

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2009-3-224 (Önaraştırma)
Karar Sayısı : 10-21/273-101
Karar Tarihi : 4.3.2010

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, Murat ÇETİNKAYA, Reşit GÜRPINAR

B. RAPORTÖRLER: Ümit GÖRGÜLÜ, İmren SEYRANTEPE

C. BAŞVURUDA

20

BULUNAN :
.....

D. HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA YAPILAN:

Desa Deri Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Halkalı Cad. No: 208 34620 Sefaköy/İstanbul

Boyner Büyük Mağazacılık A.Ş.
Büyükdere Cad. Noramin İş Merkezi No:237
34398 Maslak/İstanbul

30

Samsonite Seyahat Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.
Eski Büyükdere Cad. No:47 MED Marine Plaza Kat:8/9
Maslak/İstanbul

E. DOSYA KONUSU: Desa Deri Sanayi ve Ticaret A.Ş. ve Boyner Büyük Mağazacılık A.Ş.'ye ait mağazalarda Samsonite markalı ürünlerin aynı fiyata satıldığı ve söz konusu fiyatların aynı ürünün yurtdışındaki fiyatlarına kıyasla oldukça yüksek olduğu iddiası.

40

F. İDDİALARIN ÖZETİ: Başvuruda özetle, Desa Deri Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Desa) ve Boyner Büyük Mağazacılık A.Ş. (Boyner)'ye ait mağazalarda Samsonite markalı ürünlerin aynı fiyata satıldığı ve söz konusu fiyatların aynı ürünün yurtdışındaki fiyatlarına kıyasla oldukça yüksek olduğu belirtilerek Desa'nın hakim durumunu kötüye kullandığı iddiasında bulunulmakta ve gereğinin yapılması talep edilmektedir.

50

G. DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 19.10.2009 tarih ve 7483 sayı ile giren başvuru üzerine hazırlanan 11.12.2009 tarih ve 2009-3-224/İİ-09-ÜG sayılı İlk İnceleme Raporu Rekabet Kurulu'nun 23.12.2009 tarih ve 09-60/1465-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 23.2.2010 tarih ve 2009-3-224/ÖA-10-ÜG sayılı Öneri Raporu 25.2.2010 tarih ve REK.0.07.00.00-110/70 sayılı Başkanlık önergesi ile 10-21 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili Raporda;

- Şikayet konusu iddialar bakımından Desa Deri Sanayi ve Ticaret A.Ş., Boyner Büyük Mağazacılık A.Ş. ve Samsonite Seyahat Ürünleri San. ve Tic. A.Ş. hakkında 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığı,
- 60 - Bununla birlikte Samsonite Seyahat Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.'ye alıcılarına bildirdiği fiyatların tavsiye edilen azami satış fiyatı niteliğinde olduğunun algılanmasını sağlamaya yönelik gerekli tedbirleri alması hususunda görüş bildirilmesinin uygun olacağı sonuç ve kanaatine ulaşıldığı ifade edilmiştir.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. Şikayete Edilen Taraflar

70 I.1.1. Desa Deri Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Desa)

1972 yılında kurulan Desa, ham deri işlenmesi, tabaklanması, kürk yapımı, deri mobilya, deri aksesuar, deri konfeksiyon, deri ayakkabı, deri kimyasal ürünleri ve seyahat ürünleri üretimi, ihracatı, satış ve pazarlaması faaliyetlerinde bulunmaktadır. Desa'nın Türkiye çapında 66, yurtdışında 2 adet mağazası mevcuttur. Hisselerinin %30'u halka açık olan Desa Melih Çelet ve Çelet Ailesi tarafından kontrol edilmektedir.

80 Desa, Samsonite Europe NV ile 1.4.1986 tarihinde imzalanan distribütörlük sözleşmesi kapsamında Samsonite markalı valizlerin, seyahat çantalarının ve aksesuarların Türkiye distribütörü olarak faaliyet göstermekte iken 1.10.2007 tarihinde anılan sözleşme taraflarca feshedilmiş ve bu tarihten itibaren Samsonite markalı ürünlerin satış ve pazarlaması faaliyeti Samsonite Seyahat Ürünleri San. ve Tic. A.Ş. (Samsonite Türkiye) tarafından yürütülmeye başlanmıştır. Dolayısıyla Desa'nın Samsonite markalı ürünlerin Türkiye'deki dağıtıcısı olma durumu 1.10.2007 tarihinden itibaren son bulmuş, söz konusu ürünlerin alıcısı konumuna geçmiştir.

I.1.2. Boyner Büyük Mağazacılık A.Ş. (Boyner)

90 Boyner, Türkiye'nin birçok ilinde bulunan çok bölümlü mağazalarında kadın, erkek, çocuk, genç giyim, spor giyim, ayakkabı&aksesuar, kozmetik ve ev eşyası kategorilerine ait yerli ve yabancı markalı ürünlerin satışını gerçekleştiren perakende firmasıdır. Boyner'in ortaklık yapısına Tablo 1'de yer verilmiştir.

Tablo 1 – Boyner'in Ortaklık Yapısı

Hissedar	Hisse Oranı (%)
Altınyıldız Mensucat ve Konfeksiyon Fabrikaları A.Ş.	8,15
Boyner Holding A.Ş.	21,83
Fennella S.A.R.L.	30,05
Halka Arz	39,90
Diğer	0,07

TOPLAM	100,00
--------	--------

I.1.3. Samsonite Seyahat Ürünleri San. ve Tic. A.Ş. (Samsonite Türkiye)

100 Halihazırda incelemeye konu ürünlerin (valizler, bond çantalar, evrak çantaları, makyaj çantaları, elbise çantaları, bilgisayar çantaları, sırt çantaları) Türkiye'deki münhasır dağıtıcısı Samsonite Türkiye'dir.

Samsonite Türkiye, Samsonite Europe NV'nin kontrolünde faaliyet göstermekte olup hisselerinin %60'ı Samsonite Europe NV'ye, %39,99'u Desa'ya, kalan %0,01'lik bölümü ise Çelet Ailesi'ne aittir. Samsonite Europe NV, seyahat ürünleri alanında faaliyet gösteren Belçika menşeli bir firma olup Türkiye'nin de dahil olduğu çok sayıda ülkede Samsonite marka seyahat ürünleri ve aksesuarlarının satışını gerçekleştirmektedir. Samsonite Türkiye'nin yönetim kurulu üyeleri; Melih Çelet, Fabio Rugarlı, Timothy Parker ve John Haney'den oluşmaktadır.

110

I.2. İlgili Pazar

I.2.1. Sektöre İlişkin Genel Bilgiler

Samsonite Türkiye'nin faaliyeti genel olarak valiz, evrak çantası gibi ürünlerin satış ve pazarlamasına ilişkindir. Bu ürün grupları genel olarak deri ve deri ürünleri sektörünün bir parçası olan saraciye sektörü içerisinde yer almaktadır.

120

Deri sanayi; deri ve kürk giyim, ayakkabı, saraciye ve deri işleme olmak üzere dört alt sektörden oluşmaktadır. Saraciye sektörü, çanta, valiz, cüzdan, kemer gibi farklı ürün gruplarını içermektedir. Sektörünün büyük çoğunluğunu küçük ve orta ölçekli işletmeler oluşturmaktadır. Saraciye sektöründe en önemli üretim merkezleri İstanbul'un Eminönü ilçesinde bulunan Mercan, Gedikpaşa ve Laleli'dir. Bu bölgeler aynı zamanda çok sayıda fabrika satış mağazasının bulunduğu toptan satış merkezleridir. Saraciye sektörü içerisinde yer alan el çantası, cüzdan ve valiz gibi ürünler oldukça geniş bir fiyat yelpazesine sahiptir. Söz konusu ürünler Desa'nın da aralarında bulunduğu Hotiç, Matraş, Divarese, Derimod, İnci, BETA, Kemal Tanca, TOGO, Tergan, Gön Deri, Nine West, Benetton, Delsey, Pierre Cardin, Vakko gibi yerli ve yabancı çok sayıda marka ile pazara sunulmaktadır.

130

Sektörde önemli miktarda ithalat ve ihracat da gerçekleştirilmektedir. Kaliteli ürün sınıfında İtalya ve İspanya'dan, orta ve düşük kaliteli ürün sınıfında ise Çin, Brezilya, Güney Kore ve Hindistan gibi ülkelerden ithal edilen ürünler bulunmakta olup özellikle Çin ve Hindistan'dan gelen ucuz ürünler iç pazardaki rekabet üzerinde etkili olmaktadır.

Yukarıdaki verilerden hareketle, Türkiye'de saraciye sektöründe çok sayıda oyuncunun yer aldığı, ithal ürünlerin baskısının yoğun şekilde hissedildiği ve rekabetçi bir yapının bulunduğu söylemek mümkündür.

140

I.2.2. İlgili Ürün Pazarı

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.

150 İncelemeye konu Samsonite markalı ürünler başta valiz olmak üzere evrak çantaları, makyaj çantaları, elbise çantaları ve bilgisayar çantaları olarak sayılabilir. Temelde seyahat sırasında kullanılan ve bu yönüyle günlük kullanıma yönelik çantalardan farklılaşan bu ürünler, seyahat ürünleri olarak nitelendirilebilir. Seyahat ürünleri alışveriş merkezlerine bulunan giyim, ayakkabı, çanta satışı yapılan mağazalarda, çok departmanlı mağazalarda, sadece bu ürünlerin satışında uzmanlaşmış mağazalarda ya da perakende zincirlerinde satılabilmektedir. Pazarda aynı zamanda önemli miktarda ithalat gerçekleştirilmektedir. Çin, Brezilya, Güney Kore gibi ülkelerden ithal edilen uygun fiyatlı ürünlerin yaygın olarak satıldığı pazara teşebbüsler özellikle ithalat yoluyla kolayca girebilmektedir. Pazarda oldukça geniş fiyat yelpazesine sahip çok sayıda üretici ya da ithalatçı faaliyet göstermektedir. Söz konusu ürünlerin her birinin ayrı birer ilgili ürün pazarı olarak ele alınabilmesi de 160 mümkün olmakla birlikte, seyahate yönelik kullanım amacına sahip olma, arz ikamesinin kolaylığı ve pazardaki oyuncuların söz konusu ürün gruplarından birçoğunda aynı anda faal olmaları dikkate alınarak ilgili ürün pazarı bu dosya özelinde, tüm bu ürünleri kapsayacak şekilde “seyahat ürünleri” olarak belirlenmiştir.

170 I.2.3. İlgili Coğrafi Pazar

İncelemeye konu seyahat ürünleri satışlarının tüm Türkiye çapında gerçekleştirilmesi ve bölgeler arasında rekabet koşulları bakımından belirgin farklılıkların olmaması nedenleriyle ilgili coğrafi pazar “Türkiye” olarak tespit edilmiştir.

170 I.3. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

I.3.1. Samsonite Markalı Ürünlerin Satış Yöntemi ve Fiyatlarına İlişkin Tespitler

Önaraştırma kapsamında Desa ve Boyner’in merkez ofislerinde yapılan yerinde incelemelerde şikayette yer alan fiyat birliği iddiasına ilişkin olarak iki teşebbüs arasında herhangi bir işbirliğinin varlığına yönelik bilgi ya da belge bulunmamıştır. Bununla birlikte Desa ve Boyner’in perakende satış fiyatı listeleri karşılaştırıldığında ürün gamları farklılık arz etmekle birlikte her iki mağazada satılan neredeyse tüm ürünlerin etiket fiyatlarının aynı olduğu görülmüştür.

Her ne kadar şikayet edilen taraflar Desa ve Boyner olsa da, perakende satış fiyatlarında görülen benzerliklerin kaynağının bu iki teşebbüs arası bir işbirliği olmadığı kanaati oluştuktan sonra, her iki teşebbüse Samsonite markalı ürünleri sağlayan Samsonite Türkiye’nin dikey fiyat tespitine yönelik bir eylemde bulunup bulunmadığının sorgulanması gereği doğmuştur. Bu doğrultuda Samsonite Türkiye’de de yerinde inceleme yapılmak istenmiş ancak, şirketin 2009 yılı sonu itibarıyla Türkiye’deki ofisinin geçici olarak kapatılması ve çalışanlarının tasfiye edilmesi nedeniyle söz konusu şirkette yerinde inceleme yapılamamıştır¹. Bununla birlikte Desa’da yapılan yerinde inceleme esnasında Türkiye’de bulunan Samsonite

¹ Ticari sır

Ticari sır

.....

Türkiye Yönetim Kurulu Üyesi ve Genel Müdürü John Haney ile görüşme yapma imkanı bulunmuştur.

I.3.1.1. Samsonite Markalı Ürünlerin Satış Kanalları

200 Samsonite markalı ürünlerin satışının gerçekleştirildiği kanallar esas olarak 1) Samsonite Türkiye'ye ait Samsonite mağazaları 2) Desa mağazaları, 3) Boyner mağazaları ve 4) Diğer alıcılar olarak sıralanabilir. Bunlara ek olarak Samsonite markalı ürünler paralel ithalat yoluyla, belirli iş hanlarında faaliyet gösteren teşebbüslerce ve internet üzerinden satış yapan alışveriş mağazalarında da satışa sunulabilmektedir. Samsonite Türkiye'nin satış yaptığı kanallara göre 2008 yılı satış dağılımına Tablo 2'de yer verilmiştir.

Tablo 2 – Samsonite Türkiye'nin Kanallara Göre 2008 yılı Satışları

Kanallar	Satışlar (TL)	%
Samsonite Mağazaları		
Desa Mağazaları		
Boyner Mağazaları		
Diğer		
TOPLAM		

I.3.1.1.1. Samsonite Türkiye'ye Ait Samsonite Mağazaları

210 Samsonite mağazaları münhasıran Samsonite markalı ürünlerin perakende satışının yapıldığı mağazalardır. Bu mağazalar alışveriş merkezlerinde ya da havalimanlarında konumlanmış ve belirli tipte dekore edilmiştir. Yukarıdaki tablodan da görüleceği üzere Samsonite Türkiye'nin satışlarının yaklaşık yarısı bu mağazalar üzerinden gerçekleşmektedir. İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa ve Muğla'da bulunan mağazaların sayısı 9'dur. Bu mağazalar Samsonite Türkiye tarafından işletilmekte olduğundan Samsonite Türkiye ile aynı ekonomik bütünlük içerisinde yer almaktadırlar.

I.3.1.1.2. Desa Mağazaları

220 Desa'nın Ankara, Adana, Antalya, Aydın, Balıkesir, Bursa, Çorlu, Denizli Eskişehir, Gaziantep, İstanbul, İzmir, İzmit, Kayseri, Konya ve Mersin'de mağazaları mevcuttur. Bu mağazalarda kendi ürettiği deri ürünlerinin yanı sıra Samsonite markalı seyahat ürünlerinin de satışını yapmaktadır. Ayrıca Desa tarafından işletilen iki adet Samsonite unvanlı mağaza mevcuttur.

Tablo 2'den de görüldüğü üzere Samsonite Türkiye'nin gerçekleştirdiği satışların kendi mağazalarından sonra büyük çoğunluğu Desa kanalıyla gerçekleşmektedir. Samsonite Türkiye'nin 2008 yılı toplam satışlarının % ...'i Desa vasıtası ile yapılmıştır. Desa yetkilileri tarafından Samsonite Türkiye ile aralarında alım satım ilişkisini düzenleyen herhangi bir sözleşme bulunmadığı ifade edilmiştir.

230 Desa'da yapılan yerinde incelemede, Samsonite Türkiye'nin eski çalışanları Tuba Nazlı Birinci, Seila Mizrahi ya da Emre Hancıoğlu tarafından Desa çalışanı Arda Akçakoca'ya düzenli olarak incelemeye konu ürünlerin perakende satış fiyatları ve hangi ürünlerde ne oranda indirim gerçekleştirileceğine ilişkin bilgileri içeren elektronik postalar gönderildiği anlaşılmıştır. Bazı yazışmalarda Samsonite Türkiye çalışanı tarafından kendi mağazalarına gönderilen fiyat ya da indirimle ilişkin talimatları veya perakende satış fiyatı listelerini içeren elektronik postaların, "Bilgi" kısmına eklenerek Arda Akçakoca'ya da gönderilmekte olduğu gözlemlenmiştir.

Samsonite çalışanı Tuba Nazlı Birinci tarafından gönderilen elektronik postaların ekinde yer alan perakende satış fiyatı listelerinde tavsiye veya azami satış fiyatı gibi bir ibare bulunmamaktadır.

240

Bazı elektronik postalarda ise Desa çalışanının, Samsonite Türkiye çalışanından ürünlerin perakende satış fiyatları ve indirimler hakkında bilgi talep etmekte olduğu görülmektedir.

Öte yandan Desa'nın kendi iradesiyle uyguladığı birtakım indirimlerin de mevcut olduğu ve Samsonite Türkiye çalışanı tarafından bu indirimlerin takip edildiği de dosya mevcudunda yer alan elektronik postalardan anlaşılmaktadır.

250

Ayrıca, Desa Yönetim Kurulu Başkanı ve Samsonite Türkiye Yönetim Kurulu üyesi Melih Çelet ile 27.1.2010 tarihinde yapılan görüşmede Melih Çelet;

- Samsonite Türkiye'nin herhangi bir şekilde Desa'nın yeniden satış fiyatını tespit etmediğini,
- Elektronik postalarda yer alan fiyatları tavsiye edilen satış fiyatları olarak algıladıklarını ve
- Desa'nın indirim yapma ihtiyacı duyduğunda diğer Samsonite satıcılarının tepkisine aldırış etmeden istediği indirim her zaman yapabildiğini ifade etmiştir.

260

Buna ek olarak Samsonite Türkiye Genel Müdürü John Haney ise; aynı tarihli görüşmede;

- Samsonite Türkiye'nin, müşterilerine gönderdiği fiyat listelerinin, tavsiye edilen yeniden satış fiyatlarını ifade etmekte olduğunu,
- Söz konusu fiyatların sadece tavsiye fiyatı ifade etmesi ve herhangi bir şekilde yeniden satış fiyatının tespiti anlamına gelmemesinin Samsonite Europe N.V.'nin faaliyet gösterdiği tüm ülkelerde özen gösterdiği bir husus olduğunu belirtmiştir.

270

Dolayısıyla, her ne kadar Desa ve Samsonite Türkiye yetkilileri ifadelerinde, elektronik posta yoluyla gönderilen perakende satış fiyatlarının tavsiye niteliğinde olduğunu ve bu fiyatlara tam olarak uyulmadığını belirtse de yerinde incelemeler esnasında elde edilen perakende satış fiyatı listeleri Desa'nın genel olarak bu fiyatlara uyduğunu göstermektedir. Ayrıca Desa ve Samsonite Türkiye çalışanları arasındaki elektronik postalardan da Desa tarafından Samsonite mağazalarında uygulanan perakende satış fiyatlarının ve indirimlerin düzenli olarak takip edildiği ve bunlara uyulmaya çalışıldığı anlaşılmaktadır. Samsonite Türkiye'nin de Desa'daki indirimlerden haberdar olmaya çalıştığı gözlemlenmiştir.

I.3.1.1.3. Boyner Mağazaları

280

.Boyner'in çeşitli illerde 29 adet çok katlı mağazası ve tek kategoriden oluşan 12 adet konsept mağazası bulunmaktadır. Boyner mağazalarında gerçekleştirilen satışlar 2008 yılı verilerine göre Samsonite Türkiye'nin satışlarının %..'ünü oluşturmaktadır.

Boyner'de yapılan yerinde incelemede, Samsonite Türkiye'nin eski çalışanı Doğan Tarhan tarafından Boyner çalışanları Demet Eren ve Tamer Gürler'e incelemeye konu ürünlerin perakende satış fiyatları ile hangi ürünlerde ne oranda indirim olacağı

ve gerçekleştirilme tarihine ilişkin bilgilerin ve bu fiyatların ya da indirimlerin sisteme tanıtılmasına yönelik talimatların düzenli olarak elektronik posta ile gönderildiği anlaşılmıştır.

290 Öte yandan yerinde inceleme sırasında elde edilen bir yazışmada ise, Boyner çalışanı Desa'daki indirimlerin benzerlerini Boyner mağazalarında da uygulanmasını Samsonite Türkiye'den talep etmektedir:

Nitekim bazı yazışmalardan da, "Turkcell indrimi" ya da kredi kartı indirimleri gibi indirimlerin Boyner ve Samsonite Türkiye arasında paylaşılabilirdiği, zaman zaman da Samsonite Türkiye'nin bu indirimlere katkı sağlamayı reddedebildiği anlaşılmaktadır.

300 Dosya mevcudundan, Samsonite Türkiye ile Boyner arasındaki alım satım ilişkisinin "Konsinye Satış Sözleşmesi" ve "Konsinye Satılma Sözleşmesi" ile düzenlendiği anlaşılmıştır. Raportörlerce Boyner Ayakkabı Grubu Kategori Müdürü Demet Eren ile yapılan 28.1.2010 tarihli görüşmeden, konsinye yönteme ilişkin olarak;

- Samsonite Türkiye ile Boyner'in ortaklaşa belirlediği bir ürün gamının Boyner mağazalarına sevkinin Samsonite Türkiye tarafından yapıldığı, her türlü depolama ve lojistik maliyetini de Samsonite Türkiye'nin üstlendiği,

- Ürünlerin Boyner tarafından emanetçi gibi alındığı ve malın mülkiyetinin Boyner'e değil, Samsonite Türkiye'ye ait olduğu,

310 - Ürünler satıldıkça Samsonite Türkiye'nin satılan ürünlere ait maliyeti Boyner'e faturalamakta olduğu, Boyner'in stok riskini üzerine almadığı,

- Ürünün perakende satış fiyatının temelde Samsonite Türkiye tarafından belirlenmekte olduğu, verilen fiyata göre o ürünü satıp satmama kararının Boyner'e ait olduğu,

320 - Boyner'in "Anahtar Kart" uygulaması çerçevesinde müşteriye özel olarak yapılan indirimler dışında Samsonite markalı ürünlerdeki indirimlerin zaman ve oranlarının da temelde Samsonite Türkiye tarafından belirlendiğinin ifade edildiği anlaşılmıştır.

Boyner mağazalarında satılan Samsonite markalı ürünlerin satış fiyatı Samsonite Türkiye tarafından "konsinye satış yöntemi" yoluyla belirlenmektedir.

I.3.1.1.4. Diğer Alıcılar

330 Samsonite Türkiye, Desa ve Boyner haricinde, çeşitli firmalara herhangi bir sözleşmeye dayanmaksızın, sınırlı düzeyde toptan satış yapmaktadır. 2008 yılında bu firmaların sayısı yüksek iken 2009 yılında Samsonite Türkiye'nin bulunurluğunu önemli derecede azalttığı, söz konusu firmaların birçoğuna 2009 yılı içerisinde ürün satmadığı anlaşılmıştır. Dolayısıyla 2008 yılı için bu kanalın Samsonite Türkiye'nin satışları içerisindeki payı %... iken, 2009 yılında bu rakamın oldukça azaldığı izlenimi edinilmiştir.

2009 yılında sınırlı düzeyde satışa devam edilen firmalardan biri olan Akbacakoğlu Kundura San. ve Tic. A.Ş. (Ayakkabı Dünyası)'nin Yönetim Kurulu Üyesi Faruk ile 5.2.2010 tarihinde Raportörlerce yapılan görüşmede Akbacakoğlu,

- Toplam 30 adet Ayakkabı Dünyası mağazasından 4'ünde Samsonite markalı ürünlerin satılmakta olduğunu,

340 - Samsonite markalı ürünlerin alım-satımına ilişkin olarak imzalanan herhangi bir sözleşmenin mevcut olmadığını,

- Ürünün perakende satış liste fiyatları, indirim zamanları ve indirim oranlarının Samsonite Türkiye tarafından elektronik posta yoluyla gönderilmekte olduğu ve mağazalarda satışların Samsonite Türkiye tarafından gönderilen fiyatlardan gerçekleştirilmekte olduğunu ifade etmiştir.

Nitekim Ayakkabı Dünyası'nın uyguladığı perakende satış fiyat listesi ile Desa ve Boyner'in fiyat listeleri karşılaştırıldığında, ürün gamı farklılık arz edebilmekle birlikte aynı ürünler için aynı fiyatların söz konusu olduğu görülmektedir.

350

I.3.1.2. Samsonite Markalı Ürünlerin Yurtiçi-Yurtdışı Satış Fiyatı Farklılığına Yönelik Tespitler

Desa, Kurum kayıtlarına 15.2.2010 tarih ve 1283 sayıyla giren yazısında, Samsonite markalı ürünlerin yurtiçi-yurtdışı fiyat farklılığına ilişkin açıklamalarda bulunmuştur. Anılan yazıda belirli ürünler için 2009 yılında çeşitli Avrupa ülkelerindeki fiyatlar ve yurtiçi fiyatları sunulmuştur. Söz konusu fiyatlar incelendiğinde, Samsonite markalı ürünlerin ithalat yoluyla piyasaya sunulması nedeniyle, yurtiçi fiyatların navlun, sigorta, gümrükleme gibi ek maliyetlerden etkilendiği görülmektedir. Nitekim aynı yazıda seyahat ürünleri ithal edilirken, 08.04.2008 tarihli, 26841 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan 2008/13449 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile "seyahat çantaları, el çantaları ve benzeri mahfazaların" ithalatında 3 yıl süreyle ek mali yükümlülük tahsil edilmesine karar verildiği bu nedenle navlun vb. gibi masraf kalemlerinin yanı sıra, 2009 yılı için "3,00 USD/kg veya maksimum 5,00 USD/adet"; 2010 yılı için "2,90 USD/ kg veya maksimum 4,75 USD/adet" ek masrafın söz konusu olduğu belirtilmektedir.

360

I.3.2. Hukuki Değerlendirme

370 I.3.2.1. Samsonite Markalı Ürünlerin Desa ve Boyner Mağazalarında Aynı Fiyata Satıldığı İddiası

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. Mal veya hizmetlerin alım veya satım fiyatının teşebbüsler arası yatay ya da dikey anlaşmalar yoluyla belirlenmesi anılan madde kapsamında ihlal sayılmaktadır. Nitekim sağlayıcının ürünün yeniden satış fiyatını belirlemesi, 2002/2 sayılı "Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği"nin 4. maddesinde sıralanan ve rekabet kısıtları içeren anlaşmaları grup muafiyeti kapsamı dışına çıkaran sınırlamalardan en temel olanıdır. Bununla birlikte aynı maddenin devamında, taraflardan herhangi birinin baskısı veya teşvik etmesi sonucu sabit veya asgari satış fiyatına dönüşmemesi koşuluyla, sağlayıcının azami satış fiyatını belirlemesinin veya satış fiyatını tavsiye etmesinin mümkün olduğu belirtilmektedir.

380

Önaraştırma sürecinde Samsonite markalı ürünlere ilişkin olarak piyasada bir fiyat birliğinin söz konusu olduğu görülmekle birlikte bu durumun Desa ya da Boyner gibi yeniden satıcıların kendi aralarındaki bir anlaşmadan kaynaklandığına yönelik bir tespit yapılmamıştır.

390 Diğer yandan, önceki bölümlerde yer verilen bilgilerden Samsonite Türkiye tarafından Desa, Boyner ve diğer alıcılara perakende satış fiyatlarını gösteren fiyat listeleri ile indirim oranları ve tarihlerine ilişkin bilgilerin düzenli olarak gönderildiği anlaşılmaktadır. Samsonite Türkiye yetkilisince bu fiyatların tavsiye fiyatı ifade ettiği belirtilmiş olsa dahi bu yazışmalarda fiyatların tavsiye niteliğinde olduğuna ya da azami satış fiyatını ifade ettiğine dair herhangi bir ibare olmadığı görülmüştür. Alıcıların uyguladığı perakende satış fiyatlarına bakıldığında da bunların alıcılarca sabit fiyat olarak algılandığı açıktır.

400 İncelemeye konu durumda Samsonite Türkiye ile Boyner haricindeki alıcıları arasında alım-satım ilişkisi düzenleyen herhangi bir sözleşme, dolayısıyla da satış fiyatının tespitine yönelik bir sözleşme hükmü bulunmamaktadır. Bununla birlikte alıcının yeniden satış fiyatının çeşitli uygulamalar sonucu dolaylı olarak da tespit edilebileceği açıktır. Kâr marjının belirlenmesi, tavsiye fiyat niteliğinde ilan edilmiş bir fiyat seviyesinden alıcının uygulayabileceği indirim oranının en üst seviyesinin belirlenmesi, alıcıya tavsiye edilen fiyatlara uyduğu oranda kendisine ilave indirimler uygulanması ya da bu fiyatlara uymaması durumunda teslimatların geciktirilmesi, askıya alınması veya anlaşmanın sona erdirilmesi şeklinde alıcının tehdit edilmesi ya da fiilen bu tür cezai yaptırımların uygulanması yeniden satış fiyatının dolaylı yoldan belirlenmesine örnek olarak verilebilir. Samsonite Türkiye'nin Desa üzerinde yukarıda sıralananlara benzer türden dolaylı bir uygulama, gönderilen fiyatları uygulamaya yönelik bir kontrol ya da yaptırım mekanizması tespit edilmemiştir. Samsonite Türkiye ve Desa çalışanları arasındaki yazışmalarda, gönderilen fiyatların Desa mağazalarında uygulanmasına yönelik açık bir talimat da bulunmamaktadır. Nitekim yukarıda bahsi geçen bir elektronik postadan, istisnai bir uygulama olması muhtemel olmakla birlikte, Desa'nın Samsonite Türkiye'den bağımsız olarak "Turkcell indirim" uyguladığı ve Samsonite Türkiye'nin bu indirimi engelleme ya da Boyner mağazalarında da aynı indirimi uygulama yönünde bir irade sergilemediği görülmektedir.

420 Dolayısıyla, piyasada oluşan fiyat birliğinin, Samsonite Türkiye'nin alıcıların kendi satış fiyatını belirleme serbestisini engelleme yönünde aktif eylemlerinden ziyade, başta Desa olmak üzere alıcıların, Samsonite Türkiye tarafından gönderilen fiyatları sabit fiyat olarak algılaması sonucu oluştuğu izlenimi doğmaktadır. Desa'nın Samsonite Türkiye'nin ortağı olmasının, Desa açısından bu durumu kolaylaştırıcı bir etki yarattığı da söylenebilir. Bununla birlikte, Samsonite Türkiye'nin fiyat ve indirim oranlarını alıcılara gönderirken bunların sadece tavsiye niteliğinde olduğunun algılanmasını sağlama yönünde herhangi bir çabasının olmadığı da açıktır.

430 Samsonite Türkiye tarafından, Boyner'e "konsinye" adı verilen yöntem çerçevesinde satış yapılmakta olup imzalanan "Konsinye Satış Sözleşmesi"nde de buna uygun olarak Boyner'in malın mülkiyetine sahip olma, taşıma masraflarını üstlenme, satış sonrası hizmetleri sunma, hasarlı ürünlere ilişkin olarak üçüncü şahıslara sorumlu olma ya da satılmayan ürünlerin elde kalması gibi birtakım ticari riskleri

üstlenmemesi sağlanmaya çalışılmıştır. Rekabet hukuku kapsamında konsinye alım-satıma yönelik sözleşmelerin alıcının ticari ya da mali riskleri üstlenmemesi bakımından, acentelik sözleşmeleri gibi değerlendirilebilmesi mümkündür. Söz konusu sözleşme ile perakende satış fiyatlarının Samsonite Türkiye tarafından belirleneceği düzenlenmiş olup yukarıda bahsedilen elektronik postalardan uygulamanın da bu yönde olduğu ancak Boyner'in Anahtar Kart vb. gibi müşteriye özel indirimleri uygulama hakkının da saklı tutulduğu anlaşılmaktadır. Boyner'deki konsinye sistemi ile Samsonite Türkiye'nin diğer alıcılarının kendilerine iletilen fiyatları sabit fiyat olarak algılamaları bir araya gelince de Samsonite markalı ürünler için fiyat birlikteliğini sağlamak kolaylaşmaktadır.

Dikey fiyat tespitinin 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.

İncelemeye konu seyahat ürünleri pazarında, Migros, Metro, Real, CarrefourSa gibi perakende zincirlerinde satılan uygun fiyatlı ürünlerden Louis Vuitton ve Prada gibi lüks segmentteki ürünlere kadar oldukça geniş bir ürün yelpazesi bulunmaktadır. Seyahat ürünleri alışveriş merkezlerinde bulunan giyim, ayakkabı, çanta satışı yapılan mağazalarda, çok departmanlı mağazalarda, sadece bu ürünlerin satışında uzmanlaşmış mağazalarda ya da perakende zincirlerinde satılabilmektedir. Önemli miktarda ithalat gerçekleşen ve Çin, Brezilya ve Güney Kore gibi ülkelerden ithal edilen uygun fiyatlı ürünlerin yaygın olarak satıldığı pazara teşebbüslerin özellikle ithalat yoluyla kolayca girebilmesi mümkündür. Talep markalı olanlara göre daha uygun fiyatlı söz konusu ithal ürünlere sıklıkla kayabilmekte ve bu bağlamda pazar dinamik ve rekabetçi bir yapı sergilemektedir. Taraflarca gönderilen bilgi yazısında, Samsonite Türkiye'nin elinde pazar payı tahminine yönelik bir çalışma bulunmadığı belirtilmiştir. Yol gösterici olması açısından, Samsonite Türkiye'nin 2008 yılı cirosunun, 2008 yılı "seyahat çantaları, el çantaları vb. taşıyıcı eşya" kategorisindeki toplam ithalat rakamına² oranının kullanılabileceği ifade edilmiştir. Buna göre Samsonite markalı ürünlerin pazar payı yaklaşık %.. seviyesindedir. Ancak ithal edilen tüm ürünler içerisindeki pazar payı oldukça düşük olmakla birlikte, markalı ürünler içindeki pazar payının daha yüksek olacağı dikkate alınmalıdır. Samsonite marka seyahat ürünlerine ilişkin olarak ise talep ikamesi bakımından Delsey, Pierre Cardin, Benetton, Vox, Mandarina Duck, US Polo, Vakko, Pi, Titan gibi markalarla rekabet halinde olduğu söylenebilir. Dolayısıyla gerek seyahat ürünleri gerekse de alt ürün grupları veya markalı ürünler bazında Samsonite Türkiye'nin yüksek derecede pazar gücüne sahip olmadığı kanaati oluşmuştur. Samsonite Türkiye'nin uyguladığı pazarlama stratejileri nedeniyle satışlarında hedeflediği düzeyi yakalayamaması da Samsonite markalı ürünlerin pazar gücüne sahip olmadığına diğer bir göstergesidir. Desa'nın pazar payının ise, seyahat ürünleri pazarına ilişkin faaliyetlerini temelde

² DPT tarafından yayınlanan İthalat ve İhracatın Uluslararası Standart Ticaret Sınıflandırmasına Göre Dağılımı Raporu'ndaki ilgili kategoride yer alan ithalat tutarı kullanılmıştır

Samsonite markalı ürünler üzerinden yürüttüğü dikkate alındığında %...’ten daha az olduğu kanaatine varılmıştır.

490 Bu çerçevede, Samsonite Türkiye’nin tavsiye niteliğinde olduğunu belirttiği fiyatlara uymaları için alıcılarına bir zorlamada bulunduğu veya uyulmaması durumunda herhangi bir yaptırım uygulama yönünde aktif bir irade sergilediğine yönelik tespit yapılmaması, pazarda markalar arası rekabetin yeterli düzeyde ve dinamik yapıda olması ve Samsonite Türkiye’nin önemli bir pazar gücüne sahip olmaması gibi unsurlar dikkate alındığında, Samsonite Türkiye hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığı kanaatine varılmıştır.

I.3.2.2. Samsonite Markalı Ürünlerin Yurtdışına Kıyasla Yüksek Fiyata Satıldığı İddiası

500 Desa veya Samsonite Türkiye’nin, faaliyet gösterdiği seyahat ürünleri pazarında gerek pazar koşulları gerekse de sahip olduğu pazar payı değerlendirildiğinde halihazırda hakim durumda bulunmasının olası olmadığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, Desa tarafından sunulan açıklamalara önceki bölümlerde yer verilmekle birlikte, seyahat ürünleri pazarında hakim durumda bulunmayan Desa veya Samsonite Türkiye’nin 6. madde kapsamında bir sorumluluğu bulunmaması nedeniyle, Samsonite markalı ürünlerin yurtdışına göre çok yüksek fiyatlara satıldığı iddiasına yönelik olarak herhangi bir değerlendirme yapılmasına gerek duyulmamıştır.

J. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

Dosya konusu iddialara ilişkin olarak 4054 sayılı Kanun’un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığına, başvurunun reddine OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.