

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2008-1-36 (Önaraştırma)
Karar Sayısı : 08-47/647-244
Karar Tarihi : 24.7.2008

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI
Üyeler : Tuncay SONGÖR, M. Sıraç ASLAN, Mehmet Akif ERSİN,
Dr. Mustafa ATEŞ, İsmail Hakkı KARAKELLE

B. RAPORTÖRLER : Mehmet Akif KAYAR, Cemal Ökmen YÜCEL

C. BAŞVURUDA BULUNAN : Tokat Keşkekler Koll. Şti.
Yeşilyurt Mah. Gümüşdiş Cad. No:59 Tokat

D. HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA YAPILANLAR : - Opet Petrolcülük A.Ş.
Bulgurlu Mah. Sarıgazi Cd. No:47
34696 Üsküdar-İstanbul
- Türk Traktör ve Ziraat Makineleri A.Ş.
Güvercin Yolu No: 111-112 Gazi 06560 Ankara
- Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş.
Büyükdere Caddesi No:145 Tofaş Han Zincirlikuyu-
İstanbul
- Ford Otosan Otomotiv San. A.Ş.
Bulgurlu Fatih Mah. Hasan Basri Cad. Köymenkent 34885
İstanbul
- Otoyol Sanayi A.Ş.
Ankara Asfaltı Yanı Tiryaki Hasanpaşa Sk. No:5 34880
Soğanlık Kartal-İstanbul
- Beldeyama Motorlu Vasıtalar Tic. Ve San. A.Ş.
Çayır Cad. No: 73/75 İstinye 34460 İstanbul

E. DOSYA KONUSU : Opet ve Koç Otomotiv Grubu Şirketleri arasında imzalanan sözleşmelerle tesis edilen "Opet Yakıt Güvence Sistemi"nin rekabeti bozduğu iddiası.

F. İDDİALARIN ÖZETİ: Kurum kayıtlarına intikal eden şikayette, Ford Otosan Otomotiv San. A.Ş. ve Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş.'nin OPET Petrolcülük A.Ş. ile yapmış oldukları anlaşmalar gereğince, bu marka araçların, belirtilen firma

istasyonlarından akaryakıt almamaları durumunda servis garantisine alınmadıkları ve bu durumun rekabet şartlarını bozduğu iddia edilmektedir.

G. DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 24.1.2008 tarih ve 534 sayı ile intikal eden şikayet başvurusu üzerine hazırlanan 24.4.2008 tarih ve 2008-1-36/İİ-08-MAK sayılı İlk İnceleme Raporu Rekabet Kurulunun 1.5.2008 tarihli toplantısında görüşülmüş ve şikayete konu “Opet Yakıt Güvence Sistemi”ni (YGS) oluşturduğu iddia edilen işbirliği anlaşmalarının 4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’un 4. maddesi kapsamında olup olmadığının ve Opet ile bu sistemde yer alan veya bu anlaşmalara taraf olan teşebbüsler hakkında bir soruşturma açılmasına gerek olup olmadığının tespit edilebilmesi için önaraştırma yapılmasına 08-31/390-M sayı ile karar verilmiştir. Yapılan önaraştırma üzerine hazırlanan 16.7.2008 tarih, 2008-1-36/ÖA-08-MAK sayılı Önaraştırma Raporu 18.7.2008 tarih ve REK.0.05.00.00-110/112 sayılı Başkanlık Önergesi ile 08-44 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili Rapor’da;

- 1- Şikayet konusu Opet Yakıt Güvence Sistemi ile ilgili olarak 4054 sayılı Kanun’un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığı,
- 2- Opet Petrolcülük A.Ş. ile Türk Traktör ve Ziraat Makineleri A.Ş., Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş., Ford Otosan Otomotiv San. A.Ş., Otoyol Sanayi A.Ş. ve Beldeyama Motorlu Vasıtalar Ticaret ve Sanayi A.Ş. şirketleri arasında imzalanan “Opet Yakıt Güvence Sistemi” sözleşmelerinin sırasıyla (16.), (3.13), (3.10), (3.13) ve (18.) maddelerinde yer alan rekabet etmeme yükümlülükleri sebebiyle bu sözleşmelere Kanun’un 5. maddesi uyarınca bireysel muafiyet tanınamayacağı,
- 3- Söz konusu sözleşmelerdeki rekabet etmeme yükümlülüğü içeren hükümlerin kaldırılarak, anılan taraflarca buna dair işlemlerin yapıldığına dair belgelerin 90 (doksan) gün içinde Rekabet Kurumu’na sunulması gerektiği,

ifade edilmiştir.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. İlgili Pazar

I.1.1. İlgili Ürün Pazarı

Petrolde üretilen ürünler genel olarak “beyaz ürünler” ve “siyah ürünler” olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Benzin, motorin, gazyağı ve jet yakıtı çeşitlerinden oluşan “beyaz ürünler” genel olarak motorlu taşıtlar tarafından kullanılırken fuel-oil, kalyak, asfalt vb. çeşitlerinden oluşan “siyah ürünler” genel olarak ısınma, izolasyon vb. amaçlı kullanılmaktadır. Ham petrolün, arama-sondaj ve rafinaj sonrası motorlu araçların kullanımına uygun hale getirilmesinin ardından oluşan ve akaryakıt olarak adlandırılan beyaz ürün, dağıtım şirketleri vasıtasıyla perakende satış için bayilere ve nihai tüketicilere ulaştırılmaktadır.

Önaraştırma, beyaz akaryakıt ürünleri (benzin ve motorin olarak) pazarını etkilemeye yönelik bir sadakat programı/anlaşması hakkında yapılmıştır.

I.1.2. İlgili Coğrafi Pazar

Önaraştırma kapsamında ilgili coğrafi pazar “Türkiye Cumhuriyeti sınırları” olarak tanımlanmıştır.

I.2. İlgili Teşebbüsler

I.2.1. Opet Petrolcülük A.Ş. (Opet)

Opet perakende satışlar, ticari ve endüstriyel yakıtlar, madeni yağlar, depolama ve uluslararası ticaret konularında faaliyet göstermektedir. Opet'in Türkiye’de toplam 716 istasyonu vardır. Yine, daha çok kırsal bölgelerde hizmet veren ve “Sunpet” adı ile faaliyet gösteren 578 istasyon da Opet’e bağlı olarak çalışmaktadır.

Koç Grubu ile Öztürk ailesi tarafları arasında 17.12.2002 tarihinde imzalanan anlaşma hükümleri ve hissedarlık yapısı birlikte değerlendirildiğinde Opet’in Koç Grubu ve Öztürk ailesinin ortak kontrolünde olduğu anlaşılmaktadır.

I.2.2. Koç Grubu Otomotiv Şirketleri

Koç Holding’in Türkiye otomotiv ve motorlu araçlar pazarında ortağı olduğu kuruluşlar şöyledir:

Tablo 1: Koç Grubu Otomotiv Firmaları

Firma İsmi	Markalar
Türk Otomobil Fabrikası A.Ş.	FIAT, Alfa Romeo, Lancia
Ford Otomotiv Sanayi A. Ş.	Ford
Otoyol Sanayi A.Ş.	Iveco
Türk Traktör ve Ziraat Makineleri A.Ş.	New Holland, Case IH
Beldeyama Motorlu Vasıtalar Ticaret ve Sanayi A.Ş.	Yamaha, Mobylette

- Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş. (Tofaş)

Tofaş, 1968 yılında Fiat Auto S.p.A lisansı ile motorlu araçlar, montaj ve yarı montaj ürünler ve bu araçların motor aksam, yedek parça ve aksesuarlarının imalat, montajının yapılması, Fiat Auto S.p.A lisansı ile imal edilen ya da Fiat Auto S.p.A tarafından üretilen araçlar ve bu araçların yedek parça ve aksesuarların yurtiçine ithalatı, dağıtımı, ticareti, satışı ve servis hizmetinin verilmesi amaçlarıyla kurulmuştur.

- Ford Otomotiv Sanayi A.Ş. (Ford)

1959 yılında kurulan Otosan A.Ş., otomobil, kamyon ve her nev’i nakil vasıtalarının imalat ve montajı, parçaların üretimi ve bu ürünlerin satışı, ithal ve ihracı faaliyetlerinde bulunmaktadır. Ekim 1997 tarihinde imzalanan anlaşma ile Ford ve Otosan hisseleri eşitlenmiş böylece Otosan A.Ş.’nin ticari ünvanı Ford Otomotiv Sanayi A.Ş (Ford) olarak değiştirilmiştir.

- Otoyol Sanayi A.Ş. (Otoyol)

Otoyol, hafif, orta ve ağır sınıf kamyon ve otobüs üretim ile satışı faaliyetlerinde bulunan bir şirkettir.

- Türk Traktör ve Ziraat Makineleri A.Ş. (Türk Traktör)

Türk Traktör; traktörler, hasat makinaları ve toprak işleme makinaları gibi tarım makinalarının ve bunların dişli kutuları, transmisyon kutuları, motor blokları, silindir kapakları, hidrolik kaldırıcıları gibi bağlaşıklık parçaların üretimi ve bayileri aracılığıyla Türkiye Cumhuriyeti hudutları içerisinde satış ve satış sonrası hizmetlerini vermek ile iştigal etmektedir.

- Beldeyama Motorlu Vasıtalar Ticaret ve Sanayi A.Ş. (Beldeyama)

Beldeyama'nın ürün gamında Yamaha motosikletler, scooterlar, jeneratörler, golf arabaları, Yamaha ve Mobylette markalı mopedler ve Beldeyama marka bisiklet yer almaktadır.

J. YAPILAN İNCELEME ve TESPİTLER

Önaraştırma kapsamında raportörler tarafından 17, 18, 19, 20, 23 ve 30 Haziran tarihlerinde Opet, Türk Traktör, Otokoç Otomotiv Tic. ve San. A.Ş. (Otokoç), Tofaş, Ford, Birleşik Motor San. ve Tic. A.Ş. (Birmot) ve Otoyol şirketlerinde yerinde inceleme yapılmıştır. Ayrıca, Akpet Akaryakıt Dağıtım A.Ş. (Akpet) ve ODTÜ Petrol Araştırma Merkezi'nde yetkililerle görüşülmüş ve bilgi alınmıştır.

Belge 1. Dosya konusu şikayet ile ilgili olarak raportörler tarafından 12.2.2008 tarihinde Keşkekler yetkilisi Ali Keşkek ile telefon görüşmesi yapılmıştır. Görüşmede, Ali Keşkek'in yöneltilen sorulara verdiği yanıtlar aşağıda özetlenmiştir:

“Şikayetimize konu olan Opet'in Tofaş ve Ford firmalarıyla yapmış oldukları anlaşmayla oluşturduğu Yakıt Güvence Sistemidir. Tüm akaryakıt şirketleri TÜPRAŞ'tan almasına rağmen Opet'in bu kampanyası bizim gibi diğer akaryakıt şirketlerinin sattığı yakıtın kötü olduğuna yönelik bir imaj yaratmaktadır. Opet'in Yakıt Güvence Sistemi satışlarımızın düşmesine neden olmaktadır. Opet'in sistemi kötü yakıttan kaynaklanan bir motor probleminin 1500-2500 YTL. arası değişen servis parasını ödemeyi garanti etmesidir. Ancak burada önemli olan tüm yakıtlar TÜPRAŞ'tan gelmektedir zaten aynıdır.”

Belge 2. Keşkekler tarafından gönderilen, Kurum kayıtlarına 13.3.2008 tarih ve 1590 sayı ile intikal eden yazıda şu ifadeler yer almaktadır:

“Ford-Otosan ve Tofaş'ın Opet ile yapmış oldukları anlaşma gereğince, Ford ve Tofaş marka araçların, alındığı günden itibaren, sadece Opet istasyonlarından yakıt almaları durumunda yakıt sisteminden kaynaklanacak tüm arızalar, Opet tarafından karşılanmaktadır. Rekabet şartlarının her gün daha da zor bir hal aldığı günümüzde, rekabet etme konusunda çok ciddi bir şekilde zorlanmaktayız. Aynı zamanda belirtmiş olduğumuz sistemden dolayı aramızda uzun yıllardan beri süregelen, çok yakın ticari ilişkilerimiz bulunan firma ve şahıslarla ticari ilişkilerimizin sona ermesine

sebepe olmuştur. Araçlar bayiden alındığı an müşteriye yakıt güvence sistemi anlatılıyor. Müşteride normal olarak başka bir istasyondan yakıt aldığı zaman aracı arıza yapacakmış gibi algılıyor. Bu olay toplumun bilinç altına yer ediyor. Bir diğer konu toplum gözünde zan altında kalıyoruz. Bu sistemin başladığı günden günümüze bulunduğumuz ilde müşteri potansiyelimiz %20 civarı düşmüştür. Bu tespite nasıl vardığımız ise günlük istasyonumuza yakıt almak için giren araç sayısı 100 ile 130 arası değişiyor. Bu potansiyelin %25'ini Ford ve Tofaş marka araçlar oluşturmaktaydı şu an için bu oran %5 oranına geriledi. Onu da garantisi bitmiş araçlar oluşturuyor.”

Belge 3. Opet'te bulunan “Opet Müşteri İlişkileri Yönetimi Projesi – Müşteri Profil Tasarım ve Bilgi Toplama Raporu: Yakıt Güvence Sistemi (YGS)” başlıklı ve 31.5.2004 tarihli belgede şu ifadeler yer almaktadır:

“Yakıt Güvence Sistemi Kart Programının Tanıtımı

Opet ve Ford işbirliği çerçevesinde, Ford marka araç satın alan tüketicilere aracın içinde konmak suretiyle ulaştırılan kart, akaryakıt kaynaklı bir arıza çıktığında tüm arıza maliyetlerini ücretsiz olarak karşılamayı taahhüt eden Yakıt Güvence Sistemine o aracın dahil olduğunu belirtir.

Yakıt Güvence Sistemi Kart Programı Kapsamında Müşteri Faydasının Tanımlanması

Net Faydalar:

Yakıt Güvence Sisteminin net faydası akaryakıt güvencesidir. Akaryakıtını Opet istasyonlarından alan Ford araç sahiplerinin akaryakıt kaynaklı oluşan arızalarda Opet aracının tamir / onarım masraflarını karşılamasını taahhüt etmektedir..”

Belge 4. Opet ve Tofaş arasında Aralık 2004 tarihinde imzalanan “Yakıt Güvence Sistemi Sözleşmesi”nin taraflara YGS sistemine ilişkin rekabet etmeme yükümlülüğü getiren 3.13 maddesi;

“Opet, Koç Holding A.Ş. grup şirketleri haricinde, başka bir araç üreticisi ve/veya ithalatçısı firmaya bu sözleşme süresi içinde aynı veya benzer bir yakıt güvence sistemi sağlamayacaktır. Aynı şekilde Tofaş da, aynı veya benzeri bir anlaşmayı, işbu sözleşmenin süresi içinde başka bir akaryakıt dağıtım şirketi ile yapmayacaktır.”

hükmünü taşımaktadır.

Belge 5. Opet ve Ford arasında 30.5.2008 tarihinde imzalanan “Yakıt Güvence Hizmetleri Sözleşmesi”nin taraflara YGS sistemine ilişkin rekabet etmeme yükümlülüğü getiren 3.10. maddesi;

“Ford Otosan ve Opet, sözleşme süresi boyunca, Koç Holding firmaları haricindeki diğer firmalarla YGS'ye ilişkin olarak işbu Sözleşme kapsamındaki benzer koşullarda başka anlaşmalar imzalamayacağını kabul ve taahhüt ederler.”

hükmünü taşımaktadır.

Belge 6. Opet ve Otoyol arasında 11.5.2005 tarihinde imzalanan sözleşmenin taraflara YGS sistemine ilişkin rekabet etmeme yükümlülüğü getiren 3.13 maddesi;

“Opet, Koç Holding A.Ş. grup şirketleri haricinde, başka bir araç üreticisi ve/veya ithalatçısı firmaya bu sözleşme süresi içinde aynı veya benzer bir yakıt güvence sistemi sağlamayacaktır. Aynı şekilde Otoyol da, aynı veya benzeri bir anlaşmayı, işbu sözleşmenin süresi içinde başka bir akaryakıt dağıtım şirketi ile yapmayacaktır.”

hükmünü taşımaktadır.

Belge 7. Opet ve Türk Traktör (söz konusu dönemde New Holland Trakmak A.Ş.) arasında 1.4.2005 tarihinde imzalanan “Yakıt Güvence Hizmetleri Sözleşmesi”nin taraflara YGS sistemine ilişkin rekabet etmeme yükümlülüğü getiren 16. maddesi;

“Opet, Koç Grubu şirketleri haricinde başka araç üreticisi ve ithalatçısı firmaya anlaşma süresi içinde benzer bir yakıt güvence sistemi sağlamayacaktır. Aynı şekilde Trakmak da benzer bir çalışmayı anlaşma süresi içinde başka bir akaryakıt dağıtım şirketi ile uygulamayacaktır.”

hükmünü taşımaktadır.

Belge 8. Opet ve Beldeyama arasında 14.8.2006 tarihinde imzalanan “Yakıt Güvence Hizmetleri Sözleşmesi”nin taraflara YGS sistemine ilişkin rekabet etmeme yükümlülüğü getiren 18. maddesi;

“Opet, Koç Grubu şirketleri haricinde başka araç üreticisi ve ithalatçısı firmaya iş bu Sözleşme süresi içinde benzer bir yakıt güvence sistemi sağlamayacaktır. Aynı şekilde Beldeyama da benzer bir çalışmayı iş bu Sözleşme süresi içinde başka bir akaryakıt dağıtım şirketi ile uygulamayacaktır.”

hükmünü taşımaktadır.

Belge 9. Türk Traktör’de yapılan yerinde incelemedeki görüşmede teşebbüs yetkilileri YGS hakkındaki görüşlerini,

“YGS yalnızca yeni satın alınan araçlarımızın garanti süreleri boyunca geçerlidir eski araçlarda geçerli değildir. Bunun nedeni yakıt sistemlerinin Bosch garantisi altında olmasındandır ve bu garanti bittikten sonra yakıt sisteminin hangi nedenlerle arızalandığının tespiti çok güç olmasındandır. OPET ile YGS anlaşmamız yenilenmemiştir 2007 yılından sonra ama uygulama fiili olarak devam etmektedir.”

şeklinde ifade etmişlerdir.

K. DEĞERLENDİRME

K.1. Opet Yakıt Güvence Sistemi (YGS)

Koç Holding bünyesindeki Ford, Tofaş, Beldeyama, Otoyol ve Türk Traktör şirketlerinin satışını gerçekleştirdiği 0 km. yeni binek otomobilleri, hafif ticari araçlar, kamyonlar, motorsikletler, tarım makinaları ya da traktörlerden satın alan bir tüketici yakıtını Opet istasyonlarından aldığı müddetçe aracının yakıtına bağlı sorunlardan kaynaklanan tamir/servis ücreti YGS garantisi kapsamında Opet tarafından

karşılanmaktadır YGS'nin garantisi yeni araç garanti süresi boyunca (ek garanti sürelerini kapsayacak şekilde) geçerli olmaktadır.

YGS'de taahhüt edilen hizmetin tüketici tarafından alınabilmesinin tek şartı "tamamlayıcı" mal konumundaki yakıtın bu yakıttan kaynaklı bir arızanın oluştuğunu iddia edildiği andan itibaren geriye Ford, Tofaş ve Otoyl ürünleri için son 10 depo, Türk Traktör ürünleri için son 5 deponun Opet istasyonlarından tedarik edilmiş olmasıdır. Bu sürekliliğin gerektirdiği "izleme/denetleme" mekanizması müşteriye verilen bir elektronik kart vasıtasıyla sağlanmaktadır. Bahse konu şirketler yeni motorlu aracı alıcıya satarken bu elektronik kartı da bedava olarak vermektedir. Tüketicinin Opet'ten aldığı yakıtla bağlantılı km., tarih, cins gibi ayrıntılı veriler bu kart vasıtasıyla ilgili şirketin veri bankalarında saklanmaktadır. Dolayısıyla söz konusu tüketicinin Opet dışı bir akaryakıt istasyonundan alım yapıp yapmadığı ayrıntılı bir şekilde denetlenebilmektedir. YGS, benzin ve motorini kapsayan beyaz akaryakıt ürünleri pazarında satış artırmak amaçlı uygulanan bir sadakat programı olarak tanımlanmaktadır.

YGS anlaşmalarının yürürlüğe giriş/imzalanma tarihleri ve kapsadıkları Opet garanti teminatları hakkında bilgiler aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

Tablo 2: YGS Anlaşmaları

	Yürürlüğe Giriş-Sona Erme	Teminat Tutarı
Ford	1) 22.8.2003-22.8.2004 2) 16.5.2005-31.12.2007 3) 30.5.2008-31.12.2013	(.....) Euro
Tofaş	1) 31.12.2004 2) 1.6.2007-31.12.2008	(.....) \$ (Fiat marka) (.....) \$ (Alfa Romeo ve Lancia)
Beldeyama	14.8.2006-14.8.2008	(.....) \$
Türk Traktör	1.4.2005-1.4.2007	(.....) Euro
Otoyl	11.5.2005-11.5.2007	(.....) \$

Dosya kapsamından Ford ve Petrol Ofisi'nin 2006 yılında YGS benzeri bir sözleşme imzalamak için görüşmeler yürüttükleri ve ayrıca Ford'un 19.2.2008 tarihinde başlayıp halen devam eden süreçte Shell ile YGS benzeri bir programa başlama niyetinde oldukları anlaşılmaktadır.

Opet, bağımsız iktisadi varlığa sahip ve Koç Holding ile Öztürk ailesinin ortak kontrolünde olan bir teşebbüs konumundadır. Opet; Öztürk ailesi ve Koç Grubunun ortak kontrolünde bir şirket olduğu için Kanun'un 3. maddesi kapsamındaki "teşebbüs" tanımı çerçevesinde değerlendirilmesi gerekmektedir. Mevzuat konumundaki Avrupa Birliği rekabet hukuku uygulamasında da ortak girişimler ve ana teşebbüsleri 81. madde kapsamında bir anlaşmanın farklı tarafları olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla, YGS'nin Kanun'un 4. maddesi kapsamında değerlendirilmesinde bir engel bulunmamaktadır.

K.2. YGS Uygulamalarının Analizi

1) YGS kapsamında 1.1.2003 tarihinden 1.6.2008 tarihine kadar toplam (.....) motorlu aracın satışı gerçekleştirilmiştir. Bu araçların (.....)'unun sahipleri tarafından Opet istasyonlarında YGS kartlar kullanılmış olduğu için YGS sisteminin ulaştığı sadık müşteri oranı %(...) düzeyinde hesaplanmaktadır.

2) Opet'in YGS sisteminden en fazla yararlanan illeri ve iller bazında kullanım oranları sırasıyla İstanbul %(.....), Ankara %(.....), İzmir %(.....), Bursa %(.....) şeklindedir. Bu çerçevede YGS'nin daha çok büyük şehirlerde kullanıldığı anlaşılmaktadır. Şikayetçi konumundaki Keşkekler Petrol'ün bulunduğu Tokat ilinde YGS kullanımı %(.....) düzeyindedir.

3) YGS'nin başlangıcından günümüze toplam (.....) katılımcı söz konusu sistemin garantisinden faydalanmış bulunmaktadır. Dolayısıyla YGS kartını kullananlar arasında %(.....) oranında kötü yakıta bağlı sorunlardan kaynaklı garantiden yararlanım gerçekleşmiştir. Söz konusu faydalanımların Opet tarafından üstlenilen toplam maliyeti (.....) YTL. şeklinde olmuştur. Söz konusu %(.....) oranının oldukça düşük bir risk düzeyinin göstergesi olduğu dikkate alındığında sistemin daha fazla aracı kapsayacak şekilde genişletilmemesi için bir engel bulunmadığını öngörmek mümkündür.

4) Opet'in YGS'yi kullanan müşterilerine bağlı olarak gerçekleşen 1.1.2003-1.6.2008 tarihleri arasındaki akaryakıt satış cirosu ve satış hacmi sırasıyla (.....) YTL. ve (.....) litre şeklindedir. Opet'in beyaz ürün perakende satış cirosunun YGS kaynaklı gerçekleşme oranları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

Tablo 3: YGS Ciro/Perakende Ciro Oranları (%)

YIL	Oran
2005	(...)
2006	(...)
2007	(...)
2008	(...)

Yukarıda yer verilen tablo verilerinden YGS sisteminin Opet'in beyaz akaryakıt ürünü cirosuna olan katkısının son 4 yılda yaklaşık (...) kat artarak müşteri sadakatine dair önemli katkılar sağladığı anlaşılmaktadır.

5) YGS'nin 2003-2008 yılları arasındaki toplam (.....) YTL.'lik altyapı maliyeti ve (.....) YTL. olan ilk veri tabanı kuruluş maliyeti de göz önüne alındığında sistemin oldukça kar getiren bir sadakat programına dönüştüğünü söylemek mümkündür. Ayrıca, Opet istasyonlarının YGS sistemine mali ve diğer açılardan hiçbir katkılarının olmadığı da vurgulanmalıdır.

Aşağıdaki tabloda YGS maliyetlerinin Opet'in toplam akaryakıt maliyeti içerisindeki oranlarına yer verilmektedir:

Tablo 4: YGS Maliyet/Opet Toplam Akaryakıt Maliyeti Oranları (%)

YIL	Oran
2003	(...)
2004	(...)
2005	(...)
2006	(...)
2007	(...)

Yukarıda yer verilen maliyet oranları YGS'nin maliyet/fayda açısından oldukça avantajlı bir program olduğunu gösterir niteliktedir.

6) Opet, 2003-2008 yılları arasında (.....) litre beyaz ürün satışı gerçekleştirmiştir. Opet'in söz konusu zaman diliminde satışlarının %(...) 'inin YGS kaynaklı olduğu hesaplanmaktadır.

Aşağıdaki tabloda Opet'in 2003-2008 yılları arasında beyaz ve siyah akaryakıt ürünlerindeki Türkiye pazar payları yer almaktadır:

Tablo 5: Opet'in 2003-2008 pazar payları

YIL	Beyaz (%)	Siyah (%)
2003	(...)	(...)
2004	(...)	(...)
2005	(...)	(...)
2006	(...)	(...)
2007	(...)	(...)
2008	(...)	(...)

Türkiye akaryakıt dağıtım piyasasında faaliyet gösteren teşebbüslerin söz konusu ürünlerde oluşan pazar payları (%) şu şekildedir:

Tablo 6: Türkiye akaryakıt dağıtım piyasasında faaliyet gösteren teşebbüslerin pazar payları (%)

2006	Benzin	Motorin
BP	(...)	(...)
DELTA	(...)	(...)
POAŞ	(...)	(...)
SHELL & TURCAS	(...)	(...)
Total	(...)	(...)
Opet	(...)	(...)
PETLINE	(...)	(...)
M OIL	(...)	(...)
AKPET	(...)	(...)
ALPET	(...)	(...)
Diğer	(...)	(...)
GENEL TOPLAM	100,0	100,0

Keza, benzin ürününde 2007 yılına ilişkin pazar payları şu şekilde oluşmuştur:

- 1) Shell&Turcas: %(...)
- 2) POAŞ: %(...)
- 3) BP: %(...)
- 4) Opet: %(...)
- 5) Total: %(...)
- 6) Diğer: %(...)

Türkiye benzin ürünü pazarında Shell, BP, Opet, POAŞ ve Total olmak üzere 5 firmanın toplam % 93 ve motorin pazarında aynı beş firmanın toplam % 88 pazar payına sahip oldukları görülmektedir. Pazarın rekabetçi analizi kapsamında benzin ürünü piyasasında 2007 yılı C4 ve HHI oranları sırasıyla 87 ve 2100 olarak gerçekleşmiştir. Yine motorin ürünü pazarında 2006 yılı C4 ve HHI oranları sırasıyla 81 ve 2077 olarak gerçekleşmiştir. Yukarıdaki veriler çerçevesinde ve ABD’de en büyük 5 akaryakıt dağıtım teşebbüsün toplam pazarın % 61’ini kontrol ettikleri göz önüne alındığında Türk akaryakıt dağıtım piyasasının (benzin ve motorin özelinde) oldukça yoğunlaşmış bir pazar olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca, Shell, POAŞ, BP, Opet ve Total teşebbüslerinin farklı düzeylerde dikey bütünleşmiş olmaları da piyasadaki diğer oyuncular açısından rekabet ortamını zorlaştırıcı bir diğer faktör olarak gösterilmektedir. Bu bilgiler göz önüne alındığında beyaz ürünlerde Opet pazar payı açısından dağıtım pazarında (...) teşebbüs konumundadır. Opet’in ve diğer teşebbüslerin pazar payları birlikte değerlendirildiğinde Opet’in son 4 yılda hızlı pazar payı artışına rağmen hali hazırda akaryakıt dağıtımında çok güçlü bir konumda olduğunu söylemek zordur.

7) Türkiye beyaz akaryakıt ürünleri (benzin ve motorin) pazarındaki satış rakamlarına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

Tablo 7: 2003-2008 Beyaz Ürün Satış (m3)

	Benzin	Motorin	Toplam
2003	3813561	11504276	15317837
2004	3766790	12694025	16460815
2005	3496460	13075621	16572081
2006	3116597	12966765	16083362
2007	3259857	15202430	18462287
Toplam	-	-	82896382

8) Opet YGS haricinde yine satış artırıcı faaliyetler kapsamında gruplandırılabilir çeşitli kampanyalar ve programlar yürütmektedir. Opet YGS harici promosyon faaliyetlerine 2003-2008 (Haziran ayına kadar) yılları arasında (reklam harcamaları dahil olmak üzere) toplam (.....) YTL. harcamış bulunmaktadır. Söz konusu faaliyetlerin harcama tutarı YGS’nin (.....) YTL. düzeyindeki maliyeti ile karşılaştırıldığında, YGS’nin Opet’in diğer promosyon faaliyetlerinin yalnızca %(...)'i kadar oldukça düşük bir maliyete sahip olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca Opet 2003-2008 yılları arasında süreleri 1 ay ile 1 yıl arasında değişen (.....) adet sadakat kampanyası gerçekleştirmiş ve toplam (.....) kişi bu kampanyalara katılarak

Opet'e (.....) YTL ciro katkısında bulunmuştur. Bu ciro rakamı YGS'nin Opet'e sağladığı ciro ile karşılaştırıldığında YGS'nin diğer sadakat programlarına göre ciro açısından daha verimli olduğunu söylemek mümkündür.

9) Opet'in YGS anlaşmalarını imzaladığı Koç otomotiv grubu şirketlerinin (Fiat ve Ford) ve diğer otomotiv şirketlerinin 2003-2008 yılları arasında hafif ticari araç pazarındaki pazar payı rakamlarına (% olarak) aşağıdaki tabloda yer verilmiştir:

Tablo 8: Hafif Ticari Araç Pazar Payları (%)

	2003	2004	2005	2006	2007
FIAT	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Ford	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
RENAULT	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
OPEL	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
HYUNDAI	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
PEUGEOT	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
VW	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
DİĞER	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
TOPLAM	100	100	100	100	100

Yukarıda yer verilen tablodaki rakamlardan YGS kapsamındaki Koç Grubu otomotiv şirketlerinin söz konusu pazarda oldukça yüksek bir pazar payına sahip oldukları anlaşılmaktadır. Ayrıca Fiat ve Ford'un birlikte 2007 yılı verilerine göre otomotiv satışı pazarında yaklaşık %(...) pazar payı bulunmaktadır.

Aşağıdaki tabloda 2003-2008 yılları arasında YGS anlaşmalarına dahil olan diğer Koç otomotiv şirketlerinin farklı segmentlerdeki pazar paylarına (%) yer verilmektedir:

Tablo 9: Çeşitli motorlu araç pazar payları (%)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Otoyol (kamyon,minibüs)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Beldeyama (İki Tekerlekli Motorlu Araçlar)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Türk Traktör (Traktör)			(....)	(....)	(....)	(....)
Türk Traktör (Biçerdöver)			(....)	(....)	(....)	(....)
Türk Traktör (Pamuk Toplama Makinası)			(....)	(....)	(....)	(....)

10) Türkiye'de otomobil, minibüs, otobüs, kamyonet, kamyon, motosiklet gruplandırmaları altında toplam 2008 Mart sonu itibariyle (.....) (bu sayıya traktörler dahil değildir) motorlu kara taşıtı bulunmaktadır. 2003-2008 yılları arasında YGS'li satılan araçların sayısı göz önüne alındığında (traktörler hariç) Türkiye motorlu taşıt araçlarının yaklaşık %(...)'si söz konusu sistemden yararlanabilecek durumdadır. Ancak, söz konusu araçların bir bölümünün de YGS garantisi kapsamından çıktığı unutulmamalıdır.

K.3. Sadakat Programı olarak YGS'nin Değerlendirilmesi

Müşteri sadakat programlarının temel amacı alıcıların "yaşam boyu değeri"ni yükseltmek için tüketici davranışlarını bir şirketin kendi hedefleri doğrultusunda değiştirmeye çalışmasıdır. Teşebbüslerin satışlarının büyük bir kısmının müşterilerin az bir oranı tarafından sağlandığına dair (80/20 yasası gibi) pazarlama teorileri bu tür müşterilerin kilitlenmesine ve dolayısıyla söz konusu programlara ağırlık verilmesine yönelik eğilimlerin temelini oluşturmaktadır. Teşebbüsler, müşterileri olan tüketicileri ile uzun süreli bir ilişki kurmak için özellikle teknolojinin de gelişimiyle birlikte 1990'lı

yıllardan sonra sadakat programları kapsamında bire-bir pazarlama ya da Müşteri İlişkileri Yönetimi-CRM (MİY) denilen uygulamalara önem vermeye başlamışlardır. Müşteri, stratejik bir hedef haline gelmiştir. MİY’de özellikle bilgi işlem sistemlerinin yoğun şekilde kullanılmasıyla birlikte tüketici davranışlarına ilişkin çok büyük veri tabanları oluşturulmaktadır. MİY çerçevesinde tüketici bağlılığı ve tekrar eden alımların sağlanmasının ne ürün tatmini ne de marka tercihi ile tam olarak elde edilemeyeceği merkezi bir unsur olarak kabul edilmektedir. Tüketici ile karşılıklı etkileşime, uzun döneme, bağlılığa, güvene dayanan duygusal boyutu olan bir ilişkinin kurulabilmesi MİY’in amaçlarındandır.

MİY teorilerine göre yalnızca yüksek davranışsal bağlılığa sahip tüketiciler rakip teşebbüslerin rekabetinden uzak konumda, kilitlemiş ve “geçiş maliyetleri” yüksek olan müşterilerdir. Keza bu tür tüketiciler ancak “çıkış engelleri” zayıfladığı zaman diğer rakip teşebbüslere geçiş yapabilecek konumdadırlar.

MİY’in temel olarak uyguladığı üç aşaması bulunmaktadır: **1) Müşteri İlişkisinin Artışı:** Tüketiciler hakkında çok fazla bilgi edinilerek ihtiyaçları daha iyi anlaşılmasına çalışılmaktadır. **2) Müşterilerin yaptıkları işlemlerin artırılması:** Özellikle satış artırıcı promosyonlar devreye girmektedir. **3) Tüketicinin kilitlemesi;** Müşterilerin rakip teşebbüslere gitmesi geçiş maliyetleriyle zorlaştırılmış ve tüketiciler içselleştirilmiş bir pazar haline getirilmiştir. Bu noktada şebeke dışsallıkları önem kazanmaktadır. Örnek olarak bir “sık uçan müşteri” programını uygulayan havayolu şirketinin sadakat programının kapsamını yeni ortak havayolları ile genişletmesi verilebilir. Türk Hava Yolları (THY)’nin de dahil olduğu Star Alliance bu şekildeki stratejik ortaklıklardandır.

Bu noktada MİY uygulamalarının/sadakat programlarının hangi koşullar altında rekabet otoritelerinin incelemesi altına gireceği hususuna değinilecektir. Söz konusu programların hakim durumun kötüye kullanılması kapsamında değerlendirilebilmesi için gereken koşullar aşağıda sunulmaktadır:

- 1) Bağlama Etkisi:** Sağlayıcının bir mal ya da hizmetin alımını farklı bir mal ya da hizmetin alımına ya da başka bir sağlayıcıdan bu mal ya da hizmeti almama koşuluna bağlamış olması durumu rekabet hukuku kurallarıyla çelişmektedir.
- 2) Kapama etkisi:** Pazardaki yüksek pazar paylarına sahip teşebbüslerin sadakat programları yoluyla piyasaya giriş engelleri yaratması olarak tanımlanmaktadır.
- 3) Güçlü münhasırlık etkisi:** Satıcıların yalnızca tek bir alıcıya ürünlerini satmaları ya da hizmet vermeleri halinde gerçekleşmektedir.
- 4) Güçlü sadakat etkisi:** Tüketicilerin; güven, erişilebilirlik, farklı sağlayıcı yoksunluğu, farklı teşebbüslerden mal ve hizmetlerin alımına ilişkin araştırma-değerlendirme maliyetlerinin ya da geçiş maliyetlerinin yüksekliği gibi nedenlerle sağlayıcıya davranışsal olarak sadık olmaları durumunda ortaya çıkmaktadır.

Yukarıdaki koşulların varlığının yanında sadakat programının gerçekleştirildiği ilgili pazarın da ayrıntılı bir şekilde analiz edilmesi gerekmektedir.

Rekabet otoritelerinin sadakat programlarına ilişkin bazı örnek kararları şu şekildedir; a) Havacılık sektöründe çok sık uçak yolculuğu yapan tüketicilere “bedava uçuş milleri” kazandırma programları (BUM) yaygın bir şekilde uygulanmaktadır. Son 7 yıl içerisinde AB Komisyonu ile Finlandiya, Almanya, İrlanda, İtalya, İspanya, Norveç ve

İsveç ülkelerinin rekabet otoriteleri BUM programlarının anti-rekabetçi etkilerini inceleme konusu yapmışlardır. İsveç Rekabet Otoritesi (SCA) SAS havayollarının BUM programını hakim durumun kötüye kullanılması olarak kabul etmiştir. Benzer şekilde 18.3.2002 tarihinde Norveç rekabet otoritesi SAS havayollarından BUM programını iç hatlarda durdurmasını talep etmiştir. BUM programları da aynen YGS gibi bir hizmetin ya da ürünün sürekli/uzun süreli aynı teşebbüsten sağlanmasını ya da alınmasını sadakat vasıtasıyla gerçekleştirmeyi amaçlamaktadır. b) Fransız Rekabet Otoritesi, 9.7.2004 tarihli kararında, Orange Carabie adlı Telekom şirketinin 2 yıla kadar uzanan sadakat programı uygulamasının tüketicilerin Telekom operatörü değiştirmede geçiş maliyetlerini artırarak rekabetçi ortama zarar verdiğine ve davalı şirketin lehine pazar paylarını sabitlediğine, söz konusu şirketin Fransa rekabet kanununu ihlal ettiğine hükmetmiştir. Bu karar Fransa Bidayet Mahkemesince de onaylanmıştır.

Öte yandan bir sadakat programının ya da promosyonun “yıkıcı” bir dışlayıcı davranış olup olmadığının değerlendirilmesi açısından rekabet hukuku kapsamında değişik kriterler göz önüne alınmaktadır. Bir teşebbüs fiyatını indirerek yıkıcı fiyat uygulamak yerine promosyon ve reklam harcamalarını yüksek düzeylere çıkarmayı tercih edebilmektedir. Söz konusu harcamalar özellikle düşük pazar paylarına sahip rakip teşebbüsler için önemli bir yük teşkil ederek maliyetlerinin artmasına ve bu teşebbüslerin piyasa paylarını düşürerek pazar dışına itilmelerine yol açabilecektir. Aşırı ilave promosyon harcamaları bir teşebbüsün ortalama değişken maliyetini satış fiyatının üzerine çıkartıyor ise bu durum “yıkıcı promosyon” olarak adlandırılmaktadır. Ancak mevcut promosyon maliyetlerinin halihazırdaki satışlarla mı yoksa uzun süreli satışlarla mı ilgilendirilmesinin zorluğu büyük bir problem olarak ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle özellikle pazardaki rakiplere oranla göreceli olarak çok yüksek promosyon harcamalarında bulunulması “yıkıcı satış artırıcı kampanyaların” inceleme altına alınması için bir gösterge olabilecektir. Keza, promosyonların yeni rakipler geldiği anda başlaması ve rakipler pazar dışına çıktığı zaman kesilmesi de “incelemeye değerlik” bakımından göz önüne alınması gereken hususlardır.

Dosya konusu YGS'nin de parçası olduğu Koç Grubu MİY programları da müşteri sadakatı yoluyla satışların artırılmasını hedeflemektedir. Otoyol'da yapılan yerinde incelemede bulunan “*KoçCRM¹ Projesi*” başlıklı ve 31.5.2005 tarihli belgede şu ifadeler yer almaktadır:

“2.fazda projeye Arçelik, Aygaz, Ford, Migros, Opet, Tofaş şirketleri ile devam edildi. Vizyon:Türkiye’de hemen her tüketici ile temas eden Koç Holding için “Koç Müşterisi”ni yaratmak ve Koç Holding grup şirketlerinin müşterilerine daha fazla yakınlaşmasını sağlamak.

Amaçlar:Grup çapında Koç müşterisini detaylı anlamak ve 360 derece müşteri görüşünü oluşturmak,

- Grup içinde müşteri ilişkilerine yönelik farklı girişimleri de göz önünde bulundurarak ortak bir sinerji yakalamak,

- Müşteri cüzdan payını, elde tutma oranlarını ve müşteri başına gelir/karı artırmak, Neden Koç Müşterisi?

Koç Müşteri Projesinin Koç Topluluğu’na beklenen katkısı 1. En değerli ve yüksek potansiyele sahip müşterilerin rekabete karşı korunması 2. Bu müşterilerin cüzdan

¹ Customer relations management (MİY).

paylarının artırılması için giderilmemiş ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik yeni iş fırsatlarının ortaya çıkarılması. 3. Bağlılığı artırılan Koç Topluluğu müşterilerinin topluluğun en değerli varlığı haline dönüştürülmesi ve böylece Koç Topluluğu'na uzun dönemli ve kopya edilmesi güç bir stratejik avantajın kazandırılmasıdır."

Yine, Opet'te bulunan 12.3.2004 tarih ve "Sadakat Programlarında Kart Kullanımı" başlıklı belgede şu ifadeler yer almaktadır:

"Neden kart: Müşterilerin yaşam tarzını izlemek, ...Bağlılık yaratmak"

Öte yandan, belgelerdeki ifadelerden de YGS'nin MİY projesi temelinde müşteri bağlılığını hedeflediği anlaşılmaktadır.

Türkiye akaryakıt sektöründe Opet kart, Shell Smart Card, Club Total Card ve BP Club Card gibi çeşitli özelliklerde avantajlar sağlayan sadakat programları uygulanmaktadır. Ayrıca Türkiye'de Garanti Bonus, Shop&Miles, HSBC Advantage, Yapı Kredi WorldCard, Akbank Axes, İş Bankası Maximum Kart, Carrefour Card, Migros Club Card gibi kart uygulamalı sadakat programları halihazırda yürürlüktedir. Dolayısıyla YGS Türkiye'deki birçok sadakat programı uygulamalarından birisini teşkil etmektedir.

Yukarıda yer verilen analizler de göz önüne alındığında Opet'in %(...) civarındaki pazar payıyla akaryakıt ürünleri dağıtım pazarında bir hakim duruma sahip olmadığı düşünülmektedir. Ancak Opet'in hakim durumda olmadığı bir yana bırakılsa bile, YGS'nin dosya mevcudunda yer verilen maliyet, ciro, diğer promosyon kampanyalarıyla karşılaştırma gibi analizler ve rakiplerinde benzer programlara sahip olmaları çerçevesinde "yıkıcı promosyon" ya da "maliyetsiz dışlama" sınıflandırmalarına giren bir sadakat programı olmadığı kanaatine varılmıştır. Dolayısıyla Opet'in hakim durumda olmaması sebebiyle YGS'nin Kanun'un 6. maddesi kapsamında değerlendirilemeyeceği sonucuna ulaşılmıştır.

K.4. YGS Sözleşmelerinin Değerlendirilmesi

4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi, amacı veya etkisi rekabeti engelleme, sınırlama veya bozma olan teşebbüsler arası anlaşmalara, uyumlu eylemlere ve işletme birliklerinin kararlarına karşı genel bir yasaklama getirmektedir. Bu hüküm, bütün işletmeler arası anlaşma, karar ve uyumlu eylemlere geniş bir şekilde uygulanmakta olup temel amacı, her bir işletmenin kendi ticari politikalarını ve piyasadaki faaliyetlerini tek başına, diğerlerinden bağımsız olarak belirlemesidir.

YGS sözleşmelerinde "rekabet etmeme" yükümlülükleri yer almaktadır. Söz konusu yükümlülükler Opet'in Koç Grubu otomotiv şirketleri dışındaki teşebbüslere YGS hizmeti vermesini; Ford, Tofaş, Beldeyama, Otoyol ve Türk Traktör'ün de Opet dışında bir akaryakıt dağıtım firması ile YGS kapsamında çalışmasını engellemektedir. Söz konusu yükümlülüklerin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi (d) bendinde yer alan "Rakip teşebbüslerin faaliyetlerinin zorlaştırılması, kısıtlanması veya piyasada faaliyet gösteren teşebbüslerin boykot ya da diğer davranışlarla piyasa dışına çıkartılması yahut piyasaya yeni gireceklerin engellenmesi" hükmü kapsamına girmektedir.

Anılan hükümler nedeniyle Kanun'un 4. maddesi kapsamına giren sözleşmelerin Kanun'un 5. maddesindeki koşulları taşıyıp taşımadığı hususunun değerlendirilmesi gerekmektedir:

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

Anlaşmanın ürünlerin üretim veya dağıtımının iyileştirilmesine, teknik yada iktisadi ilerlemenin teşvik edilmesine katkıda bulunması gerekmektedir. Bu faydalar statik veya dinamik etkinliklerle ilgili olduğu için, 'ekonomik faydalar' olarak ifade edilebilirler. Ekonomik faydalar rekabet üzerindeki kısıtlayıcı etkilerden ağır basabilir. Örneğin bir işbirliği, firmaların mallar veya hizmetleri daha düşük fiyatlarla, daha kaliteli olarak sunmalarını veya daha çabuk yenilik getirmelerini sağlayabilir. Etkinliklerin çoğu farklı becerilerin veya kaynakların bir araya gelmesi ve bütünleşmesinden doğar.

Dosya kapsamından yakıt güvence sisteminin çıkış noktasının, esas olarak Türkiye akaryakıt sektöründe var olan kalitesiz ve kötü akaryakıt sorununa dayandığı anlaşılmaktadır. Türkiye'deki araç kullanıcıları menşei her zaman belli olmayan, rafineriden değil de yurt dışından alınıp belli bir kontrol ve düzen içinde olmadan ülkeye sokulan, zaman zaman da dağıtım şirketleri veya istasyon işleticilerinin olması gerektiği gibi çalışmamaları nedeniyle kalitesi bozulan akaryakıtı kullanmak durumunda kalmaktadırlar. Bunun sonucunda tüketiciler mağdur olmakta, gerek bireysel gerekse de ülke ekonomisi açısından zarar ve kayıplar yaşanmaktadır. Son yıllarda, getirilen ulusal marker uygulamaları, düzenleme ve kontrol mekanizmaları, sıkı denetimler, istasyon işleticilerinin kalitesindeki iyileşmeler ile bu sorun azalmaya başlamış ancak sona ermemiştir.

YGS sisteminin Türkiye'de faaliyet gösteren motorlu taşıt satıcılarının tüketicilerine sunmadığı "akaryakıtı bağlı motor" problemlerine yönelik farklı bir garanti sunduğu görülmektedir. Öneri döneminde YGS benzeri bir sistemin Türkiye dışında uygulamasının olmadığı tespiti yapılmıştır. Opet'in YGS kapsamındaki mali risklerini azaltabilmek amacıyla akaryakıt dağıtım istasyonlarındaki denetimlerini artırması gerektiği ve bu durumda akaryakıt dağıtımında kaliteyi artıracığı öngörülmektedir. Sonuç itibarıyla YGS'nin araç garanti hizmetleri konusunda iyileşmeler sağladığı anlaşılmaktadır.

b) Tüketicinin bundan yarar sağlanması

Kanun'un 4. maddesi kapsamında rekabeti sınırlayıcı etkileri olan bir anlaşmanın muafiyet alabilmesi için, yukarıda değinilen malların dağıtım veya hizmetlerin sunulmasından elde edilen iyileşmenin tüketiciye yansıtılması gerekmektedir. Kanun'da tüketicinin ekonomik gelişmeden yarar sağlanması gerektiği belirtilmekle birlikte, yararlanmanın ölçüsü ve kapsamı hususunda herhangi bir ifade yer almamaktadır. Söz konusu koşul, mehz Roma Antlaşması'nda tüketicinin ortaya çıkan yararlarından adil bir pay alması şeklinde ifade edilmiştir. Buna göre ortaya çıkan ekonomik fayda ile tüketicinin elde edeceği menfaat arasında makul bir denge olması gerekmektedir. Uygulamada tüketicinin pay alması açısından beklenen genellikle fiyatlar seviyesindeki düşüş olmakla birlikte, satış sonrası etkin hizmetler, ürün çeşitliliğinin artması, tüketicinin ürüne daha kolay ulaşabilmesi, malın arzında devamlılığın sağlanması gibi koşullar da tüketicinin elde edeceği menfaat kapsamında değerlendirilebilmektedir.

Tüketicilerin, YGS'den elde edeceği faydalara ilişkin olarak etkinlik artışının tüketiciye yansıtılıp yansıtılmadığının incelenmesi gerekmektedir. Mevcut durumda, motorlu taşıt üreticilerinin verdiği garanti otomobilin, kullanılan kalitesiz akaryakıttan dolayı bozulmasını kapsamamaktadır. Teorik olarak, bir tüketicinin sürekli aldığı akaryakıtın gerekli standartlara uygun olmaması sonucu yaşadığı yakıt sistemi arızası nedeniyle üstlendiği maliyetleri akaryakıt dağıtım firmasına rücu etmesi için "firmaya şikayet" ve "adli" yollar bulunmaktadır. Ancak gerek şikâyet sürecinin dağıtım firmalarının inisiyatifinde olması nedeniyle kesin bir sonuç getirmeme riskinin mevcudiyeti gerekse de adli sürecin uzun, maliyetli ve de yapısal olarak etkinsiz noktalarının bulunması nedeniyle tüketicilerin bu süreçlerden elde edecekleri sonuçların etkin ve geliştirilebilecek nitelikte olmadığı düşünülmektedir. Bu bağlamda, YGS ile tüketici, üretici firma garantisine kapsamına girmeyen bir risk için herhangi bir bedel ödemeksizin ek bir güvenceye sahip olmaktadır.

Opet (.....) Euro'ya kadar YGS garantisi kapsamında tüketicilerin tamir masraflarını ödeyebilmektedir. Opet'in söz konusu garantisinde bugüne kadar (.....) tüketicinin yararlandığı dosya mevcudu bilgilerden anlaşılmaktadır. Dolayısıyla YGS'nin tüketicilerin yarar sağladığı bir uygulama olduğu görülmektedir.

c) İlgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması

YGS kapsamında 2003-2008 yılları arasında (.....) araç satılmıştır ve bu miktar 2008 yılı Türkiye motorlu taşıt araçları sayısı ile kıyaslandığında yaklaşık %(...)’lik bir oran elde edilmektedir. Ancak söz konusu araç sahiplerinden (.....)’u yani %(...)’i YGS kartlarını en az bir kere kullanmış ya da düzenli olarak kullanmaktadır. Opet'in akaryakıt dağıtım pazarındaki 2008 yılı pazar payı %(...) civarındadır. Opet söz konusu pazarda pay bakımından (...) teşebbüs konumundadır.

YGS'nin Opet'in perakende satış cirosu içerisindeki payı %(...) gibi düşük bir düzeydedir. Keza, YGS kaynaklı Opet akaryakıt satışlarının 2003-2007 yılları dönemini kapsayan toplam Türkiye beyaz akaryakıt ürünü satışlarına oranı %(...) düzeyinde kalmıştır.

YGS sistemine dahil olan bir araç sahibinin istediği zaman sistemden çıkabilmesi yönünde bir engel yoktur. Örneğin 2 yıllık bir garantiye sahip YGS'li bir araç alan tüketici bu süre zarfında 1,5 yıl boyunca başka akaryakıt dağıtıcılarından alım yapabilmekte ve eğer son 6 ayda 10 depo Opet'ten alım yaparsa yine garantiden faydalanabilmektedir. Bu husus YGS'nin çok uzun süreli sadakat etkisi yaratan bir program olmasını zayıflatıcı niteliktedir.

YGS Opet'in diğer promosyon harcamalarının yalnızca %(...)’i kadar bir maliyetle yürütülmektedir. Pazardaki diğer akaryakıt firmalarının hemen tamamının satış artırıcı sadakat programı uygulamaları bulunmaktadır.

Şikayetçi konumdaki Keşkekler Petrol'ün sağlayıcısı olan Akpet'in yetkilileri, yapılan görüşmede YGS benzeri bir sistemi kendilerinin de kurabileceklerini ve mali ya da teknolojik açılardan herhangi bir zorlukları bulunmadığını ifade etmişlerdir

Sonuç olarak, muafiyetin bu koşulu açısından piyasanın önemli bir bölümünde rekabet ortadan kalkmamaktadır.

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

Teşebbüsler kural olarak anlaşma ile amaçladıkları ekonomik yararların gerçekleştirilmesinde rekabeti en az sınırlayıcı yöntemi tercih etmekle yükümlüdürler. Bu nedenle muafiyet değerlendirmesine esas olan bu son koşula aykırılık ya izlenen amacın elde edilmesi için rekabetin gereğinden fazla sınırlanması ya da rekabetin sınırlanması gereğinin dahi bulunmaması hallerinde söz konusu olabilir.

Bireysel muafiyet değerlendirmesi açısından (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için “ölçülülük” şartı aranmalıdır. YGS, anlaşmaya taraf otomotiv firmalarının müşterilerini Opet’ten yakıt almaları yönünde teşvik eden bir sadakat programı uygulamasıdır. İlgili pazarın yapısı incelendiğinde sadakat programlarının/promosyonların önemli bir rekabet aracı olduğu anlaşılmaktadır.

YGS’nin 2003-2008 yılları arasındaki uygulanmasına katılan araç sayıları, maliyet, faydalanan sayısı ve ciro gibi unsurlar çerçevesinde incelendiğinde Opet’in Koç Grubu otomotiv firmaları dışından talep gelmesi durumunda daha fazla sayıda motorlu aracı sisteme dahil edebilmesinin önünde bir engel görülmemektedir. Kaldı ki, kötü akaryakıt kaynaklı bir problem halinde 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun çerçevesinde ilgili akaryakıt sağlayıcısı zararları karşılamak zorunda kalabilmektedir. Dosya kapsamındaki bilgi, belge ve değerlendirmeler çerçevesinde söz konusu rekabet etmeme yükümlülüklerinin YGS’nin kurulması ve devam etmesi için gerekli unsurlar olduğuna yönelik yeterli bulgu mevcut değildir.

Öte yandan Koç otomotiv grup şirketlerinin YGS benzeri garanti vermek isteyen diğer akaryakıt dağıtımıcısı teşebbüslere kapatılması söz konusu koşulun sağlanması önünde önemli bir engel teşkil etmektedir. Önaraştırma döneminde yapılan incelemelerde; Shell’in Ford ile 2003 yılında Opet’in devreye girmesinden önce YGS benzeri bir sistem kurmak istediği ancak sonuçsuz kaldığı bilgisine ulaşılmıştır. Yine, Shell ve Ford 19.2.2008 tarihinde aynı hususta görüşmelere başlamışlar ve halihazırda görüşmelere devam etmektedirler. Ancak söz konusu rekabet etmeme yükümlülüğü ortadayken Ford ve Shell’in ne şekilde YGS ortaklığı yapacakları hukuki olarak bir soru işareti oluşturmaktadır. Petrol Ofisi’nin de Aralık 2006’da Ford ile yakıt güvence sistemini kurmak istediği ancak bu girişimin de Petrol Ofisi’nin Ford’a olumlu bir yanıt vermemesi neticesinde kadük kaldığı anlaşılmaktadır. Beldeyama’ya, Otoyol’a, Tofaş’a, Opet haricinde herhangi bir teşebbüsten YGS benzeri bir sistem teklifinin ulaşmadığı, söz konusu teşebbüslerin Kurum’a intikal eden yazılarında ifade edilmektedir. Ancak Opet tarafından Rekabet Kurumu’na gönderilen yazıda Opet’e YGS’ye katılım konusunda bir teklif gelip gelmediğine ilişkin bilgi talebinin cevabına yönelik aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“Geçmişte Toyota ve Borusan’dan bu yönde talepler gelmiş, ancak mevcut portföyde YGS sisteminin yayılımı yeterli bulunduğu, kullanılan altyapının daha fazla yaygınlaşmaya yetip yetmeyeceğinin belirsiz olduğu ve şirketin bu sistem nedeniyle üstlendiği ve YGS’den kaynaklanan finansal maliyetin/riskin fazla büyümesi istenmediği için bu talepler karşılanamamıştır. Bilindiği üzere YGS’den kaynaklanan

arızaların Opet tarafından tazmin edilmesi gerekliliği firmamız açısından bu tür bir uygulamanın sınırsız bir şekilde yaygınlaştırılmasını engellemektedir.”

Yukardaki ifadeler rekabet etmeme yükümlülüğünün bir sonucu olarak görülmektedir. Opet 2007 yılı verilerine göre; Türkiye otomobil ve hafif ticari araçlar pazarında sırasıyla %(...) ve %(...) pazar paylarına sahip Tofaş ve Ford'u, Otoyol, Beldeyama ve Türk Traktör gibi sırasıyla kendi segmentlerinde %(...), %(...) ve %(...) pazar paylarına sahip şirketleri YGS kapsamına alırken ve hiçbir Koç Grubu motorlu araç üreten şirketi sistemin dışında bırakmamış iken, Opet'in %(...) pazar payına sahip Toyota'yı ve pazar payı çok düşük olan Borusan'ı sisteme dahil etmeme gerekçeleri kabul edilebilir değildir.

Bu noktada önemli olan hususun yakıt güvence programlarına yönelik olarak tüketici seçeneklerinin önüne gelecekte çıkabilecek rekabet engellerinin ortadan kaldırılması olduğu düşünülmektedir. Örneğin Ford, Tofaş, Toyota gibi şirketler sattıkları motorlu araçlar ile birlikte Opet'in, Shell'in, BP'nin ya da Petrol Ofisi'nin YGS kartlarını vermeye başladıkları takdirde tüketicinin seçenekleri artmış olacak ve kötü akaryakıt kaynaklı garanti için yalnızca tek bir şirketin (Opet gibi) petrol istasyonlarından alım yapmak zorunda kalmayacaktır. Alıcıların yalnızca tek bir istasyonu tercih etmeye zorlanmaları özellikle istasyon sayılarının sınırlı olduğu coğrafi bölgelerde fiyat rekabetini olumsuz yönde etkileyebilecektir. Ayrıca tüketicilerin kendi coğrafi lokasyonlarıyla göreceli uzak olan istasyonlara yalnızca YGS sisteminde kalabilmek için gitme zorunlulukları dolayısıyla akaryakıt maliyetlerinin yükselmesi ihtimali de artmış olacaktır. Bu hususlar göz önüne alındığında tüketicilerin yeni bir araç alımı yaparken kendisine verilen farklı yakıt güvence program seçeneklerinden kendisine en uygun olanı ile devam etmesinin önem arz etmektedir.

Bu çerçevede, YGS sözleşmelerinde taraflar için getirilen münhasırlık-rekabet etmeme yükümlülüklerinin “ölçülülük” şartına uymadığı düşünülmektedir. Söz konusu hükümlerin gerek ilgili pazarda gerekse de otomotiv pazarında YGS benzeri bir sistem kurmak ya da katılmak isteyen teşebbüslerin bu imkânlarını engelleyici nitelikte olduğu için rekabetin Kanun'un 5. maddesinin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla kısıtlanmıştır.

Yukarıda yapılan değerlendirmeler sonucunda önaraştırmaya konu anlaşmalara anılan rekabet etmeme hükümlerinden dolayı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasındaki şartların gerçekleşmemesi nedeniyle muafiyet tanınamayacağı kanaatine varılmıştır.

Ancak, Opet'in bir sadakat programı olan ve rakip olmayan teşebbüsler arasında imzalanan YGS sözleşmelerinin, söz konusu rekabet etmeme yükümlülüklerinin mevcut olmadığı varsayıldığında amaç ve etki bakımlarından Kanun'un 4. maddesi kapsamında değerlendirilmeyecektir. Somut olay hakkındaki dosyada yer verildiği üzere, YGS'nin 2003 yılından günümüze kadar olan pazardaki etkilerinin pazarı kapatacak ve büyük oranda giriş engeli yaratacak düzeyde olmaması, Koç otomotiv şirketlerine farklı akaryakıt dağıtıcısı teşebbüslerden bahse konu sistemin bir benzerini sunma hususunda efektif bir teklif gelmemesi, YGS sistemi dışında bırakıldığına dair herhangi bir teşebbüsün Rekabet Kurumu'na intikal eden bir şikayetin olmaması, YGS'nin “yıkıcı promosyon” olarak nitelendirilememesi, Opet'in hakim durumda olmaması ve usul ekonomisi unsurları göz önüne alındığında

Kanun'un 41. maddesi uyarınca YGS'yi oluşturduğu iddia edilen sözleşmelere yönelik soruşturma açılmasına gerek görülmemiştir.

L. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre,

- 1- "Opet Yakıt Güvence Sistemi"ni oluşturduğu iddia edilen sözleşmelere yönelik olarak 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığına ve şikayetin reddine,
- 2- Opet Petrolcülük A.Ş. ile Türk Traktör ve Ziraat Makineleri A.Ş., Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş., Ford Otosan Otomotiv San. A.Ş., Otoyol Sanayi A.Ş. ve Beldeyama Motorlu Vasıtalar Ticaret ve Sanayi A.Ş. arasında imzalanan "Opet Yakıt Güvence Sistemi" sözleşmelerinin sırasıyla (16.), (3.13), (3.10), (3.13) ve (18.) maddelerinde yer alan rekabet etmeme yükümlülükleri sebebiyle, bu sözleşmelere 4054 Sayılı Kanun'un 5. maddesi uyarınca bireysel muafiyet tanınamayacağına,
- 3- İşbu Kararın tebliğinden itibaren 90 gün içinde adı geçen taraflarca söz konusu sözleşmelerdeki rekabet etmeme yükümlülüğü içeren hükümlerin kaldırılarak, buna dair işlemlerin yapıldığına dair belgelerin Rekabet Kurumuna tevsik edilmesine, takiben konunun tekrar değerlendirilmesine, Kurulumuzca gerekli görülen düzeltmeler yapılmadan uygulamaya devam edilmesi halinde haklarında 4054 sayılı Kanun çerçevesinde işlem başlatılacağına tarafıara bildirilmesine,

OYÇOKLUĞU ile karar verilmiştir.

(24.7.2008 tarihli, 08-47/647-244 sayılı Kurul Kararı'na)
KARŞI OY GEREKÇESİ

Kararda, Opet Petrolcülük A.Ş. ve Koç Otomotiv Grubu Şirketleri arasında imzalanan sözleşmelerle tesis edilen Opet Yakıt Güvence Sistemine sözleşmelerde rekabet etmeme yükümlülüğü bulunması sebebiyle bireysel muafiyet verilemeyeceği ifade edilmektedir.

Karara dayanak oluşturan ilgili daire raporunda da ayrıntılı bir şekilde anlatıldığı üzere, OPET “yakıt güvence sistemi” adı altında çok etkili bir promosyon kampanyası yürütmektedir. Bu faaliyetin OPET’e maliyeti diğer kampanyalara nazaran daha düşükken, elde edilen hâsıla oldukça yüksektir. Dolayısıyla, etkinlik artırıcıdır. Yine Raporda belirtildiği üzere, bu sözleşmeler, Kanunun 5. maddesinde zikredilen 4 koşuldan üçünü karşılamaktadır. Rapor dördüncü koşulun karşılanmadığını ileri sürmekte ve Kurul çoğunluğu da bu görüşe iştirak etmektedir. Bu koşul rekabetin zorunlu olandan fazla sınırlanmamasıdır. OPET’in münhasır sözleşmeler yapması *yakıt güvence sisteminin* etkin bir şekilde işleyebilmesi için bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, sistemin etkin bir şekilde işleyebilmesi için gerekli olan münhasırlık hükmünün diğer koşulları karşıladığı kabul edilen sözleşmelerde yer almasının bir sakıncası olmadığı düşünüldüğünden, anılan sözleşmelere münhasırlık içeren hükümlerin kaldırılmasına gerek olmaksızın muafiyet verilebileceği düşünülmektedir.

Bu itibarla, Kararda yer alan çoğunluk görüşüne katılmam mümkün olamamıştır.

Mehmet Akif ERSİN
Kurul Üyesi