

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : D3/1/Y.K.- 99/9 (Menfi Tespit/Muafiyet)
Karar Sayısı : 99-35/342-213
Karar Tarihi : 13.07.1999

A- TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Prof.Dr. Tamer MÜFTÜOĞLU

Üyeler : Dr. Kemal EROL (ikinci Başkan), M. Zeki UZUN, Sadık KUTLU, İsmet CANTÜRK, Nejdet KARACEHENNEM, Mustafa PARLAK, A.Ersan GÖKMEN, R. Müfit SONBAY, Murat GENCER

B- RAPORTÖRLER : Yüksel KAYA, Hakan SABUNCU

C- BAŞVURUDA BULUNAN: Erbak-Uludağ Meşrubat ve Gıda San. A.Ş.
Y. Yalova Yolu 3. Km. Bursa

D- TARAFLAR :- Erbak-Uludağ Meşrubat ve Gıda San. A.Ş.
Y. Yalova Yolu 3. Km. Bursa

- Ediboğlu Meşrubat ve Gıda Sanayi A.Ş.
Kuzeytepe mah. Erfeli Sok. Hatay

E- DOSYA KONUSU: Erbak-Uludağ Meşrubat ve Gıda San. A.Ş. (Erbak) ve Ediboğlu Meşrubat ve Gıda Sanayi A.Ş. (Ediboğlu) arasında imzalanan ve Ediboğlu A.Ş.'nin Erbak'ın sahip olduğu markalar adı altında sözleşme bölgesinde belirli mamullerin üretim ve dağıtımını üstlenmesine ilişkin sözleşmeye muafiyet belgesi verilmesi talebi.

F- DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına en son 04.03.1999 tarih ve 761 sayı ile giren başvuru üzerine, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 5 inci maddesi uyarınca düzenlenen 18.06.1999 tarih ve D3/1/Y.K.-99/9 sayılı Muafiyet Ön İnceleme Raporu 09.07.1999 tarih, REK.0.07.00.00/40 sayılı Başkanlık önergesi ile 99-35 sayılı Kurul gündemine alınarak karara bağlanmıştır.

G- RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: Erbak ve Ediboğlu arasında imzalanan marka kullanımına ilişkin sözleşmenin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 5 inci maddesinde bulunan şartları taşıması nedeniyle 5 yıl süreyle 4 üncü madde uygulamasından muaf tutulabileceği düşünülmektedir.

H- İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

1. İlgili Pazar

Ürün Pazarı: İlgili ürün pazarı, ticari içecek pazarının giderek daralan alt segmentlerinden olan alkolsüz içecekler segmenti dahilinde gazlı alkolsüz içecekler pazarıdır.

Coğrafi Pazar: Bildirim konusu anlaşmada, sözleşme bölgesi Hatay, Adana, İçel, Gaziantep, Kahramanmaraş, Şanlıurfa, Diyarbakır, Malatya, Elazığ, Adıyaman, Siirt, Mardin illeri ve bu illere bağlı ilçeler olarak tespit edilmiştir. İlgili pazarın sözleşme bölgesi ile sınırlı olarak değerlendirilmesi gerekmektedir.

2. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

Erbak ile Ediboğlu arasında imzalanan sözleşme, Erbak şirketinin tescilli markalarının Ediboğlu şirketine kullanılmasına yönelik lisans anlaşması (marka kullandırma lisans anlaşması) olarak değerlendirilmelidir.

Bildirim konusu anlaşma vasıtasıyla, Ediboğlu şirketi Erbak'ın sahibi olduğu üretim ve dağıtım sistemini sınırları belirlenmiş olan sözleşme bölgesi dahilinde kullanma hakkını elde etmektedir. Anılan hakların içeriği aşağıda verilmektedir:

- Erbak tarafından üretilen nihai mallardan gazoz, kola, portakal, tonik ve limon türlerindeki meşrubatların üretim teknikleri,
- Bu meşrubatların üretiminde kullanılan çeşitli hammaddelerin bileşim oranları,
- Erbak'ın sahip olduğu Uludağ Gazoz, Uludağ Portakal, Bixi Cola, Carlton Tonik, Carlton Limon adlı markalı ürünlerin özgün ambalaj şekilleri,
- Erbak tarafından oluşturulan dağıtım sistemleri ve dağıtım standartları.

Anlaşmaya göre, Ediboğlu söz konusu sisteme dahil malların üretimini yalnızca Antakya'da kurulu olan ve Erbak mamullerinin üretimine uygun teknik ve sıhhi yapıya sahip bulunan tesisinde yapacak, üretilen mamullere ilişkin olarak satın alacağı meşrubat konsantre miktarları için sözleşmenin 8 inci maddesinde belirtilen meblağda ödemede bulunacaktır. Sözleşmeye göre; Ediboğlu rakip malların üretimi ve/veya pazarlama, dağıtım ve satışı ile ilgili doğrudan veya dolaylı hiçbir faaliyette bulunamayacak, sözleşme bölgesi dışında depo kurma, şube açma gibi hiçbir aktif satış politikası izlemeyecektir. Erbak şirketi ise, sözleşme bölgesine doğrudan veya dolaylı olarak sözleşme konusu sisteme dahil malların satışını yaparak ya da üçüncü bir kişiye üretim lisansı vererek Ediboğlu'na rakip olmama yükümlülüğü altına girmektedir.

Üretilen malların satış fiyatları ve koşullarına Erbak'ın herhangi bir müdahalesi olmayacak, ancak uygulanacak satış fiyat ve koşullarının Erbak'ın oluşturmaya çalıştığı dağıtım ağına, ürünlerinin imajına, Erbak tarafından uygulanan genel politikalara zarar verici olmaması ve verilecek satış hedeflerine ulaşılması bakımından Erbak'ın Ediboğlu'na tavsiyelerde bulunması mümkün olacaktır.

Ediboğlu bu sözleşmenin yapılması nedeniyle veya sözleşmenin devamı sırasında öğrendiği ve Erbak'a ait üretim ve ticari sırları ifşa edemeyecek, bu yükümlölük sözleşmenin herhangi bir nedenle sona ermesi halinde dahi geçerliliğini yitirmeyecek ve Ediboğlu bu bilgileri sözleşmenin sona ermesinden sonra bile kendi lehine olarak kullanamayacaktır.

Ediboğlu, sözleşme konusu sisteme dahil olan Erbak'ın haklarının üçüncü kişilerce ihlal edilmesi halinde derhal Erbak'ı bundan haberdar edecek ve gerekirse acil yasal tedbirleri alacak veya alınmasına yardımcı olacaktır.

Sözleşme, 15.07.2008 tarihine kadar geçerliliğini devam ettirecek, bu sürenin sona ermesinden 6 ay önce taraflardan biri sözleşmeyi yenilemek istemediğini bildirmediği müddetçe 1 yıl daha uzatılmış sayılacaktır.

Bu lisans anlaşması vasıtasıyla Erbak, markasına sahip olduğu ürünleri sözleşme bölgesinde üretip dağıtma hakkından feragat etmekte, aynı zamanda sözleşme bölgesinde üçüncü bir teşebbüsle marka kullanımına ilişkin lisans anlaşması yapmama yükümlölüğü altına girmektedir. Bu şekilde, marka sahibi tarafından sadece tek bir teşebbüse belirli bir bölgede geçerli olacak şekilde verilen marka lisansı inhisari nitelik taşımaktadır. İnhisari nitelik taşıyan bu sözleşme vasıtasıyla Ediboğlu şirketi mutlak anlamda sözleşme bölgesinde belirli ürünlerin tek üreticisi ve dağıtıcısı olmaktadır. Buna ilave olarak, Ediboğlu'nun sözleşme bölgesi dışında aktif satış faaliyetinde bulunmaması yolundaki sınırlama da piyasanın kalan bölümlerinde ürünlerin başkaları veya marka lisansı veren tarafından üretim ve dağıtımına olanak sağlamakta, böylece lisans veren ile lisans alan ve lisans alabilecek üçüncü şahıslar buldukları bölge dahilinde aynı marka ürünün üreticilerinin rekabetinden masun bırakılmakta, yani marka içi rekabet sınırlanmaktadır. Bunlara ilave olarak, sözleşme konusu sisteme dahil mallarla rakip malların üretimi, pazarlama ve satışı ile ilgili herhangi bir faaliyette bulunulamayacağı şeklinde Ediboğlu'na yüklenilen yükümlölük, bu teşebbüsün ilgisini Erbak ürünlerinde yoğunlaştırarak gerekli çabayı göstermesi ve markalararası rekabette Erbak ürünlerinin rekabet gücünü artırmasına hizmet etme amacına yönelik olarak değerlendirilmelidir.

Her ne kadar, lisans anlaşması vasıtasıyla Ediboğlu'na tanınan ve sözleşme konusu ürünlerin anlaşma bölgesi içinde üçüncü kişilerce üretim ve dağıtımını engelleme yetkisi mutlak bölgesel korumayı çağrıştırsa veya bu etkilere yol açsa da, potansiyel olarak sözleşme bölgesi dışında üretilen Erbak ürünlerinin sözleşme bölgesi içine getirilmesi ve satışının yapılması mümkün olup, gerek Erbak gerekse de Ediboğlu'nun bu tür bir faaliyeti engelleme yetkisi bulunmamaktadır. Şöyle ki, hakkın tüketilmesi olarak bilinen ve 556 sayılı KHK tarafından da tanınan ilkeye göre, marka sahibi veya onun izni ile Türkiye'de satışa sunulmuş olan ürünlerle ilgili fiiller markadan doğan hakkın kapsamı dışında kalmakta, dolayısıyla markalı ürün üretilip satışı yapıldıktan sonra marka hakkına dayanılarak bu malların dağıtımını engellenememektedir. Bunun nedeni, pazara arz edilen ürün üzerinde markadan doğan hakların tüketilmiş olması, yani yitirilmiş olmasıdır. Bu şekilde, lisans alanın

farklı lisans bölgeleri arasındaki fiyat farklılığından yararlanmak isteyen üçüncü kişilerin rekabetine maruz kalma ihtimali her zaman söz konusudur.

Anılan marka lisansı anlaşması, 4054 sayılı Kanun'un 5 inci maddesinde yer alan kriterler açısından değerlendirilirse; Erbak-Uludağ gibi orta ölçekli bir işletmenin yurdun tümünde üretim ve dağıtım ağı kurması yerine lisans sözleşmeleri imzalayarak anılan faaliyetleri yaygınlaştırmasının daha rasyonel olacağı, bu şekilde tek başına yerine getirmekle başbaşa kalacağı faaliyetlerini yurdun daha sınırlı bir kesiminde daha iyi imkânlarla yerine getirerek, markasına sahip olduğu ürünlerin üretim ve dağıtımında yaygın bir ağa daha hızlı ulaşacağı ve ürünlerin üretim ve dağıtımında üzerindeki yükün azalacağı düşünülmektedir. Buna ilaveten, Erbak tarafından üretimde sağlanacak yenilik ve ilerlemeler hakkında Ediboğlu'nu haberdar etmesi, Ediboğlu'nun da teknolojik gelişmelere uymak zorunda bırakılması, üretimde sağlanan iyileştirmelerin yaygınlaşmasını temin etmek amacıyla hizmet eden bir faktördür.

Yine, tüketicinin Erbak tarafından üretilen ürünleri sözleşme bölgesinde daha kolay temin etme şansı ile birlikte tercih edebileceği ürün yelpazesinin artacağı, tüketici tercihlerinin Ediboğlu tarafından yerinde ve daha iyi tahlil edileceği, şikayetler karşısında gerekli önlemlerin etkin bir şekilde alınabileceği, böylelikle tüketicinin marka lisans anlaşmasından yarar sağlayacağı düşünülmektedir.

İlgili piyasanın önemli bölümünde rekabetin ortadan kalkması bir yana, Coca Cola, Pepsi gibi her bakımdan (marka imajı, finansal yapı, dağıtım ağının gelişmişliği vs.) oldukça güçlü rakiplerin varlığı yanında, üretim ve dağıtım ağına sağlanabilecek gelişmeler vasıtasıyla, anılan markalarla Erbak ürünleri arasında rekabetin artmasının söz konusu olacağı açıktır. Türkiye çapında önemli pazar paylarına sahip teşebbüslerin varlığı düşünüldüğünde, pazar payı itibarıyla oldukça küçük bir yere sahip Erbak şirketinin markaiçi rekabeti bir yere kadar ortadan kaldırması markalararası rekabette etkin bir yere sahip olması bakımından elzemdir. Nitekim, Erbak şirketinin tüm alkolsüz gazlı içecek satışının %....'inden daha azının gerçekleştiği ilgili coğrafi pazarda satılan alkolsüz gazlı içeceklerin yalnızca %....'ünü gerçekleştirmesi, incelenen işlemin markalararası rekabetin artırılması için gerekli olduğunu göstermektedir.

Nihayet, üretim ve dağıtımdaki iyileşme ve gelişmenin elde edilmesi için lisans alanın topraksal olarak korunması gerektiği, aksi takdirde lisans almaktan imtina etmesinin söz konusu olabileceği ve paralel ithalatın hakkın tüketilmesi ilkesi vasıtasıyla her zaman için imkân dahilinde olacağı göz önüne alındığında, ilgili pazarda özellikle markaiçi rekabetin zorunlu olandan fazla sınırlanmayacağı, markalararası rekabette ise artış olacağı düşünülmektedir.

Anılan anlaşma ile Erbak'ın Ediboğlu'na, uygulanan fiyat ve koşulların Erbak'ın ürünlerinin imajına ve uyguladığı dağıtım ağına zarar verici olmaması ve verilecek satış hedeflerine ulaşılmasını sağlamak amacıyla, tavsiyelerde bulunabilecek olması hükmü, Ediboğlu'nun satış fiyat ve koşullarında yapacağı değişiklikleri Erbak'a bildirmesi hükmü ile birlikte değerlendirildiğinde, uyumlu fiyat seviyelerinin tesisi

veya bu fiyat seviyelerine uyulmasının teminine yönelik teşebbüsler arasında düzenli fiyat değişimi gibi 4054 sayılı Kanun'un 4 üncü maddesine aykırı sonuçlar doğurma potansiyeli bulunan bir durumun ortaya çıkarabileceği izlenimine yol açsa da, Erbak'ın Ediboğlu'nun ürettiği ürünlerin satış fiyat ve koşullarına karışmayacağını taahhüt etmiş olması ve her iki şirketin ilgili pazarda güçlü rakipler karşısında sahip oldukları oldukça düşük pazar payları göz önüne alındığında, bu tür bir sınırlamanın rekabet üzerindeki etkisinin ihmal edilebilecek boyutta olduğu sonucuna varılmaktadır.

Sözleşmede yer alan; Ediboğlu'nun tesislerinde gerekli teknik standartlar, makina ve teçhizatların bulundurulması, Erbak tarafından bildirilen teknolojik yeniliklere uyma, ürünler için sadece belirli tipte ambalaj kullanılması, oluşturulacak dağıtım ağında kullanılacak araç gereç sayısı, bunların nitelikleri ve görünümlerinin Erbak tarafından belirtilen standartlara uygun olması, Erbak'ın Ediboğlu'nun tesislerinde, araç ve gereçlerinde denetim yapabileceği, Ediboğlu'nun üretilen her 10.000 litre mamulden 5 litrelik numuneyi kalite kontrol için Erbak'a göndermek zorunda olması, Ediboğlu'nun sözleşme bölgesi içinde reklam faaliyetinde bulunması, Erbak'ın haklarının üçüncü kişilerce ihlal edilmesi halinde Ediboğlu'nun Erbak'ı bundan haberdar etmesi gibi yükümlülükler, marka sahibinin lisans alan tarafından üretilen ürünlerin kalitesini ve belirli bir standardın tutturulmasını garanti etmeye yönelik ve rekabeti sınırlayıcı olmadığı düşünülen unsurlardır. Bu tür üretilen malın kalitesini garanti etmeye yönelik şartların varlığı, 556 sayılı KHK'nın 21 inci maddesinde de tanınmaktadır.

Üretimin belli bir seviyeye gelinceye kadar Ediboğlu'nun Erbak'tan nihai ürün satın alınması hükmü; anlaşmanın amacı, yani Ediboğlu'nun Erbak ürünlerinin üretimini ve dağıtımını yapması düşünüldüğünde, makul karşılanması gereken bir sınırlamadır. Çünkü, anılan sözleşme bölgesinde Ediboğlu, adeta Erbak'ın diğer bölgelerde sahip olduğu konuma getirilmektedir. Bu durumda, Erbak şirketinin üretip dağıtımını yaptığı tüm ürünlerin Ediboğlu tarafından yapılması ve bu amaçla Erbak'tan belirli ürünleri satın alınması normal karşılanmalıdır.

Anlaşmanın dağıtım boyutu düşünüldüğünde; getirilen sözleşme bölgesi dışında aktif satış faaliyetinde bulunmama sınırlaması, tekelden dağıtım anlaşmalarında muafiyet tanınan bir sınırlama olup, incelenen sözleşmede bulunması da, pasif satışlar engellenmediği sürece müsamaha gösterilebilecek bir sınırlama olarak değerlendirilmelidir. Nitekim, sözleşmede pasif satışların engellenmesine ilişkin her hangi bir hüküm bulunmamaktadır.

İ- SONUÇ

Yukarıda yer verilen tespit ve değerlendirmelerin ışığında; Erbak-Uludağ Meşrubat ve Gıda San. A.Ş. ve Ediboğlu Meşrubat ve Gıda Sanayi A.Ş. arasında imzalanan marka kullanımına ilişkin sözleşmenin 4054 sayılı Kanun'un 5 inci maddesinde bulunan şartları taşıması nedeniyle, 15.07.1998 tarihinden itibaren 5 (beş) yıl süreyle 4 üncü maddenin uygulanmasından muaf tutulmasına OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.