

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2007-3-187 (Muafiyet)
Karar Sayısı : 08-19/192-63
Karar Tarihi : 28.2.2008

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

10

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

B. RAPORTÖRLER: Kürşat ÜNLÜSOY, Alper KARAKURT

C. BİLDİRİMDE

BULUNAN

20

: Paşabahçe Cam Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Temsilcisi: Aydın ÖZTUNALI
Turan Güneş Bulvarı No: 63/1 Yıldız Çankaya Ankara

D. TARAFLAR

: Paşabahçe Cam Sanayi ve Ticaret A.Ş.
İş Kuleleri, Kule3 34330, 4.Levent İstanbul

Galeri Kristal A.Ş ve Diğer Paşabahçe Yetkili Satıcıları

E. DOSYA KONUSU: Paşabahçe Cam Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin cam ev eşyalarının dağıtımı için hazırlanan "Yetkili Satıcılık Sözleşmesi"ne muafiyet verilmesi talebi.

30

F. DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 12.12.2007 tarih ve 8191 sayı ile giren ve en son 18.2.2008 tarih ve 1086 sayı ile eksiklikleri tamamlanan bildirim üzerine, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. ve 5. maddeleri ile 2002/2 sayılı "Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği"nin ilgili hükümleri uyarınca yapılan inceleme sonucu düzenlenen 21.2.2008 tarih ve 2007-3-187/Öİ-08-KÜ sayılı Menfi Tespit/Muafiyet Ön İnceleme Raporu, 25.2.2008 tarih ve REK.0.07.00.00-130/32 sayılı Başkanlık Önergisi ile 08-19 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

40

G. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili Rapor'da;

- Paşabahçe markalı ürünlerin dağıtımına ilişkin "Paşabahçe Cam Sanayi ve Ticaret A.Ş. Yetkili Satıcılık Sözleşmesi"nin, 2002/2 sayılı Tebliği kapsamında olmadığı,
- Bununla birlikte anılan sözleşmelere, 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi uyarınca 2 yıl süreyle bireysel muafiyet verilmesinin uygun olacağı,

sonucuna ulaşıldığı ifade edilmiştir.

50

H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

H.1. Taraflar

H.1.1. Paşabahçe Cam Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Paşabahçe)

Paşabahçe, Şişecam Topluluğu (Şişecam) bünyesinde faaliyet gösteren bir şirkettir. Şişecam, cam ev eşyası, cam ambalaj, düzcamlar ve kimyasallar gruplarıyla camın tüm temel alanlarında ihtisaslaşmış durumdadır.

60 Topluluğun cam ev eşyası alanında faaliyet gösteren Paşabahçe, 1935 yılında üretime başlamış, 1955 yılında ise bugünkü otomatik üretim teknolojisinin ilk aşaması olarak kabul edilen makine üretimine geçmiştir. Paşabahçe, Türkiye’de soda camı ve ısıya dayanıklı otomatik cam ev eşyası üretimini Kırklareli, Mersin ve Eskişehir’deki fabrikalarında; soda camı ve kristal ürünlerin üretimini de Denizli fabrikasında gerçekleştirmektedir. Ayrıca Paşabahçe 2003 yılında Rusya Federasyonu’nda bir cam ev eşyası fabrikası satın almış, 2005 yılında da Bulgaristan’da bir otomatik cam ev eşyası fabrikası kurmuştur.

Paşabahçe’nin 2004-2006 yıllarına ilişkin toplam cirolarına Tablo 1’de yer verilmiştir.

70 Tablo 1: Paşabahçe’nin 2004-2006 Yılı Ciroları (YTL)

Yıllar	2004	2005	2006
Ciro (YTL)	(.....)	(.....)	(.....)

H.1.2. Galeri Kristal A.Ş. ve Diğer Paşabahçe Yetkili Satıcıları

Dosya konusu “Yetkili Satıcılık Sözleşmesi”ne örnek olarak başvuru ekinde sunulan sözleşme, cam ev eşyalarının dağıtım alanlarında faaliyet gösteren Galeri Kristal A.Ş. ile imzalanmıştır.

80 Galeri Kristal A.Ş. örneğinde olduğu gibi anılan sözleşmenin diğer tarafını oluşturan yetkili satıcılar da sözleşme konusu ürünlerin dağıtım alanlarında faaliyet göstermektedirler. Anılan teşebbüsler ağırlıklı olarak ev kesimi ve ikram kesimi olarak adlandırılan kullanıcı gruplarına satış yapan alıcılarla çalışmaktadırlar. Söz konusu alıcıların belli bir kesime odaklanması nedeniyle de yetkili satıcıların dağıtım konusunda farklı ürünlere yoğunlaştıkları görülmektedir.

H.2. İlgili Pazar

H.2.1. İlgili Ürün Pazarı

90 Cam ürünleri arasında ana gruplardan birini oluşturan cam ev eşyası pazarı, arz ve talep yönüyle farklı kategorilere ayrılmaktadır. Dosya mevcudu bilgi ve belgeden; sektörde arz açısından temel ayırım hammadde ve üretim teknolojisi açısından yapılırken, talep açısından ürün grupları ve bunları kullanan kesimleri esas alan bir ayrıma gidildiği anlaşılmıştır.

Bildirime konu olan sözleşme kapsamındaki ürünler, hammadde açısından soda camı (“Paşabahçe”, “Paşabahçe Service Line” ve “Denizli” markalı), borosilikat cam (“Borcam” markalı) ve kristalinden (“f&d” markalı) mamul ürünler olmak üzere temelde üç kategoride değerlendirilmektedir. Aynı ürünler üretim tekniği açısından ise el üretimi ve otomatik üretim olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Bir başka deyişle, eritme fırınlarında hazırlanan cam, ya el üretimi yapılan bölmelerden çeşitli el aletleri

100 aracılığıyla alınarak şekillendirilmekte ya da yaygın şekilde uygulanıldığı üzere otomatik üretim hatlarında çeşitli ev eşyası haline getirilmektedir. Otomatik üretimde belli başlı üretim süreçleri; pres, pres-üfleme, üfleme-üfleme, savurma (tabak ve kase üretiminde), ayaklı bardaklar (çekme ve takma ayaklı bardaklar), pres-üfleme gıda kabı süreçleri olarak sıralanmaktadır.

110 Temelde teknolojiler aynı olmasına karşın, dünyadaki firmalar arasındaki farklılıklar bu teknolojileri kullanma becerisinde ve bu teknolojilere destek veren yan teknolojilerin (elektronik sanayi, yazılım gibi) yeterliliğinde kendini göstermektedir. Dolayısıyla firmaların *know-how* birikimi ve buldukları ülkelerdeki yan teknoloji desteği büyük önem kazanmaktadır.

Sözleşme konusu ürünlerde yapılan diğer bir ayırım ise ürün gruplarını temel almaktadır. Buna göre ürünler; bardak, tabak, kulplu fincan/kupa, hediyelik/dekoratif eşya, saklama kabı/kavanoz, pişirme kapları gibi alt gruplara ayrılmaktadır.

120 Ayrıca, söz konusu ürünlerin nihai tüketici/kullanıcı bakımından “ev kesimi”, “ikram kesimi” ve “endüstri kesimi” olmak üzere üç ana kesime ayrıldığı görülmektedir. Ev kesimi hane kullanımı için bireylerin yaptıkları satın almaları kapsarken ikram kesimi hizmet sektöründeki tatil köyü, otel gibi konaklama; lokanta, kahvehane gibi tesislerin alımlarını kapsamaktadır. Endüstri kesimi ise cam ürünlerini bir yan ya da ara mal olarak kullanma amacıyla yapılan alımları kapsamaktadır.

130 Sözleşme kapsamındaki ürünler bakımından yukarıda yer verilen çeşitli ayrımlar esas alınarak dar pazar tanımları yapmak mümkün olmakla birlikte; her bir ürünün plastik, kağıt, porselen, seramik, metal, çelik, akrilik ve ahşap gibi malzemelerden yapılan alternatifleriyle olan ikame edilebilirliğini dikkate alarak daha geniş bir pazar tanımları yapmak da mümkündür. Ancak, dağıtım kanalları açısından ürünler arasında belirgin bir farklılığın olmaması dikkate alınarak, dosyanın niteliği bakımından ilgili ürün pazarı “cam ev eşyası pazarı” olarak ele alınmıştır.

H.2.2. İlgili Coğrafi Pazar

Sözleşme konusu ürünler bakımından satış, dağıtım ve pazarlama faaliyetlerine ilişkin şartların bölgesel bir farklılık göstermediği göz önüne alınarak, ilgili coğrafi pazar “Türkiye Cumhuriyeti” sınırları olarak kabul edilmiştir.

H.3.Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

H.3.1. Paşabahçe'nin Dağıtım Sistemi

140 Dosya mevcudu bilgilerden, Paşabahçe'nin yakın zamanda yapmış olduğu değerlendirmeler sonucunda dağıtım sistemini yeniden düzenleme kararına vardığı anlaşılmaktadır. Başvuruda, cam ev eşyası ürünlerinin dağıtım sisteminin yeniden düzenlenmesinde iki aşamalı bir planın öngörüldüğü; ilk aşamada süresi bir yıl olan dosya konusu “Yetkili Satıcılık Sözleşmesi”nin hazırlandığı ve daha kapsamlı değişiklikler içeren daha sonra yapılacak sözleşmenin hazırlıklarının sürdüğü ifade edilmektedir.

Paşabahçe'nin dağıtım sistemini “doğrudan dağıtım” ve “dolaylı/yetkili satıcılar aracılığıyla dağıtım” olmak üzere iki başlık altında incelemek mümkündür.

150

Doğrudan dağıtım, Paşabahçe'nin kendisi tarafından ev kesimi (ulusal zincir marketler, katlı mağazalar, ihtisas mağazaları, Paşabahçe mağazaları), ikram kesimi (bazı büyük zincir tesisler) ve endüstri kesimine (satışlarını artırma ya da sınıai kullanım amacıyla talepte bulunan büyük kuruluşlar) yönelik satışları kapsamaktadır.

160

Dolaylı dağıtımda ise yetkili satıcılar ev kesimi ve ikram kesimi olmak üzere iki ayrı kategoride değerlendirilmektedir. Ev kesimine yönelik satış yapan yetkili satıcılar daha çok standart ürünlerin dağıtımını üzerine yoğunlaşmışlardır. Bunlar ağırlıklı olarak züccaciye perakendecilere, yerel market zincirlerine, münferit marketler, pazarcılar ve ara toptancılara dağıtım yapmaktadırlar. Ayrıca bu tür yetkili satıcılardan bir kısmının yerel market zincirleri ve münferit marketlere yoğunlaştığı ve yapılanmalarını bu noktaların ihtiyaçlarına göre oluşturdukları görülmektedir. İkram kesimine yönelik satış yapanlar ise, üst sınıf ikram kesimi müşterilerinin masa üstü, mutfak gereçleri, tekstil ürünleri gibi ihtiyaçlarını tedarik konusunda uzmanlaşmış kuruluşlardır. Özellikle turistik tesislerin yoğun olduğu bölgelere ağırlık veren bu kuruluşlar, söz konusu tesislerin toplu satın almalarına teklif verecek alt yapı ve örgütlenmeye sahip bulunmaktadır.

H.3.2. Paşabahçe Yetkili Satıcılık Sözleşmesi

170

Paşabahçe markalı ürünlerin dağıtımına ilişkin "Paşabahçe Cam Sanayi ve Ticaret A.Ş. Yetkili Satıcılık Sözleşmesi"nin, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında değerlendirilmesi gereken maddelerine aşağıda yer verilmiştir:

- Yetkili Satıcılık Sözleşmesi'nin "Paşabahçe'ye Ayrılan Münhasır Müşteri Grubu" başlıklı 3.1. maddesindeki aşağıdaki hüküm ile, münhasır müşteri grubu tahsis edilmiş ve yeniden satıcıların bu müşteri grubuna yalnızca aktif satışları kısıtlanmıştır:

180

"Birden fazla ilde faaliyet gösteren süper, hipermarketler ve yapı marketler ile katlı ve ihtisas mağazaları, münhasıran Paşabahçe'nin müşteri grubunu oluşturmaktadır. XX, bu müşteri grubuna aktif satış faaliyetinde bulunamaz. Ancak müşterilerin kendi talebiyle gerçekleşen pasif satışlar bu hüküm kapsamında değildir ve engellenemez."

- Sözleşmede yukarıda yer verilen hüküm dışında münhasırlık içeren başkaca açık bir hüküm bulunmasa da, fiili münhasırlık yaratma potansiyeline sahip olan ve sözleşmenin en önemli unsurunu oluşturan prim sistemi, "Paşabahçe A.Ş. 2008 yılı Prim Sistemi" başlıklı sözleşme ekinde düzenlenmiştir.

190

Buna göre Paşabahçe'nin prim sistemi;

-Çay bardakları primi, genel ciro primi, destek primi, siparişe uyum primi, yerel, zincir insert primleri olmak üzere beş farklı prim kategorisinden oluşan bir sistemdir.

Bunlardan Çay Bardak Primi ve Genel Ciro Primi, ciro kademesine bağlı olarak artan oranda indirim esasına göre işlemektedir. Destek Primi ve Siparişe Uyum Primleri, belirli koşulların karşılanması halinde verilen sabit bir nispi (yüzdesel) indirim esasına dayalıdır. Yerel, Zincir İntert Primi, sabit ve mutlak bir indirimdir.

200 H.3.3. Grup Muafiyeti Değerlendirmesi

Yetkili Satıcılar ile imzalanan Yetkili Satıcılık Sözleşmesi, prim sistemi ile birlikte ele alındığında, esas olarak yetkili satıcıların çeşitli ürünleri Paşabahçe'den alım koşullarını ve söz konusu ilişkinin hangi koşullarda yürüyeceğini düzenlemektedir. Yetkili satıcılar ise, Paşabahçe ürünlerinin dağıtımını yapan teşebbüslerdir. Dolayısıyla, söz konusu düzenleme ile bir yeniden satıcılık ilişkisi kurulmakta olup, rekabet hukuku kapsamında bir dikey anlaşma mevcuttur. Bu bakımdan, söz konusu sözleşmenin, öncelikle grup muafiyeti kapsamında olup olmadığının değerlendirilmesi gerekmektedir.

210 2007/2 sayılı Tebliğ ile değişik 2002/2 Sayılı Tebliğ'in Kapsam başlıklı ikinci maddesinde; *"Bu Tebliğ ile sağlanan muafiyet, sağlayıcının dikey anlaşma konusu mal veya hizmetleri sağladığı ilgili pazardaki pazar payının %40'ı aşmaması durumunda uygulanır."* hükmü yer almaktadır. Bu açıdan öncelikle Paşabahçe'nin ilgili pazardaki pazar payının tespiti önem kazanmaktadır. Dosya mevcudu bilgi ve belgeden Paşabahçe'nin satış değeri cinsinden 2004, 2005 ve 2006 yıllarına göre tahmini pazar payları sırasıyla % (...), % (...) ve % (...); Paşabahçe'nin adet cinsinden hesaplanan 2004, 2005 ve 2006 yıllarına göre tahmini pazar payları ise sırasıyla % (...), % (...) ve % (...) olduğu anlaşılmıştır.

220 Yukarıda, Paşabahçe'nin kendisi tarafından tahmin edilen pazar payı rakamlarına bakıldığında, ister ciro temel alınsın ister adet cinsinden hesaplınsın, tüm durumlarda Paşabahçe'nin ilgili ürün pazarında sahip olduğu pazar payı, 2002/2 sayılı Tebliğ'de yer verilen %40'lık eşiğin üzerindedir. Bu yönüyle, bildirim konusu anlaşmanın Grup Muafiyeti Tebliği'nin sağladığı muafiyetten yararlanma olanağı yoktur.

H.3.4. Bireysel Muafiyet Değerlendirmesi

230 Kanun'un 5. maddesinde, belirtilen şartların tamamının varlığı halinde teşebbüsler arası anlaşma, uyumlu eylem ve teşebbüs birliği kararlarının 4. madde hükümlerinin uygulanmasından muaf tutulmasına karar verilebilir denilmekte ve söz konusu şartlar aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:

- a) Malların üretim veya dağıtımını ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması,
- b) Tüketicinin bundan yarar sağlaması,
- c) İlgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması,
- d) Rekabetin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlanmaması.

240 **H.3.4.1. Malların üretim veya dağıtımını ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması:** Burada dikkat edilmesi gereken ilk husus bir anlaşma, uyumlu eylem veya teşebbüs birliği kararının muafiyet alabilmesi için yararlı etkiler doğurması gerekliliğidir. Muafiyet değerlendirmesinde önemli olan, üretim veya dağıtımda iyileşme ile ekonomik ve teknik gelişme gibi yararlı etkilerden sadece işlemin taraflarının faydalanması değil, bu yararların rekabeti sınırlayıcı işlemin 4. maddenin uygulanmasından muaf tutulmasını gerektirecek kadar büyük olmasıdır.

250

Bildirim Formunda; Paşabahçe'nin üretim, dağıtım ve stok gibi faaliyetlerini, sahip olduğu otomasyon sistemleri ile düzenlediği, cam ev eşyası üretiminde ölçek ve etkinliğin maliyet bakımından çok önemli olduğu, yapılan üretimin stok ve satış istatistiklerine göre programının yapılmasının gerektiği, bu nedenle her yıl, bir sonraki yıla ilişkin talep topladıkları ve bu çerçevede üretim planlaması yaptıkları belirtilmektedir.

260

Bu çerçevede oluşturulan prim sisteminde, temel olarak dört unsura göre prim verilmesi öngörülmektedir. Bu unsurlar ciro, ürün karışımı, siparişe uyum ve yerel market reklamlarına katılım olarak belirlenmiştir.

Ciro primi, çay bardağı ve genel ciroya göre iki grup altında verilmektedir. Her iki grup için kademeler oluşturulmuştur. Böylece daha fazla alım yapan yetkili satıcı, daha fazla prim olarak alım maliyetini azaltabilmektedir.

270

Karışım destek primi, bazı ürünlerin, toplam alımlar içinde belli oranlara ulaşması halinde verilmektedir. Belirlenen ürünler, Paşabahçe'nin üretim planı içindeki oranlara tekabül etmektedir. Ayrıca karışım destek primine konu olan beş ürün grubu birbirinden bağımsızdır. Yetkili satıcıların bu ürün gruplarından birinde öngörülen orana ulaşamamaları, diğer ürünlerde herhangi bir prim kaybına yol açmamaktadır.

Yine Bildirim Formunda, geçmiş dönemde alıcılar tarafından beyan edilen, ancak sonrasında satın alınmayan ürünlerin, Paşabahçe için ciddi maliyet unsurları oluşturduğu belirtilmiştir. Bunun önüne geçmek için tasarlanan siparişe uyum primi ise, yetkili satıcı tarafından beyan edilen ürünlerin alımının gerçekleşmesini teşvik etme amaçlıdır.

280

Son olarak tasarlanan yerel – zincir market katılım primi, özellikle çalışma işleyişi bakımından yerel –zincir marketlere hitap eden toptancı kanalının, bu marketler tarafından hazırlanan insertlere katılımını teşvik etmektedir. Söz konusu insertlere katılım, hem dağıtıcıların satışlarının artmasını ve aynı zamanda Paşabahçe ürünlerinin reklamının yapılmasını da sağlamaktadır.

Dolaylı münhasırlık doğurma potansiyeli yönüyle rekabeti kısıtlayabilecek olan prim sisteminin, aynı zamanda dağıtım sisteminin iyileştirilmesi sonucunu da doğuracağı kanaatine varılmıştır.

290

H.3.4.2. Tüketicinin bundan yarar sağlaması: İkinci olarak, rekabeti sınırlayıcı işlem den tüketicinin yarar sağlaması gerekmektedir. Burada yarar kavramı oldukça sübjektif olsa da, nihai satış fiyatında düşüş, kalite artışı, servis kolaylıkları gibi kimi iyileşmeler ile (a) bendinde bahsedilen gelişmelerin tüketiciye yansıtıldığı söylenebilir.

Yukarıda açıklanan prim sisteminin ve aktif satış kısıtlamasının üretim, dağıtım ve stok maliyetlerinde bir iyileşme sağlayacağı açıktır. Uygulamaya konulan sözleşme, tüketiciye daha iyi hizmet sunulabilmesi imkanını sağlayacağı gibi maliyet kalemlerindeki iyileşmenin, prim sistemi yoluyla nihai tüketiciye yansması da muhtemeldir.

H.3.4.3. İlgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması:

300 Üçüncü olarak, muafiyet kapsamında değerlendirilmesi istenen anlaşma, uyumlu eylem veya kararın neden olduğu rekabet sınırlaması ilgili pazarda rekabeti önemli ölçüde ortadan kaldırmamalıdır. İşleme ilgili tarafların pazar payları yüksekse işlem sonucunda ilgili pazarın önemli bir bölümünde rekabetin sınırlanması ihtimali büyük olmaktadır.

310 Bu noktada değerlendirilmesi gereken husus, ticaretin seviyesidir. Sözleşme metninden, bildirim konu yetkili satıcılık sözleşmesinin diğer tarafının, yeniden satıcı olarak nitelendirilen dağıtıcı olduğu anlaşılmaktadır. Ancak söz konusu dağıtıcının toptan seviyede mi yoksa perakende seviyede mi faaliyet göstereceği sözleşmede net bir şekilde belirtilmemiştir. Paşabahçe yetkilileri ile yapılan toplantıda, söz konusu sözleşmenin toptancı seviyesinde faaliyet gösteren 80 adet yeniden satıcı ile imzalandığı ve bu seviyede faaliyet gösteren tüm Türkiye’de irili ufaklı 400 kadar toptancının olduğu belirtilmiştir. Bu yönüyle hali hazırdaki uygulamaya bakıldığında, sözleşmenin yalnızca toptan seviyesinde sınırlı bir etki doğurduğu anlaşılmaktadır.

320 Muafiyetin bu koşulu ile ilintili olarak belirtilmesi gereken diğer önemli nokta prim sisteminin olası etkileridir. Sözleşmelerin düzenlediği prim sisteminin yeni hayata geçirilmiş olması nedeniyle, piyasaya olası etkilerinin analizi önem kazanmaktadır. Bu bağlamda Paşabahçe rakiplerine, Paşabahçe dağıtıcılarına ve Paşabahçe dağıtıcısı olmamakla birlikte piyasada cam ev eşyası dağıtım işi ile iştigal eden diğer dağıtıcılara bilgi isteme yazıları gönderilerek, piyasadaki bilgi toplanmıştır. Alınan cevaplardan, uygulamaya konan yeni prim sisteminin, Paşabahçe’nin satışlarını arttıracak sonuca çıkmaktadır. Diğer taraftan, yine piyasadaki toplanan bilgilere göre, yeni prim sisteminin, piyasadaki rekabetçi yapıyı bozucu önemli bir etki doğuracağı yönünde bir tepki alınmamıştır. Bununla birlikte piyasanın da sözleşmenin tam olarak olası etkilerini öngörmekte yeterli bilgi sağlayamadığı görülmektedir. Bu doğrultuda, yeni uygulamaya konan prim sisteminin ortaya çıkaracağı kısa vadeli etkilerin belirmesi ile birlikte, sözleşmelerin rekabetçi etkilerine ilişkin net bir değerlendirme yapılması yerinde olacaktır. Yetkili dağıtıcıların takip eden 2 yıllık satış rakamlarına bakılarak, sözleşmelerin rekabetçi etkilerinin analizi mümkün olacaktır. Nitekim bu

330 süre zarfında, sözleşme ile bağitlanan dağıtıcı sayısı da ortaya çıkacaktır.

H.3.4.4. Rekabetin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlanmaması: Dördüncü ve son şart ise işlemde kaynaklanan yararların elde edilmesi için pazardaki rekabetin gereğinden fazla sınırlandırılmamasıdır.

340 Yetkili satıcılık sözleşmesinin “Paşabahçe’ye Ayrılan Münhasır Müşteri Grubu” başlıklı 3.1. maddesindeki hüküm ile, münhasır müşteri grubu tahsis edilmiş ve yeniden satıcıların bu müşteri grubuna yalnızca aktif satışları kısıtlanmıştır. Hükümde yer alan “Ancak müşterilerin kendi talebiyle gerçekleşen pasif satışlar bu hüküm kapsamında değildir ve engellenemez.” cümlesi uyarınca dağıtıcıların pasif satış hakkı garanti altına alınmıştır. Bu yönüyle söz konusu hüküm açısından, muafiyet koşullarından (a) ve (b) bentlerinde sayılan amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla bir rekabet kısıtlaması getirilmemiştir.

Bu başlık altında değerlendirilmesi gereken bir diğer kısıtlama “karışım destek primi”dir. Bazı ürünlerin, toplam alımlar içinde belli oranlara ulaşması halinde verilen

350 bu prim türü, teorik olarak, bağlama anlaşması sonuçlarını doğuracak şekilde uygulanabilir niteliktedir. Paşabahçe Satış Şartları başlıklı sözleşme ekinde, beş ürün için ayrı ayrı belirlenen satış cirolarının her birinin bağımsız olduğu ve teşebbüs bu beş ürün kaleminden hangisini karşılarsa, ona tekabül eden primi alacağı belirtilmiştir. Aksi bir düzenleme, yani prime hak kazanmak için beş üründe birden ciro şartının karşılanması gerektiği şeklinde bir düzenleme, bağlama anlaşması etkisi doğurmak suretiyle rekabeti zorunlu olandan fazla sınırlandırılması sonucunu doğurabilecektir. Bu yönde bir durumun olmaması dikkate alınarak bu koşulun da sağlandığı kanaatine varılmıştır.

I. SONUÇ

360

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

1. Dosya konusu sözleşmelerin, 2002/2 sayılı “Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği” kapsamında grup muafiyetinden yararlanamayacağına,

2. 4054 sayılı Kanun’un 5. maddesinin ikinci fıkrası çerçevesinde sözleşmelere 2 yıl süreyle bireysel muafiyet tanınmasına,

OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.