

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2006-3-39 (İlk İnceleme)
Karar Sayısı : 07-37/394-154
Karar Tarihi : 3.5.2007

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

10

Başkan : Mustafa PARLAK
Üyeler :Tuncay SONGÖR, Rıfki ÜNAL, Prof. Dr.Nurettin KALDIRIMCI,
Süreyya ÇAKIN, Mehmet Akif ERSİN

B. RAPORTÖRLER: Hilmi BOLATOĞLU, Onur Yelda YÜKSEL,

C. ŞİKAYET EDEN : Özlenir Giyim Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Yönetim Kurulu Başkanı Tahsin ÖZLENİR
İstiklal Caddesi No: 115
80060 Beyoğlu / İstanbul

20

D. HAKKINDA İNCELEME YAPILAN:

Levi Strauss İstanbul Konfeksiyon Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Büyükdere Caddesi Yapı Kredi Plaza C Blok No:25
Levent / İstanbul

E. DOSYA KONUSU: Şikayetçinin “franchise” vereni konumundaki Levi Strauss İstanbul Konfeksiyon Sanayi ve Ticaret A.Ş.’nin ayrımcılık yaparak, şikayetçinin faaliyetlerini zorlaştırmak ve perakende satış fiyatı dikte ettirmek suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’un 4. ve 6. maddelerini ihlal ettiği iddiası.

30

F. İDDİALARIN ÖZETİ: Başvuru dilekçesinde özetle; Özlenir Giyim Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Özlenir Giyim)’nin Levi Strauss İstanbul Konfeksiyon San. ve Tic. A.Ş.’nin (Levi’s İstanbul) “Franchise Alanı” olarak faaliyet gösterdiği, Levi’s İstanbul’un buna rağmen Özlenir Giyim’e ait İstiklal Caddesi’ndeki mağazanın 50 metre uzağında mağaza açtığı, bazı siparişleri reddettiği ve/veya aksattığı, “Franchise Alan”ın kar marjını gösteren “mark up”ı 2,00’den 1,65’e düşürdüğü, perakende fiyatları dikte etme teşebbüsünde bulunduğu ileri sürülmekte, ayrıca Levi’s İstanbul tarafından her yıl düzenli olarak verilen hizmet içi eğitime 18 yıldır “Store” kategorisinden davet edildikleri halde bilahare “Corner” kategorisinde çok daha düşük ciro yapan firmalarla birlikte bu eğitime katılmaya zorlandıkları, son olarak bu davetin de iptal edildiği dile getirilmekte, bu nedenlerle, Levi’s’in 4054 sayılı Kanun’un 4. ve 6. maddelerine aykırı davrandığı iddia edilerek ihlalin devamının önlenmesi ve nihai karara kadar ihlalden önceki durumu koruyucu nitelikte geçici tedbir alınması talep edilmektedir.

40

G. DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 13.3.2007 tarih, 1939 sayı ile intikal eden başvuru üzerine, 4054 sayılı Kanun’un 4. ve 6. maddesi uyarınca yapılan inceleme sonucu düzenlenen 27.4.2007 tarih ve 2007-3-39/İİ-07-HB sayılı İlk İnceleme Raporu 30.4.2007 tarih, REK.0.07.00.00-110/94 sayılı Başkanlık Önergese ile 07-37 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

50

H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili raporda; başvuru konusu iddialar hakkında 4054 sayılı Kanun uyarınca bir önaraştırma yapılmasına ya da soruşturma açılmasına gerek olmadığı, bu nedenle herhangi bir geçici tedbir alınmasına da gerek bulunmadığı, şikayetin reddinin gerektiği sonucuna ulaşıldığı ifade edilmektedir.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. Taraflar

60

I.1.1. Levi Strauss İstanbul Konfeksiyon Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Levi's İstanbul)

Hazır giyim ve konfeksiyon alanlarında faaliyet gösteren Levi's İstanbul 1987 yılında faaliyete başlamıştır. Levi's İstanbul'un ürettiği ürünlerin başında kot pantolonlar (jeans) gelmektedir. Bu pantolonların tasarımı büyük ölçüde yurt dışında yapılmakta, yurt dışında dizayn edilen ürünler Türkiye'de üretilmekte ve pazarlanmaktadır. Levi's İstanbul tarafından pazarlanan gömlek, mont, tişört vb. ürünler ise ağırlıklı olarak Türkiye'de fason olarak üretilmekte veya ithal edilmektedir. Levi's İstanbul satış faaliyetlerini sözleşmeli bayileri aracılığıyla yürütmektedir.

70

I.1.2. Özlenir Giyim Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Özlenir Giyim)

Merkezi İstanbul'da bulunan Özlenir Giyim, Türkiye'nin çeşitli yerlerindeki mağazalarında hazır giyim ürün ve aksesuarlarının ticaretini yapmakta, ayrıca çeşitli konfeksiyon ve iç giyim ürünlerinin ihracatını da gerçekleştirmektedir. Teşebbüs aynı zamanda özellikle kot markası olarak ön plana çıkan İtalyan giyim markası Diesel'in de Türkiye distribütörüdür. Teşebbüsün Şeneller Giyim Sanayi ve Ticaret A.Ş. olan eski ticaret unvanı 23.6.1998 tarihli Ticaret Sicili Gazetesi'nde yayınlanarak Özlenir Giyim Sanayi ve Ticaret A.Ş. olarak değiştirilmiştir.

80

I.2. Sektöre İlişkin Genel Bilgiler

Levi's İstanbul'un %49 hissesinin, Levi Strauss Nederland BV, Levi Strauss Poland Sp. Zo.o., Levi Strauss Praha, Levi Strauss Hellas AEBE tarafından devralınması işlemini konu alan 11.3.2005 tarih ve 05-14/167-60 sayılı Kurul kararında Levi's İstanbul'un üretim ve/veya satış ve pazarlamasıyla iştigal ettiği ürünlerin özellikleri ve bu ürünlere ilişkin talep esas alınarak, ilgili ürün pazarı "*jeans ve gündelik giyim ürünleri*" pazarı olarak belirlenmiştir. Bu ilgili ürün pazarı genel olarak hazır giyim sektörünün içinde yer almakta ve bu sektörün özelliklerini taşımaktadır.

90

Hazır giyim sektörü GSMH, istihdam ve ihracat açısından Türkiye'nin en önemli sektörlerinden biridir. Türk hazır giyim sektörü dünyanın 4. büyük hazır giyim ihracatçısı konumundadır. Türkiye'de 1980 yılında uygulamaya konulan ihracata yönelik kalkınma politikalarının bir sonucu olarak tekstil ve hazır giyim sektörü hızla büyümeye başlamış ve bu tarihten itibaren yatırımlar artmıştır. Türk tekstil ve hazır giyim sektörü büyük oranda ihracata yönelik bir sektördür. Mevcut kapasiteler yurt içi talepten oldukça fazladır. Yaklaşık 30 milyar ABD Doları tutarındaki üretim değerinin 18 milyar ABD Doları tutarındaki bölümü ihraç edilmektedir.

100

Bugün, hazır giyim sektörü, üretim ve istihdamdaki büyük ağırlığıyla ülkemiz ekonomisinin lokomotif sektörlerinden birisi konumundadır. 2005 yılında tekstil

sektörünün imalat sanayi içindeki payı %10,9 olarak gerçekleşirken, hazır giyimin payı ise %5,4 olarak gerçekleşmiştir. Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) yayınladığı 2002 Genel Sanayi ve İş Yerleri Sayımına göre ülkemizde hazır giyim sektöründe yaklaşık 35 bin firma faaliyet göstermektedir. TÜİK verilerine göre ülkemizde hazır giyim ve ayakkabının toplam tüketici harcamaları içindeki payı % 8,09'dur.

110 Türk hazır giyim sektöründe firma tipleri arasındaki farklılıklar sektörün temel yapısını ortaya koymaktadır. Uzun süredir faaliyette bulunan ve kendi koleksiyonlarını oluşturma kabiliyetine haiz orta ve büyük ölçekli firmalarda kalite bilinci ön planda iken, 1980 sonrası yatırım teşviklerinin etkisiyle faaliyete geçen firmalar standartlaşma yoluna gitmiş ve rekabetçi üstünlüklerini ucuz fiyatlar yoluyla sağlamışlardır. Bu grupta, kendi üretimini gerçekleştiren firmaların yanı sıra, fason olarak üretilen mamulleri pazarlayan şirketler de yer almaktadır. Son grupta ise Türk hazır giyim sektörünün belkemiğini oluşturan çok sayıdaki fason atölye yer almaktadır.

120 Sektör üretiminin yaklaşık %70'i ihraç edilmektedir. İhraç edilen ürünlerin yaklaşık %80'i pamuklu ürünlerdir. 1999 yılında 6,2 milyar ABD Doları olan Türkiye'nin toplam hazır giyim ihracatı, 2000 ve 2001 yıllarında fazla bir değişiklik göstermemiş, ancak 2002, 2003 ve 2004 yıllarında önemli artışlar göstererek 2005 yılında 11,5 milyar ABD Dolarına yükselmiştir. 2005 yılında hazır giyim sektörü ihracatının, Türkiye'nin toplam ihracatı içindeki payı %15,5 olarak gerçekleşmiştir. Bununla birlikte son yıllarda hazır giyimin toplam ihracat ve imalat sanayi içindeki payı azalmaktadır.

130 Türkiye'nin hazır giyim ithalatında özellikle 2004 ve 2005 yıllarında yüksek oranlı artışlar yaşanmaktadır. Türkiye daha çok dokuma giyim eşyası ithal etmektedir. 2005 yılında ithal edilen hazır giyim ürünlerinin %37'sini örme giyim ürünleri, %63'ünü dokuma giyim ürünleri oluşturmuştur.

2005 yılında Dünya Ticaret Örgütü üyelerine yönelik tekstil kotalarının kaldırılması ile birlikte dünya hazır giyim pazarında yaşanan fiyat rekabetinin yoğunluğu artmıştır.

Yukarıdaki verilerden hareketle, sonuç olarak, Türkiye'de hazır giyim sektörünün çok sayıda oyuncunun yer aldığı, piyasaya giriş-çıkışın serbest olduğu, diğer bir deyişle ciddi anlamda giriş engelinin yer almadığı rekabetçi bir yapıya sahip olduğunu söylemek mümkündür.

140 I.3. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

I.3.1. Kanun'un 4. Maddesi Açısından Değerlendirme

Şikayetçi tarafından 4. maddenin ihlal edildiğine ilişkin olarak öne sürülen iddialar:

- Ürünlerin satış fiyatını oluşturmada temel unsurlardan olan mark-up'ın sürekli değiştirildiği ve bu suretle kar marjının tespit edildiği,
- Özlenir Giyim'in faaliyetlerinin zorlaştırılarak piyasa dışına çıkarılması için bazı siparişlerinin reddedildiği,
- Eşit hak, yükümlülük ve edimler için eşit durumdakilere "Store" ve/veya "Corner" olabilme konusunda farklı koşullar uygulandığı

150 şeklinde sıralanmıştır. Ayrıca, 6. maddenin ihlal edildiğine ilişkin olarak öne sürülen perakende satış fiyatının dikte ettirildiği iddiası 4. madde ile olan ilgisi nedeniyle bu bölümde kar marjının belirlendiği iddiasıyla birlikte değerlendirilmiştir.

I.3.1.1. Mark-Up'ın Değiştirilmesi Yoluyla Kar Marjının Belirlendiği ve Perakende Satış Fiyatının Dikte Ettirildiği İddiası

160 Dosya mevcudu bilgi ve belgelerde yer alan "Mark up" uygulamasının nasıl yapıldığına ilişkin olarak şikayetçiden alınan bilgilere göre, Levi's sisteminde en alt düzeyden başlayarak sırası ile "Corner", "LAD" (yetkili Levi's ürünleri satıcısı) ve "Store" statülerinin oluşturduğu 3 farklı kategorinin bulunduğu anlaşılmıştır. Bu statüler satış alanının büyüklüğü, konumu ve cirosu gibi unsurlar dikkate alınarak tanımlanmaktadır. Bunlardan "Corner"a (.....) "LAD"ye (...), ve "Store"a da (...) oranında "mark up" uygulanmaktadır. Bu çerçevede satış fiyatı 100 YTL+%8 KDV olan herhangi bir Levi's ürününün "Corner" olarak faaliyet gösteren bayiye maliyeti (...):(...)=.....'dir. Aynı ürünün "LAD" olarak faaliyet gösteren bayiye maliyeti (...):(...)=...YTL, "store" olarak faaliyet gösteren bayiye ise maliyeti (...):(...) =... YTL'dir.

170 "Mark up" uygulamasına ilişkin yukarıdaki açıklamalar, kar marjı olarak belirtilen rakamların Levi's İstanbul'un belli bir perakende satış fiyatı üzerinden bayisine yapacağı bir çeşit indirimle işaret ettiği, bu yönüyle bayinin kar marjından çok Levi's İstanbul'un bayisine bir Levi's ürününü kaçta satacağının belirlenmesi işlevine sahip olduğu görülmektedir. Diğer yandan Levi's İstanbul'un bir ürünü bayisine ne kadardan satacağını belirlemede kullandığı perakende satış fiyatının Levi's İstanbul tarafından bayilerine dikte ettirilmesi hali mevcut ise, perakende satış fiyatının belirlenmesinin yanında bayilerin kar marjı da Levi's İstanbul tarafından belirlenmiş olacaktır. Ancak bayiler Levi's ürünlerini müşterilerine hangi perakende satış fiyatı üzerinden satacakları konusunda özgürlüğe sahiptirler, ele alınan kar marjı uygulaması sadece Levi's İstanbul'un bayilerine yaptığı satışlarda kendi fiyatını belirlemede kullandığı bir yöntem niteliğinde olacak, bayinin kar marjını belirlemeyi içermeyecektir.

190 Levi's İstanbul'un bayilerine perakende satış fiyatını empoze edip etmediğine ilişkin olarak şikayetçi kendisine Levi's İstanbul tarafından gönderilen fiyat listelerini kanıt olarak sunmaktadır. Şikayetçi, 15.1.2007 tarihinden itibaren geçerli "Levi's Fiyat Listesi"nin, 17.1.2007 tarihinden itibaren geçerli Levi's İstanbul'un Docker's markalı ürünleri ile ilgili fiyat listesinin ve 5.1.2007 tarihinden itibaren geçerli indirimli perakende satış fiyatı listesinin, tüm perakende satış fiyatlarının Levi's İstanbul tarafından empoze edildiğinin açık göstergesi olduğunu belirtmektedir. Şikayetçi ayrıca Levi's İstanbul'un üst kademe yöneticilerinin muhtelif platformlarda çeşitli vesilelerle sözlü olarak perakende satış fiyatlarını empoze etme girişimlerini de tanıklar kanalıyla kanıtlayabileceklerini ifade etmektedir. Sonuç olarak şikayetçinin perakende satış fiyatının empoze edildiğine ilişkin iddialarını dayandırdığı yazılı deliller Levi's İstanbul'un gönderdiği fiyat listelerinden oluşmaktadır.

Birçok sektörde sağlayıcıların bayilerine yönelik fiyat listeleri yayınlamaları uygulamasıyla karşılaşılmaktadır. Sağlayıcının bayinin satış fiyatını gösteren fiyat listeleri yayınlaması tek başına 4054 sayılı Kanun'un ihlal edildiği anlamına gelmemektedir. Nitekim 2002/2 sayılı Tebliğ'de de belirtildiği üzere sağlayıcının satış

200 fiyatını tavsiye etmesi mümkündür. Önemli olan bu fiyatların tavsiye fiyat olma niteliğini aşmaması, bu çerçevede taraflardan herhangi birinin baskısı veya teşvik etmesi sonucunda sabit ya da asgari satış fiyatına dönüşmemesidir.

Levi's İstanbul ile Özlenir Giyim arasında 21.1.1998 tarihinde imzalanmış olan "Orijinal Levi's Mağazası Franchise Anlaşması"nın 5.2. maddesinde;

210 *"Bu anlaşma süresi içinde ve her Yaz Sezonu ve Kış Sezonu için, Franchise Alan'ın müşterilerine satış fiyatları "Franchise Alan" tarafından tespit edilecektir. Bununla birlikte Levi Strauss'un piyasa koşullarının değerlendirilmesi ve pazarlama politikasının belirlenmesi konularında uzmanlık bilgisine sahip olduğunu ve Levi Strauss'un Franchise Alan'a perakende satış fiyatları tavsiye edebileceğini, ancak bu tavsiyelere uyma konusunda Franchise Alan'ın bir yükümlülüğü olmayacağını kabul ederler."*

şeklinde bir düzenleme bulunmaktadır. Bu düzenleme ile, Levi's İstanbul'un yayınladığı perakende satış fiyatlarının tavsiye niteliğinde olduğu, "Franchise Alan"ın bu tavsiyelere uyma gibi bir yükümlülüğünün olmadığı ve kendi fiyatını kendisinin belirlemesinin esas olduğu "franchise" alan'ın bilgisine sunulmuş olmaktadır. Ayrıca Levi's İstanbul tarafından yukarıdaki sözleşmenin yapılması öncesinde bayiyeye gönderildiği anlaşılan 21.10.1997 tarihli yazıda:

220 *"Yeni sözleşmenin etkilerini anlamanıza yardımcı olmak amacıyla bazı temel koşulları hatırlatıyoruz: 1- Bugüne kadar olduğu gibi, kendi perakende fiyatlarınızı belirlemekte serbest olacaksınız..."*

ifadeleri yer almaktadır. Diğer yandan anılan sözleşmeye bu serbestiye ilişkin bir hüküm konularak tarafların hak ve yükümlülükleri çerçevesinde güvence altına alınması ve fiyatların tavsiye niteliğinde olduğunun belirtilmesiyle yetinilmeyip, sözleşmede "franchise" alanın tavsiye fiyatlara uyma gibi bir yükümlülüğünün olmadığına da açıkça belirtilmesinin, Levi's İstanbul'un Türkiye'de rekabet hukukunun gelişimi açısından erken sayılabilecek tarihlerde bile konuya olan duyarlılığını ortaya koyduğu kanaatine varılmıştır.

230 Ankara'da "Store" kategorisinde faaliyet gösteren yedi Levi's Mağazası bulunmaktadır. Söz konusu iddianın açıklığa kavuşturulması amacıyla, biri Ankuva Alışveriş Merkezi'nde, biri Ankamall Alışveriş Merkezi'nde, biri Armada Alışveriş Merkezi'nde, ikisi Atatürk Bulvarı'nda, biri Arcadium Alışveriş Merkezi'nde olmak üzere toplam altı Levi's mağazasına raportörlerce müşteri gibi gidilerek, seçilen üç farklı ürüne ilişkin fiyatlar alınmıştır. Bu ürünler Levi's 501 standart, klasik mavi kot pantolon, Levi's 570 standart, açık mavi, ince kumaş kot pantolon ve uzun kollu bir "sweatshirt"tür. Gidilen altı mağazadan beşinde Levi's 501 ve 570 için etiket fiyatları aynıdır ve sırasıyla 99 YTL, ve 119 YTL'dir. Bu fiyatlar Levi's İstanbul'un fiyat listesindeki söz konusu ürünlerin fiyatlarıyla aynıdır. Altıncı mağazada Levi's 501'in etiket fiyatı yine 99 YTL iken, Levi's 570'in etiket fiyatı 109 YTL'dir. Seçilen 240 "sweatshirt" iki mağazada bulunamamıştır. Kalan dört mağazanın üçünde bu ürünün etiket fiyatı 52 YTL iken, birinde 49 YTL'dir.

Gidilen mağazalarda ürünlerin fiyatları konuşulurken iki mağaza fiyatlarda indirim yapamayacağını, etiket fiyatı üzerinden taksit yapabileceğini ifade etmiştir. İki mağaza etiket fiyatı üzerinden nakit ya da kredi kartıyla tek çekime %10 indirim yapabileceğini, taksitli ödeme istenmesi halinde etiket fiyatının geçerli olduğunu belirtmiştir. Bir mağaza nakit, kredi kartına tek çekim ya da taksitli olmak üzere tüm ödeme biçimlerinde %10 indirim yapabileceğini ifade etmiştir. Diğer bir mağaza ise

250 (ki bu mağazanın 2 ürüne ilişkin etiket fiyatları diğer mağazalarinkinden farklıdır) nakit ödeme halinde %15, kredi kartına tek çekim ya da taksitli ödeme halinde %10 indirim yapabileceğini belirtmiştir.

Bu bilgiler çerçevesinde, tüketicinin nakit ödeme yapmayı talep etmesi halinde biri etiket fiyatı, biri etiket fiyatı üzerinden %10 indirim ve diğeri etiket fiyatı üzerinden %15 indirim olmak üzere toplam 3 farklı fiyat ortaya çıkmaktadır. Kredi kartına tek çekimle ödeme yapılmasının talep edilmesi halinde biri etiket fiyatı, biri aynı etiket fiyatları üzerinden %10 indirim ve diğeri Levi's 501 dışındaki¹ iki ürün için farklı etiket fiyatlarından yine %10 indirim olmak üzere toplam üç ayrı fiyat ortaya çıkmaktadır.

260 Müşterinin söz konusu ürünleri taksitli almayı tercih etmesi halinde ise kredi kartına tek çekim şeklindeki ödeme yönteminde olduğu gibi yine üç farklı fiyat² ortaya çıkmaktadır.

Tüketici, Ankara'daki altı Levi's mağazasına gittiğinde aynı ürün ve aynı ödeme yöntemi için farklı üç fiyatla (Levi's 501 için nakit ödeme halinde üç, kredi kartına tek çekim ve taksitli ödeme hallerinde iki farklı fiyatla) karşılaşmaktadır. Sonuç olarak, Levi's İstanbul'un perakende satış fiyatı tavsiyesinde bulunduğu, ancak bu fiyatların sabit veya asgari satış fiyatına dönüşmediği anlaşılmaktadır. Ayrıca, Levi's İstanbul'un eski tarihli sözleşmelerinde bile alıcılarının kendi satış fiyatlarını belirlemekte serbest olmaları konusunda gösterdiği duyarlılık, bu teşebbüsün konuya yaklaşımını ortaya koymasına bakımından önem taşımaktadır.

270

Şikayetçinin perakende satış fiyatlarına yönelik baskı ya da teşvik uygulandığına dair herhangi bir yazılı delil sunamamış olması ve araştırma yapılan mağazalarda birbirinden farklı fiyatların gözlenmesi hususları Levi's İstanbul'un fiyatlara yönelik yaklaşımı ile birlikte değerlendirildiğinde Levi's İstanbul'un yeniden satış fiyatını belirlemeye yönelik bir tutum içinde olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

1.3.1.2. Siparişlerin Karşılanmadığına ve Ayrımcılık Yapıldığına İlişkin İddialar

280 Şikayetçi, Özlenir Giyim'in faaliyetlerinin zorlaştırılarak piyasa dışına çıkarılması için bazı siparişlerin reddedildiğini, eşit hak, yükümlülük ve edimler için eşit durumda bulunan bayilere "Store" ve/veya "Corner" için farklı koşullar uygulandığını ve Özlenir Giyim'in kar marjının bu bağlamda düşürüldüğünü dile getirmektedir. Kanun'un 4. maddesi anlamında dışlayıcı ve ayrımcı uygulamalardan söz edebilmek için her iki kavram bakımından da olayda danişıklı bir ilişkinin (anlaşma, uyumlu eylem) ya da teşebbüs birliği kararının varlığı gereklidir.

290 Ortada, üçüncü bir teşebbüsün faaliyetini zorlaştırmayı ya da bu teşebbüsü dışlamayı amaçlayan bir anlaşma ya da karar olmadıkça bu tür uygulamalar ancak 6. madde çerçevesinde değerlendirilebilir. Bu nedenle anılan iddiaların 4. madde kapsamında bulunması mümkün olmadıklarından bahse konu iddialar 6. maddeye ilişkin değerlendirme başlığı altında incelenmiştir.

¹ Levi's 501'in etiket fiyatının tüm mağazalarda aynı olması nedeniyle, müşterinin kredi kartına tek çekimi tercih etmesi halinde Levi's 501 için sadece iki ayrı fiyat oluşmaktadır.

² Levi's 501 için yukarıdaki dipnotta yapılan açıklama burada da geçerlidir.

I.3.2. Kanun'un 6. Maddesi Açısından Değerlendirme

Şikayet dilekçesinde Kanun'un 6. maddesi kapsamında hakim durumun kötüye kullanılması halinin olduğu iddia edilmektedir. Bu iddialar:

- 300
- Özlenir Giyim'in piyasadaki faaliyetlerinin zorlaştırılması amacıyla mal sevkiyatının durdurulduğu (bazı siparişlerin reddedildiği),
 - Hiçbir uyarı yapılmaksızın Özlenir Giyim'in 18 yıldan beri faaliyet gösterdiği mahallin yanı başında Levi's tarafından mağaza açıldığı,
 - Verilmesi gereken danışma ve eğitim gibi hizmetlerde eşdeğerdeki dağıtım kanallarına yönelik farklı uygulamalara gidilerek ayrımcılık yapıldığı,

şeklinde sıralanmaktadır. Levi's'in şikayetçiye yakın yerde kendine ait bir mağaza açmış olması gerek dar anlamda Kanun ve gerekse de geniş anlamda Rekabet Hukuku çerçevesinde bir rekabet kısıtı oluşturmamakta, bu nedenle somut olayda Kanun kapsamında görülmemektedir.

310

6. madde kapsamına girebilme ihtimali bulunan diğer iki temel iddia ise; I) Bazı siparişlerin yerine getirilmemesi yoluyla "mal vermeyi reddetme", II) Eğitim hizmetlerinde ve mağaza statülerinde ve mark up uygulamalarında eşit davranılmaması şeklinde "ayrımcılık" yapıldığı iddiasıdır.

Herhangi bir teşebbüsün Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiğinden bahsedebilmek için iki temel unsurun bir arada bulunması gerekir.

- İnceleme konusu teşebbüs ilgili pazarda hakim durumda olmalıdır,
- Bu teşebbüsün eylemleri rekabet hukuku anlamında bir kötüye kullanma hali teşkil etmelidir.

320

Bu iki unsurdan birinin yokluğu halinde inceleme konusu teşebbüsün eylemleri hakim durumun kötüye kullanılması olarak nitelendirilemez. Eğer bir teşebbüsün eylemi kötüye kullanma oluşturmuyorsa, teşebbüsün hakim durumda olup olmamasından bağımsız olarak, eylem doğaldır ki 6. maddeyi ihlal etmeyecektir.

Şikayetçi tarafından Levi's İstanbul'un bazı siparişleri göndermediği dile getirilmektedir. Mal vermeyi reddetme uygulamasının bir kötüye kullanma hali teşkil edebilmesi için hangi unsurların gerektiği Rekabet Kurulu kararlarında ortaya konmuştur. Buna göre, ticari ilişkilerde sözleşme serbestisi ilke olarak geçerli olmakla birlikte, hakim durumda bulunan teşebbüsler için zorunlu unsur öğretisi çerçevesinde bu serbestinin sınırları bulunmaktadır. Hakim durumda bulunan bir teşebbüs, zorunlu unsur olarak kabul edilen mal/hizmetleri rasyonel bir gerekçe göstermeden müşterilerine vermeyi reddediyor ve bu reddediş sonucunda ilgili pazardaki rekabet ortamı zarar görüyor ise bu durumda hakim durumun kötüye kullanılması söz konusu olabilecektir.

330

Söz konusu dosyada ise, Levi's İstanbul'un mal vermeyi kestiğinden değil bazı siparişleri karşılamadığından bahsedilmektedir. Dosya mevcudu bilgi ve belgeden; Levi's İstanbul'un Özlenir Giyim ile çalışmaya devam etmek istediği fakat, mağaza statüsü ve mark-up uygulaması konusunda bir görüş ayrılığı olduğu görülmektedir. Diğer taraftan, 23 Ocak 2007 tarihinde Levi's İstanbul çalışanından şikayetçiye gönderilen e-mail mesajında ön sipariş sisteminden bahsedilmekte ve ön sipariş miktarı arttırıldığında bunun karşılanamayabileceği ifade edilmektedir. Tüm bu

340

açıklamalar çerçevesinde, tüm unsurlarıyla oluşmuş bir mal vermeyi reddetme uygulamasından bahsedilemeyeceği gibi, mal vermeyi reddetme unsurlarının olduğu varsayılsa dahi Levi's İstanbul'un mal vermeyi reddetmesinin haklı gerekçelere dayanmasının ihtimal dahilinde olduğu belirtilmelidir.

350 Farklı uygulamalara dayanan ayrımcılık iddiasının bir kötüye kullanma oluşturabilmesi bakımından ise muhatap teşebbüslerin konumları önem kazanmaktadır. Ayrımcılık yoluyla kötüye kullanma durumundan bahsedilebilmesi için aralarında ayrımcılık yapıldığı iddia edilen teşebbüslerin eşit konumlarda olmaları gerekmektedir. Yukarıda bölüm I.3.1.1'de de ifade edildiği gibi, Levi's İstanbul tarafından, değişik tipte ve standartlardaki mağazalar için farklı mark-up ve vade uygulanarak farklı satış koşulları getirildiği, şikayetçi tarafından da belirtildiği üzere bu mağaza tiplerinin mağazanın konumu, satış alanının büyüklüğü ve cirosu gibi objektif koşullar çerçevesinde belirlendiği anlaşılmaktadır. Belirlenmiş kriterlere uymak 360 koşuluyla kuracakları mağaza çeşitlerini tercih edebilme bakımından ilgili teşebbüslere özgürlük sağlandığı hususu, Levi's İstanbul yetkilileri tarafından şikayetçiye gönderilen 22 ve 23 Ocak 2007 tarihli e-mail mesajlarından anlaşılmaktadır. Yine 9 ve 10 Şubat 2007 tarihli mesajlardan eğitim toplantılarına katılım konusunda yaşanan sıkıntının bazı iletişimsizlik ve anlaşmazlıklardan doğmuş olduğu izlenimi edinilmektedir. Bu çerçevede, eşit durumdaki teşebbüsler karşısında ayrımcılık yapıldığının söylenmesi ve dolayısıyla bir kötüye kullanma durumunun bulunması mümkün değildir.

Diğer taraftan, 6. maddenin ihlali bakımından gerek şart olan "bir hakim durumun mevcudiyeti" dosya konusu bakımından ihtimal dışı görünmektedir. 11.3.2005 tarih ve 05-14/167-60 sayılı Kurul kararında Levi's İstanbul'un "jeans ve gündelik giyim ürünleri" olarak belirlenen ilgili ürün pazarındaki payının yaklaşık olarak %(...) seviyesinde olduğu, bununla birlikte tüketici nezdinde yüksek bir imaja sahip olan "Levi's" markasının belirlenen ilgili ürün pazarının bir alt pazarı durumunda olan "jeans" pazarında yaklaşık %(...) pazar payına sahip olduğu belirtilmiştir. Bu itibarla ilgili ürün pazarı Levi's markasının bilinirlik bakımından görece daha güçlü olduğu "jeans pazarı" olarak daraltılsa dahi bu pazar payı Levis'in hakim durumda olduğunun kabulü için yeterli değildir. Üstelik Levis'a benzer şekilde tanınırlık bakımından güçlü olan Mavi Jeans, Rodi, Wrangler, Lee, Lee Cooper, Diesel, Little Big, Loft, Leke gibi markalar da söz konusu alt pazarda faaliyette bulunmaktadır. Mavi Jeans'in %(...), 380 Leke'nin %(...), Rodi'nin %(...) pazar paylarına sahip oldukları yukarıda yer verilen karara konu dosyadan anlaşılmaktadır. Öte yandan, yukarıda sayılan markalara ek olarak LC Waikiki, Adidas, Nike, Collezione, Benetton gibi markaların da "jeans ve gündelik giyim ürünleri" pazarında bulunduğu bilinmektedir. Bu açıklamalar ışığında Levi's İstanbul tarafından Kanun'un 6. maddesinin ihlal edildiğine dair herhangi bir bilgi ve bulgunun mevcut olmadığı kanaatine varılmıştır.

Ayrıca, Levi's İstanbul ile Özlenir Giyim arasında 21.1.1998 tarihinde imzalanmış olan ve en fazla "5 Kış Sezonu" ve "5 Yaz Sezonu" olmak üzere toplamda 5 yıl süreli olduğu görülen "Orijinal Levi's Mağazası Franchise Anlaşması" şikayetçinin ileri sürdüğü Levi's İstanbul'un rekabeti sınırlayıcı karar/eylemleri ve hakim durumun kötüye kullanılması açısından herhangi bir rekabet ihlali içermemektedir. 390

J. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre, başvuru konusuna yönelik olarak, 4054 sayılı Kanun çerçevesinde önaraştırma yapılmasına ya da soruşturma açılmasına gerek olmadığına, şikayetin reddine OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.