

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2018-3-16 (Muafiyet/Menfi Tespit)
Karar Sayısı : 18-33/547-270
Karar Tarihi : 19.09.2018

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Prof. Dr. Ömer TORLAK
Üyeler : Arslan NARİN, Adem BİRCAN, Mehmet AYAN, Ahmet ALGAN,
Hasan Hüseyin ÜNLÜ

B. RAPORTÖRLER: İsmail Yücel ARDIÇ, Cansu TOPAK KORKMAZ,
Ömer Volkan YAZAR

**C. BİLDİRİMDE
BULUNAN**

: - Mey İçki Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Temsilcileri: Av. Gönenç GÜRKAYNAK, Av. K. Korhan YILDIRIM
Çitlenbik Sokak No: 12 Yıldız Mahallesi, Beşiktaş 34349/İstanbul

- (1) **D. DOSYA KONUSU:** Mey İçki Sanayi ve Ticaret A.Ş. ile Gram Gıda ve Tekel Maddeleri A.Ş. arasında akdedilen ve tip sözleşme niteliğindeki Distribütörlük Sözleşmesi'ne muafiyet tanınması talebi.
- (2) **E. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına 13.02.2018 tarih ve 1312 sayı ile giren ve en son 18.05.2018 tarih ve 3992 sayı ile eksiklikleri tamamlanan bildirim üzerine düzenlenen 11.09.2018 tarih ve 2018-3-16/MM sayılı Menfi Tespit/Muafiyet Raporu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (3) **F. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda özetle;
- Mey İçki Sanayi ve Ticaret A.Ş. (MEY İÇKİ) ile Gram Gıda ve Tekel Maddeleri A.Ş. (GRAM GIDA) arasında akdedilen Distribütörlük Sözleşmesi'nin (Sözleşme) 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 4. maddesi kapsamında olduğu,
 - Sözleşme'nin, 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin (2002/2 sayılı Tebliğ) 2. maddesinin ikinci fıkrasında öngörülen %40 pazar payı eşiğinin aşılmadığı viski, şarap, likör, tekila, rom ürünleri bakımından grup muafiyetinden faydalandığı,
 - 2002/2 sayılı Tebliğ'in 2. maddesinin ikinci fıkrasında belirlenen pazar payı eşiğinin aşıldığı rakı, votka, cin ürünleri bakımından ise Sözleşme'nin grup muafiyetinden faydalanamayacağı; bununla birlikte 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasında sayılan şartların tamamının karşılanması nedeniyle ilgili ürünler bakımından Sözleşme'ye bireysel muafiyet tanınabileceği,
 - Ayrıca söz konusu sözleşmenin bölgelere özgü özel hükümler içermediği anlaşıldığından değerlendirmelerin diğer tip distribütörlük sözleşmeleri için de geçerli olabileceği

sonuç ve kanaatine ulaşıldığı ifade edilmiştir.

G. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

- (4) MEY İÇKİ tarafından yapılan başvuruda özetle; MEY İÇKİ'ye ait ürünlerin sözleşme kapsamında belirlenen bölgede yer alan satış noktalarına dağıtımı için münhasıran yetki

verilmesi, bu kapsamda ürünlerin MEY İÇKİ'den alınması ve belirlenen bölgelerde dağıtımının sağlanması amacını taşıyan tip Sözleşme'ye 4054 sayılı Kanun kapsamında muafiyet tanınması talep edilmiş ve bu iş modelinin diğer distribütörleriyle de uygulanacağı ifade edilmiştir.

G.1. Taraflar

G.1.1. MEY İÇKİ¹

- (5) MEY İÇKİ, 2004 yılında TEKEL'in alkollü içkiler bölümünü özelleştirme yoluyla devralarak kurulmuştur. Kurulduğunda Nurol/Limak/Özaltın/TÜTSAB ortak kontrolünde olan MEY İÇKİ, Nisan 2006'da bir özel yatırım fonu olan Texas Pacific Group (TPG) tarafından kontrol edilen Texas Pacific Group Mey S.A.R.L (TPG LUX) tarafından devralınmıştır. MEY İÇKİ, 2009 yılında Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF) tarafından yönetimine el konulması sonrası yapılan ihalede Burgaz Alkollü İçecekler San. Tic. ve A.Ş.'yi (BURGAZ), Kurul'un 08.07.2010 tarih ve 10-49/900-314 sayılı kararı bazı koşul ve yükümlülükler çerçevesinde devralmış, daha sonra kararda öngörülen kapsamda BURGAZ'ın İstanbul Votka markası hariç tüm varlıkları ve MEY İÇKİ'ye ait Votka 1967 markası Kurul'un 06.07.2011 tarih ve 11-41/865-M sayılı kararı ile ANTALYA A.Ş.'ye devredilmiştir.
- (6) Kurul'un 17.08.2011 tarih ve 11-45/1043-356 sayılı kararıyla ise Diageo Plc'nin (DIAGEO), TPG LUX ve Eurasia Beverages S.a.r.l'den (EURASIA) MEY İÇKİ'nin hisselerini devralmasına bazı koşul ve yükümlülükler çerçevesinde izin verilmiştir. Bu kapsamda cin pazarında "Maestro Varlıkları"nın ve likör pazarında "Hare Varlıkları"nın ANTALYA A.Ş.'ye devrine 06.04.2012 tarih ve 12-17/458-M sayılı kararla izin verilmiştir.
- (7) MEY İÇKİ'nin ürün portföyünde; rakı ile birlikte, votka ve cinin yanı sıra viski, likör gibi diğer yüksek alkollü içkiler de bulunmaktadır. Özellikle DIAGEO'nun MEY İÇKİ'yi devralması sonrasında uluslararası bilinirliğe sahip alkollü içki markaları da MEY İÇKİ portföyüne dâhil olmuştur.

G.1.2. GRAM GIDA

- (8) GRAM GIDA; Türkiye'de hızlı tüketim sektöründe faaldir. Bunun yanı sıra, Atasu Su ve Su Ürünleri San. Tic. A.Ş., Meysu Gıda San. Tic. A.Ş. ve Beypazarı İç. Paz. Dağ. Amb. San. Tic. A.Ş. aracılığıyla su, meyve suyu ve soda dağıtım alanlarında da faaliyetlerini sürdürmektedir. Ayrıca, Sayınlar Gıda A.Ş. ve Oruçoğlu Yağ. San. Tic. A.Ş. aracılığıyla yağ satışı, Dikey Gıda Tarım Paz. San. Tic. A.Ş. aracılığıyla salça ve konserve satışı, Europap Tezol Kağ. San. Tic. A.Ş. aracılığıyla kağıt satışı, Nuhun Ankara Makarnası A.Ş. aracılığıyla makarna satışı, Prima Gıda A.Ş. aracılığıyla poşet satışı, S.S. Marmara Zeytin Tarım Sat. Koop. aracılığıyla zeytin satışı ve Santek Tek. Ür. İth. İhr. Paz. San. Tic. A.Ş. aracılığıyla pil dağıtım alanlarında faaliyet göstermektedir.

G.2. İlgili Pazar

G.2.1. İlgili Ürün ve Coğrafi Pazar

- (9) İncelenen sözleşme, MEY İÇKİ'nin ürün portföyünü konu edinmektedir. Yüksek alkollü içkiler olarak da nitelenebilecek distile içkiler grubunda yer alan her bir içki türünün bir ilgili ürün pazarı olarak değerlendirilmesi önceki Kurul kararlarında görülen bir yaklaşımdır². Ayrıca Kurul'un 08.07.2010 tarih 10-49/900-314 sayılı kararında alkollü içki

¹ 25.10.2017 tarih ve 17-34/537-228 sayılı Kurul kararından yararlanılmıştır.

² Kurul'un 10.09.2007 tarih ve 07-70/863-326 sayılı, 11.06.2009 tarih ve 09-27/575-135 sayılı, 08.07.2010 tarih ve 10-49/900-314 sayılı, 03.03.2011 tarih ve 11-12/215-69 sayılı, 06.07.2011 tarih ve 11-41/865-M sayılı kararları.

üreticilerinin votka, cin, likör ve viskinin her birinin ayrı pazarlar olduğuna ilişkin değerlendirmelere değinilmiştir. Bu husus ilgili kararda talep değişimleri ve fiyat hareketlerinin incelenmesi suretiyle yapılan iktisadi analizler ile de desteklenmiştir. Nitekim kararda ilgili ürün pazarları “rakı pazarı”, “votka pazarı”, “cin pazarı” ve “likör pazarı” olarak belirlenmiştir. Bu çerçevede incelenen Sözleşme MEY İÇKİ'nin ürün portföyünün dağıtımını konu edindiğinden teşebbüsün portföyünde yer alan ürünler dikkate alınarak ilgili ürün pazarları; “rakı pazarı”, “votka pazarı”, “cin pazarı”, “likör pazarı”, “viski pazarı” “şarap pazarı”, “rom pazarı” ve “tekila pazarı” olarak belirlenmiştir.

- (10) Rekabet koşullarında bölgesel farklılıklar olmadığı dikkate alınarak, coğrafi pazar ise “Türkiye” olarak belirlenmiştir.

G.3. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

G.3.1. Bildirime Konu Sözleşme ve Niteliği

- (11) MEY İÇKİ ile GRAM GIDA, MEY İÇKİ'ye ait ürünlerin sözleşme kapsamında belirlenen bölgede yer alan satış noktalarına dağıtımını için münhasıran yetki verilmesi, bu kapsamda ürünlerin MEY İÇKİ'den alınması ve belirlenen bölgelerde etkin dağıtımının sağlanması amacı taşıyan bildirim konu Sözleşme'yi akdetmişlerdir. Bu kapsamda GRAM GIDA, Sözleşme'nin 3. maddesi kapsamında doğrudan veya dolaylı olarak kendisine tahsis edilen bölge dışında MEY İÇKİ'den aldığı ürünlerin aktif satışını gerçekleştirmeyeceğini taahhüt etmiştir. Yine, Sözleşme kapsamında GRAM GIDA, kendi faaliyet bölgesinde veya Türkiye dâhilinde veya yurt dışında başka bir bölgede, başka bir alkollü içecek şirketinin distribütörlüğünü ya da benzeri faaliyetlerini ancak MEY İÇKİ'nin onayı ile yapabilecektir.
- (12) MEY İÇKİ, tip Sözleşme kapsamında her bir distribütörün atanmasının planlandığı il ve/veya ilçe sınırlarını Distribütörün Dağıtım/Faaliyet Bölgesi olarak tanımlamış, Distribütör sayısının ise bildirim tarihi itibarıyla (.....) olduğunu belirtmiştir.
- (13) Sözleşme'nin 3. maddesi uyarınca; ayrıca, MEY İÇKİ, distribütörün faaliyet bölgesinde yer alan ve MEY İÇKİ ürünlerine distribütöre nazaran farklı düzeyde odaklanmış nihai satış noktalarına (zincir mağazalar ve hotel, restoran ve kafeterya gibi) doğrudan satış yapabilecek veya yaptırabilecektir.
- (14) Sözleşme'nin 5. maddesi uyarınca; distribütör, faaliyetin ifası için gerekli olan ve Sözleşme kapsamında MEY İÇKİ tarafından nitelikleri ve kullanım şartları belirlenen ilgili araç, donanım, bilgisayar yazılımı ve diğer ekipmanı bizzat tedarik, muhafaza ve kullanmakla yükümlüdür. Bu kapsamda, distribütör ve elemanları Sözleşme konusu işin yapılması esnasında MEY İÇKİ'nin talimatlarını yerine getireceklerdir.
- (15) Sözleşme'nin 8. maddesi kapsamında hedef stok miktarına ilişkin koşullar düzenlenmiştir. Bu çerçevede, MEY İÇKİ tarafından belirlenecek olan hedef stok miktarı, distribütörün faaliyet bölgesindeki satış potansiyeline ve sevkiyat sıklığına göre belirlenmektedir.
- (16) Sözleşme'nin 9. maddesi uyarınca distribütör stok, satış ve piyasa ile ilgili diğer bilgileri düzenli aralıklarla MEY İÇKİ'ye bildirecektir.
- (17) Sözleşme'nin 13. maddesi, Sözleşme'nin yürürlüğe girmesi ve sona ermesine ilişkindir. Taraflardan herhangi birisince bir bildirim yapılmadığı takdirde ise, Sözleşme aynı şartlar ile bir yıllık süre için uzayacaktır. Bununla birlikte, Sözleşme'nin süresi her hâlükârda beş yılı aşmayacaktır.
- (18) Sözleşme'nin 21. maddesi ürünler, stok miktarı ve sipariş verme, teminat mektubu, vade, ödeme koşulları ile cezai şartı düzenlemektedir. 21. maddenin (b) fıkrası MEY İÇKİ tarafından satış yoğunluğu ve merkezlere olan mesafe dikkate alınarak distribütör için

tanımlanacak hedef stok miktarını, MEY İÇKİ'ye siparişlerin eksilen malların tekrar hedef stok seviyesine tamamlanması prensibi ile verileceğini ve hedef stok seviyesinin altına düşen her marka ve cins için her hafta otomatik olarak sipariş yazılacağını düzenlemektedir.

- (19) Sözleşme'nin 22. maddesi, fiyat ve hizmet bedelinin hesaplanmasına ilişkindir. MEY İÇKİ tavsiye edilen satış fiyatı üzerinden perakendeci payı ve distribütör hizmet bedeli indirimleri yapmak suretiyle distribütör adına fatura düzenleyecek olup söz konusu indirim oranlarını ürün bazında belirleyecek, gerekli gördüğü takdirde indirim oranlarını değiştirebilecek ve belirli ürünler bakımından farklı indirim oranları uygulayabilecektir. MEY İÇKİ, distribütörün uygulayacağı satış fiyatına yönelik ancak tavsiyede bulunabilecektir.
- (20) MEY İÇKİ ile GRAM GIDA arasında akdedilen ve tip sözleşme niteliğindeki Sözleşme'nin özellikle bölge münhasırlığına, bu çerçevede aktif satış kısıtlamasına ilişkin düzenlemeleri ve rekabet etmeme yükümlülüğü olarak değerlendirilebilecek sınırlamaları ile 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olduğu anlaşılmaktadır.

G.3.2. Grup Muafiyeti Değerlendirmesi

- (21) 2002/2 sayılı Tebliğ'de dikey anlaşmalar "*üretim ve dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren iki ya da daha fazla teşebbüs arasında belirli mal veya hizmet alımı, satımı veya yeniden satımı amacıyla yapılan anlaşmalar*" şeklinde tanımlanmaktadır. Buna göre, MEY İÇKİ ile GRAM GIDA arasında akdedilen Sözleşme de dikey bir anlaşmadır.
- (22) 2002/2 sayılı Tebliğ'in 2. maddesinin ikinci fıkrasında; "*Tebliğ ile sağlanan muafiyet sağlayıcının dikey anlaşma konusu mal veya hizmetleri sağladığı ilgili pazardaki pazar payının %40'ı aşmaması durumunda uygulanır.*" hükmüne yer verilmiştir. Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz'un 46. paragrafında ise, "*Bir sağlayıcı aynı dağıtım anlaşmasını pek çok ürünün/hizmetin dağıtımında kullanıyorsa, pazar payı eşliği nedeniyle bu ürünlerden bazıları grup muafiyetinden yararlanırken diğerleri yararlanmıyor olabilir. Bu durumda, grup muafiyetinden, sadece pazar payı eşliği altında kalan ürünler veya hizmetler yararlanabilir.*" açıklaması yapılmıştır. Sözleşme'ye konu ürünlerin 2017 yılı ciro bazında pazar payları rakı için %(.....), votka için %(.....), cin için %(.....), viski için %(.....), şarap için %(.....), likör için %(.....), tekila için %(.....) ve rom için %(.....)'dır. Viski, şarap, likör, tekila ve rom ürünlerinde MEY İÇKİ'nin pazar payı %40'ın altındadır.
- (23) Bildirim konusu Sözleşme ile münhasır bölge belirlenmesi hususunun 2002/2 sayılı Tebliğ ile uyumlu olduğu değerlendirilmiştir. Sözleşmeyi grup muafiyeti kapsamı dışına çıkarabilecek başka herhangi bir sınırlama olmadığından, pazar payı %40'ın altında olan viski, şarap, likör, tekila, rom ürünleri bakımından, Sözleşme'nin 2002/2 sayılı grup muafiyetinden yararlandığı sonucuna varılmıştır. Pazar payı %40'ın üzerinde olan rakı, votka, cin ürünleri için ise aşağıda bireysel muafiyet değerlendirilmesi yapılmıştır.

G.3.3. Bireysel Muafiyet Değerlendirmesi

G.3.3.1. Malların Üretim veya Dağıtımı ile Hizmetlerin Sunulmasında Yeni Gelişme ve İyileşmelerin ya da Ekonomik veya Teknik Gelişmenin Sağlanması

- (24) Dosyaya konu Sözleşme ile MEY İÇKİ'nin, kendisine ait ürünlerin sözleşme kapsamında belirlenen bölgede yer alan satış noktalarına dağıtımını için münhasıran yetki vereceği hükme bağlanmıştır.
- (25) Bildirime konu Sözleşme dağıtımda iyileşmelere yol açabilecektir. Dağıtımda ölçek ekonomilerinin sağlanabilmesi için sınırlı sayıda dağıtıcı atamak, münhasır bölgeler

belirlemek gibi düzenlemelere başvurulabilmektedir³. Bildirim Formunda, belirlenen bölgelerde yer alan satış noktalarına ayrı ayrı dağıtım yapılmasındansa, tek bir distribütör üzerinden dağıtım yapılması sonucunda dağıtım, lojistik ve stok maliyetlerinin önemli ölçüde azalmasının beklendiği belirtilmiştir.

- (26) MEY İÇKİ'nin distribütörlerini tüm portföyün dağıtımında görevlendirmesiyle, benzer ürünlerin tek seferde satış noktasına ulaştırılabilmesi sağlanacaktır. Böylelikle dağıtım maliyetlerinin azalması ve ürünlerin satış noktalarına düzenli bir şekilde tedarik edilmesi beklenmektedir. Bildirim Formunda da Sözleşme ile normal şartlarda kârsız olması nedeniyle etkin bir şekilde dağıtımın yapılamayacağı noktalara alkollü içecek ürününün ulaşmasının temin edilerek, sevkiyatta devamlılığın sağlanacağı ifade edilmiştir. Sonuç olarak, Sözleşme ile distribütörün etkinliği artırılacak ve arzda süreklilik sağlanacaktır.
- (27) Söz konusu sistem aracılığıyla MEY İÇKİ'nin Türkiye çapında stokları kontrol edebilme, ne kadar satış yapılabileceğini görebilme ve üretimini planlayabilme imkânı da olacaktır. MEY İÇKİ, sözleşmelerin belirli bir süre için akdedilmesinden ötürü, distribütörlerin depo, stok, dağıtım ağı ve araç yatırımları yapabileceğini ve böylece satış noktalarına daha etkin, hızlı ve kaliteli hizmet sağlayabileceğini belirtmiştir. Yine distribütörler, tüm satışlarını el bilgisayarları ile kayda alabileceğinden hangi ürünlerin satılıp satılmadığını, satış noktalarının taleplerinin karşılanıp karşılanmadığını, gelirlerini, stok durumlarını yakından takip edebileceklerdir.
- (28) Distribütörler düzenli alım yapan müşterilerini bileceklerinden kendi nakit akışlarını ve bütçelerini yönetebilecek, müşterilerini yakından tanıma imkânı bulacak ve güvenilir olan müşterilere satış vadesi konusunda destek olabileceklerdir. Nitekim, bölgesel münhasırlık hükümleri içeren sözleşmeler, distribütörün tüm faaliyet ve çabasını kendi bölgesine yöneltmesine imkân tanıyacağından, bu şekilde daha yoğun pazarlamaya olanak verebileceğinden, dağıtımda ölçek ekonomilerinin ortaya çıkabileceği ve dağıtımın rasyonelleşebileceği kabul edilmektedir⁴. Bu nedenle, söz konusu sistem, ürünlerin dağıtımında hem distribütörlere hem de satış noktalarına fayda sağlayacaktır.
- (29) Bölgesel münhasırlığa dayalı dağıtım sistemleri, etkin dağıtım kanalları ile özellikle yeni ürünlerin uç noktalara daha hızlı biçimde ulaştırılmasını, lojistik ve stok maliyetlerinin azaltılmasını sağlayabilmektedirler. Üretim veya dağıtım maliyetlerinin düşürülmesi, mal arzının devamlılığının sağlanması, kalitenin artırılması gibi haller başlıca ekonomik faydalar olarak ortaya çıkmaktadır.
- (30) Yukarıda yapılan açıklamalar çerçevesinde, Sözleşme'nin 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (a) bendinde belirtilen koşulu karşıladığı kanaatine varılmıştır.

G.3.3.2. Tüketicinin Bundan Yarar Sağlaması

- (31) Muafiyetin Genel Esaslarına İlişkin Kılavuz'un (Kılavuz) 44. paragrafına göre, rekabeti kısıtlayıcı bir anlaşmanın 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi çerçevesinde muafiyetten yararlanabilmesi için, anlaşma sonucunda ortaya çıkan etkinlik kazanımlarının, anlaşmanın rekabet veya tüketiciler üzerindeki fiili veya potansiyel negatif etkisini tüketiciler bakımından telafi etmesi gerekmektedir. Bu durumda genel prensip olarak anlaşmanın tüketiciler üzerindeki net etkisinin en azından nötr olması beklenmektedir.
- (32) Ürün arzında devamlılığın sağlanması, belirli gelişme ve iyileşmelerin meydana gelmesinin yanı sıra tüketicilerin bundan yarar sağlaması sonucunu da doğurmaktadır.

³ 07.03.2013 tarih ve 13-12/180-94 sayılı Kurul kararı.

⁴ 09.07.2015 tarih ve 15-29/431-126 sayılı Kurul kararı.

MEY İÇKİ ile distribütörler arasında akdedilen Sözleşme ile mal arzında devamlılığın sağlanması, nihai olarak tüketicinin yararına olacaktır.

- (33) Özellikle kırsal bölgelerde ürünün bulunma problemi, sevkiyat konusunda yaşanan sıkıntılar, son kullanıcıların ürünü hiç bulamamasına veya sahte/ruhsatsız/kaçak ürün sorunlarına yol açabilmektedir. Bildirim Formunda bu hususun çözümü için Sözleşme kapsamında distribütörün kendisine tahsis edilen ilgili dağıtım/faaliyet bölgesine ve enerji ve kaynaklarını bölmeksizin yalnızca MEY İÇKİ'nin faaliyetlerine odaklanabileceği ve ilgili bölgedeki tüm son kullanıcıların ürünlere erişimini sağlayabileceği ifade edilmiştir.
- (34) Sevkiyat ve stok yönetimi performansındaki artışa bağlı olarak dağıtım maliyetlerinde yaşanan düşüşler, satış noktalarına ve dolayısıyla nihai kullanıcı durumundaki tüketicilere fiyat düşüşü olarak yansıtılabilecektir. Bildirim Formunda; düşük dağıtım maliyetlerinden kaynaklanan düşük perakende fiyatlarının, düşük nihai fiyatlar olarak tüketicilere yansıtacağı ifade edilmiştir. Bölge tahsisi veya el terminali uygulamasının olmadığı durumda ek gönderimler yapılması veya tam kapasite ile çalışmayan nakliye araçlarının sevkiyat yapması gündeme gelecektir. Dolayısıyla, maliyet artabilecek, bu maliyet artışı ürünlerin nihai fiyatını olumsuz etkileyebilecektir.
- (35) Yine MEY İÇKİ, satış noktaları ile distribütörler arasındaki doğrudan ilişki sebebiyle, satış noktalarının vade ve iskonto gibi desteklerden faydalandırılabilirliğini ifade etmiştir. Satış noktalarına yansıtılan vade ve iskonto imkânlarının tüketicilere yansıtacağı ve bu sayede tüketicilerin daha uygun fiyatlardan ürün temin edebileceği MEY İÇKİ tarafından ileri sürülmüştür.
- (36) Münhasır dağıtım sisteminde satış noktaları MEY İÇKİ'nin belirlediği distribütörlerden belirli bir sisteme kayıtlı bir şekilde ürün aldıklarından, yasa dışı ve sahte alkole ilgili risklerin azalacağı söylenebilecektir. Bildirim Formunda bu hususla ilişkin olarak, ilgili ticari ilişki kapsamında satış noktalarının güvenli ve sağlıklı ürün aldıklarının garanti altına alınmaya çalışıldığı ifade edilmiştir.
- (37) Yukarıdaki hususlara ek olarak Sözleşme ile getirilen sınırlamaların distribütör için geçerli olduğunu, diğer bir deyişle üretim ve dağıtım zincirinin perakende seviyesiyle değil; toptan seviyesiyle ilgili olduğunu, bu bakımdan sınırlamaların tüketici tercihlerini azaltıcı bir etki doğurmasının beklenmediğini belirtmek gerekmektedir.
- (38) Özetle, Sözleşme ile 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (b) bendinde ifade edilen tüketici faydası koşulunun karşılandığı kanaatine varılmıştır.

G.3.3.3. İlgili Piyasanın Önemli Bir Bölümünde Rekabetin Ortadan Kalkmaması

- (39) Kılavuz'un 54. paragrafında, 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasındaki üçüncü koşulun sağlanması bakımından esas olanın ilgili pazardaki rekabetçi sürecin devamı olduğu belirtilmektedir. İlgili pazardaki rekabetin tamamen ortadan kalkması halinde kısa vadeli etkinlik kazanımları gerçekleşse dahi bu etkinlik kazanımları, inovasyonun azalması, fiyatların artması ve kaynakların etkin kullanılmaması gibi uzun vadeli negatif etkileri telafi edemeyecektir.
- (40) Bildirime konu Sözleşme nihai satış noktasına satış yapacak olan bayiler/distribütörler ile MEY İÇKİ arasındadır. Sağlayıcının pazardaki konumunu incelediğimizde, ilk ele alınacak unsur sağlayıcının ilgili pazardaki pazar payı olacaktır. MEY İÇKİ'nin ciro bazında pazar payları 2017 itibarıyla rakı için %(.); votka için %(.); cin için %(.)'dir. MEY İÇKİ'nin gücünün önemli bir diğer unsuru portföy gücüdür. Alkollü içecek sektörünün en güçlü oyuncularından biri olan MEY İÇKİ'nin, neredeyse tüm alkollü içecek sektörünü kapsayan portföyü bulunmaktadır. Nitekim MEY İÇKİ; rakı, votka, cin, likör, viski, rom, tekila ve şarabın hemen hemen bütün segmentlerinde belirli bir marka bilinirliği ile Türkiye'deki en

geniş alkollü içecek portföyüne sahip firmadır. Alkollü içecek piyasasında faaliyet gösteren teşebbüslerin hiçbiri MEY İÇKİ kadar geniş bir ürün portföyüne sahip değildir⁵.

- (41) Alkollü içki dağıtım işi genel olarak çok önemli bir know how gerektirmeyen, yatırım ve batık maliyetleri, dolayısıyla giriş engelleri yüksek olmayan faaliyetlerdir. Yanı sıra pazarda çok sayıda distribütör bulunduğu dikkate alındığında bu pazarın toptan dağıtım seviyesinin kapanacağını söylemek mümkün değildir. Nitekim alkollü içkiler alanında toptan ticaret ruhsatına sahip (.....) adet teşebbüs vardır. Bildirim tarihi itibarıyla ise MEY İÇKİ'nin (.....) münhasır distribütörü bulunmaktadır. MEY İÇKİ tarafından hızlı tüketim malları sektöründe bu sayının çok daha yüksek olduğu ve toptancı olarak faaliyet gösteren teşebbüslerin alkollü içkiler alanında da toptancılık ruhsatı almalarının önünde bir engel olmadığı ifade edilmiştir. MEY İÇKİ'nin rakiplerinin gücüne bakıldığında ise aynı şekilde distribütör bulmanın çok zor olmaması ve bir toptancıyla çalışma imkanlarının olmasından dolayı, MEY İÇKİ'nin Sözleşmeleri nedeniyle, rakı, votka ve cin ürünlerine ilişkin dağıtım pazarlarının rakiplere kapanması olası görünmemektedir.
- (42) Yine nihai satış noktalarının MEY İÇKİ ürünlerini satın alabileceği başka seçenekler de mevcuttur. MEY İÇKİ tarafından, satış noktalarının, istedikleri tedarikçiden (toptan satış yapan mağazalar, zincir mağazalar, spot satıcılar) ürün alımı yapabilecekleri de ifade edilmiştir. Bu nedenle, ilgili ürün pazarlarında rekabetin ortadan kalktığı söylenemeyecektir.
- (43) MEY İÇKİ tarafından ilgili pazarlarda rakiplerin de benzer münhasır dağıtım anlaşmaları yoluyla faaliyet gösterdiği belirtilmiş; Anadolu Efes⁶, Tuborg, Pernord Ricard, Kavaklıdere gibi rakiplerin alkollü içecekler pazarında bölgesel münhasırlık uygulamalarında bulunduğu ifade edilmiştir. MEY İÇKİ'nin rakiplerle benzer şartlarda dağıtım ağına sahip olmasının, MEY İÇKİ'nin etkin bir şekilde rekabet edebilmesine ve bu rekabeti sürdürmesine katkı sağlayacağı kanaatine ulaşılmıştır⁷.
- (44) Pazar gücüne sahip teşebbüslerin, özellikle perakende seviyesindeki satış noktalarıyla yaptığı rekabet etmeme yükümlülüğü içeren dikey anlaşmaların pazarın rakip teşebbüslere kapatılması gibi sonuçlar doğurabileceği, anlaşmaya taraf teşebbüsün pazar payını katılaştırabileceği ve markalar arası rekabeti olumsuz yönde etkileyebileceği bilinmektedir. Toptancı seviyesindeki rekabet etmeme yükümlülüğü içeren dikey anlaşmaların ise distribütörlerin, satışını yaptığı ürünlere daha fazla yoğunlaşmasını sağlayarak etkinlik doğurabileceği, mal arzının sürekliliğini sağlayabileceği ve tüketicinin yaratılan bu ekonomik etkinliklerden faydalanabileceği değerlendirilmektedir⁸. Pazarın toptancı seviyesini ilgilendiren ve 13. maddesi gereği süresi her halükarda 5 yıllı sınırlı olan ilgili Sözleşme'nin rakı, votka ve cin pazarlarının rakip teşebbüslere kapanmasına yol açmayacağı kanaatine varılmıştır.
- (45) Sözleşme ile distribütörün münhasır dağıtım yapacağı bölgenin sınırları çizilmiş ve belirlenen bölge dışına yapacağı yalnızca aktif satışlar kısıtlanmıştır. Sözleşme ile bayinin pasif satışlarını kısıtlayabilecek bir hüküm getirilmemiştir. MEY İÇKİ de distribütörlerin pasif satışlarının kısıtlanması amacıyla herhangi yazılı veya fiili bir düzenleme öngörülmeceğini açıkça belirtmiştir.

⁵ 25.10.2017 tarih ve 17-34/537-228 sayılı Kurul kararı.

⁶ 03.07.2017 tarih ve 17-20/320-142 sayılı Kurul kararında "Dağıtım zincirinde münhasırlığın uygulandığı tek seviye, EFPA bayi ve distribütörlerinin oluşturduğu toptan satış seviyesidir." ifadesi yer almaktadır.

⁷ 25.08.2016 tarih ve 16-29/487-219 sayılı Kurul kararı.

⁸ 07.03.2013 tarih ve 13-12/180-94 sayılı Kurul kararı.

- (46) Bu çerçevede, ilgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmayacağı sonucuna ulaşılmıştır.

G.3.3.4. Rekabetin (a) ve (b) Bentlerindeki Amaçların Elde Edilmesi İçin Zorunlu Olandan Fazla Sınırlanmaması

- (47) 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin son şartı anlaşmanın, anlaşma ile hedeflenen etkinlik kazanımlarına erişmek için zorunlu olandan daha fazla sınırlayıcı olmamasıdır. Kılavuz'un 65. paragrafında bu şartın iki aşamalı analiz gerektirdiği belirtilmektedir. Birinci aşama, anlaşmanın bir bütün olarak kendisinin etkinlik kazanımlarının gerçekleşmesi için gerekli ve zorunlu olup olmadığına ilişkindir. İkinci aşamada ise anlaşmada yer alan tekil rekabet sınırlamalarının ayrı ayrı gerekli olup olmadığı değerlendirilir.
- (48) MEY İÇKİ tarafından Sözleşme çerçevesinde yapılacak yatırımların münhasırlığın gerekliliğinin temelini oluşturduğu ifade edilmiştir. Bildirime konu Sözleşme azami beş yıl sürelidir. MEY İÇKİ, toplamda beş yılı geçmeyecek münhasırlık sürecinin karşılıklı belirsizlikleri ve diğer riskleri gidermek ve karşılıklı güvene dayalı olarak yatırım yapabilmek için uygun bir süre olduğunu belirtmiştir.
- (49) Bölge münhasırlığının olmadığı durumda, distribütörler en kârlı bölgelere satış yapmaya gayret gösterecek, Türkiye'nin ücra noktalarındaki tüketiciler talep ettikleri ürünlerden mahrum kalabilecek, ürünlerin dağıtımındaki homojenlik ortadan kalkabilecek, nüfusun yoğun olmadığı ve/veya coğrafi açıdan zorlu bölgelerde ürün temininde sıkıntılar olabilecek, fiyat artarken hizmet kalitesinde düşüş yaşanabilecektir. Dolayısıyla yukarıda ifade edilen etkinlik kazanımlarının elde edilmesi için Sözleşme ile bölge münhasırlığı getirilmesinin gerekenden fazla bir sınırlama olmadığı değerlendirilmektedir.
- (50) Sözleşme'nin 3. maddesinde yer alan, MEY İÇKİ'nin bazı müşteri gruplarına satış yapabileceğine ilişkin hükmün gerekçesinin ise müşteri talep ve tercihlerine ve maliyetlere dayandığı ifade edilmiştir. Nitekim zincir mağazalar ve zincir otellerin tek merkezden alım yapmak, tek merkeze ödemek ve tek firma ile muhatap olmak istemeleri nedeniyle toplu alım yapmayı tercih ettikleri belirtilmiştir. Zincir mağazalar ve büyük zincir oteller Türkiye geneline yayıldığından, distribütörler tarafından bu noktalara dağıtım yapılması yüksek maliyetler yaratabilecektir. Bu maliyetlerin birkaç distribütörün ayrı kollardan sevkiyat yapması ile aşılması mümkün ise de zincir mağaza ve zincir otellerin yönetimi, birden çok muhatabın olması nedeniyle bu yolu tercih etmeyebilecektir.
- (51) Sözleşmede pasif satışların yasaklanmamış olmasının bir sonucu olarak, satış noktalarının diğer bölgelerden alım yapma imkânı bulunmaktadır. Bu durum, ilgili distribütörün diğer bölgelerdeki MEY İÇKİ distribütörlerinin pasif satışlarının yarattığı rekabetçi baskı altında olması anlamına gelmektedir.
- (52) Sözleşme ile getirilen rekabet etmeme yükümlüğünün de, yukarıda ifade edilen faydaların sağlanması açısından gerekli olduğu ve bu nedenle rekabeti zorunlu olandan fazla sınırlamadığı kanaatine varılmıştır.
- (53) MEY İÇKİ, distribütörlerin sahadaki işlemlerini kolaylaştırmak ve satış noktalarına en verimli, hızlı ve etkin hizmetin sağlanmasını temin etmek amacıyla distribütörlere el terminalleri, bilgisayarlar ve yazıcılar verdiğini belirtmiştir. Nitekim sektördeki büyük hızlı tüketim ürünleri sağlayıcısı firmaların da satışlarını bu şekilde takip ettiği ifade edilmiştir.
- (54) El bilgisayarları distribütörün tüm satışlarını kayda alabilmesini sağlamaktadır. Bu itibarla distribütör; hangi ürünlerin satılıp satılmadığını, satış noktalarının taleplerinin karşılanıp karşılanmadığını, gelirlerini, stok durumunu yakından takip edebilmektedir. Ayrıca, dağıtıcı ziyaret edemediği satış noktalarını bu sistem aracılığıyla tespit edebilecektir.

- (55) MEY İÇKİ'den bahse konu bilgisayar yazılımı ve el terminalinin çalışma prensibi ve çalışma esaslarına yönelik bilgi talebine istinaden gelen cevabi yazıdan ulaşılan sonuçlara aşağıda yer verilmiştir:
- (56) Yeniden satış fiyatının tespitine yönelik olarak: MEY İÇKİ'nin yalnızca tavsiye niteliğinde olan fiyat listesinin satış otomasyonuna yüklendiği, bu fiyatın kolaylıkla değiştirilebildiği ifade edilmiştir. MEY İÇKİ'nin yılda iki kez fiyat değişim dönemlerinde distribütörlere fiyatları belirleyebilecekleri ve değiştirebilecekleri konusunda hatırlatmada bulunduğu ve fiyat değişikliklerin nasıl tanımlanacağı konusunda tekrar bilgi aktarımı yaptığı belirtilmiştir.
- (57) İskonto, promosyon ve vade belirlenmesine yönelik olarak: MEY İÇKİ sadece Kurul kararlarında yer verilen tespitler çerçevesinde yürürlüğe koyduğu, indirimlerin rakipleri dışlayıcı etki doğurmamasını temin eden azami iskonto oranlarının aşılmamasını sağlamak amacıyla, sisteme iskonto oranlarını tanıttığını belirtmiştir. Dolayısıyla bu iskontoların azami fiyat işlevi gördüğü, distribütörlerin iskontoları hangi fiyat üzerinden uygulayacaklarını ve iskonto uygulayıp uygulamayacaklarını belirlemekte serbest olduğu ifade edilmiştir.
- (58) Bunun yanı sıra, distribütörlerin kendi bağımsız muhasebe sistemi olduğundan, distribütörlerin herhangi bir kısıtlama olmaksızın satış noktalarına tamamen serbest ticari iradeleri ile kampanya (promosyon) uygulayabildiği ifade edilmiştir. Yine, distribütörlerin herhangi bir kısıtlama olmaksızın satış noktalarına vade seçenekleri sunabileceği belirtilmiştir.
- (59) Yeni müşteri tanımlanmasına yönelik olarak ise; distribütörlerin söz konusu sistem üzerinden müşteri eklemekte ve müşterilere fatura kesmekte tamamen serbest olduğu, satış otomasyon sisteminde distribütörler tarafından müşteri eklenmesi veya fatura düzenlenmesi konusunda herhangi bir kısıtlama veya engel bulunmadığı belirtilmiştir.
- (60) Bu bağlamda söz konusu sistemin distribütörlerin kendi satış fiyatlarını belirlemelerine, kendi piyasa uygulamalarını yapabilmelerine imkan sağladığı, sistem üzerinde distribütörlerin fiyat değiştirebilme, promosyon yapabilme, iskonto uygulama, yeni müşteri tanımlama gibi yetkilerinin ve bu yetkilerin kullanımına yönelik bilgilendirmelerin yapıldığı, distribütörlerin bağımsız birer teşebbüs olduğu ve bu nedenle programın içeriğini kendi ihtiyaçları doğrultusunda istedikleri gibi kullanabilecekleri anlaşılmıştır.
- (61) Sonuç olarak, rekabetin Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlanmaması koşulunun da sağlandığı kanaatine varılmıştır.

H. SONUÇ

(62) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

- Mey İçki Sanayi ve Ticaret A.Ş. ile Gram Gıda ve Tekel Maddeleri A.Ş. arasında akdedilen ve tip sözleşme niteliğindeki Distribütörlük Sözleşmesi'nin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olduğuna,
- Sözleşme'nin, Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin 2. maddesinin ikinci fıkrasında öngörülen %40 pazar payı eşiğinin aşılmadığı viski, şarap, likör, tekila, rom ürünleri bakımından grup muafiyetinden yararlandığına,
- 2002/2 sayılı Tebliğ'in 2. maddesinin ikinci fıkrasında belirlenen pazar payı eşiğinin aşıldığı rakı, votka, cin ürünleri bakımından ise Sözleşme'nin grup muafiyetinden faydalanamayacağı; bununla birlikte 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasında sayılan şartların tamamının karşılanması nedeniyle anılan ürünler bakımından Distribütörlük Sözleşmesi'ne bireysel muafiyet tanınmasına,

gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 60 gün içinde Ankara İdare Mahkemelerinde yargı yolu açık olmak üzere, OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.