

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2004-3-102 (Muafiyet)
Karar Sayısı : **04-72/1049-261**
Karar Tarihi : 19.11.2004

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

10

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

B. RAPORTÖRLER : Ali İhsan ÇAĞLAYAN, Alper KARAKURT

**C. BİLDİRİMDE
BULUNAN**

20

: Arçelik A.Ş.
Temsilcisi: Dr. Dilek TEMEL
Tuzla 34950 İstanbul

D. TARAFLAR

: - Arçelik A.Ş.
Tuzla 34950 İstanbul.

-Sony Eurasia Pazarlama A.Ş.

Kısıklı Cad. Aköz İş Merkezi No:16 Altunizade İstanbul.

30

E. DOSYA KONUSU: **Arçelik A.Ş. ile Sony Eurasia Pazarlama A.Ş. arasındaki satış sözleşmesine menfi tespit belgesi verilmesi veya muafiyet tanınması talebi.**

40

F. DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 9.9.2004 tarih, 4967 sayı ile giren ve en son 7.10.2004 tarih 5506 sayı ile eksiklikleri tamamlanan bildirim üzerine, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4., 5. ve 8. maddeleri ile 1997/2 sayılı Anlaşmaların, Uyumlu Eylemler ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Kanun'un 10. Maddesine Göre Bildiriminin Usul ve Esasları Hakkında Rekabet Kurulu Tebliği'nin ilgili hükümleri uyarınca yapılan inceleme sonucu düzenlenen 2.11.2004 tarih, 2004-3-102/MM-04-AİÇ sayılı Muafiyet/Menfi Tespit Ön İnceleme Raporu, 5.11.2004 tarih ve REK.0.07.00.00/231 sayılı Başkanlık önergesi ile 04-72 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır

G. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili Rapor'da; bildirim konusu sözleşmeye 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine aykırı hükümler içermemesi nedeniyle menfi tespit belgesi verilmesi gerektiği ifade edilmektedir.

H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

H.1. İlgili Pazar

50

Söz konusu başvuruya ilişkin satış sözleşmesinin ekinde yer alan ürün listesi incelendiğinde, ürünlerin birkaç kategoride toplandığı anlaşılmaktadır. Bu kategoriler: Televizyonlar (LCD projeksiyon TV), kameralar (analog, dijital ve DVD formatında kaydeden video kameralar), dijital fotoğraf makineleri, hi-fi (mini müzik setleri ve ev sineması sistemleri), DVD oynatıcılar/kaydediciler, video projeksiyon cihazları, portatif audio (çeşitli türlerde walkman, radyolar, ses kayıt cihazları), oyun konsolları, oto müzik sistemleri ve bu kategoride yer alan ürünlerin aksesuarları (oto müzik sistemleri hariç) olarak sıralanmaktadır.

60

Sözleşmenin "Amaç, Tanımlar ve Kapsam" bölümünde sözleşmenin amacı "Sony Eurasia'nın kullanım hakkı bulunan "SONY" ve diğer markalı olmak üzere Arçelik'in ürün gamını tamamlar nitelikte ev elektroniği ürünlerinin ve aksesuarlarının satışı" olarak belirtilmiştir. Benzer şekilde bildirim formunda anlaşmanın kapsamı Arçelik A.Ş.'nin ürün gamını tamamlar nitelikte, farklı özelliklere sahip TV'ler, DVD, VCD, MP3 çalarlar, müzik setleri, ev sinema sistemleri, fotoğraf makineleri, kamera ve bunlara bağlı olmamak kaydıyla benzeri ev elektroniği ve konfor ürünlerinin Sony Eurasia Pazarlama A.Ş. (Sony A.Ş.)'den satın alınarak, mevcut Arçelik A.Ş. dağıtım kanallarında (Arçelik ve Beko hizmet markalı mağazalarında) satışa sunulması olarak ifade edilmiştir.

70

Formun ilgili pazara ilişkin bilgiler kısmında da anlaşmanın, elektronik cihazlardan, LCD ve projeksiyon tipleri de dahil olmak üzere geniş ekranlı ve farklı teknolojilere dayanan dijital ve/veya HD (high definition) yayınlara uyumlu özel model TV'ler, farklı ölçek ve modelde müzik setleri, video ve fotoğraf kameraları, televizyon oyunları, DVD, disk çalarlar, bunların aksesuarları ve benzerlerini kapsadığı belirtilmiştir.

80

Sony'nin 2004 yılı ürün kataloğunda benzer ürünler portatif audio, dijital görüntüleme, ev sineması ve hi-fi olmak üzere dört kategori altında yer almıştır. Portatif audio kategorisinde çeşitli nitelikteki walkman ve portatif radyolar bulunurken; dijital görüntüleme kategorisinde handycam olarak tabir edilen mini kameralar ve dijital fotoğraf makineleri; ev sineması kategorisinde televizyonlar, video ve DVD cihazları ve ses sistemleri; hi-fi kategorisinde çeşitli nitelikteki müzik setleri yer almaktadır. Ayrıca her kategorinin altında o kategoriye ait aksesuarlar bulunmaktadır.

90

Sözleşmeye taraf olan Sony A.Ş., Sony markalı söz konusu ürünlerin ithalatını, toptan satışını ve yetkili servis noktaları aracılığıyla satış sonrası hizmetlerini sunarken, paralel ithalat yoluyla ve kayıt dışı yollardan Sony markalı çeşitli ürünler Türkiye pazarında satılmaktadır. Bu ürünlerin muadilleri sayılabilecek ürünleri üreten JVC, Pioneer, Sharp, Panasonic, Toshiba, Samsung gibi bilinen firmaların distribütörleri de Türkiye'de faaliyet göstermektedir.

04-72/1049-261

Daha çok evlerde kullanılan elektronik tüketim cihazları piyasada, Arçelik- Beko, Vestel, Bosch, Profilo gibi bayi kanalıyla ya da organize perakende zincirleri yoluyla tüketicilere ulaştırılmaktadır. Bunların dışında çok farklı kanallardan ithalatı yapılan benzer elektronik cihazların satıldığı çok sayıda bağımsız mağazalar da bulunmaktadır.

H.1.1. İlgili Ürün Pazarı

100

Yukarıda yer verilen açıklamalardan, sözleşme konusu ürünlerin evlerde kullanılan ve daha çok yüksek teknoloji içeren elektronik cihazlar olduğu anlaşılmaktadır. Bununla birlikte oldukça geniş kapsamlı olan elektronik cihazlar üst pazarının, dosya kapsamına bağlı olarak televizyon, kamera, dijital fotoğraf makineleri, hi-fi (mini müzik setleri ve ev sineması sistemleri), DVD oynatıcılar/kaydediciler, video projeksiyon cihazları, portatif audio (walkman, radyolar, ses kayıt cihazları), oyun konsolları ve oto müzik sistemleri şeklinde alt pazarlara ayrılarak her birinin ayrı ayrı ilgili ürün pazarı olarak tanımlanması sonucuna ulaşılmıştır.

110

H.1.2. İlgili Coğrafi Pazar

Satılma sözleşmesi, Arçelik A.Ş.'nin Sony A.Ş.'den satın alacağı belli özelliklerdeki ev elektroniği ürünlerinin, Arçelik-Beko bayilerince satılmasını düzenlemektedir. Bu çerçevede, ilgili coğrafi pazar Türkiye Cumhuriyeti sınırları dahilinde tanımlanmıştır.

H.2. Taraflar

120

H.2.1. Arçelik A.Ş.

130

Anlaşmanın taraflarından Arçelik A.Ş., Koç Grubu şirketlerinden olup, başta beyaz eşya olmak üzere, evlerde kullanılan elektrikli ve elektronik ürünlerin üretimi, satışı, dağıtımı ve pazarlanması alanlarında ulusal ve uluslararası boyutta faaliyet göstermektedir. Grubun holding şirketi Koç Holding A.Ş.'nin faaliyette olduğu alanlar otomotiv, dayanıklı tüketim, gıda, perakendecilik, enerji, finansal hizmetler, turizm, inşaat ve bilgi teknolojileridir. Koç Holding A.Ş.'nin tahmini cirosu 11.1 milyar ABD Doları'dır. Arçelik A.Ş. ile benzer ürünlerin üretimini yapan grubun diğer şirketi Beko Elektronik A.Ş. özellikle televizyon, PC, monitör, yazar kasa ve uydu alıcı üretmektedir. Arçelik A.Ş. 2003 yılı itibarıyla yaklaşık 1.9 milyar Euro net satış gerçekleştirerek, 87 milyon Euro net kara ulaşmıştır. Satışların %53'ü Türkiye, %40'ı Avrupa ve kalan %7'si diğer ülke pazarlarında yapılmıştır. Arçelik A.Ş.'nin Koç Grubu ve haricindeki pek çok şirkette çeşitli oranlarda iştirak ve yatırımları bulunmaktadır.

H.2.2. Sony Eurasia Pazarlama A.Ş. (Sony A.Ş.)

140

Sony A.Ş. üretici firma Sony Corporation'ın Türkiye'deki toptan dağıtıcısıdır. Sony Corporation, dünyada elektronik ev eşyası alanında bilinen önemli bir markadır. Ürünleri dünyanın çeşitli ülkelerinde bulunan üretim tesislerinde yaklaşık 161,000 çalışanıyla üretilmekte ve dünyanın birçok ülkesinde pazara sunulmaktadır. Sony Corporation'ın cirosunun yaklaşık 72.1 milyar ABD Doları olduğu dosya mevcudu bilgi ve belgeden anlaşılmaktadır.

150

1990 yılında Sony Servis ve Mühendislik unvanı ile Sony Corporation tarafından Türkiye'deki servis hizmetlerini kurup geliştirmek amacıyla kurulan firma, 1993 yılında Sony Eurasia Pazarlama A.Ş. unvanını alarak, satış ve satış sonrası hizmetleri bir arada sunmaya başlamıştır. Sony A.Ş., tüketici elektroniği alanında; televizyon, audio cihazları, video kamera, video, DVD, portatif audio, oto müzik sistemleri, playstation ve aksesuarlarını ayrıca radyo TV yayıncılığı, medikal, güvenlik görüntüleme, video konferans ve video projeksiyon cihazlarının ithalat, satış ve pazarlamasını gerçekleştirmektedir. Söz konusu ürünlerin muadilleri JVC, Pioneer, Sharp, Panasonic, Toshiba, Samsung gibi dünya çapında firmaların distribütörleri tarafından Türkiye pazarında satılmaktadır.

160

H.3. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

H.3.1 Anlaşmanın Etkileri

170

Yukarıda belirtilen işbirliği çerçevesinde akdedilen anlaşmanın ilgili pazarlardaki rekabetçi yapı üzerindeki etkileri değerlendirilmeden önce anlaşmanın niteliğini belirleyebilmek amacıyla, taraf olan teşebbüslerin pazarın hangi aşamasında faaliyet gösterdiklerinin tespit edilmesi gerekmektedir. Alt ilgili pazarlar olarak tespit edilen televizyon, kamera, dijital fotoğraf makineleri, hi-fi (mini müzik setleri ve ev sineması sistemleri), DVD oynatıcılar/kaydediciler, video projeksiyon cihazları, portatif audio (walkman, radyolar, ses kayıt cihazları), oyun konsolları ve oto müzik sistemleri pazarlarından, televizyon pazarında Arçelik A.Ş. ve Sony A.Ş. hem üretim hem de dağıtım seviyesinde rakiptirler. Bunun dışında kalan pazarlarda Sony A.Ş. hem üretici hem dağıtıcı iken Arçelik A.Ş.'nin üretim ya da dağıtım alanında herhangi bir faaliyeti bulunmamaktadır. Tarafların anlaşma konusu ürün pazarında açıkça rekabet etmedikleri durumda, anlaşma yatay seviyede rekabetçi bir problem doğurmayabilecektir.

180

Pazarın yapısı, tarafların pazar gücü gibi ekonomik kriterler, yatay seviyedeki işbirliklerinin olumsuz rekabetçi etkilerinin değerlendirilmesinde önemli rol oynayan unsurların başında gelmektedir. Yukarıda yer verilen ilgili ürün pazarlarında faaliyet gösteren Vestel, İmper, Profilo, Philips, Samsung, Panasonic, JVC, Siemens, Pioneer, Sharp, Toshiba, Show, Premier, Thompson gibi rakiplerin varlığı, dosya konusu dağıtım anlaşmasının olumsuz rekabetçi etkilerinin ortaya çıkmasına engel olacaktır.

04-72/1049-261

Pek çok yatay işbirliği anlaşması, rekabeti kısıtlama amacı taşımamaktadır. Arçelik A.Ş. ve Sony A.Ş. arasında imzalanan "Satış Sözleşmesi"nin hükümleri incelendiğinde, temel amacı daha geniş bir ürün gamı ile ve daha etkin bir dağıtım kanalı üzerinden tüketiciye ulaşmak olan anlaşmanın rekabeti kısıtlama amacına sahip olmadığı görülmektedir. Bu nedenle yapılacak değerlendirmelerde, anlaşmanın etkilerini de esas alan bir analiz gerekmektedir.

190 Tarafların pazar payları toplamının oldukça düşük seviyelerde kalması, işbirliği anlaşmasının sınırlayıcı etkilerinin ortaya çıkmasını engelleyecektir. Dosya konusu ilgili ürün pazarlarından televizyon pazarı dışındaki pazarlarda taraflardan Arçelik A.Ş.'nin faaliyetinin olmaması, işbirliği anlaşmasının olumsuz rekabetçi etkilerinin ortaya çıkmasını mümkün kılmamaktadır.

Taraflardan birinin pazar payının oldukça sınırlı düzeyde olması, tarafların pazar payları toplamının rekabet üzerindeki etkisinin göstergesi olmaktan çıkmasına neden olabilecektir. Bildirim Formu'nda yer verilen ve ilgili ürün pazarlarından pazar payı tespit edilebilen televizyon pazarında Sony'nin pazar payının %(....) seviyesinde olması, tarafların toplam %(.....) seviyesindeki pazar payı rakamını, gerçek anlamda bir gösterge olmaktan çıkarmaktadır.

200

Tarafların piyasa pozisyonları dışında pazarın yoğunlaşma oranı, rakiplerin sayısı ve konumları da işbirliği anlaşmasının rekabet üzerindeki etkilerinin tespitinde göz önünde bulundurulacak diğer unsurlardır. Bu bağlamda televizyon pazarında üretim yapan çok sayıda firmanın varlığı ve aynı zamanda ithalat yoluyla pazarda faaliyet gösteren markaların mevcudiyeti, söz konusu pazardaki markalar arası rekabetin önemli bir seviyede olduğunu göstermektedir.

210 Son olarak üzerinde durulması gereken diğer bir konu, dosya konusu işbirliği anlaşmasının dağıtım anlaşması niteliğine sahip olmasıdır. Dağıtım anlaşmaları pazarın farklı seviyelerindeki teşebbüsler tarafından yapıldıkları için dikey nitelik taşıyan anlaşmalardır. Dosya konusu dağıtım anlaşması incelendiğinde ise, tarafların televizyon pazarının hem üretim hem dağıtım aşamalarında birbirine rakip teşebbüsler oldukları görülmektedir. Bununla birlikte söz konusu dağıtım anlaşması ile Sony ürünlerinin Arçelik A.Ş. tarafından dağıtılmasının temini, rekabetçi bir yapıya sahip olan televizyon pazarında oldukça küçük bir pazar payına sahip olan Sony A.Ş.'nin, Arçelik A.Ş.'nin Türkiye çapında sahip olduğu yaygın dağıtım ağı kanalıyla pazardaki rekabet seviyesini artırabilecektir. Aynı zamanda Sony ürünlerinin, anlaşma öncesinde dağıtımını gerçekleştiren dağıtım ağının mevcudiyetini korumaya devam etmesi ve dağıtım anlaşmasının münhasır bir nitelik taşımaması, Sony ürünlerinin Arçelik dağıtım kanalıyla dağıtımından tüketicinin yüksek fiyat gibi olumsuz etkilere maruz kalmasını engelleyecektir.

220

Hem yüksek teknolojlili televizyon hem diğer dağıtım konusu ürünlerin Arçelik A.Ş.'nin ürün gamını tamamlar nitelikte ürünler olması, Arçelik A.Ş.'nin bir bütün olarak elektronik eşya pazarındaki konumunu güçlendirecek bu da pazardaki rekabetçi yapıyı kuvvetlendirecektir.

230 **H.3.2. Anlaşmanın Hükümleri**

Dosya konusu Arçelik A.Ş. ve Sony A.Ş. arasında imzalanan "Satış Sözleşmesi"nin hükümleri incelendiğinde;

- "Yetkili Dağıtıcı Olarak Atama", "Sözleşmenin Konusu" başlıklarında, Arçelik A.Ş.'nin münhasır dağıtıcı olarak atanmadığı,
- 4.2. maddesinde Arçelik A.Ş.'nin kendi bayilerine gerçekleştireceği satış fiyatlarını belirlemekte serbest olduğu,
- Yine aynı maddede; Arçelik A.Ş.'nin, bayilerinin son kullanıcılara yapacağı satışlar için ancak tavsiye edilen perakende satış fiyatını bildirebileceği kayıt altına alınmıştır.

240

250

Söz konusu hükümlerden ilk ikisinin rekabeti kısıtlamayan hükümler olduğu açıktır. Son hükmün ise rekabetçi açıdan irdelenmesi gerekmektedir. Her şeyden önce bahse konu hüküm, Arçelik A.Ş.'nin bayilerine yapacağı satışların fiyatının değil bayilerin nihai tüketicilere yapacağı satışların fiyatının tavsiye edilebileceğini hüküm altına almaktadır. Bu yönüyle tavsiye fiyat, anlaşmanın taraflarından Sony A.Ş. tarafından Arçelik A.Ş. karşısında kullanılacak bir rekabet sınırlaması değildir.

260

Arçelik A.Ş.'ye, bayilerinin son kullanıcılara yapacağı satışlara ilişkin olarak tavsiye fiyatı gönderme yetkisi veren söz konusu hükmün, Sony A.Ş. ile Arçelik A.Ş. arasındaki "Satış Sözleşmesi"nin yürürlüğe girmesi ile birlikte rekabeti kısıtlayıp kısıtlamadığının tespiti için, Arçelik A.Ş. ile bayileri arasında daha önce imzalanan ve halen yürürlükte bulunan "Model Mağaza İşletmesi" sözleşmesinin incelenmesi gerekmektedir. "Model Mağaza İşletmesi" sözleşmelerinin 6.2. maddesinde "Söz konusu ürünlerin tavsiye niteliği taşıyan yeniden satış (perakende satış) fiyatları, Arçelik tarafından sirkülerler ile İşletmeciyeye iletilir" hükmü yer almaktadır. Bu hükmü göre halihazırda Arçelik A.Ş., bayilerine verdiği mallar için tavsiye fiyat sirküleri göndermektedir. Hükmünde yer alan "söz konusu ürünler" tabiri, 2. maddede yer alan "İş bu sözleşme kapsamında İşletmesi, işyerinde sadece Arçelik tarafından tedarik edilen ve/veya Arçelik'in acentalık, mümessillik ve benzeri haklarla temsil ettiği ve/veya Arçelik tarafından belirlenen üçüncü kişiler tarafından üretilen...." ifadesinden de anlaşılacağı üzere yalnızca Arçelik markalı ürünleri değil Arçelik A.Ş. tarafından bayilere gönderilen -Sony markalı ürünler de dahil- tüm ürünleri kapsamaktadır.

270

"Model Mağaza İşletmesi" sözleşmesinin söz konusu iki maddesi, Arçelik A.Ş.'ye, bayilerine gönderdiği tüm ürünler için tavsiye fiyatı verme hakkı tanımaktadır. Bu açıdan, Sony A.Ş. ile Arçelik A.Ş. arasındaki "Satış Sözleşmesi"nde yer alan tavsiye fiyat hükmü olmasa dahi, Arçelik A.Ş.'nin Sony markalı ürünlere ilişkin tavsiye fiyat verme yetkisi zaten bulunmaktadır. Diğer bir ifade ile "Satış

04-72/1049-261

Sözleşmesi”nde yer alan hüküm, mevcut durumda herhangi bir değişiklik yapmamıştır. Bu sebeple söz konusu hükmün yürürlüğe girmesi ile birlikte rekabeti kısıtlayıcı etki doğurması olası değildir.

- 280 Sözleşmenin etkileri ve hükümleri birlikte değerlendirildiğinde televizyon pazarı dışındaki pazarlarda herhangi bir şekilde rekabetin kısıtlanmasının mümkün olmadığı anlaşılmaktadır. Ancak her iki teşebbüsün televizyon pazarında faaliyet göstermesi nedeniyle böyle bir işbirliği rekabetin kısıtlanmasına yol açabilecektir. Bu yüzden televizyon pazarında ilgili sözleşmenin genel hükümlerinin 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesi anlamında rekabeti sınırlayıcı olduğu ve talep edilen “menfi tespit” belgesinin verilmesinin mümkün olmadığı kanaatine varılmıştır.

- 290 Bununla birlikte yukarıda ayrıntılarıyla değinildiği üzere, sözleşme sayesinde ilgili pazarlarda ürünlerin dağıtımı ve hizmetlerin sunulmasında gelişme sağlanarak, ürünlerin daha etkin bir şekilde ve mevcut satış noktalarına ek olarak daha çok satış noktasında tüketicilere ulaşması, tüketicilerin marka içi rekabetten yararlanarak daha fazla seçeneğe sahip olması, bu pazarların önemli bir bölümünde rekabetin artması konuları dikkate alınarak, bildirim konusu sözleşmeye bireysel muafiyet verilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

I. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

- 300 Arçelik A.Ş. ile Sony Eurasia Pazarlama A.Ş. arasındaki satış sözleşmesine 5 yılı aşmamak kaydıyla sözleşme süresince bireysel muafiyet tanınmasına OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.