

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

**REKABET KURULU KARARI**

**Dosya Sayısı** : 2006-4-233 (Muafiyet)  
**Karar Sayısı** : 07-29/260-91  
**Karar Tarihi** : 29.3.2007

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

10 **Başkan** : Tuncay SONGÖR (İkinci Başkan)  
**Üyeler** : Rıfki ÜNAL, Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI,  
M. Sıraç ASLAN, Süreyya ÇAKIN, Mehmet Akif ERSİN

**B. RAPORTÖRLER** : M.Haluk ARI, Esin ÇERÇİOĞLU

**C. BAŞVURUDA  
BULUNAN**

20 : Mobil Oil Türk A.Ş.  
Temsilcileri: Av. Gönenç GÜRKAYNAK, Av. Zümrüt ESİN  
Çitlenbik Sk. No:12 Yıldız Mh. 34349 Beşiktaş/İstanbul

**D. TARAFLAR**

: - Mobil Oil Türk A.Ş.  
Pakpen Plaza Halk Sk. No:40-44 34734  
Kozyatağı/İstanbul  
- Mobil Oil Türk A.Ş. Bayileri

30 **E. DOSYA KONUSU:** Mobil Oil Türk A.Ş. (Mobil) ile Boğaziçi Otomotiv Turizm Ticaret ve Sanayi Ltd. Şti. (Boğaziçi Otomotiv) arasında imzalanan Pazarlama Destek Sözleşmesi ve Bayilik Anlaşması ile diğer bayilerle de imzalanacak aynı hükümleri içeren tip sözleşmelere muafiyet tanınması talebi.

**F. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına en son 23.2.2007 tarih, 1367 sayı ile giren başvuru üzerine düzenlenen 23.2.2007 tarih, 2006-4-233/MM-07-MHA sayılı Muafiyet Ön İnceleme Raporu 26.2.2007 tarih, REK.0.08.00.001-120/60 sayılı Başkanlık önergesi ile 07-29 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

**G. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili Raporda,

40 - Mobil'in bayileri ile akdetmiş olduğu ve Boğaziçi Otomotiv ile yapılmış olan bir örneği sunulan madeni yağ satışına yönelik Pazarlama Destek Anlaşması (MAP) ve Bayilik Anlaşması'nın içermiş olduğu rekabet etmeme yükümlülüklerinin 2005/4 sayılı "Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği" ile öngörülen muafiyetten yararlanamayacağı,

## 07-29/260-91

- Anlaşmaların, içerdikleri cezai şartlar sebebiyle, 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin ikinci fıkrasında bireysel muafiyet için öngörülen koşulları sağlamadığı,

50 - Buna karşılık anlaşmaların; alıcıya, anlaşma süresinin sonunda cezai şarta maruz kalmaksızın, varsa kalan borçlarını ve sağlayıcının fesihten kaynaklanan fiili zararını ödemek suretiyle, anlaşmaya son verme hakkını tanıyacak şekilde tadil edilmesi halinde talep edilen bireysel muafiyetin tanınabileceği, görüşüne yer verilmiştir.

## H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

### H.1. İlgili Pazar

#### H.1.1. Ürün Pazarı

60 Bildirime konu işlem taraflarının faaliyetleri dikkate alınarak, dosya mevcudu bilgiler çerçevesinde, ilgili ürün pazarı "otomotiv madeni yağları pazarı" olarak tespit edilmiştir.

#### H.1.2. Coğrafi Pazar

Mobil tarafından üretilen ya da satılan madeni yağlar, sahip olunan dağıtım kanalları ve servisler aracılığıyla tüm Türkiye'ye satılmaktadır. İlgili ürünün satıldığı farklı homojen pazarların varlığına ilişkin tespit bulunmadığından, bildirim konu işlem açısından ilgili coğrafi pazar, "Türkiye Cumhuriyeti Sınırları" olarak belirlenmiştir.

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

#### H.2.1. Taraflar

##### H.2.1.1. Mobil Oil Türk A.Ş.

80 Mobil, merkezi ABD'de bulunan ExxonMobil Corporation'ın dolaylı olarak hisselerinin tamamına sahip olduğu bir iştirakidir. ExxonMobil Mediterranea SRL kanalıyla Mobil'in hisselerinin %99,9924'üne ve dolayısıyla kontrolüne sahiptir. ExxonMobil Corporation, dünya çapında petrol ve petrokimya ile ilgili alanlarda faaliyet göstermekte olan bir teşebbüs olup Exxon, Esso, Mobil ve diğer markalar altında çeşitli akaryakıt, madeni yağ ve petrokimya ürünleri sağlamaktadır. ExxonMobil Corporation, Türkiye'de Mobil kanalıyla sadece madeni yağ satışı ve pazarlanması ile havacılık ve denizcilik sektörlerine yakıt ikmali faaliyetlerinde bulunmaktadır. Dolayısıyla Mobil, madeni yağ üretim ve pazarlanması ile havacılık ve denizcilik sektörlerine yakıt ikmali faaliyetlerinde bulunmaktadır.

Mobil'in hissedarlık yapısı aşağıdaki şekildedir:

Ortaklar	Sermaye Tutarı (YTL)	Oran (%)
ExxonMobil Mediterraanean Srl	21.498.366	99,9924
David Robert Csapo	344	0,0016

## 07-29/260-91

Samet Üner	774	0,0036
Hüsnü Münci Bilgiç	258	0,0012
Mehmet Aydın Cangiray	258	0,0012
TOPLAM	21.500.000	100

Mobil Yönetim Kurulu, Samet ÜNER (Yönetim Kurulu Başkanı), Hüsnü Münci BİLGİÇ (Üye), Mehmet Aydın CANGIRAY (Üye) ve David Robert CSAPO (Üye)'den oluşmaktadır. Haldun GÜRSAN denetçi olarak faaliyet göstermektedir.

90 ExxonMobil Corporation 2005 yılında dünya çapında yaklaşık 358.900.000.000 ABD doları ciro elde etmiştir. Mobil'in 2005 yılında Türkiye'de elde ettiği toplam ciro ise ..... ABD Doları'dır (yaklaşık ..... YTL).

### H.2.1.2. Boğaziçi Otomotiv Turizm Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.

Boğaziçi, her türlü nakil vasıtaları ile bunların aksesuar, aksam ve parçalarının alım-satım, ithalat ve pazarlaması, motorlu taşıt araçlarının alım-satım, pazarlama, ithalat ve ihracatı işi ile iştigal etmektedir.

### H.2.2. Bildirime Konu Anlaşmalar

#### H.2.2.1. Pazarlama Destek Anlaşması

100 Bildirime konu olan MAP, taraflar arasında 17.8.2004 tarihinde akdedilmiştir. Genel olarak MAP, yetkili servis, bağımsız servis, dağıtıcılar veya yağ toptancılarından oluşan alıcılara Mobil tarafından sözleşmenin başlangıcında "prim avansı" adı altında belirli bir miktar nakit avans verildiği, alıcıların söz konusu parayı satış hizmetlerinin geliştirilmesinde kullandıkları ve belirli bir zaman dilimi içerisinde belirli miktarlarda Mobil ürünü satın almak suretiyle hak kazandıkları primler vasıtasıyla ödünç aldıkları miktarları geri ödedikleri bir anlaşma türüdür. Mobil, MAP anlaşmalarıyla satış ve dağıtım ağını etkinleştirmeyi ve satış ve dağıtım koşullarını iyileştirmeyi hedeflemektedir. Mobil, bu amaçla, satış ve dağıtım yapacak teşebbüslerin lehine bir takım yükümlülüklerin altına girmekte ve kendi mali imkanlarını bu teşebbüslerin 110 kullanımına sunmaktadır. Teşebbüsler, MAP kapsamında kazandıkları prim avansını sözleşme süresi boyunca her sözleşme yılı için belirlenmiş miktarlarda yapacağı satışlardan hak kazanacağı primlerle, ek bir mali külfet altına girmeksizin geri ödeme olanağına sahiptirler. MAP kapsamında bayiye verilecek peşin avans ile bayi, satış hizmetlerinin geliştirilmesinde kullanılmak üzere ekipman satın alabilecek ve bu ekipmanın mülkiyetine sahip olacaktır.

120 MAP ile bayiye alım taahhütleri getirilmektedir. Alım taahhüdü MAP'ın "Konu" başlıklı 2. maddesinde düzenlenmiş ve bu madde altında toplam satın alınacak miktar belirtilmiş, anlaşmanın 3.2. maddesinde her anlaşma yılına denk gelen satın alma taahhütlerinin bir listesine yer verilmiş, takip eden 3.3. maddede ise bu taahhütlere karşılık verilmiş olan avansın geri ödenmesine ilişkin koşullar düzenlenmiştir. Anlaşmanın geri kalan birçok hükmü de yine bu taahhütlerin yerine getirilmesi ile ilgili çeşitli sonuçları düzenlemektedir.

Anlaşmanın 2. maddesine göre toplam avans tutarı ..... ABD Doları'dır. Avansı kapatmak için satılacak ürün miktarı yedi ton olup avans kapatma süresi iki yıldır. Avans kapatmada birim miktar ton başına ..... ABD Doları'dır.

130 MAP'ın 3.1. maddesine göre Mobil, Boğaziçi Otomotiv'e peşin avans olarak ..... TL. ödemeyi kabul etmektedir. Sözleşmenin 3.2.(a) maddesi uyarınca söz konusu meblağın geri ödenmesi, sözleşme yıllarına karşılık gelen satın alma taahhütlerinin yerine getirilmesi ile hak kazanılacak primler vasıtasıyla yapılacaktır. Buna göre Boğaziçi Otomotiv, her sözleşme yılı içinde Mobil'den belirtilen cinsten "yıllık hedef tonaj miktarı"nda Mobil ürünü satın almayı taahhüt etmektedir. Madde 3.2.(b)'ye göre ise, Boğaziçi Otomotiv'in yıllık hedef tonaj miktarına tekabül eden ürün satın alma taahhüdünü sözleşme yılı içinde gerçekleştirmemesi halinde, söz konusu şirket sözleşme yılı sonu itibarıyla kapatılmayan miktara denk düşen avans borcunu, Madde 3.3.'de belirlenen esaslar dahilinde nakden iade edecektir.

140 MAP'ın 3.14. maddesine göre: "*Bayi bu sözleşme süresince Bölgesinde sadece Mobil tarafından satılan ürünleri satmayı ve satış sonrası hizmetler vermeyi, rakip firmalara ait ürünleri satmamayı ve bu tür ürünlere satış sonrası hizmet vermemeyi kabul ve taahhüt etmiştir.*" Anlaşmanın 3.4. maddesinde yer alan fesih nedenleri arasında da bayi tarafından Mobil'e rakip ürünlerin satılması, bulundurulması, kullanılması sayılmaktadır.

Bundan başka, MAP'ın 3.7. maddesi ile Mobil'in yazılı onayına bağlı olarak sözleşmenin devir ve temlik edilebileceği düzenlenmiştir.

MAP'ın 3.4. maddesi ile ise, sağlayıcı tarafından yapılacak feshin yazılı olacağı düzenlenmiştir. Mobil, 3.4. maddede yer alan nedenlerden birinin varlığı halinde tek taraflı olarak ve yazılı ihbar suretiyle haklı nedenle sözleşmeyi feshedebilir.

150 Anlaşmanın 3.5. maddesinde cezai şart düzenlenmiştir. Buna göre, Bayi'nin sözleşmeyi süresinden önce ve yıllık hedef tonaj taahhütlerinin tamamını gerçekleştirilmeden tek taraflı olarak feshetmesi veya Mobil'in Bayi ile sözleşmesini haklı nedenle feshetmesi halinde Bayi, ..... ABD Doları tutarında cezai şartı Mobil'e ödemeyi gayri kabili rücu kaydıyla kabul ve taahhüt eder.

#### **H.2.1.2. Bayilik Anlaşması**

Taraflar arasında 1.9.2001 tarihinde Bayilik Anlaşması akdedilmiştir. Bayilik Anlaşması, Mobil ile yetkili servis, bağımsız servis veya dağıtıcılardan (ya da yağ toptancılarından) oluşan alıcılar arasında, Mobil tarafından üretilen, ithal edilen veya satılan madeni yağların satışını düzenlemekte ve Mobil tarafından alıcılar lehine bir takım teşviklerin sağlanmasına ilişkin koşullar öngörmektedir.

160 Uygulamada bir bayi ile hem bayilik anlaşması, hem de MAP aynı zamanda akdedilebilmektedir. Dolayısıyla bir yandan Bayilik Anlaşması ile bayilik ilişkisinin esasları ve bayiye verilecek olan temel borç miktarı ve malzeme ile teçhizat yardımı saptanırken, diğer yandan da MAP ile prim esasına dayalı bir teşvik sistemi işletilebilmektedir. Böyle bir durumda her iki anlaşma kapsamında belirlenen yükümlülükler (satın alma taahhütleri, borcun ödenmesi v.b.), diğer

anlaşmadan bağımsız ve kendi başına işlemektedir. Bununla birlikte, her iki anlaşma türünün tek başına uygulanması da mümkündür.

170 Bayilik anlaşması kapsamında da Mobil anlaşmanın başlangıcında bayiye belirli bir miktar faizsiz ödünç para vermekte ve bunun karşılığında bayi toplu bir satın alma taahhüdünde bulunmaktadır. MAP'tan farklı olarak bu anlaşma kapsamında bayiye getirilen satın alma taahhüdü, sözleşme yıllarına bölünmemiştir ve borcun geri ödenmesi primler vasıtasıyla yapılmamaktadır. Mobil, bayiye ticari faaliyetinin geliştirilmesinde kullanılmak üzere ve toplam yağ satın alma taahhüdünü gerçekleştirmek koşulu ile anlaşma bitiminde bir taksitte geri ödenmek üzere önemli miktarda bir meblağı faizsiz ödünç para şeklinde vermeyi kabul etmektedir. Sözleşmenin süresi de, satın alma taahhüdünün bitimine bağlıdır. Başka bir deyişle, satın alma taahhüdünün tamamlandığı anda sözleşme kendiliğinden sona erecektir. Faizsiz ödünç paranın yanı sıra Mobil, bayiye malzeme ve teçhizat vermeyi de Bayilik Anlaşması kapsamında kabul etmektedir. Söz konusu malzeme ve teçhizat sözleşme süresinin bitiminde Mobil'e iade edilecektir.

180 Anlaşmanın 4. maddesine göre, Mobil, Bayi'ye münhasıran anlaşma konusu serviste ticari faaliyetin geliştirilmesinde kullanılmak ve sözleşmede belirtilen ..... ton madeni yağ satın alma taahhüdünü gerçekleştirmek koşulu ile anlaşma bitiminde ve bir taksitte geri ödenmek üzere, faizsiz toplam ..... ABD Doları karşılığı ..... YTL. tutarında borç vermeyi kabul ve taahhüt etmiştir. Ayrıca, anlaşmanın 5. maddesine göre Mobil, münhasıran serviste kullanılmak üzere, Bayi'ye iareten anlaşma ekinde yer alan malzeme ve teçhizatı vermeyi kabul ve taahhüt etmiştir. Bayi, iareten verilen mal ve teçhizatı, anlaşmanın herhangi bir sebeple sona ermesinde dahi Mobil'e iade etme yükümlülüğü altındadır. 190 Anlaşma, Bayi'nin Mobil'den satın almayı taahhüt ettiği ..... Ton yağ miktarına ilişkin tonaj taahhüdünü gerçekleştirdiği tarihte kendiliğinden sona erecektir.

Bayilik Anlaşması'nın bayiye yönelik getirdiği kısıtlamalardan ilki, bayinin anlaşma süresince Mobil ürünleri dışında ürün satın almamayı, satmamayı, kullanmamayı ve bulundurmamayı taahhüt etmesidir. Bayi sözleşme konusu ürünleri münhasıran Mobil'den veya Mobil'in göstereceği yerden satın alacaktır. Bayi sözleşme konusu ürünleri münhasıran serviste kullanmayı ve bölgesi dışında aktif satış politikaları izlememeyi kabul etmiştir.

200 2005/4 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinde sayılan genel koşullar bakımından Bayilik Anlaşması, MAP ile aynı konumdadır.

Mobil'in sözleşmesini haklı nedenle feshetmesi halinde feshe bağlı olarak veya Bayi sözleşmeyi ..... tonluk madeni yağ satış taahhüdünü yerine getirmeden feshettiği takdirde Bayi; ..... ABD Doları cezai şart ödemeyi gayri kabili rücu kaydıyla kabul ve taahhüt etmektedir. Sözleşmenin herhangi bir nedenle sona ermesi halinde Bayi, Mobil'den satın aldığı ürünlerin bedellerinden dolayı borcunun muaccel hale geleceğini kabul ile, ifa tarihinde Akbank A.Ş., İşbankası A.Ş. ve Yapı ve Kredi Bankası A.Ş.'nin tüketici kartlarına uyguladıkları aylık gecikme faiz ortalaması üzerinden hesaplanacak faiz ile birlikte Mobil'e borcunu iade etmeyi kabul ve taahhüt etmiştir.

210 **H.2.3. 4054 Sayılı Kanun ve İlgili Mevzuat Çerçevesinde Değerlendirme**

Bildirim, Mobil ile Boğaziçi Otomotiv arasında yapılan MAP ve Bayilik Anlaşması örnek gösterilmek suretiyle, Mobil tarafından 2002/2 sayılı "2003/3 sayılı Rekabet Kurulu Tebliği ile Değişik, Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği"ne uygun olarak yapılmış olan madeni yağ dağıtım anlaşmalarına bireysel muafiyet tanınması talebini içermektedir.

220 2005/4 sayılı Tebliğ'in getirmiş olduğu yedek parça tanımı çerçevesinde madeni yağlar artık yedek parça olarak kabul edilmektedir ve söz konusu ürünlerin dağıtımına ilişkin anlaşmaların da grup muafiyetinden yararlanmak için 2005/4 sayılı Tebliğ'e uygun olarak yapılması gerekmektedir. 2005/4 sayılı Tebliğ'in geçici 3. maddesi uyarınca ise halen bir başka Tebliğ'in kapsamına giren dikey anlaşmaların bir yıllık geçiş süreci içerisinde 2005/4 sayılı Tebliğ'e uygun hale getirilmesi gerekmektedir.

2002/2 sayılı Tebliğ'e uygun olarak düzenlenmiş olan bildirim konu anlaşmaların alıcıya getirdikleri rakip teşebbüslerin ürünlerini almamaya yönelik rekabet etmeme yükümlülükleri, mevcut haliyle 2005/4 sayılı Tebliğ'in öngördüğü koşulları karşılamamaktadır. Bu nedenle, yatırımların geri dönüşünün sağlanması için gerekli olduğu iddia olunan söz konusu yükümlülüklere bireysel muafiyet tanınması talep edilmiştir.

230 **H.2.3.1. Madeni Yağ Anlaşmalarının Tabi Olduğu Hukuki Rejime İlişkin Süreç**

Madeni yağların dağıtımı, ilk olarak 1997/3 sayılı "Tekelden Dağıtım Anlaşmalarına İlişkin Tebliğ" kapsamında yer almıştır. Adı geçen Tebliğ çerçevesinde herhangi bir süre ile sınırlı olmaksızın rakip malları satmama yükümlülüğüne muafiyet tanınmıştır.

240 1997/3 sayılı Tebliğ'in yayımlanmasından bu yana geçen 9 yıllık süreçte madeni yağ dağıtım anlaşmalarının tabi olduğu hukuki çerçeve önemli değişikliklere sahne olmuş ve en son alıcıya getirilebilecek rakip malları satmama yükümlülüğü, alıcının bir önceki yıldaki toplam alımlarının %30'u ile sınırlandırılmıştır. Buna göre sağlayıcı yaptığı yatırım miktarı ne olursa olsun, alıcıyı bir önceki yıldaki toplam yağ alımlarının %30'undan fazlasını kendisinden almaya zorlayamayacaktır.

Alicılar tarafından yapılan satın alma taahhütlerinin %30 ile sınırlandırılması sektörde faaliyet gösteren ve önceki yıllarda tabi olunan hükümler çerçevesinde servislere nakdi ve aynı yatırımlar yapan yağ üreticilerini, yeni duruma uyum sırasında yatırımlarının karşılığını alamama veya çok sayıda hukuki ihtilafla karşı karşıya kalma riskine maruz bırakmıştır. Bu nedenle yağ üreticileri geçmiş yıllarda yapmış oldukları anlaşmalara muafiyet tanınması talebinde bulunmaktadır.

250

### H.2.2.2. Bildirime Konu Anlaşmaların Hukuki Niteliği

260 Bildirime konu anlaşmalar esas olarak rekabet hukuku literatüründe tek marka anlaşması olarak nitelendirilen dikey anlaşma tipine uymaktadır. Tek marka anlaşmaları, alıcının tüm ihtiyaçlarını tek bir sağlayıcıdan alma yükümlülüğüne dayanmaktadır. Bildirime konu anlaşmada alıcı konumundaki yetkili veya özel servisler, madeni yağ ihtiyaçlarını münhasıran tek bir sağlayıcıdan temin etme, rakip ürünleri kullanmama yükümlülüğü altına girmektedirler. Buna karşılık sağlayıcının alıcının rakiplerine ürün temin etme serbestisi kısıtlanmamaktadır.

270 Tek marka anlaşmalarının olası rekabeti kısıtlayıcı etkileri, özellikle söz konusu anlaşmaların pazarı rakip teşebbüslerin girişine kapaması veya önemli ölçüde engellemesi halinde ortaya çıkmaktadır. Söz konusu etki tek bir sağlayıcının anlaşmasından kaynaklanabileceği gibi, aynı nitelikteki paralel anlaşmaların oluşturduğu toplam etki ile de ortaya çıkabilmektedir. Sağlayıcının pazar payının %30-40'ın altında olduğu hallerde, tek bir anlaşmanın pazar kapama etkisi yaratmaz. Benzer anlaşmalar ağır söz konusu olduğunda ise en büyük beş sağlayıcının pazar payları toplamının %50'nin altında olması halinde, pazar rakiplerin girişine kapanmayacaktır.

280 Tek marka anlaşmalarının rekabeti kısıtlayıcı etki doğurmasına zemin hazırlayan bir başka önemli konu ise, söz konusu anlaşmaların süresi ve fesih için öngörülen sürelerdir. Genel olarak, kısa süreli olan ve kısa feshi ihbar süresi içeren sözleşmeler rekabeti kısıtlamaz ve pazara girişleri zorlaştırmaz. Ancak özellikle uzun süreli anlaşmalar ve buna eşlik eden cezai şartların varlığı halinde, sağlayıcı değiştirme maliyetinin yükselecek ve rekabeti kısıtlayıcı etki ağırlaştacaktır.

280 Son olarak belirtilmesi gereken nokta ise, giriş engellerinin başka etkenler nedeniyle halihazırda yüksek olduğu pazarlarda, tek marka anlaşmalarının rekabeti kısıtlayıcı etkilerinin daha yoğun olarak hissedileceğidir.

### H.2.3. Bireysel Muafiyet Değerlendirmesi

280 Bildirime konu anlaşmalarda alıcıya getirilen sadece Mobil'den ürün almaya dair rekabet etmeme yükümlülüğü ile 2005/4 sayılı Tebliğ'in öngördüğü %30'luk sınıra aşılmaktadır. Bu durumda anlaşmanın bir bütün olarak dikkate alınması ve söz konusu rekabet etmeme yükümlülüğü ile ilgili hükümlerin Kanun'un 5. maddesinde öngörülen koşulların oluşmasına engel olup olmadığının değerlendirilmesi gerekmektedir.

#### H.2.3.1. Malların Üretim veya Dağıtım ile Hizmetlerin Sunulmasında Yeni Gelişme ve İyileşmelerin ya da Ekonomik veya Teknik Gelişmenin Sağlanması

290 Hangi hallerin ekonomik yarar sağladığının somut olayın özelliklerine göre değerlendirilmesi gerekirken birlikte, genel olarak üretim ve dağıtım maliyetlerinin düşürülmesi, kalitenin artırılması, malın arzında devamlılığın sağlanması, yeni piyasalara girişin kolaylaştırılması ve yeni ürünlerin ya da

## 07-29/260-91

üretim tekniklerinin bulunması gibi hallerin varlığı halinde ekonomik yararın sağlandığı kabul edilmelidir.

300 Bildirime konu yağ dağıtım anlaşmaları esas olarak ekonomik veya teknik gelişme sağlamaya elverişli bulunmamakta olup, bu koşul anlamında üzerinde durulması gereken husus anılan anlaşmaların malların üretimi veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında iyileşme sağlayıp sağlamadığıdır.

310 Bildirime konu anlaşmalar ile alıcı konumunda olan yetkili veya özel servislere, nakdi kredi ve/veya ekipman desteği sağlanmakta, buna karşılık olarak ise alıcının başka bir sağlayıcıdan madeni yağ alımı engellenmektedir. Bilindiği üzere muhtelif büyüklükte olmakla birlikte yetkili ve özel servisler, esas olarak küçük ve orta ölçekli işletmelerdir. Özellikle kurulma aşamasında olan servisler bakımından, hizmetlerin yürütülmesi için gerekli ekipmana sahip olunması önemli miktarda yatırım yapılmasını gerektirmektedir. Bu yatırımın bir kısmının doğrudan ekipman yatırımı olarak veya ekipman alımında kullanılmak üzere kredi desteği şeklinde yağ sağlayıcıları tarafından karşılanması, servisin finansman yükünü hafifletmektedir. Faal bir servis açısından ise söz konusu destekler, kullanım ömrü dolmuş olan ekipmanın yenilenmesi veya hizmet kalitesini artırmaya yönelik yeni yatırımlar yapılması için kullanılmaktadır. Hemen belirtilmelidir ki ekipman desteği şeklinde yapılan yatırımlar genel olarak yağ değişimi için gerekli aletler şeklinde olmakla birlikte, özellikle pazar payı yüksek olan markaların servisleri söz konusu olduğunda, yağ değişim ünitesi dışında kullanılmak üzere yapılan ekipman yatırımı da içermektedir.

320 Alım yükümlülüğü karşılığında nakdi kredi verilmesi, alıcının finansman ihtiyacının sermaye piyasalarına alternatif bir yöntem ile karşılanması anlamına gelmektedir. Bu ise, özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler için finans sektöründen kredi alımının, yerine getirilmesi gereken koşullar nedeniyle zor veya faiz yükü dolayısıyla maliyetli olduğu hallerde önem kazanmaktadır. Bu tür hallerde küçük ve orta ölçekli işletmeler açısından ileride yerine getirecekleri alımlarına tekabül eden primlerin peşin olarak ödenmesi suretiyle finansman ihtiyacının karşılanması, teşebbüslerin hizmet kalitesini göreceli olarak daha elverişli koşullarda artırabilmelerine imkan tanımaktadır.

330 Söz konusu anlaşmaların sağladığı bir diğer fayda ise genel olarak tüm dikey anlaşmalar bakımından geçerli olduğu üzere, ürün tedarikinde devamlılık sağlamasıdır. Sağlayıcılar, yapacakları yatırımın karşılığını almanın güvencesini baştan sağlamayı amaçlamaktadırlar. Böylece sağlayıcılar üretim planlamalarını bu esasa dayalı olarak daha rasyonel bir temele oturttükçe ölçek ekonomilerini yakalamaktadır. Yetkili servisler ise beş yıla yayılan bir sürede tüketilecekleri miktar karşılığında elde edecekleri prim veya iskonto gibi avantajları sözleşmenin kurulmasını müteakip peşin olarak temin etmektedirler. Dolayısıyla bu anlaşmalar her iki taraf için de belirlilik ve devamlılık sağlamak suretiyle etkinliğe ulaşmanın yolunu açmaktadır.

Sonuç olarak söz konusu anlaşmalar yatırım maliyetlerinin düşmesine, bu suretle de dağıtım hizmetlerinin ve yetkili ve özel servislerde tüketicilere sunulacak hizmetlerin kalitesinin artmasına katkıda bulunmaktadır.



340 **H.2.3.2. Tüketicinin Bundan Yarar Sağlaması**

4. madde anlamında rekabeti sınırlayıcı etkileri olan bir anlaşmanın muafiyet alabilmesi için, yukarıda değinilen malların dağıtımı veya hizmetlerin sunulmasından elde edilen iyileşmenin tüketiciye yansıtılması gerekmektedir. Kanun'da tüketicinin ekonomik gelişmeden yarar sağlaması gerektiği belirtilmekle birlikte, yararlanmanın ölçüsü ve kapsamı hususunda herhangi bir ifade yer almamaktadır. Ancak, ortaya çıkan ekonomik fayda ile tüketicinin elde edeceği menfaat arasında makul bir denge olması gerektiği kabul edilmelidir. Tüketicinin yarar sağlaması açısından beklenen genellikle fiyatlar seviyesindeki düşüş olmakla birlikte, satış sonrası etkin hizmetler, ürün çeşitliliğinin artması, 350 tüketicinin ürüne daha kolay ulaşabilmesi, malın arzında devamlılığın sağlanması gibi koşullar da tüketicinin elde edeceği menfaat kapsamındadır.

Madeni yağlarda, belirli spesifikasyonları karşılayan ürünler söz konusu olsa da, farklı markalar arasında yüksek oranda ikame mümkün olmaktadır. Dolayısıyla ürün farklılaştırmasının fazla önem taşımadığı bu pazar bakımından, tüketicinin yararı özellikle ürünün kolay bulunabilirliği ve fiyatı açısından değerlendirilecektir. Söz konusu anlaşmalar vasıtasıyla, araçlara bakım-onarım hizmetlerinin verildiği en önemli noktalar olan servislerde, bir araçta en çok değişime konu olan ürünlerden olan madeni yağların varlığı sağlanmaktadır. Böylece tüketiciler, madeni yağın satışının yapıldığı yedek parça satıcıları gibi başka bir noktadan 360 önceden temin etmek zorunda kalmaksızın, servise gittiğinde ürüne kolayca ulaşabilmektedirler.

Diğer taraftan yapılan yatırımların, önemli bir kısmı küçük ve orta ölçekli olan servislerin hizmet kalitesinin artmasına bulunduğu katkı da tüketiciler açısından bir avantaj sağlamaktadır. Bazı durumlarda yatırım maliyetlerinin paylaşılması, yeni bir teşebbüsün piyasaya girmesine yardımcı olmaktadır. Bu ise bir yandan tüketicilerin alternatiflerinin artmasına bir yandan da tüketicilerin daha nitelikli hizmetler alabilmelerine etki etmektedir. Bu bağlamda münhasırlığın olmadığı bir ortamda tüketici tercihini de artıracak şekilde servislerin birden fazla yağ markası kullanabilmeleri ihtimalinin mevcut olduğu belirtilmelidir. Ancak özellikle kurulma 370 aşamasında olan servisler bakımından, tek marka ile çalışma karşılığında elde edilebilecek finansman ve ekipman desteği, birden fazla marka ile çalışan bir servise nazaran yüksek olacağı için, ilgili servisin hizmet kalitesi daha yüksek olacak ve dolayısıyla tüketiciler de daha iyi hizmet veren bir noktada bakım-onarım işlemlerini yaptırabileceklerdir.

Değerlendirilmesi gereken bir başka husus ise verilen destekler nedeniyle servislere tedarik edilen ürünlerin fiyatının artıp artmadığı, söz konusu destekler olmasaydı tüketicilerin daha uygun fiyatla ürünleri alıp alamayacağıdır. Hemen belirtmek gerekir ki yedek parça satıcıları, süpermarketler, akaryakıt istasyonları, yıkama-yağlamacılar gibi birden fazla kanaldan tüketiciye ulaşan madeni 380 yağlarda fiyat bakımında sağlıklı bir karşılaştırma yapma olanağı oldukça kısıtlıdır. Zira söz konusu kanalların her biri kendine özgü piyasa şartlarında faaliyet gösterdiği gibi madeni yağların bu kanallara tedariği de farklı kanallardan olabilmektedir. Örneğin söz konusu kanallardan bazılarında madeni yağ

390 distribütörleri kanalıyla ulaşılırken bazılarında doğrudan sağlayıcılar kanalıyla ulaşmaktadır. Bazı satış noktalarına madeni yağ varillerle veya kurulu depolara dökme olarak teslim edilirken, bazılarında ise 4-5 litrelik ambalajlar halinde bulundurulmaktadır. Alım miktarlarının farklılığı gibi fiyata doğrudan etki edecek hususlar da dikkate alındığında, sağlayıcıların kolayca fiyat farklılaştırması yapabilecekleri ve bu nedenle doğrudan münhasır anlaşmadan kaynaklanan bir fiyat farklılığının ölçülmesinin oldukça güç olduğu anlaşılmaktadır.

Esasen, ilk bakışta bu yatırımların servislere satılan yağ fiyatını ve dolayısıyla da tüketiciye yansıyan fiyatı artıracakları öngörüsü makul görülmeyle birlikte, söz konusu yatırımları kendisi üstlenen bir servis de aynı şekilde maruz kaldığı maliyetleri bu kez genel olarak verdiği tüm hizmetlerin fiyatına yansıtacaktır. Diğer taraftan, servise verilen finansman destekleri esas olarak belirli bir dönemin sonunda hak edilecek olan primlerin veya iskontoların peşinen ödenmesi şeklinde tezahür ettiği için, münhasır alım yükümlülüğü karşılığında verilen iskontoların artması tüketiciye yansıyan nihai fiyatın da azalmasına imkan tanımaktadır.

#### 400 **H.2.3.3. İlgili Piyasanın Önemli Bir Bölümünde Rekabetin Ortadan Kalkmaması**

410 Muafiyet kararı verilmesinde aranan bu ilk olumsuz şarta göre, muafiyete konu anlaşma ilgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmasına neden olmamalı, bir başka deyişle sağlanan ekonomik gelişme veya fayda ile tüketicinin bundan yarar sağlaması rekabetin ortadan kaldırılması sonucunda elde ediliyor olmamalıdır. İlgili pazarın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkıp kalkmadığı değerlendirilirken dikkate alınması gereken başlıca hususlar; pazarda halihazırda giriş engellerinin olup olmadığı, hakim durumda olan bir teşebbüsün bulunup bulunmadığı, dikey anlaşmalar aracılığıyla giriş engeli yaratılıp yaratılmadığı, tüketici tercihlerinin ne ölçüde kısıtlandığı ve pazarın yapısı olarak sıralanabilir.

Dosya mevcudu bilgilere göre, madeni yağ üretimi yapabilmek için pazarda önemli bir giriş engeli bulunmamaktadır. Sektöre ilişkin bilgiler bölümünde ayrıntılı olarak anlatıldığı üzere, çok sayıda üretici firma sektörde faaliyet göstermektedir. Ürünlerin tüketicilere ulaşmasında ise, çeşitli alternatifler mevcut olmakla birlikte, önemli dağıtım kanallarından olan yetkili servislere giriş noktasında bazı engellerin varlığı söz konusudur.

420 İlgili pazarın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkıp kalkmadığı belirlenirken dikkate alınacak en önemli hususların başında, incelemeye konu anlaşmaya taraf olan teşebbüslerin pazar payı gelmektedir. Bu bağlamda hakim durumdaki bir teşebbüsün rekabeti kısıtlayıcı bir anlaşma yapmış olması halinde ilgili pazarda rekabetin kısıtlandığı söylenebilecektir. Orta derecede yoğunlaşmış olarak nitelendirebileceğimiz madeni yağ pazarında, en yüksek pazar payına sahip teşebbüsün payı dahi %30'u aşmamaktadır. Bu durumda herhangi bir teşebbüsün hakim durumda olduğunu söylemek mümkün değildir. Zaten, tek marka için pazar payının %30'un altında olması halinde pazar kapama etkisi ortaya çıkmayacaktır.

## 07-29/260-91

430 Hakim durum söz konusu olmamakla birlikte, inceleme konusu bakımından asıl üzerinde durulması gereken husus benzer nitelikteki anlaşmalar nedeniyle ilgili pazardaki rekabetin kısıtlanıp kısıtlanmadığı, bir başka deyişle pazar kapama etkisinin ortaya çıkıp çıkmadığıdır. Bilindiği üzere madeni yağ sağlayıcıları hemen hemen benzer nitelikte anlaşmalar yapmak suretiyle servislerle çalışmaktadırlar. AB'nin dikey sınırlamalar rehberinde ilk beş teşebbüsün pazar payının %50'nin altında olması halinde anlaşmaların toplam etkisinin rekabetin kısıtlanması sonucunu doğurmayacağı kabul edilmiştir. Ancak bu oranın aşılması halinde pazarda görülen rekabeti sınırlayıcı etkinin, paralel anlaşmalar açısından mı yoksa başka etkenlerden mi kaynaklandığının, benzer nitelikli anlaşmalar ağının rekabetin kısıtlanmasına ne ölçüde katkıda bulunduğunun değerlendirilmesi gerekmektedir.

440 İnceleme konusu pazara baktığımızda ilk beş teşebbüsün pazar payının %70'lere ulaştığı görülmektedir. Dolayısıyla pazar yoğunlaşmış bir görünüm arz etmekle birlikte, madeni yağların ne ölçüde münhasır anlaşmalar yoluyla satıldığı ve bu münhasırlığın pazar yapısına etkisinin belirlenmesi gerekmektedir. Aşağıdaki tabloda, 2006 yılı itibarıyla ilk beş teşebbüsün toplam madeni yağ satışları içerisinde münhasır anlaşmalar yoluyla satılan madeni yağın miktarı ve bunun toplam madeni yağ pazarındaki oranı verilmektedir:

Teşebbüs adı	Toplam madeni yağ satışları (ton)	Münhasır anlaşmalar yoluyla yapılan satışlar	Bağlı pazar payı (%)
Mobil	.....	.....	.....
BP	.....	.....	.....
Shell	.....	.....	.....
Total	.....	.....	.....
POAŞ	.....	.....	.....
Toplam	.....	.....	.....

450 Yukarıda görüldüğü üzere pazarın %15'lik bir bölümüne münhasır anlaşmalar aracılığıyla madeni yağ tedarik edilmektedir. Burada esas alınan rakamların sadece beş teşebbüsü esas alması dolayısıyla sektörün tamamını yansıtmadığı, pazarda faaliyette olan bazı teşebbüslerin üretim veya ithalat rakamlarının toplama dahil edilmesi halinde söz konusu oranların daha da düşük çıkacağı söylenebilir. Bunun dışında kalan, akaryakıt istasyonları, yedek parçacılar, yıkama-yağlama istasyonları, süpermarketler gibi kanallarda ise münhasırlık olmaksızın madeni yağ satışı yapılabilmektedir. Dolayısıyla bağlı pazar payı olarak tabir edilen münhasır anlaşmalar yoluyla yapılan satışların pazarda önemli derecede rekabeti kısıtlayıcı etki doğurmadığı söylenebilir.

Diğer taraftan münhasır anlaşmalar dışında pazarın yapısına etki eden ve madeni yağ üreticilerinin servislerle anlaşma yapmalarını zorlaştırıcı nitelikteki başka bazı faktörlerin mevcut olduğuna dikkat çekilmelidir. Bilindiği üzere, bir madeni yağ üreticisinin yetkili servislerle anlaşma yapması, büyük oranda söz konusu üreticinin ürünlerinin araç markalarının sağlayıcıları nezdinde kabul edilebilirliğine bağlı olmaktadır. Esasen, madeni yağlar bakımından tüm dünyada kabul görmüş standartlar mevcuttur ve araç üreticileri ürünlerinin doğru bir şekilde çalışması için yalnızca bu standartları taşıyan yağların kullanılması konusunda titizlik göstermektedir. Belirli bir araçta kullanılacak madeni yağın nitelikleri, genellikle araçların kullanma kılavuzlarına dahi işlenmekte ve yetkili servislerin söz konusu yağları kullanmaları tavsiye edilmektedir. Ayrıca madeni yağ firmalarıyla araç üreticileri arasında global boyutta mevcut olan ilişkiler ülkemiz pazarını da etkilemekte ve belirli yağ üreticileri bazı markalarla birlikte anılmaktadır. Böylece yetkili servisler de araç üreticisinin işbirliği yaptığı markayı tercih etme eğilimi göstermektedirler. Bu nedenle, madeni yağ üreticisi sayısının fazlalığına karşın yetkili servislerin önünde fazla seçenek bulunduğunu söylemek mümkün gözükmemektedir. Nitekim yetkili servislerin hemen hemen tamamının uluslararası markalar olan BP, Mobil, Shell ve Total ile çalışması da bu durumu doğrulamaktadır. Dolayısıyla madeni yağ üreticilerinin ürünlerinin yetkili servislere ve nihai olarak tüketicilere ulaşması sürecinde, taraflar arasında kurulan dağıtım anlaşmalarının etkisi kadar, ürünlerin niteliklerinden kaynaklanan teknik gerekliliklerin getirdiği mali külfetler de etkili olmaktadır.

Esasen 2005/4 sayılı Tebliğ de yukarıda değinilen uygulamaya cevaz vermektedir. Zira 2005/4 sayılı Tebliğ ile orijinal ve eş değer kalitede yedek parça tanımları getirilmiş ve sağlayıcının bu niteliği taşımayan parçaların kullanılmasını engellemesine olanak sağlanmıştır. Dolayısıyla, madeni yağ sektöründe faaliyet gösteren yağ üreticilerinden, ancak ürünleri belirli bir kaliteyi yakalayan yani eşdeğer olarak nitelendirilebilenler yetkili servislere ürün tedarik edebilecektir. Böylece yukarıda aktarılan araç üreticilerinin standartlarına uygun üretim yapılması veya uluslararası sertifika kuruluşlarından onay alınması, dağıtım ağlarına girmek bakımından önemli olduğu kadar Tebliğle sağlanan muafiyetten yararlanılması bakımından da önem kazanmaktadır.

Diğer taraftan ilgili pazarda rekabetin ne ölçüde sınırlandırıldığı ve pazarın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkıp kalkmadığının tespit edilmesi için tüketicilerin alternatif temin imkanlarının ne ölçüde sınırlandırıldığına bakılmalıdır. Dolayısıyla münhasır kanallar dışında tüketicilerin seçim olanakları olup olmadığı araştırılmalıdır. Münhasır olarak çalışan yetkili ve özel servisler dışında, yedek parça satıcıları, yıkama yağlama istasyonları, akaryakıt istasyonları ve süpermarketler tüketicilerin madeni yağ elde edebilecekleri başlıca noktalarıdır. Garanti kapsamında yapılan bakım ve onarım hizmetlerinde tüketicilerin tercihleri yetkili servislerin ve sağlayıcıların tercihlerine bağlı olmakla birlikte, esasen garanti sonrası dönemde seçenekler artmakta ve yukarıda aktarılan noktalar tüketiciler açısından önem kazanmaktadır. Yağ değiştirme işleminin kolay yapılabilen ve ileri düzeyde teknik bilgi gerektirmeyen bir işlem olması dolayısıyla, özellikle garanti sonrası dönemde tüketiciler bu noktalardan herhangi birine başvurabilmektedir. Bu nedenle münhasır anlaşmalar belli bir dönemde

tüketici tercihlerini kısıtlamakla birlikte, pazara bütün olarak bakıldığında, tüketicilerin çeşitli alternatiflerinin olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim Shell, Total ve BP açısından akaryakıt istasyonlarında satılan madeni yağların teşebbüslerin toplam madeni yağ satışlarının 2006 yılı için sırasıyla %....., %..... ve %.....'si olduğu gözlenmektedir. Madeni yağların önemli bir kısmının distribütörler kanalıyla dağıtıldığı dikkate alındığında, akaryakıt istasyonlarında satılan madeni yağ miktarının tüketici tercihi açısından azımsanamayacak bir oranı temsil ettiği anlaşılmaktadır. Bu konuda çarpıcı bir örnek olarak Petrol Ofisi A.Ş. (POAŞ)'in durumu verilebilir. Yerli üretici olarak yukarıda değinilen dezavantajları taşıyan POAŞ, servis kanalına girmekte zorlanmakta iken, toplam madeni yağ satışlarının %.....'ini akaryakıt istasyonlarında gerçekleştirmekte ve toplam olarak ..... tona ulaşan madeni yağ pazarına istasyonlar aracılığı ile ..... ton ürün tedarik ederek %..... oranında bir pazar payı ile önemli bir oyuncu olarak faaliyet göstermektedir.

Bu noktada pazarda rekabetin hangi seviyede gerçekleştiğinin de değerlendirilmesi gerekmektedir. Daha önce belirtildiği üzere, servislerin ürün seçimi konusundaki serbestileri büyük oranda ürünlerin teknik özelliklerine, araç sağlayıcılarının tercihlerine ve yağ sağlayıcıları ile araç sağlayıcıları arasındaki işbirliklerine bağlı olmaktadır. Bununla birlikte, anlaşmanın yapıma aşamasında servisler, birden fazla sağlayıcı tarafından sunulan kredi, ekipman ve destek seçenekleri arasında seçim yapma şansını elde etmek suretiyle daha güçlü konuma gelmektedirler. Karşılıklı menfaatlerin dengelenmesi olarak ifade edilebilecek bu süreçte, yağ sağlayıcıları yapılan yatırım miktarını azaltmak ve alınan taahhütleri arttırmaya çalışmak yolunu seçerken, servisler de kendilerine sağlanan avantajları arttırmak ve altına girdikleri taahhütleri azaltmaya çalışmaktadırlar. Bu nedenle pazarda ıleyebilir bir rekabetin var olduğu anlaşılmaktadır. Ancak bir kez anlaşma yapıldıktan sonra, genellikle servisler uzun süreli olarak bağlanmaktadır. Zira yapılan anlaşmalarda servislere anlaşmalardan kaynaklanan taahhütlere denk miktarlara varabilen cezai şartlar getirilmekte ve bu suretle sağlayıcı değıştirme maliyetleri arttırılmaktadır.

Dolayısıyla, bildirim konu anlaşmaların rekabeti kısıtlayıcı etkisi, anlaşmaların süresi ve cezai şartların varlığı ile ortaya çıkmaktadır. Anlaşmaların beş yıllık süreler için yapılması ve cezai şartlarla sağlayıcı değıştirme maliyetinin ağırlaştırılması, gerek pazara girmek isteyen yağ sağlayıcılarının gerekse farklı bir sağlayıcı ile çalışmak isteyen servislerin serbestisini kısıtlamakta ve pazardaki işleyebilir rekabeti olumsuz olarak etkilemektedir.

#### **H.2.3.4. Rekabetin (a) ve (b) Bentlerindeki Amaçların Elde Edilmesi İçin Zorunlu Olandan Fazla Sınırlanmaması**

Kanun'un 5. maddesinde öngörülen bu son koşula aykırılık ya izlenen amacın elde edilmesi için rekabetin gereğinden fazla sınırlanmaması ya da rekabetin sınırlanmasının gereğinin dahi bulunmaması halinde olabilir. Teşebbüsler prensip olarak anlaşma ile amaçladıkları ekonomik yararların gerçekleştirilmesinde rekabeti en az sınırlayıcı yöntemi tercih etmekle yükümlüdürler.

550 Yukarıda da belirtildiği üzere, tek marka anlaşmalarının rekabeti kısıtlayıcı etkileri, anlaşmaya taraf olan sağlayıcıların yüksek pazar payından veya anlaşmanın süresi ve anlaşmayla birlikte düzenlenen cezai şartlardan kaynaklanabilir. Burada önemli olan husus anlaşma sürelerinin ve düzenlenen cezai şartların bayilerin başka bir sağlayıcı ile çalışmasını ne ölçüde zorlaştırdığı dolayısıyla geçiş maliyeti yaratıp yaratmadığıdır. Geçiş maliyetlerinin yüksek olması diğer faktörlerle birlikte alıcıların başka sağlayıcılarla çalışmasını engellemekte ve piyasanın kapanma riskini beraberinde getirmektedir. Genel olarak ölçek ekonomilerine ulaşılması, etkinliğin sağlanması gibi amaçlarla tesis edilen dikey anlaşmalarda sağlayıcılar tarafından alıcıya belli oranlarda yatırım yapılması ve bunun karşılığında münhasırlık hükümleri getirilmesi rekabet otoritelerince kabul edilen uygulamalar olmakla birlikte, yatırımların geri dönüşünü sağlamaktan öteye geçen cezai şartların varlığı, alıcıyı anlaşmanın feshi halinde ağır sorumluluklarla karşı karşıya bırakmakta ve anlaşmalardan beklenen faydaların ötesinde rekabet üzerinde olumsuz etkiler doğurmaktadır.

560 Yukarıda değinilen husus, AB Komisyonu tarafından kabul edilen Dikey Anlaşmalara İlişkin Rehberde de teyit edilmektedir. Rehberde, belirli sektörlerde birden fazla markanın satılmasının zor olabileceği, böyle durumlarda piyasayı kapama sorununun anlaşmaların daha kısa süreler için tesis edilmesiyle çözümlenebileceği belirtilmiştir. Rehberde ilişkiye özgü olan ve olmayan yatırımlar arasında ayırım yapılmak suretiyle ilişkiye özgü yatırımların gerçekleşmesi için öngörülecek rekabet etmeme yükümlülüklerinin genellikle bireysel muafiyet koşullarını sağlayacağı ifade edilmiştir. Sağlayıcı tarafından alıcıya, ilişkiye özgü olmayan bir kredi veya ekipman sağlanması halinde, bu durumun tek başına muafiyet koşullarını sağlamak için yeterli olmayacağı öngörülmüştür. Bununla birlikte, finansal piyasaların etkin çalışmamasından kaynaklanan sorunlar olduğunda sağlayıcıdan kredi temin edilmesinin daha etkin olması durumu ise daha farklı değerlendirilmektedir. Böyle bir durumda dahi muafiyetten yararlanılabilmesi için alıcının rekabet etmeme yükümlülüğüne son verme ve herhangi bir zamanda anlaşmadan doğan borçlarını geri ödeme ve bundan başka bir cezai şart ödememe imkanı bulunması gerektiği kabul edilmektedir. Bu durum, kredinin eşit veya azalan taksitlerle geri ödenmesi, zaman içerisinde yükselmemesi ve anlaşmanın sonunda alıcının sağlayıcı tarafından sağlanan ekipmanı piyasa değeri üzerinden temin edebilmesi anlamına gelmektedir.

570 Kurul tarafından kabul edilen Dikey Anlaşmaların Açıklanmasına Dair Kılavuz'da da, sağlayıcının alıcıya kredi temin etmiş olması halinde bu kredinin geri ödemesinin alıcının beş yıl sonunda rekabet etmeme yükümlülüğünden kurtulmasını engelleyecek şekilde düzenlenmemesi gerektiği yer almıştır. Alıcı, beş yıllık rekabet etmeme şartının süresi dolmasından sonra varsa kalan borçları geri ödeme imkanına sahip olmalıdır. Benzer şekilde, sağlayıcının alıcıya bazı ekipmanları sağladığı hallerde, alıcının beş yıllık rekabet etmeme süresinin sonunda bu ekipmanları piyasa değeri üzerinden devralabilme imkanına sahip olması gerekmektedir.

Bildirime konu anlaşmalar bu kapsamda değerlendirildiğinde, sözleşmeden doğan yükümlülükleri ağırlaştıran cezai şartlara yer verildiği anlaşılmıştır. Böylelikle alıcının rakip sağlayıcılara geçmesi ve sağlayıcının sağladığı ürünler dışındaki ürünleri satın alması engellenmiştir. Bayilik Anlaşmasının esasını oluşturan yatırım miktarı ....., ..... tonluk bir alım taahhüdü karşılığında verilecektir. Taahhütlerin yerine getirilememesi ve sözleşmenin feshi halinde, bayi ..... ABD Doları cezai şart ödemeyi taahhüt etmiştir. Mobilin sözleşmeden doğan haklarını ayrıca talep etme hakları saklı tutulmuştur. MAP uyarınca da toplam avans tutarı ..... ABD Doları'dır ve anlaşmanın feshi halinde ..... ABD Doları cezai şart öngörülmüştür. Bu hükümler ışığında, yatırımlardan doğan etkinliğin rekabet sınırlamalarını dengeleyecek düzeyde olmasına karşın, anlaşmalarda yer alan cezai şartlara ilişkin hükümlerin rekabeti bu etkinliğin tesisi için gerekli olandan daha fazla kısıtladığı anlaşılmıştır.

600

Pazarda faaliyet gösteren diğer teşebbüsler tarafından yapılan anlaşmalarda da benzer hükümlerin bulunduğu gözlenmektedir. Sektörün bütününde gözlenen bu yapı, gerek servislerin çalıştıkları üreticileri değiştirmelerini, gerekse yeni üreticilerin piyasaya girişini güçleştiren bir durum arz etmektedir. Sonuç olarak; bildirime konu anlaşmada düzenlenen cezai şartların ve kısıtlamaların anlaşmadan beklenen faydaların elde edilmesini güçleştirdiği, aradaki dengeyi rekabetin kısıtlanması yönünde bozduğu anlaşılmıştır.

610

#### H.2.4. Genel Değerlendirme

Madeni yağ pazarı genel olarak rekabetçi bir yapı arz etmektedir. Üretici seviyesinde giriş engellerinin yüksek olmadığı, ithalatın önünde yasal engellerin bulunmadığı, çok sayıda teşebbüsün faaliyet gösterdiği ve teşebbüslerden hiçbirinin hakim durumda olmadığı bir pazar olan madeni yağ pazarında, dağıtım aşamasında da ürünlerin tüketiciye ulaşmasında kanalların çok olması dolayısıyla tüketiciler farklı alternatifler arasında tercih yapabilme olanağına sahiptirler.

620

Madeni yağın dağıtım aşamasında en önemli kanallardan olan servisler düzeyinde, başlıca dört teşebbüs ile anlaşma yapılması nedeniyle bir yoğunluk gözlenmesine karşın, burada da işleyebilir bir rekabetin varlığından söz etmek mümkündür. Zira büyük oranda münhasır anlaşmalar yoluyla ürün tedarik eden servisler, anlaşma yapmadan önce pazarlık gücüne sahip olmaları nedeniyle, farklı sağlayıcılar tarafından kendilerine sunulan teklifler arasında seçim yapabilmektedirler. Bu nedenle anlaşma yapılması aşamasında yoğun bir rekabete tanık olunmakta, ancak bir kez anlaşma yapılıncaya servis taahhütlerini yerine getirene kadar, koşullar ne kadar uygun olursa olsun başka bir sağlayıcıdan ürün tedarik edememektedir. Bu nedenle anlaşmanın imzalanmasından önce servislerin birden fazla sağlayıcı arasında seçim yapabilmeleri ve bu aşamada yaşanan rekabetin yoğunluğu, pazarda işleyebilir rekabetin varlığını gösteren en önemli etken olarak görülmektedir.

630

Diğer taraftan, servisler düzeyinde anlaşmaların ilk tesisi aşamasında gözlenen bu rekabet, 2005/4 sayılı Tebliğ uyarınca yedek parça olarak kabul edilen madeni yağların özelliklerini de yansıtmakta, diğer yedek parçalardan farklı kabul

640 edilebilecek özelliklerini de ortaya koymaktadır. Zira, diğer parçaların temini aşamasında servislerin seçim şansları sınırlanmakta, servisler araç sağlayıcısından veya gösterdiği kaynaklardan parça temin etme yükümlülüğü ile karşı karşıya kalmaktadır. Diğer parçalar bakımından araç sağlayıcısının belirleyiciliği, madeni yağlara oranla daha yüksek seviyelerde bulunmakta, parça sağlayıcılarının pazara girişinde engeller ortaya çıkmaktadır. Mülga 1998/3 sayılı Tebliğ düzenlemeleri çerçevesinde dahi, servislerin diğer kaynaklardan parça temininde herhangi bir engel bulunmamakla birlikte, kullanılan yedek parçaların nerdeyse tamamına yakınına araç sağlayıcısından tedarik edilenlerin oluşturduğu belirlenmiş, dolayısıyla Tebliğ ile gözetilen hedeflere ulaşılamamıştır. 2005/4 sayılı Tebliğ ile getirilen %30 oranındaki alım yükümlülüğü esasen bu düzeyde pazara girişleri kolaylaştırmayı ve eksikliği hissedilen rekabeti çok markalılıkla sağlamayı amaçlamaktadır. Madeni yağlar bakımından ise anlaşmaların yapılma aşamasında yoğun bir rekabet gözlenmekte, servisler, kendilerine sunulan seçenekler arasında tercih yapmak suretiyle istedikleri sağlayıcı ile çalışma olanağına kavuşmaktadır. Dolayısıyla, Tebliğin sağlamaya çalıştığı rekabetçi ortam halihazırda madeni yağ sektörü için mevcuttur.

650 Madeni yağ sektörünün 2005/4 sayılı Tebliğ'in yürürlüğe girmesinden önceki dönemde 2002/2 sayılı Tebliğ'e tabi olması nedeniyle sektörde anlaşmaların genel olarak beş yıllık süreler için yapıldığı gözlenmektedir. Sektörde örnekleri görülen türde rekabet etmeme yükümlülüğü içeren anlaşmalar söz konusu olduğunda, -genel olarak- süresi beş yıla kadar olan anlaşmaların rekabetçi etkileri ile rekabeti kısıtlayıcı etkileri arasında bir denge bulunması halinde rekabeti kısıtlayıcı nitelikte olmayacağı, buna karşın süresi beş yılı aşan rekabet etmeme yükümlülüklerinin söz konusu anlaşmalar ile güdülen ekonomik etkinliğe ulaşmayı engelleyebileceği ve pazar kapatma etkisinin daha yüksek olacağı neticesine varılmıştır.

660 Bildirime konu anlaşmalar bakımından da, serviste sunulacak hizmetlerin iyileştirilmesi koşuluyla, anlaşma süresi boyunca kazanılacak primlerin peşin olarak ödenmesi suretiyle servislere önemli bir finansal destek sağlanması ve bu suretle tüketicilerin daha kaliteli hizmet almalarının sağlanması nedeniyle rekabetçi etkilerin ortaya çıktığı ve anlaşmaların sürelerinin de beş yılı aşmaması halinde bu rekabetçi yararların doğduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla rekabetçi sonuçların korunması açısından, rekabet etmeme yükümlülüğü içeren anlaşmaların beş yılı aşacak şekilde düzenlenmemesi gerekmektedir.

670 Diğer taraftan, yukarıda değinildiği üzere, rekabet etmeme yükümlülüğü içeren tek marka anlaşmalarının, rekabet üzerindeki olumsuz etkileri, sağlayıcı değiştirme maliyetlerini yükseltmesi noktasında ortaya çıkar. Ayrıca, bildirime konu anlaşmalar bakımından ve genelde de madeni yağ sektöründeki diğer anlaşmalar açısından cezai şartların mevcudiyeti, rekabeti zorunlu olandan fazla kısıtlar. Bildirime konu anlaşmalar ve benzer nitelikteki anlaşmalar dolayısıyla yapılan yatırımların geri dönüşünü sağlamak için belirli bir süre alıcının rakip ürünleri alımının yasaklanması makul görülebilecektir. Madeni yağ sektörü özelinde yatırımların geri dönüşünün ortalama olarak üç yıllık bir sürede mümkün olduğu, sözleşmenin geri kalan iki yıllık süresinde de yağ üreticilerinin kar elde



ettikleri belirtilmektedir. Bu nedenle madeni yağ üreticilerinin yatırımlarının geri dönüşünü sağlamaları ile rekabet etmeme yükümlülüğünden kaynaklanan rekabetin zorunlu olandan fazla kısıtlandığı tespiti arasında bir denge kurulması gerektiği kanaatine varılmıştır.

Genel hukuk prensipleri uyarınca tarafların anlaşmaların feshi halinde anlaşmanın sona ermesinden kaynaklanan zararların karşılanmasını talep edebilme hakları saklı tutulmakla birlikte, bu durumun ötesine geçecek cezai şartların varlığı rekabet hukuku açısından olumsuz sonuçlar yaratmaktadır. 690 Bildirime konu olan Mobil tarafından yapılan anlaşmalar bakımından bu durum değerlendirildiğinde, anlaşmayla sağlanan yatırım miktarına karşılık olarak getirilen alım taahhütlerinin yerine getirilememesi halinde alıcıya yüklenen cezai şart, aradaki dengenin bozulduğunu ve alıcıya gerekli olanın ötesinde bir yükümlülük getirildiğini göstermektedir. Dolayısıyla, gerek anlaşmalarda yer alan hükümler, gerekse konuyla ilgili düzenlemeler ve uygulamalar ışığında, anlaşmaların bu haliyle bireysel muafiyet alınabilmesi için gerekli koşulları sağlamadığı neticesine varılmıştır.

Yukarıda değinilen tespit ve değerlendirmeler dikkate alındığında, sözleşmenin süresinin dolmasından sonra alıcıya varsa kalan borçlarını ödemek suretiyle 700 sözleşmeye son verme olanağının tanınması halinde bu denge sağlanabilecektir. Ancak bu halde alıcıya, fesih nedeniyle sağlayıcının maruz kaldığı fiili zararın ötesine geçecek şekilde cezai şart ödeme yükümlülüğü getirilmemesi gerekmektedir. Her iki koşulun birlikte sağlanması halinde sağlayıcılar tarafından yatırım yapılması modeli üzerine dayanan pazardaki rekabet devam ederken, getirilen sınırlamaların rekabeti kısıtlayıcı etkisi de sözleşmenin süresi ile sınırlandırılmış olacak ve bu haliyle söz konusu anlaşmalara bireysel muafiyet tanınabilecektir.

## I. SONUÇ

710 Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre,

1. Mobil Oil Türk A.Ş. ile Boğaziçi Otomotiv Turizm Ticaret ve Sanayi Ltd. Şti. arasında imzalanan Pazarlama Destek Anlaşması ve Bayilik Anlaşması ile diğer bayilerle de imzalanacak aynı hükümleri içeren tip anlaşmaların içermiş olduğu rekabet etmeme yükümlülüklerinin 2005/4 sayılı Tebliğ ile öngörülen muafiyetten yararlanamayacağına,

2. 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin ikinci fıkrası çerçevesinde yapılan değerlendirme sonucunda; içerdikleri cezai şartlar sebebiyle anlaşmaların mevcut haliyle bireysel muafiyet için öngörülen koşulları sağlamadığına,

720 3. Buna karşılık bildirim konu anlaşmaların; alıcıya, sözleşmenin süresinin sonunda doğrudan ya da dolaylı cezai şarta maruz kalmaksızın varsa kalan borçlarını ve sağlayıcının fesihten kaynaklanan fiili zararını ödemek suretiyle sözleşmeye son verme hakkı tanınacak şekilde tadil edilmesi ve sözleşme

**07-29/260-91**

süresinin 5 yılı aşmaması koşuluyla talep edilen bireysel muafiyetin verilmesine,  
OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.