

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2010-3-143 (Önaraştırma)
Karar Sayısı : 10-60/1251-469
Karar Tarihi : 23.9.2010

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

10

Başkan : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI
Üyeler : Doç. Dr. Mustafa ATEŞ, Mehmet Akif ERSİN, İsmail Hakkı KARAKELLE, Doç. Dr. Cevdet İlhan GÜNAY, Reşit GÜRPINAR

B. RAPORTÖRLER: Onur Yelda YÜKSEL, Aytül TOKATLI

C. ŞİKAYET

20

EDEN : Gizlilik talebi bulunmaktadır.

D. HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA YAPILANLAR:

Yatsan Sünger ve Yatak Sanayi Ticaret Ltd. Şti.
Gurbet Pınar Mevkii, Bekir Saydam Caddesi No:88
35860 Pancar/Torbalı/İzmir

E. DOSYA KONUSU: Yatsan Sünger ve Yatak Sanayi Ticaret Ltd. Şti.'nin bayilerinden uygulamalarını istediği şartların 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettiği iddiası.

30

F. İDDİALARIN ÖZETİ: Yapılan başvuruda özetle; Yatsan Sünger ve Yatak Sanayi Ticaret Ltd. Şti.'nin bayi ve mağazalarına yönelik "genelgesinin" özellikle "Tempur markalı ürünlerimiz Türkiye genelinde bütün satış noktalarında aynı fiyattan satılacaktır. Satış politikalarına uymayan her işletme uyarılacaktır. Tüketicilere uygulanacak peşin iskonto %... geçmeyecektir. Vadeli satışlarda herhangi bir iskonto uygulanmayacaktır." şeklindeki 2. maddesinin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesine aykırı olduğunun düşünüldüğü belirtilerek, Yatsan'ın cezalandırılması ve başvuru sahibine bilgi verilmesi talep edilmiştir.

40

G. DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 28.6.2010 tarih ve 5031 sayı ile giren başvuru üzerine hazırlanan 27.7.2010 tarih ve 2010-3-143/İİ-10-261.YY sayılı İlk İnceleme Raporu, Rekabet Kurulu'nun 5.8.2010 tarih ve 10-52/997-M sayılı toplantısında görüşülmüş ve 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun çerçevesinde soruşturma açılmasına gerek olup olmadığının belirlenmesi amacıyla, Kanun'un 40/1. maddesi uyarınca önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. İlgili karar uyarınca yapılan inceleme sonucunda düzenlenen 13.9.2010 tarih ve 2010-3-143/ÖA-10-261.YY sayılı Önaraştırma Raporu 21.9.2010 tarih ve REK.0.07.00.00-110/417 sayılı Başkanlık önergesi ile 10-60 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

50

H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili Raporda özetle;

1. Yatsan Sünger ve Yatak Sanayi Ticaret Ltd. Şti.'nin ve içinde bulunduğu ekonomik bütünlüğün dikey uygulamaları yoluyla alıcılarının yeniden satış fiyatını belirlemelerinin ve internet satışlarını yasaklamalarının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine aykırılık oluşturduğu ve bu uygulamaların 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği ile sağlanan muafiyetten yararlanmadığı;
2. Diğer yandan söz konusu uygulamalara 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan koşulları karşılamaması nedeniyle bireysel muafiyet tanınamayacağı;
3. a) Ancak ihlalin dikey nitelikte olması, pazarın rekabetçi, büyüyen ve dinamik yapısı, Yatsan'ın önemli bir pazar gücüne sahip olmaması, rakiplerin pazardaki güçlü varlığı, ürünün niteliği ve en önemlisi ihlalin en fazla 4 ay gibi kısa bir süre ile sınırlı kalması ve bayilerin satış fiyatının izlenmemiş olması gibi unsurlar göz önünde bulundurulduğunda, Yatsan hakkında bu aşamada 4054 sayılı Kanun kapsamında soruşturma açılmasına gerek bulunmadığı;
- b) bununla birlikte, yeniden satış fiyatlarını belirlemeye ve internet satışlarını yasaklamaya yönelik uygulamalarının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında ihlal teşkil etmesi nedeniyle, bu durumun sonlandırılması yönünde söz konusu teşebbüse Kanun'un 9. maddesinin 3. bendi uyarınca görüş bildirilmesi gerektiği;
- 70 c) yeniden satış fiyatlarını belirlemeye ve internet satışlarını yasaklamaya yönelik uygulamalara son verildiğinin 60 gün içerisinde Kurumumuza tevsik edilmesinin; bunun yapılmaması ve uygulamanın devam etmesi halinde 4054 sayılı Kanun çerçevesinde hakkında işlem yapılacağına Yatsan Sünger ve Yatak Sanayi Ticaret Ltd. Şti.'ne bildirilmesi gerektiği;
4. "Yetkili Bayilik Sözleşmesi" ile bayilere getirilen rekabet etmeme yükümlülüğünün süresinin 2002/2 sayılı Tebliğ'in 5. maddesinde izin verilen sürelerle uygun olarak düzenlenmesinin gerektiği,
5. İnci Mobilya Malzemeleri Sanayi ve Ticaret A.Ş. ile Dan-Foam ApS arasında yapılan "Münhasıran Dağıtım ve Lisans Anlaşması"nın 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan bireysel muafiyet koşullarını sağladığı,
- 80 sonuç ve kanaatine ulaşıldığı ifade edilmiştir.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1.Taraflar

I.1.1. İncelemeye Konu Teşebbüs: Yatsan Sünger ve Yatak Sanayi Ticaret Ltd. Şti.(Yatsan)

90 Yatsan 1974 yılından itibaren yatak ve uyku ürünleri pazarında faaliyet göstermektedir. Farklı özelliklerde yay sistemleri ile ürettiği yaylı yataklar, çeşitli dolgu malzemeleri, visco elastik malzeme ile ürettiği tamamen yaysız yataklar, başlıklar ve yatak setleri, özel tasarımlı yat yatakları, su yatağı ve yuvarlak yataklar gibi ürünleri ile firma ihracat ağırlıklı çalışmaktadır. Şirket, üretiminin %50'sini dış pazarlara göndermekte olup çalışmakta olduğu ülkeler arasında Almanya, Avustralya, B.A.E, Belçika, Danimarka, Dubai, Filistin, Fransa, Hindistan, Hırvatistan, Hollanda, İngiltere, İran, İsrail, İsveç, İsviçre, İspanya, İtalya, İzlanda, Kıbrıs, Kuveyt, Letonya, Libya, Litvanya, Macaristan, Malta, Portekiz, Romanya, Sırbistan, Ukrayna, Ürdün ve Yunanistan yer almaktadır.

Yatsan'ın ortakları olan Sezgin Canözden, Serkan Canözden ve Sinan Güleç aynı zamanda Yatsan'ın ürünlerinin üretimini gerçekleştiren Ses Mobilya Mefruşat ve San. Tic. Ltd. Şti. (Ses Mobilya) ile bu ürünlerin pazarlamasını yapan İnci Mobilya Malzemeleri Tic. ve San. A.Ş. (İnci Mobilya)'nin çoğunluk hissedarlarıdır.

110 Teşebbüsün Yatsan, King Koil ve Serta markaları altında pazara sunduğu ürünler 13 mağazası ve 100'ü aşkın bayisi aracılığıyla satılmaktadır. Bu 13 mağaza Yatsan tarafından Yatsan'ın personeliyle işletilen perakende satış noktaları iken, bayiler bağımsız ticari aktörlerden oluşmaktadır. Bunun yanı sıra Yatsan Mayıs 2010 itibari ile Tempur markalı ürünlerin Türkiye distribütörü olarak çalışmaya başlamıştır.

I.2. İlgili Pazar

I.2.1. İlgili Ürün Pazarı

120 İlgili ürün pazarının tespitinde; tüketicinin gözünde fiyatı, kullanım amaçları ve nitelikleri bakımından aynı sayılan mal ve hizmetlerden oluşan pazar dikkate alınmakta, ayrıca bu amaçla arz ikamesi gibi diğer unsurlar da değerlendirilebilmektedir.

130 Yatsan'ın satışını yaptığı ürünler yaylı yataklar, çeşitli dolgu malzemeleri, visko elastik malzeme ile ürettiği tamamen yaysız yataklar, özel tasarımlı yat yatakları, su yatağı ve yuvarlak yataklar şeklinde sınıflandırılabilir. Her ne kadar kullanım özellikleri bakımından ele alındığında bu ürün gruplarının aynı amaca hizmet ettikleri söylenebilse de fiyatları ve nitelikleri bakımından her bir ürün birbirinden farklılaşabilmekte ve ayrı birer ilgi ürün pazarı niteliğinin sorgulanması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Zira örneğin şikâyete konu Tempur yatakları, yaylı yataklara göre daha farklı bir malzeme ve teknoloji ile üretilmesinin yanı sıra çok daha yüksek olan fiyatları ile üst gelir grubuna hitap eder niteliktedir. Diğer yandan pazardaki oyuncuların söz konusu ürün gruplarından birçoğunda aynı anda faal olmaları dikkate alınarak arz ikamesinin kolaylığı temelinde ilgili ürün pazarının tüm bu pazarları kapsayacak şekilde tanımlanabilmesi de mümkündür.

140 Bu noktada belirtmek gerekir ki, İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz'un 20. maddesinde "...inceleme konusu işlem, gerek ürün gerekse de coğrafi açıdan olası alternatif pazar tanımları çerçevesinde rekabet açısından endişeler yaratmıyor ya da alternatif tüm tanımlar açısından rekabeti bozucu bir etki söz konusu oluyorsa pazar tanımı yapılmayabilir." denilerek, inceleme konusu işlem bazında alternatif pazar tanımlarının ulaşılan sonucu etkilemediği durumlarda Kurulun ilgili pazarı tanımlamayabileceği ifade edilmektedir. Mevcut dosya bağlamında ilgili pazarın yukarıda belirtilen alternatiflerden herhangi biri temel alınarak belirlenmesi dosyada ulaşılan sonuçlar üzerinde etkili olmadığından net bir ilgili ürün pazar tanımı yapılmasına gerek görülmemiştir.

I.2.2. İlgili Coğrafi Pazar

150 Yatak ve benzeri uyku ürünlerinin tüm Türkiye'de satışının yapıldığı ve ülke genelinde rekabet koşullarında bölgeler bazında belirgin farklılıklar olmadığı dikkate alınarak ilgili coğrafi pazar "Türkiye" olarak belirlenmiştir.

I.3. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

I.3.1. Yerinde İncelemede Elde Edilen Belgeler

Yatsan'da yapılan yerinde incelemede örnekleri alınan belgelerden önemli görülenlere aşağıda yer verilmiştir:

160 - Mağaza ve bayi fiyat farkı konusunda Yatsan çalışanları ile Serkan Canözden ve Sezgin Canözden arasında geçen 7-8.12.2009 tarihli elektronik yazışmalarda mağaza¹ ve bayiye bayinin %..... daha ucuz fiyat verebildiği ve müşterinin 2 ayrı yerden fiyat alınca sorun çıkardığı ifade edilerek ne yapılması gerektiği sorulmaktadır. Serkan Canözden bu konuya ilişkin değerlendirilmesinde “*bu kadar küçük fark olacaktır yüzde farkından dolayı, başka bir işlem yapamayız hesapları çok karıştıracaktır.*” demektedir.

Bu belgeden, bayilerin ve mağazaların tüketiciye aynı fiyatı vermemesinin Yatsan'ın gündemine geldiği ancak oluşan fiyat farkı küçük olduğundan bunun göz ardı edildiği anlaşılmaktadır.

170 - Ercan Özcan'ın 8.6.2010 tarihinde bilgi kısmına Serkan Canözden'i koyarak yolladığı elektronik postada bayilere Yatsan'ın Tempur distribütörlüğünü aldığı bilgisinin verilmesi ve Tempur markası ile çalışma şeklinin ve politikalarının bildirilmesi için gönderilmesi planlanan yazıya yer verilmekte olup yazıdaki şu hususlar dikkat çekmektedir:

“DEĞERLİ BAYİMİZ

Yatak sektörünün dünya üzerindeki bir numaralı markası TEMPUR DAN-FOAM ApS Türkiye distribütörlüğü, firmamız İNCİ MOBİLYA MAL. AŞ' ye geçmiştir. Bu birlikteliğin siz kar ortaklarımıza ve bizlere hayırlı olmasını temenni ederiz.

180 *Bu doğrultuda sizlerle Tempur markası ile çalışma şeklimiz ve izleyeceğimiz politikalar aşağıda tarafınıza sunulmuştur.*

YATSAN YATAKLARI YÖNETİM KURULU

SATIŞ POLİTİKALARIMIZ

- *Tempur markalı ürünlerimizin internet aracılığı ile satışına kesinlikle müsaade edilmeyecektir.*
- *Tempur markalı ürünlerimiz Türkiye genelinde bütün satış noktalarında aynı fiyattan satılacaktır. Satış politikalarına uymayan her işletme uyarılacaktır.*
- 190 - *Ürün satışını destekleyen fiyat listesi ve kataloglar tarafımızdan oluşturularak bütün bayilerimize gönderilecektir.*
- ...
- *Bayilerimiz toplu satışlarda (otel, hastane, vb) firmamız ile bağlantıya geçerek ortak bir çalışma içerisinde olacaktır.*
- ...

Söz konusu belgenin “Satış Politikalarımız” başlıklı bölümü ilk inceleme döneminde başvuru sahibi tarafından Kuruma şikâyetinin ekinde gönderilen 12.6.2010 tarihli Yatsan yazısı ile benzer içeriktedir. Bunun yanı sıra Yatsan'ın bayilerine Tempur

¹ Belgede geçen “mağaza” ifadesi ile Yatsan tarafından kendi personeliyle işletilen mağazaların değil, Yatsan'la aralarında franchise benzeri bir ilişki bulunan bayilerin kastedildiği anlaşılmaktadır.

200 yatakları konusunda göndermeyi planladığı yazı ile ilgili olarak yukarıdaki belgeye benzer bir başka yazışma daha yerinde incelemede elde edilmiştir. Sezgin Canözden'in bilgisayarından alınan Yatsan pazarlama tarafından aralarında mağazaların yer aldığı *yatsan.com* uzantılı birden fazla alıcıya gönderilen 12.6.2010 tarihli elektronik postanın ekinde yer alan "tempur bayi yazısı" başlıklı belgede benzer nitelikli şu ifadeler yer almaktadır:

12 Haziran 2010

Değerli bayilerimiz ve mağazalarımız;

210 *Tempur markalı ürünlerimiz ile ilgili olarak aşağıda bazı açıklamalar verilmiştir. Bilgilerinize ve dikkatinize sunarız.*

*Saygılarımızla
Yatsan*

- *Tempur markalı ürünlerimizin internet aracılığı ile satışına kesinlikle izin verilmeyecektir.*
- *Tempur markalı ürünlerimiz Türkiye genelinde bütün satış noktalarında aynı fiyattan satılacaktır. Satış politikalarına uymayan her işletme uyarılacaktır. Tüketicieye uygulanacak peşin iskonto %... geçmeyecektir. Vadeli satışlarda herhangi bir iskonto uygulanmayacaktır.*
- 220 • *Ürün satışını destekleyen fiyat listesi ve kataloglar tarafımızdan oluşturularak bütün bayilerimize gönderilecektir.*
- ...
- *Bayilerimiz toplu satışlarda (otel, hastane, vb) firmamız ile bağlantıya geçerek ortak bir çalışma içerisinde olacaktır.*
- ..."

230 Şikâyetçi tarafından gönderilen ve önaraştırma açılmasına temel teşkil eden belgenin doğruluğunu ispat eder şekilde yerinde incelemede elde edilen söz konusu yazışmalar Yatsan'ın Tempur yataklarının tüketiciye satışında peşin ve vadeli satış koşullarını ve iskonto oranını düzenlediğini ve bayi ile mağazalara fiyat listesi gönderdiğini ortaya koymaktadır. Bunun yanı sıra Yatsan internet üzerinden satışı yasaklamakta ve otel gibi toplu alım yapan noktalara satışta ortak bir çalışma yapılmasını beklemektedir. İlgili koşulları bayilere de bildirecek yazışma 12.6.2010 tarihli olup şikâyetçi tarafından gönderilen belgenin tarihi de dikkate alındığında bu yazının bayilere aynı dönemde gönderildiği kabul edilebilecektir.

240 - Yerinde incelemede Yatsan'ın bayilik sözleşmesi örnekleri talep edilmiş, şirket sözleşmeli olarak çalıştığı 5 nokta olduğunu belirterek tüm sözleşme örneklerini raportörlere sağlamıştır. Ses Mobilya ve Koçkar Cam Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti arasında imzalan yetkili bayilik sözleşmesinin 2. maddesine göre bayinin mağazalarında Ses Mobilya'nın ürünlerinin muadili olan başka ürünlerin teşhir edilmesi halinde Ses Mobilya tek taraflı olarak sözleşmeyi feshetme hakkına sahiptir. İlgili sözleşmenin süresi 2 yıl olmakla birlikte sözleşme her yıl kendini yenileyerek devam edecektir. Aynı hükümleri içeren ancak 3 yıl süre ile imzalanan ve kendiliğinden yenilenen diğer yetkili bayilik sözleşmeleri Berk Tekstil İnş. Tur. Oto. San. Tic. Ltd. Şti., Doğanaz Mobilya Dayanıklı Tüketim Malları Paz. ve Tic. Ltd. Şti., ZS Mobilya Dayanıklı Tüketim Malları San. Tic. Ltd. Şti. ve M.A.B.A Dayanıklı Tüketim Malları Satış Paz. Teknik Servis Tic. ve San. Ltd. Şti. ile imzalanmıştır.

250 İlgili sözleşme hükmü uyarınca münhasıran Yatsan ürünlerini satacak olan bayiler açısından sözleşme rekabet hukuku anlamında belirsiz süreli olarak düzenlenmiştir.

- Yerinde incelemede teşebbüsten 10 adet fiyat listesi ve/veya ürün katalogu da alınmıştır. Söz konusu belgeler arasında Yatsan, Yatsan Çocuk, Serta, Tempur ve King Koil markalı ürünler ile otel yataklarına ilişkin fiyat listeleri yer almakta, listelerde peşin ve taksitli fiyatlar düzenlenmektedir. Ancak listelerde fiyatların tavsiye fiyat olduğuna dair bir ibare bulunmamaktadır.

260 - Yerinde incelemede Yatsan'ın yurtdışındaki Tempur üreticisi firma ile yaptığı ve Yatsan'a Türkiye Tempur distribütörlüğü veren sözleşmenin bir örneğinin Kuruma gönderilmesi istenmiş ve ilgili sözleşme Kurum kayıtlarına 24.8.2010 tarih ve 6676 sayılı ile intikal etmiştir. Dan-Foam ApS ile İnci Mobilya arasında 10 Mayıs 2010 tarihinde imzalanan "Münhasıran Dağıtım ve Lisans Anlaşması" gereği İnci Mobilya Dan-Foam ApS'nin ürettiği malların pazarlaması, satışı ve dağıtımını konusunda Türkiye'de münhasır dağıtıcı olarak atanmıştır. İnci Mobilya sözleşmenin 5.1. maddesi uyarınca imalatçının sağladığı ürünlerle rekabete gireceğinden dolayı doğrudan ve dolaylı olarak yavaş toplanan visko elastik ürünlerin pazarlama, satış ve dağıtımını yapamayacaktır. Sözleşmenin süresi 14.1. maddede düzenlenmekte olup süre sözleşme tarihinden itibaren 3 yıldır. Ancak sözleşmenin hükümlerine uyulması 270 kaydıyla üreticinin o zamanki dağıtım sözleşmesi ve lisans sözleşmesi şekline göre sözleşme erken feshedilmezse ya da taraflardan biri sözleşmeyi yenilemek istemediğinden diğer tarafı sürenin bitiminden 90 gün önce yazılı bildirimle haberdar etmezse sözleşme üç yıllık tek bir ek süre için otomatik olarak yenilenecektir.

I.3.2. Teşebbüslerle Yapılan Görüşmeler

Önaraştırma döneminde Yatsan yetkililerinin yanı sıra raportörlerce bazı Yatsan bayileri ile görüşmeler yapılmıştır.

280 Yatsan, İnci Mobilya ve Ses Mobilya ortaklarından Sezgin Canözden ile 12.8.2010 tarihinde yapılan görüşmede; bayileriyle ilişkilerinin güvene dayalı olarak yürüdüğü, çoğu bayi ile herhangi bir bayilik sözleşmesi imzalanmadığını ifade etmiştir. Görüşmede edinilen bilgilere göre Yatsan Tempur markalı ürünlerin distribütörlüğünü Mayıs 2010'da üstlenmiştir. Yatsan tarafından sağlanan bilgilere göre Tempur markalı ürünler Yatsan'ın kendi işlettiği mağazaları dışında 15 bayide satılmaktadır. Yatsan Tempur satışlarının ciro olarak yaklaşık %... bayiler, %...u ise kendi mağazaları üzerinden gerçekleştirmiştir.

290 Sezgin Canözden Türkiye'de yatak pazarında tüketici açısından bir marka bağımlılığı olmadığını, sektörde rekabetin oldukça yoğun olduğunu, yatak üretiminin ucuz ve kolay olmasından ötürü pazara giriş engeli bulunmadığını, yatak ithalatında herhangi bir engelden bahsedilemeyeceğini, markalı üretim yapan ve büyük denebilecek 30 kadar üretici bulunan pazarda yaygın dağıtım ağı ile %... üzerinde pazar payına sahip İstikbal'in lider konumda yer aldığını, diğer büyük üreticilerin İşbir, İdaş, Yataş, Doğtaş, Alfemo, Kilim, Merinos, Comfor, Alfemo, Mondi olarak sıralanabileceğini, bu firmaların çoğunun yatak ve uyku ürünleri dışında mobilya, ev tekstili gibi birçok ürünün de satışını yaptığını ancak firmalarının yalnızca yatak ve uyku ürünlerinin

ticaretini yaptığını, yatak pazarındaki pazar paylarını %...az olduğunu ve son olarak Tempur markalı yatakların payının ise %... bile olmadığını dile getirmiştir.

300

Sezgin Canözden satış elemanlarının tüketiciye ürün hakkında bilgi vermek üzere eğitilmesi, tüketicinin mağazaya girişinin artırılması yoluyla başka alışverişlerde mağazadaki diğer ürünlerin tercih edilmesinin sağlanması ve Tempur markalı ürünlerin imajının zedelenmemesi için internetten satışı istemediklerini beyan etmiştir. Otel ve benzeri yerlere toplu satışlarda bayinin Yatsan'la ortak çalışmasının istenmesi ise bayiye özel iskonto ve tanıtım bakımından destek olmak ve kendi stok planlamalarını yapmak temelinde açıklanmış, bayinin toplu satış yapmasını engellemek ya da fiyatı etkilemek gibi bir amaçlarının bulunmadığı dile getirilmiştir. Bayilerin tüketiciye belli bir oranın üzerinde iskonto vermelerinin istenmemesinde ürün imajının zedelenmemesi amacı ileri sürülmüş fakat fiyatlar bakımından hiçbir şekilde emredici olmadıkları, bu durumun tamamen tavsiye niteliğinde olduğu ifade edilmiştir. Yatsan hissedarı tavsiyelerine uymayan bayilerin tespitine yönelik herhangi bir eylemleri olmadığı gibi böyle bayilerin yaptırımla karşılaşmadığını hatta tavsiye edilen fiyata bayilerin uyup uymadıklarını bile bilmediklerini, zira bayilere ürünü kaçça sattıklarını sormadıklarını bildirmektedir.

310

İnceleme kapsamında ayrıca, raportörlerce Yatsan bayilerinden bir bölümü ile görüşülmüş, bayi yetkililerinin konuya ilişkin verdiği ve tutanak altına alınan bilgiler değerlendirilmiştir.

320

I.3.3. Hukuki Değerlendirme

I.3.3.1. 4054 sayılı Kanun'un 4. Maddesi Bakımından Değerlendirme

4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi; belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacı taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmaları yasaklamaktadır. İlgili madde, aynı seviyede faaliyet gösteren rakip teşebbüsler arasındaki rekabeti sınırlayıcı anlaşmaları (yatay anlaşmalar) kapsadığı gibi rakip olmayan, başka bir ifadeyle ticaretin farklı seviyelerinde yer alan teşebbüsler arasındaki anlaşmaları (dikey anlaşmalar) da kapsamaktadır.

330

2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nde üretim veya dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren iki ya da daha fazla teşebbüs arasında belirli mal veya hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımı amacıyla yapılan anlaşmalar dikey anlaşmalar olarak tanımlanmaktadır. 2002/2 sayılı Tebliğ uyarınca rakip teşebbüsler arasında yapılan dikey anlaşmalar, bir istisna haricinde bu Tebliğ ile tanınan muafiyetten yararlanamamaktadır. İlgili istisnaya göre sağlayıcının anlaşma konusu malların hem üreticisi hem de dağıtıcısı olduğu, alıcının ise bu mallarla rekabet eden malların üreticisi değil dağıtıcısı olduğu dikey anlaşmalar grup muafiyetinden yararlanabilmektedir. Yatsan ve bayiler arasındaki ilişkinin 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamındaki niteliğini belirlemek bakımından tarafların faaliyetlerine bir kez daha değinmek gerekmektedir. Yatsan yatak ve uyku ürünlerinin üretimini yapmanın yanı sıra kendi çalıştırdığı personeli ile 13 mağazasında bu ürünlerin nihai tüketiciye satışını da gerçekleştirmektedir. Bu bakımdan Yatsan yatak pazarında hem üretim hem de dağıtım aşamasında faaliyet gösteren dikey bütünleşik bir firmadır. Diğer yandan bayiler yatak pazarında dağıtım aşamasında faaldir. Dolayısıyla Yatsan ve bayilerin dağıtım aşamasında rekabet ettikleri söylenebilecektir. Ancak rakip

340

350 teşebbüsler arasındaki dikey anlaşmalara 2002/2 sayılı Tebliğ ile getirilen istisna tam olarak Yatsan ve bayiler arasındaki ilişkiyi açıklamaktadır. Zira Yatsan yatak ürünlerinin hem üreticisi hem dağıtıcısı iken bayiler sadece dağıtım işini üstlenmektedir. Bu bakımdan Yatsan ve yeniden satıcılar arasındaki ticari ilişki 2002/2 sayılı Tebliğ anlamında bir dikey anlaşma/ilişki niteliği taşımaktadır.

360 Önarastırmaya konu iddialar Yatsan'ın Tempur markalı ürünlerde bayinin satış koşullarını belirlemeye yönelik davranışlarıdır. Bu noktada ilk olarak belirtilmesi gereken husus Yatsan ile bayiler arasında Tempur markalı ürünler özelinde imzalanmış bir anlaşma bulunmadığıdır. Teşebbüs yeniden satıcıları ile ilişkilerini büyük ölçüde herhangi bir anlaşmaya bağlamadan yürütmekte ve anlaşma yaptığı nokta sayısı 5 ile sınırlı kalmaktadır. Bayilik sözleşmeleri tüm Yatsan ürünlerini kapsamakta olup sözleşmelerde rekabet hukuku anlamında önem arz eden noktalar bayinin münhasıran Yatsan ürünleri satacak oluşu ve sözleşmenin belirsiz süreli olarak imzalanmış olmasıdır.

.....ticari sır.....

370ticari sır.....yerinde inceleme sırasında elde edilen belgeler dikkate alındığında, Yatsan'ın Tempur markalı ürünlerin satışında rekabet hukuku kapsamında değerlendirilmesi gereken bazı faaliyetlerde bulunduğu anlaşılmaktadır. Yatsan'ın bayilerine yönelik hazırladığı 12.6.2010 tarihli Tempur ürünlerine ilişkin yazıdan anlaşıldığı üzere, Yatsan bayilere Tempur markalı ürünlerin Türkiye genelinde bütün satış noktalarında aynı fiyattan satılacağını ve satış politikalarına uymayan her işletmenin uyarılacağını bildirmekte ve bu kapsamda tüketiciye uygulanacak peşin iskontonun %... geçmeyeceğini ve vadeli satışlarda herhangi bir iskonto uygulanmayacağını iletmektedir. Bu politika gereği Yatsan ürün satışını destekleyen fiyat listesi ve katalogları bütün bayilere göndereceğini beyan etmektedir. Bunun yanı sıra Yatsan ürünlerin internet üzerinden satışını yasaklamaktadır.

380 Bayiler ile yapılan görüşmelerden, Yatsan'ın tüketiciye uygulanacak perakende satış fiyatlarını ve iskonto oranlarını bildirdiği, bayilerin genelde bildirilen oranlara uyma eğiliminde oldukları, bölge ya da müşteri konusunda bayilere herhangi bir kısıtlama getirilmediği, toplu yapılan satışlarda Yatsan'ın bayinin doğrudan talep sahibine satış yapmasını engellemediği anlaşılmaktadır.

390 Yerinde incelemede elde edilen bilgiler ve bayiler ile yapılan görüşmelerden hareketle Yatsan'ın özellikle Tempur markalı ürünlerin satışında yeniden satış fiyatının tespitine yönelik uygulamalarının, buna ilaveten bu ürünlerin internet üzerinden satışını kısıtlamasının rekabet hukuku incelemesine tabi tutulması gerekmektedir. Ayrıca münhasırlık hükmü içeren bayilik sözleşmelerinin belirsiz süreli niteliği de ele alınmalıdır.

1.3.3.1.1. Yeniden Satış Fiyatının Tespitine Yönelik Yatsan Uygulamaları

Sağlayıcının alıcılarının yeniden satış fiyatını belirlemesi, 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinde sıralanan ve bu tür kısıtları içeren anlaşmaları grup muafiyeti kapsamı dışına çıkaran sınırlamalardan en temel olanıdır. 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4 (a) maddesi doğrudan ya da dolaylı amacı sabit ya da minimum bir yeniden satış fiyatının tespiti olan anlaşma ya da uyumlu eylemlerle ilgilidir.

400 Yeniden satış fiyatının tespitine yönelik olarak sözleşmede doğrudan bir hüküm bulunan durumlarda konu açıktır. Bununla birlikte yeniden satış fiyatının tespiti sonucuna bazı dolaylı yollarla da ulaşılabilir. Alıcının kar marjının belirlenmesi, tavsiye fiyat niteliğinde ilan edilmiş bir fiyat seviyesinden alıcının yapabileceği indirim en üst seviyesinin belirlenmesi, alıcının belli bir yeniden satış fiyatına bağlı kalması için yapılan indirimlerin ya da kampanyaların maliyetini sağlayıcının üstlenmesi, alıcının belli bir yeniden satış fiyatına bağlı kalmaması halinde uyarılması, tehdit edilmesi, cezai yaptırımlara muhatap olması, sözleşmesinin feshedilmesi, siparişlerinin geciktirilmesi ya da iptal edilmesi, yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik dolaylı yöntemlere verilebilecek örneklerdir. Yeniden satış fiyatının tespitini amaçlayan bu doğrudan ya da dolaylı yöntemler, yeniden satış fiyatına uymayan alıcının örneğin bir fiyat izleme mekanizması yardımıyla tespit edilebilmesini sağlayan önlemlerle birleştirildiğinde çok daha etkili olmaktadır. Benzer şekilde doğrudan ya da dolaylı yeniden satış fiyatının tespiti, sağlayıcının ürünün üzerine tavsiye edilen satış fiyatını basması gibi alıcının satış fiyatını indirme güdüsünü azaltan yöntemlerle birleştirildiğinde çok daha etkili olmaktadır².

420 Yukarıda yer verilen belgeler sağlayıcı konumundaki Yatsan'ın özellikle Tempur markalı ürünlerin satışında bayilerin yeniden satışını belirlemeyi hedeflediğini ortaya koymaktadır. Yatsan bayilere yönelik yazısında Tempur ürünlerinin Türkiye'de tüm satış noktalarında aynı fiyattan satılacağını bildirmekte, bu amaçla fiyat listeleri yollamakta, indirim oranını tespit etmekte ve vadeli satışlarda iskontoyu yasaklamaktadır. Yatsan ayrıca ilgili yazıda satış politikasına uymayan bayilerin uyarılacağını bildirmektedir. Ancak Yatsan'ın bayilerin yeniden satış fiyatına uyumunun tespitine yönelik bir takip mekanizmasının varlığına ulaşamadığı gibi bu konuda yaptırım uyguladığı bir bayi ile de karşılaşmamıştır.

430 Yukarıda sunulan deliller bir bütün olarak değerlendirildiğinde Yatsan'ın özellikle Tempur markalı ürünlerde yeniden satış fiyatını belirlediği ancak her ne kadar ilgili yazıda satış politikasına uymayan bayilerin uyarılacağı dile getirilse de bayilerin belirlenen fiyata uyumları konusunda bir takip mekanizması olmadığı ve bayilere herhangi bir yaptırımın uygulanmadığı anlaşılmıştır. Kaldı ki Yatsan'ın Tempur ürünlerinin Türkiye distribütörlüğünü 10 Mayıs 2010 tarihinde aldığı ve Tempur ürünlerinin satış koşullarını içeren yazının 12.6.2010 tarihli olduğu dikkate alındığında, uygulamanın en fazla Mayıs 2010'dan bu yana süregeldiği görülmektedir. Bu noktada tüm ürünler bakımından satış noktalarına sağlanan fiyat kataloglarında fiyatların tavsiye niteliğinde olduğuna dair herhangi bir ibare olmamasının altı çizilmelidir. Zira bu durum özellikle Tempur markalı ürünlerin yeniden satış fiyatının tespitine yönelik destekleyici uygulamalar olarak görülebilecektir.

440 Sonuç olarak Yatsan'ın Tempur markalı ürünlerin yeniden satış fiyatının tespitine yönelik olarak rekabet hukukunun dikkate aldığı doğrudan ya da dolaylı ve destekleyici uygulamalara başvurduğu, bu çerçevede alıcılarının yeniden satış fiyatlarını belirlemek üzere çaba içinde olduğu söylenebilecektir.

I.3.3.1.2. İnternet Satışlarının Yasaklanması

² Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz (Kılavuz), paragraf 16, 17, 18.

450 Yatsan tarafından Tempur markalı ürünlerin internet üzerinden satışı tümüyle yasaklanmakta ve bu uygulamanın nedeni ürünün imajının korunması, satış elemanlarının tüketiciye ürün hakkında bilgi vermek üzere eğitilmesi, tüketicinin mağazaya girişinin artırılması yoluyla başka alışverişlerde mağazadaki diğer ürünlerin tercih edilmesinin sağlanması ile açıklanmaktadır.

460 İnternet üzerinden yapılan satışlar aktif satış-pasif satış ayrımında çoğunlukla pasif satış (web sitelerinde öncelikle bir başka bayiye tahsis edilmiş müşteri grubu ya da bölgedeki tüketiciye açıkça ulaşmaya yönelik "banner" ve bağlantıların kullanılması ya da bu bölge ve müşterilere onlardan talep gelmediği halde elektronik posta gönderilmesi hariç) yöntemlerinden biri olarak değerlendirilmektedir. Bu çerçevede bir sağlayıcının alıcılarının internet üzerinden satış yapmasını kısıtlaması bir tür pasif satış kısıtlaması niteliğindedir. Prensip olarak her bayi/distribütör internet üzerinden satış yapabilmekte özgür olmalıdır.

470 2002/2 sayılı Tebliğ ve bu tebliğin açıklanmasına ilişkin Kılavuz çerçevesinde sağlayıcının hangi hallerde alıcısının pasif satış faaliyetlerine sınırlama getirebileceği belirlenmiştir. Kılavuz'un 29. maddesinde belirtildiği üzere 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinin birinci fıkrasının (b) bendinde belirtilen dört istisnai düzenlemeden ilki dışındakilerde herhangi bir aktif-pasif satış ayrımı yapılmamıştır. Başka bir deyişle, son üç istisnai hükmün uygulama alanı bulduğu durumlarda alıcının yapacağı her türlü aktif veya pasif satış sağlayıcı tarafından kısıtlanabilecektir. Aktif, pasif satış ayrımı yapılan istisna münhasır bölge ya da müşteri tahsis edilen dikey ilişkilere yönelik olup bu durumda sağlayıcı alıcının pasif satışlarına bir kısıtlama getirememektedir. Aktif-pasif satış ayrımı yapılmayan istisnalardan biri seçici dağıtım sistemi üyelerinin yetkili olmayan dağıtıcılara satış yapmalarının kısıtlanmasıdır. Diğer yandan seçici dağıtımda perakende seviyede faaliyet gösteren bayilerin nihai tüketicilere yaptıkları aktif ya da pasif satışların hiçbir şekilde kısıtlanamayacağı belirtilmektedir.

480 Somut olay, 2002/2 sayılı Tebliğ'in pasif satışların kısıtlanamaması genel prensibine getirdiği istisnalar bakımından değerlendirildiğinde, internet üzerinden satış yapılmasının bütünüyle engellenmesi bu istisnalardan herhangi biriyle uyumlu değildir. Dolayısıyla ortada 2002 sayılı Tebliğ çerçevesinde anlaşmayı grup muafiyeti kapsamı dışına çıkaran sınırlamalardan birinin bulunduğu kanaatine varılmıştır.

I.3.3.1.3. Sözleşme Süreleri

Yatsan'ın bayileri ile imzaladığı ve münhasırlık hükmü içeren sınırlı sayıda yetkili satıcılık sözleşmesi kendiliğinden yenilenen yapısı ile belirsiz süreli bir nitelik sergilemekte, dolayısıyla rekabet etmeme yükümlülüğünün süresi de belirsiz hale gelmektedir.

490 2002/2 sayılı Tebliğ'in 5. maddesinde düzenlendiği üzere alıcıya getirilen belirsiz süreli veya süresi beş yılı aşan rekabet etmeme yükümlülükleri 2002/2 sayılı Tebliğ'de tanınan muafiyetten yararlanamamaktadır. Bununla birlikte 2002/2 sayılı Tebliğ'in 5. maddesinin (a) bendinde düzenlenen ve 5 yıldan uzun süreli rekabet etmeme yükümlülüklerinin muafiyetten yararlanmasına imkan tanıyan istisnaya değinmek gerekmektedir. Bu istisnaya göre, "alıcının anlaşmaya dayalı faaliyetlerini sürdürürken kullanacağı tesisin mülkiyeti arazi ile birlikte veya alıcı ile bağlantısı olmayan üçüncü kişilerden sağlanan bir üst hakkı çerçevesinde sağlayıcıya ait ise,

500 yahut alıcı bu faaliyetini sağlayıcının alıcı ile bağlantısı olmayan üçüncü kişilerden elde ettiği bir aynı veya şahsi kullanım hakkının konusu olan bir tesiste sürdürecektse, alıcıya getirilen rekabet etmeme yükümlülüğü, söz konusu tesisin alıcı tarafından kullanıldığı süreye bağlanabilir; şu kadar ki, rekabet etmeme yükümlülüğü, bu sürenin beş yılı aşan kısmı bakımından, sadece alıcının söz konusu tesiste yürüteceği faaliyetini kapsar.” Yatsan bazı durumlarda bayinin faaliyet göstereceği mağazayı 3. kişilerden kiralayabilmekte, alt kiralama yoluyla bu mağazayı bayisine kullanılabilmektedir. Dolayısıyla bu tür bir ilişki içinde bulunan bayilere rekabet etmeme yükümlülüğü getirilmesi söz konusu olduğunda, Yatsan yapay bir şekilde mülkiyet ya da benzer haklar kurarak 5 yıllık rekabet yasağı limitinden kaçınmaya çalışmadığı ölçüde, bayiye söz konusu mağazayı kullandığı sürece rekabet etmeme yükümlülüğü getirebilecektir.

510 Diğer yandan Kılavuz’un 36. paragrafında belirtildiği üzere Tebliğ’de öngörülen limitlerin üzerinde bir süre için alıcıya rekabet etmeme yükümlülüğünün getirildiği durumlarda bu yükümlülüğü içeren sözleşme maddesinin sözleşmenin diğer bölümlerinden ayrılabilirdiği tespit edilirse, Kurul, rekabet etmeme yükümlülüğünün süresini Tebliğ’de öngörülen azami hadde indirilmiş olarak değerlendirilebilecektir. Bu takdirde, şayet alıcı konumundaki teşebbüse getirilen rekabet etmeme yükümlülüğü henüz Tebliğ’de öngörülen limiti doldurmamış ise, alıcı bu kalan süre kadar, başka bir ifadeyle Tebliğ’deki üst sınır dolana kadar, rekabet etmeme yükümlülüğü altında kalacaktır. Şayet, bu üst sınırı geçen bir süredir rekabet etmeme yükümlülüğü altında ise rekabet etmeme yükümlülüğü geçersiz olacak ve alıcı konumundaki teşebbüs tamamen bağımsız kalacaktır. Konu bu açıdan değerlendirildiğinde, Yatsan’ın 520 yerinde incelemede alınan yetkili bayilik sözleşmeleri içinde en erken tarihlisinin 2009 yılının Ağustos ayında imzalandığı görülmektedir. Açıklamalar çerçevesinde “Yetkili Bayilik Sözleşmesi” ile bayilere getirilen rekabet etmeme yükümlülüğünün süresinin 2002/2 sayılı Tebliğ’in 5. maddesinde izin verilen sürelerle uygun olarak düzenlemesi gerekmektedir.

I.3.3.2. Muafiyet Değerlendirmesi

530 Yatsan ve bayileri arasındaki ilişkinin Yatsan’ın bayilerinin internet satışlarını yasaklamasına ve dikey fiyat tespitine yönelik uygulamaları dolayısıyla muafiyet incelemesine konu edilmesi gerekmektedir.

Sağlayıcı konumundaki teşebbüslerin dikey anlaşmalarında yer alan ve alıcılarının yeniden satış fiyatlarını tespit etmeye yönelik hükümler, anılan anlaşmaları 2002/2 sayılı Tebliğ ile sağlanan grup muafiyetinin kapsamı dışında bırakılmaktadır. Bu nedenle her ne kadar bir sözleşmeye bağlanmasa da Yatsan ile bayileri arasındaki ticari ilişki Yatsan’ın bayinin yeniden satış fiyatını belirlemeye ve internet üzerinden satış yapılmasını yasaklamaya yönelik uygulamaları nedeniyle 2002/2 sayılı Tebliğ ile tanınan grup muafiyetinden faydalanmamaktadır. Bu noktada anılan ticari ilişkinin bireysel muafiyet bakımından değerlendirilmesi gerekmektedir.

540 Dikey fiyat tespitine yönelik hükümlerin pazardaki etkin rekabet üzerindeki negatif etkileri genel olarak 2 yoldan gerçekleşmektedir. Sağlayıcının alıcılarının yeniden satış fiyatını belirlemesi fiyat üzerinden yapılabilecek marka içi rekabeti tamamen engellerken, pazarda faaliyette bulunan diğer firmalar arasında yatay işbirliğini kolaylaştırıcı etki yapmaktadır. Yeniden satış fiyatının sağlayıcılar tarafından tespit edilmesi pazarın ürün fiyatları bakımından yüksek derecede şeffaflaşması sonucunu

doğurmaktadır. Yeniden satış fiyatının tespit edilmesi marka içi rekabet sonucu fiyatlarda gözlemlenebilecek aşağı yönlü baskıyı da tamamen ortadan kaldırarak fiyatların katılaşması sonucunu doğurabilecektir.

550 Rekabet hukuku kapsamında dikey fiyat tespitinin çeşitli pozitif etkilerinin olabileceğinden de söz edilebilir. Sağlayıcının alıcılarının satış fiyatlarını tespit etmesinin, muhtemel bir bedavacılık sorununun ortadan kaldırılması amacıyla kullanıldığında ekonomiye pozitif bir katkı yarattığı savunulmaktadır. Bedavacılık sorunu esas olarak tüketicilerin hakkında bilgilerinin kısıtlı olduğu, tüketicinin alım kararı vermesi için satıcı tarafından tüketiciye tanıtılmasının büyük önem taşıdığı veya tüketiciye satış yapan noktalar tarafından satışının gerçekleştirilmesi için bu noktalar tarafından önemli yatırımlara katlanılmasının gerektiği ürünlerde ortaya çıkmaktadır.

560 Dikey fiyat tespitinin ekonomiye belirli bir fayda sağladığı durumlardan bir diğeri olarak, dikey fiyat tespitinin pazarda oluşabilecek bir çifte marjinalizasyon sorununu ortadan kaldırması sayılmaktadır. Çifte marjinalizasyon sorunu genellikle alıcı konumundaki teşebbüslerin yüksek pazar gücüne sahip olduğu durumlarda ortaya çıkmaktadır. Yüksek pazar gücüne sahip teşebbüslerin satıcıdan aldıkları ürünleri monopolcü kar marjlarına yakın marjlar ekleyerek satabildikleri durumlarda böyle bir sorundan söz etmek mümkündür. Dikey fiyat tespiti böyle durumlarda alıcının marjını sabitleyerek ürün fiyatlarının aşırı yükselmesini önleme yönünde katkı sağlayabilmektedir.

570 İncelenen dosya bakımından yukarıda değinilen olumlu etkilerin yeniden satış fiyatının tespitinin makul görülmesini sağlayacak düzeyde olmadığı kanaatine varılmıştır. Ayrıca perakende düzeyde marka içi rekabetin kısıtlanması tüketicinin aynı markalı ürün bazında yüksek fiyat-yüksek hizmet ile düşük fiyat-düşük hizmet arasındaki seçim hakkını kısıtlamaktadır.

Türk Rekabet Hukuku içtihadında yeniden satış fiyatının tespitine yönelik hükümler içeren bir anlaşmaya bireysel muafiyet tanıyan bir karar bulunmamaktadır.

580 Yatsan'ın dikey fiyat tespitine ilişkin uygulamalarına bireysel muafiyet tanınması mümkün değildir.

Yatsan'ın bayilerinin Tempur markalı ürünlerin internet üzerinden satışını yapmalarını yasaklaması uygulaması bakımındansa öncelikle belirtilmelidir ki, internet satışlarına getirilen kısıtlamalar (yeniden) satış kısıtlaması olarak görülmekte ve prensip olarak her yeniden satıcının internet üzerinden satış yapmasına izin verilmesi gerekmektedir. Nitekim yeniden satıcının ürünlerini bir web sitesi üzerinden satması temel olarak pasif satış niteliğindedir. Pasif satışlara getirilen kısıtlamalar 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinde öngörülen prensiplere uymadığı ölçüde anlaşmaları grup muafiyeti kapsamı dışına çıkaran ağır sınırlamalardan biri olarak görülmektedir.

590 Bununla birlikte, Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz'da genel olarak tüm yeniden satış faaliyetleri için öngörüldüğü; bu nedenle de özelde internet üzerinden yapılan satışlar için de geçerli olduğu üzere, ürüne ilişkin objektif bir gerekçenin varlığı halinde tüm alıcılara getirilen bir yeniden satış kısıtlaması o dağıtım anlaşmasını 2002/2 sayılı Tebliğ dışına çıkaran bir sınırlama olarak görülmeyebilecektir. Bu çerçevede örneğin

birtakım tehlikeli maddelerin sağlayıcısı konumundaki teşebbüsler, güvenlik ve sağlık gibi nedenlere dayanarak alıcılarının bu tür malları belirli müşterilere satmalarını engelleyebilmektedirler. Somut olayda ürüne ilişkin böylesi bir objektif gerekçenin varlığından bahsetmek güçtür.

600

Diğer yandan pasif satışların kısıtlanmasına olanak verecek diğer özel bir durum ise bir yeniden satıcının yeni bir markayı dağıtan ilk teşebbüs olması ya da mevcut bir markayı yeni bir pazara ilk defa dağıtacak olmasıdır. Bu durumda yeniden satıcının pazara girmek ve daha önce talebi olmayan bir ürüne yeni bir talep yaratmak için önemli yatırımlara girişmesi gerekebileceğinden belli bir süre için diğer dağıtıcıların aktif ve pasif satışlarından korunmaya ihtiyaç duyabilecek ve bu durum makul karşılanabilecektir. Ancak somut olayda ne Tempur markalı ürünlerin Türkiye pazarı için yeni bir ürün olduğundan ne de Türkiye'nin Tempur markalı ürünler için yeni bir pazar olduğundan bahsetmek mümkündür.

610

Diğer yandan internet satışlarının kısıtlanmasına izin verilmesi gerektiğini savunan marka sahibi teşebbüslerin bu argümanlarını özellikle marka imajının zarar görmesi ve internet satışlarının fiziksel satış noktalarına sahip yeniden satıcılar bakımından yarattıkları bedavacılık sorunuyla gerekçelendirmektedirler. Benzer şekilde Yatsan da internet satışlarını yasaklamadaki amacının marka imajını korumak ve ürünün mağazalarda eğitimli personel tarafından satılmasını sağlamak olduğunu belirtmiştir. Bu gerekçeler önemli olmakla birlikte, internet üzerinden yapılacak satışların tümüyle yasaklanmasını haklı gösterecek nitelikte olup olmadıklarının değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu değerlendirmede AB Komisyonu'nun dikey kısıtlara ilişkin yeni rehberindeki yaklaşımı yol gösterici olabilecektir. Buna göre, marka imajına ve bedavacılık sorununa yönelik endişeleri dikkate alan Komisyon, tıpkı sağlayıcının yeniden satıcının mağazalarına, katalog satışlarına ya da reklam ve promosyon faaliyetlerine yönelik kalite standartları getirebildiği gibi, yeniden satıcıların interneti ürünleri yeniden satmak üzere kullanmalarına da kalite standartları getirebileceklerini dile getirmektedir. Bu çerçevede örneğin sağlayıcı yeniden satıcının bir ya da daha fazla sayıda fiziki satış noktasına sahip olması gerekliliğini ileri sürebilecektir. Ayrıca sağlayıcının fiziki satış noktalarının etkin bir şekilde faaliyet gösterebilmelerini güvence altına almak için, yeniden satıcıya, internet üzerinden satış yapmasını kısıtlamadan, asgari belli bir mutlak (absolute) miktarda ürünü "offline" (fiziki satış noktasından yapılan satışlar vb.) satma yükümlülüğü getirmesi de mümkündür. Öte yandan sağlayıcının yeniden satıcısının "offline" satışlarını desteklemek için "offline" satılan ürün miktarının bir oranı olmayan sabit tutarda bir pirim uygulaması ya da yetkilendirilmemiş dağıtıcılara yapılacak satışları engellemek için, tıpkı fiziki satış noktaları bakımından da geçerli olduğu gibi internet üzerinden yapılacak satışlarda belli bir müşterinin satın alabileceği ürün miktarına yönelik kısıtlamalar getirilmesi Komisyon'un makul gördüğü kısıtlamalar olarak ortaya çıkmaktadır.

620

630

640

Yukarıdaki açıklamalardan anlaşılacağı üzere, Komisyon, marka imajının zarar görmesi ya da bedavacılık sorununu çözmek ve internet üzerinden yapılan satışların sağlayıcının dağıtım modeliyle uyumlu hale getirilebilmesini sağlamak adına, internet satışlarının bütünüyle yasaklanmasına göre rekabeti çok daha az kısıtlayıcı alternatiflerin olduğuna işaret etmektedir. Bu çerçevede Yatsan'ın Tempur markalı ürünlerin internet üzerinden satışını bütünüyle yasaklamasının, bu yasaklamayla ulaşmak istediği amacın elde edilebilmesi için 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (d)

bendinde öngörülen rekabetin gereğinden fazla sınırlanmaması koşulunu sağlamadığı kanaatine varılmıştır.

650 İnternet geleneksel satış yöntemlerine göre çok daha fazla sayıda ve çeşitlilikte alıcıya ulaşmanın güçlü bir aracıdır. Teknolojinin bir sonucu olarak internet üzerinden yapılan satışlar alıcı ya da tüketicilerin belli bir ürüne ulaşmalarını kolaylaştırmaktadır. Tüketicilerin seçim özgürlüğünün artmasının yanı sıra, arama ve karşılaştırma maliyetlerinin azaltılması yoluyla da internet üzerinden yapılan satışlar tüketici faydasını ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla internet üzerinden satış yapılmasının bütünüyle yasaklanmasının 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (b) bendinde öngörülen tüketicinin yararı koşulunu sağlaması güç görünmektedir. Yatsan'ın mevcut durumda Türkiye'nin toplamda sadece 8 ilinde Tempur marka ürünleri satan bayi ve mağazalarının bulunduğu dikkate alındığında, Türkiye'nin diğer bölgelerindeki tüketicilerin Tempur markalı ürünlere ulaşmalarını kolaylaştırması bakımından internet üzerinden yapılacak satışların yasaklanmaması ayrıca önemlidir.

660 Dolayısıyla, Yatsan'ın bayilerinin Tempur markalı ürünlerin internet üzerinden satışını yasaklamasının 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (b) ve (d) bentlerindeki koşulları sağlamadığından, bu uygulamaya bireysel muafiyet tanınamayacaktır.

I.3.3.3. İhlalin Niteliği ve Pazar Koşulları Bakımından Değerlendirilmesi

4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi yatay rekabet ihlallerini kapsadığı gibi dikey rekabet ihlallerini de kapsamaktadır. Bununla birlikte dikey rekabet sınırlamalarının bazı olumlu rekabetçi etkiler içermesi nedeniyle yatay rekabet ihlalleri ile aynı şekilde değerlendirilmemektedir.

670 Dosya konusu ihlal dikey nitelikli bir ihlaldir. Dikey fiyat tespitinin ve internet satışlarının yasaklanmasının rekabet karşıtı olarak nitelendirilebilecek temel etkisi markalar arası rekabetten çok, marka içi rekabetin kısıtlanmasıdır. Bu çerçevede bu tür dikey kısıtların temel olarak diğer sağlayıcıları dışlayıcı, pazara giriş engeli yaratıcı etkilerinin bulunmadığı, bu yönüyle markalar arası rekabete sınırlama getirebilecek kısıtlamalardan daha az olumsuz etkilere sahip oldukları kabul edilmektedir. Pazardaki markalar arası rekabetin yoğunluğu ne kadar fazlaysa, marka içi rekabetin kısıtlanmasından kaynaklı olumsuz etkiler o kadar az olacaktır. Bunun değerlendirilmesinde ise öncelikle sağlayıcının ve rakiplerinin pazar içindeki güç ve konumlarının ele alınması gerekmektedir.

680 Yatak pazarı çoğu küçük ölçekli olmak üzere çok sayıda üreticinin faaliyet gösterdiği ve sektör temsilcilerinin de ifade ettiği üzere, ürün farklılaştırması ile büyüyen bir pazar niteliğindedir. Bu bakımdan bu pazarda markalar arası rekabetin yoğun olduğu söylenebilecektir. Yatsan'ın pazar payı %.. civarında olup, Tempur yataklarının payı %... geçmemekte dolayısıyla tüm pazar içindeki pazar paylarının çok düşük olduğu görülmektedir. Ancak Tempur markalı yatakların üst gelir grubuna hitap eden niteliği ile bu segmentte pazar payının daha yüksek olacağı göz önünde bulundurulmalıdır. Diğer yandan pazarda Tempur yataklarına rakip olabilecek ithal ürünlerin yanı sıra visko malzemedan üretilen diğer yerli markaların varlığı ve pazarın bu kısmının büyüyen niteliği teşebbüsçe dile getirildiği gibi sektöre yönelik elde edilen bilgilerde de mevcuttur. Dolayısıyla Yatsan'ın Tempur markalı ürünleri ile gerek tüm yatak pazarında gerekse bulunduğu segmente dayalı pazar tanımında yüksek derecede pazar gücüne sahip olduğu söylenemeyecektir.

700 Yatsan'a ilişkin bu tespiti destekler bir başka durum ise rakiplerinin pazardaki konumudur. Pazarda 25 kadar markalı üretici bulunmakta ve bu üreticiler arasında yaygın dağıtım ağı ile İstikbal, Yataş, İşbir Yatak, İdaş, Bellona, Mondi dikkat çekmektedir. Söz konusu teşebbüslerin her birinin pazar payının Yatsan'ın çok üzerinde olmasının yanı sıra bu teşebbüslerin bazılarının aynı zamanda önemli mobilya üreticileri ve markaları olmaktan kaynaklanan portföy gücünün sağladığı rekabetçi avantajları da vurgulanmalıdır. Bunun yanı sıra bu teşebbüslerin dağıtım ağının yaygınlığı da Yatsan'ın çok ötesindedir. Yatsan 13 mağazası ve 100'ü aşkın bayisi aracılığıyla faaliyet gösterirken, İstikbal'in tüm Türkiye'de bine yakın mağazası, İşbir Yatak'ın 100'ün üzerinde uyku merkezi ve 400'ün üzerinde bayisi; Bellona'nın 700'ü aşkın bayisi bulunmaktadır. Bu bakımdan Yatsan yaygın dağıtım ağına, önemli marka ve portföy gücüne, daha yüksek pazar payına sahip rakipleri ile rekabet eder konumda olup bu yönleri ile pazarda güçlü olan rakipleri karşısında pazar gücüne sahip gözükmemektedir.

710 Bu noktada alıcıların pazardaki konumu da değerlendirme açısından önemlidir. Yatsan bayilerinin kimileri aynı zamanda mobilya satışı yapan noktalardır. Bu noktaların gelirlerinin bir kısmının da mobilya satışlarından kaynaklanması noktalara Yatsan'a karşı belirli bir güç sağlamaktadır. Yatsan'ın rakiplerine oranla daha az sayıda şehirde az sayıda bayi ile çalışması, bayileri ile arasında çoğunlukla yazılı bir sözleşmenin olmaması Yatsan'ın alıcılar karşısında çok da güçlü bir konumda olmadığı izlenimi yaratmaktadır. Kaldı ki Yatsan alıcıların yeniden satış fiyatlarını takip eden bir mekanizma kurmamış, bayilere fiyatlara uymamaları halinde bir yaptırım uygulamamış gözükmemektedir.

720 Piyasada çok sayıda firmanın bulunması, küçük ölçekli teşebbüslerin yaygınlığı, giriş ve çıkışların olması yatak pazarının yüksek giriş engellerine sahip olmadığını göstermektedir. Sektörde markalaşma olgusu yeni yeni gelişmekte olup söz konusu markalaşma bir giriş zorluğu olarak değerlendirilebilecektir. Bununla birlikte mobilya pazarının arz yapısının esnekliğini ve pazarın dinamik yapısını ortaya koyacak şekilde yatak pazarındaki büyük oyuncuların aynı zamanda mobilya üreten firmalar da olduğu dikkate alındığında, mevcut markalaşmış firmaların faaliyetlerini yatak pazarına genişletebilmelerinin önünde önemli engellerin olmadığı, bu nedenle markalaşmanın getirdiği giriş engellerinin çok da yüksek olmadığı kanaati oluşmuştur.

740 Marka içi rekabetin kısıtlanmasının ne derecede olumsuz etkiler yaratacağının değerlendirilmesinde pazarın yaşam evresinin de dikkate alınması gerekmektedir. Olgunluk evresinde olan bir pazarda marka içi rekabetin kısıtlanmasının daha fazla olumsuz etkilere yol açacağı kabul edilmektedir. Bu yönüyle genel olarak yatak pazarı, büyüyen, sürekli farklı çeşit ve modelde ürünlerin tüketicinin beğenisine sunulduğu, arz bakımından son derece esnek ve kendini yeni trendlere uyarlayabilen, yeni firmaların giriş yaptığı dinamik özellikler göstermektedir. Ayrıca özellikle markalı ürünler bazında, pazarın yeni markalaşmaya çalışan ürünlerin tutundurma çabaları ile birlikte dinamik ve büyüyen bir pazar niteliği taşıdığı söylenebilecektir. Böyle bir pazarda yatay rekabetin bulunması durumunda dikey rekabet kısıtlamalarının olumsuz etkilerinin önemli ölçüde azaldığı kabul edilmektedir.

750 Bu noktada ürünün niteliğinin de değerlendirilmesi gerekmektedir. Genelde ürün daha heterojen, daha az pahalı ve bir kereden daha fazla alınıyorsa dikey sınırlamaların negatif etki yaratma ihtimali daha fazladır. Türkiye’de yataklar yaklaşık olarak 4 yılda bir yenilenmekte, tüketicinin bu ürünlere yaptığı harcama bütçesinin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Bu durum da sürekli alınan ve tüketicinin bütçesi içindeki payı küçük olan ürünlere göre, tüketiciyi aldığı ürünün kalitesini ve fiyatını karşılaştırmaya ve araştırmaya daha çok yönelten bir faktördür. Bu faktör tüketicinin hem farklı markalar arasında karşılaştırma yapmasını hem de aynı markanın daha ucuz olanının nereden bulunabileceğini araştırmasını sağlayabilmekte ve markalar arası olduğu kadar marka içi rekabeti de olumlu yönde etkileyebilmektedir.

760 Önemle belirtilmesi gereken husus Yatsan’ın yeniden satış fiyatının tespitine ve internet satışlarını yasaklamaya yönelik uygulamalarının çok yeni olduğudur. Yatsan Tempur ürünlerinin Türkiye distribütörlüğünü 10 Mayıs 2010 tarihinde imzaladığı sözleşme ile almış ve teşebbüsün yeniden satış fiyatının tespiti ile internet satışlarını yasaklamaya yönelik uygulaması, yerinde incelemede elde edilen belgelerden anlaşıldığı kadarıyla, 2010 yılı Haziran ayı ortalarında belirginleşmiştir. Ancak Yatsan’ın bayilerin yeniden satış fiyatına uyumunu tespit etmeye yönelik bir takip mekanizmasına rastlanılmamış, belirlenen iskonto oranı ya da fiyata uymadığı için yaptırım uygulanan bir bayi bulunamamıştır. Oysa yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik doğrudan veya dolaylı yöntemler, alıcıların uyguladığı fiyatların sağlayıcı tarafından izlenebildiği ve kontrol edebildiği durumlarda daha etkili olacaktır.

770 Bu çerçevede, ihlalin dikey nitelikte olması, pazarın rekabetçi, büyüyen ve dinamik yapısı, Yatsan’ın önemli bir pazar gücüne sahip olmaması, Yatsan’ın rakiplerin pazardaki güçlü varlığı, ürünün niteliği ve en önemlisi ihlalin en fazla 4 ay gibi kısa bir süre ile sınırlı olması ve bayilerin satış fiyatının izlenmemesi gibi unsurlar dikkate alındığında, Yatsan hakkında bu aşamada bir soruşturma açılmasına gerek bulunmadığı kanaatine varılmıştır.

1.3.3.4. İnci Mobilya ile Dan-Foam ApS Arasındaki Sözleşme’nin Değerlendirilmesi

780 Yatsan tarafından Tempur markalı ürünlerin distribütörlüğünün alınması Dan-Foam ApS ile İnci Mobilya arasındaki 10 Mayıs 2010 tarihli “Münhasıran Dağıtım ve Lisans Anlaşması”na dayanmaktadır. Sözleşme ile İnci Mobilya, Dan-Foam ApS’nin ürettiği malların pazarlaması, satışı ve dağıtımını konusunda Türkiye’de münhasır dağıtıcı olarak atanmıştır. Bu bakımdan sözleşme bir dağıtım anlaşması niteliğindedir. Ancak bu durum ilgili sözleşmenin 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında değerlendirilmesi için yeterli değildir. Zira rakip teşebbüsler arasındaki dikey anlaşmalar bir istisna haricinde Tebliğ kapsamında değerlendirilmemektedir. Dolayısıyla Dan-Foam ApS ve Yatsan’ın rakip olup olmadıklarının belirlenmesi gerekmektedir.

790 2002/2 sayılı Tebliğ’de rakip teşebbüsler aynı ürün pazarında faaliyette bulunan ya da bulunma potansiyeline sahip sağlayıcılar olarak nitelendirilmiştir. Ürün pazarı sözleşme konusu ürünler baz alınarak belirlendiğinden, bu noktada Yatsan’ın sözleşme konusu ürünlerle rekabet eden ürünlerin sağlayıcısı olup olmadığı değerlendirilmelidir. Sözleşmede yer alan rekabet etmeme yükümlülüğünden anlaşıldığı üzere Dan-Foam ApS yavaş toplanan visko elastik ürünlerin üretimini

gerçekleştirmektedir. Tempur'un visko malzeme kullanarak ürettiği ürünleri başta yatak ve yastık olmak üzere, yatak şiltesi, sandalye sırt desteği, uyku maskesi ve terlik gibi ürünlerdir. Yatsan'ın ürün gamında viskodan yapılmış yatak ve yastıkların yanı sıra diğer yatak ve yastık çeşitleri de bulunmaktadır. Bu çerçevede tarafların üretimini ve ticaretini yaptıkları ürünler dolayısıyla aralarında rakiplik ilişkisi bulunduğu görüldüğünden, bildirim konusu sözleşmenin rakipler arasında yapılmış bir dağıtım anlaşması niteliğinde olduğu kanaatine varılmıştır.

İlgili sözleşme ile İnci Mobilya'ya, sözleşme konusu ürünlerin Türkiye distribütörlüğü münhasıran verilmekte ve ayrıca yavaş toplanan visko elastik ürünlerin pazarlaması, satışı ve dağıtımı konusunda bir rekabet etmeme yükümlülüğü getirilmektedir. Sözleşmenin süresi ise yenilenme hükümleri ile beraber 6 (3+3) yıldır. Bu itibarla sözleşmenin içerdiği Türkiye pazarı için tek alıcıya sağlama ve rekabet etmeme yükümlülüğü sözleşmenin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında değerlendirilmesine yol açmaktadır. Rekabeti kısıtlayıcı anlaşmalar Kanun'un 5. maddesindeki koşulların tamamını taşımaları halinde 4. madde yasaklamasından muaf tutulmaktadır.

Söz konusu muafiyet koşullarından ilki üretim veya dağıtım ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması şeklinde düzenlenmiştir. Bu koşula yönelik yapılacak değerlendirmede ortaya çıkacak yararlı etkilerin sadece işlemin tarafları için değil; ekonominin geneli için geçerli, somut nitelikte olması gerekmektedir. Bu çerçevede örneğin dağıtım maliyetlerinin düşürülmesi, mal arzının, çeşitliliğinin artırılması, arzın devamlılığının sağlanması, satış öncesi hizmet kalitesinin artırılması gibi olumlu etkiler ekonominin geneline yansıtılacak somut etkiler olarak sayılabilecektir. Tempur ürünlerinin ilgili dağıtım anlaşması kapsamında Yatsan tarafından Türkiye pazarında ticaretinin yapılması sonucunda Yatsan'ın ürün çeşitliliği artmaktadır. Dan-Foam Aps bu anlaşma olmaksızın Türkiye pazarına girmeyi düşündüğü durumda katlanacağı maliyetlere bu anlaşma ile katlanmamakta ve Yatsan'ın mevcut dağıtım ağını kullanarak tüketiciye doğrudan ulaşabilmektedir. Bu bakımdan anlaşma ile Tempur yataklarının dağıtım maliyetinin düşürüldüğü söylenebilecektir. Anlaşma Tempur ürünlerin Türkiye pazarında bulunurluğunu kolaylaştırmakta ve bu ilişki sayesinde ürünlerin pazara sunumunda bir devamlılık da sağlanmaktadır. Dolayısıyla Tempur ürünlerinin pazara sunumunu sağlayan bu anlaşmanın 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (a) bendindeki koşulu sağladığı kanaatine varılmıştır.

Muafiyet koşullarından bir diğeri de tüketicinin ortaya çıkan etkinlikler ve iyileşmelerden yarar sağlamasıdır. Tempur ürünlerinin Yatsan aracılığıyla dağıtılması halinde tüketici bu ürünlere daha kolay ulaşabilecektir. Yatsan bayilerinde Tempur markalı ürünlerin yanı sıra Yatsan'ın diğer markalı yataklarının da bulunduğu dikkate alındığında, ki bu ürünler arasında visko malzemedeki yapılmış yataklar da vardır, bu anlaşma tüketicilerin farklı sağlayıcıların farklı ürünleri arasındaki seçim özgürlüklerini olumlu etkileyecektir. Tüketicinin aynı mağaza içinde farklı sağlayıcıların ürünlerine ulaşması arama ve karşılaştırma maliyetlerini azaltmakta olup, yatak gibi uzun aralıklarla yenilenen pahalı bir üründe yüksek arama maliyetlerinin azaltılması önemli görülmektedir. Yatak ürününün belirli periyotlarla alınan ve tüketicinin bütçesinde önemli paya sahip bir ürün niteliği tüketicinin bu ürünü alırken yeterince bilgilendirilmesini önemli kılmakta ve Yatsan bu ürünlerin satışını gerçekleştirecek personelin ürün hakkında donanımlı olmasını sağlamaktadır.

Açıklamalar çerçevesinde incelenen sözleşmeyle 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (b) bendindeki koşulun sağlandığı kanaatine varılmıştır.

850 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (c) bendi bağlamında ilgili pazarın önemli bir kısmında rekabetin ortadan kalkmaması şartının sağlanıp sağlanmadığının analizinde, işbirliğinin niteliği, tarafların ve rakiplerin pazardaki konumları, pazarın ve işbirliğine konu ürünün özellikleri, giriş engelleri, pazarın doygunluk seviyesi gibi bir dizi unsurun değerlendirilmesi gerekmektedir. Pazar yapısına yönelik değerlendirme Yatsan'ın bayilik sözleşmeleri bakımından yukarıda yapılmış olup, Yatsan'ın herhangi bir pazar gücü olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde yukarıda Dan-Foam ApS'nin sözleşme konusu Tempur ürünlerinin de Türkiye pazarında önemli bir pazar gücüne sahip olmadığı belirtilmiştir. Bu durum, sözleşmenin işbirliği etkilerinin yanı sıra özellikle Yatsan'ın Türkiye pazarı için münhasır distribütör olarak atanması bakımından önemlidir. Nitekim işbirliği taraflarının pazar gücünün yüksek olmadığı durumlarda işbirliğinin rekabet karşıtı etkilerinin sınırlı düzeyde olacağı kabul edilmektedir. Diğer yandan tek alıcıya sağlama yükümlülüğü içeren anlaşmalarda diğer rakip alıcıların dışlanması riski gündeme gelebilmekte, ancak alıcının alt pazarda pazar gücüne sahip olmaması halinde tüketiciler açısından dikkate değer bir olumsuz etkinin ortaya çıkması beklenmemektedir.

860 Yatsan bu sözleşme ile sadece yavaş toplanan visko elastikten üretilen ürünlerde 6 yıllık bir rekabet etmeme yasağı ile karşı karşıya olup, Yatsan'ın diğer malzemelerden yatakların üretimini ya da satışını yapması önünde herhangi bir engel bulunmamaktadır. Rekabet etmeme yükümlülüğünün dar kapsamı ve Tempur markalı ürünlerin pazardaki payının %.. olduğu dikkate alındığında sözleşme ile ortaya çıkan rekabet risklerinin çok düşük düzeyde olduğu söylenebilecektir. Açıklamalar çerçevesinde pazarın yapısı, işbirliği taraflarının ve rakiplerinin pazardaki konumu gibi unsurlar dikkate alındığında, 870 taraflar arasındaki sözleşmenin rekabetin ilgili pazarın önemli bir bölümünde ortadan kalkması sonucunu doğuracak nitelikte olmadığı kanaatine varılmıştır.

880 Son olarak bir anlaşmanın 5. madde kapsamında muafiyetten yararlanabilmesi için rekabetin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlanmaması gerekmektedir. Yatsan'ın Tempur ürünlerinin münhasır distribütörü olarak atanmasının, bu ürünlerin Türkiye pazarında etkin bir şekilde dağıtılmasına katkı sağlayan işlevi, rekabet etmeme yükümlülüğünün sadece yavaş toplanan visko elastikten üretilen ürünler ile sınırlı olması ve Yatsan'ın diğer markalı ürünlerinin satışına devam etmesi önünde anlaşma ile getirilen bir engel olmaması dikkate alındığında 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (d) bendinde yer alan koşulun sağlandığı kanaati oluşmaktadır.

Açıklamalar çerçevesinde Dan-Foam ApS ile İnci Mobilya arasında imzalanan Münhasıran Dağıtım ve Lisans Anlaşması'nın 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan bireysel muafiyet koşullarının tümünü sağladığı anlaşılmıştır.

J. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

- 900 1- Yatsan Sünger ve Yatak Sanayi Ticaret Ltd. Şti.(Yatsan)'nin ve içinde bulunduğu ekonomik bütünlüğün dikey uygulamaları yoluyla alıcılarının yeniden satış fiyatını belirlemelerinin ve internet satışlarını yasaklamalarının 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesine aykırılık oluşturduğuna ve bu uygulamaların 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği ile sağlanan muafiyetten yararlanamadığına,
- 2- Söz konusu uygulamalara 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan koşulları karşılamaması nedeniyle bireysel muafiyet tanınamayacağına,
- 910 3- Ancak ihlalin dikey nitelikte olması, pazarın rekabetçi, büyüyen ve dinamik yapısı, Yatsan'ın önemli bir pazar gücüne sahip olmaması, rakiplerin pazardaki güçlü varlığı, ürünün niteliği ve ihlalin en fazla 4 ay gibi kısa bir süre ile sınırlı kalması ve bayilerin satış fiyatının izlenmemiş olması gibi unsurlar göz önünde bulundurulduğunda, Yatsan hakkında bu aşamada 4054 sayılı Kanun kapsamında soruşturma açılmasına gerek bulunmadığına,
- 920 4- Bununla birlikte, yeniden satış fiyatlarını belirlemeye ve internet satışlarını yasaklamaya yönelik uygulamalarının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında ihlal teşkil etmesi nedeniyle, iş bu kararın tebliğinden itibaren 60 gün içinde bahse konu uygulamalara son verilerek Rekabet Kurumuna tevsik edilmesi, aksi takdirde 4054 sayılı Kanun çerçevesinde haklarında işlem yapılacağı yönünde Yatsan Sünger ve Yatak Sanayi Ticaret Ltd. Şti.'ne aynı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca görüş bildirilmesi hususunda Başkanlığın görevlendirilmesine,
- 5- "Yetkili Bayilik Sözleşmesi" ile bayilere getirilen rekabet etmeme yükümlülüğünün süresinin 2002/2 sayılı Tebliğ'in 5. maddesinde öngörülen sürelerle uygun olarak düzenlenmesine,
- 930 6- İnci Mobilya Malzemeleri Sanayi ve Ticaret A.Ş. ile Dan-Foam ApS arasında yapılan "Münhasıran Dağıtım ve Lisans Anlaşması"na 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan koşulların tamamının karşılanması nedeniyle bireysel muafiyet tanınmasına

OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.