

## **REKABET KURULU KARARI**

**Dosya Sayısı** : D3/1/Ş.YA.-99/7 (Önaraştırma)

**Karar Sayısı** : 00-25/259-141

**Karar Tarihi** : 04.7.2000

### **A- TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

**Başkan** : Prof. Dr. M. Tamer MÜFTÜOĞLU

**Üyeler** : Dr.Kemal EROL, M. Zeki UZUN, Sadık KUTLU, İsmet CANTÜRK, Nejdet KARACEHENNEM, Mustafa PARLAK, A. Ersan GÖKMEN, R.Müfit SONBAY, Kubilay ATASAYAR, Murat GENCER

**B- RAPORTÖRLER:** Şahin YAVUZ, Bülent GÖKDEMİR

**C- ŞİKAYET EDEN:** Re'sen

İstanbul Perakendeci Bakkallar Odası  
Elvanzade Cami Sok. No:35 Unkapanı/İSTANBUL  
Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu  
Tunus Cad. No:4 06680 Bakanlıklar/ANKARA  
Türkiye Bakkallar ve Bayiler Federasyonu  
Talatpaşa Bulvarı No:136/10 Dört Yol/ANKARA

### **D- HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA YAPILANLAR**

- Fruko Meşrubat Pazarlama ve Tic. A.Ş.  
Nadide Sok. Mavipalas İşhanı No:1 K:5 Güngören/İSTANBUL
- Pepsi-Cola Servis ve Dağıtım A.Ş.  
Evren Mah. Gülbahar Cad. No:60 A1 Blok Güneşli/İSTANBUL

**E- DOSYA KONUSU:** Fruko Meşrubat Pazarlama ve Ticaret A.Ş. ve Pepsi- Cola Servis ve Dağıtım A.Ş.'nin yeniden satıcıları (bayiler) ve satış noktaları ile yaptıkları anlaşmaların 4054 sayılı Kanun'a aykırı olup olmadığı.

**F- İDDİALARIN ÖZETİ:** Pepsi-Cola Servis Dağıtım A.Ş. ve Fruko Meşrubat Pazarlama ve Tic. A.Ş. ile bu teşebbüslerin bayileri ve satış noktaları arasında akdedilen anlaşmaların 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesi kapsamında anlaşmalardan olduğu ve söz konusu teşebbüslerin bakkallara belirli fiyatın altında satmama koşulu ile mal verdikleri iddiaları bulunmaktadır.

**G- DOSYA EVRELERİ:** Gumpir Plaza Mehmet Üresin unvanlı firmanın şikayeti üzerine yapılan ilk inceleme sonucunda verilen 10.2.2000 tarih ve 00-6/53-25 sayılı Rekabet Kurulu kararında anılan şikayetçi firmanın şikayetinin reddine, ancak Pepsi-Cola Servis Dağıtım A.Ş.'nin bayileri ile yaptığı sözleşmelerin incelenmesine karar verilmiştir. Kurul'ca, re'sen alınan bu karar doğrultusunda gerek Pepsi-Cola Servis Dağıtım A.Ş., gerekse aynı grupta yer alan Fruko Meşrubat Pazarlama ve Ticaret A.Ş.'nin bayileri ile yaptıkları anlaşmalara yönelik olarak yapılan inceleme sonucunda Rekabet Kurulu'nun 23.5.2000 tarih ve 00-19/190-102 sayılı kararı ile her

iki teşebbüsün bayileri ile yaptıkları anlaşmalardaki yeniden satış fiyatının tesbitine yönelik değerlendirmeler doğrultusunda önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.

Bu arada, İstanbul Perakendeci Bakkallar Odası, Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu ve Türkiye Bakkallar ve Bayiler Federasyonu'nun şikayeti üzerine Fruko-Tamek Grubu hakkında yapılan önaraştırma sonucu, Rekabet Kurulu'nca verilen 27.6.2000 tarih ve 00-24/251-136 sayılı kararda üretici Fruko-Tamek Grubu'nun bakkallara yönelik fiyat empozeti iddiasının bu teşebbüsün bayileri ile yaptığı sözleşmeler için yapılan ve yukarıda sözü edilen önaraştırma kapsamında incelenmesine karar verilmiştir.

Sözü edilen kararlar doğrultusunda düzenlenen D3/1/Ş.YA.-00/3 sayılı Önaraştırma Raporu 29.06.2000 tarih ve REK.0.07.00.00/51 sayılı Başkanlık önergesi ile 00-25 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

**H- RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** Fruko Meşrubat Pazarlama ve Ticaret A.Ş. ile Pepsi-Cola Servis Dağıtım A.Ş.'nin yeniden satıcısı konumundaki bayileri ve satış noktaları arasında akdettikleri anlaşmaların 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında rekabeti sınırlayıcı nitelikte anlaşmalar olduğu, ayrıca, söz konusu anlaşmaların bir kısmının yeniden satış fiyatının tespitini öngörmesi, bir kısmının ise alım miktarı üzerinden süresiz yapılması dolayısıyla 1997/4 sayılı "Tek Elden Satın Alma Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği" kapsamı dışına çıktıkları, dolayısıyla bildirimde tabi anlaşmalardan olduğu ve bildirimde bulunulmadığından,

- 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin birinci fıkrasının (c) bendi gereğince, sağlayıcı teşebbüslere bayileri ve satış noktaları ile akdettikleri anlaşmalar bakımından bildirimde bulunmamaları dolayısıyla söz konusu iki tip anlaşma için ayrı ayrı idari para cezası verilmesi, ayrıca aynı maddenin üçüncü fıkrasında yer alan hüküm gereğince söz konusu anlaşmaların uygulandığı dönemde teşebbüslerin yönetim kurulunda görev alan şahıslara da her iki tip anlaşma için yukarıda öngörülen para cezasının yüzde onuna kadar ayrıca para cezası verilmesi gerektiği,
- Fruko Meşrubat Pazarlama ve Ticaret A.Ş.'nin yaptığı söz konusu anlaşmalardan, fiyat tespitine ilişkin hükümlerin ve anlaşma süresinin belirli alım miktarı şartına (kota) bağlanmasını düzenleyen hükmün çıkarılması ve bu durumun belirlenecek süre içerisinde Kurum'a tevsik edilmesi gerektiği,
- Pepsi-Cola Servis Dağıtım A.Ş.'nin yaptığı anlaşmaların 1. maddesinde yer alan "Cari Fiyat Listesi" tanımı ile birlikte 7. ve 17. maddelerinde yer alan ve yeniden satış fiyatının sağlayıcı tarafından tespit edilmesini öngören hükümlerin kaldırılması ya da yeniden satıcıya kendi satış fiyatını belirleme serbestisi sağlayacak şekilde yeniden düzenlenmesi, ayrıca anlaşma süresini belirli bir ürün alımı miktarı şartına (kota) bağlanmasını düzenleyen "süre" başlıklı hükmün yalnızca yıl bazında düzenlenmesi ve söz konusu değişikliklerin yapıldığının Kurum'a tevsik edilmesi gerektiği,
- Ayrıca yapılacak yeni anlaşmalar bakımından rekabeti kısıtlayıcı diğer şartların 1997/4 sayılı Tebliğ'in kapsamını aşmayacak şekilde düzenlenmesi ya da aksi durumda süresi içinde bireysel muafiyet başvuru yapılması gerektiği,

mezkur değişiklikler yapılarak Kurum'a tevsik edilmesi halinde, söz konusu anlaşmaların rekabeti kısıtlayıcı hükümlerinin piyasadaki rekabet üzerinde önemli etkiler göstermemesi nedeniyle, şu ana kadar uygulanmış olmasından dolayı oluşmuş rekabet ihlalleri bakımından bir soruşturma açılmasına gerek olmadığı düşünülmektedir.

## **İ- İNCELEME VE DEĞERLENDİRME**

### **I.1.Taraflar**

#### **I.1.1.Fruko Meşrubat Pazarlama ve Ticaret A.Ş.**

Fruko Meşrubat Pazarlama ve Ticaret A.Ş., Fruko Meşrubat Sanayi A.Ş. tarafından üretilen meşrubat ürünlerinin dağıtımını gerçekleştirmektedir. Dağıtım faaliyeti, doğrudan ve dolaylı kanallar olarak tanımlanan aracı teşebbüsler kullanılmak suretiyle yerine getirilmektedir. Doğrudan dağıtım kanalları; İstanbul ve Marmara Bölgesi'nde Anadolu ve Rumeli Direkt Dağıtım Direktörlüğü, Anadolu genelinde ise İzmir, Antalya, Adana, Mersin ve Ankara Direkt Dağıtım Satış Müdürlükleri şeklinde örgütlenmiştir. Uluslararası zincir marketler ve uluslararası büyük mağazalar olarak ifade edilen büyük ölçekli satış noktalarına mal sağlanması da doğrudan satışlar yoluyla yapılmaktadır.

Dolaylı dağıtım kanalları ise 426 bayiden oluşan dağıtım ağıdır.

Fruko Meşrubat Pazarlama ve Ticaret A.Ş.'nin hisselerinin %99,999'u Fruko Meşrubat Sanayi A.Ş.'ye ait olup, bu şirketin de hisselerinin % 73.47'si Tamek Holding A.Ş.'ye, % 22.03'ü Pepsi Co. Investments'e aittir.

Fruko Meşrubat ve Ticaret Pazarlama A.Ş.'nin yönetim kurulu üyeleri Melih Sipahioğlu, M. Asım Şengör, Robert H.Murphy, İlhan Köseoğlu, Haluk Taşlıklioğlu, Selda Gocay'dır.

#### **I.1.2. Pepsi-Cola Servis Dağıtım A.Ş.**

1992 yılında "dispens" olarak adlandırılan tanklı ürünlerin dağıtımını gerçekleştirmek amacıyla kurulan Pepsi-Cola Servis ve Dağıtım A.Ş.'nin hisselerinin %50'si Seven-Up Netherland B.V.'ye, % 46'sı Tamek Holding A.Ş.'ye aittir.

Pepsi-Cola Servis ve Dağıtım A.Ş.'nin yönetim kurulu üyeleri ise İlhan Köseoğlu, Albert Ange Manzone, Nejat Selkan, Ünal Binerer, Ahmet Levent Yüksel, Hüseyin İnan'dır.

Tamek Holding A.Ş. ile Seven-Up Netherland B.V.'nin ortak girişim şirketi olan Pepsi-Cola Servis ve Dağıtım A.Ş., "Pre-mix" ya da "post-mix" olarak adlandırılan, şişeli ve kutulu ürünler haricinde tank bazında pazarlanan ürünleri piyasaya sunmaktadır.

Pepsi-Cola Servis ve Dağıtım A.Ş., Türkiye genelinde 11 bölgede ve 600 satış noktasında Fruko Meşrubat Sanayi A.Ş. tarafından üretilen ürünlerin tanklı satışını gerçekleştirmektedir. Bu bölgeler; İstanbul'un Avrupa ve Anadolu yakası, Ankara, İzmir, Bursa, Kuşadası, Bodrum, Marmaris, Antalya, Adana ve Manavgat bölgeleridir. Bunların dışındaki bölgelerde talebin düşük olması nedeniyle dağıtım yapılmadığı anlaşılmıştır.

*Dispens* olarak adlandırılan tanklı ürünlerin, *pre-mix* ve *post-mix* olmak üzere iki çeşidi bulunmaktadır. *Pre-mix* makinalar 20 lt. hacimli tanklarla uyumlu musluklu cihazlar olup, daha çok *fast-food* türü ürün satılan yerlerde tercih edilmektedir. *Post-mix* cihazları, nitelikleri gereği eş zamanlı olarak çok sayıda bardağı doldurabildikleri için daha çok oteller tarafından tercih edilmektedir.

## **I.2. İlgili Pazar**

**İlgili Ürün Pazarı:** Belirli bir ürün ve onunla yüksek ikame edilebilirliği olan diğer mallardan oluşan pazardır. Bir malın diğer malla aynı pazarda sayılabilmesi için bu iki ürünün tüketici gözünde nitelikleri, kullanım amaçları ve fiyatları bakımından benzer olması gerekmektedir. Bu ölçütlerden hareketle ilgili ürün pazarı *alkolsüz gazlı içecekler pazarı* olarak belirlenmiştir.

**İlgili Coğrafi Pazar:** Fruko Meşrubat Pazarlama ve Ticaret A.Ş., ilgili ürünün dağıtım hizmetini tüm Türkiye çapında gerçekleştirmektedir. Diğer taraftan Pepsi-Cola Servis Dağıtım A.Ş., faaliyetini ağırlıklı olarak güneyde yer alan belli bölgelerde yoğunlaştırmıştır. Ancak tanklı içeceklerin farklı bir ürün pazarı olarak değerlendirilmesinin olanaklı olmaması nedeniyle ilgili coğrafi pazar, Türkiye Cumhuriyeti sınırları olarak tesbit edilmiştir.

## **I.3. Değerlendirme**

### **I. 3.1. Fruko Meşrubat Pazarlama ve Ticaret A.Ş. İle İlgili Değerlendirme**

Fruko Meşrubat Pazarlama ve Ticaret A.Ş.'nin dağıtım sistemine ilişkin olarak dolaylı dağıtımı gerçekleştiren bayilerle, bayilik bölgelerinde çalışan satış noktalarıyla, büyük zincir marketlerle akdettiği anlaşmaların iki tip olarak düzenlendiği görülmektedir.

Söz konusu anlaşmaların, bir ürünün (meşrubat) üretiminden nihai tüketiciye ulaşıncaya kadar geçtiği aşamaları birbiriyle birleştiren nitelikte olması yönüyle dikey anlaşma olduğu tesbit edilmiştir. Bahse konu anlaşmalar, belirlenmiş malları yalnızca diğer taraftan alma ve rakip malları satmama yükümlülüğünü içermesi dolayısıyla, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında anlaşmalardandır.

Söz konusu anlaşmalar, yeniden satıcılar üzerine satışa konu ürünleri yalnız Fruko Meşrubat Pazarlama ve Ticaret A.Ş.'den alma yükümlülüğü getirmekle birlikte, herhangi bir şekilde topraksal koruma sağlamaması unsuru göz önüne alındığında tek elden satın alma anlaşmaları niteliğindedir. Bu nedenle anlaşmalar 1997/4 sayılı "Tek Elden Satın Alma Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği" kapsamında incelenmişlerdir. Bayilik anlaşmalarının 2. ve 4. maddelerinin sağlayıcıya azami fiyat tespiti yetkisi veren, bayiye de kendi satış bölgesinde satış yapan perakendecilerin tespit edilen azami fiyata uymalarını sağlama yükümlülüğü getiren hükümler içermesi ve ayrıca, satış noktaları ile zincir ve büyük marketlerle akdedilen anlaşmaların bir kısmının ise, anlaşma süresinin belirsiz olmasına yol açan belli miktarda ürünün satın alınması (kota) üzerinden yapılması nedeniyle söz konusu anlaşmalar, 1997/4 sayılı Tebliğ kapsamı dışına çıkmaktadır.

Dolayısıyla, gerek bayilik anlaşmaları, gerekse satış noktası, zincir ve büyük marketlerle yapılan anlaşmalar bildirim tabii anlaşmalardır. Ancak, söz konusu anlaşmalarla ilgili olarak herhangi bir başvuru yapılmamıştır.

Azami fiyat tespiti, uygulamada çoğunlukla yeniden satıcının anlaşma konusu malların fiyatlarını sağlayıcının karını azami yapan seviyenin üzerinde belirlenmesini önlemek amacıyla getirilmektedir. Dikey fiyat tespiti içeren anlaşmaların yasaklanması uygulaması genellikle, asgari fiyat yanında azami fiyat tespitini de kapsamakla birlikte söz konusu iki uygulamanın (asgari fiyat ve azami fiyat) etkileri ve getirilme amaçları birbirinden farklılaşmaktadır. Azami fiyat tespiti sağlayıcıların, dağıtıcılar arası kartel oluşumuna müdahale edebilmesinde ya da bölgesel monopol gücüne sahip yeniden satıcıların fiyatlandırma gücüne kısıtlama getirebilmesinde bir araç olarak kullanılabilir. Özellikle dosya konusunda olduğu gibi pazarın, dünya geneline paralel olarak ülkemizde de esas itibarıyla güçlü bir konumda bulunan Coca-Cola teşebbüsü ile onun takipçisi Pepsi-Cola teşebbüsünün faaliyet gösterdiği, dar oligopol (duopol) şeklinde yoğunlaşmış bir piyasa yapısı niteliğinde olması, üretici ve dağıtıcıların kendi maliyetleri üzerine ayrı ayrı mark-up fiyatı uygulaması yapmalarını gündeme getirmektedir. Bu noktada, dikey yapı içerisinde üretici ve dağıtıcıların birbirlerini dikkate almadan yapmış oldukları bu uygulama sonucunda ortaya çıkan fiyat, her iki grup teşebbüsün de ortak karlarını azami kılacak seviyenin üzerinde belirlenmiş olabilecektir.

Dosya mevcudu bilgi ve belgeden ve yapılan yerinde inceleme ve pazar araştırmalarından, azami fiyat tespiti uygulaması olmasa da, bayilerin rekabetçi fiyatlardan uzak yüksek fiyatla ürün satmaları mümkün görünmemektedir. Şöyle ki, büyük ölçekli marketler (süpermarket, grossmarket, hipermarket vb.), alım güçlerinin ve kapasitelerinin yüksek olması nedeniyle genelde hemen tüm ürünleri, özelde alkolsüz gazlı içecek ve türev ürünleri bayilere ve diğer satış birimlerine oranla oldukça yüksek iskontolarla satın alabilmekte ve sağlayıcı tarafından öngörülen rekabet sınırlamalarına maruz kalmamaktadırlar. Bu nedenle, satış fiyatları da diğer satış noktalarının ve hatta bayilerin satış fiyatlarının altında kalmaktadır. Diğer yandan, alkolsüz gazlı içecekler sürekli tüketilen stok devir hızı yüksek ürünlerdendir. Bu özelliğinden dolayı kendisi ile birlikte sunulan ürünlerin satışına da olumlu etkide bulunmaktadır. Bu nedenle, toptan veya perakende gıda maddeleri ticareti yapan teşebbüsler lokomotif niteliği dolayısıyla alkolsüz gazlı içecek ürünlerinin satışına önem vermekte, sık sık kampanyalar düzenleyerek söz konusu ürünleri indirimli fiyatlarla satmaktadırlar. Özellikle yüksek çeşitte ürün sunumunda bulunan büyük ölçekli marketler, bazı dönemlerde kendi karlarından ödün vererek, zaten diğer satış birimlerine oranla daha düşük fiyatla satmakta olduğu ürünleri, maliyetine ya da çok düşük seviyede kar oranı ile satmaktadırlar. Bu durumda satış noktaları doğal olarak, söz konusu ürünleri bayilerden satın almak yerine çok daha düşük fiyatla bu tür yerlerden satın almayı tercih etmektedir. Bu koşullar altında bayilerin ilgili ürünü yüksek fiyatla ya da sağlayıcının tespit edeceği fiyat doğrultusunda satabilmesi olanaklı görünmemektedir.

Anlaşmalarla ilgili diğer bir rekabet ihlali ise, tek elden satın alma anlaşmaları olarak düzenlenen satış noktası anlaşmalarının bir kısmının, belli miktarda ürün alımı (kota) üzerinden düzenlenmesi dolayısıyla süresinin belirsiz niteliğe sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Uygulamanın daha çok küçük ölçekli teşebbüsler açısından söz konusu olduğu ve bütün anlaşmaları kapsamadığı dosya mevcudu bilgi ve belgeden tesbit edilmiştir.

Bu itibarla, Pepsi-Cola ürünlerinin üreticisi Fruko Meşrubat Sanayii A.Ş.'nin pazar lideri Coca-Cola teşebbüsü karşısında pazardaki durumu da göz önüne alındığında, bayilik anlaşmalarında azami fiyat tespitini öngörmüş olması, satış noktası anlaşmalarında ise anlaşma süresini ürün miktarı üzerinden belirlemesi, rekabetin önemli ölçüde sınırlandırılması sonucuna yol açmamaktadır. Ancak, bayilik anlaşmalarında yer alan fiyat tespitine ilişkin hükümlerin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine aykırılık teşkil etmesi nedeniyle sözleşme metninden çıkarılması ya da yeniden satıcıya kendi satış fiyatını belirleme serbestisi sağlayacak şekilde yeniden düzenlenmesi gerekmektedir.

### **I.3.2. Pepsi-Cola Servis ve Dağıtım A.Ş. İle İlgili Değerlendirme**

Pepsi-Cola Servis ve Dağıtım A.Ş. ile satış noktası olarak adlandırılan yeniden satıcıları arasında akdedilen anlaşmalar, nitelikleri itibarıyla yeniden satıcılar üzerine satışa konu ürünleri yalnız Pepsi-Cola Servis ve Dağıtım A.Ş.'den veya Pepsi Grubu'ndan alma yükümlülüğü getirmekle birlikte, herhangi bir şekilde topraksal koruma sağlamaması unsuru göz önüne alındığında tek elden satın alma anlaşmaları niteliğine sahip görünmektedir. Ancak, nitelikleri gereği Fruko Meşrubat Pazarlama ve Ticaret A.Ş. ile yeniden satıcıları arasında yapılan anlaşmalardan farklılaşmaktadır. Rekabet kısıtlaması bakımından en önemli fark, şişeli ve kutulu ürünlerin pazarlanması ile iştigal eden Fruko Meşrubat Pazarlama ve Ticaret A.Ş. ile yeniden satıcıları arasında yapılan anlaşmalar, azami yeniden satış fiyatını öngörürken, Pepsi-Cola Servis ve Dağıtım A.Ş. ile satış noktaları arasında akdedilen anlaşmaların yeniden satış fiyatının sabit olarak belirlenmesini öngörmesi yönüyle ortaya çıkmaktadır.

Pepsi-Cola Servis ve Dağıtım A.Ş. ile yeniden satıcıları arasında akdedilen anlaşmaların "Genel Şartlar"ı içeren bölümünün;

- "Tanımlar" başlıklı 1. maddesinde "Cari Fiyat Listesi", "*Pepsi'nin satış ve dağıtımını yaptığı ürünlerin perakende satış fiyatlarını gösterir ve zaman zaman herhangi bir ihbara gerek kalmaksızın Pepsi'nin tek taraflı irade beyanı ile değiştirilebilen liste*" şeklindeki tanımlamaya,

-7. maddesinde "Cari Fiyat Listesi" başlığı altında, "*Pepsi zaman zaman yaptığı fiyat ayarlamalarını da içeren cari fiyat listesini müşteriye en kısa zamanda fakat her halükarda sipariş vermeden önce ulaştıracaktır.*" hükmüne,

- 17. maddesinde de "Fiyatlar" başlığı altında, "*Müşteri, Pepsi tarafından tespit edilen fiyat politikasına aynen uymayı kabul ve taahhüt eder. Pepsi, ürünlerin mevcut fiyat listesindeki fiyatlarını tek taraflı beyanı ile herhangi bir ön bildirimde bulunma zorunluluğu olmadan değiştirebilir.*" ifadelerine

yer verilmiştir.

Teşebbüsler arası anlaşmalar yoluyla yeniden satış fiyatının belirlenmesi, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında yasaklanan bir fiil olup, "1997/4 sayılı Tek Elden Satın Alma Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği" bakımından izin verilen sınırlamalar kapsamında bulunmamaktadır.

Söz konusu anlaşmalarda "Süre" başlığı altında; "*İşbu sözleşmenin süresi tarafların akdi imzaları ile yürürlüğe koydukları ve sözleşmenin başlangıcından*

*belirtilen tarihten başlayarak .....yıl/kotalı dır.”* denilmektedir. Büyük ölçekli satış noktaları ve zincir marketler için yıl, küçük ölçekli satış noktaları bakımından kota bazında düzenlenen bu hüküm, tek elden satın alma anlaşmasının belirsiz süreli (süresiz) olmasına neden olmaktadır. 1997/4 sayılı Tebliğ’in “Grup Muafiyeti Kapsamı Dışında Kalan Koşullar ve Yükümlülükler” başlıklı 4. maddesinin (d) bendinde ise; anlaşmanın, belirsiz bir süre için veya beş yıldan daha uzun bir süre için akdedilmesi halinde grup muafiyeti kapsamı dışına çıkacağı belirtilmiştir.

Tek elden satın alma anlaşması niteliğinde olan söz konusu anlaşmalar; sağlayıcıya yeniden satış fiyatı tespiti yetkisi vermesi, ayrıca satış noktaları ile zincir ve büyük marketlerle akdedilen anlaşmaların bir kısmının süresinin belirsiz olmasına yol açan belli miktarda ürünün satın alınması (kota) olarak belirlenmesi, dolayısıyla belirsiz süreli anlaşmalar olması nedeniyle ilgili grup muafiyeti tebliği kapsamı dışına çıkmaktadır. Sağlayıcı teşebbüs Pepsi-Cola Servis ve Dağıtım A.Ş. tarafından söz konusu anlaşmalar ile ilgili olarak bireysel muafiyet talebiyle de herhangi bir bildirim yapılmamıştır.

Söz konusu anlaşmaların, diğer anlaşma gruplarına paralel olarak, ilgili pazar koşulları dikkate alındığında Pepsi Cola’nın, en büyük rakibi ve pazarın lideri konumunda bulunan Coca-Cola teşebbüsü karşısında bağımsız hareket ederek ya da yapmış olduğu dağıtım anlaşmalarının yeniden satış fiyatı tespitini içermesi ve anlaşma süresinin ürün miktarı üzerinden yapılması yoluyla pazardaki rekabeti önemli ölçüde kısıtlamasının güç olduğu görünmektedir. Hal böyle olmasa bile, söz konusu ürünlerinin çoğunlukla başka ürünlerle birlikte tüketiciye sunulduğu düşünüldüğünde, lokanta, fast-food, zincir marketler, oteller vb. yerler bakımından ayrı ayrı yeniden satış fiyatı belirlenmesi fiilen mümkün değildir. Sağlayıcı ve satış noktaları ile yapılan görüşmelerde de, sağlayıcı teşebbüsün yeniden satış fiyatlarına müdahale etmediği ve etmesinin de mümkün olmadığı dile getirilmiştir. Ancak, anlaşmaların 1, 7 ve 17. maddelerinde yer alan fiyat tespitine ilişkin hükümlerin 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesine aykırılık teşkil etmesi nedeniyle sözleşme metninden çıkarılması ya da yeniden satıcıya kendi satış fiyatını belirleme serbestisi sağlayacak şekilde yeniden düzenlenmesi gerekmektedir.

## **J- SONUÇ**

Yukarıda yer verilen bilgiler çerçevesinde;

### **A) Fruko Meşrubat Pazarlama ve Ticaret A.Ş. ile ilgili olarak;**

1- Fruko Meşrubat Pazarlama ve Ticaret A.Ş. ile yeniden satıcıları arasında akdedilen anlaşmaların, 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesi kapsamında rekabeti sınırlayıcı nitelikte anlaşmalar olması nedeniyle 1997/4 sayılı Tebliğ ile sağlanan grup muafiyeti kapsamı dışında kaldıklarına, dolayısıyla bildirim tâbi olduklarına;

2- Bayileri ve satış noktaları ile akdedilen bu anlaşmalar için, bildirim tâbi olmalarına karşın Kurul’a bildirimde bulunulmaması nedeniyle, sağlayıcı teşebbüs Fruko Meşrubat Pazarlama ve Ticaret A.Ş.’ye, söz konusu her iki tip anlaşma için ayrı ayrı olmak üzere Kanun’un 16. Maddesinin birinci fıkrasının (c) bendi ve karar tarihi olan 2000 yılında geçerli para cezası miktarlarını düzenleyen 2000/1 sayılı Tebliğ uyarınca 608.400.000 TL idari para cezası verilmesine;

3- Aynı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca ayrıca, adigeçen teşebbüsün yönetim kurulunda söz konusu anlaşmaların uygulandığı dönemde görev alan Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Melih Sipahioğlu'na, Yönetim Kurulu Başkan Vekili Mehmet Asım Şengör'e, Murahhas Aza Robert Hunter Murphy'e ve yönetim kurulu üyeleri İlhan Köseoğlu, Haluk Taşlıkılıoğlu ile Selda Gocay'a ayrı ayrı ve her iki tip anlaşma için olmak üzere, yukarıda öngörülen para cezasının yüzde beşi oranında 30.420.000 TL. para cezası verilmesine;

4- a) Söz konusu anlaşmalardan fiyat tespitine ilişkin hükümlerin ve anlaşma süresinin belirli alım miktarı şartına (kota) bağlanmasını düzenleyen hükmün çıkarılması ya da yeniden satıcıya kendi satış fiyatını belirleme serbestisi sağlayacak şekilde yeniden düzenlenmesi, ayrıca anlaşma süresini belirli bir ürün alımı miktarı şartına (kota) bağlayan "süre" başlıklı hükmün yalnızca yıl bazında düzenlenmesi halinde, bu anlaşmaların 1997/4 sayılı Tebliğ kapsamında grup muafiyetinden yararlanabileceğine;

b) Öngörülen bu uyarlamaların yerine getirilmesi için, kararın tebliğinden itibaren 45 gün süre verilmesine ve bu süre içinde aykırılığın giderildiğinin Kurum'a tevsik edilmesine, aksi takdirde anlaşmaların Kanun'un 56. maddesi uyarınca geçersiz sayılacağına, öngörülen düzeltmeler yapılmadan uygulamaya devam edilmesi halinde haklarında soruşturma açılacağına ve 16. ve 17. maddeler uyarınca işlem yapılacağına ilgili taraflara bildirilmesine;

#### **B) Pepsi-Cola Servis Dağıtım A.Ş. ile ilgili olarak;**

1- Pepsi-Cola Servis Dağıtım A.Ş. ile yeniden satıcısı konumundaki satış noktaları arasında akdedilen anlaşmaların 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında rekabeti sınırlayıcı nitelikte anlaşmalar olmaları nedeniyle 1997/4 sayılı "Tek Elden Satın Alma Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği" ile sağlanan grup muafiyeti kapsamı dışında kaldıklarına, dolayısıyla bildirim tabi olduklarına;

2- Satış noktaları ile akdedilen bu anlaşmalar için, bildirim tabi olmalarına karşın Kurul'a bildirimde bulunulmaması nedeniyle, sağlayıcı teşebbüs Pepsi-Cola Servis ve Dağıtım A.Ş.'ye, satış noktaları ile akdettiği bu anlaşmalar için 4054 sayılı Kanun'un "Para Cezaları" başlıklı 16. maddesinin birinci fıkrasının (c) bendi gereğince ve karar tarihi olan 2000 yılında geçerli para cezası miktarlarını düzenleyen 2000/1 sayılı Tebliğ uyarınca 608.400.000 TL. idari para cezası verilmesine;

3- Ayrıca, aynı maddenin üçüncü fıkrası uyarınca söz konusu anlaşmaların uygulandığı dönemde teşebbüsün yönetim kurulunda görev alan Yönetim Kurulu Başkanı İlhan Köseoğlu'na, Yönetim Kurulu Başkan Vekili Albert Ange Manzone'a ve yönetim kurulu üyeleri Nejat Selkan, Ünal Binerer, Ahmet Levent Yüksel ile Hüseyin İnan'a ayrı ayrı olmak üzere, yukarıda öngörülen para cezasının yüzde beşi oranında 30.420.000 TL para cezası verilmesine;

4- a) Anlaşmaların 1. maddesinde yer alan "Cari Fiyat Listesi" tanımı ile birlikte 7 ve 17. maddelerinde yer alan ve yeniden satış fiyatının sağlayıcı tarafından tespit edilmesini öngören hükümlerin kaldırılması ya da yeniden satıcıya kendi satış fiyatını belirleme serbestisi sağlayacak şekilde yeniden düzenlenmesi, ayrıca anlaşma süresini belirli bir ürün alımı miktarı şartına (kota) bağlayan "süre" başlıklı hükmün



yalnızca yıl bazında düzenlenmesi halinde, bu anlaşmaların 1997/4 sayılı Tebliğ kapsamında grup muafiyetinden yararlanabileceğine;

b) Öngörülen bu uyarlamaların yerine getirilmesi için, kararın tebliğinden itibaren 45 gün süre verilmesine ve bu süre içinde aykırılığın giderildiğinin Kurum'a tevsik edilmesine, aksi takdirde anlaşmaların Kanun'un 56. maddesi uyarınca geçersiz sayılacağına, öngörülen düzeltmeler yapılmadan uygulamaya devam edilmesi halinde haklarında soruşturma açılacağına ve 16. ve 17. maddeler uyarınca işlem yapılacağına ilgili taraflara bildirilmesine;

OY ÇOKLUĞU ile karar verilmiştir.

### **KARŞI OY GEREKÇESİ**

İnceleme konusu sözleşmelerde, grup muafiyeti kapsamında olmayan ve Kanun'un 4. maddesine aykırılık teşkil eden yasaklamaların bulunması ve bu sözleşmelerin yasal süresi içerisinde bildirilmemeleri karşısında anılan ihlal içerikli hükümlerin sözleşmeden çıkarılmasının istenmesi ve bildirimde bulunmama cezasının uygulanması ile yetinilmesi yerinde olmadığından fiyat tespiti gibi açık ihlal içeren hükümler ihtiva eden ve bildirimde bulunulmadan uygulanan sözleşmeler nedeniyle sağlayıcı firmalar hakkında soruşturma açılması gerektiği düşüncesiyle Rekabet Kurulu'nun 4.7.2000 tarih ve 00-25/259-141 sayılı kararında sayın çoğunluğun görüşüne katılmıyoruz.

Ersan GÖKMEN  
Kurul Üyesi

R. Müfit SONBAY  
Kurul Üyesi

Murat GENCER  
Kurul Üyesi