım Ticaret A.Ş. (Efpa) ve Bimpaş Bira ve Meşrubat Pazarlama A.Ş.'nin (Bimpaş) nihai satış noktaları ile akdetmiş olduğu tek elden satın alma anlaşmalarından 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin sağlamış olduğu grup muafiyetinin geri alınıp alınmayacağına ilişkin değerlendirme yapılmasına dair 6.11.2003 tarih ve 03-71/867-371 sayılı kararı üzerine yapılan inceleme

50 sonucu hazırlanan 28.6.2004 tarih ve 2003-3-147/MM-04-YK sayılı menfi tespit/muafiyet Ön İnceleme Raporu, 28.6.2004 tarih ve REK.0.07.00.00/136 sayılı Başkanlık Önergesi ile 04-47 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

G. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ: İlgili menfi tespit/muafiyet ön inceleme raporunda,

- Efes Pazarlama ve Dağıtım Ticaret A.Ş. tarafından bildirim formu ekinde gönderilen anlaşmaların 4. maddeye aykırı olması nedeniyle talep edilen menfi tespit belgesinin verilemeyeceği,
- Efes Pazarlama ve Dağıtım Ticaret A.Ş. tarafından bildirilen, bayilik/distribütörlük anlaşmaları ve perakende satış noktaları ile akdedilen yeniden satış sözleşmelerinin 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında grup muafiyetinden yararlandığı,
- 60 – Bildirim sonrasında 26.5.2004 tarih ve 2692 sayı ile Kurumumuz kayıtlarına giren doğrudan dağıtım bölgesi perakende satış sözleşmesinin 2002/2 sayılı grup muafiyetinden yararlandığı,
- bayilik bölgesi perakende satış noktası sözleşmesinin ise süresinin 5 yılı geçmeyecek şekilde tadil edilmesi halinde 2002/2 sayılı Tebliğ'in sağladığı grup muafiyetinden yararlandığı,
- Bimpaş Bira ve Meşrubat Pazarlama A.Ş.'nin Kurum kayıtlarına 1.6.2004 tarih ve 2872 sayı ile giren yazı ekinde gönderdiği örnek anlaşmaların 70 2002/2 sayılı Tebliğ'in sağladığı grup muafiyetinden yararlandığı,
- Ancak, hakim durumda olan bir teşebbüsün yer aldığı, bu teşebbüsün güçlü bir markaya sahip olduğu, bu teşebbüsten başka pazarda belli bir güce sahip sadece tek bir teşebbüsün yer aldığı, yabancı teşebbüslerin hakim durumdaki teşebbüs ile lisans anlaşması yaparak pazara ürün sunmayı tercih ettiği, üretici olarak pazara girişin zor olduğu ve ithalatın önemli boyutta olmadığı düopolistik bir yapı sergileyen bira pazarında teşebbüsler arasında etkin bir rekabetin bulunmadığı,
- Pazara girme niyetinde olan veya yeni giren teşebbüslerin kapasiteleri itibari ile bu pazarda etkin bir rekabet yaratmaktan uzak olduğu,
- 80 – Öte yandan, Efes Pazarlama ve Dağıtım Ticaret A.Ş. ve Bimpaş Bira ve Meşrubat Pazarlama A.Ş.'nin hem açık hem de kapalı satış yapan nihai satış noktaları ile akdettikleri tek elden satın alma anlaşmalarında yer alan rekabet etmeme yükümlülüklerinin ve bu etkiyi doğuran diğer sınırlamaların (tek elden satın alma yükümlülükleri, asgari satın alma/satış yükümlülükleri, verilen krediler ve indirim vs. diğer katkıların tek marka satma şartına bağlanması gibi), bira pazarında etkin rekabetin oluşmasının önünde önemli bir engel olduğu,
- Dolayısıyla, Efes Pazarlama ve Dağıtım Ticaret A.Ş. ve Bimpaş Bira ve Meşrubat Pazarlama A.Ş.'nin bu tür münhasırlık içeren tek elden satın alma anlaşmalarına 2002/2 sayılı Tebliğ ile tanınan muafiyetin Kanun'un 90 13. maddesine dayanarak ve altı ay gibi belli bir süre sonra geçerli olacak şekilde geri alınması gerektiği,
- Ayrıca, herhangi bir tek elden satın alma anlaşması olmamasına rağmen satış noktalarına verilen soğutucu dolapları vasıtasıyla temin edilen münhasır satış haklarının da kaldırılmasının pazarın rekabete açılması bakımından yerinde olacağı,

(04-47/610-147)

- Ancak, böyle bir muafiyetin geri alınması kararı vermeden önce 2002/2 sayılı Tebliğ'in 6.1 maddesi uyarınca tarafların yazılı ve/veya sözlü görüşlerinin alınması gerektiği, ifade edilmektedir.

H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

H.1. Pazara İlişkin Bilgiler

Genel bir pazar tanımı yapmak gerekirse, Efpa'nın faaliyet gösterdiği sektörü Türkiye içecek sektörü olarak tanımlamak mümkündür. Ancak, yaklaşık 16 milyar litre büyüklüğündeki içecek sektörü, bira ile birlikte diğer alkollü içecekler, gazlı meşrubatlar, meyve suları, su, soda, sıcak içecekler, süt ve sütlü içecekler olmak üzere birbirinden oldukça farklı özelliklere sahip içecek ürünlerinin tamamını kapsamaktadır.

Süt ve sütlü ürünler hariç olmak üzere içecek sektöründe yer alan ürünlerin genel olarak susama hissinin giderilmesi ve serinleme amacıyla tüketildiğini belirtmek mümkündür. Ancak, bu ürünlerin içerisinde bira, değişik oranlarda alkol içerebilmesi, tüketici kitlesinin diğer içecek türlerini tüketen kitlelerden farklı olması ve diğer alkollü içeceklerle karşılaştırıldığında yaygın olarak tüketiliyor olması nedeniyle diğer içeceklerden önemli ölçüde farklılaşmaktadır.

Bira pazarında halen önemli üç üretici teşebbüs faaliyet göstermektedir. Bunlar bildirim konu olan anlaşmaların tarafı olan Efpa, Bimpaş ve Tekel'dir. 1998-2002 yıllarında bira üreticilerinin kapasite, üretim miktarları ve pazar payları aşağıdaki gibidir.

Tablo 1: Bira üreticilerinin kapasite ve üretim miktarları

Teşebbüs	Kapasite Miktarı (bin litre)	Üretim Miktarları (bin litre)				
		1998	1999	2000	2001	2002
Efpa	910.000	509.400	523.400	562.600	568.350	597.007
Bimpaş	300.000	129.413	150.286	154.016	163.044	178.278
Tekel	24.000	12.040	12.851	9.365	12.738	9.442
Toplam	1.234.000	650.853	686.537	725.981	744.132	784.727

Tablo 2- Bira Üreticilerinin Pazar Payları

Teşebbüs	Pazar Payları (%)				
	1998	1999	2000	2001	2002
Efpa	78,3	76,2	77,5	76,4	76,1
Bimpaş	19,9	21,9	21,2	21,9	22,7
Tekel	1,8	1,9	1,3	1,7	1,2
Toplam	100	100	100	100	100

(04-47/610-147)

- 130 Anılan verilerin 2003 yılı rakamları ile güncellenmesi sonucu oluşan tablo aşağıda verilmektedir.

Tablo 3: 2003 yılı kapasite ve satış miktarları, pazar payları

Teşebbüs	Kapasite (bin litre)	Satış Miktarı (bin litre)	Pazar Payı (%)
Efpa	913.000	610.000	77,2
Bimpaş	293.000	178.257	22,5
Tekel/Alkollü İçkiler A.Ş.	13.500	2.278	0,3
Toplam	1.221.000	790.535	100

- 140 Yukarıdaki firmalara ilave olarak, 4.12.2003 tarihinde Antalya'da yerleşik Süral Otelcilik ve Turizm İşletmeleri A.Ş. tarafından Tütün, Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkiler Piyasası Düzenleme Kurumu'ndan 10.000.000 litre üretim kapasitesine sahip tesis kurma izni alınmıştır. Bu teşebbüse ilave olarak, Park Gıda ve Meşrubat San. ve Tic. A.Ş. de 13.035.000 litre kapasiteli bira üretim tesisi kurarak 2004 yılı Haziran ayında üretime geçmiştir.

- 150 Tablolardan görüldüğü üzere, 1998-2003 yılları arasında büyüme eğiliminde olan Türkiye bira pazarı 2003 yılında 790 milyon litrelik bir hacme ulaşmıştır. Bu dönem içerisinde bira üreticilerinin pazar paylarında önemli bir değişim gözlenmemiştir. 1998 yılında yaklaşık %78 olan Efpa'nın pazar payı 2003 yılına gelindiğinde %77,2'ye gerilemiştir. Bimpaş ise 1998 yılında %19,9 olan pazar payını 2003 yılında %22,5'e çıkarmıştır. Tekel'in pazar payı ise %0,3'e gerilemiştir. Alkollü İçkiler A.Ş.'nin 2004 yılındaki üretim tahmini 2.945.000 lt olduğundan, pazar payında önemli bir gelişme beklenmemektedir.

- 160 Biranın nihai tüketicilere satıldığı satış noktaları iki gruba ayrılmaktadır. Bunlar, (1) tüketicilere ürünleri kapalı olarak satan bakkal, market, büfe gibi satış noktaları (kapalı satış noktaları) ile (2) tüketicilere ürünleri satış noktasında hemen tüketilmek üzere açık olarak ve genellikle başka bir hizmetle birlikte satan bar, otel, lokanta gibi satış noktalarıdır (açık satış noktaları). Alkollü bir içecek olan birayı satabilmek için satış noktalarının tamamının Tütün, Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkiler Piyasası Düzenleme Kurumu'ndan ruhsat almaları gerekmektedir.

- 170 Bar, otel, lokanta gibi açık satış yapan noktalar, bira ile birlikte genellikle başka hizmetler de (müzik, lokantacılık hizmetleri ya da konaklama gibi) sunmaları neticesinde, bu noktalarda satışa sunulan biranın fiyatı, bakkal, market gibi açık satış yapan noktalardaki fiyatlardan önemli ölçüde yüksek olmaktadır. Bunun ötesinde, açık satış yapan noktalarda tüketilen biranın genellikle fıçı bira olması nedeniyle bu noktalar ile üretici teşebbüsler arasındaki tedarik zincirinin kapalı satış noktalarına nazaran daha sıkı tutulması gerekmektedir. Açık satış yapan bu tür noktalarda üretici teşebbüsler arasındaki ilişkiler, satış noktasına üreticinin kredi vermesi ya da fiziki altyapısının (fıçı biranın tüketiciye satışı sırasında kullanılan sifonlar, soğutucu dolaplar vs.) üretici teşebbüs tarafından yaptırılması şeklinde

kurulabilmektedir. Tüm bu nedenlerden ötürü, açık satış yapan noktalar ile kapalı satış yapan noktaların ayrı pazarlar olarak ele alınması ve değerlendirilmesi gerekmektedir.

180 Pazarda faaliyet gösteren Efpa ve Bimpaş'ın dağıtım sistemleri birbirine oldukça benzemektedir. Bira ürününün (açık ya da kapalı olarak) satıldığı noktalara ürün iki farklı yoldan ulaşabilmektedir. Bu yollardan birincisi, satış noktalarına ürünü üretici teşebbüslerin kendi kurdukları dağıtım ağı sayesinde doğrudan satmalarıdır (doğrudan yapılan satışlar). İkinci yol ise, ürünün satış noktalarına bayiler aracılığı ile ulaştırılmasıdır (bayiler aracılığı ile yapılan satışlar). Bu ikinci yolda, üretici teşebbüsler bayi olarak atadıkları bağımsız teşebbüslere belirli münhasır satış bölgeleri vermekte ve bu bölgedeki satış noktalarına söz konusu bayi ürün satmaktadır. Efpa, uygulamakta olduğu doğrudan dağıtım sistemini bazı büyük illerde 2002 yılında terk ederek distribütörlük sistemine geçmiştir. Bayilik ve distribütörlük sistemleri arasındaki en önemli fark, bayilikte nihai satış noktalarının siparişlerini bayinin elemanları toplarken, distribütörlükte bu işi Efpa'nın kendi elemanları yapmaktadır. 190 2003 yılı sonu itibarıyla Efpa'nın doğrudan dağıtım yaptığı bölgeler de distribütörlere terk edilerek, Efpa'nın münhasıran kendisine ayırdığı bölge kalmamıştır. Efpa'nın 2003 yılı sonu itibarıyla 294 bayii, 43 de distribütörü bulunmakta olup, bayi ve distribütörlerinin tamamı ile her birine belirli münhasır satış bölgeleri ihdas eden tek elden dağıtım anlaşmaları akdetmiştir. Ayrıca, Efpa'nın "Key Accounts" olarak adlandırılan büyük hipermarketlere/zincir marketlere olan satışları kendisine ayırdığı görülmektedir.

200 Efpa ve Bimpaş ürünlerini tüketiciye ulaştıran (açık ya da kapalı olarak) nihai satış noktaları ile bu noktalara ürün satışını yapan üretici teşebbüsler ve bayiler sözleşme akdedilebilmektedirler. Bu anlaşmalar ile satış noktalarına tek elden satın alma yükümlülüğü getirilmektedir.

210 Efpa ve Bimpaş ürünlerinin hangi tür satış noktalarında (açık ya da kapalı satış yapan) tüketiciye ulaştığı incelendiğinde, kapalı satış yapan noktaların ağırlıkta olduğu görülmektedir. 2003 yılında Efpa'nın gerçekleştirdiği toplam 610.000.000 lt satışın yaklaşık %73'lük kısmı kapalı satış noktalarına, geri kalan %27'si ise açık satış noktalarına yapılmıştır. Bimpaş'ın 2003 yılı satışlarının %64'ü kapalı satış noktalarına, geri kalan %36'sı ise açık satış noktalarına yapılmıştır.

220 Tekel'in bayilik sistemi ise diğer iki firmaya göre biraz daha farklıdır. Tekel'in bayilik sisteminde iki çeşit bayi yer almaktadır. Bunlardan ilki "Sabit Toptan Satıcı"lar, ikincisi ise "Gezici Toptan Satıcı"lardır. Sayıları yaklaşık 50 olan sabit toptan satıcılar ile sayıları yaklaşık 900 olan gezici toptan satıcılar arasındaki en önemli fark, sabit toptan satıcıların nihai satış noktalarına mal sevkiyatının bulunmamasıdır. Sabit toptan satıcıdan mal isteyen nihai satış noktaları, sabit toptan satıcının deposuna kendi imkanlarıyla gelerek Tekel ürünlerini alırken; gezici toptan satıcılardan mal almak isteyen nihai satış noktaları, bu bayilere sipariş vermek suretiyle istedikleri Tekel ürününün kendilerine gezici toptan satıcı tarafından getirilmesini sağlamaktadırlar.

H.2. İlgili Pazar

H.2.1. İlgili Ürün Pazarı

İlgili ürün olan bira birbirinden oldukça farklı iki pazarda satışa sunulmaktadır. Açık veya kapalı satış yapan noktalarda tüketicilerle buluşan bira, teknik özellikleri bakımından aynı nitelikte olmasına rağmen, açık satış yapan noktalarda bira ile birlikte başka hizmetler de tüketiciye sunulmaktadır. Sağlayıcılar bakımından aynı nitelikte olan bira, açık ve kapalı satış yapan noktalardaki müşteriler gözünde farklı niteliktedirler. Daha açık ifade etmek gerekirse, bar, otel ve lokanta gibi açık satış yapan noktalarda satışa sunulan biranın fiyatının önemli miktarda yükselmesi durumunda müşteriler, kapalı satış yapan bakkal, market ve büfe gibi kapalı satış noktalarına yönelmeyeceklerdir. Halen açık ve kapalı satış noktalarında satışa sunulan bira fiyatlarında çok önemli farklılıkların görülüyor olması da, iki farklı pazarın varlığını göstermektedir. Dolayısıyla, biri bar, otel ve lokanta gibi açık bira satışı yapan noktalardan oluşan; diğeri ise bakkal, market ve büfe gibi kapalı bira satışı yapan noktalardan oluşan iki farklı ilgili ürün pazarı bulunmaktadır.

H.2.2. İlgili Coğrafi Pazarı

İlgili ürün pazarlarında faaliyet gösteren bira üreticileri kurmuş oldukları dağıtım ağları ile ürünlerini tüm Türkiye'de dağıttıklarından, ilgili coğrafi pazarı "Türkiye Cumhuriyeti Sınırları" oluşturmaktadır.

H.3. Taraflar

H.3.1. Efes Pazarlama ve Dağıtım Ticaret A.Ş. (Efpa)

Efpa, Türkiye bira pazarının en büyük üreticisi olan Anadolu Efes Biracılık ve Malt Sanayi A.Ş.'nin (Anadolu Efes) pazarlama ve dağıtım şirketi olup, Anadolu Grubu'na bağlı bir şirkettir. Grup bünyesinde Türkiye'de beş bira ve iki malt fabrikası bulunmaktadır.

Efpa'nın 15 trilyon TL olan sermayesinin ortaklar arasında paylaşımına Tablo-4'te yer verilmiştir.

260 Tablo 4: Efpa'nın Ortaklık Yapısı

Pay Sahibinin Adı/Unvanı	Sermaye Miktarı (TL)	Pay Oranı (%)
Anadolu Efes Biracılık ve Malt San. A.Ş.	14.999.550.000.000	99,99
Anadolu Endüstri Holding A.Ş.	449.988.000	0,01
Yazıcılar Holding A.Ş.	2.000	-
Özilhan Sınai Yatırım A.Ş.	1.000	-
Tarbes Tarım Ürünleri ve Besicilik San. A.Ş.	1.000	-
Diğer	8.000	-
Toplam	15.000.000.000.000	100

Efpa'nın Yönetim Kurulu, Tunçay Özilhan, İbrahim Yazıcı, Süleyman Vehbi Yazıcı, Hülya Elmalıoğlu, Gülten Yazıcı, Tülay Aksoy, Ali Şanal, Nail Özkardeş, Ahmet Muhtar Kent, Metin Tokpınar Ve Ali Zülfü Tigrel'den oluşmaktadır.

Bira üreticisi teşebbüs olan Anadolu Efes ve dağıtıcısı olan Efpa (her ikisini kapsayacak şekilde Efpa) rekabet hukuku anlamında tek teşebbüs olarak değerlendirilmiştir.

270

H.3.2. Türk Tuborg Bira ve Malt Sanayi A.Ş.

Tuborg, Carlsberg gibi markaları üreten teşebbüsün hisselerinin %95,52'si Carlsberg Breweries A/S'ye, geri kalan %4,48'i ise yerli ortaklara aittir. 2003 yılı net satışları 88.769.477.032.000 TL olan teşebbüsün Yönetim Kurulu üyeleri başkan Bjorn M. Wiggen, başkan yardımcısı Paul Assar Bergkvist, Geir H. Nesheim ve Barry Connock Marshall'dan oluşmaktadır.

280

Tuborg ve Carlsberg markalı biralaraın dağıtıcısı olan Bimpaş Bira ve Meşrubat Pazarlama A.Ş.'nin hisselerinin %99,88'i Türk Tuborg Bira ve Malt Sanayi A.Ş.'ye aittir. Yönetim Kurulu Türk Tuborg ile aynı kişilerden oluşan şirketin 2003 yılı cirosu 221.524.920.802.000 TL'dir. Carlsberg Breweries A/S'nin kontrolündeki Türk Tuborg ve Bimpaş (her ikisini kapsayacak şekilde) şirketleri rekabet hukuku anlamında tek bir teşebbüs olarak değerlendirilmişlerdir.

H.3.3. Tütün, Tütün Mamulleri, Tuz ve Alkol İşletmeleri A.Ş. (Tekel)/Alkollü İçkiler Sanayi ve Ticaret A.Ş.

290

Tekel'in %100 oranında hisselerine sahip olduğu alkollü içecekler birimi olan Alkollü İçkiler Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Alkollü İçkiler A.Ş.) özelleştirilerek, Nurol Holding A.Ş., Limak İnşaat Sanayi ve Ticaret A.Ş., Özaltın İnşaat Ticaret ve Sanayi A.Ş. ve TÜTSAB Tekel Ürünleri Toptan Satıcılar Birliği Ticaret A.Ş. teşebbüsleri tarafından oluşturulan Konsorsiyum tarafından 27.2.2004 tarihinde hisse satış sözleşmesi ile satın alınmıştır. Şirket bünyesinde sadece Yozgat Bira Fabrikasında bira üretilmekte olup, fabrikanın kapasitesi yıllık 13.500.000 lt'dir.

300

Tekel 1986 yılında hazırlanan Fıçılı Bira Satış Şartnamesi uyarınca açık içki satıcılarına bira satışı yaparken, 1.1.1994 tarihinden itibaren toptan satıcılık uygulamasına geçilmesi nedeniyle anılan şartnameyi yürürlükten kaldırmıştır. Bu nedenle, 1.1.1994 tarihinden itibaren Tekel markalı biralara ilişkin nihai satış noktaları ile Tekel arasında herhangi bir anlaşma yapılmamaktadır. Tekel'in alkollü içecekler birimi olan Alkollü İçkiler Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin özelleştirilmesi sonrasında, Alkollü İçkiler Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin ürünlerinin pazarlanması Tekel bünyesindeki Tekel Sigara ve Pazarlama ve Dağıtım A.Ş. tarafından yürütülmekte olduğundan, Tekel markalı biralaraın satışına ilişkin nihai satış noktaları ile tek elden satın alma anlaşmaları yapılmadığı anlaşılmaktadır.

310

H.4. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

H.4.1. Bildirim Konusu Sözleşmelerin Değerlendirilmesi

320

H.4.1.1. Efpa Bayilik/Distribütörlük Sözleşmeleri

330

Sözleşme maddeleri incelendiğinde, sözleşmenin kapsamının bira ve malttan mamul diğer ürünlerin her tip ve türünün yeniden satışının yapılması olduğu ve bir tarafı Efpa, diğer tarafı bayi/distribütör olmak üzere iki teşebbüs arasında akdedildiği görülmüştür. Burada sağlayıcı konumundaki Efpa, anlaşma konusu malların hem üreticisi, hem de dağıtıcısı olup, diğer taraf olan bayi/distribütörler ise sadece dağıtım seviyesinde faaliyet göstermektedirler. Sağlayıcının anlaşma konusu malların hem üreticisi hem de dağıtıcısı olduğu, alıcının ise bu mallarla rekabet eden malların üreticisi değil, dağıtıcısı olduğu dikey anlaşmalar, 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında muafiyetten yararlanabilecek anlaşmalardır. Böylece, üretici konumundaki teşebbüsler ürünlerini bağımsız alıcılar vasıtasıyla dağıtırken, bizzat dağıtım yapmaları da söz konusu olabilmektedir

340

Bayilik/distribütörlük sözleşmeleri ile bayilere/distribütörlere tanınan belirli bölgedeki zincir mağazalar haricindeki müşterilere satış yapması, bu şekilde tanımlanan bölgedeki müşteriler haricindeki kişilere karşı aktif satış politikaları izlememesi, Efpa'nın önceden alınacak yazılı onayı olmaksızın, başka bira üreticilerinin bayiliğini/distribütörlüğünü alamaması, anlaşma konusu ürünlerin sadece Efpa tarafından gösterilen yerden alınması, Efpa tarafından belirlenen asgari satış hedefleri gibi rekabeti kısıtlayıcı sınırlamalar nedeniyle, inceleme konusu olan bayilik/distribütörlük sözleşmeleri 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine aykırıdır. Bu nedenle, anılan anlaşmalar için talep edilen 4. maddeye aykırı olmadıklarına dair menfi tespit belgesinin verilemeyeceği açıktır.

350

2002/2 sayılı Tebliğ açısından anılan anlaşmaların değerlendirilmesi aşağıda yapılmıştır.

Efpa'nın dağıtım sistemi doğrudan ve dolaylı dağıtım olmak üzere ikiye ayrılmıştır. Efpa, doğrudan dağıtımını kendi teşkilatı vasıtasıyla yaparken, dolaylı dağıtımını ise bayileri/distribütörleri vasıtasıyla yapmaktadır. Bu amaçla bayilere/distribütörlere, müşterileri, hem bölgesel hem de müşteri tipi olarak paylaşmaktadır. Örneğin, Efpa, belirli bir bölgede zincir mağazalar haricindeki tüm müşterileri bayiyeye/distribütöre münhasıran tahsis etmektedir. Bu durumda Efpa, gerek doğrudan satış yaptığı bölgelerdeki müşterileri,

360 gerekse de bayi/distribütör bölgelerinde yer alan zincir mağazaları kendisine ayırmaktadır. Bu doğrultuda, bayilere/distribütörlere münhasıran tanınan belirli bölgedeki, (zincir mağazalar haricindeki müşteriler şeklinde tanımlanan) belirli tipteki müşteriler haricinde kişilere Efpa'dan yazılı izin alınmaksızın aktif satış yapması yasaklanmaktadır (Sözleşmenin 1. maddesi). Bu durum, 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4.b.1. maddesindeki, anlaşmayı grup muafiyet kapsamında çıkararak sınırlamalara getirilen istisnaya uygun olmaktadır. Zira, aktif satış yapılmasının yasaklandığı bölgelerdeki müşteriler başka bir bayi/distribütöre veya Efpa'ya tahsis edilmiş olmaktadır. 2004 yılından itibaren Efpa'nın daha önceden doğrudan dağıtım yaptığı bölgeler, münhasıran distribütörlere verilerek Efpa'nın münhasıran kendine ayırmış olduğu doğrudan dağıtım yaptığı herhangi bir bölge kalmadığından, sınırları 370 bayilik/distribütörlük anlaşmaları ile belirlenmiş bölgelerde Efpa'ya tahsis edilen zincir mağazalar haricindeki müşteriler münhasır olarak bayilere/distribütörlere verilmekte ve bu bölgeler dışındaki müşterilere bayi/distribütörlerin aktif satış yapması yasaklanmaktadır. Bu durum da, 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4.b.1. maddesindeki istisnaya uygundur.

Bayinin etkin olarak faaliyetlerini gerçekleştirememesi durumunda bayilik bölgesinin değiştirilmesi, daraltılması, geri kalan bölgede başka bayilik/distribütörlük kurulması, bu durumda bayi/distribütörün kendi bölge sınırları dışına çıkan bölgede aktif satış yapamaması da, kendi bölgesi 380 dışındaki müşteriler başka bayi/distribütöre tahsis edildiğinden 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4.b.1. maddesine uygun olarak anlaşmayı grup muafiyeti dışına çıkarmamaktadır (Sözleşmenin 1. Maddesi).

Bayilik/distribütörlük bölgesinin daraltılması, değiştirilmesi yerine, bayi tarafından tali bayilik ihdas edilmesinin istenebilmesi de bayinin kendisine verilen işi etkin yapabilmesi için satış ağı oluşturmasını temin edecek bir hükümdür (Sözleşmenin 4. maddesi).

390 Efpa'nın distribütöre bölgesindeki yeniden satıcılardan sipariş toplayarak bildirebilmesi, bayi/distribütörün bölgesindeki yeniden satıcılarla bayi veya distribütörün taraf olduğu, satış ve dağıtım yükümlülüğünün bayiye veya distribütöre ait olduğu yeniden satıcılık sözleşmesi akdedebilmesi hükmü, satış ağı oluşturulmasını, satışları artırmayı amaçlayan hükümlerdir (Sözleşmenin 5. maddesi). Bayi/distribütör değişikliği öngörülmediği takdirde, Efpa ile işleticiler arasındaki ilişkinin zedelenmemesi ve tüketicilerin mağduriyetinin önlenmesi amacıyla yeni bayi/distribütörün otomatik olarak devreye girmesi ve bayi/distribütörün kendi bölgesindeki işleticiler ile yapmış olduğu sözleşmelerin de yeni bayi/distribütör üzerinden devam etmesine bayi/distribütörün itiraz etmemesi de bira dağıtımının aksamadan düzenli 400 olarak sürdürülmesine yönelik hükümlerdir (Sözleşmenin 5. maddesi).

Anlaşma uyarınca bayi/distribütörün Efpa'nın yazılı onayı olmadıkça rakip üreticisi/pazarlayıcılarının bayilik veya distribütörlüğünü yapamaması, anlaşma konusu mamulleri dağıtamaması, reklam ve tanıtımını yapamaması (Sözleşmenin 6. maddesi), bayi/distribütörün sözleşme konusu ürünleri Efpa'nın yazılı onayını almaksızın münhasıran Efpa'nın belirleyeceği yerden

410 alacak olması, diğer bayi veya distribütör veya tali bayiden alamayacak olması (Sözleşmenin 8. maddesi) rekabet etmeme yükümlülükleridir. Bayi/distribütörün asgari satış miktarının Efga tarafından belirlenerek bildirilmesi de, rakip ürünlerin satış yasağı ile birlikte düşünüldüğünde, belirlenen miktar her halde bayi/distribütörün tüm ihtiyacı olacağından rekabet etmeme yükümlülüğüdür (Sözleşmenin 22. maddesi). Bayinin/distribütörün deposunda ve bölgesinde bulunduracağı boş ve dolu kasa, CO₂ tüp, şişe, fıçı vs. miktarlarının sipariş miktarına da bağlı olarak Efga tarafından saptanması, Efga'nın gerekli gördüğü zamanlarda bu miktarların kontrolünü yaparak, saptanandan fazla bulunanların iadesini, eksik bulunan miktarların tamamlanmasını isteme hakkına sahip olması hizmetin devamlılığını temin etmeye yönelik olduğundan 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamındadır (Sözleşmenin 17. maddesi).

420 Bu noktada, 2002/2 sayılı Tebliğ açısından rekabet etmeme yükümlülüklerinin süresi önem taşımaktadır. Anlaşmanın süresi ile ilgili hükümde, anlaşmanın yürürlüğe girdiği tarihten başlayarak 5 yıl süreli olduğu ve süre sonunda kendiliğinden sona ereceği belirtilmektedir (Sözleşmenin 24. maddesi). 2002/2 sayılı Tebliğ'in 5.a maddesine göre, grup muafiyetinden yararlanacak rekabet etmeme yükümlülüğü belirsiz süreli olmamalı veya süresi 5 yılı aşmamalıdır. Bu çerçevede anlaşmanın süresi 5 yıl ile sınırlı olduğundan, rekabet etmeme yükümlülüğünün süresi de Tebliğ'e uygun olarak düzenlenmiştir.

430 Anlaşmaya göre; bayi/distribütör, Efga ve ürünlerinin itibarını gözetmekle yükümlü olup, Efga, tavsiye edilen perakende satış fiyatını duyuracaktır (Sözleşmenin 11. maddesi). Yeniden satış fiyatının tavsiye edilmesine dair hüküm 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4.1.a maddesindeki yasağa getirilen "...*tafaflardan herhangi birinin baskısı veya teşvik etmesi sonucu sabit veya asgari satış fiyatına dönüşmemesi koşuluyla, sağlayıcının ... satış fiyatını tavsiye etmesi mümkündür*" şeklindeki istisna ile uyumludur. Bayi/distribütörün kendi bölgesinde Efga tarafından düzenlenen kampanyalara ve her türlü satış artırıcı uygulamalara katılmasını, bu 440 çalışmalarda Efga'yı desteklemesi, Efga tarafından belirlenecek katkı paylarını ödemesini gerektiren yükümlülükler (Sözleşmenin 19. maddesi) sonucunda, örneğin özel fiyatlarla ürün satışına yönelik kampanya yapılması ve bayinin/distribütörün buna katılması gibi bir durumda, anlaşmadaki fiyatlarla ilgili hüküm dikkate alındığında, özel fiyatların en fazla tavsiye nitelikli olacağı anlaşılmaktadır.

450 Efga'nın sözleşme kapsamında kendi kabul ettiği program ve ilkelerini, kendi genel satış şartlarını, sözleşmenin usul ve esaslarını, satış artırıcı çalışmaları, satış noktaları ve tüketicilerle olan ilişkilerde izlenecek uygulama esas ve usullerini belirtmesi ve bunları gerek gördüğünde duyuru (talimat) vasıtasıyla yayımlama hakkına sahip olması, bayinin/distribütörün bu şekilde veya başka şekilde yazılı olarak belirtmiş olduğu esaslara uymasını düzenleyen yükümlülükler (Sözleşmenin 34. maddesi) de, anılan talimatların sözleşme hükümleri kapsamında olması şartıyla, 2002/2 sayılı Tebliğ açısından bir problem teşkil etmemektedir.

460 Efpa'nın, bayi/distribütöre emaneten talep ettikleri fiçı, fiçı tesisleri, CO₂ tüpleri ve diğer malzemeleri kendisinin makul bulduğu oranda karşılması, ariyet olarak verilecek bu malzemelerin teminat verilmesi şartına bağlanması, bunların geri alınması, geri verilememesi halinde söz konusu olacak cezalar ile ilgili hükümler 2002/2 sayılı Tebliğ açısından bir sorun teşkil etmemektedir.

Sonuç olarak, bayilik/distribütörlük anlaşmaları 2002/2 sayılı Tebliğ'in getirdiği muafiyetten yararlanmaktadır.

H.4.1.2. Efpa/Bayi/Distribütör ile Perakende Satış Noktaları Arasındaki Yeniden Satış Sözleşmesi

470

Bildirilen sözleşmelerdeki taraf sayısı, doğrudan dağıtımda Efpa ve işletici olarak iki iken, dolaylı dağıtımlarda Efpa, bayi/distribütör ve işletici olmak üzere üçtür. 2002/2 sayılı Tebliğ uyarınca, üretim veya dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren iki ya da daha fazla teşebbüs arasında yapılan dikey anlaşmalar kapsama alınmaktadır. Dolaylı dağıtımda Efpa, hem üretim, hem dağıtım, bayi/distribütör dağıtım, işletici ise perakende seviyesinde faaliyet göstermektedir. Doğrudan dağıtımda ise, Efpa hem üretim ve dağıtım, işletici ise perakende seviyesinde faaldır. Doğrudan dağıtım yapılan bölgeler 2003 yılı sonu itibarıyla bayi/distribütörlere tahsis edildiğinden distribütörlük sözleşmeleri gereği Efpa, bayi bölgelerinde sadece zincir market gibi satış noktalarına satış yapmaktadır. Efpa, zincir market haricindeki nihai satış noktalarına doğrudan satış yapmayı kesmesine rağmen, doğrudan dağıtım sözleşmeleri geçerliliğini korumaktadır. Sözleşmelerin nihai satış noktalarının, ürünleri Efpa'dan, bayi distribütörden veya Efpa'nın satma görevi verdiğini bildirdiği başka bir teşebbüsten alacaklarına yönelik hükmü uyarınca, buldukları bölgedeki bayi/distribütörden alacaklardır. Bu durum Tebliğ'deki üretim ve dağıtım aşamalarının farklı seviyelerinde faaliyet gösterme ölçütünü sağlamaktadır.

480

Sözleşmeye göre; yeniden satımı yapılacak "belirli mal ve hizmetler", Efpa'nın dağıttığı veya bu hususta bayiye/distribütöre yetki verdiği bira ve malt içeceklerinin her tip, marka ve türüdür (Sözleşmenin 1 ve 2. maddeleri).

490

İşletici, başka marka bira ve malt içeceği bulundurmamayı, satmamayı ve üretmemeyi taahhüt etmektedir. Bu yükümlülük, ortak ve çalışanlara da getirilmiştir (Sözleşmenin 2. maddesi). İşletici, asgari satış yapma yükümlülüğünü de üstlenmektedir (Sözleşmenin 8.c. maddesi). Sözleşme konusu ürünler bizzat Efpa'dan, bayi distribütörden veya Efpa'nın satma görevi verdiğini bildirdiği başka bir teşebbüsten alınacaktır (Sözleşmenin 8.e maddesi). Bu maddelerde düzenlenen yükümlülükler, rekabet etmeme yükümlülükleridir ve belirsiz süreli olmamak ve 5 yılı aşmamak kaydıyla grup muafiyetinden yararlanmaktadır. Bu durumda, sözleşmenin süresi ile ilgili hükümler önem taşımaktadır. Sözleşmenin 17. maddesine göre; sözleşme yürürlüğe girdiği tarihten itibaren belirli bir tarihe kadar geçerli olup,

500

510 taraflardan birisince en az belirli bir süre önce diğer tarafa uzamadığına dair herhangi bir yazılı ihbarda bulunulmadığı takdirde akit tarihi itibarıyla 5 yılı aşmamak kaydıyla otomatikman uzayacaktır. Yine aynı maddeye göre; Efpa işleticinin taahhüt ettiği toplam satış miktarına ulaşıncaya kadar sözleşmenin süresini uzatabilir, ancak bu uzatma süresi ve sözleşme süresinin toplamı hiç bir şekilde 5 yılı geçemez. Bu husus, anlaşmanın 8.d. maddesinde de yer almaktadır. Buna göre, Efpa, belirlenen asgari satış miktarının gerçekleşmemesi halinde sözleşmeyi tek taraflı sona erdirme yetkisine sahip olup, bu yola gitmeyerek taahhüt edilen toplam miktara ulaşıncaya kadar sözleşme süresini, uzatma süresi ile birlikte sözleşme süresinin toplamının 5 yılı aşmaması kaydıyla, uzatabilir. Söz konusu hükümler dikkate alındığında, sözleşme süresi, dolayısıyla rekabet etmeme yükümlülüğünün süresi 5 yılı aşmadığından 2002/2 sayılı Tebliğ'e uygundur.

520 Anlaşmaya göre Efpa, işleticiye işyerinin açılmasına katkıda bulunmak, bira satışlarını arttırmak amacıyla dekorasyona yönelik kredi ve/veya katkı sağlayacaktır. Bu kredinin zamanında geri ödenmesi için kambiyo senetleri ve kambiyo senetlerinin ve her türlü ticari ilişkinin teminatı olarak sözleşmede belirlenen cins ve miktarda teminat verecektir (Sözleşmenin 10-13. maddeleri). İşletici sözleşmeye uymaması, sözleşmenin feshine sebep olması halinde aldığı mali yardımları vs faizi ile birlikte, ayrıca belirli miktarda da ceza ödeyecektir (Sözleşmenin 15. maddesi). Sözleşme fesh nedenlerinden birisi de, asgari satış yükümlülüğünün yerine getirilmemesidir (Sözleşmenin 8.d maddesi). Yeniden satıcılara verilen krediler, satış noktasının üreticiye sadakatini temin ettiğinden tekelden satın alma/rekabet etmeme yükümlülükleri ile aynı doğrultuda unsurlardır. Şöyle ki, kredi alan yeniden satıcı krediyi geri ödemediği müddetçe başka bir üreticiden mal alamayacak, aksi takdirde sağlayıcı kredinin tamamının ödenmesini şart koşabilecek ve dolayısıyla sözleşmede açık bir biçimde tek elden satın alma/rekabet etmeme yükümlülüğü olmasa dahi yeniden satıcı rakip üreticilerin ürünlerini satmaktan imtina edebilecektir. Benzer şekilde rakip üretici, kredi verilen bir yeniden satıcıyı kendi ürünlerini satmaya ikna edebilmek için, yeniden satıcının rakip bira üreticisinin verdiği krediyi geri ödemesine yardım etmek durumunda kalabilecektir. Ancak, yeniden satıcıya verilen bu türden krediler, demirbaşlar vs. işletmenin kurulması ve yenilenmesine imkan tanıdığı için olumlu sonuçlar da doğurabilmektedir. İncelenen sözleşmelerde krediler, 540 zaten tekelden satın alma/rekabet etmeme yükümlülüğü ile bir arada buldukları için, kredi uygulaması tek elden satın alma yükümlülüğünün rekabeti sınırlayıcı etkisinden daha sınırlayıcı bir etkiye yol açmayacaktır. Bu nedenle, sözleşmelerin Efpa ile işleticiler arasındaki ticari ilişkileri düzenleyen bu maddeleri de grup muafiyeti kapsamındadır.

550 Bildirime konu olan sözleşmelerde, işleticinin Efpa'nın onayını almadan faaliyet alanını ve nevini değiştirememesi, işyerini devredememesi, temlik edememesi, kiralayamaması, yeni ortak alamaması, ortak değiştirememesi, devir, temlik, kiralama, yeni ortak alma veya ortak değiştirme durumunda 30 gün önceden Efpa'ya yazılı bilgi vererek onay alması, sözleşmedeki tüm şartları yeni şahıslara da kabul ettirmesi ve Efpa ile yeni şahıs veya şahıslarla veya onlarla birlikte aynı şartlarla akdin yapılmasını temin etmesine ilişkin yükümlülükler (Sözleşmenin 6. maddesi) ile Efpa'nın hedeflediği

560 amacın, satış noktasının tesisat ve dekorasyonu için işleticiye sağlamış olduğu krediyi güvence altına almak ve tedarik zincirinde ve dağıtım planlamasında devirler ya da şirkete ortak alımları neticesinde yaşanabilecek muhtemel aksaklıkları bertaraf etmek olduğu söylenebilir. Nitekim, işleticinin satış noktasını değiştirmek zorunda kalması durumunda sözleşme hükümlerinin yeni satış noktası için de aynen geçerli olacağı (Sözleşmenin 4. maddesi), işleticinin sözleşmede belirtilen bayi/distribütör ile ilişkisini sona erdirmesi veya bu kişileri değiştirmesi veya bölgesinde sınır değişikliği yapması halinde, işleticinin yükümlülüklerinin Efpa'ya karşı devam etmesi, işleticinin borçlarından dolayı Efpa'ya veya onun tespit edip bildireceği herhangi bir bayi veya distribütöre veya satış ile görevlendireceği bir başka teşebbüse karşı da sözleşmenin tarafı imiş gibi sözleşmedeki yükümlülüklerini kesintisiz yerine getirme zorunluluğu, Efpa tarafından satış noktaları ile kurmuş olduğu çalışma sisteminin sürekliliğini, yani sadece Efpa'nın ürünlerinin satılmasını sağlamaya yönelik getirilmiş ve anlaşmayı 2002/2 sayılı grup muafiyeti Tebliği kapsamında çıkarmayan düzenlemelerdir.

570 Efpa, bira ürünlerinin satılmasında kullanılmak üzere, işleticiye bir takım eşya ve malzeme sağlamakta olup, bunlarla ilgili bir ariyet sözleşmesi imzalanacağı, işleticinin bu sözleşme hükümlerine uyacağı, aksi takdirde, sözleşme fesh edilerek cezai şart dahil her türlü zararın Efpa tarafından talep edilebileceği, ariyet sözleşmesi imzalanmadığı takdirde işleticinin kendisine verilmiş olan her türlü eşyayı iade edeceği, iade etmezse Efpa tarafından tespit edilmiş rayiç bedellerini ödeyeceği taahhüt altına alınmıştır (Sözleşmenin 9. maddesi). İşleticilere sağlanan buzdolabı, fiçı tesisatı vs gibi malzemeler de satış noktasının bunları sağlayan üreticinin bira ürünlerini satmasını temin etmeye yönelik olarak rekabet etmeme yükümlülüklerini destekleyen unsurlar olarak anlaşmayı grup muafiyeti kapsamında çıkarmamaktadır.

Sonuç olarak, işleticilerle yapılan tek elden satın alma anlaşmaları 2002/2 sayılı Tebliğ ile getirilen muafiyetten yararlanmaktadır.

H.4.1.3. Bildirim Öncesinde İmzalanan ve Bildirim Sonrası Halen Devam Eden Tek Elden Satın Alma Anlaşmaları

590 Yukarıda yer verilen ve Efpa tarafından 28.4.2003 tarihinde bildiri yapılan anlaşmalara ek olarak, bildirim tarihinden önce akdedilmiş ve halen geçerli olan, ancak bildirim formunda yer verilmeyen eski tip anlaşma örnekleri de Kuruma gönderilmiştir. Anılan sözleşmeler, bayi bölgesindeki nihai satış noktaları ile imzalanan satış noktası sözleşmeleri ve doğrudan dağıtım yapılan bölgelerde imzalanan satış noktası sözleşmeleri olmak üzere iki tip olmakla birlikte, oldukça benzer kaleme alındıklarından bu sözleşmelerin değerlendirmeleri birlikte yapılmış, ancak bu iki sözleşmeden birine özellikle atıfta bulunulduğunda, söz konusu sözleşmeye değinilmiştir. Ortak değerlendirme sırasında her iki sözleşmeyi de birden belirtecek şekilde "perakende satış noktası sözleşmesi" ifadesi kullanılmıştır.

Perakende satış noktası sözleşmelerinin 1. maddelerinde, işleticiye Efpa'nın dağıtım ve pazarlamasını üstlendiği bira ve malt içeceklerinin her tip, marka ve türünü satma yükümlülüğü getirilmektedir. 2002/2 sayılı Tebliğ'in kapsam maddesinde anlaşmaların "belirli mal"ların alımı, satımı vs ile ilgili olarak yapılabileceği ifadesi bulunmaktadır. Efpa'nın dağıtım ve pazarlamasını üstlendiği bira ve malt içeceklerinin her tip ve markası ifadesi 2002/2 sayılı Tebliğ'in kapsam maddesine uygundur.

610

Efpa'nın perakende satış noktası sözleşmelerinde, satış noktalarına, anlaşma süresince rakip bira bulundurmama ve satmama, işyerinin iç ve dış cephelerinde rakip teşebbüslerin reklamını yapmama yükümlülüğü getirilmiştir¹. Sözleşme konusu ürünler Efpa'dan veya Efpa'nın satma görevi verdiği teşebbüsten alınacaktır.² Yine anılan sözleşmelerde satış noktalarına asgari satış yapma yükümlülüğü getirilmektedir.³ 2002/2 sayılı Tebliğ'in 5. maddesinde rekabet etmeme yükümlülüğü getirilmesine, belirsiz süreli olmaması veya beş yılı aşmaması şartıyla izin verilmektedir. Bayi bölgesi perakende satış noktası sözleşmesi ile doğrudan dağıtım perakende satış noktası sözleşmesinin süreleri ile ilgili maddeleri farklı düzenlenmiştir.⁴ Bayilik bölgesi perakende satış noktası sözleşmesinin "Süre" başlıklı 16. maddesi şu şekilde düzenlenmiştir: "a. İşbu sözleşme .../.../... tarihinden itibaren Şirket yetkililerince imzalandığı tarihte yürürlüğe girer ve akit tarihi itibarıyla 5 (beş) yılı geçmemek kaydıyla ... (...) yıl süre ile geçerlidir. b. Sözleşmenin hitam tarihinden ... (...) ay önce işbu Sözleşme süresinin uzatılıp uzatılmayacağını taraflar birbirlerine yazılı olarak bildireceklerdir. Bu işlem yapılmadığı takdirde işbu Sözleşme akit tarihi itibarıyla 5 (beş) yılı aşmamak kaydıyla ... (...) yıl daha geçerli olacaktır. Bu sürenin bitiminde de aynı usul ve şartlar geçerli olacaktır. İşletici, sözleşme süresi içerisinde ... (...) lt/kasa/fıçı satışı gerçekleştirmediği takdirde İşletici'nin işbu sözleşmede tadad edilen yükümlülükleri bu satış miktarına ulaşıncaya kadar devam edecektir."⁵ Yine anlaşmaya göre, belirlenen asgari satış miktarlarının gerçekleştirilemesi halinde Efpa, sözleşmeyi fesh etme veya belirlenen miktarda satış yapılana kadar sözleşme süresini uzatma hakkına sahiptir.⁵

620

630

640

Doğrudan dağıtım perakende satış noktası sözleşmesinin süre ile ilgili 20. maddesi ise şu şekilde düzenlenmiştir: "İşbu Sözleşme .../.../... tarihinden itibaren 5 yılı aşmamak kaydıyla, 5 (beş) yıl süre ile geçerlidir. İşleticinin sözleşme süresi içinde 10. Maddede asgari seviyesi belirtilen toplam satış miktarını gerçekleştirememesi halinde, işbu sözleşmenin süresi 5 (beş) yılı aşmamak kaydıyla, işleticinin işbu sözleşmede tadad edilen yükümlülükleri bu toplam satış miktarına ulaşıncaya kadar devam edecektir. İşbu sözleşmenin

¹ Rakip ürünlerle iştigal etmeme yükümlülüğüne ilişkin hükümler, bayi bölgesi satış noktası sözleşmesinin 1 ve 9(h) maddelerinde; doğrudan dağıtım satış noktası sözleşmesinin ise 1 ve 7. maddelerinde yer almaktadır.

² Bayi bölgesi satış noktası sözleşmesinin 9.e. maddesi ve doğrudan dağıtım bölgesi satış noktası sözleşmesinin 8. maddesi.

³ Bayi bölgesi satış noktası sözleşmesinin 9.c. maddesi ve doğrudan dağıtım bölgesi satış noktası sözleşmesinin 10. maddesi.

⁴ Sürelere ilişkin hükümler, bayi bölgesi satış noktası sözleşmesinin 16.maddesinde; doğrudan dağıtım satış noktası sözleşmesinin ise 20. maddesinde yer almaktadır.

⁵ Bayi bölgesi satış noktası sözleşmesinin 9.c ve 9.d. Maddesi.

süresinin dolması veya başka herhangi bir sebeple sona ermesi halinde işletici iş bu sözleşme kapsamında yer alan mamullere ilişkin marka, alamet ve işaretlerini taşıyan ve maddi ve gayri maddi mülkiyeti Şirkete ait olan bilumum mal, malzeme ve mamulu derhal şirkete iade etmek zorundadır.”

650 Bayilik bölgesi perakende satış noktası sözleşmesinde, anlaşmanın süresi içinde asgari satış yükümlülüğünün yerine getirilememesi halinde sözleşmenin bu miktara ulaşıncaya kadar devam edeceğinin belirtilmesi nedeniyle sözleşme süresi ve dolayısıyla rekabet etmeme yükümlülüğü 5 yılı aşabilecektir. Doğrudan dağıtım bölgesi sözleşmesinin süre ile ilgili kısmında ise, asgari satış miktarına ulaşıncaya kadar sözleşmenin devam etmesi sözleşme süresinin 5 yılı aşmamasına bağlandığından bu tür bir sorun bulunmamaktadır. Dolayısıyla bayilik bölgesi perakende satış noktası sözleşmesi, satış noktasına getirilen rekabet etmeme yükümlülüğünün süresi bakımından 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında değildir.

660 Efpa, ürünlerinin perakende satış noktalarında satışa sunulması sırasında müşteri memnuniyetini ve belli bir kalite standardını sağlamak amacıyla sözleşmelerde satış noktasına birtakım yükümlülükler getirilmiştir. Örneğin, satış noktasının bira satışı faaliyetini kısımlayacağı, satışları artırabilmek için gerekli gayreti göstereceği ve Efpa ürünlerinin kalite ve imajını olumsuz yönde etkileyecek davranışlarda bulunmayacağı sözleşmelerde hüküm altına alınmıştır⁶. Satış noktasına getirilen bu yükümlülükler anlaşmayı grup muafiyeti kapsamında çıkaracak bir yapıya sahip değildir.

670 Benzer biçimde, genellikle rekabeti sınırlayıcı olmayan yükümlülüklerden bir diğeri de, yeniden satıcılara reklam faaliyetlerine katılma zorunluluğu getirmektir. Perakende satış noktası sözleşmelerinde buna ilişkin olarak, satış noktasına ait işyerinin iç ve dış cephelerinde Efpa'nın her tür reklamı dilediği gibi yapabileceği, satış noktası açık olduğu sürece ışıklı reklam panolarının ışıklarının açık tutulması gerektiği ve satış noktasının bu uygulamalardan dolayı Efpa'dan kira veya başka ad altında herhangi bir ücret talep edemeyeceği hüküm altına alınmıştır⁷.

680 Efpa, bira ürünlerinin satılmasında kullanılmak üzere işleticiye bir takım tesisat ve demirbaş malzemeleri sağlamaktadır. Perakende satış noktası sözleşmelerinde, Efpa tarafından sağlanan bu malzemelerin işleticiye tesliminin ne şekilde yapılacağı, bu malzemelerin bakım ve temizliklerinin kurallara uygun olarak yapılacağı ve sözleşmenin bitimi ile birlikte bu malzemelerin tekrar Efpa'ya teslim edileceğine ilişkin bazı hükümler yer almakta ve işleticiye bir takım yükümlülükler getirilmektedir⁸. Bildirime konu olan tek elden satın alma anlaşmalarından beklenen faydanın sağlanabilmesi

⁶ Bu tür satış arttırma uygulamalarına ilişkin düzenlemeler, bayi bölgesi satış noktası sözleşmesinin 1, 9(b) ve 9(c) maddelerinde; doğrudan dağıtım satış noktası sözleşmesinin ise 1 ve 10. maddelerinde getirilmiştir.

⁷ Reklam yapma zorunluğuna ilişkin hükümler, bayi bölgesi satış noktası sözleşmesinin 9(ı) ve 9(i) maddelerinde; doğrudan dağıtım satış noktası sözleşmesinin ise 6 ve 7. maddelerinde yer almaktadır.

⁸ Efpa tarafından işleticiye sağlanan tesisat ve demirbaş malzemelere ilişkin düzenlemeler, bayi bölgesi satış noktası sözleşmesinin 10(a)-(e) maddesinde; doğrudan dağıtım satış noktası sözleşmesinin ise 3,4 ve 5. maddelerinde yer almaktadır.

için zorunlu olan bu yükümlülükler anlaşmayı grup muafiyeti kapsamında çıkaracak bir niteliğe sahip değildir.

690 Efga, işleticilere tesisat ve demirbaş malzemenin dışında işyerinin dekorasyonunda kullanılmak üzere kredi vermek suretiyle mali yardımda da bulunmaktadır. Bildirim konusu olan perakende satış noktası sözleşmelerinde, Efga tarafından işleticiye sağlanan bu kredinin miktarı, Efga'ya geri ödemenin hangi esaslara göre yapılacağı hüküm altına alınmıştır⁹. Yeniden satıcılara verilen krediler, satış noktasının üreticiye sadakatini temin ettiğinden tekelden satın alma/rekabet etmeme yükümlülükleri ile aynı doğrultuda unsurlardır. Şöyle ki, kredi alan yeniden satıcı krediyi geri ödemediği müddetçe başka bir üreticiden mal alamayacak, aksi takdirde sağlayıcı kredinin tamamının ödenmesini şart koşabilecek ve dolayısıyla sözleşmede açık bir biçimde tek elden satın alma/rekabet etmeme yükümlülüğü olmasa dahi yeniden satıcı rakip üreticilerin ürünlerini 700 satmaktan imtina edebilecektir. Benzer şekilde rakip üretici, kredi verilen bir yeniden satıcıyı kendi ürünlerini satmaya ikna edebilmek için, yeniden satıcının rakip bira üreticisinin verdiği krediyi geri ödemesine yardım etmek durumunda kalabilecektir. Ancak, yeniden satıcıya verilen bu türden krediler, demirbaşlar vs. işletmenin kurulması ve yenilenmesine imkan tanıdığı için olumlu sonuçlar da doğurabilmektedir. İncelenen sözleşmelerde krediler, zaten tekelden satın alma/rekabet etmeme yükümlülüğü ile bir arada buldukları için, kredi uygulamasının tek elden satın alma yükümlülüğünün rekabeti sınırlayıcı etkisinden daha sınırlayıcı bir etkiye yol açmayacaktır. Bu nedenle, sözleşmelerin Efga ile işleticiler arasındaki ticari ilişkileri 710 düzenleyen bu maddeleri de grup muafiyeti kapsamında değerlendirilmiştir.

Bildirime konu olan sözleşmelerde, taraflara tanınan hak ve yükümlülüklerin başka teşebbüslere devri, işleticinin şirkete yeni ortak alması, şirkete devretmesi ya da kiralaması konularında da birtakım düzenlemelere gidilmiştir. Buna göre, Efga sözleşmeden doğan hak ve yükümlülüklerini istediği takdirde başka bir teşebbüse devredebilirken, işletici Efga'nın yazılı onayı olmadan sözleşmeden doğan hak ve borçlarını ya da doğrudan işyerinin kendisini başka bir teşebbüse devredememekte, kiralayamamakta, satış noktasını başkasına kiralayamamakta ve şirkete yeni ortak 720 alamamaktadır.¹⁰ Efga'nın bu tür bir düzenleme getirirken hedeflediği amacın, satış noktasının tesisat ve dekorasyonu için işleticiye sağlamış olduğu krediyi güvence altına almak ve tedarik zincirinde ve dağıtım planlamasında devirler ya da şirkete ortak alımları neticesinde yaşanabilecek muhtemel aksaklıkları bertaraf etmek olduğu kanaatine varılmıştır. Nitekim, işleticinin satış noktasının yerini değiştirmek zorunda kalması durumunda sözleşme

⁹ Kredilere ilişkin hükümler, bayi bölgesi satış noktası sözleşmesinin 11(a)-(f), 12 ve 13. maddelerinde; doğrudan dağıtım satış noktası sözleşmesinin ise 11 ila 16. maddelerinde yer almaktadır.

¹⁰ Sözleşmeden doğan hak ve yükümlülüklerin devrine ilişkin düzenlemeler, bayi bölgesi satış noktası sözleşmesinin 3. maddesinde; doğrudan dağıtım satış noktası sözleşmesinin ise 22. maddesinde yapılmıştır.

Satış noktasının devir ve kiralınması ya da işleticinin yeni ortak alması hususlarındaki düzenlemeler, bayi bölgesi satış noktası sözleşmesinin 6. maddesinde; doğrudan dağıtım satış noktası sözleşmesinin ise 9 ve 10. maddelerinde yer almaktadır.

730 hükümlerinin yeni satış noktası için de aynen geçerli olacağına¹¹, işleticinin bölgesinden sorumlu bayinin değişmesi halinde de sözleşmenin bu yeni bayi ile uygulanmaya devam edileceğine veya gerektiğinde ürünlerin Efpa'nın bildireceği dağıtıcı teşebbüsten alınacağına¹² ve işleticinin şirketini devretmesi ya da yeni ortak alması durumunda sözleşme hükümlerinin bu yeni şahıslar tarafından aynen kabulünün işletici tarafından sağlanacağına¹³ ilişkin hükümler de, Efpa tarafından satış noktaları ile kurmuş olduğu çalışma ortamının sürekliliğini sağlamaya yönelik getirilmiş ve anlaşmayı 2002/2 sayılı grup muafiyeti kapsamında çıkarmayan düzenlemelerdir.

Sonuç olarak; bildirim tarihinden önce akdedilmiş ve halen geçerli olan, ancak bildirim formunda yer verilmeyen eski tip anlaşmalardan;

740 - Doğrudan dağıtım bölgesi perakende satış noktası sözleşmesi 2002/2 sayılı Tebliğ ile tanınan grup muafiyetinden yararlanmaktadır.
- Bayilik bölgesi perakende satış noktası sözleşmesinde anlaşmanın süresi içinde asgari satış yükümlülüğünün yerine getirilememesi halinde sözleşmenin bu miktara ulaşıncaya kadar devam edeceğinin belirtilmesi nedeniyle sözleşme süresi ve dolayısıyla rekabet etmeme yükümlülüğü 5 yılı aşabilecek olup, asgari satış miktarının ne zaman gerçekleştirileceği bilinemeyeceğinden sözleşme belirsiz süreli olarak değerlendirilmiştir.¹⁴

750 Bu durumda, bayilik bölgesi perakende satış noktası sözleşmeleri rekabet etmeme yükümlülüğünün süresi bakımından 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında değildir.

H.4.1.4. Bira Pazarındaki Diğer Tekelden Satın Alma Anlaşmaları

Bu bölümde, bira pazarındaki diğer üretici teşebbüs olan Bimpaş ile nihai satış noktaları arasında akdedilmiş olan tek elden satın alma anlaşmaları 2002/2 sayılı Tebliğ bakımından değerlendirilmiştir.

760 Öncelikle direkt dağıtım yapılan açık satış noktalarıyla akdedilen satış noktası sözleşmesi incelenmiştir.

Anlaşma, bir tarafta üretici ve dağıtıcı olan Bimpaş ile diğer tarafta perakende seviyesinde faaliyet gösteren yeniden satıcı olmak üzere iki taraflıdır. Anlaşma, Bimpaş'ın pazarladığı ve sözleşme süresince pazarlanmasını üstleneceği tüm bira ürünlerinin satılmasını kapsamaktadır (Sözleşmenin Kapsamı başlıklı madde). Anlaşılacağı üzere, iki taraflı olan anlaşma, tüm bira ürünlerinin satışına ilişkin olup, 2002/2 sayılı Tebliğ'in kapsam

¹¹ Bayi bölgesi satış noktası sözleşmesi 5. maddesi; doğrudan dağıtım satış noktası sözleşmesi 10. madde.

¹² Bayi bölgesi satış noktası sözleşmesi 3. Madde, doğrudan dağıtım satış noktası sözleşmesi 8. madde.

¹³ Bayi bölgesi satış noktası sözleşmesi 6. Madde, doğrudan dağıtım satış noktası sözleşmesi 9. madde.

¹⁴ Doğrudan dağıtım bölgesi sözleşmesinin süre ile ilgili kısmında ise asgari satış miktarına ulaşıncaya kadar sözleşmenin devam etmesi sözleşme süresinin 5 yılı aşmamasına bağlandığından bu tür bir sorun bulunmamaktadır.

maddesine uygun olarak grup muafiyetinden yararlanabilecek bir dikey anlaşmadır.

- 770 Sözleşmeye göre; yeniden satıcı sözleşme süresince sadece Bimpaş'ın pazarladığı ürünleri satmayı ve rakip teşebbüslerin bira mamullerini satmamayı, reklam niteliğindeki mamul ve malzemeleri bulundurmamayı, sözleşme konusu ürünleri yalnız Bimpaş'tan almayı Bimpaş'ın pazarladığı mamullerin satışında azami gayret göstermeyi taahhüt etmektedir (Sözleşmenin 1. maddesi). Yeniden satıcı, sözleşme süresince aylık ve toplam olmak üzere asgari miktarda bira satın almayı taahhüt etmektedir (Sözleşmenin 16. maddesi). Söz konusu hükümler, rekabet etmeme yükümlülüğüdür. Anlaşmanın süresine bakıldığında, *"İşbu sözleşme ... tarihinden itibaren ... kadar ... süre ile geçerlidir. Bu süre zarfında asgari taahhüt edilen ... toplam bira alımının gerçekleşmemesi halinde, taahhüt edilen alım gerçekleşinceye kadar işbu sözleşme devam edecektir. Bu halde dahi sözleşme süresi 5 yılı geçemez."* ifadesi ile (Sözleşmenin 17. maddesi), anlaşmanın süresinin 5 yılı geçmeyecek şekilde düzenlendiği görülmektedir. Direkt dağıtım yapılan açık satış noktaları ile akdedilmiş örnek anlaşmalara bakıldığında, bu madde aşağıdaki gibi düzenlenmiştir: *"İşbu sözleşme 16.12.2003 tarihinden itibaren ... kadar ... süre ile geçerlidir. Bu süre zarfında asgari taahhüt edilen 450 adet 50 lt Tuborg fıçı toplam bira alımının gerçekleşmemesi halinde, taahhüt edilen alım gerçekleşinceye kadar işbu sözleşme devam edecektir. Bu halde dahi sözleşme süresi 5 yılı geçemez."*
- 780
- 790 Görüldüğü üzere, anlaşmanın başlangıç tarihi ve toplam asgari satış yapılacak miktar belli olmasına rağmen ne kadarlık süre ile geçerli olduğuna dair kısım doldurulmamıştır. Bu durumda, anlaşma, başlangıç tarihinden asgari alım gerçekleşinceye kadar olan tarihe kadar devam edecektir ve başlangıç tarihinden itibaren 5 yılı geçmemek kaydıyla asgari alım gerçekleşince anlaşma süresi sona erecektir. Anlaşmanın süresi 5 yılı aşmayacak şekilde hazırlandığından, rekabet etmeme yükümlülüklerinin süresi 2002/2 sayılı Tebliğ'e uygundur.

- 800 Anlaşmaya göre; yeniden satıcı Bimpaş'ın yazılı muvafakatı ve onayı olmadan sözleşme süresinde işyerini ve işletme ruhsatını başkalarına devir ve temlik edemez, kiralayamaz, işyerini başka bir adrese taşıyamaz ve yeni ortak veya ortaklar alamaz. İşletici, devir ve temlik, kiralama ve yeni ortak veya ortaklar almak durumunda ise en az 30 gün önceden Bimpaş'a yazılı bilgi verip yazı ile onay almak ve işbu sözleşmedeki tüm şartları yeni şahıslara da kabul ettirmek ve Bimpaş ile yeni şahıslar arasında aynı şartlarda akdin yapılmasını temin etmekle yükümlüdür. Aksi halde, sözleşme yeniden satıcı tarafından ihlal edilmiş sayılacaktır. Yeniden satıcı, Bimpaş'ın onayını alarak işyerini yeni bir adrese taşıması halinde sözleşmede belirtilen yeniden satıcının yükümlülükleri aynen geçerli olacaktır (Sözleşmenin 9. maddesi). Bunlara ilave olarak, Bimpaş, sözleşmeden doğan tüm hak ve borçlarını yeniden satıcının izin ve onayına tabi olmaksızın bir başka şahsa/şirkete veya ürünlerini satma görevi verdiği bir dağıtıcısına devredebilir. Yeniden satıcının sözleşmeden doğan tüm yükümlülükleri devralan şahıs/şirket ya da dağıtıcıya karşı aynen devam edecektir. Yeniden satıcı, sözleşme konusu ürünleri Bimpaş'ın bildireceği şahıs/şirket ya da
- 810

(04-47/610-147)

820 dağıtıcıdan satın almayı kabul ve taahhüt etmiştir. Yeniden satıcı, sözleşmeden doğan hak ve borçlarını Bimpaş'ın yazılı onayını almaksızın kısmen veya tamamen bir başkasına devredemez (Sözleşmenin 20. maddesi). Bu tür yükümlülükler, kurulan ilişkinin sürekliliğini, rekabet etmeme yükümlülüğünü ve bunun devamını sağlamaya yöneliktir ve 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamındadır.

830 Sözleşmeye göre, Bimpaş işletmeye katkıda bulunmak ve işyerinde sözleşme konusu ürünlerin satışlarını arttırmak amacı ile yeniden satıcıya katkıda bulunacaktır. Yeniden satıcı bu katkının ve her türlü borcunun teminatı olmak üzere teminat verecektir (Sözleşmenin 12. maddesi). Verilen bu katkılar, yeniden satıcının Bimpaş tarafından kabul edilen faaliyeti için olup, Bimpaş vereceğini bildirdiği hususları durdurarak kendi isteği doğrultusunda faaliyetin yeniden yapılmasını veya düzeltilmesini talep edebilecektir (Sözleşmenin 13. maddesi). Yukarıda Efpa tarafından işleticilerle yapılan sözleşmelerle ilgili belirtildiği üzere, bu tür katkılar tek elden satın alma/rekabet etmeme yükümlülüğünü destekleyen unsurlar olup grup muafiyeti kapsamındadırlar.

840 Bimpaş, fıçı tesisatı kurulmasına karar verdiği yeniden satıcılara ait işletmeye, mülkiyeti Bimpaş'ta kalmak kaydıyla, fıçı tesisatı, metal fıçı kapları, karbondioksit tüpleri vs demirbaş malzemeleri verecek (Sözleşmenin 2. maddesi), bedelsiz olarak verilen demirbaş için söz konusu malzemelerin cins ve miktarlarının yazılı olduğu emanet senedi imzalanacak (Sözleşmenin 3. maddesi), sözleşmenin feshi halinde tüm malzemeler Bimpaş'a teslim edilecek (Sözleşmenin 6. maddesi), aylık asgari satın alma taahhüdü gerçekleştirilemediğinde Bimpaş emanet olarak verdiği fıçı cihazı ve tüm malzemeleri geri alabilecektir (Sözleşmenin 11. maddesi). Yeniden satıcı, sözleşme konusu ürünlerle ilgili olarak Bimpaş'ın genel tanıtım stratejisi çerçevesinde tanıtma ve buna benzer satış artırıcı faaliyetlerde bulunmakla mükellef olup, yeniden satıcı bu faaliyetlerinde Bimpaş'ın imaj bütünlüğü içerisinde hareket edecektir ve Bimpaş işletmeye reklam malzemeleri takabilecektir. (Sözleşmenin 8. maddesi). Bu nitelikteki hükümler, 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamındadır.

850 Yeniden satıcının sözleşme süresi içinde işyerini çalıştıramaması, ilgili resmi kuruluşlardan bira satışı ile ilgili ruhsatı alamaması veya aldığı ruhsatın iptal edilmesi, muvakkaten veya temelli olarak geri alınması, işyerinde iş değişikliği yapması, işyerini devir alanın sözleşme hükümlerini kabul etmemesi, devralanın da ilgili kuruluşlardan bira satışı için ruhsat alamaması veya aldığı ruhsatın iptal edilmesi, geri alınması veya yeniden satıcının veya devralanın sözleşme hükümlerinden herhangi birine aykırı hareket etmesi halinde, yeniden satıcının Bimpaş'tan aldığı tüm yardım ve sabit yatırımların bedelini bankalarca uygulanan en yüksek kredi faizi ile birlikte Bimpaş'a iade etmesi ve ayrıca cezai şart olarak belirlenen miktarda ABD doları karşılığı TL

860 ödemesi, bunun için teminat olarak senet verilmesi (Sözleşmenin 14. maddesi) gibi hükümler kurulan ilişkinin devamını, aktarılan malzemelerin, katkıların vs'nin geri dönüşünü ve rekabet etmeme yükümlülüklerinin devamını sağlamaya yönelik hükümler olup, 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamındadırlar.

870 Sonuç olarak, Bimpaş ile direkt dağıtım yapılan açık satış yapan noktalar arasında akdedilen bu sözleşmeler, 2002/2 sayılı grup muafiyeti kapsamındadır. Bimpaş ile direkt dağıtım yapılan kapalı satış noktaları arasındaki sözleşmelerin hükümleri de, hemen hemen aynı olduğundan, aynı şekilde 2002/2 sayılı grup muafiyetinden yararlanabileceklerdir.

880 Bayilik bölgesinde gerek açık, gerekse kapalı satış yapan noktalarla Bimpaş arasında imzalanan sözleşmeler de direkt dağıtım yapılan bölgelerdeki sözleşmelerle hemen hemen aynı hükümlere sahiptir. Farklı olan husus, anlaşma konusu bira ürünlerinin sadece dağıtıcıdan alınması ve bu amaçla Bimpaş'ın anlaşma ekinde yeniden satıcının bulunduğu bölgedeki dağıtıcının kimliğine dair bilgi vermesidir. Yine bu sözleşmede herhangi bir nedenle dağıtıcının değiştirilmesi veyahut Bimpaş'ın direkt dağıtımını üstlenmek zorunda kalması halinde sözleşmenin yeniden satıcı ile Bimpaş'ın göstereceği bir dağıtıcı arasında devam edeceği (Bayilik bölgesi açık satış noktası sözleşmesinin 21. maddesi; bayilik bölgesi kapalı satış noktası sözleşmesinin 15. maddesi) yükümlülüğü gibi rekabet etmeme yükümlülüğünü ve bunun devamını tesis eden ve anlaşmayı 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamından çıkarmayan bir unsur yer almaktadır.

Son olarak, direkt dağıtım yapılan satış noktaları ile akdedilmiş örnek anlaşmalardaki Özel Hükümler başlıklı maddelere bakıldığında aşağıdaki gibi hükümlere yer verildiği görülmektedir:

- 890
- *İşletmeye her 150 adet fiçı satışından sonra 15 adet Tuborg Gold 50 lt fiçı verilecektir.*
 - *Verilen hibeler satıcının kotasına dahil edilmeyecektir.*
 - *İşletme hiçbir maksatla rakip firma ürünlerinden bulduramaz, teşhirini yapamaz, satışını gerçekleştirmez.*

Bu hükümlerin anlaşmaları grup muafiyeti kapsamından çıkarmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

900 Sonuç olarak, Bimpaş'ın bayilik bölgesindeki nihai satış noktaları ile yapmış olduğu anlaşmalar da 2002/2 sayılı Tebliği ile tanınan grup muafiyetinden yararlanmaktadır.

H.5. Grup Muafiyetinin Geri Alınması

H.5. 1. Genel Bilgiler

910 Bira üreticileri olan Efpa ve Bimpaş'ın nihai satış noktaları ile akdetmiş oldukları tek elden satın alma anlaşmaları genel olarak 2002/2 sayılı Tebliğ'in sağladığı muafiyetten yararlanmaktadır. Ancak, aynı Tebliğ'in 6. maddesi uyarınca, bir anlaşmanın Kanun'un 5. maddesinde düzenlenen koşullarla bağdaşmaz etkilere sahip olduğunun tespit edilmesi durumunda, 4054 sayılı Kanun'un 13. maddesine dayanılarak, anlaşmaya 2002/2 sayılı Tebliğ ile sağlanan muafiyet geri alınabilmektedir. Ancak buna ilişkin nihai karar

verilmeden önce, Rekabet Kurulu tarafından anlaşma taraflarının yazılı ve/veya sözlü görüşlerinin istenmesi gerekmektedir.

920 Ayrıca, benzer nitelikteki dikey sınırlamaların oluşturduğu paralel ağların ilgili pazarın önemli bir bölümünü kapsamaması durumunda, Rekabet Kurulu, ayrıca çıkaracağı bir tebliğ ile ilgili pazarda belirli sınırlamaları içeren anlaşmaları 2002/2 sayılı Tebliğin sağladığı muafiyetin dışına çıkarabilmektedir.

2002/2 sayılı Tebliğ'in 6. maddesi uyarınca bir değerlendirme yapılmadan önce, anlaşma konusu mallar arasında ve dolayısıyla bira pazarında etkin rekabetin olup olmadığı, pazara girişlerin zorlaştırılıp zorlaştırılmadığının tespiti ve pazardaki paralel ağlar ile ilgili açıklamalar yapılması gerekmektedir.

930 Bira pazarında etkin bir rekabetin olup olmadığını tespit edebilmek için pazarın yapısına bakmak gerekmektedir. Bira pazarında yaklaşık %77 payla hakim durumda olan Efpa, bu durumunu yıllardır korumaktadır. Pazara İlişkin Bilgiler bölümünde de yer verildiği üzere, Efpa'nın ardından ikinci sırada yer alan Bimpaş'ın yaklaşık %22-23 civarında olan pazar payında da önemli değişimler gözlenmemiştir.¹⁵ Pazar büyüme eğiliminde olmasına rağmen, pazardaki iki teşebbüsün de kapasite kullanım oranları düşük seviyelerde kalmıştır. 2003 yılında Efpa kapasitesinin sadece %67'sini, Bimpaş ise %61'ini kullanmıştır. Bu durumun da pazara yeni teşebbüslerin girmesini önemli ölçüde engellediği kanaatine varılmıştır. Efpa'nın mevcut kapasitesinin (913.000.000 lt.) bile tek başına mevcut talebi (toplam talep 2003 yılında 790.000.000 lt civarındadır) rahatlıkla karşılamaya yeterli olduğu göz önünde 940 bulundurulduğunda, pazardaki kapasite fazlalığının önemli bir giriş engeli yarattığı görülmektedir.

950 Bira pazarındaki kapasite fazlalığının önemli bir giriş engeli olması, pazara hiç bir şekilde yeni üretici teşebbüs giremeyeceği anlamına da gelmemektedir. Nitekim, Toros Biracılık ve Malt San. A.Ş. de (Marmara Bira) 1995 yılında bira pazarına girmiştir. Ancak, yaklaşık 40 yıllık bir dönem içerisinde tek bir teşebbüsün pazara girme girişiminde bulunmuş olmasının, pazara giriş engellerinin olduğu gerçeğini değiştirmemektedir. Nitekim, Marmara Bira, kısa bir süre pazarda kaldıktan sonra, 1998 yılının başında pazarı terk etmek durumunda kalmıştır. Ancak son dönemde, Süral Otelcilik ve Turizm İşletmeleri A.Ş. ve Park Gıda ve Meşrubat San. ve Tic. A.Ş. adlı teşebbüsler bira pazarına girmek için yatırım yapmışlardır. Ancak, söz konusu teşebbüslerin her birinin kapasitesinin sadece Tekel'in kapasitesi kadar olduğu dikkate alındığında, söz konusu bu girişimlerin pazarda önemli rekabetçi etkiler doğurmayacakları kanaatine varılmıştır.

15 Bu pazar payları açık veya kapalı satış pazar ayrımı yapılmaksızın hesaplanan genel pazar paylarıdır. İlgili ürün pazarlarındaki pazar paylarına bakıldığında ise, Efpa açık satış pazarında %72,3, Bimpaş %27,7; kapalı satış pazarında ise Efpa %79,5, Bimpaş ise %20,5 pazar payına sahiptir. Görüldüğü üzere, açık ve kapalı satış pazarları, teşebbüslerin pazar payları açısından benzerlik arz etmektedir. Dolayısıyla kararda her iki pazarı da kapsayacak şekilde, genel pazar paylarına atıfta bulunulmaktadır.

960 Bira pazarındaki kapasite fazlalığı sadece bir giriş engeli olarak görülmemelidir. Bunun yanı sıra, pazardaki her iki teşebbüsün de kapasite fazlalığına sahip olması, teşebbüslerin kendi aralarında paralel davranışlar sergilemelerine müsait bir ortam oluşturmaktadır. Zira, teşebbüslerden herhangi birinin fiyat rekabetine girmesi halinde, kapasite kısıtı altında olmayan rakibi de benzer şekilde fiyatını indirebilecektir. Dolayısıyla, bira pazarındaki her iki teşebbüsün de atıl kapasiteye sahip olması teşebbüslerin pazardaki davranışlarını disipline edici bir etkiye sahip olacaktır.

970 Alkollü bir içecek olan biranın, televizyon, kablolu yayın, radyo ve kamu yayın araçlarıyla reklamlarının yapılmasını yasaklayan 4250 sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanunu'nun 19. maddesinin de, pazara yeni teşebbüslerin girmesini önemli ölçüde engellediği kanaatine varılmıştır. Şöyle ki, Efpa pazarda uzunca yıllardır faaliyet gösteriyor olmasının neticesinde sağlamış olduğu Efes markasının bilinirliğini, sportif ve sanatsal faaliyetlere yapmış olduğu destek sayesinde sürdürmeyi ve daha da güçlendirmeyi başarabilmiştir. Pazara yeni girme niyetinde olan teşebbüslerin ise, ürünlerini geniş tüketici kitlelerine tanıtılabilmek amacıyla radyo ve televizyon reklamlarını kullanamamaları nedeniyle bira pazarından uzak durdukları dosya mevcudu bilgi ve belgeden anlaşılmaktadır.¹⁶ Sonuç olarak, bira pazarında faaliyet gösterebilmek için tüketiciler tarafından tanınan bir markaya ihtiyaç duyulması, önemli bir pazara giriş engeli olarak değerlendirilmiştir. Türkiye'ye bira ithalatı ise oldukça sınırlıdır. 2003 yılının 980 ikinci yarısında gerçekleşen bira ithalat rakamı 190.591 lt gibi önemsiz bir miktarda kalmıştır.

Bu açıklamalar çerçevesinde, biri %77, diğeri %22-23 pazar payına sahip önemli iki teşebbüsün faaliyet gösterdiği, giriş engellerinin yüksek olduğu ve paralel davranışların oluşmasına müsait düopolistik bir yapı sergileyen bira pazarında teşebbüsler arasında etkin bir rekabetin olmadığı görülmektedir.

990 Etkin rekabetin olmadığı pazarlarda faaliyet gösteren teşebbüslerin grup muafiyetlerinin hiç birinden yararlanamayacağı şeklinde bir yoruma gitmek mümkün değildir. Bunun yerine, pazardaki teşebbüsler arasında etkin bir rekabet olmamasında grup muafiyeti kapsamındaki inceleme konusu olan anlaşmaların doğrudan ya da dolaylı bir katkısının olduğunun tespit edilmesi gerekmektedir.

Giriş engellerinin oldukça yüksek olduğu bira pazarına giren teşebbüslerin ürünlerini tüketicilere tanıtmadaki zorluklarının yanı sıra, karşılaşacakları diğer bir problem de ürünlerin nihai satış noktalarında bulunabilirliğini sağlamalarıdır. Rakip teşebbüslerin pazara girişinin inceleme konusu olan

¹⁶ Marmara Bira, pazara ilk girdiği dönemde ürünlerini tüketicilere tanıtmak amacıyla yoğun olarak televizyon reklamı yapmıştır. Reklamlarda özellikle "alkolsüz bira" unsuru kullanılmaya çalışılmasına rağmen, bu reklamlar yasaklanmaktan kurtulamamıştır. Bimpaş'ın, dağıtımını yaptığı Tuborg markasının yanısıra 1998 yılında Troy markasını da piyasaya sürmesine rağmen, bu markanın pazar payını arttıramayarak oldukça sınırlı bir başarı elde edebilmesi de, bira pazarına yeni bir ürünle girerek pazardan pay almanın kolay olmadığını göstermektedir. Nitekim, A.B.D. kökenli Miller Brewing Company de Türkiye pazarına doğrudan kendisi üretim yaparak girmek yerine, Miller markasının üretim lisansını Efes grubuna vererek girmeyi tercih etmiştir.

(04-47/610-147)

1000 anlaşmalar nedeniyle engellenmesi durumunda muafiyeti geri alınabilecektir. Bu noktada, halen etkin bir rekabetin yaşanmadığı bira pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin sınırlı sayıdaki nihai satış noktalarından en azından bir kısmını, akdetmiş oldukları tek elden satın alma anlaşmaları ile kendilerine bağlayarak, pazarda etkin bir rekabetin yaşanmamasında etkili olup olmadıklarının tespit edilmesi gerekmektedir. Bu amaca yönelik olarak, perakende satış noktası sözleşmelerinin pazara giriş koşullarının şekillenmesindeki etkisinin değerlendirilmesi sırasında, tek elden satın alma anlaşmalarının oluşturduğu ağlar bir bütün olarak değerlendirmeye alınmıştır. Böylece 2002/2 sayılı Tebliğ'in 6. maddesi uyarınca ilgili pazardaki belirli sınırlamaları içeren anlaşmaların grup muafiyetinin dışına çıkarılıp çıkarılmayacağı sorusuna cevap verilmiş olacaktır.

Bu amaçla öncelikle Efpa'nın 2000-2003 yılları arasında bira pazarına ilişkin sağladığı verilerden yola çıkılarak hazırlanan pazardaki teşebbüslerin bağlı pazar paylarına aşağıdaki tablolarda yer verilmiştir.

1020

Tablo 5: 2000 Yılı Bira Pazarının Durumu

2000 YILI		DOĞRUDAN SATIŞLAR		BAYİ ARACILIĞIYLA SATIŞLAR	
		Müşteri Sayısı	Satış Miktarı	Müşteri Sayısı	Satış Miktarı
AÇIK SATIŞ	Sözleşmeli ¹⁷	477	11,200,000	1,534	18,000,000
	Sözleşmesiz	14,856	45,720,274	92,653	144,003,858
	TOPLAM	15,333	56,920,274	94,187	162,003,858
KAPALI SATIŞ	Sözleşmeli	332	8,300,000	538	6,000,000
	Sözleşmesiz	44,538	190,015,067	134,072	331,671,601
	TOPLAM	44,870	198,315,067	134,610	337,671,601
GENEL TOPLAM		60,203	255,235,341	228,797	499,675,459

Tablo 6: 2001 Yılı Bira Pazarının Durumu

2001 YILI	DOĞRUDAN SATIŞLAR	BAYİ ARACILIĞIYLA SATIŞLAR
-----------	-------------------	----------------------------

¹⁷ Efpa tarafından sağlanan tablolardaki sözleşmeli satış yapılan noktalar ve bu noktalara yapılan satış hacmi sadece Efpa için verilmiştir. Tablodaki sözleşmesiz satış noktalarına gerçekleştirilen satış hacmi bira sektöründeki tüm firmalar için doldurulmuştur. Bu nedenle Bimpaş'ın sözleşmeli satışları Bimpaş tarafından gönderilen bilgilerden alınmaktadır. 2000-2001 yıllarına dair Bimpaş'ın sözleşmeli satış noktalarına yaptığı satışlara yönelik bilgi olmadığından veya çok düşük miktarda bilgi toplanabildiğinden, bu rakamlar kullanılarak elde edilen anılan yıllara dair bağlı pazar payları minimum rakamları belirtmektedir.

(04-47/610-147)

		Müşteri Sayısı	Satış Miktarı	Müşteri Sayısı	Satış Miktarı
AÇIK SATIŞ	Sözleşmeli	773	13,100,000	3,367	30,000,000
	Sözleşmesiz	19,879	47,405,834	90,716	125,586,429
	TOPLAM	20,652	60,505,834	94,083	155,586,429
KAPALI SATIŞ	Sözleşmeli	806	13,900,000	3,094	32,500,000
	Sözleşmesiz	42,260	165,978,180	126,105	316,675,291
	TOPLAM	43,066	179,878,180	129,199	349,175,291
GENEL TOPLAM		63,718	240,384,014	223,282	504,761,720

1030 Tablo 7: 2002 Yılı Bira Pazarının Durumu

2002 YILI		DOĞRUDAN SATIŞLAR		BAYİ ARACILIĞIYLA SATIŞLAR	
		Müşteri Sayısı	Satış Miktarı	Müşteri Sayısı	Satış Miktarı
AÇIK SATIŞ	Sözleşmeli	1,448	18,000,000	5,776	40,000,000
	Sözleşmesiz	21,787	48,031,715	87,166	121,663,853
	TOPLAM	23,235	66,031,715	92,942	161,663,853
KAPALI SATIŞ	Sözleşmeli	1,888	21,250,000	6,000	42,750,000
	Sözleşmesiz	36,711	157,137,700	123,224	336,323,863
	TOPLAM	38,599	178,387,700	129,224	379,073,863
GENEL TOPLAM		61,834	244,419,415	222,166	540,737,716

Tablo 8: 2003 Yılı Bira Pazarının Durumu

2003 YILI		BAYİ ARACILIĞIYLA SATIŞLAR	
		Müşteri Sayısı	Satış Miktarı
AÇIK SATIŞ	Sözleşmeli	8.760	64.000.000
	Sözleşmesiz	110.148	167.400.000
	TOPLAM	118.908	231.400.000
KAPALI SATIŞ	Sözleşmeli	11.563	82.000.000
	Sözleşmesiz	160.059	475.600.000
	TOPLAM	171.622	557.600.000
GENEL TOPLAM		290.530	789.000.000

Tablo 9: 2000-2003 Yılları Arası Satış Hacmine Göre Bağlı Pazar Payları

SATIŞ HACMİNE GÖRE BAĞLI PAZAR PAYLARI (%)				
	YILLAR	EFPA BAĞLI PAZAR PAYI (%)	BİMPAŞ BAĞLI PAZAR PAYI (%)	TOPLAM BAĞLI PAZAR PAYI (%)
AÇIK SATIŞ	2000	13.3	1.8	15.1
	2001	19.9	2.0	22.0
	2002	25.5	17.2	42.6
	2003	27,7	19,7	47,4
KAPALI SATIŞ	2000	2.7	0.0	2.7
	2001	8.8	0.5	9.2
	2002	11.5	3.9	15.3
	2003	14,7	5,7	20,4

Yukarıda yer verilen tablolardan anlaşılacağı üzere, Efpa'nın 2000-2003 yılları arasında tek elden satın alma anlaşmaları ile kendisine bağladığı *açık satış noktalarına* yaptığı satışların, bira pazarındaki toplam açık satış noktalarına yapılan satışlar içindeki oranı sırasıyla %13,3, %19,9, %25,5 ve

(04-47/610-147)

1040 %27,7 olarak gerçekleşmiştir.¹⁸ Aynı dönem için, Bimpaş'ın tek elden satın alma anlaşmaları ile kendisine bağladığı açık satış noktalarına yaptığı satışların bira pazarındaki toplam açık satış noktalarına yapılan satışlar içindeki oranı ise sırasıyla %1,8, %2, %17,2 ve %19,7 olarak gerçekleşmiştir. Bu durumda 2000-2003 yılları için tek elden satın alma sözleşmeleri ile bağlanan açık satış noktalarına yapılan satışların toplam açık satış noktalarına yapılan satışlar içindeki oranı (total tied on-premise market share) %15,1, %22 %42,6 ve %47,4 olarak gerçekleşmiştir. Burada dikkati çeken en önemli husus, bu dönem içerisinde hem Efpa'nın, hem de Bimpaş'ın tek elden satın alma anlaşmaları ile kendilerine bağladıkları açık noktalar aracılığı ile gerçekleştirdikleri satışları artırmış olmalarıdır. 2003 yılına gelindiğinde, pazardaki açık satış noktalarına gerçekleştirilen satış hacminin yaklaşık 1050 yarısının ya Efpa, ya da Bimpaş ile akdedilen tek elden satın alma sözleşmeleri vasıtası ile yapıldığı görülmektedir.

1060 Efpa'nın 2000-2003 yılları arasında tek elden satın alma anlaşmaları ile kendisine bağladığı *kapalı satış noktalarına* yaptığı satışların, bira pazarındaki toplam kapalı satış noktalarına yapılan satışlar içindeki oranı sırasıyla %2,7, %8,8, %11,5 ve %14,7 olarak gerçekleşmiştir.¹⁹ Bimpaş'ın 2000-2003 yılları arasında tek elden satın alma anlaşmaları ile kendisine bağladığı kapalı satış noktalarına yaptığı satışların, bira pazarındaki toplam kapalı satış noktalarına yapılan satışlar içindeki oranı sırasıyla %0, %0,5, %3,9 ve %5,7 olarak gerçekleşmiştir. Bu durumda, 2002-2003 yılları için tek elden satın alma sözleşmeleri ile bağlanan kapalı satış noktalarına yapılan satışların toplam kapalı satış noktalarına yapılan satışlar içindeki oranı (total tied off-premise market share) sırasıyla %2,7, %9,2, %15,3, %20,4 olarak gerçekleşmiştir. Görüldüğü üzere, bira üreticilerinin tek elden satın alma anlaşmaları vasıtasıyla kendilerine bağladıkları noktalar üzerinden gerçekleştirdikleri satış hacmi artış göstermiştir.

1070 Aşağıdaki tablolarda ise, gerek Efpa, gerekse de Bimpaş'tan elde edilen veriler bir araya getirilerek elde edilen ve Tekel satışlarını içermeyen veriler kullanılarak ulaşılan pazar payları yer almaktadır. Tekel'in satışlarının düşük olmasından dolayı elde edilen sonuçları önemli oranda değişmeyecektir.

Tablo 10: 2003 Yılı Satış ve Pazar Payları

2003 YILI		EFPA SATIŞLAR		BİMPAŞ SATIŞLAR	
		Müşteri Sayısı	Satış Miktarı (lt)	Müşteri Sayısı	Satış Miktarı (lt)
AÇIK SATIŞ	Sözleşmeli	8.760	64.000.000	5.172	45.585.230
	Sözleşmesiz	110.148	103.300.000	5.146	18.555.010
	TOPLAM	118.908	167.300.000	10.318	64.140.240
KAPALI SATIŞ	Sözleşmeli	11.563	82.000.000	4.797	31.513.500
	Sözleşmesiz	160.060	360.700.000	33.957	82.603.950
	TOPLAM	171.623	442.700.000	38.754	114.117.450

¹⁸ Bimpaş'tan alınan bilgilere göre ise; 2003 yılında Efpa açık satış noktalarına gerçekleştirdiği satışların %45,78'ini tek elden satın alma anlaşmaları yoluyla yapmıştır.

¹⁹ Bimpaş'tan alınan bilgilere göre ise; 2003 yılında Efpa kapalı satış noktalarına gerçekleştirdiği satışların %22,94'ünü tek elden satın alma anlaşmaları yoluyla yapmıştır.

(04-47/610-147)

GENEL TOPLAM		290.531	610.000.000	49.072	178.257.690
--------------	--	---------	-------------	--------	-------------

Tablo 11: Satış Hacmine Göre 2003 Yılı Bağlı Pazar Payları (%)

SATIŞ HACMİNE GÖRE 2003 YILI BAĞLI PAZAR PAYLARI (%)				
	YIL	EFPA BAĞLI PAZAR PAYI (%)	BİMPAŞ BAĞLI PAZAR PAYI (%)	TOPLAM BAĞLI PAZAR PAYI (%)
AÇIK SATIŞ	2003	27,7	19,7	47,4
KAPALI SATIŞ	2003	14,7	5,7	20,4

Tablo 12: Satış Noktası Sayısına Göre 2003 Yılı Bağlı Satış Noktası Oranı (%)

SATIŞ NOKTASI SAYISINA GÖRE 2003 YILI BAĞLI SATIŞ NOKTASI ORANI (%) ²⁰				
	YIL	EFPA BAĞLI NOKTA ORANI (%)	BİMPAŞ BAĞLI NOKTA ORANI (%)	TOPLAM BAĞLI NOKTA ORANI (%)
AÇIK SATIŞ	2003	6,8 - 7,1	4 - 4,2	10,8 - 11,3
KAPALI SATIŞ	2003	5,5 - 6,6	2,3 - 2,7	7,8 - 9,3

1080

Bira pazarında akdedilen tek elden satın alma anlaşmalarında yer alan rekabet etmeme yükümlülüklerinin yanı sıra, dolap münhasırlıklarının da üzerinde durulması gerekmektedir. Üreticiler anlaşma akdetmedikleri bazı noktalara kendi soğutucu dolaplarını vererek, bu noktalarda sadece kendi ürünlerinin satılmasını sağlayabilmektedirler. Örneğin, Efpa tek elden satın alma anlaşması yapmadığı kapalı satış noktalarından 12.700 adedine soğutma dolabı temin etmiş ve bu satış noktalarında toplam 82 milyon litre sadece Efpa ürününün satılmasını sağlamıştır. Böylece, dolap münhasırlıklarından sağlanan satış hacimleri de gözönünde bulundurulduğunda, Efpa'nın hukuki ve fiili olarak bağlı pazar payı %14,7'den yaklaşık %29,4'e çıkacaktır. Benzer şekilde, Bimpaş da 605 kapalı satış noktasına soğutucu dolap temin ederek, bu noktalarda sadece kendi ürünlerinin satılmasını sağlamıştır. Herhangi bir şekilde tek elden satın alma anlaşması olmaksızın dolap temini suretiyle elde edilen bu satış hacmi de dikkate alındığında, Bimpaş'ın bağlı pazar payı %5,7'den %6,3'e yükselecektir. Sonuç olarak, hukuki veya fiili olarak sadece Efpa veya Bimpaş markalarını satan kapalı satış noktalarının satış hacmi oranı %35,7'ye kadar ulaşmaktadır.

1090

H.5.2. Grup Muafiyetinin Geri Alınmasının Değerlendirilmesi

İnceleme konusu mevcut sözleşmelerden muafiyetin geri alınıp alınmaması gerektiği hususuna geçmeden önce, Kurul'un muafiyetin geri alınması yönündeki kararlarından örnekler vermek yerinde olacaktır. Bu kararlardan en

²⁰ Burada bahsedilmesi gereken bir nokta, Efpa ve Bimpaş tarafından gönderilen tablolardaki müşteri sayısına ilişkindir. Efpa ve Bimpaş tarafından verilen açık satış noktası sayısı sırasıyla 118.908 ve 10.318 olup kapalı satış noktası sayısı ise Efpa için 171.623, Bimpaş için ise 38.754'tür. Tütün, Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkiler Piyasası Düzenleme Kurumu verilerine göre, 2003 yılı sonu itibarıyla 75.702 perakende satış noktasına tütün mamulleri ile birlikte ambalajında alkollü içki satışı için satış belgesi verilmiştir. Aynı yazıda, otel-lokanta-bar gibi açık içki satıcısı sayısı ise yurt genelinde 12.809 adet olarak verilmektedir. Resmi rakamlarla teşebbüsler tarafından verilen rakamlar arasında önemli farklar bulunmaktadır.

(04-47/610-147)

- 1100 önemli, Kurul'un 3.5.2004 tarih ve 04-31/367- 92 sayılı kararıdır. Bu kararda, Frito Lay Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin "paketlenmiş cips pazarı"nda %68 pazar payı ile hakim durumda bulunduğuna, bu teşebbüsün pazardaki nihai satış noktalarında gerek yazılı sözleşmeler ve gerekse fiili olarak uyguladığı münhasır satış sisteminin, 2002/2 sayılı Tebliğ'de ve dolayısıyla 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde belirlenen şartları taşımaması nedeniyle, aynı Tebliğ'in 6. ve Kanun'un 13. maddeleri gereğince Frito Lay Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.'ye tanınmış olan muafiyetin geri alınmasına ve bu çerçevede bedava ürün veya çeşitli hediye verilmesi, iskonto veya indirim yapılması gibi uygulamaların münhasırlık şartına bağlı
- 1110 olmadan ve fiili münhasırlığa yol açmayacak şekilde uygulanması ve yazılı sözleşmelerdeki münhasırlığa ilişkin hükümlerin değiştirilmesine karar verilmiştir.

- Muafiyetin geri alınması hususunun tartışıldığı diğer bir Kurul kararı da, 15.8.2003 tarih ve 03-57/671-304 sayılı Benkar/Advantage Card kararıdır. Bu kararda, 2000 yılında %72.9, 2001 yılında %64.4, 2002 yılında ise %38.9 pazar payına sahip olan Benkar Tüketici Finansmanı ve Kart Hizmetleri A.Ş.'nin Advantage Card markası altında faaliyet gösterdiği taksitli alışveriş kartları pazarında çok sayıda teşebbüsün varlığına rağmen, ilk üç teşebbüsün pazar payının %86 olması dikkate alınarak, Advantage Card'ın pazar payının geçmiş yıllara göre düşmesine rağmen, halen piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalktığı ve münhasırlık içeren anlaşmaların grup muafiyetinden yararlanamayacağı sonucuna varılmıştır.
- 1120

- Karara konu olan bira pazarında ise, hakim durumda olan bir teşebbüsün yer aldığı, bu teşebbüsün güçlü bir markaya sahip olduğu, rakip sayısının sınırlı ve pazar paylarının hakim durumdaki şirkete göre yüksek olmadığı, yabancı teşebbüslerin hakim durumdaki teşebbüs ile lisans anlaşması yaparak pazara ürün sunmayı tercih etmelerinin de gösterdiği üzere, üretici olarak pazara girişin zor olduğu, ithalatın önemli boyutta olmadığı dikkate alındığında, Efpa ve Bimpaş tarafından benzer nitelikte dikey sınırlamalar (özellikle rekabet etmeme yükümlülüğü ve bu etkiyi doğuran diğer hükümler) içeren anlaşmaların toplu etkisinin açık satış noktalarını içeren ilgili pazarda 2003 yılında %47,4 gibi yüksek bir orana ulaştığı, bu nedenle anılan pazarın önemli bir bölümünde rekabeti ortadan kaldırdığı, dolayısıyla 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin "İlgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması" şeklindeki "c" bendindeki şartın sağlanmadığı kanaatine varılmıştır. Her iki teşebbüs tarafından anılan pazardaki nihai satış noktaları ile akdedilen anlaşmaların azami süresinin 5 yıla kadar uzayabilecek şekilde
- 1130
- 1140 düzenlenmesi de söz konusu olumsuz etkiyi güçlendirici bir unsur olarak değerlendirilmiştir. Söz konusu pazarda gerek Efpa (%27,7) gerekse de Bimpaş (%19,7) tarafından akdedilen anlaşmaların pazarın kapatılmasına olan katkısı ayrı ayrı önemli ölçüde olduğundan, anılan teşebbüslerin açık satış noktaları ile akdetmiş oldukları inceleme konusu olan tek elden satın alma anlaşmalarına 2002/2 sayılı Tebliğ tarafından sağlanan muafiyetin geri alınması gerektiği sonucuna varılmıştır.

1150 Efpa ve Bimpaş tarafından benzer nitelikte dikey sınırlamalar (özellikle rekabet etmeme yükümlülüğü ve bu etkiyi doğuran diğer hükümler) içeren anlaşmaların toplu etkisinin kapalı satış noktalarını içeren ilgili pazarda 2003 yılında (Efpa'nın bağlı satış oranı %14,7, Bimpaş'ın bağlı satış oranı %5,7 olmak üzere) %20,4'e ulaştığı görülmektedir. Söz konusu oran, pazarın yapısı ve anlaşmaların süresi ile ilgili bir önceki paragrafta söylenen hususlar dikkate alındığında, önemli bir oran olarak görülmüştür. Anılan pazardaki Efpa ve Bimpaş tarafından kapalı satış noktaları ile akdedilen tek elden satın alma anlaşmalarından da grup muafiyetinin geri alınması, bira pazarında etkin rekabetin tesis edilmesi, pazara yeni girecek teşebbüslerin ürünlerini tüketiciye tanıtarak belirli ölçüde pazarda tutunmaları ve etkin rekabetin tesisi yönünde olumlu bir adım olacağı kanaatine varılmıştır.

1160 Bunun yanı sıra, herhangi bir tek elden satın alma anlaşması olmamasına rağmen, satış noktalarına verilen soğutucu dolapları vasıtasıyla temin edilen münhasır satış haklarının da kaldırılması pazarın rekabete açılması bakımından yerinde olacaktır. Daha açık ifade etmek gerekirse, sağlayıcı teşebbüslerin, satış noktalarına verdikleri dolaplara sadece kendi ürünlerinin konulması, rakip ürünlerin bu dolaplarda teşhir edilmemesi yönündeki uygulamalarının engellenmesi gerekmektedir.

I. SONUÇ

1170 Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

1. - Efes Pazarlama ve Dağıtım Ticaret A.Ş. tarafından bildirim formu ekinde gönderilen anlaşmaların 4. maddeye aykırı olması nedeniyle talep edilen menfi tespit belgesinin verilemeyeceğine,
 - Efes Pazarlama ve Dağıtım Ticaret A.Ş. tarafından bildirilen, bayilik/distribütörlük anlaşmalarının ve perakende satış noktaları ile akdedilen yeniden satış sözleşmelerinin 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında grup muafiyetinden yararlandığına,
 - 1180 - Bildirim sonrasında 26.5.2004 tarih ve 2692 sayı ile Kurumumuz kayıtlarına giren doğrudan dağıtım bölgesi perakende satış sözleşmesinin 2002/2 sayılı grup muafiyetinden yararlandığına,
 - bayilik bölgesi perakende satış noktası sözleşmesinin ise süresinin 5 yılı geçmeyecek şekilde tadil edilmesi halinde 2002/2 sayılı Tebliğ'in sağladığı grup muafiyetinden yararlanacağına,
2. Bimpaş Bira ve Meşrubat Pazarlama A.Ş.'nin Kurum kayıtlarına 1.6.2004 tarih ve 2872 sayı ile giren yazı ekinde gönderdiği örnek anlaşmaların 2002/2 sayılı Tebliğ'in sağladığı grup muafiyetinden yararlandığına,
- 1190 3. Ancak, hakim durumda olan bir teşebbüsün yer aldığı, bu teşebbüsün güçlü bir markaya sahip olduğu, bu teşebbüsten başka pazarda belli bir güce sahip sadece tek bir teşebbüsün yer aldığı, yabancı teşebbüslerin hakim durumdaki teşebbüs ile lisans anlaşması yaparak pazara ürün sunmayı tercih ettiği, üretici olarak pazara girişin zor olduğu ve ithalatın önemli boyutta olmadığı düopolistik bir yapı sergileyen bira pazarında teşebbüsler arasında etkin bir rekabetin bulunmadığına,

(04-47/610-147)

- 1200 4. Pazara girme niyetinde olan veya yeni giren teşebbüslerin kapasiteleri itibari ile bu pazarda etkin bir rekabet yaratmaktan uzak olduğuna,
- 1200 5. Öte yandan, Efes Pazarlama ve Dağıtım Ticaret A.Ş. ve Bimpaş Bira ve Meşrubat Pazarlama A.Ş.'nin hem açık hem de kapalı satış yapan nihai satış noktaları ile akdettikleri tek elden satın alma anlaşmalarında yer alan rekabet etmeme yükümlülüklerinin ve bu etkiyi doğuran diğer sınırlamaların (tek elden satın alma yükümlülükleri, asgari satın alma/satış yükümlükleri, verilen krediler ve indirim vs. diğer katkıların tek marka satma şartına bağlanması gibi), bira pazarında etkin rekabetin oluşmasının önünde önemli bir engel olduğuna,
- 1210 6. Dolayısıyla, pazarın rekabete açılması bakımından;
- 1210 a) Efes Pazarlama ve Dağıtım Ticaret A.Ş. ve Bimpaş Bira ve Meşrubat Pazarlama A.Ş.'nin nihai satış noktalarıyla yaptıkları, bayi ve distribütörlerin de nihai satış noktalarıyla yatıkları münhasırlık içeren tek elden satın alma anlaşmalarına 2002/2 sayılı Tebliğ ile tanınan muafiyetin Kanun'un 13. maddesine dayanarak geri alınmasının,
- 1210 b) Herhangi bir tek elden satın alma anlaşması olmamasına rağmen satış noktalarına verilen soğutucu dolapları vasıtasıyla temin edilen münhasır satış haklarının da kaldırılmasının gerekebileceğine,
- 1220 c) Muafiyetin geri alınıp alınmamasının belirlenebilmesi amacıyla, konunun değerlendirilmesi için 2002/2 sayılı Tebliğ'in 6.1. maddesi uyarınca tarafların (6-1'da belirtilen teşebbüslerin) yazılı görüşlerinin alınmasına,
- 1220 7. Yukarıda öngörülenlerin yapılabilmesi için taraflara 60 gün süre verilmesine; Kurulumuzca gerekli görülen düzeltme yapılmadan uygulamaya devam edilmesi halinde haklarında soruşturma açılacağı ve aynı anun'un 16 ve 17. maddeleri uyarınca işlem yapılacağı taraflara bildirilmesine,

OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.