

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

**REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2002-2-40 (Muafiyet)  
Karar Sayısı : 03-43/487-209  
Karar Tarihi : 17.6.2003

**A- TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

Başkan : Mustafa PARLAK (Başkan Y.)  
Üyeler : A. Ersan GÖKMEN, R. Müfit SONBAY,  
Murat GENCER, Prof. Dr. Zühtü AYTAÇ,  
Rıfki ÜNAL, Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI,  
Kublay ATASAYAR, M. Sıraç ASLAN, Süreyya ÇAKIN

**B- RAPORTÖRLER** : İlğaz SARIOĞLU, Adnan AKGÜN

**C- BAŞVURUDA  
BULUNAN**

: Profilo Telra Elektronik Sanayi ve Ticaret A.Ş.  
Temsilcisi: Dr. Metin KANMAZ  
İstasyon Cd. Hamam Sk. No:4/1 Göztepe/İstanbul

**D- TARAFLAR**

- Profilo Telra Elektronik Sanayi ve Ticaret A.Ş.  
Cemal Sahir Sk. No:26-28 Mecidiyeköy/İstanbul
- Türk Philips Ticaret A.Ş.  
Yukarı Dudullu Organize Sanayi Bölgesi 2. Cd. No:22  
Ümraniye/İstanbul
- BSH Profilo Elektrikli Gereçler Sanayi A.Ş.  
Cemal Sahir Sk. No:26-28 Mecidiyeköy/İstanbul

**E- DOSYA KONUSU:** Profilo Telra Elektronik Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Profilo Telra) ve BSH Profilo Elektrikli Gereçler Sanayi A.Ş. (BSH) ile Türk Philips Ticaret A.Ş. (Philips) arasında imzalanan “İşbirliği Anlaşması”, “İmalat ve Tedarik Anlaşması”, “Yerli Ürünler İçin Dağıtım Anlaşması” ve “İthal Ürünler İçin Yeniden Satış Anlaşması”na muafiyet tanınması talebi.

**F- DOSYA EVRELERİ:**

1. Kurum kayıtlarına 21.5.2002 tarih ve 2309 sayı ile giren muafiyet başvurusu üzerine, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. ve 5. maddeleri uyarınca yapılan inceleme sonrasında hazırlanan 27.1.2003 tarih ve

2002-2-40/MM-03-IS sayılı ön inceleme raporu, 3.2.2003 tarih, REK.0.06.00.00/13 sayılı Başkanlık önergesi ile 6.2.2003 tarihli Rekabet Kurulu toplantısında görüşülmüş ve 03-08/89-M sayı ile, “Kurum yetkilileri ve ilgili raportörlerin de katılımı ile Kurul tarafından yapılan değerlendirmede ortaya çıkan tereddütlü hususların giderilebilmesi ve ihtiyaç duyulduğu anlaşılan ek bilgilerin temini amacıyla, ilgili raportörler, Hukuk Müşavirliği ve Kurum yetkilileri ile bildirim konusunun tarafları arasında gerçekleştirilecek bir toplantı ile konunun tartışılmasına ve sonuçların bir ek çalışma niteliğinde Kurul gündemine getirilmesine” karar vermiştir.

2. Anılan karar doğrultusunda taraflar Rekabet Kurumu’nun 19.2.2003 tarih ve 310 sayılı yazısı ile toplantıya davet edilmiş olup, söz konusu toplantı 10.3.2003 tarihinde gerçekleştirilmiştir.

3. Konuya ilişkin 26.5.2003 tarihli Bilgi Notu 9.6.2003 tarih, REK.0.06.00.00/62 sayılı Başkanlık önergesiyle 03-43 tarihli Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

**G- RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili Rapor ve Bilgi Notu’nda; Profilo Telra, Philips ve BSH arasında imzalanan “İşbirliği Anlaşması”, “İmalat ve Tedarik Anlaşması”, “Yerli Ürünler İçin Dağıtım Anlaşması” ve “İthal Ürünler İçin Yeniden Satış Anlaşması”na 4054 sayılı Kanun’un 5. maddesinde sayılan koşulları yerine getirmesi nedeniyle, 5 yıl süreyle bireysel muafiyet tanınmasının uygun olacağı ifade edilmiştir.

## **H- İNCELEME VE DEĞERLENDİRME**

### **H.1. İlgili Pazar**

#### **H.1.1. Ürün Pazarı**

Profilo Telra, BSH ve Philips arasında tesis edilecek işbirliğinin ana hatlarını belirleyen İşbirliği Anlaşması’nın “Tanımlar” başlıklı 1. maddesinde “Yerli Ürünler” herhangi bir esnada İmalat ve Tedarik Anlaşması ve Dağıtım Anlaşması kapsamında olan televizyon cihazı ürünleri, “İthal Ürünler” ise herhangi bir esnada Profilo Telra, Philips ve BSH arasında İthal Ürünler Yeniden Satış Anlaşması kapsamında olan tüketici elektronik ürünleri olarak tanımlanmıştır.

İmalat ve Tedarik Anlaşması’na bakıldığında, anlaşmanın konusunun, Türkiye’de belirli türde Philips marka televizyon cihazlarının Philips perakende ağına ve BSH’ye yeniden satılmak amacıyla Profilo Telra tarafından imal edilmesi olduğu anlaşılmaktadır. Yerli Ürünler İçin Dağıtım Anlaşması çerçevesinde ise Profilo Telra tarafından imal edilecek söz konusu cihazların Türkiye içinde dağıtımına ilişkin esas ve şartlar belirlenmiştir. Dolayısıyla bu iki

anlaşmaya ilişkin olarak ilgili ürün pazarı belirli türde Philips marka televizyon cihazlarını kapsamaktadır.

Televizyon, talep edilen özelliklerine göre standarttan lükse doğru yönelen çok fazla çeşidi mevcut olan, dolayısıyla kendi içinde dahi homojen olduğu iddia edilmesi güç bir üründür. Ancak farklı teknik özelliklere ve farklı ebatlara göre televizyonları gruplandırmak ve bu alt gruplara ilişkin farklı pazar tanımları yapmak ve bu pazarlara ilişkin her firmanın pazar paylarını belirlemek pratikte mümkün olmamakla birlikte, bu şekilde bir ayırım yapmanın piyasa koşulları itibarıyla piyasadaki rekabetçi etkilerin değerlendirilmesinde bir fayda sağlamayacağı da açıktır. Nitekim, arz ikamesinin yüksek olduğu bu pazarda, televizyon üreten veya ithal eden her firma farklı özelliklerde ve fiyatta birçok çeşitli ürün portföyünde bulundurmakta ve ürünlerinin satışını yapan bayi ve mağazalarda tüm ürün çeşitlerini bir arada satışa sunmaktadır. Bu firmaların pazar payları da toplam satışlar üzerinden tespit edilmektedir. Bütün bu nedenlerden dolayı, “televizyon pazarı” ilgili ürün pazarı olarak belirlenmiştir.

Öte yandan, İthal Ürünler İçin Yeniden Satış Anlaşması ise, belirli türde televizyon cihazlarının yanı sıra dvd, video ve audio (ses sistemleri) olmak üzere ithal ürünleri kapsamaktadır. Dolayısıyla İşbirliği Anlaşması'nın bir uzantısı olan bu anlaşma göz önüne alındığında, televizyon pazarı dışında da dvd, video ve audio ürün gruplarına ilişkin yeni pazarların tanımlanması gereği ortaya çıkmaktadır.

“Audio” olarak tabir edilen ses sistemleri kapsamında radyo/kaset/cd çalar, MP3 çalar, cd kayıt cihazı gibi birçok ürün bulunmaktadır. Bildirim konusu açısından, alt pazarlar bazında tanımlanmasına gerek duyulmaması nedeniyle, ilgili ürün pazarı “audio pazarı” olarak tanımlanmıştır.

Dvd cihazlarının, vcd cihazlarından daha üst teknolojiye sahip olması, vcd ürün grubunun bir üst jenerasyonunda yer almasına ve buna bağlı olarak da fiyat açısından vcd'den farklılaşmasına neden olmaktadır. Bununla birlikte anılan ürünler arasında tek yönlü bir uyumluluk söz konusudur. Şöyle ki vcd cihazının tanımlayamayacağı komplike bir teknolojiye sahip olan dvd'nin izlenmesine olanak vermemesine karşın, dvd cihazında vcd de izlemek mümkündür. Bu nedenle, konuya ilişkin bilgiler ile tarafların beyanları dikkate alınarak vcd ve dvd cihazları aynı pazarda değerlendirilmiş ve üçüncü ilgili pazar, “dvd/vcd cihazları pazarı” olarak belirlenmiştir.

Anlaşmaya konu olan son ürün ise video cihazıdır. Teknolojik gelişmeler sonrasında ortaya çıkan dvd/vcd cihazları, video cihazının kullanımının önemli ölçüde azalmasına neden olmuştur. Benzer fonksiyona sahip olmalarına rağmen, farklı özellikleri, görüntü ve ses kalitesi nedeniyle dvd/vcd cihazları tercih edilmeye başlanmıştır. Video cihazının eski teknolojiye sahip olması, videolarda izlenebilen kasetlerin dvd/vcd cihazlarına uyumlu olmaması sonucunu doğurmaktadır. Bu nedenle, tüketici açısından video ile dvd/vcd

cihazları ikame edilebilir değildir. Bu çerçevede dördüncü ilgili ürün pazarı olarak, “*video pazarı*” belirlenmiştir.

### **H.1.2. Coğrafi Pazar**

İşbirliği Anlaşması ve bu anlaşma çerçevesinde akdedilen diğer yan anlaşmaların Türkiye sınırları içinde ve ülke genelinde etkili olmaları nedeniyle, ilgili coğrafi pazar Türkiye Cumhuriyeti sınırları olarak belirlenmiştir.

## **H.2. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme**

Bildirim konusu, Profilo Telra ve BSH ile Philips arasında imzalanan “İşbirliği Anlaşması”, “İmalat ve Tedarik Anlaşması”, “Yerli Ürünler İçin Dağıtım Anlaşması” ve “İthal Ürünler İçin Yeniden Satış Anlaşması”na muafiyet tanınması talebinden ibarettir.

Anılan bildirim çerçevesinde, İşbirliği Anlaşması ile yan anlaşma niteliğindeki diğer üç anlaşma için 4054 sayılı Kanun’a aykırılık bulunup bulunmadığının tespiti ve muafiyet tanınması talebinin Kanun’un 5. maddesi çerçevesinde değerlendirmesi yapılmıştır.

### **H.2.1. Anlaşmaların İncelenmesi**

Bu işbirliği çerçevesinde gerçekleştirilen anlaşmaların ilgili pazarlardaki rekabet üzerindeki etkileri değerlendirilmeden önce anlaşmaların niteliğini belirleyebilmek amacıyla, taraf olan teşebbüslerin pazarın hangi aşamasında faaliyet gösterdiklerinin tespit edilmesi gerekmektedir. İlgili pazarlar, kahverengi eşya olarak tabir edilen ürün grubu kapsamına giren televizyon, dvd/vcd, video ve audio olarak belirlenmiştir. Profilo Telra, bu pazarlarda kahverengi eşya üretimi ile BSH ise münhasır marka bayi ağı vasıtasıyla belirli kahverengi eşyanın dağıtımını ile iştigal etmektedir. Öte yandan, Philips Türkiye’ye kahverengi eşya ithal etmekte ve bunları kendi bayi ağı vasıtasıyla dağıtmakta ve satmaktadır.

Buna göre, Philips ile Profilo Telra ilgili pazarların üretim seviyesinde rakipken; Philips’in bayi ağı ile BSH’nin kahverengi eşya bayileri ise dağıtım seviyesinde rakiptir. Ayrıca, Profilo Telra’nın, BSH’de %12,38 oranında hisseye sahip olması nedeniyle, dağıtım düzeyinde de dolaylı olarak faaliyeti bulunmaktadır.

#### **H.2.1.1. İmalat ve Tedarik Anlaşması**

Bu anlaşma çerçevesinde, Profilo Telra bazı Philips marka televizyonları üreterek, Philips’in perakende ağı ve BSH tarafından dağıtılmak üzere Philips’e temin edecektir.

Bu aşamada, dosya konusu üretim anlaşmasının niteliğini belirlemek gerekmektedir. Kapsam ve biçim açısından farklılıklar gösteren üretim anlaşmalarını genel olarak 3 kategoride değerlendirmek mümkündür. Bunlar, tarafların tek taraflı ya da karşılıklı olarak üretim yapmalarına ilişkin ortak girişim anlaşmaları; tarafların tek taraflı ya da karşılıklı olarak üretimi durdurup diğer taraftan mal almayı kabul ettikleri uzmanlaşma anlaşmaları ve bir tarafın (müteahhit firma) diğer tarafa (taşeron firma) belli bir ürünün üretimi görevini verdiği fason üretim anlaşmalarıdır. Bu çerçevede değerlendirildiğinde, Philips ile Profilo Telra arasında yapılan imalat ve tedarik anlaşması bir fason üretim anlaşmasıdır.

Esasen, fason üretim anlaşmaları genellikle dikey nitelikli anlaşmalardır. Ancak rakipler arasında yapılan ya da taşeron firmaya know-how aktarımını içeren ve fakat rakip olmayan teşebbüsler arası anlaşmalar yatay anlaşma özelliği taşımaktadırlar. Bu kapsamda, pazarın çeşitli seviyelerinde birbirlerine rakip olan Philips ile Profilo Telra arasında yapılan üretim anlaşması yatay bir anlaşmadır ve Kanun'un 4. maddesi kapsamında incelenmesi gerekmektedir.

İmalat ve Tedarik Anlaşması'nın incelenmesi sonucunda, 4054 sayılı Kanun açısından değerlendirilmesi gereken maddelere aşağıda yer verilmiştir:

*"Madde 2.3 Rekabet Etmeme*

Philips tarafından sunulacak spesifikasyonların ve belgelerin isme tescilli ve mahrem mahiyeti dolayısıyla Telra, ürünleri herhangi bir üçüncü taraf için üretmeyecektir."

*"Madde 4.1. Yıllık Tahminler*

Her yılın Eylül ayı içinde Philips, Telra'ya yazılı bir form halinde aylık ve üç aylık planlar halinde kendi satış açısından ve BSH-PEG'den aldığı verilere uygun olarak yıllık bütçe tahminlerini sunacaktır."

*"Madde 4.2. Siparişler*

Philips, Telra'ya her takvim ayının 15 inci gününden önce BSH-PEG'den ve Philips'in kendi açısından alınan bilgilere dayanılarak ürün gereksinimlerinin on iki aylık bir döner tahminini sunacaktır. Bu tahminlerde tüm belirtilen satış hacimleri yapılabilecek en iyi tahminler olacak ve sadece ilk takvim ayı hacmi bir ilzam edici sipariş olarak addolunabilecektir."

*"Madde 9.4. Yazılım*

Philips'in Telra'ya sağlayacağı tüm yazılımlar Philips'in malı olup, öyle kalacaktır. Philips işbu Belge ile Telra'ya sadece işbu Anlaşma tahtında Telra'nın yükümlülüklerinin ifası için gerektiği ölçüde yazılımları kopyalamak, değiştirmek ve kullanmak için inhisari olmayan bir lisans verir. Telra, yazılımları, Telra'nın kendi veya üçüncü şahıs ürünleri ile ilgili olarak imalat, test etme, montaj, tedarik, teslimat, satış veya herhangi bir diğer faaliyette kullanamaz."

**H.2.1.2. Dağıtım Anlaşmaları**

Dağıtım anlaşmaları genel olarak pazarın farklı seviyelerindeki teşebbüsler tarafından yapıldıkları için dikey nitelik taşıyan anlaşmalardır. Dosya konusu dağıtım anlaşmaları incelendiğinde ise, tarafların pazarın hem üretim hem de dağıtım aşamalarında birbirine rakip teşebbüsler olduğu görülmektedir. Bu durum söz konusu anlaşmaların yatay nitelik taşımamasına neden olmaktadır. Diğer taraftan da anlaşmalar konuları ve içerikleri gereği dikey nitelik taşımaktadır. Şu halde, işbirliği çerçevesinde yapılan dağıtım anlaşmaları *"rakip teşebbüsler arasında yapılan dikey anlaşmalar"* dır.

Bu aşamada, "rakip teşebbüsler arası dikey anlaşma" niteliği taşıyan anlaşmaların 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği çerçevesinde değerlendirilmesi yapılmıştır.

2002 sayılı Tebliğ'in 2/3. maddesi gereğince, bir istisna dışında, rakip teşebbüsler arası dikey anlaşmalar grup muafiyetinden faydalanamamaktadır. Sağlayıcının anlaşma konusu malların hem üreticisi hem de dağıtıcısı olduğu, alıcının ise bu mallarla rekabet eden malların üreticisi değil dağıtıcısı olduğu dikey anlaşmalar grup muafiyetinden yararlanabilirler. Bildirim konusu incelendiğinde, her iki dağıtım anlaşmasında da sağlayıcı olan Philips'in, ilgili malların hem üreticisi hem de dağıtıcısı olduğu görülmektedir. Diğer yandan, dağıtıcı olan BSH'nin ilgili ürün pazarlarında üretimi bulunmamakta, sadece dağıtım yapmaktadır. Anlaşmalar, sadece anılan iki teşebbüs arasında yapılmış olsa idi, bu durumda grup muafiyetinden yararlanılabilecekti. Ancak, anlaşmalarda Philips'in üretim seviyesinde rakibi olan Profilo Telra'nın da taraf olması, anlaşmaları grup muafiyetinin kapsamı dışına çıkarmaktadır.

Bu çerçevede, söz konusu anlaşmaların iki yönlü bir incelemeye tabi tutulmaları gerektiği anlaşılmıştır. Muafiyet değerlendirilmesi yapılırken, sadece dikey kısıtlamalar dikkate alınmamış, aynı zamanda anlaşmaların yatay etkileri de göz önünde bulundurulmuştur.

### H.2.1.2.1. Yerli Ürünler İçin Dağıtım Anlaşması

Profilo Telra tarafından Philips için üretilen yerli ürünler (televizyon) bu anlaşma uyarınca BSH'nin Bosch bayi ağı tarafından münhasıran dağıtılacaktır. Philips söz konusu ürünleri BSH'ye satacaktır.

Yerli Ürünler İçin Dağıtım Anlaşması'nın, 4054 sayılı Kanun açısından değerlendirilmesi gereken maddelerine aşağıda yer verilmiştir:

#### "Madde 5

BSH PEG aşağıdaki hususları kabul eder:

...

(d) (i) Bölge dışında yerli ürünler için aktif müşteri aramamak,

(ii) Philips'den yazılı olarak bunu yapma hususunda ön izin alınmadıkça Philips tarafından BSH PEG'e tedarik olunmayan ve fatura edilmeyen Yerli Ürünleri satmamak;"

#### "Madde 10

BSH PEG, Bosch bayi ağı vasıtasıyla İşbirliği Anlaşması'nda kararlaştırıldığı şekilde Telefunken markalı ürünler dışında Yerli Ürünler ile rekabet eden veya edebilecek olan herhangi bir malı satmaktan veya satılmasına yardımcı olmaktan kaçınacaktır. Philips, Yerli Ürünleri Türkiye'de Bosch bayi ağına satmaktan kaçınacaktır."

### H.2.1.2.2. İthal Ürünler İçin Yeniden Satış Anlaşması

Profilo Telra, ithal ürünleri inhisari bazda BSH'ye Türkiye'de Bosch Bayi Ağı'na İşbirliği Anlaşmasında belirlenen esaslar dahilinde pazarlanmak ve satılmak üzere yeniden satacaktır.

İthal Ürünler İçin Yeniden Satış Anlaşması'nın, 4054 sayılı Kanun açısından değerlendirilmesi gereken maddeleri aşağıdaki gibidir:

#### "Madde 6

Telra aşağıdaki hususları kabul eder:

...

(c) (i) İthal Ürünler için bölge dışında aktif olarak müşteri aramamak;

(ii) Philips'den yazılı olarak bunu yapma hususunda ön izin alınmadıkça, Telra'ya Philips tarafından veya onun yetkili tedarik merkezleri tarafından tedarik edilmemiş İthal ürünleri satmamak.

...

BSH PEG bu anlaşma ile aşağıdaki yükümlülükleri kabul etmektedir  
(d) (i) İthal ürünler için bölge dışında aktif müşteri aramamak.

(ii) Telra'dan bunu yapma hususunda yazılı olarak ön izin alınmadıkça Telra tarafından BSH PEG'e tedarik olunmayan ve fatura edilmeyen İthal ürünleri satmamak."

*"Madde 13*

Telra, Telefunken markalı ürünler dışında ithal ürünler ile rekabet eden veya edebilecek olan kalemleri satmaktan veya satılmasına yardımcı olmaktan kaçınacak ve BSH PEG'in Bosch Bayi Ağı vasıtasıyla bunları satmaktan ve satılmasına yardımcı olmaktan kaçınmasını sağlayacaktır. Philips ithal ürünleri Türkiye'de Bosch Bayi ağına satmaktan kaçınacaktır."

### **H.2.1.3. İşbirliği Anlaşması**

Diğer anlaşmaların da çatısını ve bir anlamda da toplamını oluşturan İşbirliği Anlaşması'nın 6. maddesinin 4054 sayılı Kanun açısından değerlendirilmesi gerekmektedir:

*"Madde 6*

Philips'in Türkiye'de BOSCH Bayi ağına BSH-PEG'in tüketici elektronik ürünleri dağıtımında tercihli marka olması niyeti taşınmaktadır. İşbu Anlaşma, başka ürünlerin yanı sıra BSH PEG'in Telefunken markalı ürünler dışında İşbu Anlaşma tarihinden itibaren 3 ay içinde BOSCH Bayi Ağına rakip ürünleri dağıtım ve satışının tasfiye olunması niyetine dayanılarak imzalanmıştır."

### **H.2.2. Muafiyet Değerlendirmesi**

#### **H.2.2.1. Ekonomik veya Teknik Gelişmenin Sağlanması**

Philips ile Profilo Telra arasında yapılacak imalat anlaşması ile Philips marka bazı televizyon modelleri Türkiye'de üretilmeye başlanacaktır. Bu anlaşma bu pazarda kullanılan teknolojinin, yabancı yatırımcılar tarafından ülkemizdeki yerli firmalara aktarılmasını sağlayacaktır.

Öte yandan, bir ürünün ithal edilmek yerine ülke içinde üretilmesinin hem maliyetleri düşürmek, hem de talebi daha düzenli karşılayabilmek konularında avantaj sağlayacağı açıktır. Bu nedenle, yerli üretim taraflardan Philips'e her şeyden önce lojistik kolaylık, stok ve maliyet avantajı getirecektir.

Profilo Telra açısından ise, kapasite kullanımının artması maliyetlerin düşmesine neden olacaktır. Nitekim, Profilo Telra tarafından yapılan çalışmalar



da Philips ile yapılan anlaşma neticesinde maliyetlerde önemli azalmaların gerçekleşebileceğini göstermektedir. Bu çalışmaya göre, anlaşma sonrasında 250.000 adetten 400.000 adete çıkması beklenen iç satışlar yönetim giderlerinde %38, üretim giderlerinde %13, satış giderlerinde %29 ve toplam giderlerde %23'lük azalmaya neden olacaktır.

Philips'in hem yerli hem de ithal ürünlerinin BSH tarafından daha geniş bir pazarlama ve dağıtım ağında satılması ise Philips'in dağıtım giderleri açısından maliyet avantajı sağlayacaktır.

Bu işbirliği sayesinde ilgili tüm tarafların Kanun'un 5(a) maddesinde belirtildiği şekilde gösterdikleri faaliyetlerde ve verdikleri hizmetlerde ekonomik iyileşme ve gelişmeler sağlayacağı düşünülmektedir.

#### **H.2.2.2. Tüketici Yararı**

Philips'in bazı ürünlerinin Türkiye'de üretilmesinin ve hem yerli hem de ithal ürünlerin BSH tarafından dağıtılmasının Philips ve Profilo Telra açısından önemli maliyet avantajları getireceği daha önce belirtilmişti. Bu işbirliği kapsamında, tüketicinin yararına olacak ilk gelişme bu maliyet avantajlarının fiyatlara yansıtılması, böylelikle tüketicilerin söz konusu ürünleri eskisine nazaran daha uygun koşullarda edinebilmesidir.

İkinci olarak ise, tüketiciler yeni ve daha geniş dağıtım kanalları sayesinde Philips marka ürünlere daha kolay ulaşma imkanına sahip olabileceklerdir. Bu kapsamda, Philips müşterisi tüketiciler Philips'in kendi dağıtım ağına ek olarak BSH'nin dağıtım gücünden ve finansman imkanlarından istifade edebilecekleri gibi Philips markalı ürün sahibi tüketicilerin satış sonrası servis hizmetlerinde iyileşme olacaktır. Philips markalı ürünler Philips'in anlaşma yaptığı 218 münhasır olmayan bayi ve çeşitli mağazalar aracılığıyla dağıtılmaktadır. Anlaşma sonrasında Philips markalı ürünler BSH ile franchise anlaşması imzalamış olan veya Bosch markalı olanlar dışında başka beyaz eşya satmamayı kabul etmiş olan yaklaşık 1400 bayi aracılığıyla satılmaya başlanacaktır.

Genel bir değerlendirme yapıldığında ise, üretim ve dağıtım anlaşmaları ile Philips'in ilgili ürün pazarlarında daha etkin bir rol oynamayı hedeflediği görülmektedir. Philips'in özellikle televizyon pazarında düşük olan satışlarının ve pazar payının artmasına yönelik bu girişimlerin söz konusu pazardaki rekabeti arttırıcı etkisi olacağı kanaatine varılmıştır. Hiç şüphesiz ilgili ürün pazarlarında artan rekabet, tüketiciye yarar sağlayacaktır.

### **H.2.2.3. İlgili Piyasanın Önemli Bir Bölümünde Rekabetin Ortadan Kalkmaması**

#### **H.2.2.3.1. İmalat ve Tedarik Anlaşması**

Televizyon piyasası dar oligopolistik yapıda olup, bu anlamda rekabetçi bir yapı sergilememektedir. Pazar lideri konumunda olan Beko Elektronik 2000 yılında %35 olan pazar payını 2001 yılında %54 civarına yükseltmiş, bu artış Profilo Telra'nın pazar payında %13'lük, Philips'in payında ise %2'lik bir azalmaya neden olmuştur. 2001 yılı itibarıyla yaklaşık %22 pazar payına sahip olan Profilo Telra, bu oran ile pazar üçüncüsü olmasına rağmen pazar lideri konumundaki firmanın rekabetinden önemli ölçüde etkilenmiştir. Aynı durum 2001 yılı pazar payı %3'e gerileyen Philips için de geçerlidir. Taraflar başvuru dilekçelerinde, bu işbirliği sayesinde rekabet güçlerini arttıracaklarını ve bu işbirliğine rağmen her iki rakibin birbirinden bağımsız hareket eden ve birbirleriyle rekabet eden kuruluşlar olmaya devam edeceklerini belirtmişlerdir.

Bu bilgiler çerçevesinde söz konusu anlaşmanın pazarın %25'lik bir bölümünü etkileyeceği görülmektedir. Tarafların bu kısım içerisindeki payları, özellikle de Philips'in %3'lük bir paya sahip olduğu ve rakiplerinin pazar payları dikkate alınacak olursa, söz konusu işbirliğinin pazarın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmasına neden olmayacağı kanaatine varılmıştır.

#### **H.2.2.3.2. Yerli Ürünler İçin Dağıtım Anlaşması**

Yukarıda imalat ve tedarik anlaşması için yapılan değerlendirme bu anlaşma için de geçerlidir. Esasen, Profilo Telra tarafından Philips için üretilen televizyonların dağıtımına ilişkin olan bu anlaşmanın da televizyon pazarının önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmasına neden olmadığı kanaatine varılmıştır.

#### **H.2.2.3.3. İthal Ürünler İçin Yeniden Satış Anlaşması**

İthal Ürünler İçin Yeniden Satış Anlaşması, "audio", "dvd/vcd" ve "video" piyasalarını etkilemektedir.

Audio pazarında, tarafların yanı sıra, Arçelik, Beko, Vestel gibi Elektronik Cihaz İmalatçıları Derneği (ECİD)'e üye diğer firmaların markaları, Sony, JVC, Panasonic, Technics, Kenwood, Aiwa, Samsung, Thomson, Grundig gibi global markalar ve Shov, Yumatu, Minton, Premiere gibi küçük ithalatçı firmaların ithal ettikleri uzakdoğu menşeli markalar da bulunmaktadır.

İthal Ürünler İçin Yeniden Satış Anlaşması'nın etkilediği pazarlardan biri olan audio pazarında işbirliği yapan Philips ve Profilo Telra'nın 2000-2002 yıllarında toplam pazar payları %25, %20 ve %9.1 olarak gerçekleşmiştir. Görüldüğü üzere, tarafların toplam pazar paylarında yıllar itibarıyla önemli ölçüde azalma

söz konusudur. Bu pazar bilgileri doğrultusunda, çok sayıda teşebbüsün faaliyet gösterdiği ve rekabetçi bir yapı sergileyen ilgili pazarda yapılan bu işbirliğinin pazarın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkması sonucunu yaratmayacağı kanaatine varılmıştır.

Bir diğer ilgili pazar olan dvd pazarı yeni gelişmekte olan bir pazar olmasına rağmen, pazarda çok farklı markaların çok farklı özelliklere sahip ürünleri yer almaktadır. Pazarda Arçelik, Beko, Vestel gibi ECİD'e üye firmaların yanı sıra, dünyaca bilinen Sony, Pioneer, Technics, Marantz, Panasonic, Toshiba, Denon, Grundig, Aiwa ve Uzakdoğu'dan ithal edilen, az bilinen Shov, Asai, Newtech, Mustek, Sunny gibi markalar faaliyet göstermektedir.

İthal Ürünler İçin Yeniden Satış Anlaşmasının etkilediği pazarlardan biri olan dvd pazarında işbirliği yapan Philips ve Profilo Telra'nın yıllar itibariyle toplam pazar payları 2000-2002 yıllarında %26, %11 ve %7 olarak gerçekleşmektedir. Türkiye'de 2000 yılından itibaren satışa sunulan dvd cihazının pahalı olması ve yeterli talebin oluşmaması toplam pazarın küçülmesine neden olurken, çok sayıda firmanın faaliyet göstermesi tarafların pazar paylarını önemli ölçüde etkilemiştir. Elde edilen pazar bilgileri doğrultusunda, çok sayıda teşebbüsün faaliyet gösterdiği ilgili pazarda yapılan bu işbirliğinin pazarın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkması sonucunu yaratmayacağı anlaşılmıştır.

Son olarak video pazarında, 2000 yılında Philips'in bu pazarda payının olmadığı, Profilo Telra'nın payının ise %30 olduğu görülmektedir.

Dosya mevcudu bilgiler çerçevesinde, yukarıda yer verilen tespitler göz önünde bulundurularak, anlaşmanın ilgili pazarların önemli bir bölümünde rekabeti ortadan kaldırmayacağı sonucuna ulaşılmıştır.

#### **H.2.2.4. Rekabetin Zorunlu Olandan Fazla Sınırlanmaması**

##### **H.2.2.4.1. İmalat ve Tedarik Anlaşması**

Yatay üretim anlaşmalarında rekabet açısından sorun yaratabilecek başlıca konu sağlayıcı olarak tarafların rekabetçi davranışlarında sergileyecekleri koordinasyondur. Bu durum, işbirliğinin taraflarının ilgili pazar ya da komşu pazarlarda rakip ya da potansiyel rakip olmaları halinde gerçekleşebilir.

Ancak rakipler arası yapılan her üretim anlaşması 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında değildir. Nihai üründen çok ara ürünlerin ya da girdilerin üretimine ilişkin olan fason üretim anlaşmalarında gözönünde bulundurulmuş kriter toplam maliyetlerin her iki taraf için de ortak olan kısmının büyüklüğüdür. Üretim anlaşmasına konu olan girdi ya da ara ürünlerin maliyeti her iki tarafın da toplam maliyetinin yüksek bir oranını oluşturuyorsa, bu durumda nihai ürün - özellikle homojen nitelikteki ürünler- bazında fiyat rekabetinde kısıtlamaların meydana gelme olasılığı o kadar fazladır.

Bu açıdan düşünülduğünde, farklı spesifikasyonları olan ve homojen nitelik taşımayan televizyon cihazlarının maliyetlerinin de farklı olacağı, dolayısıyla rekabetçi fiyat belirlenmesi açısından koordinasyona yol açmayacağı açıktır.

Burada incelenmesi gereken bir nokta anlaşmanın doğası gereği tarafların Philips'in üretim planları hakkında bilgiye sahip olmalarıdır. Anlaşmanın yıllık tahminlere ilişkin 4.1. maddesi ve siparişlere ilişkin 4.2. maddesi gereğince Philips, Profilo Telra'ya kendi satış açısından ve BSH'den aldığı verilere uygun olarak yazılı bir form ile aylık ve üç aylık planlar halinde yıllık bütçe tahminlerini ve her takvim ayının 15. gününden önce on iki aylık döner ürün gereksinim tahminlerini sunacaktır. Bu şartlar altında tek taraflı olmakla birlikte bir bilgi değişiminin varlığı söz konusudur. Philips, rakibi Profilo Telra hakkında bilgiye sahip olmamakla birlikte, Profilo Telra, Philips'in üretim planları hakkında detaylı bilgiye sahip olacaktır. Ancak, bu nitelikte bilgi akışının üretimin gerçekleşmesi açısından zorunlu olduğu ve tarafların pazar güçleri dikkate alındığında bu durumun pazarda rekabetin zorunlu olandan daha fazla kısıtlanmasına yol açmayacağı kanaatine varılmıştır.

Anlaşmanın rekabeti sınırlayıcı etkileri açısından değerlendirilen diğer maddeleri ise, fikri hakların kullanımına ilişkindir. Anlaşmanın rekabet etmeme başlığını taşıyan 2.3. maddesi, Philips tarafından sunulacak spesifikasyonların ve belgelerin isme tescilli ve gizli olması nedeniyle, Profilo Telra'nın, ürünleri herhangi bir üçüncü taraf için üretmesini yasaklamaktadır. Bu maddeye paralel olarak, 9.4. maddede, Philips'in Profilo Telra'ya sağlayacağı tüm yazılımların Philips'in mülkiyetinde olduğu, Philips'in Profilo Telra'ya sadece bu Anlaşma kapsamında Profilo Telra'nın yükümlülüklerinin ifası için gerektiği ölçüde yazılımları kopyalamak, değiştirmek ve kullanmak için inhisari olmayan bir lisans verdiği belirtilmiştir. Ayrıca, Profilo Telra'nın yazılımları, Telra'nın kendi veya üçüncü şahıs ürünleri ile ilgili olarak imalat, test, montaj, tedarik, teslimat, satış veya herhangi bir diğer faaliyette kullanması da yasaklanmıştır. Know-how veya teknoloji transferi içeren anlaşmalarda fikri hakların kullanımına ilişkin birtakım kısıtlamalar getirilmesinin amacı, söz konusu fikri hakların korunmasıdır. Bu çerçevede fason üretim anlaşmalarında, ana üreticinin, know-how'ını fason üreticinin anlaşma amaçları dışında kullanmasına engel olması rekabeti sınırlandırmamaktadır. Öte yandan, her ne kadar dosya konusu anlaşma rakipler arasında yapılmış olsa da, rakiplerin pazar payı gözönünde bulundurulduğunda fikri hakların kullanımına getirilen kısıtlamaların rekabetin zorunlu olandan fazla kısıtlanmasına neden olmayacağı kanaatine varılmıştır.

Ayrıca, üretim anlaşmaları sonucu ortaya çıkabilecek rekabet sorunları arasında işbirliğinin pazarları kapaması ya da üçüncü taraflara karşı negatif etkiler doğurması yer almaktadır ki, tarafların pazar güçleri nedeniyle söz konusu anlaşmanın her iki sonucu da doğurmayacağı anlaşılmıştır.

#### 6.2.4.2.Yerli Ürünler İçin Dağıtım Anlaşması

Anlaşmanın 5. maddesi gereğince BSH bölge dışında yerli ürünler için aktif müşteri aramayacaktır. Anlaşmanın 1. maddesinden anlaşıldığı üzere bölge Türkiye'nin tümünü içermektedir. Bu madde ile Philips münhasır distribütörlük verdiği BSH'nin ülke dışında aktif müşteri aramasına kısıtlama getirmektedir. Münhasır dağıtım anlaşmalarında sağlayıcının alıcıya münhasırlık verdiği bölge ya da müşteri grubunun dışında alıcının aktif olarak müşteri aramasını kısıtlaması 2002/2 sayılı Tebliğ'e grup muafiyeti kapsamında sayılan kısıtlamalardandır. Bu çerçevede, söz konusu madde hükmü ile ilgili piyasada rekabet zorunlu olandan fazla kısıtlamamaktadır.

Anlaşmanın 5(ii) maddesinde BSH'nin, Philips'den yazılı olarak ön izin almadıkça Philips tarafından BSH'ye tedarik olunmayan ve fatura edilmeyen yerli ürünleri satmayacağı belirlenmiştir. Bu madde ile Philips, BSH'nin başka kaynaklardan Philips marka ürün temin etmesine kısıtlama getirmektedir. Bilindiği üzere, tek elden satın almaya ilişkin düzenlemeler belirli koşullarda grup muafiyeti kapsamında yasaklanan kısıtlamalar arasında değildir.

Anlaşmanın 10. maddesinde ise, "BSH PEG, Bosch bayi ağı vasıtasıyla İşbirliği Anlaşması'nda kararlaştırıldığı şekilde Telefunken markalı ürünler dışında Yerli Ürünler ile *rekabet eden veya edebilecek* olan herhangi bir malı satmaktan veya satılmasına yardımcı olmaktan kaçınacaktır. Philips, Yerli Ürünleri Türkiye'de Bosch bayi ağına satmaktan kaçınacaktır." hükmü yer almaktadır. Söz konusu madde ile Philips ürünleri ile rekabet eden markaların BSH tarafından satışı engellenmektedir. Bir başka deyişle söz konusu hüküm, alıcının anlaşma konusu ürünler ile rekabet eden malları satın almasını, satmasını ya da yeniden satmasını doğrudan engelleyen rekabet etmeme yükümlülüğü içermektedir. Esasen, rekabet etmeme yükümlülüğüne ilişkin kısıtlamalar, anlaşma süresiz olmadığı ya da anlaşmanın süresi beş yılı aşmadığı takdirde grup muafiyeti kapsamında değerlendirilmektedir. bu nedenle, ilgili Tebliğ de gözönünde bulundurularak anlaşmanın süresi incelenmelidir.

Anlaşmanın 12. maddesinde "Tarafların işbu Anlaşma'yı imzalaması üzerine işbu Anlaşma yürürlüğe girecek ve aşağıdaki Madde 13 uyarınca fesholunmadıkça beş yıl süreyle geçerli kalacaktır. İşbu Anlaşma, eğer İşbirliği Anlaşması fesholunursa, otomatik olarak sona erecektir. Beş yıllık dönemin dolması üzerine taraflar iyi niyetle işbu Anlaşmanın uzatılması için görüşmeler yapacaklar, ancak bu uzatma için yükümlülük altında olmayacaklardır." denilmektedir. Bu maddeden anlaşıldığı üzere, anlaşma beş yıllık süre ile sınırlandırılmış ve beş yılın sonunda tekrar görüşmelerin yapılması uygun görülmüştür. Anlaşma süresinin 5 yılı aşmadığı dikkate alındığında 10. maddenin televizyon piyasasında rekabeti zorunlu olandan fazla kısıtlamadığı kanaatine varılmıştır. Anlaşmanın yenilenmesi ya da uzatılması durumunda, taraflar muafiyet talebi ile tekrar başvurmak durumundadırlar.

Rakipler arası bu dikey anlaşma pazara etkileri açısından yatay anlaşmalarla benzerlik gösterebileceğinden, yatay etkilerinin olup olmadığı da değerlendirilmiştir. Anlaşma incelendiğinde, Philips'in yerli ürünlerinin kendi bayi ağının yanı sıra rakibinin bayi ağı tarafından dağıtıldığı görülmektedir. Bu durumun, piyasanın yapısı ve Philips'in pazar payı düşünüldüğünde rekabeti sınırlamadığı, hatta arttırma etkisi olduğu anlaşılmıştır. Nitekim, Philips toplam 1400 Bosch bayisi olan BSH tarafından dağıtılmak suretiyle çok daha fazla sayıda tüketiciye erişebilecektir, bu da piyasadaki rekabeti olumlu yönde etkileyecektir.

#### **H.2.2.4.3. İthal Ürünler İçin Yeniden Satış Anlaşması**

Söz konusu Anlaşma'nın 6. maddesi gereğince Profilo Telra ve BSH bölge dışında yerli ürünler için aktif müşteri aramayacaktır. Anlaşmanın 1. maddesinden anlaşıldığı üzere bölge Türkiye'nin tümünü içermektedir. Bu madde ile Philips, Profilo Telra ve münhasır distribütörlük verdiği BSH'nin ülke dışında aktif müşteri aramasına kısıtlama getirmektedir. Bu maddenin Profilo Telra'yı da içermesinin sebebi, Philips'in ithal ettiği ürünleri önce Profilo Telra'ya satması ve Profilo Telra'nın da BSH ile aralarında daha önce akdedilen münhasır distribütörlük anlaşması gereğince ithal ürünleri BSH'ye satmasıdır. Yukarıda da belirtildiği üzere, münhasır dağıtım anlaşmalarında sağlayıcının alıcıya münhasırlık verdiği bölge ya da müşteri grubunun dışında müşteri aramasının kısıtlanması 2002/2 sayılı Tebliğ'de grup muafiyeti kapsamında değerlendirilmektedir. Bu çerçevede değerlendirildiğinde, Profilo Telra ve BSH'ye getirilen bölge dışında aktif müşteri arama kısıtlamasının ilgili piyasada rekabeti zorunlu olandan fazla kısıtlamadığı anlaşılmaktadır.

Anlaşma'nın yine 6. maddesinde Profilo Telra'ya, Philips'den yazılı olarak ön izin almadıkça Philips tarafından BSH'ye tedarik olunmayan ve fatura edilmeyen yerli ürünleri satmama ve BSH'ye, ise yazılı olarak ön izin almadıkça Profilo Telra tarafından BSH'ye tedarik olunmayan ve fatura edilmeyen yerli ürünleri satmama yasakları getirilmiştir. Bu madde ile Philips, Profilo Telra ve BSH'nin başka kaynaklardan Philips marka ürün temin etmesine kısıtlama getirmektedir. Esasen, tek elden satın almaya ilişkin düzenlemeler, rekabeti zorunlu olandan daha fazla kısıtlamadığı da dikkate alınarak, grup muafiyeti kapsamında bulunmayan kısıtlamalar arasında düzenlenmemiştir.

Anlaşma yatay etkileri açısından da değerlendirilmiştir. Buna göre, Philips'in ithal ürünlerinin kendi bayi ağının yanı sıra rakibinin bayi ağı tarafından dağıtılması, piyasaların rekabetçi yapısı ve Philips'in pazar payı dikkate alındığında rekabeti sınırlamamaktadır. Nitekim, pazarın orta büyüklükteki oyuncularından biri olarak Philips toplam 1400 Bosch bayisi olan BSH tarafından dağıtılmak suretiyle çok daha fazla sayıda tüketiciye erişebilecektir, bu da ilgili pazarlardaki rekabeti olumlu yönde etkileyecektir.

#### H.2.2.4.4. İşbirliği Anlaşması

Anlaşma'nın 6. maddesinde, "Philips'in Türkiye'de BOSCH Bayi Ağına BSH-PEG'in tüketici elektronik ürünleri dağıtımında tercihli marka olması niyeti taşınmaktadır. İşbu Anlaşma, başka ürünlerin yanı sıra BSH-PEG'in Telefonken markalı ürünler dışında işbu Anlaşma tarihinden itibaren üç (3) ay içinde BOSCH Bayi Ağına rakip ürünleri dağıtım ve satışının tasfiye olunması niyetine dayanılarak imzalanmıştır" denilmektedir. Bu madde ile, Bosch bayilerinde Philips malları ile ikame olan malların dağıtımı kısıtlanarak, rekabet etmeme yükümlüğü getirilmektedir. Nitekim, bu madde yerli ürünler ve ithal ürünler için dağıtım anlaşmalarında da benzer şekilde yer almış olup, yeni bir düzenleme ya da değişiklik getirmemiştir. İşbirliği Anlaşması'nın, işbirliğinin genel ilkelerini belirlemesi nedeniyle rekabet etmeme yükümlülüğüne bu anlaşmada da yer verilmiştir. Dolayısıyla, yukarıda yapılan değerlendirmelerin bu anlaşma için de geçerli olduğu ve rekabet etmeme yükümlülüklerinin ilgili pazarlarda rekabetin gereğinden fazla kısıtlanmasına yol açmadığı kanaatine varılmıştır.

İşbirliği anlaşmasının taraflarından Profilo Telra ile BSH'nin ortaklık yapılarına, iştiraklerine ve bağlı ortaklıklarına bakıldığında, bazı şirketlerin her iki şirkette de hissedar olduğu, BSH'nin Profilo Telra'da hisse sahibi olduğu ve bu iki şirketin bağlı ortaklık ve iştirakleri arasında aynı şirketlerin bulunduğu görülmektedir. Şöyle ki, Profilo Holding A.Ş.'nin Profilo Telra'da %4.30, BSH'de %11.75; Profilo Endüstri İşl. A.Ş.'nin Profilo Telra'da %0.80, BSH'de %9.97; BSH'nin Profilo Telra'da %1.52 oranında hissesi bulunmaktadır. İştiraklere bakıldığında Pro-Eks Dış Ticaret A.Ş. ve Ak Enerji Elektrik Üretim A.Ş.'de her iki şirketin de iştirakinin bulunduğu, BSH'nin bağlı ortaklıkları arasında Profilo Dağıtım A.Ş. ve Profilo Elektrogate şirketlerinin bulunduğu, BSH'nin bağlı ortaklıklarından BSH PEG Tüketici Finansmanı A.Ş.'de Profilo Telra'nın da %10 iştirakinin bulunduğu anlaşılmaktadır. Bu tablo, Profilo Telra ve BSH'nin ortak ekonomik çıkarlara sahip 2 teşebbüs olduğunu ortaya koymaktadır. Bu iki teşebbüs arasında halihazırda BSH'nin distribütör olarak tayin edildiği inhisari dağıtım anlaşması bulunmaktadır. Dolayısıyla İşbirliği Anlaşması ile tesis edilen işbirliği bu iki teşebbüs açısından mevcut hissedarlık ilişkilerinden ve daha önceki dağıtım anlaşmasından doğan işbirliğine yeni bir marka eklenmesidir.

#### İ- SONUÇ

Yukarıda yer verilen tespit ve değerlendirmeler doğrultusunda, Profilo Telra Elektronik Sanayi ve Ticaret A.Ş., Türk Philips Ticaret A.Ş. ve BSH Profilo Elektrikli Gereçler Sanayi A.Ş. arasında imzalanan "İşbirliği Anlaşması", "İmalat ve Tedarik Anlaşması", "Yerli Ürünler İçin Dağıtım Anlaşması" ve "İthal Ürünler İçin Yeniden Satış Anlaşması"nın 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 5. maddesinde sayılan koşulları yerine getirdikleri kanaatine varılarak söz konusu anlaşmalara imza tarihleri olan 24.6.2002'den

**03-43/487-209**

itibaren 5 yıl süreyle bireysel muafiyet tanınmasına OY BİRLİĞİ ile karar verilmiştir.