

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2009-3-248 (Soruşturma)
Karar Sayısı : 11-39/838-262
Karar Tarihi : 23.6.2011

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

10

Başkan : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI
Üyeler : Doç. Dr. Mustafa ATEŞ, İsmail Hakkı KARAKELLE, Doç. Dr. Cevdet İlhan GÜNAY, Murat ÇETİNKAYA, Reşit GÜRPINAR

B. RAPORTÖRLER: Dr. Aydın ÇELEN, Erdem AKTEKİN,
Didem ULUÇ, Nilgün KOCADAĞ

C. ŞİKAYET EDEN: Ercan TAN
Hoşdere Cad. 179/5 Ankara

20

D. HAKKINDA SORUŞTURMA YAPILANLAR:

- Anadolu Elektronik Aletler Paz. ve Tic. A.Ş.
Esentepe Mah. Anadolu Cad. No:5 Kartal/İstanbul

- Samsung Electronics İstanbul Paz. ve Tic. Ltd. Şti.
Flatofis İstanbul İş Merkezi Otakçılar Cad. No:B3
Eyüp/İstanbul

30

E. DOSYA KONUSU: Anadolu Elektronik Aletler Paz. ve Tic. A.Ş. ile Samsung Electronics İstanbul Paz. ve Tic. Ltd. Şti. tarafından alıcılarının yeniden satış fiyatını belirlemek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği iddiası.

F. İDDİALARIN ÖZETİ: Anadolu Elektronik Aletler Paz. ve Tic. A.Ş. ile Samsung Electronics İstanbul Paz. ve Tic. Ltd. Şti.'nin alıcılarının yeniden satış fiyatlarını belirledikleri iddiası.

40

G. DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 24.11.2009 tarih ve 8399 sayı ile giren başvuru üzerine hazırlanan 16.12.2009 tarih ve 2009-3-248/İİ-09-PE sayılı İlk İnceleme Raporu, Rekabet Kurulu'nun 23.12.2009 tarih ve 09-60 sayılı toplantısında görüşülmüş ve 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun çerçevesinde soruşturma açılmasına gerek olup olmadığının belirlenmesi amacıyla, Kanun'un 40/1. maddesi uyarınca önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.

50

İlgili karar uyarınca yapılan önaraştırma sonucunda düzenlenen 10.3.2010 tarih ve 2009-3-248/ÖA-10-PE sayılı Önaraştırma Raporu Kurul'un 18.3.2010 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 4054 sayılı Kanun'un ihlal edilip edilmediğinin tespiti amacıyla Anadolu Elektronik Aletler Paz. Ve Tic. A.Ş. ile Samsung Electronics İstanbul Paz. ve Tic. Ltd. Şti. hakkında 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına 10-24/333-M sayılı karar verilmiştir.

4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca taraflara, haklarında soruşturma açıldığına dair bildirimde bulunularak 30 gün içinde ilk yazılı savunmalarının gönderilmesi istenmiş, tarafların ilk yazılı savunmaları Kurum kayıtlarına süresi içinde intikal etmiştir.

60 Soruşturma sonucunda hazırlanan 17.12.2010 tarih ve 2009-3-248/SR-10-135.AÇ sayılı Soruşturma Raporu 4054 sayılı Kanun'un 45. maddesinin birinci fıkrası uyarınca Başkanlıkça tüm taraflara ve Kurul Üyelerine tebliğ olunarak aynı maddenin ikinci fıkrası gereğince taraflardan 30 gün içinde yazılı savunmalarını göndermeleri istenmiştir.

Soruşturma muhatabı teşebbüsler tarafından 4054 sayılı Kanun'un 45. maddesi uyarınca ek süre talep edilmiş, Rekabet Kurulu tarafından teşebbüslere birer kat ek süre verilmiş ve ilgili teşebbüslerin savunmaları süresi içerisinde Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.

70 Soruşturma Heyeti'nin hazırladığı 7.3.2011 tarihli "Ek Yazılı Görüş", Kanun'un 45. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca, taraflar ve tüm Kurul Üyelerine tebliğ edilmiştir. Soruşturma muhatabı teşebbüslerin ek süre talebi Rekabet Kurulu tarafından uygun bulunmuş ve tarafların ek görüşe karşı yazılı savunmaları yasal süresi içerisinde Kuruma intikal etmiştir.

Rekabet Kurulu'nun 17.5.2011 tarih ve 11-31 sayılı toplantısında, yürütülen soruşturma ile ilgili olarak 21.6.2011 tarihinde sözlü savunma toplantısı yapılmasına 633-M sayıyla karar verilmiş ve sözlü savunma toplantısı davetiyeleri, Kanun'un 46. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca ilgililere gönderilmiştir.

80 21.6.2011 tarihinde sözlü savunma toplantısı yapılmıştır.

22.6.2011 tarihinde yapılan ilk oylama sonucunda; 4054 sayılı Kanun'un 51. maddesinde belirtilen karar yeter sayısının oluşmaması nedeniyle yine aynı maddede belirtilen yöntemin izlenmek üzere dosya konusunun ikinci oylamaya kalmasına 11-38/794-M sayı ile karar verilmiştir.

Kurul, 23.6.2011 tarihinde 11-39/838-262 sayılı nihai kararını vermiştir.

H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili Raporda;

90 1. Anadolu Elektronik Aletler Paz. ve Tic. A.Ş.'nin ve Samsung Electronics İstanbul Paz. ve Tic. Ltd. Şti.'nin alıcılarının yeniden satış fiyatlarını belirleme eylemlerinin sabit olduğu ve bu eylemlerinin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında ihlal teşkil ettiği,

2. Söz konusu eylemlere 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan koşulları sağlanmadığından, muafiyet verilmesinin mümkün olmadığı,

100 3. Bu nedenle Anadolu Elektronik Aletler Paz. ve Tic. A.Ş. ile Samsung Electronics İstanbul Paz. ve Tic. Ltd. Şti. hakkında 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesi gereğince idari para cezası uygulanması gerektiği,

sonuç ve kanaatine ulaşıldığı ifade edilmektedir.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1.Taraflar

I.1.1. Anadolu Elektronik Aletler Paz. ve Tic. A.Ş. (Anadolu Elektronik)

110 Anadolu Grubu'na ait Otomotiv Grubu bünyesinde 18.1.2005 tarihinde kurulmuş olan Anadolu Elektronik, önce Samsung markalı televizyon, klima ve beyaz eşya ürünlerinde Samsung'un Türkiye'deki tek distribütörü, kamera ürünlerinde ise iki distribütöründen biri olmuştur. 2008 yılı ortasından itibaren ise Samsung markalı cep telefonu ürünlerinin de Türkiye'deki üç distribütöründen biri olarak faaliyet göstermeye başlamıştır.

120 2010 yılı Ocak ayından itibaren Samsung ürünlerinin satış sonrası hizmetleri, 2007'de kurulan Samsung Electronics İstanbul Paz. ve Tic. Ltd. Şti. (SETK) tarafından gerçekleştirilmeye başlanmıştır. SETK yine 2010 Ocak ayından itibaren, daha önceden Anadolu Elektronik tarafından ürün tedarik edilen Best Buy, Media Markt, Darty, Electro World gibi uluslararası zincir teknoloji mağazalarına (teknomarket) ve yerli teknomarket Teknosa'ya ürün sağlamaya başlamıştır. Anadolu Elektronik, 26.10.2010 tarihine kadar bayi kanalına (Samsung Digital Plazalar) ve Evkur, Vatan Bilgisayar ve Bimeks gibi yerli teknomarketlere ürün sağlamaya devam etmiştir. Ancak imzalanan bir sözleşme ile bu tarihten itibaren Anadolu Elektronik ile SETK arasındaki ilişki bitmiş, Anadolu Elektronik'in Samsung ürün satışı sona ermiştir.

130 Anadolu Elektronik hisselerinin yaklaşık %(.....)'i (.....) ne, %(.....)'u ise (.....)'ye aittir. Şirketin Genel Müdürü S. Serdar GÜRAY'dır.

Anadolu Elektronik Türkiye genelindeki bayileriyle Samsung ürünleri satışı için Yetkili Satıcı Franchise Sözleşmeleri imzalamak suretiyle çalışmıştır. Şirketin 2010 yılına ait cirosu (.....) TL'dir.

I.1.2. Samsung Electronics İstanbul Paz. ve Tic. Ltd. Şti. (SETK)

140 1938 yılında Kore'de kurulan Samsung, faaliyetlerini ev elektroniği, mobil iletişim, ofis altyapısı ve temel bileşenler olmak üzere dört ana iş kolunda sürdürmektedir.

Farklı distribütörler aracılığıyla Türkiye pazarına girmiş olan Samsung, 2005 yılında beyaz eşya ve televizyon ürünlerinin Türkiye'deki dağıtımını Anadolu Elektronik aracılığıyla yapmaya başlamıştır. SETK ise 12.6.2007 tarihinde kurulmuş olup, yukarıda bahsedildiği üzere Ocak 2010 itibarıyla Samsung ürünlerinin dağıtımını ve servis sonrası hizmetlerini gerçekleştirmeye başlamış, 26.10.2010 tarihinde Samsung markalı ürünlerin Türkiye'deki satışını tümüyle Anadolu Elektronik'ten devralmıştır.

150 SETK hisselerinin %(.....)'u (.....)'ye, kalan kısmı şirketin iki müdüründen biri olan (.....)'ye aittir. Diğer müdür ise Chul Hee LEE'dir.

Şirketin 2010 yılına ait cirosu (.....) TL'dir.

I.2. İlgili Pazar

I.2.1. Sektöre İlişkin Bilgiler

160 Elektronik sektörü, son dönemde, tüm diğer sektörlerin gelişmesine katkıda bulunan ve ülke ekonomileri için stratejik öneme sahip temel bir sanayiye dönüşmüştür. Sektör, Batı Avrupa, ABD, Japonya gibi gelişmiş ülkelerin yanı sıra, özellikle gelişmekte olan ülkeler için de ekonomik kalkınmada önemli bir role sahiptir.

Elektronik sektörünün hızla gelişmesi sonucunda rekabet artmış, özellikle AR-GE faaliyetlerinin yoğunlaşması kullanılan teknolojinin sürekli olarak yenilenmesi sonucunu doğurarak elektronik sektörünün belirleyici özelliğini oluşturmuştur. Diğer yandan bu hızlı değişim, piyasaya sunulan ürünlerin yaşam evrelerinin nispeten kısa olması sonucunu da ortaya çıkarmıştır.

170 Elektronik sanayisi, hızlı gelişimini Türkiye'de ancak 1980'li yıllardan sonra gerçekleştirebilmiştir. Bunda PTT yatırımlarının hız kazanması, renkli TV yayınına geçilmesi ve son yıllarda iletişim sektöründe yaşanan hızlı gelişmelerin etkisi büyüktür.

180 Her ne kadar Türk elektronik sanayisinin hacmi Dünya üretimi içerisinde önemli bir paya sahip değilse de sektörün dinamizmi büyüme sinyalleri vermektedir. Ülkemiz elektronik sanayi 2008 yılında 9,5 milyar ABD doları tutarında üretim, yaklaşık 5 milyar ABD doları tutarında ihracat hacmiyle reel sektörler arasında önemli bir yer işgal etmiştir. Sektörde 2009 yılında yaklaşık 200 milyon ABD doları tutarında AR-GE harcaması yapılmış olup bu rakam toplam cironun %2'si oranındadır. Türkiye genelinde tüm sektörler için AR-GE çalışmalarına ayrılan bütçenin toplam ciro içerisindeki oranının ortalama %0,8 olduğu dikkate alırsa elektronik sanayinde AR-GE çalışmalarına verilen önem daha iyi anlaşılmaktadır.

Bununla beraber, Türk tüketici elektroniği sektöründe 2008 yılı içerisinde yaşanan krizin etkisiyle 2009 yılında bir gerilemenin yaşandığı da görülmektedir. 2009 yılında tüketici elektroniği alt sektöründe ciro, 2008 yılındaki 3,58 milyar dolar seviyesinden 3,3 milyar dolara düşerek %8,6 oranında azalma göstermiştir.

190 Dünya genelinde elektronik ürünler; direkt pazarlama kanalları (TV'den satış, internetten satış, fabrika satış, posta siparişi), süpermarket kanalı, zincir teknoloji marketler, bilgisayar satış ofisleri, yazılım marketleri, mobilya mağazaları, ev dekorasyon mağazaları, ev ofis mağazaları, yaygın ticaret kanalı, taşınabilir elektronik ürünler mağazaları, telekomünikasyon marketleri gibi kanallar üzerinde tüketiciyle buluşmaktadır.

Panel TV satışlarında Türkiye'de temel olarak altı dağıtım kanalı bulunmaktadır. Bunlar; münhasır mağazalar (bayilik kanalı), karma mağazalar, toptancılar, teknoloji marketler, hipermarketler ve çok katlı mağazalardır.

200 Günümüzde tüketicilerin alışveriş alışkanlıklarının hızla değiştiği, özellikle büyük çaplı mağazalar ve perakende zincirlerine uzanan “Organize Perakende” sisteminin tüm dünyada yaygınlaştığı görülmektedir.

Bu paralelde tüketici elektroniği ürünlerinin satış ve dağıtım alt yapısı da değişmiş, geleneksel küçük ve mahalli satış noktalarına kıyasla ürünleri daha uygun fiyatlarla sunan büyük teknomarketler doğmuştur. Bu tip perakendecilerin kar marjlarını kısıtlı tutarak yüksek miktarda ürün satışı hedeflemesi maliyet avantajları ile birleştiğinde klasik bayilerinkine kıyasla daha düşük fiyatlar ortaya çıkmaktadır. Yine bu noktalarda değişik markalara ait çeşitli ürünlerin birlikte sergilenmesi, tüketicilerin 210 klasik bayilere nazaran teknomarketlerden alışveriş yapmalarını sağlayan bir diğer unsur olarak ortaya çıkmaktadır.

Gelişmekte olan ülkelerde tüketici elektroniği perakendeciliği hızlı bir dönüşüm içerisinde. Avrupa, Asya ve Amerika'nın (Best Buy, Media Markt gibi) büyük perakendecilerinin giderek yaygınlaşmaları bu dönüşümün bir parçasını oluşturmaktadır. Bu değişimin yakın zamanda perakende sektöründe yaşanan değişime oldukça benzediği açıktır. Yüksek alım yapması nedeniyle belirli bir alım gücü oluşturan ve bu alım gücünün sonucu olarak sağlayıcılar ile pazarlık yapma 220 imkanı bulan zincir teknomarketler bu avantajlarını fiyatlara yansıtarak tüketicileri mağazalarına çekmektedirler. Ölçekleri nedeniyle birim satış başına yüksek operasyonel maliyetlere katlanmak zorunda kalan ve yukarıda sayılan türden alım gücüne sahip olmayan klasik bayiler ise teknomarketlerin fiyatları ile rekabet edebilme güçlerini kaybetmektedirler. Bunun sonucunda bayiler genellikle hem satış öncesi hem de satış sonrası hizmetlerinin kalitelerini arttırmak yoluyla tüketicilerin taleplerini mağazalarına çekmeye çalışmaktadırlar.

I.2.2. İlgili Ürün Pazarı

230 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. Bununla birlikte talep ikamesine eşdeğer etki yarattığı durumlarda arz yönlü ikame edilebilirlik de pazarın tanımlanmasında dikkate alınmaktadır.

Tüketici elektroniğinin bir alt segmenti olan televizyon pazarında temel ayırım CRT (tüplü) televizyonlar ile LCD, Plazma, LED, OLED ve diğer yeni teknoloji kullanılan panel televizyonlar arasında olmaktadır. Panel televizyonlar hem sahip oldukları teknik özellikleri hem de fiyat seviyeleri bakımından birbirlerine benzemekte ve CRT 240 televizyonlardan ayrılmaktadır. Dolayısıyla, ilgili pazarı gerek teknolojik gelişmelere uyumluluğu, gerekse boyutları ve görüntü kalitesiyle CRT televizyonlardan önemli farklılıklar gösteren düz ekranlı “panel televizyon” üst başlığında değerlendirilmiştir. Bu sebeple ilgili ürün pazarı “panel televizyon pazarı” olarak belirlenmiştir.

I.2.3. İlgili Coğrafi Pazar

Coğrafi pazar değerlendirmesi yapılırken, özellikle ilgili mal ve hizmetlerin nitelikleri ile tüketici tercihleri bakımından giriş engellerinin, ilgili bölge ile komşu bölgeler arasında teşebbüslerin pazar payları veya mal ve hizmetlerin fiyatları bakımından

250 hissedilir bir farklılığın varlığı gibi unsurlar dikkate alınmaktadır. Genel olarak panel TV pazarının pazara giriş, arz kaynaklarına ulaşma, üretim, dağıtım, pazarlama ve satış şartlarının bölgesel bir farklılık göstermediği gözönüne alınarak ilgili coğrafi pazar "Türkiye" olarak belirlenmiştir.

I.3. Yapılan Tespitler ve Deliller

260 Soruşturmanın konusunu Anadolu Elektronik ve SETK'nin Samsung markalı Panel TV sağladıkları nihai satış noktalarının yeniden satış fiyatlarını belirleyerek 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında bir ihlale neden olup olmadıklarının tespit edilmesi oluşturmaktadır.

4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin (a) bendinde dikey veya yatay ilişkiler konusunda herhangi bir ayrıma gidilmeksizin "*mal veya hizmetlerin alım ya da satım fiyatının, fiyatı oluşturan maliyet, kar gibi unsurlar ile her türlü alım yahut satım şartlarının belirlenmesi*" hukuka aykırı eylemler arasında sayılmıştır.

270 Bununla birlikte, özellikle markalar arası rekabetin yoğun olduğu pazarlarda, dikey ilişkiler yoluyla marka içi rekabetin kısıtlanması sonucunu doğuracak uygulamaların, kimi durumlarda etkinlik artışı sağlayarak markalar arası rekabeti artırabilmesi nedeniyle bu uygulamalar muafiyet koruması içine alınarak yasaklama kapsamı dışında bırakılabilmektedir. Bu tür dikey kısıtlamalara ilişkin çerçeve, mevzuatımızda özellikle 2003/3 ve 2007/2 sayılı Rekabet Kurulu Tebliği ile Değişik, 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği ile çizilmektedir.

Ancak kimi dikey kısıtlamalar "açık kısıtlamalar" olarak kabul edilmekte ve bu kısıtlamalar anlaşmaları grup muafiyeti kapsamı dışına çıkarmaktadır. Tebliğde, inceleme konusu Yeniden Satış Fiyatının Belirlenmesi (YSFB) uygulaması, bu tür kısıtlamalar arasında sayılmaktadır.

280 I.3.1. Anadolu Elektronik'in Alıcılarının Yeniden Satış Fiyatını Belirlediğine İlişkin Belgelerin Değerlendirilmesi

Önaraştırma döneminde yapılan yerinde incelemelerde, Anadolu Elektronik'in özellikle 2009 yılı içerisinde ve 2010 yılı başında (yaklaşık 11 aylık bir dönem) alıcılarının satış fiyatına müdahale ettiğine ve bu müdahalelerin alıcıları tarafından kabul edildiğini işaret eden belgelere ulaşılmıştır. Belgelerde Anadolu Elektronik'in alıcıların yeniden satış fiyatını belirlediğine yönelik ifadeler aşağıda yer verildiği şekildedir.

290 Belge 23¹: 17.7.2009 tarihinde Anadolu Elektronik Ankara Bayisi (.....) tarafından Anadolu Elektronik yöneticilerine ve bölge satış sorumlularına gönderilen "*Kutup A.Ş. Düşük Fiyatlar Hak*" başlıklı e-postada:

"Bildiğiniz üzere yaklaşık 3-4 aylık bir süredir tüm Türkiye genelinde ürünlerimizin satışında sizlerin belirlemiş olduğu sabit fiyatlar uygulanmaktadır.

¹ Kararda yer alan tüm belge numaraları, soruşturma raporunda belgelerin almış olduğu numaraları işaret etmektedir.

Aksi durumda çok ciddi yaptırımlarınız bulunmaktadır ve belki bir çok bayii gibi bizde geçtiğimiz aylarda bu cezai uygulamalardan (armada mağaza kira desteği kesintisi) zarar görmüş bulunmaktayız.

300

Bizlere gönderilmiş olan yeni fiyat listesi doğrultusunda 13.7.2009 tarihinde yeni satış rakamlarına ve etiketlere geçiş yapmış bulunmaktayız.

14.7.2009 tarihinde bölge sorumlumuz Sn.(.....)'a konu hakkında bilgi verilmiştir, yanıt olarak da firma ile konuşulduğu ve tüm fiyatların güncen olduğu tarafımıza söylenmiştir.”

ifadeleri yer almaktadır.

Belge 25:16.2.2010 tarihinde Teknosa (.....) Yöneticisi, Teknosa'dan sorumlu (.....)ne ilettiği e-postada, Teknosa'ya özel tanımlı fiyatla verilmiş olan TV modelinin Anadolu Elektronik Diyarbakır bayisinde daha düşük fiyatla satıldığını bildirerek, SETK'nin desteğiyle aynı fiyattan satabilmek için izin talep etmiştir.

310

18.2.2010 tarihinde (.....) nin yazışmayı ilettiği Anadolu Elektronik (.....) Yöneticisi, (.....) Bölge Satış Sorumlusuna ilgilenmesi için bilgi vermiştir.

Bölge Satış Sorumlusu yanıtında:

“bayim her ne kadar etiketi bizim isteğimiz doğrultusunda kaldırmış olsa bile benzeri düzeltme yaklaşımının zincir tarafından hiç gerçekleşmediğini üzülerak takip ediyoruz. (...) Sonuç olarak bayimiz ilgili düzeltmeyi yapmıştır.”

demektedir.

320

Belge 30: 26.1.2009 tarihinde Anadolu Elektronik bünyesinde düzenlenen toplantıya ilişkin tutanakta:

“(.....), (...) Ocak ayına bakıldığının fiyatlar konusunda ciddi şikayetler olduğunu belirtti. Özellikle Ankara'da tüm bayilerin ve diğer kanalların birbirlerinin fiyatlarından şikayetçi olduğunu belirtti. Bu konuda herhangi bir çalışma yapılmayacağını, bütün kanallar için ayrı uygulama yapıldığını belirtti.”

ifadeleri yer almaktadır.

330

Belge 31: 13.2.2009 tarihinde Anadolu Elektronik (.....) Bölge Satış Sorumlusu tarafından Media Markt ve Teknosa'nın LCD TV modelleri satış fiyatları bayi alış fiyatlarıyla karşılaştırılarak (.....) Yöneticisine gönderilmiştir. E-postada bölge satış sorumlusu:

“bende fotoğrafları olan etiketlerin bugün itibariyle çoğunun değiştiği anlaşılıyor bazı ürünlerde de fiyat etiketi olmadığından sadece edinebildiklerimi belirttim. Özellikle beyaz eşyada yukarı doğru düzeltme yapılmış ancak yine de düşük kalıyor.”

demektedir.

340

(.....) Yöneticisi 16.2.2009 tarihinde KA Satış Temsilcilerine teknomarket fiyatlarına ilişkin bu e-postayı iletirken;

“bu fiyatları hep beraber düzenlememiz lazım.”

ifadesini kullanmıştır.

Belge 32:26.2.2009 tarihinde Anadolu Elektronik (.....) Bölge Satış Sorumlusu; bir İstanbul bayisinin kendisi ile aynı AVM'de bulunan Darty'nin bir ürünü düşük fiyatla sattığı yönündeki şikayetini, (.....) Yöneticisine iletmiş ve

“(..) fiyat’ın değiştirilmesi konusunda acilen yardımınızı rica ederim” ifadesini kullanmıştır.

350 Bunun üzerine (.....) Yöneticisi durumu KA Satış Sorumlusuna iletmış ve;
“(.....) bayiye fiyatı düzelttirdik senin tarafla ilgili bize bilgi verebilir misin?” demiştir.

360 Belge 33:Şubat 2009 Türkiye Satış Toplantısı isimli belgede (.....) Yöneticisinin zincir marketlerin IT ürün grubunun oranlarını kullanarak düşük komisyonlarla ürün satışı yaptığını, bu sebeple bayi-zincir kanalında önemli kararlar alınması gerektiğini dile getirdiği belirtilmektedir. Yine aynı belgeden (.....)’nün, 2009 yılı için belirtilen kotanın bayi kanalında mutlaka gerçekleşmesi gerektiğini, perakende fiyatların tam olarak yansıtılarak satış yapmanın artık mümkün olamayacağı bir döneme girildiğini ifade ettiği anlaşılmaktadır.

370 Belge 34: 9.3.2009 tarihinde Anadolu Elektronik bünyesinde düzenlenen toplantı tutanağından (.....) nün “fiyat karmaşası”nın ortadan kaldırılması için harekete geçileceğini belirttiği, Anadolu Grubu Otomotiv Grubu (.....)’nın hem Rekabet Kanunu açısından sıkıntı oluşturacak uygulamalardan kaçınılması gerektiğini hem de bayiler ve teknomarketler arasındaki dengenin korunması gerektiğini ifade ettiği anlaşılmaktadır. Bunun üzerine yine tutanaktan direktörün çözüm olarak ürün ayrıştırması yapılabileceğini ve digital plazalara destek olunabileceğini belirttiği görülmektedir. Yine tutanakta (.....)’nün, “fiyat istikrarı” sağlanması konusunda yapılacak uygulamalarla ilgili tüm bayilere telefonla bilgi aktarıldığını, ayrıca hafta içinde yapılacak ziyaretlerle detaylı bilgi verileceği bilgisi de yer almaktadır.

Belge 35:23.3.2009 tarihinde Anadolu Elektronik bünyesinde düzenlenen toplantıya dair tutanakta (.....) nün “yeni fiyat politikası kararı”ndan sonra olumlu dönüşler olduğunu; daha çok bayi ile bayi, zincir ile ise zincir arasında çekişme olduğunu dile getirmiş, an itibarıyla Teknosa’da sıkıntı olduğunu belirttiği ifade edilmektedir.

380 Belge 36:10.6.2009 tarihinde Anadolu Elektronik KA Satış Temsilcisi, iki ürünün bazı teknomarketlerde liste fiyatından düşük (1.709 / 3.419 TL yerine sırasıyla 1699 / 3399 TL’ye) satıldığını belirterek, bu ürünlerin fiyatlarının 1.699 ve 3.399 TL olarak zincir ve bayi kanadına duyurulmasını (.....) Yöneticisinin onayına sunmuştur.

(.....) Yöneticisi yanıtında;

“Bu konu aslında kapı açması açısından sakıncalı ama aşağıda bahsettiğin fiyatlar aslında şu an sizin tarafta uygulanan rakamlar. Rakamların küçük olması sebebi ile bence uygulanabilir. Bayi kanalındaki arkadaşlara bayilerine sadece bu ürünler için fiyatları yuvarlayabileceklerini duyurabilirler”

demiştir.

390 Belge 37:3.8.2009 tarihinde Anadolu Elektronik bünyesinde düzenlenen toplantıya ait tutanakta, (.....)’nün “fiyat birlikteliği” ile ilgili bilgi aktardığı; bu bağlamda Electro World’ün “etiket fiyatlarının değiştirildiği”ni, bayilerin hepsinin konu ile ilgili bilgisinin olduğunu ve Teknosa’nın fiyatlarını düzelttiğini belirttiği ifade edilmektedir.

Belge 39:5.9.2009 tarihinde Anadolu Elektronik Ankara Bayisi (.....) Yön. Kur. Başkanının, bir ürünün Optimum Media Markt mağazasında düşük fiyatla satıldığı

şikayetini gönderdiği İç Anadolu (.....), şikayeti KA Satış Temsilcisine ileterek, ciddi anlamda sıkıntı yaratan uygulamanın devam edip etmediğini sormuştur.

400 10.9.2009 tarihinde Media Markt'ın bağlı olduğu KA Satış Temsilcisi, ürünün fiyatının yükseltildiğine ilişkin bilgi vermiştir. Kendisine fiyatın değiştiğine ilişkin bilgi veren (.....) na Forum Media Markt mağazasında uygulamanın halen devam ettiğini belirten Bayi, mağazada bulunan Anadolu Elektronik elemanının kontrol edebileceğini hatırlatmıştır.

(.....) nun fiyatın acilen kontrol ettirilmesini istemesi üzerine, KA Satış Temsilcisi yanıtında

“ürünün fiyatı şu an 1069 TL miş. 1079 a yükselttireceğim bugün”

demiştir. (.....) ilgili bayiye gönderdiği e-postada ise *“şimdi müdahale ediliyor”* ifadesini kullanmıştır.

410

Belge 40:18.9.2009 tarihinde Anadolu Elektronik (.....) tarafından Ankara Bayisi (.....) mağazasına özel fiyatlı ürün ve fiyat teklifleri (.....) Yöneticisine gönderilmiştir. (.....) Yöneticisi söz konusu teklifleri İç - Doğu Anadolu ve Karadeniz Bölge Satış Sorumlusuna ileterek;

“(...) (.....) mağazası için teklif edebileceğimiz ürün ve fiyatlarını aşağıda görebilirsin. Ürünler yanlarında belirtilen adetlerle maximumda sınırlıdır. 22 inç fiyatını kendi istedikleri şekilde belirleyip duyurumunu yapabilirler. 32 ve 40 ta ise bu fiyatlar üzerinden satış yapabilirler ve sadece mağaza içinde uygulayabilirler. (...)” ifadelerini kullanmıştır.

420

Belge 41: 18.9.2009 tarihinde Media Markt (.....) Sorumlusu, e-posta ile Anadolu Elektronik (.....) ne Electro World'ün Ankara'da uyguladığı fiyat etiketlerini göndermiştir. Ürün Sorumlusu e-postada:

“(...) Bu güne kadar sizlere vermiş olduğumuz her türlü desteğe rağmen iki gündür bu etiketlerin değişeceğini söylemeniz ve değişmemiş olmaları bizleri ciddi anlamda maddi ve manevi zarar uğratmaktadır. Kaldı ki sadece bu ürünler değil regüler satıştaki ürünlerinizin çoğunda buna benzer bozuk fiyatlar mevcuttur. (...)”

ifadelerini kullanmıştır.

430

Aynı konuya ilişkin olarak Media Markt Yöneticisi, (.....) ne gönderdiği 23.9.2009 tarihli e-postasında:

“(...) Aşağıda geçen hafta Electroworld Ankara açılışında görülen enteresan fiyat uygulamaları ile ilgili detaylar mevcut. (...) Bu tarz hareketler artık tahammül edilecek gibi değil ve biz bunlara artık sessiz kalmayacağız. Sizde konu ile ilgili düşüncelerinizi, önlemlerinizi ve ne gibi yaptırımlar alacağınıza dair bilgi bekliyorum. Önümüzdeki hafta mutlak suretle bu konu ile ilgili siz ve Anadolu Elk. ile bir toplantı talep ediyorum.”

demiştir.

440

Belge 42: 25.9.2009 tarihinde Anadolu Elektronik Ankara (.....) Bayisi tarafından İç Anadolu (.....) gönderilen e-postada;

“Bazı zincir mağazalar açılış adı altında ürünleri değerinden (bize maliyetinden) aşağı satmakta. (...) Her seferinde gerekli uyarılar yapılacak fiyatlar düzeltilecek bundan sonra olmayacak diye (.....) (...)”

demiş,

(.....) e-postayı (.....) na iletirken;

450

“Özellikle Electroworld başta olmak üzere (Media Markt da buna dahildir) açılış adı altında el altından etiket fiyatlarına yansıtılmadan yapılan satışlar bayi kanalına ciddi zarar vermektedir. Konuyla ilgili mağazalar ile görüşüp fiyatların düzeltilme taahhütünün alınması konusunda yardımlarınızı rica ederiz”

ifadelerini kullanmıştır.

Belge 43:26.9.2009 tarihinde Anadolu Elektronik Bayisi (.....) nın, Media Markt ve Teknosa'nın Samsung ürünlerindeki fiyat farklarını (.....) Sorumlularına göndermesi üzerine; konu (.....) ne iletilerek:

460

“(...) Bu durum karşısında bayilerimiz fiyat istikrarını bozmamak adına dik dursalar da, her geçen gün müşteri kaybetmekte ve Samsung Digital Plazaların pahalı ürün sattığı imajı tüketicinin zihninde yerleşmiş durumdadır. (...).”

denilmiştir.

Belge 44:2.10.2009 tarihinde Anadolu Elektronik (.....) Bölge Sorumlusu tarafından (.....) ne gönderilen e-postada, Media Markt'ın nakit fiyatına taksitle satışa başladığı belirtilmiş, konu ile ilgili ne tür bir yaptırım uygulanacağı sorulmuştur. Bayi Kanalı ve Kurumsal Satış Yöneticisi;

470

“Şu an mal çıkılmıyor. Fiyatları düzeltmeleri için görüşülüyor”

cevabını vermiştir.

Belge 45: 17.10.2009 tarihinde Anadolu Elektronik (.....) Bayisi tarafından (.....) Bölge Satış Sorumlusuna gönderilen e-postada, Bimeks'in indirim kampanyasının kendilerine zarar verdiği belirtilmiş; bayilerin daha güçlü kılınarak avantajlı kampanya yapmalarının sağlanması önerilmiştir.

Konuyu ileten (.....) na ileten Bölge Satış Sorumlusu, her hafta sonu zincirler tarafından gerçekleştirilen indirimlerin artık rutin hale geldiğini ifade ederek “klasik” olarak fiyatların “düzeltilmesi” yönünde yardım talep etmiştir.

480

(.....) yanıtında;

“Kampanya sona ermiştir. Etiketler ve internet sitesi düzeltilmiştir. Firma yetkilileri ile yapılan görüşmede, firma genel uygulamanın 2 gün boyunca devam ettiğini bu uygulamanın ürünlerimiz için bir daha kesinlikle olmayacağını bildirmiştir, firmaya karşı genel tavrımız Çarşamba günü (.....) ile birlikte değerlendirilecektir”

demiştir.

490

Belge 46:23.10.2009 tarihinde Anadolu Elektronik Bayisi (.....) Genel Müdür Yardımcısının (.....) Bölge Satış Sorumlusuna gönderdiği e-postada, Media Markt broşüründe yer alan bir ürünün fiyatı bildirilerek, son dönemde bu tür uygulamaların kendilerini zor durumda bıraktığı belirtilmiş;

“Konu ile ilgili olarak fiyat ayarlaması için acil dönüş bekliyoruz”

denilmiştir.

Bölge Satış Sorumlusunun, bayinin teknomarketle aynı fiyattan satma talebini iletildiği (.....) yanıtında;

“Durum bilgimiz dışında gelişmiştir. Bizi de zor durumda bırakmışlardır. Gerekli prosedür uygulanmaktadır.”

ifadelerini kullanmıştır.

500 Belge 47:31.10.2009 tarihinde Darty (.....) Yöneticisi Anadolu Elektronik (.....) ne gönderdiği e-postada; Saturn, Teknosa, Electro World, Media Markt ve Vatan gibi teknomarketlerin fiyatlarından ve indirim kampanyalarından söz ederek birçok Samsung ürünüde fiyatı *“bozduklarını”*, bu fiyatların acilen *“düzeltilmesi”* gerektiğini belirtmiştir. Buna ek olarak e-postada:

“Darty olarak bugüne kadar sizle stratejik bir ortak olarak birlikte hareket etmeye özen gösterdik. Ancak bugün gelinen durum bizim tahammül edebileceğimizin çok üzerindedir”

ifadelerine yer verilmiştir.

510 Belge 48: 2.11.2009 tarihinde Anadolu Elektronik (.....) Bölge Satış Sorumlusu, teknomarketlerin bazı Samsung ürünlerinde uyguladıkları fiyat ve taksit sayılarının yer aldığı tabloyu diğer bölgelerin satış temsilcilerine göndererek kendi bölgelerinde yapılan benzer aksiyonların bildirilmesini talep etmiştir. Tabloda, ürün ve teknomarket isimlerine göre *“normal fiyat”* ile *“uygulanan fiyat”* ve taksit sayılarına yer verilmiştir.

520 Belge 49:2.11.2009 tarihinde Anadolu Elektronik bünyesinde düzenlenen toplantıya ilişkin tutanakta (.....)'nın bazı teknomarketlerin hedefleri tutturamadıkları için fiyatlarda *“farklı”* uygulamalar yaptıklarını, bu konuda yapılması gerekenler için karar verilmesi gerektiğini; bayilerin bu konuda baskı yaptıklarını, bir karar alınması halinde hemen bir *“plan”* oluşturularak *“yeni şartların”* ve *“müeyyidelerin”* bildirilebileceğini, konu ile ilgili hazırlık yapılacağını belirttiği ifade edilmektedir.

Belge 50:5.11.2009 tarihinde Anadolu Elektronik (.....) Bayisi (.....), Electro World'ün broşür çalışmasında yer alan Samsung ürününün indirimli fiyatını (.....) Bölge Sorumlularına bildirerek;

“Konuyla ilgili aynı uygulamayı mağazalarımızda yapabilmek için sizden bilgi bekliyorum.”

denilerek indirim izni talep etmiştir.

(.....) 6.11.2009 tarihli yanıtında;

530 *“Aynı uygulamayı elektroworld'ün insertü süresince yapabilirsiniz. Dün sözlü olarak iletmiştim. Ancak bu fiyattan satışlarınızda herhangi bir destek verilmeyecektir.”*

ifadelerini kullanmıştır.

540 Belge 51:6.11.2009 tarihinde Anadolu Elektronik (.....) Bayisi (.....) yetkililerine mağaza yöneticilerinden aynı AVM'de buldukları Electro World'ün Samsung markasında *“tavsiye edilen fiyat listesinin altına”* satış yaptığı, müşterilere Kutup A.Ş. tarafından verilen fiyattan daha düşük fiyat vererek satışları engellediği bilgisi verilmiştir.

Bunun üzerine (.....) Genel Müdürü tarafından (.....) Yöneticisine gönderilen e-postada, iyice daralan pazarda Electroworld'ün müşterilere bayinin verdiği fiyatı takip ederek daha düşük fiyat teklif etmesi sonucunda satışların iptaline neden olması şikayet edilmiş, teknomarketler karşısında bayi kanalının dezavantajları dile getirilmiştir. Bayi kanalına özel ürün verilmemesi karşısında teknomarketlere özel

550 ürün verilmesi, teknomarketlerin kendilerine özel modellerin yanı sıra bayilerde de bulunan modelleri satabilmesi örnek verilerek, Anadolu Elektronik'in bayileri de korumak amacıyla çalışma başlatması talep edilmiş ve "sistemin çatırdadığı" uyarısında bulunulmuştur. Öte yandan, (.....) Genel Müdürü teknomarket ve bayilerin Anadolu Elektronik'e karşı tutumlarını da karşılaştırmış; bayi kanalında kampanya yapılması halinde kendilerinin Anadolu Elektronik'ten gelen etiket düzeltme talepleri doğrultusunda değiştirilen etiketleri dahi fotoğraflayarak gönderdiklerini, buna karşın Media Markt'ın bayi kampanyasında satılan üründe indirimle giderek daha ucuza sattığını örnek vermiştir. Bayilerin etiketlerini talimatı doğrultusunda görmek isteyen Samsung'un serbestçe hareket eden örneğin Media Markt'ı görmek istemediğini sorgulayan Genel Müdür, bayilerin Anadolu Elektronik'in istediği her aksiyonda bulunup istemediğini yapmalarına karşın teknomarketlerin düzenlemelere uymamalarının şirket politikasıyla çeliştiğini belirtmiştir. Genel Müdür son olarak çatırdadığından söz ettiği sistemin ne olduğu hakkında bilgi veren şu ifadeleri kullanmıştır:

560 *"Karlılığımızı bozan, sistemi bozan zincirlere karşı ciddi yaptırımların uygulandığı eski disiplinli ve yüksek cirolu "FİYAT POLİTİKALARINIZIN" tüm kanallarda mükemmel işlediği günlerimize dönebilmek dileğiyle..."*

(.....) Yöneticisi, söz konusu e-postayı (.....) ve Electro World'ün bağlı bulunduğu (.....) bilgisine sunmuştur. (.....) yanıtında,

570 *"(...)bölgede görevli (.....) arkadaşımız (.....) sürekli olan mağazayı kontrol etmekte ve bana raporlamaktadır.(...) şikayete konu olan ürünlerde düşük etiketler tespit edilememiştir. Buna rağmen etiketler aynı kalmak şartı ile Bayimiz ile EW'nün gizli bir rekabet içinde oldukları anlaşılmaktadır."*

ifadeleri yer almaktadır.

Belge 52:16.11.2009 tarihinde Anadolu Elektronik bünyesinde düzenlenen toplantıya ilişkin tutanaktan (.....)'nün "fiyat istikrarsızlığı" ile ilgili bilgi aktararak, satış noktalarının hedefleri tutturmak için fiyatlarda oynama yaptığını belirttiği; bayilerin kendi aralarında problem olmadığını, teknomarketlerde sorun olduğunu ayrıca "fiyat istikrarı" konusunda karar alındığını ve bu konuda SETK ile görüşüldüğünü, bu uygulama ile rekabetten uzaklaşılacağını eklediği ve uygulamaya ilişkin Teknosa, Media Markt ve Darty ile konuşulduğunu ve bu teknomarketlerin uygulamaya sıcak baktığını ifade ettiği ve rakiplerin de benzer sıkıntıları olduğunu bu konuda liderlik edebileceklerini belirttiği görülmektedir.

Belge 53:23.11.2009 tarihinde Anadolu Elektronik bünyesinde düzenlenen toplantıya ait tutanaktan (.....)'nün hafta sonu fiyatları ile ilgili ciddi sıkıntı olduğunu, [satış noktalarının] taksit sayısı yerine artık fiyatlarla oynadıklarını belirttiği. "Fiyat farklılıklarını önlemek" için yapılacak uygulamanın toplantı günü kanallara duyurulacağı ve Vatan ile Bimeks'le konuşulacağı bilgisini verdiği, diğer teknomarketlerle daha önce görüşüldüğü ve uygulamanın olumlu karşılandığı bilgisini verdiği anlaşılmaktadır.

Belge 54:1.12.2009 tarihinde Anadolu Elektronik (.....) Bayisi tarafından (.....) Bölge Satış Sorumlusuna gönderilen e-postada, Bimeks'in internet sitesinde yapmış olduğu kampanyaya karşı bayi olarak ne tür bir uygulamaya gidebilecekleri yönünde bilgi talep edilmiştir. (.....), konuyu (.....)ne ileterek,

“(.....) bu fiyatları mağazalarda da uyguluyorlarsa işin başında müdahale etmemiz gerekir”

ifadesini kullanmıştır.

600 3.12.2009 tarihinde ise bir başka (.....) Bölge Satış Sorumlusuna Bimeks ve Teknosa uygulamalarını bildirmiştir. Bölge Satış Sorumlusu, (.....)ne ilettiği e-postada:

“Bölgemizdeki tüm bayiler Aralık fiyat listesine geçtiler. Zincirler de halen eski fiyat uygulamalarına devam etmektedir. Bu da tüketiciler ve bayiler de memnuniyetsizlik uyandırıyor. Bunun süreç alacağının farkındayız ama düzeltmelerin acil olarak gerçekleşmesi yönünde yardımınızı rica ederim.

ifadelerini kullanmıştır.

610 Belge 55:18.12.2009 Anadolu Elektronik (.....) Bayisi Kutup A.Ş. (.....)nın, Electro World ve Teknosa mağazalarında Samsung ürünlerinin hala eski fiyatlarla satıldığına ilişkin e-posta göndermesi üzerine, İç Anadolu Bölge Satış Sorumlusu konuyu KA Satış Temsilcilerine ileterek, ilgili mağazaların *“fiyat etiket kontrollerinin yapılması ve fiyatların düzeltilmesi”* yönünde yardım talep etmiştir.

Belge 56:22.12.2009 tarihinde Anadolu Elektronik (.....) Bayisi tarafından (.....)ne gönderilen e-postada, Electro World fiyatları bildirilerek, kendileriyle Electro World fiyatları arasında fark olduğu belirtilmiş ve bu konuda ne yapmaları gerektiği sorulmuştur.

620 (.....)nin Electro World ve Vatan konusunu önceden konuştukları, ikisinin de başından beri uygulamaya dahil olmadıkları, kendilerinin de bu doğrultuda hareket ettikleri yanıtı üzerine Bayi, Electro World kampanyasının kendi ürün satışlarını yavaşlatmaması amacıyla fiyatlarında değişiklik yapmak için izin talep etmiştir.

(.....) cevabında;

“Dostum bunu yaptığınızda Teknosa ve Mediamarket’e sıçramayacak ise yapın. Sonrasında daha kötü sonuçları konuşuyor olmayalım ama.”

ifadelerini kullanmıştır.

Bayinin sadece Electro World'den gelen müşterilere bu fiyatları uygulayacaklarını, etiketlerde herhangi bir değişiklik olmayacağını belirtmesi üzerine; (.....) onay vermiştir.

630 Belge 57:25.12.2009 tarihinde Anadolu Elektronik (.....) Bayisi Kutup A.Ş. (.....)nün Anadolu Elektronik (.....) Bölge Satış Sorumlularına gönderdiği e-postada, Darty'nin uyguladığı ve Electro World'ün yayımladığı broşürde yer alan indirimli fiyattan ürün satabilmek için bilgi talep edilmiştir. Kutup A.Ş. (.....) tarafından aynı tarihte Kutup A.Ş. Samsung Digital Plazalarına gönderilen e-postada, söz konusu modelde indirimli fiyattan satış yapılabileceği bildirilmiştir.

640 Belge 58:28.12.2009 tarihinde (.....)na gönderdiği e-posta ekinde teknomarketlerde uygulanan fiyat tablolarına yer vererek, Electro World'ün fiyatlarının “düzeldiğini” iddia etmesine karşın tabloda işaretli Electro World fiyatlarının değiştirilmediğini belirtmiştir.

Belge 59:2.1.2010 tarihinde Anadolu Elektronik (.....) Bayisi Kutup A.Ş. (.....) tarafından (.....) Bölge Satış Sorumlusuna gönderilen e-postada, Darty mağazasının

etiketlerinde tespit edilen düşük fiyatlara yer verilmiş, Samsung Digital Plazalarda aynı düşük fiyatlarla satış yapılabilmesi için gerekli düzenlemelerin yapılması talep edilmiştir. Bahsi geçen e-postayı SETK (.....)ne ileten Bölge Satış Sorumlusu, Darty (.....) AVM'deki fiyat etiketlerinin düzeltilmesi konusunda yardım talep etmiştir.

650 8.1.2010 tarihinde Anadolu Elektronik Bayilerine gönderdiği e-postada Bölge Satış Sorumlusu, gün itibarıyla bir hafta boyunca düşük fiyatla satıldığı şikayet edilen Samsung ürünlerinden biri için bayi kanalında geçerli olacak kampanyalı fiyata yer vermiş, herhangi bir kompanse ödemesi yapılmayacağını belirtmiştir.

Belge 60:5.1.2010 tarihinde Anadolu Elektronik bünyesinde düzenlenen toplantıya ait tutanakta (.....)'ün, "fiyatı bozdukları" için Electro World ve Vatan'a "ürün çıkarılmadığını", fiyatların hala "düzelmediğini", Aralık ayında giriş ürünlerinde fiyatların "bozulduğunu" ve yaklaşım ile ilgili sıkıntı olduğunu belirttiği ifade edilmektedir.

660 Belge 61:6.1.2010 tarihinde Anadolu Elektronik (.....) Bayisi Kutup A.Ş. (.....) Bölge Sorumlularına gönderdiği e-postada, Media Markt'ın uyguladığı düşük fiyatlara yer vererek, konuyla ilgili bilgi talep etmiştir. Yanıt verilmemesi üzerine bu kez Kutup A.Ş. (.....), Bölge Satış Sorumlularına attığı e-postada:

"Media Markt uygulamaları ekteki gibidir. Bunlara ilave %10 hediye kartı verilmektedir. Bu şartlar altında ürün satışı mümkün görünmüyor. Konu ile ilgili ilgilenmenizi rica ederim."

ifadelerini kullanmıştır.

670 (.....) Bölge Sorumlusu, şikayeti SETK (.....)ne iletmış ve konuyla ilgili dönüş yapılmasını talep etmiştir.

Belge 62:7.1.2010 tarihinde Anadolu Elektronik (.....) Bayisi tarafından (.....) Bölge Satış Sorumlusuna gönderilen e-postada, Media Markt'ta uygulanan kampanyalara yer verilmiştir. Konuyu SETK (.....)ne ileten Bölge Satış Sorumlusu, fiyatların düzeltilmemesi durumunda bayinin müşterilere sanal fiyat vererek Media Markt'ın fark ödemesine neden olacak önlemler alacağını belirttiğine dikkat çekmiştir.

680 Bölge Satış Sorumlusu, bayi şikayetini (.....)ne de iletmış ve gönderdiği e-postada;
"(...)son dönemde fiyatlar konusundaki istikrarsızlığın geçici olduğu kanaati yerini istikrarın sağlanamayacağı kaygısına bıraktı. Bayilerimiz kendilerini nasıl adapte edebilecekleri konusunda alternatifler üretmek istiyor(...)

(.....) Mediamarkt RT62UDEW (.....) TL fiyat vermişti. bu fiyatı mağazada olduğum bir an tüketicinin bilgi vermesiyle öğrendim ve MediaMarkt a gittim. oradaki arkadaşlar bu fiyatın Teknosa İnsertüne istinaden verildiğini belirtti. Teknosa insert süresi geçmesine rağmen düzeltmediler. Bayimiz de aynı fiyata çekince (.....) yaptılar. Yaparken de Kerim i arayarak daha da altına fiyat yazacaklarını ve oluşan farkın karşılanmasını talep ettiler. Olumsuz yanıt almalarına rağmen düzeltmediler. Üstelik personellerine Anadolu Grubu'nun artık kendilerine müdahil olmalarına izin vermeyeceklerini kabaca 'artık takmayın' dediklerini duydum(...).

690

Tarafımızdan yönelttiği süre müdahil olarak bir şekilde denge sağlayabildiğimiz konumdan tamamen bağımsız olarak ürün tedarik etmeye başladıklarında kontrolün nasıl sağlanacağı konusunda bayilerimizin tedirginliği artma eğiliminde.(...)”

denilmiştir.

700 Belge 64:9.1.2010 tarihinde Anadolu Elektronik (.....) Bayisi Kutup A.Ş. (.....) tarafından (.....) Bölge Sorumlularına gönderilen e-postada:

“Darty mağazalarında 9.1.10 tarihli devam eden etiket ve mağaza içi uygulamalarında düşük fiyatlar tespit edilmiştir. Konuyla ilgili olarak acil etiketlerin düzenlenmesini ve mağaza içi uygulamaların bitirilmesini rica ederim.”

denmektedir.

710 Bunun üzerine 10.1.2010 tarihinde SETK (.....)ne gönderdiği e-postada Bölge Satış Sorumlusu; tüm bilgilendirmeye karşın şikayet edilen teknomarketlerde fiyat etiketlerinin değişmediğinden yakınmış, teknomarketlerin fiyatlarını değiştirdiğini söyleyerek zaman kazandıklarını belirtmiştir.

Belge 65:14.1.2010 tarihinde Anadolu Elektronik (.....) Bayisi Kutup A.Ş. (.....)nın Darty ve Media Markt mağazalarında tespit edilen düşük fiyatları kendisine bildirmesi üzerine (.....); SETK (.....)ne gönderdiği e-postada:

“aşağıda Darty ve MM’a ait bazı fiyatları bulabilirsin. Hatırlarsan Darty 32B450 için yapacağı kampanya doğrultusunda tüm fiyatlarını düzelterek söylemişti. Bilgi vermeni rica ederim.”

ifadelerini kullanmıştır.

720 Belge 66:14.1.2010 tarihinde Anadolu Elektronik (.....) Bayisi Kutup A.Ş. (.....)nın Darty ve Media Markt mağazalarında tespit edilen düşük fiyatları kendisine bildirmesi üzerine (.....); SETK (.....)ne Darty’nin daha önce yapacağı bir sonraki kampanyada fiyatları düzelterek dair söz verdiğini hatırlatarak, bilgi verilmesini rica etmiştir.

Belge 67:16.1.2010 tarihinde Anadolu Elektronik (.....) Bayisi Kutup A.Ş. (.....) tarafından (.....) Bölge Sorumlularına gönderilen *“EW/MM Samsung Fiyat Birliği Hk.”* başlıklı e-postalarda, Electro World ve Media Markt teknomarketlerinde tespit edilen düşük fiyatlara yer verilmiş;

730 *“gerekli düzenlemelerin yapılmasını rica ederim”*

denilmiştir.

Durum Bölge Satış Sorumlusu tarafından SETK (.....)ne ilettiği e-postada;

“M.M fiyatları her geçen gün farklılaşmaktadır. Müdahale edilmesine rağmen fiyatları düşürüyorlar ve bu durum karşısında bayilerimiz rekabet edemez duruma gelmiştir. Bu mağazalara gerekli müdahalenin biran önce yapılması hususunda yardımlarınızı önemle rica ederim.”

denmektedir.

740 Belge 69:24.1.2010 tarihinde Anadolu Elektronik (.....) Bayisi Kutup A.Ş. (.....) tarafından (.....) Bölge Sorumlularına gönderilen e-postada, Electro World’ün tespit edilen düşük fiyatlarına yer verilerek, gerekli düzenlemelerin yapılması talep

edilmiştir. Konuyu SETK (.....)ne ileten (.....) Bölge Sorumlusu, Electro World fiyatları hakkında acil dönüş yapılmasını talep etmiştir.

750 Belge 70:25.1.2010 tarihinde Anadolu Elektronik (.....) Bayisi tarafından (.....) Bölge Satış Sorumlusuna gönderilen e-postada, kar oranlarının düştüğünden ve neredeyse sadece gelecek primlerle çalışıldığından yakınılarak; Teknosa'nın perakende listeden yapılan ıskontoyu devam ettirmeyip ilave ıskonto yaparak taksit uyguladığı ve hediye çeki verdiği, LED TV fiyatlarının çok uygun hale geldiği ve satabilmek için kendilerinin de bu düşük fiyat uyguladığı belirtilmiştir. Öte yandan bir mağazanın beyaz eşya ürünlerini iddialı bir şekilde uygun fiyatla sattığı bildirilerek, anılan sıkıntıların giderilmesi talep edilmiştir.

Bölge Satış Sorumlusu 26.1.2010 tarihli yanıtında;

"(...) Teknosa'nın uyguladığı kampanyalarla ilgili yetkili arkadaşı uyaracağız. Farklı fiyattan Samsung ürünleri satan noktalarda tespit edilen ürün Anadolu Elektronik'e ait ise çıkış noktası tespit edilip uyarılacaktır. Tüm bu konular yetkili kişilere muhakkak iletilecektir."

760 ifadelerini kullanmıştır.

Belge 73:26.1.2010 tarihinde yine Anadolu Elektronik (.....) Bayisi Kutup A.Ş. (.....) tarafından İç Anadolu Bölge Sorumlularına gönderilen e-postada, Electro World'de yapılan bir ürün indiriminin hızlı bir şekilde durdurulması istenmiştir. Konuyu SETK (.....)ne ileten Bölge Satış Sorumlusu, fiyatın çok düşük olduğunu belirterek acil müdahale talep etmiştir.

770 Belge 74:26.1.2010 tarihinde Anadolu Elektronik (.....) Bayisi Kutup A.Ş. (.....) tarafından (.....) Bölge Sorumlularına gönderilen e-postada, Electro World'de uygulanan düşük fiyatlara yer verilmiş, gerekli "düzenlemelerin" hızlı bir şekilde yapılması talep edilmiştir. Bahsi geçen e-posta Bölge Satış Sorumlusu tarafından SETK (.....)ne iletilmiş, Electro World'ün "fiyat düşürmeye" devam ettiği, mağazaya "fiyat konusunda yapılan müdahaleleri" önemsemedikleri ileri sürülmüştür.

Belge 76:29.1.2010 tarihinde Anadolu Elektronik (.....) Bayisi tarafından (.....) Bölge Satış Temsilcisine gönderilen e-postada;

"Eskişehir Mediamarkt'ta liste fiyatı (.....) TL olan 28 AFW bulaşık makinesi (.....) şeklinde satılıyor. Bu özel bir kampanya mıdır? Eğer öyleyse aynı koşullardan bize de ürün satmak istiyoruz. Teknosa geçen haftadan bu yana tüm elektronik ürünleri eski fiyatlarla satıyor. (...)"

780 denilmektedir.

1.2.2010 tarihinde Bayi yetkilisinin durumun devam edip etmediğini sorması üzerine; özellikle hafta sonu neredeyse tüm teknomarketlerde fiyatların "bozuk" olduğu, farklı ürünlere farklı kampanyalar yapıldığı, ayrıca önceden belirtilen kampanyalı fiyatların da aynen devam ettiği, tüm teknomarketlerin LED TV'lerde "fiyat bozduğu" ileri sürülmüştür.

790 Belge 78:1.2.2010 tarihinde Anadolu Elektronik (.....) Bayisi tarafından (.....) Bölge Satış Temsilcisine gönderilen e-postada, o güne kadar yapılan düşük fiyat uygulamasına yönelik şikâyetleri "bu kez son, tekrar olmayacak" şeklinde cevaplandırıldığı halde bir düzelme olmadığı yakınılmış; durumun artık oldukça ciddi

bir hal aldığı, müşterilerin bayiler karşısında zincir marketleri tercih ettiği ileri sürülmüştür. Fiyat avantajı sağlanan zincir marketler karşısında bayilerin korunacağı bir çalışma yapıp yapılmayacağı konusunda bilgi talep eden Bayi, mağduriyetin giderilmesini istemiştir.

800 Bölge Satış Temsilcisi şikayeti (.....)ne iletirken, bayinin indirimli zincir market fiyatlarına gösterdiği tepkinin haklı olduğunu, zincir marketlere verilen rakamlar karşısında en üst kademedeki bayinin bile kar marjının düştüğünü belirtmiştir. (.....), yazışmayı SETK KA (.....) ile paylaşmış; şikayetçi Bayi yetkilisine verdiği yanıtta ise: *“Bildiğiniz üzere Şubat ayı itibari ile Samsung bu kanala tedarik yapıyor olacak. Bu sebeptendir ki Ocak ayı itibari ile bu kanallar üzerindeki hakimiyetimiz doğal olarak zayıflamış durumda(...).”* ifadelerini kullanmıştır.

810 Belge 80:18.2.2010 tarihinde Anadolu Elektronik (.....) Bayisi Kutup A.Ş. (.....) tarafından (.....) Bölge Sorumlularına gönderilen e-postada, Media Markt'ın broşüründe yer alan düşük fiyatlı ürünlere yer verilerek, gerekli düzenlemelerin acilen yapılması talep edilmiştir. Bahsi geçen e-postayı SETK (.....)ne ileten Bölge Sorumlusu, Media Markt'ın Ankara mağazalarındaki düşük fiyat uygulamaları hakkında bilgi verilmesini talep etmiştir.

820 Belge 81:18.2.2010 tarihinde Anadolu Elektronik (.....) Bölge Satış Sorumlusu, (.....) Bayiinin birlikte gittikleri Vatan Bilgisayar'ın indirimli fiyatlarını kendisine bildirmesi üzerine; Vatan'dan sorumlu Anadolu Elektronik (.....)nden Vatan'ın KDV indirimi kampanyası hakkında bilgi talep etmiştir. (.....) cevabında; *“Vatan Kanalı 14 Şubat Sevgililer Günü kampanyasında istinaden tarafımızdan onay olmadığı halde %18 KDV indirimi yapmıştır. mağaza içerisinde aksiyona devam ediyorlar doğu söylüyorsunuz, kendileriyle görüşüldü aksiyon genel olduğu için şu an itibariyle kaldıramadık. internet sitesinden bütün fiyatlar kaldırıldı, gazete, insert vb. yazılı ilanları yok en azından samsung TV lerin kampanya dışında kalması için elimizden geleni yapıyoruz”* demiştir.

830 4054 sayılı Kanununun 4. maddesi, rekabeti kısıtlama amacı veya etkisi olan teşebbüsler arası anlaşmaları, uyumlu eylemleri ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemlerini yasaklamaktadır. Kanunun lafzından da açıkça anlaşıldığı üzere bir eylemin Kanun kapsamında ihlal olarak nitelendirilebilmesi için eylemin sadece amacının veya sadece etkisinin rekabeti kısıtlayıcı olması yeterli görülmektedir.

840 Yapılan yerinde incelemelerde elde edilen ve yukarıda yer verilen belgelerden Anadolu Elektronik'in, bayilerinin yeniden satış fiyatına müdahale ettiği anlaşılmaktadır. Bu müdahale perakende seviyesinde faaliyette bulunan satış noktasının “liste” veya “normal fiyata” uymayan diğer noktayı şikayeti üzerine sağlayıcının teknomarketleri uyarması şeklinde gerçekleşebilmektedir. Bu mekanizmanın işleyişi Belge 39'da görülmektedir. Belgede açık bir şekilde, fiyatların düşük olduğu bilgisinin verilmesi üzerine müdahale edilerek fiyatların yükseltilmesinin amaçlandığı görülmektedir. Teknomarket yetkilileri ile görüşen satış temsilcisinin, fiyatların “olması gereken” seviyeye yükseltilmesini sağlamayı amaçladığı

görülmektedir. Belge 25'den Anadolu Elektronik'in benzer bir talebi üzerine bayisinin düşük fiyatını yükselterek düzelttiği anlaşılmaktadır.

850 Belge 46'da bayi şikayeti üzerine ilgili teknomarketten sorumlu satış temsilcisinin devreye girmesi sonucunda market yetkilileriyle görüşülerek sıkıntı yaratan fiyata ilişkin gerekli prosedürün uygulandığına dair ifadeler görülmektedir. Belgede ayrıca, (.....)nin teknomarket indirim kampanyasından bilgilerinin olmadığını belirtmektedir. Bu ifadeden olağan uygulamada teknomarketlerin yapacakları kampanyalarda indirimli fiyatları Anadolu Elektronik'in bilgisine/onayına sunduğu anlaşılmaktadır.

860 Yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik uygulama teşebbüs kayıtlarında genellikle "fiyat istikrarı" olarak anılmakta; fiyat istikrarının, bayi ve teknomarket kanallarında ayrı uygulamalarla sağlanmaya çalışıldığı görülmektedir. Örneğin, Belge 30'dan Anadolu Elektronik'in alıcılarının fiyatlarını takip ettiği ve bu şikayetlere ilişkin kanal bazında uygulamalar yaptığı anlaşılmaktadır. Bu konuya ilişkin ifadeler Belge 31'de de görülmektedir. Belge 31'e göre Anadolu Elektronik teknomarketlerin fiyatlarını düzenli takip etmekte ve düşük fiyatları düzenleme güdüsüyle hareket etmektedir. Belge 32 fiyat istikrarının sağlanması bakımından bayi ve zincir kanallarında eş zamanlı fiyat geçişinin yapıldığını doğrulamaktadır. Belgeye göre bayi kanalında "düzeltilen" fiyatlara zincir kanalının geçişinin sağlanıp sağlanmadığı (.....)ne sorularak kontrol edilmektedir.

870 Şirket bünyesinde gerçekleştirilen yönetici toplantısına ait bir tutanak olan Belge 34 şirketin fiyat karmaşasını ortadan kaldırmak ve bayiler/teknomarketler arasında dengenin sağlanması hedefini ortaya koymaktadır. Bu belgeyi tamamlayan Belge 35'de de fiyat politikasına ilişkin olumlu dönüşler olduğu ifade edilmekte ve rekabetin kanal bazında ayrıştırıldığı bilgisi verilmektedir. Yine bir toplantıya ait tutanak olan Belge 37'de bir teknomarketin etiketlerinin değiştirildiği ve başka bir teknomarketin ise fiyatlarını düzelttiği bilgilerinin verildiği görülmektedir. Bu toplantı tutanaklarından alıcıların Anadolu elektronik tarafından uygulanmaya çalışılan YSFB'ye olumlu dönüşlerde buldukları anlaşılmaktadır.

880 Belge 36'dan bayiler ve teknomarketlerde satılan aynı ürünlerde fiyat farklılığının oluştuğu, bayi ve zincir arasında dengenin sağlanması bakımından her iki kanal yetkililerinin onayı alınarak indirimle gidildiği anlaşılmaktadır. Eş deyişle, piyasada rekabet sonucu oluşan fiyat indirimlerine bayilerin ve/veya diğer teknomarketlerin yine rekabetin doğal sonucu olarak fiyat indirimiyle karşılık vermesi ve bayilerin ve/veya teknomarketlerin bağımsız bir biçimde indirim yapabilmesi gerekirken, fiyatların düşürülebilmesi için Anadolu Elektronik'den onay alınması yolu izlenmektedir. Zaten piyasada fiyatın, liste fiyatından daha düşük bir seviyede oluşması sonucunda aktörlerin fiyatlarını aynı seviyeye indirmeleri kaçınılmaz iken, sağlayıcıdan onay alınarak satış noktalarına indirimli fiyattan satabileceklerinin duyurulması; gerek bayi gerekse teknomarketlere satış fiyatının Anadolu Elektronik tarafından belirlendiği ve kontrol edildiğini ortaya koymaktadır.

890 Bu yönde değerlendirilebilecek bir diğer belge de Belge 41'dir. Bu belgeden teknomarketlerin YSFB uygulamasından haberdar oldukları ve "bozuk" fiyatları tespit ederek değiştirilmesi için sağlayıcıya bildirildiği görülmektedir.

Belge 40'da Anadolu Elektronik (.....)nin kampanya uygulanacak üç ürünün ikisinde kendi bildirecekleri fiyatı uygulamak zorunda olduklarını ve mağaza dışına bu fiyatları ilan edemeyeceklerini bayiye bildirdiği görülmektedir. Bu belge bayilerin kampanya yapmak için düşük fiyatlı ürün temin etseler bile yine bu ürünleri Anadolu Elektronik tarafından bildirilen fiyatlardan satma yükümlülüğü altına girdikleri anlaşılmaktadır. Bir başka deyişle bayilerin rakiplerinin fiyat indirimlerine verecekleri tepkiler için de Anadolu Elektronik'den izin aldığı ve fiyatların Anadolu Elektrik tarafından belirlendiği anlaşılmaktadır.

900 Belge 42'de Anadolu Elektronik bayi rekabetten şikayet etmekte ancak rekabete cevap vermek yerine Anadolu Elektronik'ten fiyatların düzeltilmesi talebinde bulunmaktadır. Belge 43'den ise Anadolu Elektronik tarafından fiyat istikrarı adı altında yürütülen YSFB'nin bayiler tarafından satış kaybetmeyi göze alacak şekilde etkin bir biçimde uygulandığı anlaşılmaktadır. Bayilerin uygulamayı kabul ettiği ve mümkün olduğunca sistem içerisinde kalma gayretleri bu iki belgeden net bir biçimde görülmektedir.

910 Belge 46, hem bayilerin fiyat rekabeti için Anadolu elektronik'ten izin aldıklarını hem de Anadolu Elektronik'in teknomarketlerin fiyatlarında haberleri dışında gerçekleşen farklılıklara ilişkin belirli bir prosedür çerçevesinde eyleme geçtiğini göstermektedir. Buna bir örnek de Belge 45'de görülmektedir. Belge 45 Anadolu Elektronik'in teknomarket fiyatlarına müdahalesini gösteren bir belgedir. Anadolu Elektronik yetkilisi şikayet edilen fiyatlar üzerine Bimeks kampanyasının sona erdiğini, bu firmanın etiketlerinin ve internet sitesinin düzeltildiği bilgisini iletmiştir. Yetkili firmaya karşı genel tavırlarının ise şirket içinde gerçekleştirilecek toplantı sonucunda oluşturulacağını eklemiştir.

920 Belge 48'de de Anadolu Elektronik'in teknomarketlerin fiyatlarını takip ettiğine yönelik bulgular yer almaktadır. Marmara bölge satış sorumlusuna gönderilen tabloda teknomarketlerin fiyatları "uygulanan fiyat" başlığı altında listelenmiş ve bu fiyatların "normal fiyatlar" ile karşılaştırılmasına yer verilmiştir. Bölge satış sorumlusu yapılan aksiyonların ivedi kendisine gönderilmesini talep etmiştir. Bu belge Anadolu Elektronik'in teknomarketlerde uygulanan farklı fiyatları takip ettiğini ortaya koymaktadır.

930 Anadolu Elektronik'in YSFB uygulamasını kimi zaman yaptırımlar ile desteklediği de belgelerden görülmektedir. Belge 49'da yer alan toplantı tutanağından şirketin fiyat istikrarına ilişkin tutumu bir kez daha ifade edilmekte ve farklı fiyat uygulayan teknomarketlere yönelik yeni şartların ve müeyyidelerin bildirilebileceği ifade edilmektedir. Belge 44'de de fiyat istikrarını bozan teknomarketlerle yapılan görüşme ertesinde fiyatların düzeltilmemesi durumunda mal sevkiyatının durdurulması yaptırımının uygulandığı görülmektedir. Belge 23'de de bayi kendisinin fiyatlara uymadığı zaman mağaza kira desteği kesintisi yaptırımını ile karşılaştığını beyan etmektedir.

Belge 50'den teknomarketlerin indirimlerine karşılık vermek durumunda kalan bayilerin indirimde gidebilmek için bölge temsilcileri aracılığıyla Bayi Kanalı Yöneticisinden izin aldığı görülmektedir.

940 Yeniden satış fiyatının belirlenmesi uygulamasının esasına ilişkin bir diğer önemli belge de Belge 51'dir. Belge, teknomarketlerin rekabetçi davranışlarına, bayi ve Anadolu Elektronik bakış açılarını yansıtmaları açısından önem taşıdığı gibi, sektörde (teknomarketlerin yaygınlaşması ile) yaşanan dönüşümü de özetlemektedir. Belgede teknomarketlerin pazarda faaliyete başlaması ile birlikte özellikle büyük şehirlerde bayi kanalıyla dağıtım sisteminde rahatsızlıklar başladığı; sağlayıcının fiyat politikalarına uyulduğu, disiplinli ve sistemi bozan teknomarketlere karşı ciddi yaptırımların uygulandığı geçmiş dönemlerden bahsedilerek sorunlara çözüm bulunması istenmektedir.

950 Öte yandan bayi kanalında bu yönde sıkıntılar yaşanmadığı anlaşılmaktadır. Nitekim teknomarketlere yönelik gelen şikayet sayısının yoğunluğundan da bayi kanalında rekabet olmadığı, zincir kanalında ise sağlayıcının istemediği ölçüde yoğun rekabet yaşandığı, bayiler ya da diğer teknomarketler kadar sağlayıcının da bu rekabetten rahatsız olduğu ve çeşitli önlemler alındığı görülmektedir.

960 Fiyat istikrarı uygulamasına ilişkin bayilerin davranışlarını ortaya koyan ve önceki belgede ulaşılan sonuçları doğrulayan bir diğer belge de Belge 52'dir. Belge aynı zamanda Anadolu Elektronik'in "fiyat istikrarsızlığı"ni gidermek amacıyla alınan kararları göstermesi bakımından da önem taşımakta; kararın uygulanması kapsamında bazı teknomarketlerle görüşüldüğünü ortaya koymaktadır. Diğer yandan bayiler arasında sorun olmadığı belirtilmesi, bayilerin fiyat istikrarı karar ve uygulamalarına uyduklarını göstermektedir. Buna ek olarak Anadolu Elektronik yöneticisinin belgede yer alan diğer rakiplere de liderlik edebiliriz şeklindeki ifadesinin şirketin bu politikayı sahiplendiğini göstermesi açısından oldukça önemlidir. Belge 53'de fiyat farklılıklarını önlemek için yapılacak uygulama hakkında teknomarketlerin olumlu görüş bildirdikleri ifadeleri yukarıda ortaya konulan durumu bir anlamda teyit etmektedir. Belge 60'da ise, "fiyatı bozdukları" için Vatan ve Electro World'e ürün gönderilmediği kayda geçirilmiştir.

970 Belge 54'den yeni fiyat listesine tüm dağıtım kanallarında aynı anda geçiş için çaba gösterildiği, bayi kanalında fiyat geçişinin sağlandığı, ancak teknomarketlerin eski fiyatla satış yapmalarından rahatsızlık duyulduğu anlaşılmaktadır. Belge 56 ve 57'de bayilerin fiyat istikrarına uymaya çalıştıklarını gösteren belgelerden biridir. Bu belgelerden bayilerin teknomarketlerin fiyat indirmeleri durumunda ancak Anadolu Elektronik yetkilisinin izni ile bu fiyatları takip edebildikleri anlaşılmaktadır. Yine herhangi bir kompanse ödemesi olmamasına rağmen Anadolu Elektronik yetkilisinin bayilere kampanyalı fiyattan mal satabileceklerini ilettiği yazışmaları içeren Belge 59'da bayilerin alış fiyatları değişmemesine rağmen kar marjlarından feragat ederek yapacakları indirimlerin de Anadolu Elektronik tarafından kontrol edildiğine dair bir başka örneği oluşturmaktadır.

980 Anadolu Elektronik'in teknomarketlere mal vermeyi bıraktığı 2010 yılına ait Belge 62'de yer alan "Media Markt yetkililerinin personellerine artık Anadolu Grubunun kendilerine müdahil olmalarına izin vermeyeceklerini kabaca artık takmayın dediklerini duyduğuna" yönelik ifadesinden de Anadolu Elektronik'in önceki dönemlerde Media Markt'ın stratejilerine müdahil olmaya çalıştığı anlaşılmaktadır. Yine Belge 64 ,65, 76 ve 67'de Anadolu Elektronik'in teknomarket fiyatlarını takip ettiği ve bayilerin de sağlayıcıdan teknomarketlerin sistemde tutulması taleplerini ilettiğini göstermektedir.

990

Fiyat listelerine uyumun denetlenmesine ilişkin olarak ise Belge 70 örnek verilebilir. E-postada yer alan, Bölge Satış Sorumlusunun liste fiyatına uymayan teknomarket yetkilisinin uyarılacağı ifadesi teknomarketlerin bu konuda uyarıldığını gösterirken diğer yandan liste fiyatının altında, kendi deyişiyile “farklı fiyat”tan ürün satan dağıtım kanalı dışındaki satış noktasına Anadolu Elektronik bayilerinden birinin ürün verdiğinin tespit edilmesi halinde noktanın ve bayinin uyarılacağı vurgulanmaktadır. Buna ek olarak Belge 81’den yerli bir teknomarket olan Vatan’ın Anadolu Elektronik’ten habersiz gerçekleştirdiği kampanyanın bayi şikayet üzerine engellendiği anlaşılmaktadır.

1000

Yukarıda yer verilen belgeler değerlendirildiğinde Anadolu Elektronik’in alıcılarının yeniden satış fiyatını belirlediği, alıcılarının bu uygulamadan haberdar olduğu ve uygulamaya katıldığı, ürünlerin fiyatlarında yapılacak indirimler öncesinde alıcılar tarafından Anadolu Elektronik’ten izin alındığı veya Anadolu Elektronik’in belirli bir ürün fiyatında indirim izni vermesi halinde fiyatın düşürüldüğü ve son olarak uygulamanın kimi zaman yaptırımlar ile desteklendiği anlaşılmıştır.

I.3.2. SETK’e İlişkin Elde Edilen Belgelerin Değerlendirilmesi

1010

SETK’e ilişkin elde edilen belgeler, teşebbüsün Samsung ürünleri dağıtımına 2010 yılında başlaması nedeniyle yaklaşık kırk günlük bir süreyi kapsamaktadır.

Belge 24: 7.2.2010 tarihinde Darty (.....) Yöneticisi tarafından Samsung (.....)na gönderilen e-postada; AVM içerisindeki Anadolu Elektronik İstanbul Bayisinde fiyatların hafta sonuna özel olarak düşürüldüğü belirtilmiş, “fiyat farkı” için “destek” talep edilmiştir. SETK (.....), konuyu Anadolu Elektronik Marmara Bölge Sorumlusuna iletmiştir.

1020

Belge 38: 26.8.2009 tarihinde SETK’den (.....) Müdürü ile Anadolu Elektronik’ten (.....) katıldığı yeniden yapılanmaya yönelik toplantının tutanaklarında, kanalların 2010 yılında yeniden yapılandırılmasına ilişkin bir görüşme gerçekleştirildiği anlaşılmaktadır. (.....)’in fiyatlar, ödeme koşulları ve ürünlerin aynı olup olmayacağına yönelik sorusuna SETK (.....)’su aşağıda yer alan yanıtı vermiştir:

“Samsung pazarı kontrol etmek için elinden geleni yapacaktır. Biz tek bir fiyatın olduğu istikrarlı bir pazar istiyoruz. Bizim işimiz tüm pazarı kapsamaktadır.

Diğer markaları [göz önünde bulundurduğunuzda] SETK’nin [Samsung Türkiye] batılılaştırılmış yapıya geçecek son şirket olduğunu [göreceksiniz].

İşimizi mahvetmek için şirket kurmuyoruz.

1030

Anadolu Elektronik işini iyi yapıyor, ama zincir marketler arasındaki mücadelenin seviyesi arttığında [problemi] idare edemeyeceksiniz.

Pazarda istikrarı sağlamak için [iki kanalı] dengeleyeceğiz.

Anadolu [Elektronik]in alanı olumsuz etkilenmeyecek.

Anadolu [Elektronik]e ihtiyacımız var.” (İngilizceden çevrilmiştir)

Belge 63: 9.1.2010 tarihinde Media Markt (.....) Yöneticisi; SETK (.....)ne Darty’nin bir Samsung ürününü düşük fiyatla sattığını bildirerek, bu konuda destek talep etmiştir. SETK (.....) 11.1.2010 tarihli cevap e-postasında, konudan haberdar olduğu aynı gün

1040 Darty yetkilileriyle görüşüğünü ve fiyatın değiştirildiğini belirtmiş; Media Markt'ın fiyatları kontrol ederek aksi söz konusu ise bilgi vermesini istemiştir.

Bunun üzerine Media Markt (.....) Yöneticisi, Darty'nin indirim yaptığı Cumartesi günü ürünü aynı fiyattan satmak zorunda kaldığını ifade etmiş ve fiyat farkı nedeniyle uğradığı zarar konusunda SETK'nin herhangi bir desteği olup olmayacağını sormuştur. SETK (.....) fiyatın "olması gerekenden düşük" olduğunda satışların hızlandığını, haftasonu yaşanan "fiyat karışıklığı"nın akşam saatlerinde giderildiğini, ancak satışların o zamana kadar gerçekleşmiş olduğunu vurgulamış; kendilerine "net destek" sözü vermeyerek konuya birlikte çözüm üretme önerisinde bulunmuştur.

1050 Aynı konuya ilişkin olarak Media Markt (.....) Yöneticisi 14.1.2010 tarih ve "32b450 destek" başlıklı e-postasında SETK (.....)nden, kendisiyle yaptığı yazışmalarda verdiği destek sözüne istinaden Darty'nin aksiyonu nedeniyle aynı fiyattan sattığı ürünlerde oluşan fiyat farkı konusunda yardım talep etmiştir. Yanıt alamaması üzerine bu kez "fiyat koruma" başlıklı e-postasında Darty'nin gizli olarak uygulamaya devam ettiğini, acil destek beklediğini ve fiyat farkını faturalandırmak istediğini bildirmiştir

1060 SETK (.....) iki e-postayı ayrı ayrı yanıtlamış; fiyat korumaya ilişkin olarak, Darty broşür (*insert*) kampanyasındaki indirimli fiyat nedeniyle Media Markt'ın tüketicilerin kıyaslamalarıyla ya da fiyat garantisi gereği olası fiyat farkı talepleriyle karşılaştığını bildiğini, sadece Media Markt'ın değil tüm piyasa aktörlerinin aynı durumda olduğunu ve SETK'nin "tavsiye ettiği fiyatlardan daha düşük" fiyatların kullanılmasının kendileri için daha büyük "sıkıntı" olduğunu vurgulayarak, ortak bir çözüm üretme ve telafi etme önerisinde bulunmuştur. Öte yandan yardım ve destek talebi kapsamında, önce şikâyet edilen Darty'nin (.....) Yöneticisine ürün fiyatında hata olup olmadığını sormuş ve tavsiye edilen fiyatı hatırlatmış; Media Markt (.....) Yöneticisine ise kaç adet düşük fiyatlı ürün sattıklarını sormuştur.

1070 Belge 68: 21.1.2010 tarihinde Media Markt (.....) SETK (.....)ne gönderdiği e-postada Gold Teknoloji Marketinin gazete ilanı eklenerek, kendilerinin aynı ürünü broşüre koydukları, uzun süredir SETK'nin vermiş olduğu fiyatları bozmadan faaliyete devam ettikleri belirtilmiş ve destek talep edilmiştir

Belge 69: SETK (.....), Electro World (.....)na "tavsiye edilen fiyatlardan farklılıklar" içeren şikâyete konu fiyatları kontrol etmesini istemiştir. Electro World (.....) yanıtında, verilen fiyatların yanlış olduğunu, zaten ürünlerden birinin de fiyatını SETK KA birimi ile konuşarak indirdiklerini belirtmiştir.

1080 Belge 71: 25.1.2010 tarihinde Media Markt İstanbul (.....) Lideri; SETK (.....)ne Electro World'ün fiyatını bildirerek kendilerinin de fiyatlarını aynı seviyeye çektiklerini haber vermiş, fiyatın düzeltilmesini talep etmiştir. SETK (.....) yanıtında, Electro World merkezinden fiyatın değiştiği bilgisinin geldiğini belirtmiş, etiketlerde sorun olması durumunda bildirmelerini rica etmiştir.

Aynı ürüne ilişkin Media Markt (.....) Lideri de Electro World'ün fiyatı bozduğunu, SETK'nin kendilerini korumadığını belirterek destek istemiştir. SETK (.....) öncelikle söz konusu ürünün "EW exclusive" (Electro World'e özel ürün) olduğunu, ancak her ne kadar kendilerine özel ürün olsa da "Samsung'un onayı dışında" "tavsiye edilen

1090 *fiyattan daha düşük*” uygulanan bu fiyat nedeniyle Electro World ile SETK arasında sorun yaşandığını dile getirmiştir. Ardından firma ile görüşüldüğünü, fiyatın değiştirildiği bilgisinin verildiğini belirtmiş ve kontrol etmelerini istemiştir. Ocak ayında Samsung fiyatlarında “tavsiye edilen fiyatlardan daha düşük” fiyatların kullanılmasının zincirleme sürdüğünü, bu durumun ortadan kalkması için firmalar ile görüşmelerin devam ettiğini açıklamıştır. Şikayetçi olunan diğer firmalarla yapılan görüşmelerde de başka bir ürün için İstanbul Media Markt mağazalarına yönelik indirim şikayeti geldiğini hatırlatmıştır. Media Markt yetkilisi cevabında Ankara mağazası olarak Samsung’un [Anadolu Elektronik] “tavsiye ettiği” fiyatları 1 yıldır hiç “bozmadıklarını”, İstanbul mağazasının yaptığı aksiyonun “cezasının” kendilerine yansıtılmasını doğru bulmadığını belirtmiştir.

1100 Belge 72: 25.1.2010 tarihinde Teknosa (.....) Yöneticisinin kendilerinden sorumlu SETK (.....)ne gönderdiği e-postada İzmit’te Darty firmasının fiyatları bildirilerek aynı fiyattan satmak için destek istenmiştir. SETK Teknosa (.....), e-postayı SETK (.....)nin bilgisine sunmuştur. SETK KA Satış Yöneticisi Darty (.....) Yöneticisine “indirim kampanyasını bitirmemiş miydin?” diye sormuş, bu fiyatla Darty’nin zarar ettiğini belirtmiştir.

1110 Aynı tarihte Electro World Kategori Yöneticisi benzer biçimde Darty’nin iki haftadır fiyatlarını değiştirmedeğini bildirmiştir. Bütün iyiniyetleriyle SETK’nin “önerdiği liste fiyatları”nı uyguladıklarını, ancak diğer teknomarketlerin uymadığını gördüklerini hatırlatan Electro World yetkilisi, artık kendilerinin de vazgeçtiğini ve Darty ve Media Markt’ın fiyatlarını uygulayacaklarını vurgulamıştır.

1120 Belge 73: SETK (.....) Anadolu Elektronik (.....) Bölgesi Sorumlusundan gelen bir talebe verdiği yanıtında, stokta bulunan ürünlerde indirim yapılarak ürünlerin “EW exclusive” olarak Electro World’e sevk edildiği belirtilmiştir. Ancak yapılan indirimin şikayette ileri sürülen düzeyde olmadığını, Electro World’ün o tutarda indirim yapabilmesinin mümkün olmadığını ekleyen (.....), fiyatın düzeltilmesi için teknomarket yetkilileriyle görüşeceğini bildirmiştir.

1120 Belge 75: 26.1.2010 tarihinde Darty (.....) Yöneticisi SETK (.....) Yöneticisine rakiplerinin fiyatlarını göndererek acilen düzeltilmesini talep etmiştir.

1130 Darty yetkilisi 28.1.2010 tarihinde Media Markt broşüründe bulunan ürünü bildirerek destek istemiş ve fiyatların düzeltilmesini rica etmiştir. Bir aydır SETK (.....)ne sürekli rakiplerinin fiyatlarını gönderdiğini ama değişen bir şey olmadığını vurgulayarak, yaşanan fiyat farkını “kompanse” edebilmek için fiyat farkı faturası kestiklerini bildirmiştir. Darty’dan sorumlu SETK (.....) yanıt olarak; teknomarketlerin bu tür uygulamalarının “onayları ve bilgileri dışında” gerçekleştiğini, zincirleme reaksiyon ile gelişen bu aksiyonlar için herhangi bir desteklerinin olmadığını, stok koruma tutarlarını kabul edemeyeceklerini belirtmiştir.

Belge 77: 29.1.2010 tarihinde Darty (.....) Yöneticisi rakiplerinin fiyatlarını göndererek acilen düzeltilmesini talep etmesi üzerine, SETK (.....) Teknosa’dan sorumlu (.....) içinde Teknosa fiyatları da olan e-postayı ilgilenmesi için iletmiştir.

Belge 79: 15.2.2010 tarihinde Media Markt (.....) Takım Lideri SETK (.....)ne gönderdiği e-postada liste fiyatı (.....) TL olan ürünün Teknosa’da (.....) TL’ye

1140 satıldığını bildirerek, Samsung ürünlerinin fiyatlarının piyasada bozulmuş olduğundan, özellikle Darty'nin fiyatları devamlı bozduğundan yakınmış ve SETK'den destek talep etmiştir. SETK (.....) e-postayı Teknosa'dan sorumlu SETK (.....)ne göndererek Teknosa internet fiyatlarının düzeltilmesini istemiştir.

1150 SETK'e ilişkin elde edilen ve yaklaşık 40 günlük bir süre zarfına yayılmış belgeler incelendiğinde bu belgelerden ikisinin (Belge 77 ve Belge 79) şikayet üzerine yapılan şirket içi yazışmalar olduğu ve yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik bir içeriğe sahip olmadığı görülmüştür. Belge 24'e ise yalnızca teşebbüsün kendisine gelen şikayet yazısını bir diğer teşebbüse gönderdiğini göstermektedir. Belge 73'de bu kapsamda değerlendirilmiştir. Belgede SETK yetkilisi başka bir teşebbüs yetkilisine teknomarketlerle görüşeceğini belirtmiştir.

Belge 68, 72 ve 75'in içeriğinin de yine teşebbüse yapılan tek taraflı şikayetler olduğu görülmüştür. Bu çerçevede kısa bir döneme yayılmış SETK'e ilişkin belgelerin incelenmesi sonucu, indirimler öncesinde SETK'den izin alındığı veya belirli bir ürün fiyatında indirim izni vermesi halinde fiyatın düşürüldüğüne yönelik ya da uygulamanın yaptırımlar ile desteklendiğine yönelik yeterli bilgi ve belge bulunmadığı anlaşılmıştır.

I.4. SAVUNMALAR VE DEĞERLENDİRİLMESİ

1160

I.4.1. Ortak Savunmalar

I.4.1.1. Belgelerdeki İfadelerin Ceza Gerektirmediğine İlişkin Savunma

1170 Her iki teşebbüs tarafından yapılan savunmalarda, ABD Yüksek Mahkemesi'nin vermiş olduğu "Leegin" kararından sonra yeniden satış fiyatı tespiti uygulamalarının "rule of reason" analizine tabi tutulması gerektiği görüşünün dünyada kabul edilmeye başlandığına, Avrupa Komisyonu Dikey Kılavuzu'nda yeniden satış fiyatı tespiti halinde oluşabilecek etkinlik kazançlarının yer aldığına vurgu yapılarak Rekabet Kurulu'nun da bu tür etkinlik kazançlarını dikkate alması gerektiği iddia edilmiştir.

1180 Bu noktada Rekabet Kurulu'nun 2.8.2007 tarih ve 07-63/767-275 sayılı kararına atıf yapılarak, yeniden satış fiyatının tespiti konusunda Rekabet Kurulu'nun "per se" yaklaşımını terk ederek "rule of reason" yaklaşımını benimsediği, Kurul'un yeni tarihli kararlarında da (25.11.2009 tarih ve 09-57/1365-357 sayılı, 15.7.2009 tarih ve 09-33/725-165 sayılı kararlar) yeniden satış fiyatı tespitine ilişkin çok sayıda metin bulunmasına rağmen ilgili pazar çeşitli yönlerden değerlendirmelere tabi tutularak, pazarda yeterli seviyede rekabet olduğu kanısıyla soruşturma açılmadığı ya da ceza verilmediği hususu dile getirilmiştir.

Savunmalarda değinildiği üzere ABD Yüksek Mahkemesi'nin *Leegin* kararı sonrası yeniden satış fiyatının tespiti uygulamasının ABD rekabet hukuku kapsamında *per se* ihlal olarak değerlendirilmesi yaklaşımı terk edilmiş olsa da 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemleri yasaklanmakta ve aynı madde de bu hallere örnek olarak "Mal veya hizmetlerin alım ya da satım fiyatının, fiyatı oluşturan

1190 maliyet, kâr gibi unsurlar ile her türlü alım yahut satım şartlarının tespit edilmesi” verilmektedir. Buna ek olarak dikey fiyat tespiti 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği’nde sayılan ağır kısıtlar arasında yer almaktadır.

Yine Kanun’un 16. maddesinde “Bu Kanunun 4, 6 ve 7 nci maddelerinde yasaklanmış davranışlarda bulunanlara, ceza verilecek teşebbüs ile teşebbüs birlikleri veya bu birliklerin üyelerinin nihai karardan bir önceki mali yıl sonunda oluşan veya bunun hesaplanması mümkün olmazsa nihai karar tarihine en yakın mali yıl sonunda oluşan ve Kurul tarafından saptanacak olan yıllık gayri safi gelirlerinin yüzde onuna kadar idarî para cezası verilir.” denilmektedir.

1200 Açıkça görüldüğü üzere sağlayıcının alıcılarının yeniden satış fiyatını tespit eden veya bu amacı taşıyan anlaşmalar 4054 sayılı Kanun ile yasaklanan eylemlerdendir ve yaptırımı idari para cezasına bağlanmıştır.

I.4.1.2. İlgili Pazarda Marka İçi Rekabetin Yoğun Olması Nedeniyle Pazarda YSFB Uygulanamayacağına Yönelik Savunma

1210 Savunmalarda, Türkiye LCD TV pazarına son yıllarda dünya çapında teknomarketlerin girmesiyle birlikte marka içi rekabetin arttığı, öte yandan teknomarketlerin yarattıkları tüketici bağımlılığı sayesinde tüketicilerin, alım kararlarında üretici kimliğinden ziyade teknomarket markalarına rağbet göstermeye başladıkları belirtilmekte, ayrıca TV alımında dikkate alınan en önemli faktörün fiyat olmasının marka içi rekabeti teşvik edici bir unsur olduğu ileri sürülmektedir.

1220 Yukarıda da değinildiği üzere 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesi, amacı rekabeti kısıtlamak olan eylemleri yasaklamaktadır. Pazarda iddia edilen yönde bir marka içi rekabetin varlığı, ihlali ortadan kaldıran bir unsur olarak değerlendirilemez. Diğer yandan yeniden satış fiyatının tespiti eyleminin marka içi rekabeti kısıtlayıcı bir uygulama olduğu göz önünde bulundurulursa artan marka içi rekabet ihlal motivasyonu oluşturabilecektir. Ürün fiyatının pazardaki rekabette önemli bir unsur olması, tüketicilerin nispeten düşük fiyatların uygulandığı teknomarket kanalına kaymasına neden olduğundan iki kanalı da sürdürülebilir bir şekilde elinde tutmak isteyen Anadolu Elektronik’in yeniden satış fiyatlarını kontrol altına almak suretiyle bayi şikayetlerini azaltmaya çalıştığı anlaşılmaktadır. Nitekim, yukarıda yer verilen belgelerden de rekabetçi fiyat baskısından kaynaklanan şikayetlerin yoğun olduğu, satış noktalarının düşük fiyatlı ürün satan rakiplerini sağlayıcıya şikayet ettikleri anlaşılmıştır.

I.4.1.3. Anlaşmanın Varlığından Bahsedilebilmesi İçin Gerekli Unsurların Mevcut Olmadığı İddiası

1230

I.4.1.3.1. Anadolu Elektronik’in Konuya İlişkin Savunmaları ve Değerlendirmeler

Anadolu Elektronik, 09-31/491-117 sayılı Akmaya kararında Kurul’un, bir uygulamanın 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesi kapsamında anlaşma olarak kabul edilebilmesi için tarafların bu anlaşmayla kendilerini bağlı hissetmeleri ve belli bir konu üzerinde mutabakata varmaları gerektiği tespitini yaptığını, somut olayda Anadolu Elektronik tarafından YSFB konusunda teknomarketlerle mutabakata varıldığına ve teknomarketlerin kendilerini bu mutabakatla bağlı hissettiklerine ilişkin

hiçbir kesin delilin bulunmadığını, iddialara dayanak yapılan yazışmaların 1240 şikayetlerden ibaret olduğunu belirtmiştir.

Anılan kararın ilgili bölümü “*Rekabet Hukuku açısından anlaşma kavramı geniş kapsamlı olup, bir anlaşmanın yazılı ya da sözlü, hatta geçerli olmasının önemi bulunmamaktadır. Önemli olan husus; tarafların bu anlaşmayla kendilerini bağlı hissetmeleri, belli bir konu üzerinde mutabakata varmalarıdır.*” şeklindedir. Gerçekten bir uygulamanın rekabet hukuku anlamında anlaşma olarak kabul edilmesi için diğer hukuk dallarında aranan sözleşme geçerlilik koşullarını taşıması beklenmez. Rekabet mevzuatında anlaşma kavramı taraflar arasındaki açık veya zımni her türlü irade uyuşması anlamında kullanılmaktadır. Tarafların mutabakata varmaları ve kendilerini 1250 bağlı hissetmeleri yeterlidir. Zira işbu soruşturma taraflarından Anadolu Elektronik’in bayileri ve teknomarketler ile YSFB anlaşması konusunda mutabakata vardıkları, her iki tarafın da kendilerini bu anlaşmayla bağlı hissettiklerini gösterir nitelikte birçok belge elde edilmiştir. Anadolu Elektronik ve alıcıları arasında satış fiyatlarının belirli oranlarda tespiti konusunda bir mutabakatın varlığı elde edilen belgelerden açıkça görülmüş olup, bu belgeler aşağıda sıralanmaktadır.

Belge 46’da “*23.10.2009 tarihinde Anadolu Elektronik Bayisi Kutup A.Ş. (.....)nın (.....) Bölge Satış Sorumlusuna gönderdiği e-postada da (SR Ek: 46), bayi şikayeti üzerine ilgili teknomarketten sorumlu satış temsilcisinin devreye girmesi sonucunda 1260 market yetkilileriyle görüşülerek sıkıntı yaratan fiyatın değiştirildiğine dair ifadeler yer verilmiştir. Belgenin daha da önemli unsuru, (.....)nin teknomarket indirim kampanyasından bilgilerinin olmadığını belirtmesidir.*” ifadeleri yer almaktadır. Bu ifadeden olağan uygulamada teknomarketlerin yapacakları kampanyalarda indirimli fiyatları Anadolu Elektronik’in bilgisine/onayına sunduğu anlaşılmıştır. Bilgi verilmeyen ya da onay alınmayan uygulamalar olması durumunda Anadolu Elektronik’in diğer teknomarketler ya da bayilerine karşı zor durumda kaldığı,, özellikle Anadolu Elektronik yetkilisinin “Gerekli prosedür uygulanmaktadır.” ifadesinden, bu uygulamalara karşı teşebbüsçe bazı önlemlerin alındığı anlaşılmaktadır. Ayrıca teknomarketlerin indirim yapmadan önce bu durumu Anadolu 1270 Elektronik’e bildirmeleri, teknomarketlerin YSFB uygulamasını kabul ettiklerini, bu uygulamadan Anadolu Elektronik’in onayı olmadan ayrılmak istemediklerini göstermektedir.

Belge 32’den Anadolu Elektronik (.....) Bölge Satış Sorumlusu’nun; bir İstanbul bayisinin kendisi ile aynı AVM’de bulunan Darty’nin bir ürünü düşük fiyatla sattığı yönündeki şikayetini, (.....)ne ilettiği ve “fiyatın değiştirilmesi” konusunda yardım talebinde bulunduğu anlaşılıştır. Bu e-posta üzerine (.....) durumu (.....)na iletmış, bayinin fiyatını **düzelttirdiklerini** belirterek, zincir kanalında son durum hakkında bilgi talep etmiştir Belge göstermektedir ki, YSFB uygulaması Anadolu Elektronik bayi 1280 kanalı tarafından da kabul edilmiştir. Zira, YSFB anlaşmasının teknomarketler tarafından bozulduğunu gördüğünde bunu Anadolu Elektronik’e şikayet yoluyla ileterek, fiyatların değiştirilmesini talep etmesi, bayi kanalının uygulamayı kabul ettiğini göstermektedir.

Belge 41’den, 18.9.2009 tarihinde Media Markt (.....) Sorumlusu’nun, e-posta ile Anadolu Elektronik (.....)ne Electro World’ün Ankara’da uyguladığı fiyat etiketlerini gönderdiği anlaşılmıştır. O tarihe kadar Anadolu Elektronik’e vermiş oldukları “*her türlü desteğe*” ve Anadolu Elektronik yetkililerinin iki gündür bu etiketlerin

1290 “değişeceğini” belirtmelerine karşın etiketlerin değişmemesinin Media Markt’ı zarara uğrattığının vurgulandığı e-postada, sadece ekte fotoğrafları gönderilen ürünlerinin etiketlerinin değil, *regular* satıştaki (kampanya dahilinde olmayan) ürünlerin çoğunun da fiyatlarının “bozuk” olduğu ifade edilmiştir. Media Markt’ın fiyat garantisi kampanyası gereği, Electro World ile aynı fiyatları uygulayacakları ve oluşan fiyat farkının Anadolu Elektronik’ten talep edileceği bildirilmiştir. Aynı konuya ilişkin olarak Media Markt Yöneticisi, Samsung (.....)ne gönderdiği 23.9.2009 tarihli e-postasında, bu biçimde fiyat uygulamalarına artık sessiz kalmayacaklarını belirtmiş ve konu ile ilgili düşüncelerini, “önlemlerini” ve ne tür “yaptırımlar alacakları”na ilişkin görüşmek üzere toplantı davetinde bulunmuştur.

1300 Anılan belgede yer alan Media Markt sorumlusunun Anadolu Elektronik’e destek verdiği ifadesi ve YSFB anlaşmasının bozulması ve bunun önlenememesi üzerine Media Markt Yöneticisinin Anadolu Elektronik’ten önlem ve yaptırımlara ilişkin bir toplantı yapılmasını talep etmesinden, YSFB uygulamasının Media Markt tarafından açık bir şekilde desteklendiği görülmektedir.

Yukarıda örnekleri verilen bu belgeler birlikte değerlendirildiğinde, bayiler ve teknomarketlerin Anadolu Elektronik ile YSFB anlaşması açısından mutabık oldukları ve kendilerini bu anlaşmayla bağlı hissettikleri açık bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Bu kapsamda, elde edilen belgelerden Anadolu Elektronik’in alıcılarının fiyatlarına müdahale edilmesine izin verdiği de anlaşılmaktadır.

1310

I.4.1.3.2. SETK’nin Konuya İlişkin Savunmaları

Teşebbüs tarafından yapılan savunmada Kurul’un 07.12.2005 tarih ve 06-88/1137-334 sayılı kararında geçen “Dosya kapsamında soruşturma tarafı teşebbüslerin bayilerinin “yeniden satış fiyatı”nı sabit fiyat veya minimum fiyata dönüşecek şekilde tespit ettiklerini kanıtlamaya yeterli düzeyde bayi ifadelerinin haricinde farklı deliller bulunmamaktadır. Buna örnek olarak teşebbüs-bayi arası yazışmalar, yeniden satış fiyatını uygulamayan bayilere yönelik cezai müeyyideleri ispatlayan belgeler verilebilir” ifadesinin Kurul’un “yalnızca bayi ifadelerine dayanarak 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesi kapsamında bir ihlal tespiti yapılmasının mümkün olmadığına, soruşturma konusu teşebbüslere YSFB sebebiyle ceza verilebilmesi için üreticiler ile bayiler arasında irade uyuşmasını gösteren yazışmalara ya da cezai müeyyide öngören ek delillere ihtiyaç bulunduğu” kanaat getirdiğine yönelik bir beyanı olduğu ifade edilmiştir.

1320

Teşebbüs savunmasında teknomarketler tarafından uydukları belirtilen fiyatların tavsiye fiyatlar olduğunu, alıcıların kendi kararlarıyla tavsiye fiyatlara uymaları önüne bir engel bulunmadığı bu nedenle YSFB’ye ilişkin bir irade uyuşmasından bahsedilemeyeceğini belirtmektedir.

1330

I.4.1.4. Amacın Varlığından Bahsedilebilmesi İçin Gerekli Unsurların Mevcut Olmadığı İddiası

Savunmalarda, dikey anlaşmalarla getirilen kısıtlamaların olumsuz olduğu kadar olumlu etkileri de olabileceğinden, rekabet otoritelerince genellikle piyasadaki etkilere de bakıldığı, YSFB’nin de bir dikey anlaşma olmasına rağmen belirli sistemlerde per

se ihlal olarak kabul edildiği ancak Rekabet Kurulu'nun özellikle son yıllarda vermiş olduğu kararlarda istikrarlı şekilde rule of reason analizi yaparak piyasadaki etkilere de bakıldığı belirtilmektedir.

1340

Amacı bakımından rekabeti kısıtlayan bir eylem olarak kabul edilen YSFB'nin etkilerinin incelenmesi, Kanun'un 4. maddesi kapsamında bir ihlal tespit edebilmek için aranan bir koşul değildir. Soruşturmanın tarafları ve alıcıları arasında amacı rekabeti kısıtlamak olan anlaşmanın varlığının tespit edilmiş olması, ihlal sonucuna ulaşmak için yeterlidir.

I.4.1.4.1. Anadolu Elektronik'in Amaç Unsuruna İlişkin Savunmaları ve Değerlendirmeler

1350

Anadolu Elektronik savunmasında teknomarketlerin piyasadaki konumuna değinmiş, sahip oldukları yüksek alıcı gücü ve birden fazla markayı bünyelerinde bulundurmaları nedeniyle Anadolu Elektronik'in teknomarketlerde YSFB uygulamasının ve bu uygulamayı kontrol etmesinin mümkün olmadığı, Anadolu Elektronik'in teknomarketlerin fiyatını belirlemesi halinde markalar arası rekabeti kaybedeceği, fiyatın panel TV piyasasında rekabet açısından en önemli unsur olduğu belirtilmiştir. Bunun yanı sıra, Samsung'un piyasada daha düşük bir fiyatlandırma stratejisi izlediği, anılan nedenlerle Anadolu Elektronik'in YSFB uygulamasının bir menfaate yol açmayacağı ve bu durumun Anadolu Elektronik'in YSFB amacı taşımadığının göstergesi olduğu ifade edilmiştir.

1360

Teknomarketlerin özellikle son yıllarda Türkiye'de hızla geliştiği ve sağlayıcı karşısında belli bir alıcı gücüne ulaştıkları doğru kabul edilse dahi, böyle bir alıcı gücünün varlığı taraflar arasında bir YSFB anlaşmasının yapılmasını engelleyici bir husus olarak nitelendirilemez. Zira YSFB alıcının sağlayıcı karşısında güçsüz bir konumda olmasına bağlı değildir; tarafların anlaşmaları halinde alıcı ve/veya sağlayıcı gücünden bağımsız bir şekilde YSFB'nin uygulanması mümkündür. Mutlaka bir tarafın diğer tarafa bu tür bir uygulamayı dayatması aranmamaktadır. Nitekim yukarıda da bir kısmına yer verilen delil niteliğindeki belgelerden Anadolu Elektronik ve alıcılarının bu tür bir anlaşma içerisinde oldukları görülmektedir. Bu noktada, teknomarketlerin alım gücü karşısında Anadolu Elektronik'in Samsung gibi bir dünya markasının sağlayıcısı olarak zayıf bir konumda olduğunu söylemek mümkün değildir.

1370

Ayrıca, Anadolu Elektronik'in alıcıları olan teknomarketlerin çok markalı çalışıyor olması, tarafların arasında bir YSFB anlaşması olamayacağını gösterir nitelikte değildir. Zira çok markalı çalışılıyor olursa dahi bu tür bir anlaşma yapılması mümkündür. Ayrıca bir teşebbüsün pazarda lider durumda olmaması halinde YSFB uygulamasına gidemeyeceği kabul edilebilir bir savunma değildir. Kaldı ki Samsung pazarda lider olsun veya olmasın en çok tercih edilen panel TV markalarından olup, anılan pazar içerisinde pazar gücü diğer birçok üreticiye göre yüksektir.

1380

Öte yandan, bir teşebbüsün markasını yüksek fiyat segmentinde değil de nispeten düşük fiyat segmentinde konumlandırmış olması da YSFB uygulamasını tercih etmeyeceğini göstermekten uzak bir savunmadır.

1390 Teşebbüsün savunmasının devamında, Anadolu Elektronik'in teknomarketler ile bayiler arasındaki fiyat rekabetini engellemek ve teknomarketlerin kendi belirlediği yüksek fiyattan satış yapmasını sağlamak amacıyla taşınması halinde, yerli teşebbüsler Arçelik, Vestel gibi sadece bayi kanalından satış yapmak veya bayilere farklı teknomarketlere farklı ürün sağlamak gibi daha etkin dağıtım yöntemleri kullanabileceği, ancak bu tür bir yöntem seçmeyerek Samsung markasını en rekabetçi kanallarda dahi satışa sunduğu, Samsung'un panel üretimi yapmasının ciddi bir maliyet avantajı sağladığı, Anadolu Elektronik'in bu maliyet avantajını kullanmayarak Samsung marka panel TV'leri yüksek fiyattan satışının ekonomik bir gerekçe ile izah edilemeyeceği belirtilmektedir.

1400 Samsung dünyada panel üretimi yapan birkaç firmadan biri olması dolayısıyla maliyet yönünden panel üretimini kendisi yapamayan teşebbüslere göre daha avantajlı bir konumdadır. Ancak bu maliyet avantajı Anadolu Elektronik tarafından YSFB anlaşması yapma yönünde bir tercihte bulunulmayacağını göstermemektedir. Zira bir teşebbüsün maliyeti ne kadar düşük olursa olsun ürünlerini talep koşullarını da göz önüne olarak satabileceği en yüksek fiyattan satışa sunarak daha yüksek kar elde etme güdüsünün olduğu bilinen bir husustur.

1410 Öte yandan Anadolu Elektronik'in, YSFB uygulaması açısından daha etkin bir yöntem olan sadece bayi kanalında satış yapmak yolunu tercih etmeyerek, ürünü tüm kanallarda satışa sunmasında altında birçok farklı ekonomik gerekçenin bulunması mümkündür. Ancak bu durum YSFB anlaşmasının olmadığı iddiasını açıklamaktan uzaktır. Ayrıca bir teşebbüsün ürünlerini hangi kanaldan satışa sunduğu YSFB açısından belirleyici bir husus değildir.

1420 Savunmanın devamında, teknomarketlerdeki fiyatların sistemli olarak denetlenmemesinin ve düşük fiyat uygulamalarının cezalandırılmamış olmasının Anadolu Elektronik'in YSFB amacının olmadığı kanıtı olduğu dile getirilmiştir. Belge 23'de yer alan "*fiyatlara uyulmadığı gerekçesiyle bayinin (.....) kira desteğinin kesildiği*" ifadelerinin yanlış yorumlandığı, söz konusu bayinin birden çok mağazasının olduğu ve sadece (.....)'daki mağazasına verilen kira desteğinin kesildiği ancak bunun nedeninin bayiden (.....) için talep edilen teminatın uyarılara rağmen yatırılmaması olduğu; Belge 44'de yer alan "*YSFB'ye uyulmadığı için Media Markt'a ürün sevk edilmediği*" ifadelerinin gerçeği yansıtmadığı, zira Anadolu Elektronik tarafından gönderilen faturalardan anılan belge tarihi öncesinde ve sonrasında Media Markt'a ciddi miktarda ürün sevk edildiğinin görüldüğü, Belge 60'da yer alan "*fiyat bozdukları için Electroworld ve Vatan'a ürün çıkarılmadığı*" ifadesinin de gerçeğe bağdaşmadığı, Anadolu Elektronik faturaları incelendiğinde belge tarihi öncesinde ve sonrasında anılan teknomarketlere yüklü miktarda ürün sevkiyatı yapıldığının anlaşılacağı belirtilmiştir.

1430 Belirtmek gerekir ki Belge 60 teşebbüsün yöneticilerinin gerçekleştirdiği bir toplantıya ait tutanaktır. Yöneticilerin kendi aralarında yaptığı bu toplantıya ilişkin tutanağın önemli bir delil olduğu görülmektedir. Ayrıca, teşebbüsün mal vermeye devam etmesi teşebbüs ile alıcısı arasında YSFB uygulamasına ilişkin çıkan sorunun çözüldüğü anlamına gelebilecektir. Belge 23'de yer alan ifadeler ise desteği kesilen bayinin ifadeleridir. Belgeden kira desteği kesintisinin düşük fiyata ürün sattığı için yapıldığı açık bir şekilde görülmektedir.

I.4.1.4.2. SETK'nin Amaç Unsuruna İlişkin Savunmaları

1440 SETK amaç unsuruna ilişkin savunmasında, yalnızca tarafların subjektif amaçlarından yola çıkarak bir anlaşmanın 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine amaç bakımından aykırı olduğu sonucuna varılmasının mümkün olmadığını; yalnızca müvekkil şirketin amacını ortaya koymaya yönelik deliller ve değerlendirmelere yer verildiğini, bunun taraflar arasında bir anlaşma olup olmadığı ve bu anlaşmanın bir bütün olarak amacının ne olduğu konularının ise incelenmediğini ileri sürmüştür.

YSFB uygulamasında taraflar arası anlaşma ve amaç unsurlarından anlaşılması gerekenler hususunda gerekli açıklamalar, Anadolu Elektronik ile ilgili bölümde yapılmıştır..

I.4.1.5. YSFB Soruşturmasında Ekonomik Analiz (Etki Analizi) Yapılması Gerektiği Savunması

1450 SETK, savunmasında özetle son dönemde ABD ve AB'de YSFB'ye ilişkin sert yaklaşımın terk edildiği ve etki bazlı bir analize geçildiği, Rekabet Kurulu'nun son dönemdeki kararları incelendiğinde de bu tip bir yaklaşımın etkilerinin görüldüğü, YSFB uygulaması tespit edilse bile pazarın ve pazardaki rekabetin değerlendirmeye katılarak teşebbüsler hakkında soruşturma açılmasına gerek görülmediği belirtilmektedir. Bu nedenle işbu soruşturma kapsamında da benzer bir etki analizine gidilmesi talep edilmektedir.

1460 Anadolu Elektronik de savunmasında, ABD'de 2007'de alınan Leegin kararından sonra YSFB hakkındaki genel eğilimin *rule of reason* yönünde olduğunu, Türkiye'de de Kurul'un, 2.8.2007 tarih, 07-63/767-275 sayılı Vira Kozmetik kararında *per se* yaklaşımını terk ederek *rule of reason* yaklaşımını benimsediğini belirtmiştir.

1470 07-63/767-275 sayılı Vira Kozmetik ve 08-35/462-162 sayılı Kuralkan Motor(Kanuni) kararlarında bayilik sözleşmelerinde açık bir şekilde YSFB hükümleri bulunduğu, Kanuni kararında buna ek olarak pasif satış yasağı tespit edildiği, 09-57/1365-357 sayılı KWS Türk ve Vira Kozmetik kararlarında YSFB amacının şirketlerin üst yönetimleri tarafından kabul edildiği, Kanuni ve KWS Türk kararlarında YSFB'ye yönelik denetim, yaptırım ve fesihler yapıldığının tespit edildiği, amaç unsurunun kuvvetli bir şekilde ortaya konulabildiği bu kararlarda dahi Kurul'un etki analizi yaparak, uygulamaların rekabete olumsuz etkileri olmadığını değerlendirdiği ve soruşturma açmadığı belirtilmiştir.

1480 Daha önce de belirtildiği üzere amacının rekabeti kısıtlamak olduğu kabul edilen YSFB uygulamalarının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında yer aldığına şüphe bulunmamaktadır. Bu nedenle 4. madde hükmü göz önüne alındığında ihlalin ortaya konulabilmesi için YSFB uygulamalarına yönelik olarak bir etki analizi yapılması zorunluluğu bulunmamaktadır.

I.4.2. Anadolu Elektronik'in Savunmaları

I.4.2.1. Teknomarketlerin Samsung Markalı Panel Tv'leri Maliyetinin Altında Fiyatlarla Dahı Satabildiği Ve Bu Durumun Yeniden Satış Fiyatı Tespit Etme Amacı Ve Etkisi Olamayacağını Gösterdiğine İlişkin Savunma

1490

Anadolu Elektronik savunmasında Samsung panel TV'lerin teknomarketler için müşteri çeken ürün niteliğinde olduğunu, bu nedenle teknomarketlerin Samsung televizyonları bazen maliyetinin altında fiyatlarla dahı satabildiğini ve soruşturmaya konu olayda yeniden satış fiyatını tespit etme amacı ya da etkisinin olmayacağını ifade etmiştir.

1500

Teknomarket kanalının bayi kanalına göre alım gücünün yüksek olduğu doğru bir ifade olmakla beraber YSFB uygulamasının amaçlanmadığı anlamını taşımamaktadır. Nitekim YSFB uygulamasının teknomarketleri de kapsayacak şekilde hayata geçirildiği belgelerden anlaşılmaktadır. Hatta YSFB uygulamasının amacının teknomarketlerin piyasaya girmesinden kaynaklanan, kanallar arası fiyat dengesizliğinin önüne geçmek olduğu yine belgelerde ifadelerden ulaşılan bir sonuçtur.

1510

Anadolu Elektronik savunmasının ilerleyen bölümünde, delil olarak kullanılan belgelerin bazılarında yer alan, Anadolu Elektronik yetkililerinin münhasır bayi şikayetleri üzerine müdahale yapılacağına ilişkin ifadelerinin sadece münhasır bayileri motive etmek, onlara sahip çıkıldığını ve ihtiyaç olduğunu göstermek için kullanılmış olduğu ifade etmiştir. Ancak fiyatlara müdahale amacı güden davranışları gösterecek sayıdaki belgenin, teknomarketlerin düşük fiyatlı satış politikalarını bayi kanalı lehine yukarı çekme potansiyeli taşıdığı açıktır.

1520

Buna ek olarak Anadolu Elektronik'e teknomarketler tarafından da şikayetler gelmesi, satış noktalarının YSFB uygulamasından haberdar olduğunu göstermektedir. Bu çerçevede yazışmaların sırf motivasyon amaçlı yapıldığına yönelik savunma geçersizleşmektedir. Kaldı ki, ihlalin varlığı için fiili olarak piyasada tek bir fiyatın oluşması da gerekmemektedir. Teşebbüsün alıcıların satış fiyatını belirleme amacıyla girişimlerde bulunması, bu girişimlerde beklediği sonucu alamasa dahı, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlali anlamına gelecektir.

1530

I.4.2.2. Kurul'un 15.7.2009 Tarih ve 09-33/725-165 Sayılı Dagi Kararı ile 09-57/1365-357 sayılı KWS Kararlarında Yer Verilen Değerlendirmelerin Soruşturma Kapsamında da Dikkate Alınması Gerektiği Savunması

Savunmada her iki Kurul kararında markalar arası rekabetin dikkate alındığının anlaşıldığı, 09-33/275-165 sayılı Dagi kararındaki tespitlere benzer şekilde Anadolu Elektronik'in fiyat ya da başka konularda çok markalı çalışan müşterilerini kontrol etmesinin mümkün olmadığı, Dagi kararında tüketicinin harcamalarından büyük pay alan ürünlerin satın alınması aşamasında tüketicilerin hem markalar arasında hem aynı markayı satan başka yerler arasında fiyat ve kalite karşılaştırması yaptığının tespit edildiği ve Anadolu Elektronik'in fiyat belirlemesi halinde rakiplerine karşı kıyaslamayı kaybedeceğinden perakendecinin yeniden satış fiyatını belirlemesinin mümkün olmadığı belirtilmektedir. Öte yandan, Dagi kararında büyüyen ve dinamik pazarlarda yatay rekabetin bulunması durumunda dikey rekabet kısıtlamalarının

olumsuz etkilerinin önemli ölçüde azalacağını tespit edildiği, panel TV pazarının da sürekli büyüyen, farklı çeşit ve modelde ürünlerin sunulduğu bir pazar olduğu ve pazardaki rekabetin olumsuz etkilenmesinin söz konusu olmadığı ifade edilmektedir.

1540 Teşebbüsün yeniden satış fiyatını belirlemeye yönelik amacı ve bu amaca yönelik eylemlerin varlığı, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi anlamında rekabet ihlalini işaret etmektedir. Anadolu Elektronik tarafından amaçlanan YSFB uygulamasının belirli satış noktaları tarafından müşteri kaybetmemek adına uygulanmayacak olması; tüm satış noktalarının uygulamayı reddettiği anlamına gelmeyecektir. Kaldı ki önaraştırma ve soruşturma sürecinde satış noktalarının YSFB uygulamasını reddettiklerine dair herhangi bir bulgu elde edilmemiştir.

1550 Savunmada belirtilen, pazarın büyüyen ve dinamik bir yapıya sahip olduğu hususu da ihlalin varlığını ortadan kaldırmamaktadır. Teşebbüs tarafından da belirtildiği üzere pazarda yatay rekabetin bulunmasının dikey kısıtların etkilerini azaltılabileceği kabul edilebilecekse de bu etkileri tamamen ortadan kaldırmamaktadır. Yatay rekabetin bulunması YSFB gibi doğrudan nihai ürün fiyatını yukarı çekecek türden bir dikey kısıtlamanın etkilerini ortadan kaldırmaktan uzaktır.

I.4.2.3. 16.1.2010 Tarihli E-Postaya İlişkin Savunma (Belge 67)

1560 Anadolu Elektronik Ankara Bayisi Kutup Pazarlama ve Ticaret A.Ş. (.....) tarafından (.....) Bölge Sorumlularına gönderilen e-postada yer alan "defalarca bilgilendirme yapılmasına rağmen herhangi bir düzenleme yapılmadığı belirtilerek, gerekli düzenlemenin yapılması rica edilmiştir... müdahale edilmesine rağmen fiyatların düşürüldüğü..." gibi ifadelerin, şikayetlerin sürekli devam ettiğini ve marketlerin fiyatlarını özgürce belirleyebildiklerini ispatladığı savunulmaktadır.

Soruşturma sürecinde elde edilen söz konusu e-posta incelendiğinde, belge teknomarketlerin fiyatlarını özgürce belirleyebilmelerinden ziyade, düşük fiyatla satışların "müdahalelere rağmen" olabildiğini göstermektedir. Belgede söz konusu fiyatlara müdahale edilmesine rağmen fiyatların düşürüldüğü belirtilmiş olup, anılan müdahalenin amacının fiyatların yükseltilmesini sağlamak olduğu açıktır.

I.4.2.4. Teknomarketlerle Anadolu Elektronik Arasındaki Hukuki İlişki ve Bunun YSFB Uygulamasına Etkilerine İlişkin Savunmalar

1570 Anadolu Elektronik, düşük fiyatları destekleyici uygulamalarının olduğu, satış kanalları içerisinde en rekabetçi düşük fiyat politikası uygulayan kanallarının "teknomarket-hipermarket" kanalları olduğu, teknomarket kanalında YSFB uygulamasının fiilen mümkün olmadığı, fiilen mümkün olduğu varsayılsa dahi pazarda hiçbir etki yaratmayacağı, fiyatlarının sürekli düşüş eğiliminde olmasının bu durumu kanıtladığı, kendileri tarafından uygulanan stok koruma sisteminin satıcılar üzerindeki riskleri bertaraf ettiği, teknomarketlerden herhangi bir teminat alınmaması, genellikle kredi kartı ile satış yapıldığı için tahsilat riskinin minimum düzeyde olması, 1580 stok taşıma maliyetinin sağlayıcı tarafından karşılanması, ürün iadesinin her zaman mümkün olması, satış sonrası hizmet yükümlülüklerinin sağlayıcı tarafa ait olması gibi nedenlerle teknomarketlerin adeta "acente" gibi çalıştığı belirtilmiştir.

1590 Markalar arası rekabetin yoğun olarak yaşandığı Panel TV piyasasında, Samsung markasının bu rekabette geri kalmamasını sağlamak açısından Anadolu Elektronik'in satış kanallarının kampanyalarına birtakım destekler vermesi ticari hayatın olağan akışının bir gereğidir. Ancak verilen destekler Anadolu Elektronik ve distribütörleri arasında YSFB anlaşması olmadığına göstergesi sayılmamaktadır. Zira, belgeler incelendiğinde, alıcıların Anadolu Elektronik'ten kampanya yapmadan önce onay aldığı, taraflar arasında YSFB'ye yönelik bir mutabakatın bulunduğunu, sözü geçen onay mekanizmasının anlaşmaya bağlılığı göstermek ve anlaşma dışına çıkmamak amacıyla işletildiğini gösterir niteliktedir.

1600 Panel TV pazarında en rekabetçi kanalın teknomarket/hipermarket kanalı olduğu iddiası kabul edilse dahi, yine bu kanallarda rekabetin yoğun bir şekilde yaşanması tarafların YSFB anlaşması içerisinde oldukları hususunu değiştirmemektedir. Piyasanın rekabetçi bir yapı arz etmesi anlaşmanın uygulanması noktasında birtakım etkilere sahip olabileceksede, tarafların anlaşmalarını engelleyici bir husus değildir. Nitekim anlaşmanın varlığı, elde edilen belgelerden görülmektedir.

I.4.2.5. YSFB Uygulamasının Kabulü Durumunda Dahı İdari Para Cezası Verilmesinin Haksız Olacağı Savunması

Anadolu Elektronik, Rekabet Kurulu'nun YSFB'nin konu olduğu kararlarının bir kısmında amacının net ve kesin olarak tespit edilememesinden dolayı soruşturma kararı almadığı, soruşturma kararı aldığı dosyalarda ise bazı şartların varlığı nedeniyle idari para cezasına hükmettiği, fakat bu şartlarını işbu soruşturma bakımından mevcut olmadığı dile getirilmiştir.

1610 Kuralkan Motor kararında bayi fiyatlarının sağlayıcı tarafından belirlendiği, bayilerin buna uymak zorunda oldukları, aksi takdirde sözleşmelerinin feshedileceği tespit edildiği halde Rekabet Kurulu'nun etki analizi yaptığı ve şirketin pazar gücünün ilgili pazardaki rekabeti etkilemeyecek seviyede olduğu, bu nedenle rekabetin önemli ölçüde ortadan kalkmayacağı gerekçesiyle teşebbüse görüş bildirilmesine hükmettiği; KWS Türk kararında bizzat şirket genel müdürü tarafından YSFB amacı beyan edildiği halde çok sayıda rakip firma olması, alıcıların alternatif temin kaynaklarının bulunması, piyasada yüksek giriş engellerinin olmaması, dinamik, büyüyen ve her sene yeni ürünlerin sunulduğu bir piyasa olması, KWS'nin pazar payının düşük olması, YSFB'nin dikey nitelikte bir ihlal olması nedenleriyle teşebbüse ceza verilmeyerek teşebbüsün uyarılmasının tercih edildiği; YSFB amacının tespitinin net bir şekilde yapıldığı Dağı kararında Kurul'un KWS Türk kararına benzer gerekçelerle teşebbüsü sadece uyarılmayı tercih ettiği; Kütaş kararında da bayilik sözleşmelerinde teşebbüsün YSFB amacının tespit edilmesine rağmen inceleme süreci içerisinde Kütaş'ın faaliyetlerine son vermesi de dikkate alınarak soruşturma açılmadığı belirtilmiştir. Anadolu Elektronik'in aynen Kütaş gibi soruşturma sürecinde önce teknomarketlere olan Samsung satışlarını, sonra da diğer kanallara olan Samsung satışlarını SETK'ye devrederek sonlandırdığı, ancak bu hususun soruşturma raporunda dikkate alınmadığı beyan edilmiştir.

1630 Anadolu Elektronik'in Samsung satışlarını kademeli olarak devretmesi, Samsung satışı yaparken teşebbüsün YSFB türünden bir rekabet ihlali içerisinde olduğu gerçeğini ortadan kaldırmamaktadır. Zira bu tür bir faaliyetleri sonlandırma, cezalandırmama sebebi olarak da kabul edilemez. 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi

teşebbüsün rekabeti engelleyici, bozucu, azaltıcı türden bir anlaşmanın tarafı olmasını ihlalin varlığını ispat bakımından yeterli saymaktadır.

1640 Vira Kozmetik kararı ile Kurul'un YSFB'ye yönelik yaklaşımını değiştirerek *rule of reason* yaklaşımını benimsediği, Kurul'un ceza ile sonuçlandığı YSFB dosyalarının bu tarihten önceki döneme tekabül ettiği, ayrıca işbu soruşturmadan farklı olarak ceza ile neticelenen anılan kararların üçünde pasif satışın engellenmesi, birinde hakim durumun kötüye kullanılması, birinde rakipler arasında anlaşma, müşteri sınırlaması ve pasif satışın engellenmesi gibi ciddi başka ihlallerin de tespit edildiği bu nedenlerle anılan kararların işbu soruşturma kapsamında delil olarak değerlendirilmemesi gerektiği belirtilmiştir.

1650 Soruşturmaya konu teşebbüslerden Anadolu Elektronik'te yapılan yerinde incelemelerde bulunan belgelerin değerlendirilmesi sonucunda ise yukarıda verilen örneklerden farklı olarak, alıcıların yeniden satış fiyatını tespit amacı *açıkça anlaşılmaktadır*. Söz konusu amacı gerçekleştirmeye yönelik olarak bayilerin fiyatlarına müdahale edildiği, bu müdahalenin teşebbüs kayıtlarında "fiyat istikrarı" olarak geçtiği ve uygulamanın özellikle perakende seviyesinde faaliyette bulunan satış noktasının "liste" veya "normal fiyata" uymayan diğer noktayı şikayeti üzerine sağlayıcının teknomarketleri uyarması şeklinde gerçekleştiği görülmüş olup, sözü edilen uygulamalara işaret eden çeşitli tarihlerdeki çok sayıda belgeye yukarıda I.3.1. nolu bölümde yer verilmiştir.

1660 Yukarıda yer verilen bilgi ve belgelerin tümü birlikte değerlendirildiğinde, incelenen dönem boyunca Anadolu Elektronik'in bayi ve teknomarketlerle yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik olarak sıkça ve düzenli iletişim halinde bulunduğu açıkça anlaşılmakta olup, söz konusu davranışların 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde ihlal olarak kabul edildiği ve idari para cezası yaptırımına tabi olduğu kanaatine varılmıştır.

I.4.3. SETK Tarafından Yapılan Savunmanın Değerlendirilmesi

I.4.3.1. İlgili Coğrafi Pazarın "İstanbul Ve Ankara İlleri" Olarak Tanımlanması Gerektiği Savunması

1670 İlgili coğrafi pazara ilişkin olarak yapılan savunmada, tüketicilerin televizyon alımlarını evlerine yakın yerlerden gerçekleştirdiği, büyük şehirlerde farklı ilçelerdeki teknomarketlerin birbirine alternatif oluşturmadığı, soruşturma yazısında delil olarak kullanılan e-postaların sadece İstanbul ve Ankara illerini kapsaması nedenleriyle ilgili coğrafi pazarın "İstanbul ve Ankara" illeri ile sınırlandırılması gerektiği ifade edilmiştir.

1680 Coğrafi pazar, teşebbüslerin mal ve hizmetlerinin arz ve talebi konusunda faaliyet gösterdikleri, rekabet koşullarının yeterli derecede homojen ve özellikle rekabet koşulları komşu bölgelerden hissedilir derecede farklı olduğu için bu bölgelerden kolayca ayrılabilen bölgeler olarak tanımlanmaktadır.

Bu bağlamda soruşturma taraflarına yapılan bildirimlerde daha çok İstanbul ve Ankara illerinden gönderilmiş e-postaların kullanılması, coğrafi pazarın söz konusu illerle sınırlandırılmasını gerektirmemekte olup, taraf teşebbüslerin karşı karşıya

buldukları rekabet koşullarının tüm Türkiye çapında homojen olması nedeniyle coğrafi pazarın Türkiye olarak ele alınması gerekmektedir.

I.4.3.2. Belgelere İlişkin Savunma

1690 Soruşturma raporunda SETK aleyhine kullanılan e-postaların tümünün tek bir SETK çalışanı kaynaklı e-postalar olduğu, bu çalışanın Anadolu Elektronik'ten SETK'ye geçtiği ancak üst düzey yetkili olmadığı ve Anadolu Elektronik'in eski çalışanı olması nedeniyle bayi kanalının şikayetlerini bu çalışana iletildiği, çalışanın da bayilere bazı dönüşler yaptığı belirtilmektedir, ancak bu eylemlerin SETK ve alıcıları arasında uzlaşma sağlama amacıyla yapılmış olduğu ifade edilmektedir. Öte yandan, söz konusu yazışmaların SETK'nin Türkiye'de yeni bir dağıtım yapılanmasına girdiği ayın ilk iki haftasında yapıldığı, şirketin faaliyetlerine yeni başlamış olması ve e-postaların tek bir çalışandan çıkmış olması nedeniyle eylemlerin sistemli olamayacağı belirtilmiştir, Rekabet Kurulu'nun 4.7.2007 tarih ve 07-56/669-232 sayılı kararına atıf yapılarak bu kararda bayilerin yeniden satış fiyatının tespitinin sistemli şekilde yapılmamış olmasının soruşturma açılmaması için yeterli bir neden sayıldığına vurgu yapılmıştır.

I.4.3.2.1. 26.8.2009 Tarihli Toplantı Tutanağına İlişkin Savunma (Belge 38):

1710 Savunmada 26.8.2009 tarihli toplantı tutanağında yer alan ifadelerin, 2010 yılına kadar Anadolu Elektronik tarafından yönetilen dağıtım ağına 2010 yılı itibarıyla SETK tarafından devralınması hususuyla bağlantılı olarak, SETK tarafından Anadolu Elektronik'i teskin etme düşüncesiyle ve Anadolu Elektronik'in bayilerine yönelik ayrımcı davranılmayacağı yönünde güvence verme amacıyla sarf edildiği belirtilmektedir.

1720 Tutanaktaki ifadelerin SETK'nin pazarla ilgili görüşlerini değil Anadolu Elektronik'i telkin etmeye yönelik beyanlarını gösterdiği; gerçek niyetinin bu olduğu kabul edilse bile teşebbüsün tek taraflı subjektif niyetinin ihlal sonucuna ulaşmak için yeterli olmadığı ileri sürülmektedir. Ayrıca alıntı yapılan ifadelerin SETK'nin belirtmek istediği gerçek anlamdan farklı olarak tutanağa yansıtıldığı ve bu durumun (.....)'nin toplantıya ilişkin notlarının yer aldığı kişisel ajandasından da anlaşıldığı, ajandadaki ifadelerin dikkate alınması gerektiği savunulmuştur.

I.4.3.2.2. 16.1.2010 Tarihli E-Postaya İlişkin Savunma (Belge 67)

Savunmada, Anadolu Elektronik (.....) Bölge Satış Sorumlusu tarafından SETK (.....)'ye gönderilen, "müdahale edilmesine rağmen fiyatların düşürüldüğü" şikayetini içeren e-postaya cevap verilmediği ifade edilmiştir.

I.4.3.2.3. 24.1.2010 Tarihli E-postaya İlişkin Savunma (Belge 69)

1730 Anadolu Elektronik (.....) Bölge Satış Sorumlusu tarafından SETK (.....)'ye gönderilen e-postada Electro World'ün düşük fiyatlarının şikayet edildiği, bunun üzerine (.....)'nin Electro World ürün sorumlusundan şikayete konu fiyatları kontrol etmesini istediği, gelen cevapta ise fiyatların yanlış olduğunun belirtildiği ifade edilmiştir.

I.4.3.2.4. 11.1.2010 Tarihli E-Postaya İlişkin Savunma (Belge 83)

1740 Electro World (.....) Yöneticisi tarafından SETK (.....)'ye gönderilen e-postada Darty'nin mağaza fiyatından farklı olan internet fiyatının şikayet edildiği, Darty'nin cevabında fiyatların değiştiği ve akşam saatlerinde sisteme yansıtılacağına söylendiği, ancak geçen süreçte fiyatların değişmediğini gören Electro World (.....) Yöneticisinin fiyatları Darty seviyesine çekeceğinin bildirildiği ifade edilmiştir.

1750 Savunmanın devamında, Komisyon'un "Volkswagen" kararında tavsiye edilen satış fiyatlarından farklı uygulamalara gitmemeleri yönünde gönderilen uyarıların ihlal olarak değerlendirildiği, ancak Adalet Divanı'nın bayilerin bu konuda mutabakata varmadıkları gerekçesiyle kararı iptal ettiği belirtilmiştir. Savunmada ayrıca, ABD Yüksek Mahkemesi'nin "Monsanto" kararına da yer verilmiş, bu kararda yeniden satış fiyatının tespitinden bahsedilebilmesi için bayiler ile dağıtıcı arasında fiyat seviyesi konusunda açık bir anlaşma olması gerektiği yönünde karar verildiği ifade edilmiştir. İşbu soruşturma bakımından da Nedim Dere tarafından bayilere gönderilen e-postaların teşvik edici/caydırıcı fonksiyonu bulunmadığı, bayilerin kendilerini bununla bağlı hissetmedikleri gibi taraflar arasında bir mutabakat da olmadığı ifade edilmiştir.

I.4.3.2.5. 8.1.2010 Tarihli E-Postaya İlişkin Savunma (Belge 61)

1760 Belge 61'de geçen "Bu durumun bir örneği 8.1.2010 tarihli e-postada görülmektedir. Anadolu Elektronik yetkilisi tarafından bildirilen düşük Media Markt fiyatlarını alan SETK KA yöneticisi cevabında ilgililer ile fiyatların düzeltilmesi için görüşeceğini bildirmiştir." ifadesinin SETK'in tek taraflı bir beyanından ibaret olduğu ifade edilmiştir.

I.4.3.2.6. 25.1.2010 Tarihli E-Postaya İlişkin Savunma (Belge 71)

Belge 71'de yer alan ifadelerin de teşebbüsün tek taraflı amacını gösterdiği ve bir irade uyuşması bulunmadığı gerekçesiyle ihlal kapsamında görülemeyeceği savunmada ifade edilmiştir.

I.4.3.2.7. Belge 65,73,79 ve 81'e İlişkin Savunma

1770 Belge 65,73, 79 ve 81'de bulunan "fiyatların kontrol edilmesini rica etmiş", "internette fiyatların dikkat çektiğini belirtmiş" ve "fiyatı düzeltilmesini talep etmiş" ifadelerinin alıcılar üzerinde YSFB konusunda baskı uygulamaktan uzak olduğunu ileri sürülerek, bunların Kanun'a aykırı olmadığı belirtilmiştir.

I.4.3.2.8. Belge 69'a İlişkin Savunma

1780 SETK savunmasında tavsiye olarak bildirdiği fiyatların teknomarket tarafından uyulması yönünde bir beklenti içerisinde girmesinin ticari hayatın bir gereği olduğunu, ancak teknomarket ve SETK'nin karşılıklı bir irade ile bu fiyatları uygulamaya karar vermelerinin bir ihlal oluşturabileceğini ileri sürmektedir.

I.4.3.3. Soruşturma Raporunda Kullanılan E-Postaların Ardından Fiyatlarda Düşüş Olduğu Savunması

1790 SETK, savunmasının üçüncü bölümünde kendi aleyhine kullanılan bazı e-postaları takip eden tarihlerde, belgelerde bahsi geçen mağazalarda yaşanan fiyat değişimlerini analiz etmiştir. Teşebbüs yazışmalar öncesi ve sonrası teknomarketlerin fiyatlarını sunarak fiyatların ya düştüğünü ya da sabit kaldığını iddia etmiştir. Bu durumun da SETK tarafından fiyatlara müdahale edilmediği veya edilse bile taraflar arasında bir irade uyuşmasının sağlanmadığını ortaya koyduğunu belirtmiştir.

J. GEREKÇE ve HUKUKİ DAYANAK

1800 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi, amacı veya etkisi rekabeti engelleme, sınırlama veya bozma olan teşebbüsler arası anlaşmalara, uyumlu eylemlere ve işletme birliklerinin kararlarına karşı bir yasaklama getirmektedir. Bu hüküm, bütün teşebbüsler arası anlaşma, karar ve uyumlu eylemlere geniş bir şekilde uygulanmakta olup temel amacı, her bir teşebbüsün kendi ticari politikalarını ve piyasadaki faaliyetlerini tek başına, diğerlerinden bağımsız olarak belirlemesidir.

1800 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde yasaklanan karar ve eylemlere verilen örnekler arasında, (a) bendinde "Mal veya hizmetlerin alım ya da satım fiyatının, fiyatı oluşturan maliyet, kâr gibi unsurlar ile her türlü alım yahut satım şartlarının tespit edilmesi" sayılmaktadır. Soruşturma kapsamında elde edilen belgelerden, hakkında soruşturma yürütülen teşebbüslerden Anadolu Elektronik'in alıcılarının yeniden satış fiyatını tespit ettiği anlaşılmıştır.

1810 Teşebbüsler tarafından ürünün satış fiyatının belirlenmesi anlaşmanın yatay veya dikey nitelikte olup olmadığından bağımsız olarak yasaklanmaktadır. Nitekim 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği "yeniden satış fiyatının" tespit edilmesi eylemini açık kısıtlamalar arasında saymakta ve bu sonucu amaçlayan ya da doğuran anlaşmaların Tebliğ ile tanınan grup muafiyeti kapsamında yer alamayacaklarını belirtmektedir.

1820 Ürünün satış fiyatını tespit etmeye yönelik anlaşmaların amacının rekabeti sınırlamak olduğu kabul edilmektedir. Bu durumda 4. maddenin lafzı da göz önüne alındığında anlaşmanın rekabet üzerindeki etkilerinin incelenmesine gerek yoktur. Bu kapsamda, sadece rekabeti bozma amacını taşıyan anlaşmalar, etkilerini gerçekleştirmemiş olsa dahi yasaklanmaktadır.

1820 Diğer yandan amacı rekabeti kısıtlayıcı olsa bile, teorik olarak her türlü anlaşmanın teşebbüs tarafından ispatlanacak olumlu etkilerinin olumsuz etkilerini bertaraf etmesi halinde Kanun'un 5. maddesinde düzenlenen muafiyet korumasından faydalanması mümkündür.

1830 Muafiyet koşulları incelendiğinde (a) bendinde yer verilen ve "ekonomik ve teknik gelişme sağlama" olarak özetlenebilecek koşulun temel koşul, diğer üç koşulun ise bu koşula ilişkin çeşitli kısıtlama veya gereklilikleri ortaya koyan, yan koşullar olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla 4. madde kapsamında ihlal olarak değerlendirilen bir anlaşma ancak rekabet üzerinde yol açtığı kısıtlamayı bertaraf edebilecek bir ekonomik iyileşme de sağlıyorsa muafiyet alabilecektir.

1840 Yeniden satış fiyatının belirlenmesi eylemi doğrudan marka içi rekabeti ortadan kaldırmaya yönelik bir sınırlamadır. Tüketicinin karşı karşıya olduğu fiyatın yükseltilmesine yönelik bu kısıtlama marka içi rekabette yüksek boyutta tahribata neden olabilecek niteliktedir. Fiyat rekabetinin piyasalarda etkinliği ve dolayısıyla iktisadi refahın artırılmasını sağlayan temel unsur olduğu göz önüne alındığında, fiyat rekabetinin ortadan kalkmasının tüketici refahını önemli ölçüde olumsuz etkileyeceği ve bu olumsuz etkiyi dengeleyebilecek güçte bir olumlu etkinin ortaya konulmasının da aynı oranda zor olacağı açıktır. Nitekim tüketicinin televizyon alım kararında rol oynayan faktörlerin başında fiyat unsurunun geldiği görülmektedir. Dolayısıyla ilgili pazarda en önemli rekabet aracı fiyat olup, özellikle panel tv gibi tüketici bütçesini etkileyen ürünlerde, fiyat mekanizmasının hassas dengelerinin işlemesine yönelik bir müdahale, yüksek zarar doğurabilecek niteliktedir.

1850 Ayrıca bir anlaşma veya eylemin muafiyet korumasından faydalanabilmesi için rekabet üzerindeki olumsuz etkilerinin yaratılan etkinlik kazançları ile en azından dengelenmesi gerekmekte, böyle bir etkinlik iddiasını ortaya koyma ve dolayısı ile ispat yükü ise anlaşmaya taraf olan teşebbüse düşmektedir. Ancak, Anadolu Elektronik mevcut durumda bu tür bir olumlu etkinin varlığına ilişkin somut herhangi bir kazanıma yer vermemiştir.

Bu çerçevede Anadolu Elektronik tarafından gerçekleştirilen ve rekabeti kısıtlama amacı açık olan yeniden satış fiyatının belirlenmesi uygulamasının, 4054 sayılı Kanunun 5. maddesinde yer verilen muafiyet şartlarından (a) bendinde düzenlenen koşulu taşımadığı ve dolayısıyla muafiyet korumasından faydalanamayacağı anlaşılmıştır.

1860 Anadolu Elektronik'in alıcılarının yeniden satış fiyatını belirlemesinin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde yasaklanan davranışlardan olduğu, 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesindeki koşulu sağlamadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu nedenle Anadolu Elektronik'e 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin 3. fıkrası uyarınca idari para cezası uygulanması gerekmektedir.

1870 "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik" in 5. maddesinin birinci fıkrasının (b) bendi hükümleri uyarınca Anadolu Elektronik için hesaplanacak temel para cezası oranı % 0,5 olarak belirlenmiştir. İhlalin süresinin bir yıldan kısa olması nedeniyle Yönetmeliğin 5. maddesinin üçüncü fıkrası kapsamında teşebbüs için belirlenen temel para cezası miktarının arttırılmasına mahal bulunmadığı sonucuna varılmıştır.

Ayrıca söz konusu teşebbüsün Para Cezaları Yönetmeliği'nin 6. maddesinde yer verilen ağırlaştırıcı unsurlara ve 7. maddesinde yer verilen hafifletici unsurlara uygun herhangi bir davranışının bulunduğu tespit edilmemiştir. Bu nedenle teşebbüs için belirlenen temel para cezası oranında herhangi bir arttırmaya veya indirmeye gidilmemiştir.

1880 SETK'e ilişkin olarak inceleme döneminde bulunan belgelerden ikisinin şikayet üzerine yapılan şirket içi yazışmalardan ibaret olduğu, diğer ikisinde SETK yetkilisinin başka bir teşebbüs yetkilisine teknomarketlerle görüşeceğini belirttiği anlaşılmıştır.

SETK özelinde yapılan değerlendirmede, bulunan az sayıdaki belgenin ağırlıklı olarak teşebbüse yapılan tek taraflı şikayetlerden oluştuğu anlaşılmaktadır. Öte yandan, yukarıda 1.3.2. bölümünde yer verilen SETK'e ait belgeler incelendiğinde, alıcıların birbirini sağlayıcıya şikayet etmesi, şikayet edilenlerin sağlayıcı tarafından uyarılması ve sağlayıcının düşük fiyatlara müdahale etmesi şeklinde cereyan eden bir mekanizmanın SETK açısından mevcut olmayışı da göz önüne alınarak, teşebbüsün alıcılarının yeniden satış fiyatlarını belirlemek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği yönünde bir tespitle bulunulmamıştır.

1890

K. SONUÇ

18.3.2010 tarih ve 10-24/333-M sayılı Kurul kararı uyarınca yürütülen soruşturma ile ilgili olarak düzenlenen Rapor'a ve Ek Görüş'e, toplanan delillere, yazılı savunmalara, sözlü savunma toplantısında yapılan açıklamalara ve incelenen dosya kapsamına göre;

1900

1- a) Anadolu Elektronik Aletler Paz. ve Tic. A.Ş.'nin alıcılarının yeniden satış fiyatını belirlemek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında rekabeti ihlal ettiğine OYÇOKLUĞU ile,

b) Söz konusu uygulamalara 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan koşulları karşılamaması nedeniyle bireysel muafiyet tanınamayacağına OYÇOKLUĞU ile,

1910

c) Bu nedenle Kanun'un 16. maddesinin üçüncü, beşinci ve yedinci fıkraları ile "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik" in 5. maddesinin birinci fıkrasının (b) bendi hükümleri uyarınca, 2010 mali yılı sonunda oluşan ve Kurul tarafından belirlenen yıllık gayri safi gelirin binde 5'i oranında olmak üzere;

- Anadolu Elektronik Aletler Paz. ve Tic. A.Ş.'ye 1.066.669,72 TL (birmilyon altmışaltıbin altıyüzdokuz TL. yetmişiki Kr.) idari para cezası verilmesine OYÇOKLUĞU ile,

2- Samsung Electronics İstanbul Paz. ve Tic. Ltd. Şti.'nin soruşturma konusu eylemlerinin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında rekabeti ihlal etmediğine OYÇOKLUĞU ile

1920

Danıştay yolu açık olmak üzere karar verilmiştir.

KARŞI OY GEREKÇESİ
(23.06.2011 tarih ve 11-39/838-262 sayılı Kurul Kararı)

“Anadolu Elektronik Aletler Pazarlama ve Ticaret A.Ş.’ nin alıcılarının yeniden satış fiyatını belirlemek suretiyle rekabeti ihlal ettiği” şeklinde ve oyçokluğu ile alınan Kurul Kararı’ nın 1. maddesine;

1. İlgili teşebbüsün ilgili pazarda hâkim durumda olmadığı,
2. İlgili pazarın, yerli ve yabancı çok sayıda teşebbüsün varlığı, ürünün teknolojik özellikleri ve gelişen pazar şartları göz önüne alındığında esasen rekabetçi olduğu ve
3. Katı şekilde uygulanan ve piyasadaki rekabeti önemli ölçüde azaltan bir “yeniden satış fiyatının belirlenmesi” uygulamasının belgelerle ispatlanamadığı, mevcut uygulamaların, aynı zamanda rekabetçi saiklerle yapıldığı şeklinde bir savunmanın da kabul edilebileceği, ayrıca aksi yönde de çok sayıda belgenin bulunduğu gerekçeleriyle katılamıyorum.

Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI
Başkan

**(23.06.2011 tarihli ve 11-39/838-262 sayılı Kurul Kararı'na)
KARŞI OY GEREKÇESİ**

4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 4. maddesinin ihlal edilip edilmediğinin tespit edilmesi amacıyla Rekabet Kurulu tarafından 18.3.2010 tarihinde 10-24/333-M sayı ile Anadolu Elektronik Aletler Pazarlama ve Ticaret A.Ş. (Anadolu Elektronik) ve Samsung Electronics İstanbul Paz. ve Tic. Ltd. Şti. (SETK) hakkında 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmış, Anadolu Elektronik Aletler Pazarlama ve Ticaret A.Ş. (Anadolu Elektronik) hakkında idari para cezası verilmesine karar verildiği halde benzer eylemleri gerçekleştiren Samsung Electronics İstanbul Paz. ve Tic. Ltd. Şti. (SETK)'nin eylemlerinin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal etmediğine, oy çokluğuyla karar verilmiştir.

Soruşturma raporunda yer alan iddialara esas teşkil eden pek çok belge bir arada değerlendirildiğinde, her iki teşebbüsün de alıcılarıyla yeniden satış fiyatının tespitine (YSFB) yönelik bir irade uyuşması içinde bulunduğu görülmektedir. Rekabet hukukunda, teşebbüsler arası rekabeti kısıtlama amacı ve/veya etkisi olan hem dikey hem yatay anlaşmalar yasaklanmaktadır. 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin gerekçesinde rekabet hukuku bağlamında bir anlaşmadan söz edilebilmesi için diğer hukuk dallarındaki geçerlilik koşullarının aranmadığı açıkça belirtilmiştir. Rekabet hukukunda anlaşma kavramı, " taraflar arasındaki açık veya zımni her türlü irade uyuşması" anlamında kullanılmaktadır.

Nitekim nihai satış noktaları tarafından sağlayıcılara gönderilen şikayet e-postalarının içerikleri ele alındığında, nihai satış noktalarının YSFB'ye yönelik bir uygulamadan haberdar olduğu, bu uygulamanın sürdürülmesi yönünde sağlayıcı ile hemfikir olduğu ve bu devamlılığı sağlamak için uygulamadan cayanları SETK'ye bildirdiği açıkça görülmektedir. Bu da taraflar arasında bir mutabakat olmadığına ilişkin savunmayı geçersiz kılmaktadır.

Hakkında soruşturma yürütülen teşebbüslere ilişkin elde edilen belgelerdeki somut tespitler karşısında, teknomarketlerin tutanaklarda yer alan satış fiyatlarını serbestçe belirlemediklerini göstermektedir. Gerçekten soruşturma kapsamında elde edilen belgeler yalnızca teknomarketlerden gelen şikayetleri içermemekte, buna ek olarak SETK tarafından bu şikayetlere verilen cevaplar da aynı belgelerde yer almaktadır. Şikayetler, SETK tarafından verilen cevaplar ile birlikte değerlendirildiğinde; pazar genelinde YSFB uygulamasına ilişkin taraflar arasında bir mutabakat olduğu açıkça görülmektedir. Bunlara örnek olarak Ek: 63'te yer verilen e-posta trafiği incelendiğinde, Media Markt tarafından Darty mağazasının fiyatlarının şikayet edilmesi üzerine SETK yetkilisinin cevabında Darty mağazası ile görüşerek fiyatların düzeltilirdiği bilgisini iletildiği görülmektedir. e-postada, "*Cumartesi günü konu hakkında bilgim yoktu, firma ile görüşüm etiketler Cumartesi günü değişti, sizin kontrollerden farklı bir bilgi olursa bilgi vermenizi rica ederim.*" ifadesi yer almaktadır. Bu ifadeden Darty mağazasının, SETK'nin fiyatları YSFB politikasıyla arzu edilen noktaya çekmesine ilişkin talebini kabul ettiği, e-posta'nın devamında ise, SETK'nin Media Markt'tan Darty'nin fiyatlarının kontrol etmesini ve farklılık olması durumunda kendisine bildirmesini talep ettiği görülmektedir. Media Markt'ın bu talebe olumlu cevap verdiği ileren günlerde, Darty'nin fiyatları "gizli olarak uygulamaya devam ettiği"ne yönelik SETK'e verdiği bilgiden anlaşılmaktadır. Bu durum SETK ve Media

Markt arasında YSFB'nin sağlıklı uygulanmasını temin etmek amacı ile ortak bir irade tesis edildiğini göstermektedir. Öte yandan, Darty'nin fiyatları gizli olarak uygulaması ise, teşebbüsler arası anlaşmalarda sıkça karşılaşılan durumlardandır. Teşebbüsler belirli bir anlaşmaya varmış olsalar bile ayrı teşebbüsler olmaları nedeniyle ekonomik çıkarları sürekli olarak çatışmaktadır. Bu durum rekabet literatüründe genellikle yatay ilişkilerde tartışılmakla birlikte, farklı iki teşebbüsün bulunduğu her türlü anlaşmada görülmesi olağandır. Bununla birlikte tarafların anlaşmadan sapmaları taraflar arasındaki anlaşmanın varlığını sakatlamamaktadır. Buna verilebilecek bir örnek kartel anlaşmalarında firmaların anlaşma ile kararlaştırılan fiyat/miktar vb. düzeylerinden sapmalarının anlaşmanın mevcudiyetini ya da teşebbüsün sorumluluğunu etkilememesidir. Ayrıca Ek 68'de yer verilen e-postadan, Media Markt'ın SETK tarafından uygulanan YSFB'ye uyduğu anlaşılmaktadır. İlgili belgede Media Markt (.....) uzun süreden beri SETK tarafından verilen fiyatları bozmadan uyguladıklarını belirtmiştir. SETK'nin gönderdiği fiyatların uygulanmasına ilişkin talebin, Media Markt tarafından kabul edildiği anlaşılmaktadır. Yine bir diğer teknomarket olan Electro World ile SETK arasında tavsiye edilen fiyatların yeniden satış fiyatı olarak uygulanmasına ilişkin bir mutabakatın varlığı Ek 69'da açıkça görülmektedir. Anadolu Elektronik yetkililerinden gelen bir şikayet üzerine Electro World ile iletişime geçen SETK KA (.....), Electro World yetkilisinden şikayet konu olan ve tavsiye fiyattan farklılıklar içeren ürünleri kontrol etmesini talep etmiştir. Electro World yetkilisi yazı karşılığında, şikayet edilen fiyatların yanlış olduğunu, bir ürün fiyatının ise SETK ile karşılıklı anlaşılması sonucunda indirildiğini belirtmiştir. Electro World yetkilisinin fiyatların yanlış olduğunu ve tek düşük fiyatın nedeninin karşılıklı anlaşma olduğu ifadelerini kullanarak kendisini koruma ihtiyacı hissetmesi, YSFB uygulamasını kabullendiğini kanıtlamaktadır. Ek: 71'de yer alan e-postadan, İstanbul Media Markt yetkilisi, SETK'ten Electro World'ün düşük fiyatlarının düzeltilmesini talep ettiği görülmektedir. SETK ise, fiyatların düzeltilindiğini belirterek sorun olması durumunda kendisine bildirilmesini rica etmiştir. Yukarıda yer verilen örneğe benzer şekilde bu ifadeden SETK ve Media Markt'ın YSFB anlaşmasının uygulanmasına ilişkin kontrol mekanizmasının bazı durumlarda birlikte işletildiği anlaşılmaktadır. Anılan e-postanın devamında Electro World'ün fiyatlarına ilişkin benzer bir şikayetin Ankara Media Markt tarafından da yapıldığı görülmektedir. SETK şikayete cevabında, firma ile görüşülerek fiyatların değiştirildiği bilgisinin alındığını belirterek kontrolün yapılmasını yine Media Markt yetkililerinden talep etmiştir. SETK'nin firma ile görüşülerek fiyatların değiştirildiği bilgisini alması, Electro World'ün YSFB uygulamasına yönelik talepleri karşıladığına ve uygulamayı kabul ettiğine yönelik bir başka kanıttır. Ankara Media Markt yetkilisinin e-posta'nın sonunda yer alan değerlendirmeleri de yetkili Ankara mağazası olarak tavsiye fiyatları bir yıldır bozmadıklarını ifade ederek; İstanbul mağazası tarafından yapılan aksiyonun (kampanya) cezasının kendilerine yansımalarının doğru olmadığını belirtmektedir. Böylece Ankara Media Markt'ın SETK tarafından yapılan YSFB uygulamasını kabul ettiği yolundaki iradesi, açıkça ortaya çıkmıştır.

Öte yandan, SETK'nin alıcısı konumundaki teknomarketlerden Electro World'ün YSFB uygulamasını kabul ederek uyguladığına dair bir diğer delil de Ek: 72'de yer alan e-postadır. Electro World yetkilisi bütün iyi niyetleriyle SETK'in önerdiği liste fiyatını uygulamalarına rağmen diğer marketlerin son dönemdeki uygulamaları nedeniyle kendilerinin de uygulamayı sonlandıracaklarını bildirmiştir. Electro World tarafından YSFB anlaşmasına uyulduğu ancak, son dönemdeki

gelişmeler nedeniyle anlaşmayı durdurabileceğini, karşı tarafa bildirdiği anlaşılmaktadır.

Yine çeşitli e-postalarda yer alan rakiplerin fiyatlarının düzeltilmesi taleplerinin, teknomarketlerin YSFB uygulamasını kabul ettiğini göstermektedir. Anılan e-postalar incelendiğinde, teknomarketler yalnızca rakiplerinin fiyatlarının düşük olduğunu belirtmemekte bu fiyatların düzeltilmesini talep etmektedir. Bu düzeltirme talepleri teknomarketlerin belirli bir fiyatı kabul ettiklerini ve rakiplerinin fiyatlarında bu kabul fiyatına göre oluşan farklılıkların düzeltmeler yoluyla giderilmesini SETK'den talep ettikleri anlamını taşımaktadır.

Yukarıda gösterilen nedenlerle Samsung Electronics İstanbul Paz. ve Tic. Ltd. Şti. (SETK)'in yukarıda bir kısmına yer verilen deliller karşısında, kısa süreli de olsa yeniden satış fiyatını belirlemek(YSFB), alıcısının fiyatlarına müdahale etmek suretiyle, 4054 sayılı Kanun'un 4/a maddesine aykırı hareket ettiğinden cezalandırılması düşüncesiyle, sayın çoğunluğun aksi yönde oluşan kararına katılamıyorum.23.06.2011

Doç.Dr.Cevdet İlhan GÜNAY
Kurul Üyesi

Rekabet Kurulu'nun 23.06.2011 Tarih ve 11-39/838-262 Sayılı Kararına

KARŞI OY GEREKÇESİ

Kurulumuz mezkur kararıyla, Soruşturma kapsamında elde edilen belge ve bilgilere göre, hakkında soruşturma yürütülen teşebbüslerden Anadolu Elektronik Aletler Paz. ve Tic. A.Ş.'nin alıcılarının yeniden satış fiyatını tespit ettiği gerekçesiyle adı geçen teşebbüsün 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında rekabeti ihlal ettiğine, yine aynı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü, beşinci ve yedinci fıkraları ile "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik'in 5. maddesinin birinci fıkrasının (b) bendi hükümleri uyarınca, 2010 mali yılı sonunda oluşan ve Kurul tarafından belirlenen yıllık gayri safi gelirin binde 5'i oranında olmak üzere; Anadolu Elektronik Aletler Paz. ve Tic. A.Ş.'ye 1.066.669,72 TL (birmilyon altmışaltıbin altıyüzaltmışdokuz TL. yetmişiki Kr.) idari para cezası verilmesine karar vermiş bulunmaktadır. Anılan teşebbüsün rekabeti ihlal ettiği yolundaki Kurul kararındaki tespite ve bunun sonucu olarak verilen cezaya aşağıda belirteceğim nedenlerle katılmıyorum.

4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar" başlıklı 4.maddesinde; *Belirli bir mal ve hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemleri hukuka aykırı ve yasaktır.* hükmü yer almaktadır. Bu hükme göre, Rekabet Kurulu üretim ve dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren sağlayıcı ile bayileri arasında yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik yapılacak bir anlaşmanın ya da bu yöndeki eylemlerin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında değerlendirmektedir. Sağlayıcının ürünün yeniden satış fiyatını belirlemesi, 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinde sıralanan ve rekabet kısıtları içeren anlaşmaları grup muafiyeti kapsamı dışına çıkaran sınırlamalardan en temel olanıdır. Bununla birlikte aynı maddenin devamında, taraflardan herhangi birinin baskısı veya teşvik etmesi sonucu sabit veya asgari satış fiyatına dönüşmemesi koşuluyla, sağlayıcının azami satış fiyatını belirlemesinin veya satış fiyatını tavsiye etmesinin mümkün olduğu bilinmektedir. Yeniden satış fiyatının tespitine yönelik olarak sözleşmede doğrudan bir hüküm bulunan durumlarda kanuna ve tebliğe uyumluluğunun veya aykırılığının tespiti kolay görünmektedir. Bununla birlikte yeniden satış fiyatının tespiti sonucuna bazı diğer unsurların varlığıyla da ulaşılabilmektedir. Alıcının kar marjının belirlenmesi, tavsiye fiyat niteliğinde ilan edilmiş bir fiyat seviyesinden alıcının yapabileceği indirimin en üst seviyesinin belirlenmesi, alıcının belli bir yeniden satış fiyatına bağlı kalmaması halinde uyarılması, tehdit edilmesi, cezai yaptırımlara muhatap olması, sözleşmesinin feshedilmesi, siparişlerinin geciktirilmesi ya da iptal edilmesi, yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik dolaylı yöntemlere verilebilecek belli başlı örneklerdir. Yeniden satış fiyatının tespitini amaçlayan bu doğrudan ya da dolaylı yöntemler, yeniden satış fiyatına uymayan alıcının örneğin bir fiyat izleme mekanizması yardımıyla tespit edilebilmesini sağlayan önlemlerle birleştirildiğinde çok daha etkili olmaktadır.

Rekabet Hukukunun yeni yaklaşımında, dikey anlaşmalardaki kısıtlamalara karşı *per se (mutlak, kesin)* kuralı değişmiş ve kısıtlamanın markalar arası rekabet üzerindeki olumlu etkileri ile marka içi rekabet üzerindeki olumsuz etkileri arasında bir denge kuran ekonomik *rule of reason (makul, haklı sebep)* kuralı uygulanmaya başlamıştır. Gerçekten dikey kısıtlamaların rekabet üzerinde olumlu etkilere sahip olduğu ve ekonomik etkinliği artırdığı yönündeki tespitler bu yaklaşıma gidilmesinde en büyük etkenlerdir. Yani, bir başka anlatımla artık yeniden satış fiyatının Belirlenmesi için hiçbir analiz ve araştırma yapılmadan hemen yasaktır denmeden bu belirlemenin uygulanması, etkileri gibi bazı maddi delillerin tespiti gerekmektedir. Örnek vermek gerekirse rekabeti sınırlayıcı dikey bir anlaşmanın varlığı için belirlenmiş bir fiyat veya fiyat seviyesinin varlığı aranmaktadır.

Olayımızda, Kurulumuz, teşebbüsler tarafından ürünün satış fiyatının belirlenmesi anlaşmanın yatay veya dikey nitelikte olup olmadığından bağımsız olarak yasaklandığını, 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği “yeniden satış fiyatının” tespit edilmesi eylemini açık kısıtlamalar arasında saydığını ve bu sonucu amaçlayan ya da doğuran anlaşmaların Tebliğ ile tanınan grup muafiyeti kapsamında yer alamayacaklarını belirttiğini, ürünün satış fiyatını tespit etmeye yönelik anlaşmaların amacının rekabeti sınırlamak olduğu kabul edildiğini, bu durumda 4. maddenin lafzı da göz önüne alındığında anlaşmanın rekabet üzerindeki etkilerinin incelenmesine gerek olmadığını, bu kapsamda, sadece rekabeti bozucu amacı ortada olan bir anlaşma, etkilerini gerçekleştirmemiş olsa dahi yasaklandığı belirterek bu gerekçelerle ve dosya içeriği mail ve belgelere göre ihlalin tespiti ve taraf teşebbüsün cezalandırması yolunda karar vermişse de, olayda bulunan fatura ve belgeler bu durumu doğrulamamaktadır. Hakkında ceza verilen teşebbüs olan Anadolu Elektronik Aletler Paz. ve Tic. A.Ş. tarafından sunulan ve dosya içerisinde bulunan faturalara göre yeniden satış fiyatının belirlenmediği anlaşılmaktadır. Dosyada bulunan satıcılardan Kutup A.Ş. ye ait olan LE 40 A 656 model televizyonun satışına ilişkin Nisan 2009 yılına ait faturalar incelendiğinde, bu televizyon modeline ait tavsiye edilen satış fiyatının (.....) TL olduğu ancak, bu televizyonun 06.04.2009 günlü faturaya göre (.....) TL ye, 07.04.2009 günlü faturaya göre (.....) TL ye, 08.04.2009 günlü faturaya göre (.....) TL ye, 08.04.2009 günlü faturaya göre (.....) TL ye, yine aynı günlü bir başka faturaya göre (.....) TL ye, 09.04.2009 günlü faturaya göre (.....) TL ye, 10.04.2009 günlü faturaya göre (.....) TL ye, yine aynı günlü iki ayrı faturaya göre (.....) TL ve (.....) TL ye, 14.04.2009 günlü faturaya göre (.....) TL ye ve yine 15.04.2009 günlü faturaya göre (.....) TL ye satıldıkları görülmektedir. Aynı tip televizyon bir diğer satıcı olan Extra Mağazacılık A.Ş. tarafından 2009 nisan ayında, dosyada bulunan 9 ayrı fatura bilgisinden anlaşılacağı üzere 2669.28 TL ile (.....) TL arasında değişen fiyatlara satılmıştır. Ve hatta Kutup A.Ş.’nin 04.04.2009 günlü 6 ayrı faturasında LE 40 A 656 tipi televizyonun (.....) ayrı fiyattan satıldığı görülmektedir. Bu faturalarda bize sağlayıcı firma tarafından bayilerine (satıcılara) Yeniden Satış Fiyatının Belirlenmesi yoluyla dikey bir kısıt getirmediği fiyatların tavsiye niteliğinde fiyatlar olduğunu göstermektedir.

Öte yandan yukarıda da belirttiğimiz gibi yeniden satış fiyatının belirlenmesindeki başka unsurlar olan tavsiye fiyat niteliğinde ilan edilmiş bir fiyat seviyesinden alıcının yapabileceği indirim en üst seviyesinin belirlenmesi, alıcının belli bir yeniden satış fiyatına bağlı kalmaması halinde uyarılması, tehdit edilmesi, cezai yaptırımlara muhatap olması, sözleşmesinin feshedilmesi, siparişlerinin

geciktirilmesi ya da iptal edilmesi gibi yaptırımlarda itilaf konusu dosyamızda belirlenmediği gibi, bu yolda bir iddiada bulunmamaktadır. Öte yandan panel televizyon pazarı teknolojik gelişmelerin durmadığı, çok kısa sürede plazma, LCD, LED gibi evrimler geçirmiş, HD gibi daha başka teknolojik yenilikler görmüş ve halen geçirmekte olan, çok dinamik, onlarca markanın yer aldığı, kıran kırana rekabetin yaşandığı bir pazar olup, bu gerçekte asla göz ardı edilmemelidir.

Bütün bu nedenlerle, Anadolu Elektronik'in alıcılarının yeniden satış fiyatını tespit ettiği anlaşıldığı ve sonuç bölümünde (a) fıkrasıyla Anadolu Elektronik Aletler Paz. ve Tic. A.Ş.'nin alıcılarının yeniden satış fiyatını belirlemek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında rekabeti ihlal ettiğine, (c) fıkrasıyla da Kanun'un 16. maddesinin üçüncü, beşinci ve yedinci fıkraları ile "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik" in 5.maddesinin birinci fıkrasının (b) bendi hükümleri uyarınca, 2010 mali yılı sonunda oluşan ve Kurul tarafından belirlenen yıllık gayri safi gelirin binde 5'i oranında olmak üzere; Anadolu Elektronik Aletler Paz. ve Tic. A.Ş.'ye 1.066.669,72 TL (birmilyon altmışaltıbin altıyüzaltmışdokuz TL. yetmişiki Kr.) idari para cezası verilmesi yolundaki kurulumuz kararına olayda ihlal bulunmadığı, ve bu nedenle de ceza verilmemesi gerektiği düşüncesinde olduğumdan² aksi yöndeki Kurul kararına katılmıyorum.

Reşit GÜRPINAR
Kurul Üyesi

² Ceza verilmesi yönündeki Kurul kararına katılmadığımdan Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik hükümlerine ilişkin daha önceki karşı oylarımda bulunan gerekçeler yazılmamıştır.