

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2016-2-41 (Muafiyet)
Karar Sayısı : 16-41/666-299
Karar Tarihi : 24.11.2016

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Prof. Dr. Ömer TORLAK
Üyeler : Arslan NARİN, Fevzi ÖZKAN, Adem BİRCAN, Şükran KODALAK

B. RAPORTÖRLER: Gözde MAVİ, Ahmet ŞAHİN, Selin DURSUN

C. BİLDİRİMDE

BULUNAN : Vestel Ticaret A.Ş.
Temsilcisi: Av. Dr. İ. Yılmaz ASLAN
Gazi Umur Paşa Sok. Bimar Plaza 38/8 Balmumcu
Beşiktaş/İstanbul

- (1) **D. DOSYA KONUSU** Toshiba Visual Solutions Corporation tarafından Vestel Ticaret A.Ş.'ye Toshiba markası ile televizyon üretimi ve dağıtımını yapabilmesi amacıyla münhasır şekilde marka kullanım lisansı verilmesine yönelik anlaşmaya muafiyet tanınması talebi.
- (2) **E. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 09.09.2016 tarih ve 5405 sayı ile giren ve eksiklikleri 21.09.2016 tarihli, 5580 sayılı ve 12.10.2016 tarihli, 6004 sayılı yazılar ile tamamlanan başvuru üzerine hazırlanan 18.11.2016 tarih ve 2016-2-41/MM sayılı Muafiyet-Menfi Tespit Raporu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (3) **F. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda;
 - Vestel Ticaret A.Ş. (VESTEL) ile Toshiba Visual Solutions Corporation (TVS) arasında imzalanan marka lisans devri sözleşmesinin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 4. maddesi kapsamında olması nedeniyle sözleşmeye menfi tespit belgesi verilemeyeceği,
 - 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesindeki koşulların tamamının varlığı nedeniyle bildirim konu sözleşmeye sözleşme süresi (beş yıl) boyunca bireysel muafiyet tanınabileceği,

sonuç ve kanaatine ulaşıldığı ifade edilmiştir.

G. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

G.1. İlgili Taraflar

G.1.1. VESTEL

- (4) Bildirim konusu anlaşmanın taraflarından VESTEL, 1955 yılında kurulmuş olup dayanıklı tüketim, tüketici elektroniği, dijital ürünler, bilgi teknolojileri, LED aydınlatma ve savunma sektörlerinde üretim, pazarlama ve satış sonrası destek hizmetleri alanlarında faaliyet göstermektedir. Zorlu Grubu bünyesinde üretilen ve/veya satılan televizyon markaları arasında Vestel dışında ayrıca SEG, Regal, Finlux, Hi-Level, Hitachi, JVC, Luxor, Nexon, Sharp, Technika, Techwood, Telefunken ve Tvision markaları da bulunmaktadır. VESTEL üretim faaliyetlerini Manisa'da bulunan "Vestel City" üretim tesisinde gerçekleştirmekte ve Türkiye çapına yayılmış yaklaşık 1250 satış noktası, 350 yetkili servis ve 13 merkez servisiyle dağıtım faaliyetlerini sürdürmektedir.

G.1.2. TVS

- (5) TVS, Toshiba markasının ve markaya bağlı şirketlerin “ana şirketi” olan Toshiba Corporation’ın (TOSHIBA) görüntü ürünlerine ilişkin faaliyetlerini yürütmek amacıyla 30.06.2016 tarihinde TOSHIBA’ya bağlı bir şirket olarak kurulmuştur.
- (6) 1875 yılında kurulan TOSHIBA ise bilgi ve iletişim sistemleri; dijital tüketici ürünleri; elektronik cihaz ve bileşenleri; nükleer enerji, endüstriyel ve sosyal altyapı sistemleri de dahil olmak üzere güç sistemlerini ve ev aletlerini kapsayan gelişmiş elektronik ve elektrikli ürünlerin üreticisi ve pazarlayıcısıdır.
- (7) TOSHIBA’nın tüketici elektroniği sektörü altında yer alan ürünleri arasında LCD ve LED TV’ler de bulunmaktadır. Bununla birlikte dosya mevcudu bilgilere göre, TOSHIBA TV üretimi pazarından çıkış yapmıştır ve Japonya hariç olmak üzere Asya, Avrupa ve Kuzey Amerika’da TV üretimi ve dağıtım faaliyetlerine son vermektedir. TOSHIBA bu ülkelerdeki faaliyetlerini bildirim konusu Sözleşme’ye benzer şekilde, marka lisansı vermek yoluyla sürdürmektedir. Bu doğrultuda 2013 yılında, TOSHIBA ile Compal Electronics Inc. (COMPAL) arasında marka lisans sözleşmesi akdedilmiştir. Bildirim konusu işlem ile TOSHIBA, COMPAL ile olan bu ilişkiyi sona erdirerek VESTEL ile marka lisans sözleşmesi akdetmek istemektedir¹.
- (8) TOSHIBA, 2015 yılının Haziran ayı itibarıyla Türkiye TV pazarındaki üretim ve dağıtım faaliyetlerine son vermiştir. Bununla birlikte TOSHIBA’yı dünya çapında üretim (fason üretim dahil olmak üzere) ve dağıtım faaliyetleri gösteren global bir oyuncu olarak değerlendirmek mümkündür.

G.2. İlgili Pazar

G.2.1. İlgili Ürün Pazarı

- (9) İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz’da, 2010/4 sayılı Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ’e atıfta bulunularak ilgili ürün pazarının tespitinde dikkate alınacak unsurlar belirtilmektedir. Buna göre belirli bir ürün ve onunla yüksek ikame edilebilirliği olan diğer ürünlerden oluşan pazarlar ilgili ürün pazarını oluşturmaktadır. Bir ürünün diğer bir ürünle aynı pazarda yer alabilmesi için bu ürünlerin tüketici gözünde nitelikleri, kullanım amaçları ve fiyatları açısından benzer olmaları ve birbirleriyle ikame edilmeleri gerekmektedir. Ayrıca tespit edilen pazarı etkileyebilecek diğer unsurlar da değerlendirilebilmektedir.
- (10) VESTEL ile TVS arasında akdedilen başvuru konusu anlaşma ile Toshiba markalı TV ürünlerinin üretiminin ve dağıtımının VESTEL tarafından üstlenileceği belirtilmektedir. VESTEL tarafından üretilecek Toshiba markalı TV’lerin genelde LED TV olması öngörülmektedir.

¹ İlâveten Bildirim Formunda, COMPAL’ın TOSHIBA ile olan anlaşmasını sona erdirmenin bir şartı olarak COMPAL’a ait olan Compal Electronics Europe sp. Z.o.o.’nun (CEE) hisselerinin %100’ünün VESTEL tarafından satın alınmasını şart koştuğu ve anılan devralma işleminin tarafların cirolarının 2010/4 sayılı Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ’de öngörülen ciro eşiklerinin altında kalması sebebiyle Rekabet Kurumuna bildirilmediği belirtilmiştir. CEE’nin televizyon üretimi ve satışı alanında faaliyet göstermekle birlikte Türkiye’de herhangi bir satış faaliyetinin bulunmadığı bildirilmiştir.

- (11) Günümüzde elektronik sektörünün hızla gelişmesi sonucunda rekabet artmıştır. Özellikle ar-ge faaliyetlerinin yoğunlaşması, kullanılan teknolojinin sürekli olarak yenilenmesi sonucunu doğurarak elektronik sektörünün belirleyici özelliğini oluşturmaktadır. Diğer yandan bu hızlı değişim, piyasaya sunulan ürünlerin yaşam evrelerinin nispeten kısa olması sonucunu da ortaya çıkarmaktadır. Bu doğrultuda televizyonlar kendi içerisinde tüplü (CRT) televizyonlar ile panel televizyonlar olarak ayrılmaktadır. Zaman içerisinde tüplü televizyonların yerini panel televizyonlara bıraktığı görülmektedir. Gelişen üretim teknolojileri ile panel televizyonlar da plazma, LCD, LED, OLED, CURVE ve diğer yeni teknolojilerin kullanıldığı televizyonlar olarak çeşitlenmektedir. Panel televizyonlar hem sahip oldukları teknik özellikleri hem de fiyat seviyeleri bakımından birbirlerine benzemekte ve tüplü televizyonlardan ayrılmaktadır. Dolayısıyla dosya konusu bakımından ilgili ürün pazarı, teknolojik gelişmelere uyumluluğu, boyutları ve görüntü kalitesiyle tüplü televizyonlardan önemli farklılıklar göstermesi açısından "panel televizyon pazarı" olarak belirlenmiştir.

G.2.2. İlgili Coğrafi Pazar

- (12) Başvuru konusu ürünlerin dağıtımı, pazarlaması, satışı ve fiyatlandırılmasının tüm Türkiye genelinde benzer nitelik arz etmesi ve ülke genelinde rekabet koşullarında bölgeler bazında belirgin farklılıklar bulunmaması dikkate alınarak ilgili coğrafi pazar "Türkiye" olarak belirlenmiştir.

G.3. Değerlendirme

G.3.1. Anlaşmanın Niteliği

- (13) Bildirim konusu anlaşmayı VESTEL ile TVS arasında 01.09.2016 tarihinde imzalanmış olan "Marka Lisansı Sözleşmesi" (Sözleşme) oluşturmaktadır. Sözleşme'nin konusunu; TVS tarafından Lisanslı Ürünlerin üretimi, pazarlanması, promosyonu, reklamı, satışı, dağıtımı, ithalatı ve ihracatının VESTEL tarafından yapılabilmesi amacıyla VESTEL'e Sözleşme süresince Lisanslı Marka'nın Lisanslı Bölge ile sınırlı şekilde devir ve temlik edilemeyen, alt lisanslamaya tabi olmayan münhasır kullanım lisansının verilmesi oluşturmaktadır. Lisanslı Bölge, Sözleşme'nin 1.11. maddesinde tanımlanmış olup (.....) ülkeyi² kapsamaktadır. Lisanslı Ürün, Sözleşme'nin 1.9. maddesinde; ticari kullanıma yönelik ürünler hariç olmak üzere, perakende mağazalar, online mağazalar ve distribütörler de dahil olmak üzere yalnızca B2C³ kanalına satılacak olan televizyon setleri şeklinde tanımlanmıştır. Lisanslı Marka ise, Sözleşme'nin 1.8. maddesi uyarınca "Toshiba" markasıdır. Dolayısıyla Sözleşme'nin amacı özetle; TVS tarafından VESTEL'e Lisanslı Bölge içerisinde Toshiba markası altında televizyon üretimi ve dağıtımını yapabilmesi amacıyla münhasır şekilde marka kullanım lisansı verilmesidir. Bu bağlamda Sözleşme rakipler arasında yapılan bir dikey anlaşma niteliğindedir.
- (14) VESTEL ile TVS, ilgili ürünün hem üreticisi hem de dağıtıcısı konumundadır. Dolayısıyla bildirim konusu anlaşmanın rakipler arasında yapılmış üretim ve dağıtım anlaşması olduğu görülmektedir. Diğer taraftan Sözleşme karşılıklı olmayan dağıtım anlaşması niteliğindedir.

² (.....).

³ Açılımı "Business to Consumer" olan ve "İşletmeden Tüketicisyne" anlamına gelen bir e-ticaret modelidir.

G.3.2. 4054 sayılı Kanun'un 4. Maddesi Bakımından Değerlendirme

- (15) VESTEL ile TVS arasında imzalanan sözleşme yukarıda da belirtildiği üzere dağıtım ve üretim anlaşması niteliğindedir. Bildirim konusu işlem ile VESTEL, ürün portföyünde Toshiba gibi güçlü bir markayı bulundurarak mağazalarının ve dağıtım ağının cazibesini artırmayı böylelikle daha fazla tüketiciyi çekmeyi; TVS ise VESTEL güvencesi ile ürünlerini Türkiye'nin her yerine ulaştırarak müşteri kitlesine yeniden ulaşmayı hedeflemektedir. Dolayısıyla genel olarak bildirim konusu anlaşmanın rekabeti kısıtlama amacına sahip olmadığı söylenebilecektir. Bununla birlikte bir anlaşmanın 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine aykırılık oluşturmaması için sadece amacının değil, mevcut ve olası etkilerinin de rekabeti kısıtlayıcı olmaması gerekmektedir.
- (16) Bir üretim ve dağıtım anlaşmasının rakip teşebbüsler arasında yapılması halinde yatay anlaşmaların pazardaki etkilerine ve beraberlerinde getirebilecekleri muhtemel rekabet sorunlarına benzer etkiler ortaya çıkarması olasılığı bulunmaktadır. Bu nedenle bildirim konu anlaşma gibi rakipler arasında yapılan üretim ve dağıtım anlaşmalarının kural olarak 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği (2002/2 sayılı Tebliğ) ile sağlanan muafiyetten yararlanamayacakları düzenlenmiştir. Zira rakipler arasında yapılan bu tür anlaşmalar rekabeti doğrudan kısıtlayan hükümler içermeseler de doğaları gereği bazı rekabetçi etkileri gündeme getirebilmektedirler. Anlaşmaların tarafları arasındaki bilgi alışverişinin kolaylaşması rekabetçi endişelere örnek olarak gösterilebilmektedir.
- (17) VESTEL ile TVS arasında imzalanan Sözleşme'nin 4.1.c.(iii). maddesi gereğince taraflar, yılda asgari 3 defa olmak üzere, düzenli aralıklarla, iş değerlendirme toplantısı yapacak ve bu toplantılar kapsamında; marka ve iş yönetimi, üretim ve planlama ile ilgili hedefler ve satış performansı gibi hususlara ilişkin bilgi alışverişinde bulunacaklardır. Bu durum tarafların birbirlerinin fiyatlama ve pazarlama stratejileri hakkında elde ettiği bilgileri kendi rekabetçi davranışlarını belirlerken göz önünde bulundurmasına yol açabilecektir. Her iki teşebbüsün de panel televizyon pazarında faaliyet göstermeleri nedeniyle böyle bir işbirliği rekabetin kısıtlanmasına yol açabilecektir. Dolayısıyla bildirim konusu anlaşmanın 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

G.3.3. 2002/2 sayılı Tebliğ Kapsamında Değerlendirme

- (18) Dosya kapsamında bildirim konusu anlaşmaya bireysel muafiyet tanınması talep edilmektedir. Muafiyetin Genel Esaslarına İlişkin Kılavuz'da (Kılavuz) bir anlaşmaya ilişkin yapılacak muafiyet değerlendirmesinde anlaşmanın 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olup olmadığının tespiti ve grup muafiyeti tebliğlerinden faydalanıp faydalanmayacağına incelenmesinin ardından bireysel muafiyet değerlendirmesi yapılacağı belirtilmektedir.
- (19) Bildirim konusu işlem rakipler arasında yapılan üretim ve dağıtım anlaşması niteliği taşıdığından taraflar arasındaki bilgi alışverişini kolaylaştırabilecek ve rekabetçi endişe yaratabilecektir. Bu nedenlerle taraflar arasında akdedilen anlaşmanın 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olduğu görülmektedir.
- (20) Rakipler arasında yapılan dikey anlaşmalar kural olarak 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamı dışında tutulmuştur. İstisna olarak sağlayıcının anlaşma konusu malların hem üreticisi hem dağıtıcısı, alıcının ise malların sadece dağıtıcısı olması halinde anlaşma tebliğ kapsamına girebilecektir. Bildirim konusu işlem ile muafiyet tanınması talep edilen Sözleşme'nin konusunu panel televizyonlar oluşturmakta olup panel televizyonlar bakımından VESTEL ve TVS hem üretici hem de dağıtıcı konumundadır. Bu doğrultuda bildirim konusu sözleşmenin 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında değerlendirilemeyeceği anlaşılmaktadır.

G.3.4. Bireysel Muafiyet Değerlendirmesi

- (21) Bir anlaşmanın 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinden muaf tutulması için gereken şartlar Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasında aşağıdaki şekilde düzenlenmiştir:
- Malların üretim veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmelerin sağlanması (etkinlik kazanımları),
 - Tüketicinin bundan yarar sağlaması,
 - İlgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması,
 - Rekabetin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlanmaması.
- (22) Bu çerçevede Kanun'un 5. maddesine göre Kurul, belirtilen şartların tamamının varlığı halinde bireysel muafiyet kararı verebilecektir. Aşağıda dosya kapsamında yapılan muafiyet değerlendirmesi yer almaktadır.

a) Malların Üretimi veya Dağıtımı ile Hizmetlerin Sunulmasında Yeni Gelişme ve İyileşmelerin ya da Ekonomik veya Teknik Gelişmenin Sağlanması

- (23) 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (a) bendi çerçevesinde yapılacak muafiyet değerlendirmesinde öncelikle bir etkinlik kazanımının gerçekleşmiş olması gerekmektedir. Bu etkinlik kazanımı ekonominin geneli için geçerli, objektif ve somut olmalıdır. Dağıtım maliyetlerinin düşürülmesi, ürün çeşitliliğinin artırılması, satış öncesi hizmet kalitesinin artırılması gibi etkiler örnek olarak gösterilebilecektir.
- (24) Bildirim konusu Sözleşme ile VESTEL, ürün portföyünde Toshiba gibi güçlü bir markayı bulundurarak mağazalarının ve dağıtım ağının cazibesini artırmayı böylelikle daha fazla tüketiciyi çekmeyi; TVS ise Vestel güvencesi ile ürünlerini Türkiye'nin her yerine ulaştırarak tekrar müşteri kitlesine ulaşmayı hedeflemektedir.
- (25) Bildirim konusu Sözleşme'nin 3. maddesinde VESTEL'in, TVS tarafından bildirilen kalite standartlarına göre üretim ve dağıtım yapacağı ve bu faaliyetlerinin TVS tarafından denetleneceği ifade edilmiştir. Bu çerçevede VESTEL, tüketici elektroniği sektörünün global oyuncularından biri olan TVS'den üretim ve dağıtım alanında teknik know-how elde etmiş olmaktadır. Anılan durum başta VESTEL nezdinde olmak üzere, taraflar bakımından panel TV üretim ve dağıtım bilgisinin zenginleştirilmesini ve bu alanda uzmanlaşma ile panel TV modellerinde çeşitlilik ve kalite artışını sağlayabilecektir.
- (26) Sözleşme konusu Toshiba markalı televizyonlar, VESTEL'in Manisa'da bulunan fabrikası "Vestel City"de üretilerek Sözleşme'de lisanslı bölge olarak tanımlanan (.....) ülkede dağıtımı ve satışı yapılacaktır. VESTEL, Türkiye genelindeki 1.250 civarındaki satış noktası ile Türkiye geneline yaygın bir dağıtım ve satış ağına sahiptir. Başvuru konusu anlaşma sayesinde Toshiba'nın Türkiye'de tüketicilere hızlı bir şekilde ulaştırılabilmesi sağlanabilecektir. İlâveten dosya mevcudu bilgilere göre Sözleşme kapsamında VESTEL tarafından üretilecek ürünlerin VESTEL'in bayilerinin bulunduğu geleneksel kanaldan ziyade diğer satış kanalları (teknomarketler vb) vasıtasıyla dağıtımı planlanmaktadır. Böylece alternatif dağıtım kanallarının rekabetçi baskılarının arttırılması sağlanabilecektir. Ayrıca Sözleşme kapsamında VESTEL tarafından üretilen Toshiba markalı televizyonların %(.....)'inin ihraç edileceği ifade edilmektedir. Bu doğrultuda sektörün ihracat kapasitesi artırılabilir.

- (27) Sözleşme ile elde edilebilecek bir diğer etkinlik kazanımı ise, VESTEL'in söz konusu olabilecek atıl kapasitesinin değerlendirilmesiyle ölçek ve kapsam ekonomilerinden faydalanılmasıdır. Zira teknolojik ilerlemenin hızlı yaşandığı panel TV pazarında verimlilik ve etkinlik artışını sağlayacak girişimler önem arz etmektedir. Diğer yandan Sözleşme uyarınca öngörülen üretim ve satış miktarlarının artırılması da ölçek ekonomisinden faydalanılacak bir diğer husus olup; Sözleşme kapsamında sipariş sayılarında meydana gelecek artış ile kapasite kullanım miktarlarının artacağı ve kapasitelerin daha efektif kullanılabileceği öngörülmektedir.
- (28) Bildirim Formunda bu işbirliğinin ayrıca dağıtım maliyetlerinin azaltılmasına olumlu katkı sağlayacağı ifade edilmektedir. Anlaşma konusu ürünler için VESTEL satış dağıtım altyapısını, mağazalarını, depolarını ve lojistik imkânlarını kullanacaktır. Dolayısıyla Toshiba ürünlerinin aynı yaygınlıkta dağıtılabilmesi için işbirliği olmasaydı katlanılması gereken maliyetlerde -aynı unsur ve tesislere ikinci kez yatırım yapılması gerekmediğinden- azalma olabilecektir. Ayrıca VESTEL'in bayilik ve dağıtım sistemi tüm Türkiye'yi kapsadığından iki teşebbüs arasındaki işbirliği Toshiba ürünlerinin etkin bir dağıtım ağı üzerinden tüketiciye ulaşmasına katkıda bulunabilecektir. Bu durum markalar arası ve /veya marka içi rekabeti destekleyici niteliktedir.
- (29) Aynı dağıtım altyapısı unsurları üzerinden daha fazla ürünün satışının yapılması ise, başta taşıma maliyetleri olmak üzere, ölçek ekonomilerinden kaynaklı maliyet tasarruflarını da gündeme getirebilecektir. Diğer bir deyişle kaynaklar daha etkin kullanılmış olacaktır. Bu bakımdan VESTEL ile TVS arasındaki işbirliğinin konusunu oluşturan Sözleşme'nin etkinlik artışına olanak tanıyan nitelikte olduğu değerlendirilmektedir.
- (30) İlaveten Toshiba markalı televizyonların VESTEL satış noktalarında pazara sunulması mağaza içi ürün çeşitliliğini arttıracaktır. Daha fazla çeşitte ürünü daha geniş bir müşteri kitlesine sunma imkânına kavuşan satış noktasının yatırım güdüsünün de olumlu etkileneceği söylenebilecektir. Bu ise hem arzın devamlılığına hem de hizmet kalitesinin artırılmasına katkı sağlayan bir unsur olarak değerlendirilebilecektir.
- (31) Yukarıda ifade edilen hususlar çerçevesinde bildirim konusu Sözleşme'nin 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (a) bendindeki koşulu sağladığı kanaatine varılmıştır.

b) Tüketicinin Bundan Yarar Sağlaması

- (32) Bireysel muafiyet tanınmasının ikinci şartı ise ortaya çıkan etkinlik kazanımlarından tüketicinin yarar sağlamasıdır.
- (33) Bildirim konusu Sözleşme ile, 2015 yılında Türkiye pazarından çıkmış olan Toshiba markalı televizyonların pazarda tekrar satış ve dağıtımının yapılmasının ürün çeşitliliğinde meydana getireceği artış tüketicilerin farklı markalar arasındaki seçim özgürlüklerini olumlu yönde etkileyebilecektir. Ayrıca işbirliği taraflarının karşı karşıya oldukları rekabetçi baskıdan dolayı üretimde ortaya çıkması muhtemel olan maliyet tasarruflarının panel TV pazarında tüketicilere yansması söz konusu olabilecektir.
- (34) VESTEL'in Toshiba markalı televizyonları perakende mağazalar, online mağazalar ve distribütörler dahil olmak üzere alternatif satış kanallarından satacak olması, tüketicilerin bu ürünlere daha kolay ulaşmasını sağlayabilecektir. Bu durum Toshiba markalı televizyonların tüketiciye ulaştırıldığı dağıtım kanallarının çeşitlenmesi ve ürünlerin daha fazla noktadan tüketiciye ulaştırılması anlamına gelmektedir.

- (35) Toshiba markalı televizyonların Türkiye’de eski ve köklü bir marka imajına sahip Vestel markası ile satışa sunulması da göz önünde bulundurulabilecek bir diğer husustur. Keza karmaşık teknik özelliklere sahip TV ürünleri bakımından, ürünlerin satışa sunulacağı satış kanallarının o ürünler konusunda uzmanlaşması, tüketiciye sunulan hizmet kalitesini artırabilecektir. Nitekim Sözleşme’nin 3.4. ve 3.6. maddeleri arasında VESTEL’in, kalite standartları çerçevesinde sorumluluk, ürün geri çağırma, sigorta yapma ve satış sonrası hizmet sağlama yükümlülüğü düzenlenmiştir. Dolayısıyla taraflar arasındaki işbirliği, Sözleşme’ye konu ürünlerin belli bir kalite standardıyla tüketicilere sunulmasına ve tüketicilerin ürünlerin teknik özelliklerine ilişkin doğru ve yeterli bilgiye Türkiye’nin her yerinde ulaşabilmelerine olanak sağlayabilecektir.
- (36) Yukarıda belirtilen hususlar çerçevesinde bildirim konu Sözleşme’nin 4054 sayılı Kanun’un 5. maddesinin birinci fıkrasının (b) bendindeki koşulu sağladığı değerlendirilmektedir.

c) İlgili Piyasanın Önemli Bir Bölümünde Rekabetin Ortadan Kalkmaması

- (37) Bireysel muafiyet değerlendirmesinin üçüncü şartını ilgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması oluşturmaktadır. Değerlendirmede esas olan ilgili pazardaki rekabetçi sürecin devam etmesidir. Bu doğrultuda bu şartın karşılanıp karşılanmadığının analizinde, tarafların ve rakiplerin pazardaki durumu, pazarın yapısı ve anlaşmanın pazardaki rekabet üzerindeki etkisi, giriş engelleri, anlaşma konusu olan ürünün özellikleri gibi hususlar dikkate alınmaktadır. Aşağıda bu hususlar değerlendirilecektir.

i) Tarafların ve Rakiplerin Pazardaki Konumu ve Pazarın Yapısı

- (38) Bildirim konusu anlaşmanın üretici ve dağıtıcı tarafı olan VESTEL ülkemizde uzun süredir beyaz eşya ve tüketici elektroniği sektöründe faaliyet göstermekte ve sektörün güçlü oyuncularını arasında yer almaktadır. Dosya konusu panel televizyon pazarına bakıldığında sektörün rekabetçi bir yapıya sahip olduğu ve VESTEL’in ilk üç oyuncu içerisinde yer aldığı görülmektedir. Zorlu Grubu bünyesinde SEG, Regal, Finlux, Hi-Level, Hitachi, JVC, Luxor, Nexon, Sharp, Technika, Techwood, Telefunken ve Tvision markalı ürünlerin de satış ve dağıtımını yapılmaktadır. Bu itibarla VESTEL’in piyasadaki konumunu tam olarak ortaya koyabilmek bakımından hem Vestel markasının hem de Zorlu Grubu bünyesinde satış ve dağıtımını yapılan diğer markaların satış değeri ve satış miktarı bazında pazar payına aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 1: Vestel Markasının Panel Televizyon Pazarındaki Pazar Payı (% , 2011-2015)

	2011	2012	2013	2014	2015
Satış Değeri	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Satış Miktarı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Bildirim Formu

16-41/666-299

Tablo 2: Zorlu Grubu'na Ait Diğer Markaların Panel Televizyon Pazarındaki Pazar Payı (% , 2011-2015)

	2011		2012		2013		2014		2015	
	Satış Değeri (SD)	Satış Miktarı (SM)	SD	SM	SD	SM	SD	SM	SD	SM
SEG	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Regal	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Finlux	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Telefunken	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Sharp	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nexon	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Luxor	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Techwood	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer(JVS,Technika, Hitachi, Tivision, Hi-Level)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Bildirim Formu

- (39) Tabloların incelenmesinden Vestel marka televizyonların pazar payının 2011-2015 yılları arasında artan bir seyir izlediği anlaşılmaktadır. Zorlu Grubu bünyesinde satış ve dağıtım yapılan diğer markaların pazar payının ise düşük düzeyde olduğu görülmektedir.
- (40) Bildirim konusu işlemin sağlayıcı tarafı olan TVS'ye ait Toshiba markalı televizyonlar 2015 yılının Haziran ayı itibarıyla Avrupa ve Türkiye pazarından çıkmıştır. Toshiba markasının panel televizyon pazarındaki pazar payına aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 3: Toshiba'nın Panel Televizyon Pazarındaki Pazar Payı (% , 2011-2015)

	2011	2012	2013	2014	2015
Satış Değeri	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Satış Miktarı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Bildirim Formu

- (41) Tablonun incelenmesinden TVS'nin Toshiba markalı televizyonların satışı ile elde ettiği pazar payının oldukça düşük düzeyde olduğu ve yıllar içinde de azaldığı görülmektedir. Tarafların 2014-2015 yıllarına ilişkin toplam pazar payı ise aşağıda sunulmaktadır:

Tablo 4: Tarafların Toplam Pazar Payı

	Satış Değeri (%)		Satış Miktarı (%)	
	2014	2015	2014	2015
Vestel	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Zorlu Grubu'na ait diğer TV markaları	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toshiba	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Bildirim Formu

16-41/666-299

- (42) Tabloda görüldüğü üzere Vestel markasının 2015 yılına ait satış değeri bazında pazar payı %(.....) iken Zorlu Grubu'nun pazar payı %(.....)'ye çıkmaktadır. İşlemin taraflarından TVS'nin pazar payı ise %(.....) ile ihmal edilebilir bir düzeydedir. Görüldüğü üzere, Sözleşme kapsamında, pazardaki yoğunlaşmada herhangi bir artış yaşanmayacağı gibi, aksine Toshiba markasının tekrar Türkiye pazarına girişi mümkün olacaktır. Bildirim Formunda verilen bilgilere göre, panel televizyon pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin 2014-2015 yıllarına ilişkin pazar paylarına aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 5: Panel Televizyon Pazarında Pazar Payları (2014-2015)

	Satış Değeri (%)		Satış Miktarı (%)	
	2014	2015	2014	2015
LG	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Samsung	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Vestel	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toshiba	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Sony	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Philips	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Beko	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Arçelik	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Panasonic	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Sunny	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SEG	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Grundig	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Regal	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Axen	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Altus	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Fınlux	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100,0	100,0	100,0	100,0

- (43) Tabloların incelenmesinden başvuru konusu Sözleşme'nin taraflarının toplam pazar payının yaklaşık %(.....) arasında olduğu görülmektedir. Bu payın tek başına önemli bir pazar gücüne işaret etmeyeceği söylenebilir de, tarafların satış miktarı bazındaki %(.....) oranındaki payının, %(.....) ile en yüksek paya sahip LG'nin yukarısında olduğu anlaşılmaktadır. Bununla birlikte Vestel markasının bir önceki yıla göre artan %(.....) oranındaki 2015 yılı pazar payına karşılık Toshiba'nın pazar payının %(.....) ile oldukça düşük seviyede olduğu görülmektedir. Bu noktada tarafların faaliyet gösterdikleri piyasanın rekabetçi yapısının da değerlendirilmesi gerekmektedir.
- (44) Tablo 6'da görüldüğü üzere panel TV pazarında; Vestel ve Toshiba markalarının, LG, Samsung, Arçelik gibi güçlü markalarla rekabet halinde olduğu anlaşılmaktadır. Pazar lideri LG olmakla birlikte LG ve Samsung'un paylarının azaldığı, Arçelik'in büyüdüğü görülmektedir. Keza Toshiba pazar payı kaybetmekte, Vestel'in payı artmaktadır. Pazarda LG, Samsung, Philips, Arçelik, Beko, Vestel ve Sony gibi büyük markalarla birlikte, Toshiba, Grundig, Sunny, Sanyo ve Axen gibi görece küçük ölçekli markaların da faaliyet gösterdiği anlaşılmaktadır. İlgili ürün pazarında çok sayıda teşebbüsün faaliyet göstermesi pazardaki rekabetin yoğunluğunu ortaya koymaktadır.

- (45) Ayrıca LG, Samsung ve Koç Grubu'nun (Arçelik, Beko) sahip oldukları yüksek pazar paylarının ilgili ürün pazarında önemli bir rekabetçi baskı unsuru oluşturduğu değerlendirilmektedir. Sonuç olarak pazardaki rakiplerin konumuna bakıldığında Vestel ve TVS'nin LG, Samsung ve Arçelik gibi güçlü markaların yanı sıra pazar payı düşük olan markalarla da rekabet halinde olduğu görülmektedir.
- (46) Pazar, dağıtım kanalları bakımından bakıldığında ise yoğun bir rekabet yaşandığı görülmektedir. Dosya konusu panel televizyonlar; Migros, Kipa gibi hızlı tüketim malları perakendecilerinin bulunduğu hipermarket kanalı; Teknosa, Bimeks, Vatan, Gold ve MediaMarkt'ın bulunduğu teknomarket kanalı; Evcir gibi mağazaların bulunduğu çeyizci kanalı ve bayilerin olduğu geleneksel kanal gibi birçok mecrada satışa sunulmaktadır. Günümüzde tüketicilerin alışveriş alışkanlıklarının değiştiği, özellikle daha büyük alanlı ve daha fazla ürün çeşitliliğinin bulunduğu teknomarket kanalının yaygınlaştığı görülmektedir. Teknomarketlerin çay makinesinden panel televizyonlara, dizüstü bilgisayarlara kadar çok çeşitli ürünü, çok farklı markalar altında tüketiciye sunmaları teknomarketlere ölçek ve alan ekonomileri bağlamında ciddi maliyet avantajları sağlayabilmekte olup, bu genişlikte ürün gamının sunuluyor olması tüketicileri bu kanallardan alışveriş yapmaya itmektedir. Tüketici elektroniği piyasasında 2012 yılında %35 paya sahip olan teknomarket kanalının payı 2013 yılında %38'e yükselmiştir⁴. GFK verilerine göre toplam TV satışlarının 2010 yılında %36'sı teknomarketlerde yapılırken bu oran 2013 yılında %48'e yükselmiştir. Yani Türkiye pazarında toplam TV satışlarının yaklaşık yarısı teknomarketler tarafından yapılmaktadır. Keza hepsiburada.com, kliksa.com gibi sanal alışveriş sitelerinin geliştiği görülmektedir. Böylece bildirim konusu Sözleşme'nin ilgili pazardaki markalar arası ve marka içi rekabeti destekleyeceği ve bayi kanalı üzerinde rekabetçi baskı oluşturacağı söylenebilecektir.
- (47) Diğer taraftan tüketici elektroniği sektörlerinde güçlü bir markaya ve marka bilinirliğine sahip olma gerekliliği, bunun için katlanılması gereken ve çoğunlukla batık maliyet niteliğinde olan reklam harcamaları, ileri teknolojiye ve ar-ge yatırımlarına olan ihtiyaç bu pazarlara girişi zorlaştırıcı başlıca unsurlar olarak ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte sektördeki aktif rekabetin, özellikle uluslararası oyuncuların varlığı ve dağıtım kanallarının çeşitliliğiyle birlikte arttığı görülmektedir. Bütün bu hususlar birlikte değerlendirildiğinde pazarın rekabetçi yapıda olduğu anlaşılmaktadır.

⁴ <http://yatirimci.teknosa.com/Content/Files/3q2015-faaliyet-raporu.pdf>

ii) Anlaşma Konusu Ürünün Özellikleri

- (48) VESTEL ve TVS arasında imzalanan anlaşmanın konusunu oluşturan panel televizyonlar yüksek teknoloji ve sürekli gelişen ürünler olup farklı teknik özellik, model, kalite ve fiyatlarla pazara sunulabilmektedir. Panel televizyon pazarı ar-ge faaliyetlerine oldukça açık, teknolojik yenilikler doğrultusunda ürün özelliklerinin tüketici taleplerini karşılamak için sürekli geliştirildiği dinamik bir yapıdadır. Teknolojinin gelişimine bağlı olarak yenilenme içinde bulunan piyasada ürünlerin güncel kalma süresi kısalmakta, yeni ürün sınıfları ve modelleri ortaya çıkmaktadır. Bu durumda herhangi bir üründe elde edilen yüksek pazar payları teknolojik gelişmeye bağlı olarak kısa sürede değişiklik gösterebilmektedir. Geçmişte yaygın bir şekilde kullanılan tüplü (CRT) televizyonların bitme noktasına gelmesi ve yerini LCD ve LED televizyonlara bırakması önemli bir örnektir. Benzer şekilde yüksek çözünürlüğe sahip 4K televizyonların ve her piksel için aydınlatma gerçekleştirilebilen OLED TV'lerin satışa sunulduğu görülmektedir. Hızlı gelişen teknoloji nedeniyle bu ürünlerin bulunduğu pazarların son derece dinamik olduğu, ürünlerin tüketiciye sundukları kalite ve dayanıklılık gibi kıstasların sürekli geliştirildiği, çoğu ürünün piyasaya sürüldükten kısa bir süre sonra eski teknoloji olarak görüldüğünden fiyatının düşebileceği söylenebilecektir. Nitekim pazara yeni ürün sunulduğunda eski ürünlerin fiyatı düşmesine rağmen, ucuz ürünün satışları artmayabilmektedir. Bu nedenle teşebbüslerin pazar paylarında değişim yaşanabilmektedir.
- (49) İlave olarak sözleşme konusu ürünler tüketicinin gelirinden önemli bir pay alan ve uzun yıllar kullanım amacıyla alınan ürünler olduğundan tüketicinin bu ürünler bakımından belli kalitedeki ürünün en ucuzunu ya da belli bir fiyat karşılığında alabileceği en kaliteli ürünü arama eğilimi yükselmektedir. Ürünlerin tüketicinin arama ve karşılaştırma eğilimini artıran bu özellikleri, pazardaki rekabeti de olumlu etkilemektedir.
- (50) Yukarıda yapılan açıklamalar ışığında tarafların ve rakiplerinin pazardaki konumu, panel televizyon pazarının dinamik ve rekabetçi yapısı, alternatif dağıtım kanallarının çeşitliliği, anlaşma konusu ürünün yenilenen özellikleri gibi unsurlar dikkate alındığında VESTEL ve TVS arasındaki anlaşmanın 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (c) bendindeki koşulu sağladığı kanaatine varılmıştır.

d) Rekabetin (a) ve (b) Bentlerindeki Amaçların Elde Edilmesi İçin Zorunlu Olandan Fazla Sınırlanmaması

- (51) Bireysel muafiyet değerlendirmesinin son koşulu anlaşmanın, anlaşma ile hedeflenen etkinlik kazanımlarına erişmek için zorunlu olandan daha fazla sınırlayıcı olmamasını gerektirmektedir. Bu kapsamda anlaşmada yer alan rekabet sınırlamalarının gerekliliği ve zorunluluğu değerlendirilmektedir.
- (52) VESTEL ve TVS arasında imzalanan sözleşme karşılıklı olmayan üretim ve dağıtım anlaşması niteliği taşımaktadır. Bu tip sözleşmelerde, rakipler arası karşılıklı dağıtım anlaşmalarında gündeme gelen pazar paylaşımı endişesi azalmaktadır.
- (53) Bildirim konusu Sözleşme'de satış fiyatı tespiti, üretim ya da satış miktarı sınırlaması veya pazar ya da müşteri paylaşımını içeren herhangi bir düzenleme bulunmadığı, yine Sözleşme'de VESTEL'e getirilmiş herhangi bir rekabet yasağının söz konusu olmadığı görülmektedir. Aksine Sözleşme'nin 2.6. maddesinde, VESTEL'in kendi markası altında ürün/TV üretme ve dağıtım hakkının hiçbir şekilde sınırlandırılmadığı anlaşılmaktadır. Ayrıca, Sözleşme kapsamındaki ürünlerin üretimi veya satışının başka ürünlerin satışına bağlanmadığı görülmektedir.

- (54) Öte yandan taraflar arasında imzalanan Sözleşme'nin 2.1. maddesinde; TVS tarafından VESTEL'e Sözleşme konusu TV ürünlerinin, Bölge'de münhasır şekilde üretim, dağıtım, pazarlama, satış, ithalat ve ihracat yetkisi verildiği belirtilmiştir. Ayrıca maddenin devamında TVS'nin Sözleşme konusu ürünleri Bölge'de satmayacağı ve 3. kişilere de satış hakkı vermeyeceği ifade edilmiştir. Dolayısıyla bir anlamda VESTEL'e tek elden dağıtım hakkı tesis edildiği görülmektedir. Bu düzenlemenin Sözleşme'nin yürürlüğe konulması açısından önemli olduğu görülmektedir. Zira Toshiba 2015 yılı itibariyle Türkiye TV pazarından çıkış yapmış olup, herhangi bir dağıtım ya da satış ağına sahip değildir. Üretim ve dağıtım yetkilerinin birbirlerinden ayrılarak, farklı teşebbüslere verilmesi ise söz konusu yetkilerin birbirlerini tamamlamaları ve ancak birlikte verilmeleri halinde Sözleşme'nin anlam taşıması nedeniyle mümkün olamamaktadır. Ayrıca bildirim konusu Sözleşme'nin karşılıklı dağıtımını içermemesinin işbirlikçi sonuç doğurma ihtimalini azaltacağı değerlendirilmektedir.
- (55) Sözleşme'nin 7.3. maddesinde ise TVS'ye, VESTEL'in Sözleşme'nin 2. maddesi kapsamında sahip olduğu münhasır üretim ve dağıtım hakkının, Lisanslı Marka'yı diğer bölgelerde kullanma hakkına sahip olan 3. teşebbüsler tarafından ihlal edilmemesi/sınırlanmaması için, mevzuatın izin verdiği ölçüde elinden gelen gayreti gösterme yükümlülüğü getirilmiştir.
- (56) Sözleşme'nin 2.1. ve 7.3. maddelerinin, Toshiba markalı televizyonların üretim, satış ve dağıtımını için VESTEL tarafından yapılacak yatırımların (dağıtım, satış, pazarlama, eğitim, reklam, personel, araç, donanım, üretim bandı vb.), harcanacak çaba, zaman ve işgücünün geri dönüşü için önemli olduğu değerlendirilebilir. Neticede, taraflar arasında herhangi bir acentelik ya da konsinye ilişkisi kurulmadığından VESTEL tüm üretim ve yatırımları dolayısıyla ticari riskleri kendi adına ve hesabına yapacaktır. Bu itibarla münhasırlık sağlanması Sözleşme'nin akdedilmesi açısından gerekli görülebilecektir. Nitekim VESTEL tarafından yeni modeller için kalıp ve ek bir satış-pazarlama yatırımı yapılması öngörülmektedir.
- (57) Değerlendirilmesi gereken bir başka husus ise VESTEL'e getirilmiş olan bölge dışına satış yasağıdır. Sözleşme'nin 2.6.c. maddesi uyarınca, VESTEL'in ve iştiraklerinin, Sözleşme konusu televizyonları, bölge dışında satma, pazarlama, dağıtım, ithal veya ihracat etme hakkı sınırlanmıştır. Sözleşme'de lisans verilen bölge, Türkiye'yi de içerisine alan (.....) ülkeyi kapsar şekilde tanımlanmıştır. Böylece TVS tarafından VESTEL'e Türkiye dışına –bölge tanımına giren ülkeler hariç olmak üzere- satış yasağı getirilmiştir. Anılan maddenin amacının, belirli kalite standartlarına göre Türkiye'de geçerli olan mevzuat kapsamında üretilen ve garanti dâhil tüm satış sonrası hizmetleri buna göre sağlanan ürünlerin, bölge dışına satışını önlemek olduğu ifade edilmiştir. Öncelikle belirtmek gerekmektedir ki, 4054 sayılı Kanun'un "Kapsam" başlıklı 2. maddesi uyarınca ihracat üzerine getirilen sınırlamalar Türkiye pazarında rekabeti kısıtlayıcı etki doğurmuyorsa 4054 sayılı Kanun'a aykırılık teşkil etmeyecektir. Diğer bir deyişle herhangi bir işlem veya eylemin 4054 sayılı Kanun kapsamında değerlendirilebilmesi için Türkiye'deki piyasaları etkilemesi gerekmektedir. Bu hususlar dikkate alınarak, VESTEL ve iştiraklerine bölge dışına ürün satmalarına yönelik olarak getirilen ihracat yasağının 4054 sayılı Kanun'a aykırı olmadığı değerlendirilmektedir.

- (58) Yatay İşbirliği Anlaşmaları Hakkında Kılavuz'da (Kılavuz) ifade edildiği üzere bir üretim anlaşması, teşebbüslerin pazar gücünü veya maliyetlerinin benzerliğini artırıyor ya da rekabete duyarlı bilgilerin değişimini içeriyorsa, pazarda işbirlikçi sonuçlara veya pazarın rakiplere kapanmasına sebep olabilir. Anlaşma taraflarının, fiyatları kârlı bir şekilde rekabetçi seviyenin üzerinde tutmalarını veya üretim miktarı, ürün kalitesi ya da çeşitliliğini kârlı bir şekilde rekabetçi seviyenin altında tutmaları ancak pazar gücü ile mümkündür. Dolayısıyla öncelikle bildirim konusu Sözleşme'nin taraflarının pazar gücüne sahip olup olmadığı değerlendirilmelidir. Zira Kılavuz'da da ifade edildiği üzere tarafların pazar gücüne sahip olmadığı bir üretim anlaşmasının, rekabeti kısıtlama olasılığı düşüktür. Tablo 4'te görüldüğü üzere bildirim konu Sözleşme'nin taraflarının pazar payları toplamı pazar gücüne işaret etmemektedir. Yine inceleme konusu Sözleşme'nin tarafların maliyetlerinde yaratacağı benzerliğin herhangi bir koordinasyona neden olmayacağı değerlendirilmektedir.
- (59) Son olarak, Sözleşme'nin 4.1.c.(iii). maddesinde TVS ile VESTEL arasında, asgari yılda 3 defa olmak üzere, düzenli aralıklarla, iş değerlendirme toplantıları yapılacağı ve bu toplantılar kapsamında; marka ve iş yönetimi, üretim planlama ile ilgili hedefler, satış performansı gibi hususların görüşüleceği belirtilmiş olmakla birlikte, "Bilgi Değişimi" kenar başlıklı Sözleşme'nin 8.4. maddesinde taraflar arasındaki bilgi değişiminin, Sözleşme'nin ifası için gerekli olan bilgilerin ötesine geçmeyeceği açıkça ifade edilmiştir. Kılavuz'da da belirtildiği üzere anlaşmanın bir parçasını oluşturan bilgi değişimlerinin, anlaşmanın ekonomik amacını gerçekleştirmek için zorunlu olanın ötesine geçmediği sürece, 5. madde kapsamında değerlendirilmesinde bir sakınca görülmemektedir.
- (60) Yukarıda yapılan açıklamalar ışığında bildirim konusu anlaşmanın 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (d) bendinde sayılan koşulu da sağlayarak bir anlaşmanın Kanun'un 4. maddesinden muaf tutulması için gereken bütün koşulları karşıladığı sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte, Sözleşme'de yer alan münhasırlık hükmünün pazardaki etkilerinin net bir şekilde görülebilmesi, sözleşmeye konu ürün pazarlarının dinamik ve hızlı değişen yapısı dikkate alınarak, sözleşmeye beş yıl süreyle bireysel muafiyet tanınabileceği kanaatine varılmıştır.

H. SONUÇ

- (61) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre,
1. Vestel Ticaret A.Ş. ile Toshiba Visual Solutions Corporation arasındaki marka lisans sözleşmesinin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olduğuna,
 2. Söz konusu sözleşmeye, 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan şartların tamamını karşılaması nedeniyle 5 yıl süreyle bireysel muafiyet tanınmasına
- OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.