

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2023-4-018
Karar Sayısı : 25-45/1129-633
Karar Tarihi : 04.12.2025

(Muafiyet)

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Birol KÜLE
Üyeler : Ahmet ALGAN (İkinci Başkan), Şükran KODALAK,
Hasan Hüseyin ÜNLÜ, Rıdvan DURAN, Ayşe USLU CEVLEK

B. RAPORTÖRLER: Bilge YILMAZ, Muammer BOZKURT, Büşra ÖZKUL
Orhan Enes ÖZERDEM, Onur KAHYA

C. BİLDİRİMDE

BULUNAN

: - Türkiye Şişe ve Cam Fabrikaları AŞ
İçmeler Mahallesi, D-100 Karayolu Caddesi, No: 44A 34947
Tuzla/ İSTANBUL

(1) **D. DOSYA KONUSU:** Türkiye Şişe ve Cam Fabrikaları AŞ ile yetkili bayileri arasında imzalanması öngörülen "Yetkili Bayilik Sözleşmesi"ne muafiyet verilmesi talebi.

(2) **E. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına 19.04.2023 tarih ve 37843 sayılı ile intikal eden bildirim üzerine düzenlenen 01.12.2025 tarih ve 2023-4-018/MM sayılı Muafiyet/Menfi Tespit Raporu görüşülerek karara bağlanmıştır.

(3) **F. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda;

- Türkiye Şişe ve Cam Fabrikaları AŞ (ŞİŞECAM) ile 19 bayi arasında imzalanması öngörülen "Yetkili Bayilik Sözleşmesi"nin (SÖZLEŞME) 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 4. maddesini ihlal eden hükümler içerdiği, dolayısıyla anılan Yetkili Bayilik Sözleşmesi'ne aynı Kanun'un 8. maddesi çerçevesinde menfi tespit belgesi verilemeyeceği,
- SÖZLEŞME'nin 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği (2002/2 sayılı Tebliğ) kapsamında grup muafiyetinden yararlanamayacağı,
- SÖZLEŞME'nin 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (b), (c) ve (d) bentlerine aykırılık teşkil etmesi nedeniyle bir bütün olarak bireysel muafiyetten yararlanamayacağı,

sonuç ve kanaatine ulaşılmıştır.

G. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

G.1. Hakkında İnceleme Yapılan Taraflar

G.1.1. Türkiye Şişe ve Cam Fabrikaları AŞ (ŞİŞECAM)

(4) 1935 yılında Türkiye İş Bankası AŞ tarafından kurulan ŞİŞECAM düzcam, cam ev eşyası, cam ambalaj, otomotiv camları ve cam elyafları üretimi alanlarında faaliyet göstermektedir. Ayrıca ŞİŞECAM'ın kimyasallar, maden, enerji ve geri dönüşüm iş kollarında da faaliyetleri bulunmaktadır¹. ŞİŞECAM dört farklı kıtada ve 14 ülkede

¹ <https://www.sisecam.com.tr/tr/hakimizda/sisecam>

toplam 45 tesisi ve 24.000 çalışanı ile hizmet sunmakta ve 150'den fazla ülkeye satış gerçekleştirmektedir.² ŞİŞECAM'ın ortaklık yapısına ise aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 1: ŞİŞECAM'ın Ortaklık Yapısı

Ortaklar	İştirak Oranı (%)
Türkiye İş Bankası AŞ	52,58
Efes Holding AŞ	7,02
Diğer	40,40
Toplam	100,00

Kaynak: <https://www.kap.org.tr/tr/sirket-bilgileri/genel/4028e4a140f2ed710140f385d5690102>

G.1.2. ŞİŞECAM Yetkili Satıcıları

- (5) Yetkili Bayilik Sözleşmesi imzalanması planlanan bayiler; ŞİŞECAM yetkili satıcısı olarak ŞİŞECAM tarafından üretilen, ithal edilen veya ticareti yapılan mimari cam ürünlerinin (düzcam) yeniden satışını gerçekleştirebilecektir. İlgili SÖZLEŞME'nin 20 bayi ile imzalanması planlanmış olup bu bayiler; Akansu Plastik ve Cam San. ve Tic. AŞ (AKANSU), Anadolu Cam San. ve Tic. Ltd. Şti. (ANADOLU), Ardıç Kardeşler Cam Pazarlama Ltd. Şti. (ARDIÇ), Avrupa Cam San. ve Tic. Ltd. Şti. (AVRUPA), Cam Plaza İnşaat Toptan Cam Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti (CAM PLAZA), Ciplioğulları Cam Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti. (CİPLİOĞULLARI), Çağdaş Cam Sanayi ve Tic. Ltd. Şti. (ÇAĞDAŞ), Çıraylar Cam İnş. Malz. San. ve Tic. AŞ (ÇIRAYLAR), Ege Dost Cam San. ve Tic. AŞ (EGE), Ergani Cam San. ve Tic. Ltd. Şti. (ERGANİ), Erol Soylu Cam Pvc Doğrama Sistemleri Nak. İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti. (EROL SOYLU), Güler Cam ve Petrol Ürün Paz. Tic. San. Ltd. Şti. (GÜLER), Güneydoğu Cam Sanayi ve Ticaret AŞ (GÜNEYDOĞU), Karagülle Cam Taşımacılık San. Tic. Ltd. Şti. (KARAGÜLLE), Ömürden Cam ve Plastik San. İnş. Tic. Ltd. Şti. (ÖMÜRDEN), Pınar Dekoratif Cam. İşl. ve Üret. İnş. Nak. Canlı Hay. Bes. Tic. San. Ltd. Şti. (PINAR), Resman Düz Cam Pazarlama Tic. ve San. AŞ (RESMAN), Salt Cam Sanayi Ticaret Ltd. Şti. (SALT), Temkar Cam San. ve Tic. AŞ (TEMKAR) ve Yıldız Cam San. ve Tic. AŞ'den (YILDIZ) olarak sayılmıştır. Ancak daha sonra ŞİŞECAM tarafından iletilen cevabi yazıda (.....) ile bayilik ilişkisinin sona erdiği ve bu nedenle muafiyete konu başvuru kapsamında anılan teşebbüs ile SÖZLEŞME akdedilmesinin planlanmadığı ifade edilmiştir. Bu çerçevede SÖZLEŞME akdedilmesi planlanan bayi sayısı 20'den 19'a düşmüştür.

G.2. İlgili Pazar

G.2.1. Sektöre İlişkin Genel Bilgi

- Cam Türleri

- (6) Cam sektöründeki ürün grupları temel olarak ana üretim alanlarına göre aşağıda yer verildiği şekliyle sınıflandırılmaktadır:
- Düzcamlar (düzcam ve düzcamin girdi olarak kullanıldığı, ek işlemlere tabi tutularak üretilen otomotiv camları, ayna, lamine camlar, kaplamalı camlar, beyaz eşya, enerji ve dekorasyona yönelik temperli camlar
 - Cam ev eşyası
 - Cam ambalaj
 - Cam elyafı (cam yünü, cam keçe, fitil, iplik, kırılmış demet vb.)

² <https://www.sisecam.com.tr/sites/catalogs/tr/Documents/DunyadaSisecam.pdf>

v. Diğer (cam kırığı, cam bilya, cam ampuller, elektrik lambaları, katod ışın tüpleri, camdan iç gövdeler, sinyalizasyon camları, camdan optik elemanlar, saat ve gözlük camları, cam tuğla, karo, kiremit, mozaik, camdan laboratuvar ve eczane eşyası, cam boncuk vb.)

- (7) Yurt içi ve yurt dışında cam üretim kapasitesinin önemli kısmını düzcam üretimi oluşturmaktadır³. Dünya kurulu cam üretim kapasitesinin %47'si düzcamdan ibarettir⁴. Küresel olarak cam sektöründe düzcam üretimini; %46 ile cam ambalaj, %4 ile cam elyaf ve %3 ile cam ev eşyası ürünleri takip etmektedir.
- (8) Düzcam, inşaat, otomotiv ve güneş enerjisi üretimi bakımından önemli olup bu sektörlerde yaşanan gelişmelerden etkilenmektedir. Aynı zamanda düzcam, mobilya ve beyaz eşya sektörleri için de önem arz eden bir üründür.

- Düzcam Üretimine İlişkin Bilgiler

- (9) Düzcam, tüm cam uygulamaları için temel teşkil eden camdır. Cam üretiminde kullanılan maddeler arasında kum, soda, dolomit, kalker, feldspat ve sodyum sülfat bulunmaktadır.⁵ İlaveten, cam üretiminde geri dönüştürülmüş cam da kullanılabilir. Düzcam, büyük plakalar halinde üretilmekte ve kullanılacakları alanın özellikleri doğrultusunda yalnızca belirli ebatlarda kesilerek ya da ikincil işlemler uygulanarak bitmiş ürün haline getirilmektedir. Düzcam ürünleri; ihtiyaca göre farklılaştırılarak inşaat, otomotiv, beyaz eşya, mobilya, enerji ve tarım gibi çeşitli sektörlerde kullanılabilir. Cam üretimi önemli ölçüde sermaye yoğun bir sektördür⁶. Cam üretimi modern teknoloji, enerji yoğun üretim, büyük ölçekli yatırım ve dolayısıyla önemli ölçüde finans kaynağı gerektirmektedir. Bununla birlikte, fırınların kesintisiz çalışmak zorunda olması, enerjinin üretim maliyeti içindeki payının yüksek olmasına sebebiyet vermektedir. Öte yandan; yenileme, bakım, modernizasyon ve yeni kapasite yatırımlarının yüksek sermaye ihtiyacı gerektirmesi sektöre girişleri de zorlaştırmaktadır.
- (10) Cam üretim maliyetlerinin %90'ını oluşturan sınai maliyetlerin içerisindeki hammadde ve malzeme maliyetinin payı düzcam için %37, enerji maliyetlerinin payı %28, işçiliğin payı ise %22 olmaktadır⁷. Dolayısıyla üretimde kullanılan yakıtın maliyetlerde önemli bir yer tuttuğu anlaşılmaktadır. Hammadde ve malzemeler bakımından ise kum, soda, dolomit, kuvarz maddelerinin önemli bir yeri bulunmaktadır. Söz konusu kaynakların Türkiye'de önemli miktarlarda bulunması nedeniyle cam sanayi üretiminde %98 oranında yerli hammadde kullanılmaktadır. Diğer taraftan girdi maliyetlerinde önemli bir yer tutan doğal gazın (toplam kullanılan enerjinin %87'si⁸) ithal ediliyor olması üretim maliyetlerini önemli oranda etkilemektedir. Cam sektörünün 2022 yılının başından itibaren enerji maliyetlerindeki artışlar ile karşı karşıya olduğu anlaşılmaktadır.

³ 26.08.2021 tarihli ve 21-49/590-287 sayılı Kurul kararı.

⁴ Sanayi Genel Müdürlüğü Cam Sektör Raporu 2022

<http://docs.sisecam.com.tr/camsektorraporu/html5forpc.html?page=14&bbv=0&pcode>

⁵ T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı Cam Üretimi Sektörel Uygulama Kılavuzu (Taslak): https://webdosya.csb.gov.tr/db/sanayihavarehberi/icerikler/06_cam-uret-m--20200103075113.pdf

⁶ T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı 2021 Cam Sektör Raporu: <https://www.sanayi.gov.tr/plan-program-raporlar-ve-yayinlar/sector-raporlari/mu2812011402>

⁷ Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Sanayi Teknoloji Müdürlüğü; Cam Sektörü Raporu (2021) <https://www.sanayi.gov.tr/assets/pdf/plan-program/CamSektorRaporu2021v2.pdf>

⁸ ETKB Enerji Verimliliği ve Çevre Dairesi Başkanlığı, 2022 Yılı Cam Sektörü Kıyaslama Raporu; <https://enerjiverimliliği.enerji.gov.tr/template/dist/pdf/2022%20y%C4%B1%C4%B1%20cam%20sekt%C3%B6r%C3%BC%20k%C4%B1yaslama%20raporu%20y%C3%B6netici%20%C3%B6zet.pdf>

- (11) Günümüzde cam üretimi temelde *sheet teknolojisi* ve *float teknoloji* isimleri verilen iki ayrı teknik ile yapılmaktadır. *Sheet teknolojisi*, cam üretiminde kullanılan modern anlamda ilk teknoloji olup bu teknolojide fırında eritilmiş olan camın şekillendirilmek üzere merdaneler vasıtasıyla düşey olarak çekilmesi ile düzcama elde edilmektedir. Öte yandan *float* teknolojisinde kum ve diğer hammaddeler, 1500-1600°C'de ergitilerek⁹ kalay banyosu üzerinde yüzdürüldükten sonra kontrollü bir şekilde soğutularak düzcama dönüştürülmektedir.
- (12) İşlem sırasında, hattın bir ucundan hammadde beslenirken, diğer tarafından günde 600-1000 ton seviyesinde istenilen kalite ve ebatlardaki cam plakaları toplanmaktadır. Fırından gelen 100°C'deki cam, kalay banyosunda şekillendirilerek istenilen kalınlık ve genişliğe ulaştırılmaktadır. İstenilen kalınlık ve genişliğe ulaştırılan *float* camı ise 620-630°C sıcaklığa ulaştığında kalay banyosundan soğutma fırınına girmektedir. Soğutma hattından çıkan camlar kesilerek robotlar ve stakerler vasıtasıyla sehpa üzerinde toplanmakta ve sehpalardan toplanan camlar müşteriye sevk edilmek üzere stoklanmaktadır.
- (13) Bununla birlikte, üretimde kullanılan fırınların ilk yatırım maliyetleri 80-200 milyon ABD doları arasında değişmekle birlikte, fırınların ömrü 8 ila 15 yıl arasında dolmakta ve üretimin devam edebilmesi için ilk yatırım harcama tutarının %30'u kadar yatırım gereksinimi ile soğuk onarım ihtiyacı oluşmaktadır. Bir fırın yatırımının yapılması tasarım, makine ve ekipman tedariki ve kurulum aşamaları ile yaklaşık olarak iki yıl kadar sürmektedir. Dolayısıyla, yatırım kararı alan bir firma için iki yıl sonrasının koşullarını ve arz-talep dengesini doğru tahmin etmek önemli hale gelmekte, bir başka deyişle firmalar için yüksek ticari öngörü gereksinimi doğmaktadır¹⁰.

- Küresel Düzcama Pazarına İlişkin Genel Bilgiler¹¹

- (14) Dünya cam sektörü, yılda ortalama %4-5 birleşik büyüme olup toplam üretim yaklaşık 175 milyon ton seviyelerine ulaşmaktadır. Bu üretimin %47'si düzcama, %46'sı cam ambalaj, %4'ü cam elyaf ve %3'ü cam ev eşyası ürünlerine aittir. Küresel düzcama sektörüne bakıldığında ise toplam pazar büyüklüğünün 2025 yılında 83,17 milyon ton seviyesine ulaşacağı ve 2030 yılına kadar ise %4,03 oranında büyüyerek 101,34 milyon ton seviyesinde olacağı tahmin edilmektedir¹². Pandemi sonrasında oluşan talep seviyesindeki güçlenmenin, inşaat sektörüne paralel olarak düzcama pazarında da olumlu yansımaları olmuştur. Asya-Pasifik gibi bölgelerde oluşan yeni inşaat yatırımlarının hızlı yayılımı düzcama pazarının büyümesi için önemli bir etken oluşturmaktadır¹³.
- (15) Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı verilerine¹⁴ göre, cam kurulu üretim kapasitesi bakımından Asya-Pasifik %48, Avrupa %24, Kuzey Amerika %17 ve diğer bölgeler %11 paya sahiptir. Üretilen düzcamin nihai olarak %79'u inşaat sektöründe, %12'si mobilya sektöründe, %5'i beyaz eşya sektöründe ve %4'ü otomotiv sektöründe kullanılmaktadır. 2022 yılına bakıldığında dünya toplam ihracatının 93,4 milyar dolar

⁹ Sıcaklığın yükseltilmesi ile bir cismin veya maddenin katı durumdan sıvı duruma geçişini sağlamak.

¹⁰ Şişecam Cam Sektör Raporu 2020 Dünya & Türkiye (Şişecam Cam Sektör Raporu) (<http://docs.sisecam.com.tr/camsektorraporu/html5forpc.html?page=14&bbv=0&pcode>)

¹¹ ŞİŞECAM tarafından bildirim formuna ek olarak sunulan Freedonia Group'un hazırladığı "Global Flat Glass Market Study, Opportunities & Forecast, 2022" Raporu

¹² <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/flat-glass-market>

¹³ Bildirim formuna ek olarak sunulan Freedonia Raporu'ndan alınmıştır.

¹⁴ Sanayi Bakanlığı 2022 Cam Sektörü Raporu <https://www.sanayi.gov.tr/plan-program-raporlar-ve-yayinlar/sector-raporlari>

ve ithalatının ise 90,5 milyar dolar olduğu, bu bakımdan küresel ölçekte cam pazarının önem kazandığı görülmektedir.

- Türkiye Düzcam Pazarına İlişkin Genel Bilgiler

- (16) Türkiye'de cam sanayisinin kurulması 1935 yılında Paşabahçe fabrikasının kurulması ile başlamıştır. Cam sanayi birçok sektöre girdi sağlayan temel sanayi alanlarından biridir. Türkiye'de cam sektöründe faaliyet gösteren teşebbüsler arasında ŞİŞECAM dışında Düzce Cam Sanayi ve Ticaret AŞ'den (DÜZCE CAM), Güral Cam Sanayi ve Ticaret AŞ ve Park Cam Sanayi ve Ticaret AŞ gibi oyuncular bulunmaktadır. Ana cam üreticilerinin yanı sıra, sektörde ikincil işlemler yapan işletmeciler, dekorcular ve atölyeler gibi cama değer katan küçük ve orta büyüklükte firmalar da bulunmaktadır.
- (17) Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı verilerine göre¹⁵ 2022 yılı itibarıyla cam sektöründe 1809 teşebbüs faaliyet göstermektedir. Türkiye cam ve cam ürünleri sektör büyüklüğü ise 2023 yılında yaklaşık 6,3 milyar dolar seviyesindedir¹⁶. ŞİŞECAM verilerine göre 2024 yılında Türkiye'de düzcam üretim miktarı 1.769.633 ton seviyesine ulaşırken 284.758 ton ithalat gerçekleşmiştir. Türkiye'de 2019-2024 dönemine ait düzcam üretim miktarları ve ithalat miktarlarına ilişkin tabloya aşağıda yer verilmektedir.

Tablo 2: Türkiye'de Düzcam Üretim ve İthalat Miktarları (2019-2024, Ton)

Yıllar	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Üretim	1.789.246	1.429.235	1.876.168	2.149.633	1.861.892	2.029.800
İthalat	249.801	311.799	402.461	346.406	423.157	229.652

Kaynak: Cevabi Yazı

- (18) ŞİŞECAM tarafından gönderilen cevabi yazıda, küresel ölçekte Türkiye'nin düzcam üretiminde Avrupa'da birinci ve dünyada beşinci sırada olduğu ifade edilmektedir. Bu minvalde Türkiye'de 2023 yılında 4,05 milyar ABD doları ihracat gerçekleştirirken 1,95 milyar ABD doları tutarında ithalat gerçekleştiği¹⁷ ve dolayısıyla ihracatın ithalatı karşılama oranının yüksek olduğu görülmektedir. Fakat Türkiye'nin üretim miktarı bakımından Avrupa'daki ve küresel düzeydeki önemli konumuna karşın Türkiye pazarının büyüklüğünden kaynaklı olarak önemli miktarda cam ithalatının da yapıldığı da anlaşılmaktadır.

- Düzcamın Satış ve Dağıtım Ağı

- (19) Düzcam, üretimi yapıldıktan sonra sağlamlık, uzun süre dayanabilme, ışık geçirgenliği vb. ek özellikler eklenebilmesi için temperleme, kaplama ve lamine gibi süreçlerden geçirilen bir üründür. Hâlihazırda düzcamı alıp herhangi bir işlem yapmadan yeniden satan müşterilerin yanında camı işleyerek başka ürüne/mamule dönüştürüp satan alıcılar da bulunmaktadır.
- (20) Düzcam ürünlerinin başlıca müşteri grupları şu şekildedir¹⁸:
- Toptancı firmalar: Düzcam ürünlerini görece yüksek miktarlarda alıp toptan seviyede, değişik müşteri gruplarına satan yeniden satıcı firmalardır.
 - Perakendeci firmalar: Toptancı firmalardan aldıkları düzcam ürünlerini nihai tüketiciye ulaştırma amacı güden firmalardır.

¹⁵ <https://www.sanayi.gov.tr/plan-program-raporlar-ve-yayinlar/sector-raporlari/mu3101015004>

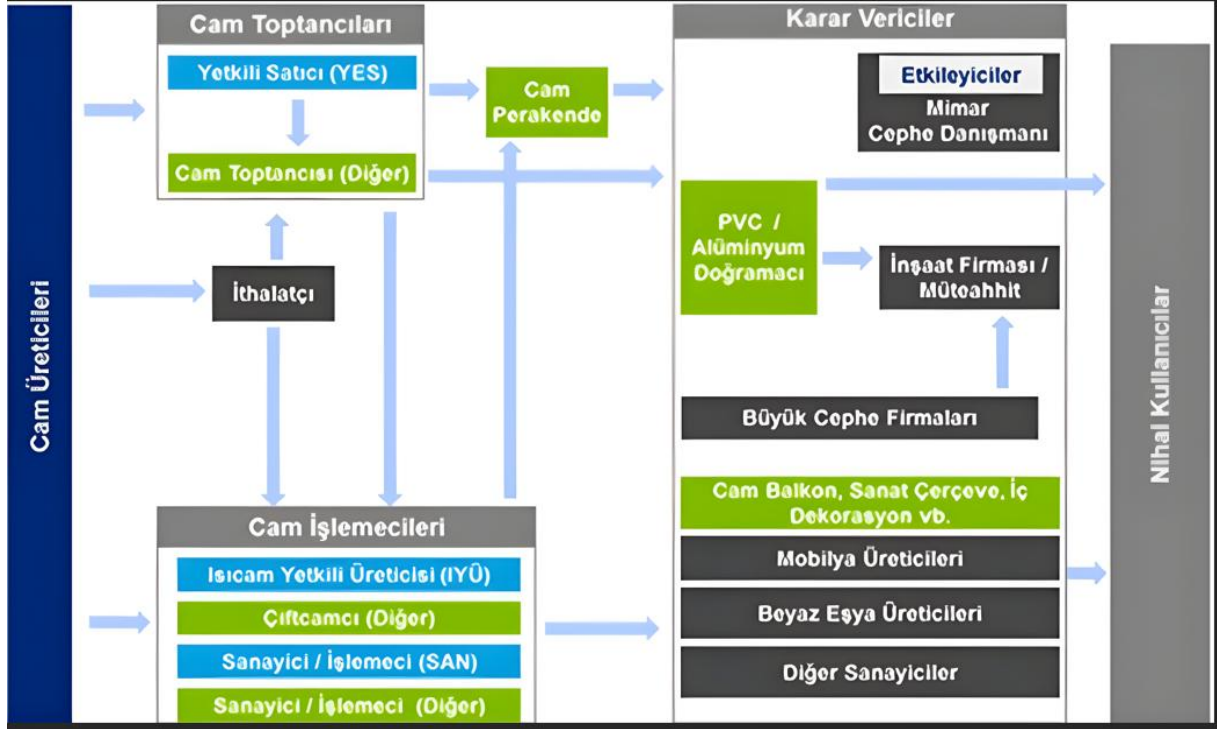
¹⁶ <https://www.kolayihracat.gov.tr/sectorler/toprak-cam-ve-seramik-urunleri>

¹⁷ <https://www.kolayihracat.gov.tr/sectorler/toprak-cam-ve-seramik-urunleri>

¹⁸ Kurulun 26.08.2021 tarihli ve 21-40/590-287 sayılı kararı.

- Sanayici firmalar: Cam üreticilerinin veya toptancı firmaların müşterisi olan sanayici firmalar, gerekli olması halinde doğrudan ithalat yoluyla da cam ihtiyacını karşılayabilmektedir.
- (21) İşlenmemiş düzcam talep eden teşebbüsler; ürünü, üretici teşebbüslerin toptan satış yapan ve yeniden satıcı olarak nitelendirilen toptancılarından temin edebilecekleri gibi doğrudan üretici teşebbüsün kendisinden veya ithalatçılardan da temin edebilmektedirler. Alıcının ürünü tedarik etmesinin ardından düzcam, sanayici olarak nitelendirilen teşebbüsler tarafından çeşitli işlemlerden geçirilerek nihai kullanıcıya ulaştırılmaktadır.

Şekil 1: Türkiye Düzcam Pazarında Tedarik Zinciri



Kaynak: Ticaret Bakanlığı ve 26.08.2021 tarihli, 21-40/590-287 sayılı Kurul kararı

ŞİŞECAM'ın Üretim ve Satış Faaliyetleri

- (22) ŞİŞECAM Türkiye'nin dört ayrı noktasında bulunan fabrikalarındaki (.....) "yüzdürme yöntemiyle üretim" (float) hattında Türkiye'nin en büyük cam üreticisi olarak faaliyet göstermekte ve bu hatlarda üretilen mamullerle yurt içi piyasasına ve ihracata yönelik satış gerçekleştirmektedir.
- (23) ŞİŞECAM (.....) ifade edilmektedir.
- (24) ŞİŞECAM'ın yurt içindeki tesislerinin yanı sıra yurt dışında da tesisleri bulunmaktadır. ŞİŞECAM'ın Türkiye dışında toplam 13 ülkede¹⁹ 45 tesisi bulunmaktadır. ŞİŞECAM'ın toplam satışlarının %70'ini Türkiye ve Avrupa, %12'sini Asya-Okyanusya, %13'ünü Amerika ve %5'ini Afrika-Orta Doğu bölgeleri oluşturmaktadır²⁰. ŞİŞECAM'ın

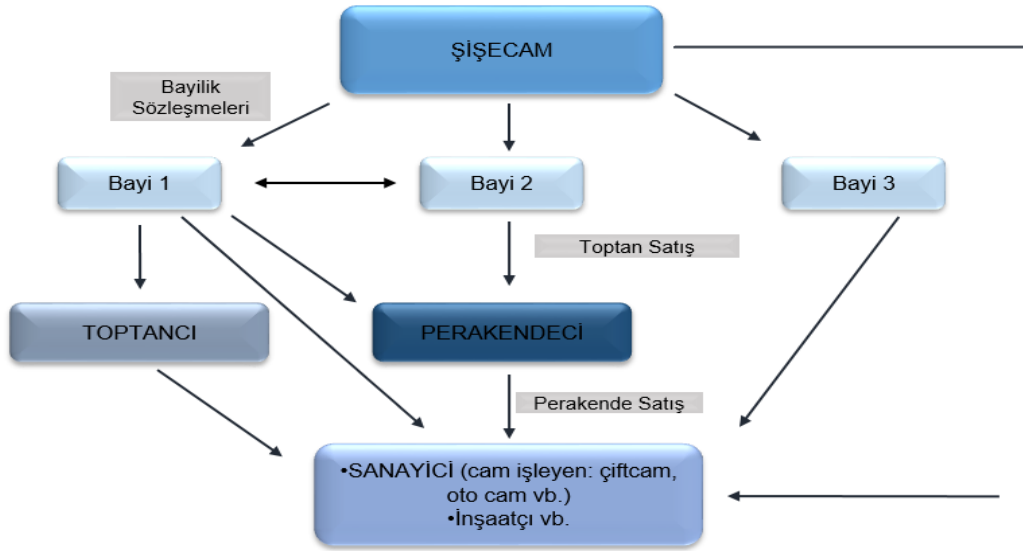
¹⁹ Bu ülkeler ABD, Almanya, Bosna Hersek, Slovakya, Romanya, Ukrayna, Macaristan, Gürcistan, Rusya, Hindistan, İtalya, Bulgaristan ve Mısır'dır.

https://www.sisecam.com.tr/Documents/Dunyada_Sisecam.pdf

²⁰ ŞİŞECAM toplam satışları bakımından Türkiye'nin Avrupa Bölgesi içerisinde değerlendirildiği anlaşılmaktadır. (Bkz. <https://www.sisecam.com/tr/s-investor-relations/Investor%20Relations/Annual%20Reports/Sisecam-2024-Faaliyet-Raporu.pdf>).

Türkiye'deki faaliyetleri kapsamında dağıtım sistemine ilişkin şemaya aşağıda yer verilmektedir:

Şekil 2: ŞİŞECAM'ın Dağıtım Sistemi



Kaynak: Bildirim Formu

- (25) Şekilden de görülebileceği üzere, ŞİŞECAM tarafından üretilen düzcam, toptancı seviyesinde faaliyet gösteren bayiler ile sanayici ve inşaatçı gibi kullanıcılara da satılmaktadır. Diğer taraftan sanayici ve inşaatçı gibi müşterilerin ithalat kanalıyla da ürün tedarik edebilmesi mümkündür. Bayiler ise sanayici ve inşaatçılar dışında düzcamı işleyerek ya da toptan şekilde otomotiv, inşaat, mobilya gibi sektörlerle ürün tedarik eden daha alt seviyedeki perakendeci ve toptancılara satabilmektedir. Dolayısıyla, ŞİŞECAM'ın dağıtım sisteminde, toptancı seviyesinde ürün dağıtımını gerçekleştiren teşebbüsler olduğu gibi, söz konusu ürünleri işleyerek ve katma değer katarak otomotiv, mobilya ve inşaat gibi sektörlerin kullanımına hazır hale getiren teşebbüsler de mevcuttur.

G.2.2. İlgili Ürün Pazarı

- (26) ŞİŞECAM, temel/mimari camlar (düzcam, buzlu cam, ayna, lamine cam, kaplamalı cam, mimari projelere yönelik camlar), otomotiv ve diğer ulaşım araçları camları, enerji camları, beyaz eşya camları gibi hemen hemen pazardaki tüm alt ürün gruplarında aktif olarak faaliyet göstermektedir. ŞİŞECAM ve 19 bayi arasında akdedilmesi planlanan SÖZLEŞME'nin konusunu, ŞİŞECAM veya iştirakleri/bağlı ortaklıkları tarafından üretilen düzcam ürünlerinin bayilerce yurt içinde ve yurt dışında satışı oluşturmaktadır. Üretim hattından çıkan düzcamlar nihai ürün olmayıp laminasyon, temperleme, kaplama, aynalama gibi farklı işlemlerden geçirildikten sonra beyaz eşya, mobilya, otomotiv vb. sektörlerde kullanılmaktadır. Dolayısıyla float hattından çıkan düzcam ürünleri çoğunlukla belirli işlemler geçirildikten sonra amaçlanan kullanıma uygun hale getirilmektedir. Bildirime konu başvuruda ise düzcam ürünleri arasında kullanım amaçları bakımından herhangi bir ayrıma gidilmemiş ve yetkili satıcıların her türlü düzcamı satabildikleri bir bayilik sistemi öngörülmüştür.
- (27) Bu kapsamda düzcam nihai ürün olmayıp üretim hattından çıkan cam plakalar, bükme, rodaj, bizote, kuşlama, taşlama gibi aşamalara tabi tutularak veya birleştirilerek çift cam, lamine cam olarak; kaplama ve ısıl işlem gibi ikincil işlemler sonucunda ise yalıtım, dekorasyon gibi amaçlar doğrultusunda kullanılabilir. Bu kapsamda her

ne kadar düzcam işlendikten sonra farklı ihtiyaçlara karşılık verecek ürünlere dönüştürülecek olsa da SÖZLEŞME konusunu tüm düzcam ürünleri oluşturmaktadır. Yine düzcam diğer cam ürünlerinin temelini oluşturmakta bir diğer ifade ile tüm cam uygulamaları için temel teşkil etmektedir. Söz konusu ürün mimari uygulamalar (çift cam, tek cam) ile işlenerek veya temperlenerek dekorasyon, soğutucu, vitrin camı, otomotiv parçası, beyaz eşya vb. üretiminde kullanılmaktadır.

- (28) Kurulun Trakya Cam Sanayii AŞ'nin (TRAKYA CAM) rakiplerinin faaliyetlerini çeşitli yollarla zorlaştırdığı ve "Isıcam" markasına ilişkin kurduğu yetkili üretici sistemini kullanarak çift cam üreticisi firmaları sadece kendisinden cam teminine zorladığı iddialarının incelendiği *Trakya Cam-I* kararında²¹, düzcamın bir takım süreçler sonucunda nihai ürün niteliği kazandığı ve *float* teknolojisi sayesinde üretim standartlarına uyulduğu takdirde hattan alınan ilk ürünün nitelik ve kalite açısından farklılık göstermediği göz önünde bulundurularak ilgili ürün pazarı "düzcam pazarı" olarak tanımlanmıştır.
- (29) Bununla birlikte TRAKYA CAM'ın²², Isıcam Sanayi ve AŞ yetkili üreticileri, yetkili satıcılar ve sanayici müşteriler olarak isimlendirilen müşteri gruplarıyla akdettiği sözleşmelere ve fiili uygulamalarına yönelik *Trakya Cam/Isıcam Muafiyet* kararında²³ da benzer şekilde ilgili ürün pazarının "düzcam pazarı" olarak tanımlandığı görülmektedir. Söz konusu Kurul kararlarına paralel olarak *Trakya Cam/Düzcam Muafiyet-I*²⁴, *Trakya Cam/Düzcam Muafiyet-II*²⁵ ve *Trakya Cam/Düzcam Muafiyet-III*²⁶ kararlarında da ilgili ürün pazarının "düzcam pazarı" olarak tanımlandığı görülmektedir. Kurulun TRAKYA CAM'ın haksız fiyat artışlarında bulunduğu iddiasını konu edinen kararında²⁷ da ilgili ürün pazarı yine "düzcam pazarı" olarak tespit edilmiştir.
- (30) Söz konusu bilgilerden hareketle her ne kadar düzcam belirli işlemlerden geçirildikten sonra farklı amaçlara hizmet etmek üzere yeni ürünlere dönüştürülüyor olsa da başvuru kapsamındaki SÖZLEŞME'nin tüm düzcam ürünleri kapsıyor olması, tüm cam uygulamaları için temel teşkil ediyor olması ve geçmiş Kurul kararları doğrultusunda ilgili ürün pazarı "düzcam pazarı" olarak belirlenmiştir.

G.2.3. İlgili Coğrafi Pazar

- (31) Düzcam ürünlerinin tüm Türkiye'de dağıtım, pazarlama ve satışının yapılabildiği ve ülke genelinde rekabet koşullarında bölgeler bazında belirgin farklılıklar olmadığı göz önüne alınarak, ilgili coğrafi pazar "Türkiye" olarak belirlenmiştir.

G.3. Bildirime Konu Sözleşmenin Kapsamı ve Niteliği

- (32) Bildirime konu SÖZLEŞME'nin, ŞİŞECAM ile 19²⁸ yetkili bayii arasında imzalanması öngörülmektedir. İlgili SÖZLEŞME kapsamında ŞİŞECAM, yetkili bayilere düzcam

²¹ Kurulun 17.11.2011 tarihli ve 11-57/1477-533 sayılı kararı.

²² Kamuoyu Aydınlatma Platformu'nda yapılan 30.09.2020 tarihli özel durum açıklamasında; Anadolu Cam Sanayii AŞ, Denizli Cam Sanayii ve Ticaret AŞ, TRAKYA CAM, Soda Sanayii AŞ ve Paşabahçe Cam Sanayii ve Ticaret AŞ'nin 27.04.2020 tarihli yönetim kurulu kararı ile ŞİŞECAM altında birleştiği ifade edilmiştir <https://www.kap.org.tr/tr/sirket-bilgileri/ozet/1099-trakya-cam-sanayii-a-s>

²³ Kurulun 24.01.2013 tarihli ve 13-07/73-42 sayılı kararı.

²⁴ Kurulun 02.12.2015 tarihli ve 15-42/704-258 sayılı kararı.

²⁵ Kurulun 21.12.2017 tarihli ve 17-42/670-298 sayılı kararı.

²⁶ Kurulun 25.06.2020 tarihli ve 20-31/382-171 sayılı kararı.

²⁷ Kurulun 26.08.2021 tarihli ve 21-40/590-287 sayılı kararı.

²⁸ Bildirim formunda SÖZLEŞME akdedilmesi planlanan 20 bayi arasında (.....) ve diğer bayiler sayılmış olmakla birlikte 29.08.2025 tarihi itibarıyla anılan bayi ile ilişkilerin sonlandırıldığı, bayilik kapsamından çıkarılacağı ve bildirim formunda bu bayi yer aldığından tamlık adına verilerde anılan bayiye yer verildiği ifade edilmiştir. Bu kapsamda bayilere ilişkin analizlerde bu teşebbüs verileri dikkate alınmıştır.

ürünlerini temin edecek, bayiler ise ürünleri toptancılara, perakendecilere ve cam işleyen firmalara satma konusunda yetkilendirileceklerdir.

- (33) 2002/2 sayılı Tebliğ'in "Kapsam" başlıklı 2. maddesinde dikey anlaşmalar *"Üretim veya dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren iki ya da daha fazla teşebbüs arasında belirli mal veya hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımı amacıyla yapılan anlaşmalar"* şeklinde tanımlanmaktadır.
- (34) Bildirime konu SÖZLEŞME, sağlayıcı konumundaki ŞİŞECAM ile anlaşmanın amaçları bakımından ŞİŞECAM'a göre dağıtım zincirinin bir alt seviyesinde faaliyette bulunan bayiler arasında imzalanacaktır. Bayiler, ŞİŞECAM'dan temin ettiği düzcam ürünlerini bir başka müşteriye satacaklardır. SÖZLEŞME, ŞİŞECAM ile bayiler arasındaki tedarik ilişkisinin esaslarını ve yeniden satışın hangi koşullar çerçevesinde gerçekleştirileceğini düzenlemektedir. Bayiler, ŞİŞECAM'dan tedarik ettikleri düzcam ürünlerinin dağıtımını ve satışını alt pazardaki toptancılara, perakendecilere ve cam işleyen müşterilere gerçekleştireceklerdir. Bu çerçevede bildirim konu SÖZLEŞME, 2002/2 sayılı Tebliğ'in 2. maddesine göre dikey nitelik arz etmektedir.
- (35) Daha önce TRAKYA CAM tarafından düzcam dağıtımını için hazırlanan yetkili bayilik sözleşmelerine Kurul tarafından 21.12.2017 tarih ve 17-42/670-298 sayılı kararla iki yıl süreyle bireysel muafiyet tanınmıştır. Ardından Kurulun, 25.06.2020 tarih ve 20-31/382-171 sayılı kararında ise *"...yetkili satıcılık sisteminin etkinlik kazanımları ve iyileşme sağladığına ve bu etkinlik kazanımlarının ve iyileşmenin sübjektif olmaktan öteye geçerek objektif olarak, ekonominin geneline ve tüketicinin tamamına sağladığı katkıya ilişkin olarak teşebbüs tarafından yeterli açıklamaların getirilmediği ve somut verilerin sunulmadığı"* gerekçesiyle bireysel muafiyet tanınmamıştır. Muafiyet tanınmamasına ilişkin Kurul kararı akabinde ŞİŞECAM tarafından başvuruya yönelik bazı değişiklikler yapılarak mevcut dosya konusunu oluşturan SÖZLEŞME ile başvuruda bulunulmuştur.
- (36) Başvuruya konu bildirim, anılan iki Kurul kararında yer alan hususlar dikkate alınarak hazırlanan ve yetkili bayilik sistemini düzenleyen SÖZLEŞME'ye bireysel muafiyet tanınmasına yöneliktir. Yetkili bayiler ile ŞİŞECAM arasında akdedilecek olan SÖZLEŞME'nin rekabet etmeme yükümlülüğüne ve diğer bazı hükümlerine yer verilmesi gerekmektedir.
- (37) SÖZLEŞME'nin 3.1.3. maddesinde *"(.....)"* hükmü yer almaktadır.
- (38) SÖZLEŞME'nin 3.1.5. maddesi uyarınca *"(.....)"* hükmü amirdir.
- (39) İlaveten SÖZLEŞME'de, ŞİŞECAM'ın yetkili bayinin yıllık faaliyetlerine ilişkin bazı denetim yetkilerinin bulunduğu düzenlenmiştir. Bu yetkiler SÖZLEŞME'nin 5.16. maddesi *"Denetim Yetkisi"* başlığında düzenlenmiş olup ilgili hükümler uyarınca bayi, *(.....)* sunmakla yükümlüdür. ŞİŞECAM'ın bir diğer *(.....)* yöneliktir.
- (40) SÖZLEŞME'nin 9. maddesinde ise sözleşmenin süresi ve sona ermesi düzenlenmiş olup 9.1. maddesinde yürürlük süresine yer verilmiştir. Anılan maddenin 9.1.1. fıkrasında *"(.....)"* hükmü yer almaktadır. Aynı maddenin 9.1.2. fıkrasında ise *"(.....) yıl için yenilenmiş kabul edilir."* düzenlemesi yer almaktadır.
- (41) Ek olarak fesih hükümlerinin düzenlendiği 9.2. maddenin 9.2.1. fıkrası hükmünce *(.....)* alabilecektir. Aynı maddenin 9.2.2. fıkrasında ise bayi, *(.....)* hakları saklı kalmaktadır. Yine aynı maddenin 9.2.4. fıkrası hükümlerince ise *(.....)* feshedebilecektir.
- (42) SÖZLEŞME'nin fesih ve sona ermesinin sonuçlarının düzenlediği 9.7. maddenin 9.7.1. fıkrası uyarınca, *(.....)* kaçınılmamaktadır.

- (43) Yukarıda yer verilen SÖZLEŞME hükümleri ışığında, bildirim konusu SÖZLEŞME'nin rekabet etmeme yükümlülüğü içeren, ancak yetkili satıcılara münhasır bölge tahsisi ve bu kapsamda aktif ve pasif satış kısıtlamaları içermeyen bir dağıtım anlaşması niteliği taşıdığı anlaşılmaktadır.

G.4. ŞİŞECAM'ın Bayilik Sözleşmelerine İlişkin Geçmiş Kurul Kararları

- (44) Kurulun geçmiş yıllarda, ŞİŞECAM'ın iştiraki konumunda bulunan TRAKYA CAM'ın yetkili bayilik sözleşmelerinin konu alındığı muafiyet kararları bulunmaktadır. ŞİŞECAM iştiraki TRAKYA CAM tarafından bayilik sisteminin oluşturulması amacıyla Kuruma ilk olarak 27.08.2015 tarihinde başvuruda bulunulmuştur. Söz konusu başvuru ile mevcut başvuru karşılaştırıldığında 2015 yılındaki başvurunun daha geniş kapsamlı olduğu, rekabet etmeme yükümlülüğüne ek olarak bölge kısıtları, münhasırlık şartı, tavsiye fiyat, yazılım ve bayi yöneticiliği uygulamalarının bulunduğu görülmektedir. Söz konusu başvuruya ilişkin olarak Kurulun *Trakya Cam/Düzcam Muafiyet-I*²⁹ kararında sözleşme ile kurulması planlanan bayilik sisteminin 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (a) bendindeki koşulun sağlandığına ancak aynı maddenin (b), (c) ve (d) bendindeki koşulların sağlanmadığına, dolayısıyla sözleşmeye 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde yer alan koşulları sağlamadığından hareketle bireysel muafiyet verilmemesine karar verilmiştir.
- (45) Söz konusu karar akabinde TRAKYA CAM tarafından 2016 yılında bayi yöneticiliği ve yazılım programı uygulamasının bulunmadığı yeni bir bayilik sistemine yönelik olarak Kuruma bireysel muafiyet başvurusunda bulunulmuş fakat 2017 yılında tavsiye fiyat, bölge ve münhasırlık hükümlerinin de kaldırıldığı yeni bir sözleşme ile 2016 tarihli başvuru değiştirilmiş ve bu kapsamda değerlendirilmesi talep edilmiştir. Söz konusu değiştirilmiş sözleşme ile yapılan başvuruda sözleşmenin iki yıl süre ile akdedileceği belirtilmiştir. Sonuç olarak Kurul, *Trakya Cam/Düzcam Muafiyet-II*³⁰ kararında sözleşme ile kurulması planlanan bayilik sisteminin 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci (a), (b), (c) ve (d) bentlerinde sayılan koşulları sağladığına ilgili sözleşmeye sözleşme süresi boyunca (iki yıl) bireysel muafiyet verilmesine karar vermiştir.
- (46) Sözleşme süresinin sona ermesi sonrasında, TRAKYA CAM tarafından 06.01.2020 tarihinde 19 bayi ile akdedilmesi planlanan ve rekabet etmeme yükümlülüğü içeren benzer sözleşmeye yönelik olarak 2017 tarihli başvuruya benzer bir başvuru daha yapılmıştır. Kurulun *Trakya Cam/Düzcam Muafiyet-III*³¹ kararında, teşebbüsün 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (a) ve (b) bendinde sayılan koşulların sağlandığına yönelik yeterli bilgi sunmadığı ve sözleşmenin 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde yer alan koşulları sağlamadığı gerekçeleriyle bireysel muafiyet verilmemesine karar verilmiştir.
- (47) ŞİŞECAM tarafından Kuruma yapılan başvurularda muafiyet talebinde bulunulan sözleşmelerin hükümlerine ilişkin karşılaştırmalı tablo aşağıda sunulmaktadır:

²⁹ Kurulun 02.12.2015 tarih ve 15-42/704-258 sayılı kararı

³⁰ Kurulun 21.12.2017 tarih ve 17-42/670-298 sayılı kararı

³¹ Kurulun 25.06.2020 tarih ve 20-31/382-171 sayılı kararı

Tablo 3: ŞİŞECAM'ın Bayilik Sözleşmelerinin Karşılaştırılması

Sözleşme Hükümleri	2015 Trakya Cam/Düzcamlar Muafiyet-I Kararı	2017 Muafiyet-II Kararı		2020 Muafiyet-III Kararı	2023
		İlk Sözleşme (2016)	Son Sözleşme (2017)		
Bölge Tahsisi ve Münhasırlık Hükümleri	+	+	-	-	-
Rekabet Etmeme Yükümlülüğü	+	+	+	+	+
Tavsiye Fiyat	+	+	-	-	-
Bayi Yöneticiliği	+	-	-	-	-
Yazılım Programı ³²	+	-	-	-	-
Sözleşme Süresi	1 yıl	1 yıl	2 yıl	2 yıl	(.....)
Bayi Sayısı	18	18	19	19	19
Karar	Muafiyet verilmedi	Taraf sözleşmesini yeniledi	Muafiyet verildi	Muafiyet verilmedi	-

G.4. Değerlendirme

G.4.1. 4054 Sayılı Kanun'un 4. Maddesi ve 2002/2 Sayılı Tebliğ Bakımından Değerlendirme

- (48) 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 hukuka aykırı ve yasaktır." hükmüne yer verilmiştir. İlgili madde, aynı seviyede faaliyet gösteren rakip teşebbüsler arasındaki rekabeti sınırlayıcı anlaşmaları (yatay anlaşmalar) kapsadığı gibi rakip olmayan, başka bir ifadeyle, ticaretin farklı seviyelerinde yer alan teşebbüsler arasındaki anlaşmaları (dikey anlaşmalar) da kapsamaktadır.
- (49) ŞİŞECAM ile yetkili satıcıları arasında imzalanması öngörülen SÖZLEŞME, ŞİŞECAM ile yetkili bayileri arasındaki alım, satım ve yeniden satış ilişkisinin kurallarını düzenlemeye yönelik olup bir dikey anlaşma niteliğindedir. Rekabet etmeme yükümlülüğü içeren bildirim konu SÖZLEŞME 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamındadır. Dolayısıyla söz konusu SÖZLEŞME'ye aynı Kanun'un 8. maddesi çerçevesinde menfi tespit belgesi verilememektedir.
- (50) Rekabet etmeme yükümlülüğü içeren başvuru konusu SÖZLEŞME'nin, ŞİŞECAM markası altında üretilen ürünlerin/düzcamların çok sayıda perakendeci, cam işleyici ve tüketiciye ulaştırabilecek şekilde etkin bir satış, pazarlama ve dağıtım sisteminin kurulması amacıyla 19 yetkili bayi ile imzalanmasının planlandığı bildirilmektedir. Bu kapsamda, SÖZLEŞME'nin 3.1.5. maddesiyle düzenlenen rekabet etmeme yükümlülüğü, yetkili bayilere düzcamlar ürünlerini sadece ŞİŞECAM'dan veya ŞİŞECAM yetkili bayilerinden temin etmeye ve doğrudan ve dolaylı olarak rakip ürün ithal etmemeye, üretmemeye, satmamaya ve pazarlamamaya yönelik kısıtlamalar getirmektedir. Diğer taraftan rekabet etmeme yükümlülüğünün süresinin SÖZLEŞME'nin 9. maddesi uyarınca (.....) ile sınırlı olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim tarafların herhangi bir bildirimde bulunmaması durumunda SÖZLEŞME'nin anılan süre sonunda kendiliğinden sona ereceği ve ayrıca SÖZLEŞME'nin sona ermesini takip eden süreçte de bir rekabet etmeme yükümlülüğünün söz konusu olmayacağı belirtilmektedir.

³² Bayilerin sistemlerine yüklenecek yazılım programı ile yetkili bayilerin stok ve satış durumlarının izlenebilmesi planlanmıştır (Kurulun 02.12.2015 tarih ve 15-42/704-258 sayılı kararı).

- (51) Her ne kadar 2002/2 sayılı Tebliğ'in "Rekabet Etmeme Yükümlülüğü" başlıklı 5. maddesi uyarınca belirsiz süreli olmayan ve beş yıldan kısa rekabet etmeme yükümlülükleri 2002/2 sayılı Tebliğ ile sağlanan grup muafiyetin yararlanıyor olsa da, rekabet etmeme yükümlülüğü ya da 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında başkaca rekabeti kısıtlayıcı hükümler içeren bir dikey anlaşmanın 2002/2 sayılı Tebliğ karşısında değerlendirilebilmesi için öncelikle aynı Tebliğ'in "Kapsam" başlıklı 2. maddesi uyarınca sağlayıcının dikey anlaşma konusu mal veya hizmetleri sağladığı ilgili pazardaki pazar payının %30'u aşmaması gerekmektedir.
- (52) ŞİŞECAM ve rakiplerinin pazar paylarına yer verilen Tablo 10'a bakıldığında, ŞİŞECAM'ın son üç yıldaki pazar payının en büyük rakibinin pazar payının (.....) daha fazla olduğu ve son üç yılda da %(.....)'ün üzerinde gerçekleştiği görülmektedir. Dolayısıyla "düzcama pazarı"nda Tebliğ'de belirtilen pazar payı eşliğinin aşılması nedeniyle SÖZLEŞME 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında grup muafiyetinden yararlanamamaktadır. Bu nedenle 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde çerçevesinde bireysel muafiyet değerlendirmesi yapılması gerekmektedir.

G.4.2. 4054 Sayılı Kanun'un 5. Maddesi Bakımından Değerlendirme

- (53) 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında ihlal olarak değerlendirilebilecek bir sözleşmenin, bu madde hükümlerinin uygulanmasından bireysel olarak muaf tutulabilmesi için Kanun'un 5. maddesinde sayılan dört koşulun tamamının bir arada karşılanması gerekmektedir. Bu koşullar;
- a) Malların üretim veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması,
 - b) Tüketicinin bundan yarar sağlaması,
 - c) İlgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması,
 - d) Rekabetin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlanmamasıdır.
- (54) Aşağıda "düzcama pazarı" bakımından taraflar arasında imzalanması planlanan bildirim konu SÖZLEŞME'nin bu koşulları sağlayıp sağlamadığı değerlendirilmektedir. Bildirim konu SÖZLEŞME kapsamında tek marka/rekabet etmeme yükümlülüğü öngörülmele birlikte münhasır bölge/müşteri tahsisi, aktif/pasif satış yasağı ve tek elden satın alma zorunluluğu gibi düzenlemeler bulunmamaktadır.

a) Malların Üretim veya Dağıtımı ile Hizmetlerin Sunulmasında Yeni Gelişme ve İyileşmelerin ya da Ekonomik veya Teknik Gelişmenin Sağlanması

- (55) Muafiyet incelemesinde ele alınan olumlu şartlardan ilki, malların üretim veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmelerin sağlanması olup bu hüküm çerçevesinde hangi hallerin ekonomik yarar olarak kabul edileceği işlemin özelliklerine göre değişmektedir.
- (56) Rekabeti kısıtlayıcı bir anlaşmanın bireysel muafiyetten faydalanabilmesi için öncelikle rekabet üzerindeki olumsuz etkisini bertaraf edebilecek düzeyde, malların üretim veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması şeklinde ortaya çıkacak bir kazanım sunabilmesi gerekmektedir. İlgili bentten kastedilen iyileşme ve gelişmelerin, sadece teşebbüslerin kendi açılarından sağlayacakları menfaat veya kazanç şeklinde değil, aynı zamanda bunların ekonomiye yapacakları somut katkı şeklinde ortaya çıkması gerekmektedir. Bu kapsamda somut olayın özelliklerine göre değişmekle birlikte genel olarak üretim

ve dağıtım maliyetlerinin düşürülmesi, mal arzının ve ürün çeşitliliğinin artırılması, arzın devamlılığının sağlanması, satış öncesi hizmet kalitesinin artırılması gibi olumlu etkiler ekonominin geneline yansiyacak somut etkiler olarak sayılabilecektir.

- (57) Bu kapsamda sağlanması beklenen etkinlik türleri Muafiyetin Genel Esaslarına İlişkin Kılavuz'da (Muafiyet Kılavuzu) "*nitel etkinlikler*" ve "*maliyet etkinlikleri*" olarak sayılmış ve maliyet etkinlikleri bakımından etkinlik sağlamanın birden fazla yolu olduğu belirtilerek, yeni üretim teknolojileri ve metotlarının geliştirilmesi, birbirinin güçlü yanlarını tamamlayıcı mahiyette mevcut varlıkların bir araya getirilmesi gibi yollarla ölçek ekonomilerinin ya da kapsam ekonomilerinin ortaya çıkması bu bağlamda örneklenmiştir.
- (58) Nitel etkinlikler ise somut olayın özelliklerine göre teşebbüslerin iş birliğine konu sınırlayıcı anlaşma olmadan ortaya çıkması mümkün olmayan ya da ciddi gecikmeyle veya yüksek maliyetle gerçekleştirilebilecek olan etkinliklerdir. Muafiyet Kılavuzu'nda nitel etkinliklere örnek olarak yeni ve gelişmiş ürünlerin sunulması, ürün çeşitliliğinin sağlanması ve kalite artışının elde edilmesi sayılmıştır.
- (59) Muafiyet Kılavuzu'nda yer verilen hususlar kapsamında ŞİŞECAM tarafından rekabet etmeme yükümlülüğü içeren SÖZLEŞME'nin genel dağıtım sistemi için etkinlik yaratacağı dolayısıyla rekabet etmeme yükümlülüğünün eklenmesinin gerekliliğine dair çeşitli gerekçeler sunulmuştur. Bu kapsamda rekabet etmeme yükümlülüğü ile;
- Kısa vadede kâr marjını yükseltmek ve büyük şehirlerde pazar gücünü artırmak gibi hedeflerden ziyade istikralı bir düzcam arzının oluşturulacağı,
 - Uzun vadede Türkiye cam arzı açığının kapatılmasının ve cam sektöründen kaynaklanan önemli cari açık kalemlerinin giderilerek tüketici refahına katkı sağlanmasının amaçlandığı,
 - Bayilik ağı sayesinde sipariş iptali ve stok yetersizliği sebebiyle ortaya çıkan müşterilerin karşılanamayan talepleri ve atıl stok konusunda iyileşmeler görüleceği,
 - Bölgesel talepler de dâhil olmak üzere ülke genelinde düzcam ürün talebinin takip edilerek ve düzcam üretimi ve ürünlerin yeniden satıcılara dağıtımını planlanarak tedarik zincirinde verimlilik artışı sağlanacağı,
 - Üretim ve dağıtımdaki verimlilik artışları ile bayi veya ŞİŞECAM stoklarında yer almayan ürüne yönelik bir talebin ortaya çıkması halinde bir başka ürüne yönelik üretime devam edilen hatlardaki üretim planlaması ile üretim aksamalarının önüne geçileceği, bu sayede yeniden satıcı/bayilerden gelen geri dönüş ve siparişler ile öngörülen ürün arzının planlı olarak kesileceği ve ilgili hattın beklenmedik şekilde ortaya çıkan düzcam ürün talebine yönlendirilebileceği ve ürün arzında devamlılığın sağlanacağı,
 - Üretimin rasyonelleşmesinin ve toptancı bayilerinin stoklarında ürün çeşitliliğinin sağlanmasıyla bayilerin ve sanayi üreticilerinin talep dalgalanmalarına uyum sağlayabileceği, müşterilerin ise arz dalgalanmaları kaynaklı olumsuzluklarla karşılaşma olasılığının azalacağı,
 - Verimli hale gelen üretim planlaması ile yıl içerisinde ortaya çıkacak beklenmedik taleplerin üretim tesislerinden ve civarında bulunan merkezi ŞİŞECAM depolarından değil yeniden satıcı/bayi stoklarından karşılanabileceği, bu sayede ŞİŞECAM'ın sınırlı üretim ve depolama kaynaklarının daha etkin kullanılabileceği,

- Ayrıca bayilik sistemi ile ŞİŞECAM'ın, geçmiş bayi taleplerinin (.....) aylık ortalamalarından hareketle talep takibi ve üretim planlaması yapabileceği, bir başka ifadeyle ŞİŞECAM'ın kendi iç verilerine ve analizlerine göre; SÖZLEŞME'ye muafiyet tanınması ve bayilere tek marka yükümlülüğünün getirilmesi sonrasında ŞİŞECAM üretim planlamasında kullanılan talep tahmin doğruluk (TTD) oranının, %(.....)'dan, ilk sene için %(.....) düzeyine³³ çıkmasının öngörüldüğü,
- TTD oranındaki iyileşmeler ile optimizasyon sorunlarından kaynaklanan maliyetler bakımından temel parametreler olan (i) stok miktarı ve stoklama maliyetleri, (ii) yıl içerisinde karşılanamayan talep, (iii) kapasite kullanım oranı (KKO) (iv) satılamaması sebebiyle kırılan atık stok cam miktarı üzerinde doğrudan ve ölçülebilir etkiler, (v) katkı³⁴ etkileri ve (vi) dağıtım etkilerinin ortaya çıkacağı

ifade edilerek sağlanacak etkinlik kazanımlarına ilişkin bilgilendirmeler yapılmıştır.

- (60) Yukarıda ŞİŞECAM tarafından sunulan bilgiler kapsamında bildirim konu bayilik sistemi ile çok sayıda etkinlik kazanımının ortaya çıkacağı ileri sürülmüş olsa da bayilik sistemi ile ulaşılması beklenen hedeflerin/etkinliklerin temelde TTD'deki iyileşmelere bağlı olduğu anlaşılmaktadır. TTD oranındaki iyileşmeler ise ŞİŞECAM veya herhangi bir teşebbüsün pazardaki gelişmeleri veya tüketici talebini öngörmesini sağlayarak teşebbüslerin stok tutma maliyetlerinde, KKO'larında, üretim ve dağıtım vb. maliyetlerinde pozitif etkiler doğurabilecektir. Her ne kadar ŞİŞECAM tarafından yukarıda anılan etkinliklerin ortaya çıkacağı belirtilmiş olsa da, başvuruya konu bayilik sistemine benzer bir bayilik sistemi 2018-2019 yılları arasında iki yıl süre ile bireysel muafiyetten yararlandığından anılan etkinliklerin ortaya çıkıp çıkmayacağını anlaşılabilmesi için muafiyet tanınan dönem ile tanınmayan dönemin (2020-2024) çeşitli iddialar bakımından karşılaştırılması yerinde olacaktır.
- (61) Bu doğrultuda ŞİŞECAM tarafından yukarıda anılan ve TTD oranının iyileştirilmesine bağlı olarak elde edileceği ifade edilen kazanımlar; (i) stok miktarının ve stoklama maliyetlerinin azaltılması, (ii) yıl içerisinde karşılanamayan taleplerin azaltılması, (iii) KKO'nun artırılması, (iv) satılamaması sebebiyle kırılan atık stok cam miktarının yeniden üretime kazandırılması sürecindeki maliyetlerin azaltılması, (v) katkı gelirin artırılması ve (vi) dağıtım sürecindeki etkinlik artışları olarak başlıklandırılmıştır.

- Stok Miktarı ve Stoklama Maliyetleri Bakımından Kazanımlar

- (62) Stok miktarı değerlendirmesi bakımından ŞİŞECAM, beklenmedik veya yüksek miktarda talepler karşısında; yeniden satıcıdaki/bayideki stok yetersizliği, teslimat sürelerinin uzun olması ve acil olması gibi nedenlerle karşılanamayan müşteri taleplerinin ithalat yoluyla karşılanmasının önüne geçilmesinin hedeflendiğini

³³ ŞİŞECAM, uzun vadede gerçekleşecek optimizasyon gelişmeleri ile TTD oranının %(.....) seviyesi üzerine çıkmasının da ihtimal dahilinde olduğunu değerlendirmekle birlikte gerek %(.....) oranının yakalanması gerekse bu oranın aşılması bakımından kesin bir öngörde bulunmanın mümkün olmadığını ifade etmektedir. Diğer yandan ŞİŞECAM, değerlendirmelerini %(.....) TTD oranına göre sunduğunu ve analiz yapılan tüm başlıklara yönelik projeksiyonlarını %(.....) ile %(.....) arasında TTD oranının yakalandığı altı farklı senaryo ile birlikte oluşturduğunu ifade etmektedir.

³⁴ Katkı geliri, brüt kardan nakliye giderinin çıkarılmasıyla elde edilen kârlılık seviyesini ifade etmektedir. Brüt kâr ise, bir işletmenin yaptığı satışlardan elde ettiği gelir ile bu ürünün satışı gerçekleşinceye kadar katılan maliyet arasındaki fark olarak ifade edilmektedir. Katkı kaybı hesaplanırken; (.....) ifade edilmektedir.

belirtmektedir. Aksi durumda olası talepler karşısında tüm ürünlerin ŞİŞECAM veya üçüncü taraf sağlayıcılar tarafından depolanmasının ek maliyetlere ve etkinsizliklere neden olacağı ifade edilmektedir.

- (63) ŞİŞECAM, SÖZLEŞME ile bayilerin alımlarının öngörülebilir olacağını ve böylelikle TTD oranında bir iyileşme sağlanmasının ve stok tutma maliyetlerinin azaltılmasının hedeflendiğini belirtmektedir. TTD oranının %(.....)'e ulaşması ile stok tutma miktarının (.....) tondan (.....) tona düşeceği ve (.....) tonluk iyileşmenin depolama maliyetlerine yaklaşık (.....) TL³⁵ olarak yansıtacağı vurgulamaktadır³⁶. İlaveten TTD oranında bir iyileşme olmaksızın fazla stok tutmanın tek yansımalarının sadece depolama maliyeti bakımından ortaya çıkmayacağı ayrıca sermaye üzerindeki yıllık yaklaşık (.....) TL ((.....) ton için) tutarındaki maliyetten tasarruf edileceği ifade edilmektedir³⁷.
- (64) Buradan hareketle ürünlerin farklı depolarda bulunmasının gerek ürün dağıtımı gerekse depolama bakımından külfet doğuracağı, bayilik sistemi ile bayilerin öngörebildikleri müşteri taleplerini ŞİŞECAM'a iletebileceği ve bu sayede ŞİŞECAM'ın daha etkin bir üretim planlaması yapabileceği; ŞİŞECAM ve bayi depolarının ise ihtiyaç duyulmayan ürünleri depolarında tutma külfetine katlanmayacakları ve TTD oranındaki iyileşme ile stok tutma miktarının ve maliyetinin düşebileceği, böylelikle ithalata başvurma olasılığının da azalabileceği değerlendirilmektedir. Yine bu maliyetteki azalış hem ŞİŞECAM sermayesine olumlu yansıtılabilecek hem de bayilerin maliyetlerine pozitif yönde etki edebilecektir.

- Karşılanamayan Talep Kapsamında Elde Edilecek Kazanımlar

- (65) SÖZLEŞME ile ulaşılması hedeflenen etkinliklerden bir diğeri de karşılanamayan taleplerin azaltılmasıdır. Bu çerçevede ŞİŞECAM tarafından; (i) ürünün yeniden satıcı/bayi stokunda bulunmaması, (ii) ŞİŞECAM tarafından ürün sevkiyatının beklenen zamanda yapılamaması ve (iii) üretim planlamasındaki aksaklıklardan kaynaklı karşılanamayan müşteri talebinin (.....) tondan (.....) tona düşeceği ve böylelikle (.....) tonluk talebin, TTD oranındaki %(.....)'lik olumlu gelişme ile karşılanabileceği ifade edilmiştir. Ek olarak TTD oranındaki iyileşmeler ile yıllık toplam üretim miktarında da yaklaşık (.....) tonluk bir artış sağlanacağı, yıllık toplam üretim bakımından birim başına üretim maliyetlerinin aşağı çekilmesinin ve ölçek ekonomilerinden faydalanılmasının da mümkün kılınacağı ifade edilmektedir.
- (66) Bu noktada; TTD oranında öngörülen iyileşmeler neticesinde ürün arzının artırılmasının ve talep edilen ancak farklı sebeplerle ŞİŞECAM veya bayiler tarafından karşılanamayan ürünlerin müşterilere kesintisiz sağlanmasının ve böylelikle ithalat yoluna daha az başvurulmasının hedeflendiği anlaşılmaktadır. Nitekim ŞİŞECAM tarafından da belirli sayıda bayiyle çalışılarak müşteri taleplerinin daha iyi analiz edilebildiği ve etkin bir planlama yapılabildiği ifade edilmektedir. Bayilik sistemi ile yeni bir ürün ortaya konuluyor olmasa da, bayinin ŞİŞECAM ürünlerine odaklanarak müşteri taleplerinin daha doğru okunabilmesi ve karşılanmayan ürünlerin bayiler ve ŞİŞECAM aracılığıyla müşterilere kesintisiz şekilde sunulması planlanmaktadır. Bu bağlamda TTD oranındaki iyileşme ile ŞİŞECAM'ın bayilerinin müşteri taleplerinin takibinin

³⁵ 2024 yılı sonunda yapılan bu analizlerde ŞİŞECAM tarafından birikimli ortalama USD/TRY paritesinin 32,83 ve dönem sonu USD/TRY paritesinin ise 35,28 olarak alındığı belirtilmektedir. Depolama maliyeti hesaplanırken; (.....) baz alınmıştır. Hesaplamalara (.....) alınmıştır.

³⁶ Diğer taraftan alternatif senaryolarda TTD'nin %(.....) ulaşması halinde ise (.....) tonluk bir iyileşme daha olacağı öngörülmektedir.

³⁷ Diğer yandan stok değişiminin sermaye maliyeti açısından finansal etkisi hesaplanırken (.....) ifade edilmektedir.

yapılıp bu yolla ŞİŞECAM'ın üretiminin ve stoklarının; bayilerin ise stoklarının pazar koşullarına göre belirlenebileceği değerlendirilmektedir. Bu sayede ŞİŞECAM'a özgülenecek bir bayilik sistemi ile karşılanamayan müşteri talepleri azaltılabilecek ve bu yolla etkinlik sağlanabilecektir.

- KKO Artışı Bakımından Kazanımlar

- (67) ŞİŞECAM'a göre, TTD oranında öngörülen iyileşmenin bir diğer yansıması KKO'nun artması ve bu yolla atıl kapasitenin düşürülmesi şeklinde ortaya çıkacaktır. ŞİŞECAM tarafından mevcut kapasitenin tamamıyla kullanılmadığı ancak bayilik sistemi ile TTD oranında yaklaşık %(.....) ve KKO'da ise %(.....)'e varan bir iyileşme sağlanabileceği ve daha yüksek kapasite ile üretim yapma imkânına kavuşulacağı ifade edilmiştir.
- (68) Ek olarak birim maliyetlerin düşeceği; TTD oranındaki %(.....) artış ile ortaya çıkan (.....) tonluk karşılanmayan talebin (.....) tonunun, KKO'nun ve üretim optimizasyonundaki %(.....) oranındaki artış ile karşılanacağı belirtilmektedir. Bu noktada yıllık karşılanan ilave (.....) tonluk ürün talebinin %(.....) yerine %(.....) oranında bir kapasite kullanımıyla karşılanabileceği ve bu sayede elde edilecek birim maliyet kazanımlarının yıllık yaklaşık (.....) TL seviyesinde olacağı ifade edilmiştir.
- (69) ŞİŞECAM; mevcut dağıtım ağı ile üretim kapasitesinin tamamını etkin bir şekilde kullanmadığını belirtmektedir. Ek olarak ciddi bir depolama sorunu yaşadığını ve bu sorunun kısa vadede ancak büyük ölçekli depolama alanı yatırımları ile çözülebileceğini, hâlihazırda üçüncü taraflardan temin edilerek kullanılmak zorunda kalınan depolama alanlarının da üretim kapasitesi için yetersiz kaldığını, yeterli depolama alanı bulunamamasının stoklama bakımından kapasite kısıtlarını ortaya çıkardığını ve bu durumun üretimin azaltılmasına/yavaşlatılmasına yol açabildiğini ifade etmektedir. Bu bağlamda ŞİŞECAM'ın 2017-2024 yılları arasında gerçekleşen KKO düzeylerine aşağıdaki tabloda yer verilmektedir.

Tablo 4: ŞİŞECAM'ın Yıllık Ölçekte Kapasite Kullanım Oranları (%)

Yıllar	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
KKO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi Yazı

- (70) Tabloda yer verilen bilgiler incelendiğinde; ŞİŞECAM KKO'nun, rekabet etmeme yükümlüğü içeren bayilik sisteminin muafiyetten yararlandığı 2018-2019 yıllarında muafiyet öncesine göre yaklaşık %(.....) gerileyerek ortalama %(.....)'e vardığı görülmektedir. Muafiyetin sona ermesi sonrası 2020 yılında KKO'nun gerilmeye devam ettiği, 2021 yılında önemli bir artış göstererek %(.....)'in üzerine yükseldiği, ancak devam eden yıllarda KKO'nun gerilediği ve 2022 yılı sonrasında yatay bir seyir izlediği gözlemlenmektedir. 2021 ve 2022 yıllarındaki yüksek kapasite kullanım oranlarına ilişkin olarak ise ŞİŞECAM tarafından yapılan açıklamalarda, söz konusu yükselişin büyük ölçüde Covid-19 salgınının sektör üzerindeki etkilerinden kaynaklandığı ve 2020 yılında yaşanan arz-talep şokları nedeniyle bazı düzcam fırınlarının zorunlu olarak soğuk bakıma alındığı belirtilmektedir. Bu çerçevede 2020 yılındaki gerilemede küresel ölçekte de etkili olan Covid-19 salgını ile üretim hatlarının bakıma alınmasının etkisinin bulunduğu söylenebilecektir. Diğer taraftan 2021 yılında KKO'daki artışın, 2020 yılındaki atıl talebin 2021 yılında fiilen karşılanabilmiş olmasından kaynaklandığı söylenebilecektir. Zira devam eden yıllarda KKO azalan bir seyir göstermiştir.
- (71) Tabloda yer alan oranlardan bayilik sisteminin muafiyetten yararlandığı dönemin (2018-2019) KKO ortalaması ile diğer yılların KKO ortalamasının birbirine yakın seviyede olduğu görülmektedir. Dolayısıyla ŞİŞECAM'ın rekabet etmeme yükümlülüğü

içeren bayilik sözleşmelerinin, ŞİŞECAM üretimine ve dolayısıyla KKO'ya önemli bir katkı sağladığını söylemek mümkün olmamaktadır.

- (72) Bu hususa ilişkin olarak ŞİŞECAM tarafından KKO'daki dalgalanmaların büyük ölçüde Covid-19 salgınının sektör üzerindeki etkilerinden kaynaklandığı belirtilmektedir. Ayrıca teknik zorunluluklar çerçevesinde üretim planlamasının geçici olarak revize edildiği yıllarda (2020-2021-2022) (.....) farklı fırının oldukça farklı kapasitelerle üretim yaptığı ve fırınların üretim sürekliliği ve teknik koşulları dikkate alındığında sadece yıllık KKO yüzdesine bakılarak bir verimlilik analizi yapılmasının yanıltıcı olabileceği ifade edilmektedir.
- (73) İlaveten ŞİŞECAM tarafından 2018-2019 yılları ile 2021-2024 yıllarında KKO'daki farklılıkların yukarıdaki faktörlerin yanı sıra üretim tercihlerine ve talebe bağlı olarak değiştiği ileri sürülmektedir. Bu çerçevede 2020 yılında ekonomide yaşanan daralma ve 2021 yılı sonrasında inşaat sektöründe yaşanan canlanma sebebiyle özellikle inşaat sektöründe sıklıkla kullanılan renksiz cam üretimine ağırlık verildiği, ayrıca renksiz düzcamın teknik olarak daha hızlı üretilmesi ve üretim verimliliğine sahip olması sebebiyle KKO'nun yükseldiği ancak 2018 ve 2019 yıllarında renksiz cam üretiminin azalması sebebiyle de KKO'nun gerilediği belirtilmiştir.
- (74) ŞİŞECAM tarafından düzcam üretiminin renkli ve renksiz olmak üzere iki farklı şekilde gerçekleştirildiği ve renkli düzcam üretiminin teknik olarak daha yavaş üretim hızına sahip olduğu ve dolayısıyla tonaj bazında fırınların daha az üretim gerçekleştirdiği ifade edilmektedir. Bu açıklamalar doğrultusunda renksiz düzcam üretiminin toplam üretim içindeki payı artıka/azaldıkça KKO'nun da paralel olarak artacağı/azalacağı anlaşılmaktadır.
- (75) Renksiz düzcam üretiminin KKO üzerindeki etkisinin anlaşılabilmesi bakımından 2017-2024 yıllarında ŞİŞECAM renksiz cam üretim miktarları ve toplam üretim içindeki payları ile KKO düzeylerine aşağıda yer verilmektedir.

Tablo 5: ŞİŞECAM'ın Toplam Düzcam Üretim Miktarı, Renksiz Düzcam Üretim Miktarı ve KKO'su

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Toplam Üretim (Bin Ton)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Renksiz Üretim (Bin Ton)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Renksiz/Toplam (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KKO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Renksiz Üretim Değişimi (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KKO Değişimi (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: ŞİŞECAM cevabi yazılarından hesaplanmıştır.

- (76) Bu kapsamda ŞİŞECAM'ın iddiaları doğrultusunda renksiz cam üretimindeki dalgalanmalarda KKO'sunun da aynı oranda etkilenmesi beklenmelidir. Ancak tablodaki verilere bakıldığında 2020 ve 2024 yıllarında renksiz düzcam üretimindeki değişim ile KKO'daki değişimin aynı yönde olmadığı görülmektedir. Bununla birlikte değişimlerin aynı yönde olduğu yıllarda da renksiz düzcam üretimindeki değişim ile KKO'daki değişim oranlarındaki artışların/azalışların aynı büyüklükte olmadığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla ŞİŞECAM'ın KKO'sundaki değişimlerin tamamen renksiz cam üretiminden kaynaklandığını söylemek mümkün olmamaktadır. Zira 2022 yılındaki renksiz düzcam üretim miktarı 2021'e göre artmış olmasına rağmen KKO azalmıştır. Öte yandan ŞİŞECAM'ın bayilik sisteminin muafiyetten yararlandığı 2018-2019 yıllarında gerek renksiz cam üretim miktarında gerekse KKO'da kayda değer bir artış olmadığı görülmektedir. Dolayısıyla rekabet etmeme yükümlülüğü ile elde edilmesi amaçlanan etkinlik artışının, KKO artışı ile doğrudan ilişkili olmadığı değerlendirilmektedir. Nitekim rekabet etmeme yükümlülüğü dağıtım aşındaki bir

etkinliği hedeflerken; KKO üretimle ilişkili bir göstergedir. Sonuç olarak bu iki parametre arasındaki ilişki karmaşık nitelikte olup birbirlerini etkileme potansiyeli ancak dolaylı şekilde gerçekleşebilecektir. Bu bağlamda dağıtım sisteminde uygulanacak bir rekabet etmeme yükümlülüğü, üretimdeki bir değişkene yansiyacaksa da bu yansımanın olumlu etkisinin oldukça sınırlı düzeyde kalacağı değerlendirilmektedir.

- Atıl Stok Bakımından Kazanımlar

- (77) ŞİŞECAM, bayilerle rekabet etmeme yükümlülüğü içeren sözleşmenin imzalanmasıyla birlikte TTD oranında ortaya çıkacak % (.....) iyileşmeyle; üretimine başlanan ancak teslimat zamanlaması sorunları ve buna bağlı sipariş iptalleri gibi sebeplere nihai üretimi tamamlanamayıp atıl stoka düşen ve yıl sonunda tekrar üretime dâhil edilen yaklaşık (.....) ton camın (.....) tona düşeceğini öngörmektedir. Buna göre atıl stoklarda kırık onayı alınan ve yeniden harmana giren ürün miktarındaki (.....) tonluk düşüşün yıllık yaklaşık (.....) TL tutarında tasarruf yaratacağı belirtilmektedir.
- (78) Buradan hareketle taraflar arasında akdedilmesi planlanan SÖZLEŞME ile atıl kalan ve üretim ve stok maliyetine neden olan ürünlerin maliyetine katlanılmayacak olup bunların üretiminden kaynaklanan zaman ve üretim hattı tasarrufu ile doğrudan pazarda talep olarak karşılık bulan ürünler üretilebilecektir. Bu noktada sözleşme ile TTD oranında sağlanacak iyileşme, ŞİŞECAM'ın ve bayilerin müşterilerin taleplerine daha iyi odaklanmasına, böylelikle atıl stokların azalmasına ve üretimin optimizasyonuna imkân sağlayabilecektir.

- Kontribüsyon Etkileri Bakımından Kazanımlar

- (79) SÖZLEŞME ile sağlanan TTD oranındaki artışla karşılanamayan talepte yıllık yaklaşık (.....) ton gelişim sağlanması ve bu ürünlerin satışından kontribüsyon geliri elde edilmesi planlanmaktadır. ŞİŞECAM tarafından derlenen veriler kapsamında anılan miktar için yıllık kontribüsyon kazancı hesaplamalarına aşağıda yer verilmektedir.

Tablo 6: İlave Satışlardan Doğacak Mali Sonuçlar ve Esas Alınan Parametreler

Satış Kaybı (Ton/Aralık 2024)	(.....)
Yıllık Müşteri Ortalama Satış Fiyatı	(.....)
Yıllık Müşteri Ortalama Satılan Mal Maliyeti	(.....)
Yıllık Müşteri Ortalama Navlun Giderleri	(.....)
Yıllık Müşteri Ortalama Kontribüsyonu	(.....)
Toplam Yıllık Kontribüsyon Kaybı	(.....)
Kaynak: Cevabi Yazı	

- (80) Yukarıda yer verilen bilgilerden, karşılanamayan ürün talebinden kaynaklanan yaklaşık (.....) TL kaybın söz konusu olduğu görülmektedir³⁸. Bildirime konu SÖZLEŞME'ye muafiyet tanınması halinde ise toplam optimizasyon kazanım tutarının yaklaşık (.....) TL olacağı ve bu tutarın ŞİŞECAM düzcam iş kolunun yıllık cirosunun yaklaşık % (.....) tekabül ettiği ve endüstri standartları bakımından anılan oranın oldukça yüksek bir kazanım olduğu ifade edilmiştir.
- (81) Bu bilgilerden hareketle, TTD oranına bağlı üretim iyileşmesi ile ŞİŞECAM'ın bayilik sistemine muafiyet tanınması halinde hâlihazırda katlandığı (.....) TL maliyete

³⁸ Türkiye'deki ŞİŞECAM tesislerinin Aralık 2024 yıllık yurt içi müşteri satış tutarları, yurt içi müşteri satış miktarına bölünmüş ve (.....) TL/tona ulaşılmıştır. Aralık 2024 yıllık yurt içi müşteri satışlarına ait satış maliyeti yurt içi müşteri satış miktarına bölünmüş ve (.....) TL/tona ulaşılmıştır. Aralık 2024 yıllık yurt içi müşteri satışlarına ait navlun gideri yurt içi müşteri satış miktarına bölünmüş ve (.....) TL/tona ulaşılmıştır. Hesaplanan birim satış fiyatı, birim maliyet ve navlun giderlerinden çıkartılarak (.....) TL/tona (kontribüsyon) ulaşılmıştır. Hesaplanan birim kontribüsyon tutarı satış tonaj kaybı olan (.....) ton ile çarpılarak (.....) TL'ye ulaşılmıştır.

katlanmayacağı ve SÖZLEŞME ile ortaya çıkması planlanan somut üretim etkinliğinin bu tutar ile ortaya konulabileceği değerlendirilmektedir.

- Dağıtım Sürecinde Sağlanan Verimlilik Bakımından Kazanımlar

- (82) ŞİŞECAM tarafından cam ürününün bayi depolarına ulaştırılmasının ek maliyet doğurduğu, bayi müşterisi tarafından minimum taşıma kapasitesi üzerinde bir ürün talebi olması durumunda ilgili ürünün en yakın ŞİŞECAM üretim noktasından karşılandığı ve ürünün müşteriye iletilmesinin maliyetine de ŞİŞECAM'ın katlandığı, bu bakımdan ŞİŞECAM tarafından satışların artırılmasından öte müşteri taleplerinin karşılanmasına, arz devamlılığının sağlanmasına ve dağıtım ağının genişletilmesine yönelik çalışmalar yapıldığı ifade edilmektedir. Bu kapsamda ürünlerin alıcılara ulaştırılmasında ŞİŞECAM tarafından kullanılan, "ARVENTO Araç Takip Sistemi" (ATS) ve "ORTEK Sevkiyat Planlama Programı" (ORTEK) olmak üzere iki farklı sistem bulunduğu belirtilmiştir.
- (83) ŞİŞECAM, ATS aracılığıyla Türkiye düzcam faaliyet alanı içerisinde *Jumbo* ebat cam taşımalarında kullanılan ve mülkiyeti ŞİŞECAM'a ait olan *Jumbo* dorselerin anlık konum bilgilerini takip ettiğini, bununla birlikte bayilerin ATS sistemine erişimlerinin bulunmadığını, müşterilerin siparişlerinin durumu hakkında bilgi almak istemeleri durumunda ŞİŞECAM tarafından sistem üzerinden aracın konumuna bakılarak kendilerine bilgi verildiğini belirtmektedir.
- (84) ŞİŞECAM tarafından; ORTEK'in 2018 yılında geliştirilmiş olan ve yapay zekâ kullanan bir sevkiyat optimizasyon programı olduğu, ORTEK programı aracılığıyla sevk edilmeye uygun siparişler ve uygun taşıtların veri olarak ORTEK optimizasyon sistemine iletilmesi ve uygun rota atamaları ile araçların toplam mesafelerinin en aza indirilmesinin hedeflendiği, diğer yandan ORTEK programının da ARVENTO sistemi gibi sadece ŞİŞECAM çalışanları tarafından kullanılabildiği ve bu sistemlere bayilerin hiçbir şekilde erişiminin bulunmadığı vurgulanmaktadır.
- (85) Düzcam ürün yelpazesinde yer alan farklı ürün tiplerinin üretimi için kalınlık ve özellikle renk geçişlerinde yeni ürün formülasyonu ve üretim hattının yeni ürün için hazırlanması ciddi zaman ve üretim kayıplarına neden olabilmekte ve spesifik olarak üretilmesi gereken ürünler bakımından ürünün mümkün olduğunca tek seferde üretim hattından çıkarılması ve ilgili müşteriye teslim edilmesi ve dağıtımını önem kazanmaktadır. Özellikle gerçekleşen talepten daha fazla ürün üretilmesi veya ürünlerin talep edilen dönemde müşterilere teslim edilememesi, dönemsel stok seviyelerini ve stok maliyetini artırabilmektedir. Bu çerçevede, TTD oranına bağlı üretim hattında sağlanacak bir etkinlik artışının yaratacağı üretim artışı sonrası maliyetlerde optimal bir seviyeye ulaşabilmek için üretilen ürünlerin uygun noktalarda depolanmasına veya müşteri talepleri doğrultusunda hızlı teslimatına ihtiyaç duyulmaktadır. İlaveten dağıtım ağı iyileştirilmeden ortaya çıkan üretim optimizasyonunun faydasının sınırlı kalacağı, üretimde optimizasyon olmaksızın dağıtımda sağlanacak bir etkinliğin de olumlu etkilerinin sınırlı olacağı değerlendirilmektedir.
- (86) ŞİŞECAM tarafından sunulan ve yukarıda detaylarına yer verilen açıklamalar doğrultusunda bildirim konu SÖZLEŞME ile üretimde verimlilik sağlama ve talebi daha doğru tahmin etme fırsatının kazanılabileceği anlaşılmaktadır. Buna ek olarak, dağıtım ağında organizasyon sağlanmasıyla üretim tesislerinden uzak noktalarda bulunan müşteri ve bayi taleplerinin karşılanmasının mümkün olabileceği; üretim noktası, depo, araçlar ve teslimat noktası arasında uygun eşleşmelerle taşıma maliyetlerinin düşürülebileceği değerlendirilmektedir. Bu bakımdan, dağıtım ağının

geliştirilmesi amacıyla kurulan ATS ve ORTEK uygulamaları ile daha iyi sonuçlar elde edilebilecektir.

- (87) Diğer yandan yukarıda anıldığı gibi aksine üretilen ürünler her zaman doğrudan bayilere veya müşterilere teslim edilememektedir. Bu kapsamda bazı ürünlerin üretilmesi sonrasında bir kısmının bayi depolarına aktarıldığı, kalan kısmının ise ŞİŞECAM'a ait veya ŞİŞECAM tarafından kiralanılan depolara gönderildiği, dağıtım ve depolama sonrasında ise 1-2 yıl içinde ürünlerin tekrar üretiminin yapılmadığı düşünüldüğünde etkili bir üretim ve dağıtım planlamasının önemli bir gereksinim olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla dağıtım aşındaki bir optimizasyonun ŞİŞECAM'ın dağıtım maliyetlerinin düşmesine katkı sağlamasının yanı sıra ŞİŞECAM ve bayilerin depolama maliyetlerinin azalmasına, ürünlerin müşterinin talep zamanına yakın şekilde teslim edilebilmesine de katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda bayilik sistemi ve TTD oranındaki iyileşme ile ortaya çıkması beklenen üretim ve dağıtım aşındaki gelişmeler, ŞİŞECAM ve bayilerin depolama ve dağıtım maliyetlerinde iyileşme sağlayabilecektir. Söz konusu hususlar teşebbüsün stok tutma miktarı ile depolama ve dağıtım maliyetlerinin teşebbüsün giderleri içindeki payına bakılmak suretiyle incelenebilecektir.
- (88) Bu kapsamda aşağıda ilk olarak ŞİŞECAM'ın tüm bayilerinin bölgeler özelinde 2018-2022 yılları arasında stok tutma miktarları gösterilmektedir.

Tablo 7: ŞİŞECAM Bayilerinin Stok Tutma Miktarı (Ton)³⁹

Bayiler	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Marmara-1	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Marmara-2	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ege	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Akdeniz	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İç Anadolu	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Değişim (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: ŞİŞECAM Cevabi Yazısı

- (89) Yukarıda yer alan tablodan da anlaşılacağı üzere, ŞİŞECAM bayilik sistemine Kurul tarafından muafiyet tanındığı 2018-2019 dönemine kıyasla muafiyetin bulunmadığı dönemde bayilerin stok tutma miktarlarında artış olmuştur. Özellikle 2020 yılında stok tutma miktarı %(.....) üzerinde artış gösterirken 2021 yılında %(.....) oranında azalmış, devam eden yıllarda ise artış göstermiş ve 2022-2024 döneminde ortalama stok tutma miktarı, muafiyet bulunan dönemin ortalamasına kıyasla %(.....)'in üzerinde artış göstermiştir⁴⁰. Bu çerçevede muafiyet tanınan döneme göre muafiyet sonrasında bayilerin stok tutma miktarlarında artış yaşandığı, SÖZLEŞME'ye muafiyet tanınması halinde ŞİŞECAM ile birlikte bayilerin hem stok tutma miktarlarının düşeceği hem de bu yolla depolama maliyetlerinin azalabileceği değerlendirilmektedir.
- (90) Bu noktada 2018-2019 yıllarında muafiyetten yararlanan ŞİŞECAM bayilik sisteminin depolama ve dağıtım maliyetleri üzerindeki etkisinin anlaşılabilmesi amacıyla ŞİŞECAM, DÜZCE CAM⁴¹ ve ŞİŞECAM'ın en büyük hacimli bayilerinden olan ARDIÇ, AVRUPA, RESMAN, SALT ve YILDIZ'ın depolama ve dağıtım giderlerinin faaliyet giderleri içindeki payını gösteren tablolara aşağıda yer verilmektedir.

³⁹ ŞİŞECAM cevabi yazısında; (.....) belirtmektedir.

⁴⁰ 2020 yılında başlayan pandemiden kaynaklı olarak satışların azalması sebebiyle stoklarda önemli miktarda artış olduğu, 2021 yılında pandemide atıl kalan talebin fiili talebe dönüşmesinden dolayı stokların gerilediği, bu çerçevede 2020 ve 2021 yıllarındaki stok tutma miktarlarının gerçeği tam anlamıyla yansıtmadığı değerlendirilmektedir.

⁴¹ DÜZCE CAM tarafından iletilen cevabi yazıda, (.....) ifade edilmiştir.

Tablo 8: Depolama Maliyetlerinin Faaliyet Gideri İçerisindeki Payı (%)

Teşebbüs	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
ŞİŞECAM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DÜZCE CAM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ARDIÇ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
AVRUPA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
RESMAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SALT ⁴²	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
YILDIZ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi Yazılar

Tablo 9: Dağıtım Maliyetlerinin Faaliyet Gideri İçerisindeki Payı (%)

Teşebbüs	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
ŞİŞECAM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DÜZCE CAM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ARDIÇ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
AVRUPA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
RESMAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SALT ⁴³	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
YILDIZ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi Yazılar

- (91) Tablo 8'den, ŞİŞECAM'ın depolama maliyetlerinin faaliyet gideri içindeki payının muafiyet bulunan 2018 ve 2019 yıllarında muafiyet bulunmayan dönemlere göre daha düşük olduğu görülmektedir. DÜZCE CAM tarafından depolama maliyetlerinin faaliyet giderleri içindeki payına ilişkin bilgi sunulmamış olmakla birlikte ŞİŞECAM'ın en fazla satış gerçekleştirdiği bayilerinin depolama maliyetlerinin faaliyet giderleri içindeki payının muafiyet bulunan ya da bulunmayan dönem arasında bir farklılık göstermediği dahası ARDIÇ ve AVRUPA'nın depolama maliyetlerinin faaliyet gideri içindeki payının muafiyet sonrası dönemde gerilediği gözlemlenmektedir.
- (92) Tablo 9'da, ŞİŞECAM'ın dağıtım maliyetlerinin faaliyet giderleri içindeki payında muafiyet öncesi ve sonrası döneme göre belirgin bir farklılığın olmadığı görülmektedir. DÜZCE CAM dağıtım maliyetinin payının ise ŞİŞECAM bayilik sisteminin muafiyetten yararlandığı 2018-2019 yılları sonrası gerilediği gözlemlenmektedir. Bu çerçevede ŞİŞECAM bayilik sisteminin muafiyetten faydalandığı dönemde DÜZCE CAM'ın dağıtım maliyetlerinin incelenen dönemlerin en yüksek seviyesinde olduğu görülmektedir. Başka bir ifadeyle ŞİŞECAM rekabet etmeme yükümlülüğü içeren bayilik sisteminin, rakiplerin alternatif müşterilere ve dağıtım kanallarına ulaşma imkânını sınırlayarak onların dağıtım maliyetlerinde artışa neden olduğu değerlendirilmektedir.
- (93) Diğer taraftan ŞİŞECAM bayilerinin dağıtım maliyetlerinin faaliyet giderleri içindeki payına bakıldığında 2018-2019 yıllarında muafiyetten yararlanan ŞİŞECAM bayilik sisteminin teşebbüslerin dağıtım maliyetlerine önemli bir katkısının bulunmadığı görülmektedir. Bu çerçevede DÜZCE CAM'ın dağıtım maliyetleri ŞİŞECAM'ın uyguladığı rekabet etmeme yükümlülüğü içeren bayilik sözleşmesi ile artış gösterirken, ŞİŞECAM ve bayilerinin ise ilgili sözleşmeye muafiyet tanınan dönem ile tanınmayan dönem arasında belirgin bir artış veya azalış seyri gözlemlenmemektedir.

⁴² SALT tarafından iletilen cevabi yazıda verilen oranların, dağıtım ve depolama maliyetlerinin faaliyet giderleri içerisindeki payları bakımından yapılacak değerlendirmede kullanımının elverişsiz olması nedeniyle teşebbüsün gelir tablosu üzerinden "Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri"nin "Faaliyet Giderleri" içerisindeki payına yer verilmiştir. Diğer taraftan bilgi talebi tarihi itibarıyla teşebbüs tarafından 2024 yılına ait gelir tablosu sunulmadığından 2024 yılı verilerine yer verilememiştir.

⁴³ Bkz. dipnot 41.

- (94) Yukarıda yer verilen bilgiler kapsamında bildirim konu SÖZLEŞME ile yetkili satıcılara getirilen rekabet etmeme yükümlülüğü sayesinde, yetkili satıcıların ŞİŞECAM ürünlerine yoğunlaşarak müşterilerden gelen talebi daha doğru bir şekilde değerlendirme ve gelebilecek talepleri öngörme olanaklarının artacağı, bu durumun ise pazar hakkında daha doğru geri bildirim alan ŞİŞECAM'ın, üretim planlamasını daha iyi yapabilmesini sağlayarak bayilerden gelen talepler ve dönüşler sonucunda talebi olmayan ürünün üretimini planlı olarak kesebilmesini ve üretim hattının ihtiyaç duyulan ürün için kullanabilmesini sağlayabileceği değerlendirilmektedir. Bu etkinliğin genel olarak ekonomiye yansıyan başlıca faydası talep eğilimleri doğrultusunda ürün çeşitliliğinin ve arz devamlılığının sağlanması olacaktır.
- (95) Bununla birlikte ŞİŞECAM ve rakibi DÜZCE CAM ile ŞİŞECAM'ın en büyük müşterilerinden/bayilerinden alınan cevabi yazılardan hareketle 2018-2019 döneminde muafiyetten yararlanan bayilik sisteminin ŞİŞECAM ve bayilerin depolama ve dağıtım maliyetlerine katkıda bulunduğunu söylemek mümkün olmamaktadır. Dahası bayilik sisteminin muafiyetinin sona ermesi sonrası rakip konumundaki DÜZCE CAM'ın dağıtım maliyetlerinin gerilediği ve müşterilerine daha uygun maliyetlerle ürün temin edebildiği anlaşılmaktadır. Bu çerçevede bayilik sisteminin rakiplerin maliyetlerini artırarak rekabeti sınırladığı sonucu çıkarılabilecektir.
- (96) Nihai olarak bayilik sistemi ve TTD oranındaki iyileşme ile ortaya çıkması beklenen üretim ve dağıtım aşındaki gelişmelerin fiiliyatta ŞİŞECAM ve bayilerinin depolama ve dağıtım maliyetlerinde herhangi bir iyileşme sağlamadığı, rakip DÜZCE CAM'ın ise dağıtım maliyetlerini artırdığı görülmektedir. Dolayısıyla rekabet etmeme yükümlülüğü içeren ilgili sözleşme ile ŞİŞECAM ve bayileri bakımından -pazarın koşullarına göre- bir etkinlik kazanımı doğacak olsa da söz konusu etkinliğin rakipler bakımından negatif dışsallığa yol açabileceği değerlendirilmektedir.

(a) Bendine İlişkin Genel Değerlendirme

- (97) Yukarıda detaylarına yer verilen kısımda ŞİŞECAM, 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (a) bendi kapsamında bayiler ile imzalanması planlanan SÖZLEŞME ile meydana gelecek etkinlik kazanımlarına ilişkin çeşitli açıklamalar sunmuştur. Yapılan açıklamalardan anlaşılacağı üzere ŞİŞECAM tarafından ileri sürülen etkinlik kazanımları bakımından üretim, dağıtım ve depolama planlamasında optimizasyonun sağlanması hususlarına önem atfedilmekte ve bunlara bağlı olarak maliyetlerin azaltılması hedeflenmektedir.
- (98) Düzcamların üretiminin doğası gereği yüksek ısı enerjisi gerektiren izabe teknolojisi, kesintisiz üretim yapma zorunluluğu ve hassas ham madde kullanımı gerektirmesi nedenleriyle üretim hattı sayısı fazlalığının avantajları sınırlı kalmakta ve anlık olarak üretimin bir diğer ürüne kaydırılması imkânı azalmaktadır. Bu bağlamda üretim sürecinin özellikleri ve düzcamların ürün çeşitlerine yönelik olası müşteri talebinin karşılanması gerekliliği, düzcamların pazarında üretim planlamasını önemli bir unsur haline getirmekte olup üretim maliyetlerinin yükselmemesi için pazar talebinin öngörülebilirliğinin artırılması önem kazanmaktadır. Bildirim konu bayilik sisteminde üretim planlamasında optimizasyon ve ürün gamının son kullanıcı taleplerine göre geliştirilmesi ile sonuçlanan yeni ürün eklemeleri veya üretim listesinden çıkarmaların, ön sipariş tahminlerinin doğruluğunun giderek artması ve bunun sonucunda doğru miktarda üretim, dağıtım ve stok seviyesinin optimize edilmesi yoluyla sağlanabileceği ifade edilmiştir.
- (99) ŞİŞECAM tarafından mevcut durumda yıllık yurt içi toplam talebi karşılayacak üretimin sabit üretim hatlarıyla yıl boyunca sürdürülemediği, hâlihazırda yeterli kapasiteye sahip

olmayan depolama alanlarının büyük bölümünün üreticiler için temel girdi konumunda bulunan düzcama ayrıldığı ifade edilmektedir. Bu doğrultuda bayilerin geçmiş dönemdeki satış ortalamasından hareketle bayi depolarında muhtemel talepleri karşılayacak ürün bulundurulması, müşteri taleplerinin karşılanmasına imkan vereceği gibi hem ürün çeşitliliğine hem de arz devamlılığına fırsat tanıyabilecektir. Bu noktada sadece ŞİŞECAM markasına ait ürünlerin bulunması bayinin markaya odaklanarak arz devamlılığının sağlanmasına, ŞİŞECAM'ın ise ilgili bayiye odaklanmasına ve ihtiyaç duyulduğu anda talep edilen ürünün müşteri veya bayiye sağlanmasına ve hizmet kalitesinin artmasına fırsat sağlayabilecektir.

- (100) TTD oranındaki iyileşme sayesinde yeni veya beklenmedik ürün talebinin ortaya çıkması halinde üretim hattı duraklatılmaksızın ilgili üretim hatları talep edilen ürünün üretimi için kullanılabilir. Bu sayede bayi ve ŞİŞECAM stokunda bulunmayan bir ürüne ani ve büyük montanda talep olması halinde üretim hatları ve kapasitesi bu ihtiyaca yanıt verebilecek olup üretimin, müşteri talepleri doğrultusunda şekillenmesi ve müşteri taleplerine hızlı bir şekilde yanıt verilmesi mümkün olmaktadır. Ayrıca üretimin ihtiyaç duyulduğu anda farklı ürünlere yönlendirilebilmesi sayesinde beklenmedik talepler için depolarda ürün bulundurma gereksinimi azalacağından bayilerin ve ŞİŞECAM'ın stok tutma maliyetleri de gerileyebilecektir.
- (101) Diğer taraftan dağıtım sisteminin takibi amacıyla kullanılan uygulamalar ve bayilik sistemi aracılığıyla ürün taleplerinin öngörülebilir olması, teşebbüsün teslimat aşında organizasyon sağlayabilmesinin önünü açabilecektir. Düzcama ürününün niteliği, ürünün dağıtım maliyetlerine ve verimliliğine doğrudan etki eden bir unsurdur. Bu çerçevede üreticiler düzcama'nın kırılabilirliği ile nakliye maliyetlerinin görece yüksekliğini ürünleri teslimat noktalarına ulaştırırken dikkate almak zorundadır. Nitekim ŞİŞECAM tarafından ürünlerin teslimat noktalarına ulaştırılması için tasarlanmış ve (.....) kapasiteye sahip araçların kullanıldığı belirtilmektedir. Ayrıca herhangi bir üreticinin tüm tüketicilere ulaşması ve tek başına etkin bir dağıtım sistemi kurmasının zor olması nedeniyle planlama ve dağıtım etkinliğinin sağlanması önem arz etmektedir.
- (102) ŞİŞECAM tarafından yeniden satıcı/bayi, sanayici ve *ısıcama*⁴⁴ yetkili satıcılarına yapılan en küçük tonajlı satışların (.....) ton seviyesinde gerçekleştiği ifade edilmektedir. Dolayısıyla küçük miktardaki müşteri talepleri bayiler aracılığıyla karşılanmaktadır. Bununla birlikte bayi satışlarında müşteri talebinin (.....) ton seviyesinde olması ve talep edilen ürünün tek bir fabrika stokunda bulunan ürünler ile karşılanması halinde dahi ürünler doğrudan ŞİŞECAM araçları tarafından müşteriye teslim edilmektedir. Bu çerçevede ŞİŞECAM'ın, bayilerin uzak mesafeler de dâhil olmak üzere büyük miktarda satışlarını dağıtım yönünden desteklediği anlaşılmaktadır. Doğrudan bayilerden gelen büyük montanlı talepler çerçevesinde dağıtım ağının, nakliye araçlarının ve teslimat planlarının organize edilmesinin ve küçük miktardaki taleplerin bayiler aracılığıyla karşılanmasının dağıtım maliyetlerinde düşüş sağlaması beklenmektedir. Aksi takdirde ŞİŞECAM'ın küçük miktarda talepleri de doğrudan karşılaması veya büyük miktarda olsalar dahi pazardaki tüm talepleri; bayiler olmaksızın takip edebilmesi zorlaşabilecek ve gerek üretimde gerek dağıtımda etkinsizliğe yol açabilecektir.
- (103) Bu bilgilendirmeler ışığında; düzcama ürünlerinin etkin dağıtımını için yaygın ve planlı bir şekilde çok sayıda noktaya ulaştırılması önem arz etmektedir. Nitekim üretim hatlarının

⁴⁴ *Isıcama*, ŞİŞECAM'ın çift cam/yalıtımlı cam ürün grubundaki markasıdır. ŞİŞECAM'ın rakibi DÜZCE CAM'ın ise çift cam ürün grubunda *klimatik* isimli bir markası bulunmaktadır. (.....) bu husus ayrıca ele alınacaktır.

tüm ülke veya bölgeler çapında dağılımı düzcam üretim ve satışında zarara ve etkinsizliğe neden olabilecek olup bu durum teşebbüslerin tüm ülkeye yayılmış üretim hatları/fabrikaları kurmalarına engel teşkil etmektedir. Üretim ağındaki bu kısıt çerçevesinde bildirim konu SÖZLEŞME'nin, birbirlerinin hizmetlerine odaklanmış ŞİŞECAM ve bayilerinin daha fazla sayıda noktaya ulaşmalarına, dağıtım ve lojistik faaliyetlerini daha iyi planlamalarına, ölçek ekonomilerinin ortaya çıkmasına ve dolayısıyla dağıtımın rasyonelleşmesine katkı sağlayabilecektir.

(104) Düzcam pazarına ilişkin olarak oluşturulması muhtemel bir bayilik sisteminin genel etkinlik kazanımları yukarıda ele alınmıştır. Bunlara ek olarak ŞİŞECAM tarafından belirtilen etkinlik kazanımları altındaki değerlendirmelerden özetle;

- TTD oranındaki iyileşmeyle atıl stok miktarının azaltılması imkânına kavuşulabileceği, üretime yönlendirilebilen müşteri talepleri sayesinde hem üretimin devamlılığının sağlanabileceği hem de etkili bir üretim planlamasının yapılabileceği ve üretimde katkı kaybının önüne geçilebileceği ve
- Stok yetersizliği ve ürün bulunamaması sebebiyle karşılanamayan talepler bakımından planlanan bayilik sistemi ile ana arter ve uçlardaki taleplerin bayiler aracılığıyla daha iyi okunabileceği, ani ve büyük montanlı gelen müşteri taleplerinin kısa sürede karşılanabileceği ve bu sayede arzın devamlılığının sağlanabileceği,

değerlendirilmekle birlikte ŞİŞECAM, DÜZCE CAM ve diğer teşebbüslerce iletilen cevabi yazılarda ŞİŞECAM tarafından etkinlik olarak ortaya çıkacağı belirtilen KKO'daki artış ve ŞİŞECAM ve bayilerin dağıtım ve depolama maliyetlerinde bir gerileme olacağı hususunu destekleyen somut bir verinin bulunmadığı anlaşılmaktadır. Nitekim mevcut SÖZLEŞME'den yalnızca sözleşme süresi bakımından ayrılan ve 2018-2019 yıllarında muafiyet almış olan bayilik sisteminin ((.....)) uygulandığı yıllarda anılan göstergelerde bir kazanım ortaya çıkmadığı görülmektedir.

(105) Diğer taraftan TTD oranındaki gelişmenin ŞİŞECAM tarafından ileri sürülen her bir etkinlik kazanımına katkıda bulunmadığı veya bir bütün olarak bayilik sisteminin muafiyetten yararlandığı 2018-2019 döneminde gelişmelerin KKO ile dağıtım ve depolama maliyetlerine yansıtılmadığı anlaşılmış olsa da anılan dönemdeki TTD oranı ile etkinlikler arasındaki zayıf ilişkinin, bayilik sistemi ile etkinlik ortaya çıkmayacağı anlamına gelmeyeceği değerlendirilmektedir. Zira ŞİŞECAM'ın, KKO ve dağıtım maliyetlerinde bir gelişme görülmesi de herhangi bir teşebbüsün pazara ve talebe yönelik bilgilerinin artması; üretimde, dağıtımda ve depolama maliyetleri ile ürünlerin tüketicilere sunulmasında etkinlikler sağlaması mümkün olacaktır. Rekabet etmeme yükümlüğü olsun veya olmasın pazara yönelik tahminlerin gelişmesi ile stok tutma maliyetlerinde azalış, karşılanamayan taleplerin karşılanabilmesi, atıl stokların azaltılması gibi etkinliklerin de ortaya çıkabileceği anlaşılmaktadır. Bu çerçevede TTD oranındaki gelişmeler teşebbüsün KKO, üretim ve dağıtım maliyetleri üzerinde uzun vadede olumlu etkilere sahip olabilecek ve etkinlik kazanımlarının artışına katkı sağlayabilecektir⁴⁵.

(106) Tüm bu açıklamalar doğrultusunda güncel piyasa koşullarında bildirim konu SÖZLEŞME ile oluşturulması planlanan bayilik sisteminin getireceği TTD oranındaki

⁴⁵ Teşebbüs için önemli etkinlik kazanımı olarak sayılabilecek KKO artışı ve dağıtım maliyetlerinde gelişme gibi etkinlik kazanımlarının TTD oranındaki gelişmeler sonucunda ortaya çıkmayacağı değerlendirilmekle birlikte ortaya çıkması beklenen diğer etkinlik kazanımlarının elde edilebilmesi için bayilere rekabet etmeme yükümlüğü getirilmesinin gerekli olup olmadığı hususuna 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (d) bendi kapsamında yapılan değerlendirmede yer verilecektir.

gelişmeler sayesinde; atıl stokların azaltılabileceği, üretim planlaması ve devamlılığın sağlanabileceği, ŞİŞECAM'ın tek başına ulaştıramayacağı ürünleri bayiler aracılığıyla üretim tesislerinden uzaktaki müşterilere ulaştırabileceği, karşılanamayan taleplerin azaltılabileceği ve bu yönüyle düzcüm pazarında ürün ve hizmet sunumunda iyileşme ve gelişme sağlanabileceği değerlendirilmekte olup 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (a) bendinde yer verilen koşulun karşılandığı kanaatine varılmaktadır.

b) Tüketicinin Bundan Yarar Sağlaması

- (107) Bireysel muafiyetin ikinci şartı; malların dağıtımı veya hizmetlerin sunulmasından elde edilen iyileşmelerin tüketicilere yansıtılmasıdır. Nitekim Muafiyet Kılavuzu, ikinci şart yönünden ekonomik yararların sadece anlaşma tarafları lehine değil aynı zamanda tüketici lehine olmasını aramaktadır. 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin gerekçesinde bu husus, *"Bu yararlı etkilerin tüketiciye yansımayaarak sadece firma kârları olarak kalması halinde muafiyet uygulanmayacaktır. Ortaya çıkan yarardan tüketicinin adil bir pay alması suretiyle rekabet hukukunun sosyal yönü de ortaya çıkmaktadır."* şeklinde açıklanmaktadır.
- (108) Bu noktada fiyat seviyesindeki düşüş, satış sonrası etkin hizmetler, kalitenin ve ürün çeşitliliğinin artması, tüketicinin ürüne daha kolay ulaşabilmesi, yeni mal veya hizmetlerin sunulması ve mal ya da hizmet arzında devamlılığın sağlanması gibi hususlar tüketicinin elde edeceği yarar kapsamında değerlendirilebilmektedir⁴⁶.
- (109) ŞİŞECAM tarafından tüketicilerin elde edeceği kazanımlar kapsamında bildirim konusu SÖZLEŞME'ye eklenmesi planlanan rekabet etmeme yükümlülüğü ile ürünlere ulaşılabilirliğin (arz devamlılığı) ve hizmet kalitesinin artacağı, maliyetlerdeki düşüşün fiyatlara yansıtacağı ve sahte ürün satışlarının engelleneceği vurgulanmaktadır. Diğer taraftan ürünün nihai tüketiciye ulaştırılmasında tüketici ile ŞİŞECAM arasında bayi, cam işleyenler (sanayici, oto cam, mobilyacı, vs.) ve inşaatçılar bulunduğundan yukarıda sayılan faydaların ilk olarak anılan teşebbüsler özelinde ortaya çıkacağı, nihai tüketicilerin ise bunlar üzerinden fayda sağlayacağı ifade edilmektedir. Ek olarak bayilik sistemi ile müşterilerin ŞİŞECAM ürün gamına kısa süre ve makul maliyetlerde ulaşabilmesinin hedeflendiği belirtilmiştir. Bu çerçevede SÖZLEŞME ile tüketicilerin ne şekilde fayda sağlayacağı ŞİŞECAM tarafından ileri sürülen hususlar da dikkate alınarak başlıklar halinde aşağıda değerlendirilmektedir.

- Ürünlere Ulaşılabilirlik Bakımından Kazanımlar

- (110) ŞİŞECAM tarafından ilk olarak bayilik sistemi ile müşterilerin ürünlere ulaşılabilirliğinin artacağı ileri sürülmektedir. Bu kapsamda teşebbüs tarafından SÖZLEŞME ile oluşturulması planlanan ve rekabet etmeme yükümlülüğü içeren bayilik sistemi ile gerek bayilere gerekse müşterilere sürekli ve sabit miktarda ürün sağlanabileceği, bu yolla müşterilerin kendilerine en yakın bayilerden ürün tedarik edebilme fırsatına kavuşacakları, bunun mümkün olmaması halinde ise ŞİŞECAM tarafından ilgili ürünün temin edilebileceği belirtilmektedir. Ayrıca anılan sistemde SÖZLEŞME ile yetkisiz bayilerin yetkili bayilerden ürün satın almalarının önünde bir engel olmadığı belirtilmektedir. Bu sayede bayilik sisteminin, özellikle ŞİŞECAM üretim noktalarından uzakta ve ana arterler dışında kılcak noktalarda bulunan yetkisiz yeniden satıcı ve ikincil toptancıların ürün tedarikine katkı sağlayacağı ifade edilmektedir.

⁴⁶ Kurulun 09.03.2023 tarih ve 23-13/216-71 sayılı ve 28.03.2024 tarih ve 24-15/311-126 sayılı kararları.

(111) SÖZLEŞME ile müşterilerin/tüketicilerin ürünlere ulaşabilmesi kapsamında yukarıda anılan hususların açıklığa kavuşturulabilmesi amacıyla ŞİŞECAM cevabi yazısında ayrıca;

- Cam işleyenlerin/sanayicinin girdi olarak kullandığı düzcam ürünlerine ulaşamamasının, üreticilerin üretimi durdurmasına ve ekonomik kayba uğramasına neden olabildiği, bu bakımdan ürün bulunabilirliğinin zaman zaman fiyattan daha önemli bir kıstas olabildiği,
- Yeniden satıcı/bayilerin farklı çeşitlerdeki ŞİŞECAM ürünlerini stoklarında bulundurması ve cam işleyenlerin/sanayicinin taleplerini doğru ve zamanında ŞİŞECAM'a aktarması sayesinde tedarik zincirinin korunabileceği,
- (.....) ürünlerinin ve diğer ithal ürünlerin müşterilerin ilk tercihi olmadığı ve söz konusu tespitın pazar araştırmaları ile de teyit edilebileceği,
- Bu bakımdan yurt içi düzcam talebinin temelde ŞİŞECAM ürünlerine yönelik olduğu ve diğer ürünlere yönelimin temel sebeplerinin (i) ŞİŞECAM ürünlerindeki dağıtım ve stok sınırlamaları ile (ii) (.....)'ın merkezi bölgelerdeki düşük taşıma maliyetleri ile elde edebildiği fiyat avantajı olduğunun göz önünde bulundurulması gerektiği⁴⁷,
- Düzcam ürünlerinin arz devamlılığının sağlanabilmesi adına yeniden satıcı/bayilerin depo kapasitelerinin kritik bir rol oynadığı, yetkili bayilerin müşterilere göre bireysel özelleştirme olmaksızın düzcam ürünlerinin arzını yıl boyunca Türkiye genelinde sağlayarak bu ürünlerin arz devamlılığına katkı sağladığı,
- SÖZLEŞME ile bayilere getirilen tek marka yükümlülüğü ve diğer yükümlülüklerin bölgesel talep takibine ve bayi stoklarının ürün çeşitliliği bakımından optimal düzeyde tutulmasına imkân sağlayacağı ve müşterilerin düzcam ürünlerine daima erişiminin bulunacağı

hususları ifade edilmiştir.

(112) ŞİŞECAM'ın müşterilerine yönelik yapılan ve ŞİŞECAM'a sunulan Aralık 2018 tarihli "Flat Glass-Customer Satisfaction Report-Düzcam Müşteri Memnuniyeti Araştırma Raporu"nda ŞİŞECAM'ın yurt içi ve yurt dışındaki en önemli sorunlarından ve en çok geliştirilmesi gereken alanlardan bazılarının teslimat zamanlaması ve "Satış Portalı" olarak öne çıktığı ifade edilmektedir. ŞİŞECAM müşterilerine yönelik yapılan bu anket sonuçlarından ise müşterilerin, talep ettikleri düzcam ürünlere kolaylıkla ulaşabilmeyi ve teslim alabilmeyi önemsendiği anlaşılmaktadır.

(113) ŞİŞECAM tarafından bayilik sistemi sonucu iyileşme ortaya çıkması beklenen TTD oranındaki yükseliş ile üretim ve dağıtım optimizasyonu sayesinde arz devamlılığının sağlanmasının, talebin dalgalanmasına göre üretim ve dağıtımın ayarlanabilmesinin ve sanayiciler ile diğer müşterilerin arz dalgalanmalarından etkilenmesinin önüne geçilmesinin amaçlandığı ifade edilmektedir.

(114) Teşebbüs tarafından özellikle cam işleyen konumundaki müşterilerin (sanayici üreticiler vb.) ihtiyaçları doğrultusunda farklı türlerde ürünler kullandıkları, ürünlerin ŞİŞECAM depolarında bulunmaması, hâlihazırda üretilmiyor olması veya düşük miktarda talep edilmesi nedenleriyle bu ürünlere yönelik talebin karşılanmadığı durumlar olduğu ifade edilmektedir. İlâveten bu ihtiyaca yönelik olarak ŞİŞECAM

⁴⁷ ŞİŞECAM tarafından ilgili hususa ilişkin olarak, (.....) ifade edilmiştir.

tarafından bayilik sistemiyle tüketicilerin/müşterilerin bir defa satın aldığı ve tekrar ihtiyaç duyduğu ürünlere yönelik kesintisiz ürün temininin yapılabileceği belirtilmektedir. Bu noktada ise TTD oranındaki iyileşmeler ile yetkili bayi depolarındaki ŞİŞECAM ürün gamına bağlı ürün çeşitliliğinin artırılmasının ve bayilerden gelen bilgiler doğrultusunda ŞİŞECAM tarafından ürünün alıcıya kesintisiz tesliminin mümkün kılınmasının hedeflendiği görülmektedir.

- (115) Ek olarak ŞİŞECAM'a göre düzcam homojen bir ürün olsa da ürün renklendirmesi, kalınlık, ölçü ve kaplama gibi özellikleri ile farklılaşabilmektedir. Üretilen ürünün bayi ve ŞİŞECAM stoklarında tükenmesi durumunda aynı formül ile tekrar üretilmedikçe müşterinin ürüne ulaşmasının mümkün olmadığı belirtilmektedir. Bu kapsamda oluşturulması planlanan bayilik sistemi ile bayiler, sağlayıcıdan tedarik edilen ürünleri tespit edebilecek ve müşteriler geçmişte satın aldıkları ve sonradan tekrar ihtiyaç duydukları ürüne ulaşma imkânı bulabilecektir. Aksi takdirde hangi formülasyona sahip ürünün müşteri tarafından satın alındığı bilinmediğinde müşterinin birebir aynı ürüne ulaşması mümkün olmamakta ve üretimin aksamasına dolayısıyla tüketicilerin/müşterilerin zararına neden olabilmektedir.
- (116) Geçmişte satın alınmış ürünün tekrar talep edilmesi halinde müşteri taleplerinin rakip konumundaki (.....)'dan veya ithalat aracılığıyla karşılanabileceği iddia edilebilecekse de müşterilerin özellikle ŞİŞECAM'a ait belirli bir formüle veya özelliğe sahip spesifik ürünleri tekrar talep etmesi halinde bu imkân bulunmamaktadır. Ayrıca ŞİŞECAM'a göre (.....)'ın, ŞİŞECAM'a kıyasla ürün gamının dar olması da bu duruma engel teşkil etmektedir. Her halükarda müşterinin (.....)ürünleri ve ithalat ile temin seçenekleri bulunuyor olsa dahi ürünler; renk, kalınlık, yoğunluk gibi unsurlar bakımından farklılaşabilmektedir. Bu spesifik taleplerin kesintisiz şekilde karşılanabilmesi için ise ŞİŞECAM'ın müşteri ürün bilgilerine (renk, kalınlık, formülasyon vb.) sahip olması gerekmektedir. Bu çerçevede bayilerin ŞİŞECAM ürünlerine odaklanmaları, müşteri ürün bilgisinin ŞİŞECAM'a aktarılmasına hizmet edebilecek ve müşterilerin aynı ürüne tekrar ulaşmasına imkân sağlayabilecektir.
- (117) ŞİŞECAM, düzcam ürünlerine ulaşılabilirlik bakımından 2022 yılında bayilerden ürün erişilebilirliği kapsamında şikâyetler aldığını da ifade etmektedir. ŞİŞECAM tarafından sunulan bilgilerde bayilik sisteminin muafiyetten yararlandığı 2018-2020 yılları arasında bayilerin depolarındaki ürün miktarının, muafiyetin söz konusu olmadığı 2020 yılı sonrasına göre daha yüksek olduğu vurgulanmıştır. Bu kapsamda rekabet etmeme yükümlülüğü olmaksızın ŞİŞECAM'ın müşteri taleplerini takip etmesinin mümkün olmayacağı, teşebbüsün bayilerin geri bildirimlerine ve müşteri talep bilgilerine ihtiyaç duyduğu belirtilmektedir.
- (118) Yukarıda yer verilen hususlar kapsamında tüketici faydasına ilişkin kazanımların ilk olarak ŞİŞECAM ürünlerinin birinci elden alıcısı konumundaki yetkili bayilere, sonrasında diğer müşterilere ve ürünün yetkisiz satıcılarına yansması beklenmektedir. Nitekim ŞİŞECAM'ın doğrudan satışlarının belirli tonajlarda gerçekleştiği; küçük miktarlı satışların ise bayi kanalından gerçekleştirildiği düşünüldüğünde, SÖZLEŞME'den fayda elde etmesi beklenen diğer pazar aktörlerinin, ŞİŞECAM'dan ürün tedarik eden bayiler ve stoklarındaki ürünü satmak isteyen cam işleyen sanayici üreticiler üzerinden dolaylı olarak kazanım elde etmesi gerekmektedir. Dolayısıyla ŞİŞECAM'dan ürün tedarik eden bayilerin de toptan satış yapıyor olması ve nihai tüketicilerin bayilerden toptan alım yapan yetkisiz yeniden satıcılardan ürün tedarik ediyor olması dolayısıyla nihai tüketicilere yansıyacak etkinliklere bağlı faydaların azalacağı değerlendirilmektedir.

- (119) Bununla birlikte ŞİŞECAM'ın araç kapasitelerinden kaynaklı küçük miktarlı satış yapmıyor olmasına bağlı olarak küçük miktarda alım gerçekleştiren teşebbüsler için ŞİŞECAM'dan alım gerçekleştiren bayiler ve diğer satıcıların stokları ve depolarındaki ürün çeşitliliği kayda değer öneme sahip olacaktır. TTD oranındaki gelişmeler ile optimize edilmiş üretim ve dağıtım ağına sahip bayilik sistemi, ürün çeşitliliği ve stokların, tüketici/müşteri ihtiyaçlarına göre organize edilmesine ve ürünlerin zamanında teslim edilmesine katkı sağlayabilecektir. Bu yolla küçük miktarlı talepleri bulunan müşteriler talep ettikleri ürünlere ulaşma imkânına kavuşabilecektir.
- (120) Kurulun 26.08.2021 tarih ve 21-40/590-287 sayılı kararında; ŞİŞECAM'ın bazı dönemlerde ürün tedarikinde sıkıntı yaşamasından dolayı ithalata başvurabildiği vurgulanarak üretim planlamasının önemine değinilmiştir. Bu noktada yurt içindeki üretim kısıtları veya planlama eksikliği nedeniyle ithal ürünlere başvurulması tüketici faydasında azalışa neden olabilmektedir. Bununla birlikte ŞİŞECAM tarafından sunulan bilgiler kapsamında ŞİŞECAM üretiminin yaklaşık %(.....)'sinin ihraç edildiği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla ŞİŞECAM'ın ithalat dışında önemli miktarda ihracat gerçekleştirdiği de görülmektedir. Bu bakımından ŞİŞECAM üretiminde veya üretim çıktı çeşitliliğinde görülecek bir artışın her zaman yurt içi fiyatlarda düşüşe neden olacağı veya ürünlere ulaşılabilirlikte bir kolaylık sağlayacağı görüşüne katılmak mümkün olmamaktadır. Zira üretimde gerçekleşmesi muhtemel bir artış ŞİŞECAM'ın ihracat miktarında bir artışa da neden olabilecektir.
- (121) Ürün bulunabilirliğine yönelik olarak ŞİŞECAM tarafından ayrıca SÖZLEŞME ile bayilere (.....)⁴⁸ getirilmektedir. Bu zorunluluk müşterilerin ürünlere ulaşabilmesine, ürün bulunabilirliğine ve arz devamlılığına hizmet edebilecekse de SÖZLEŞME'ye getirilecek rekabet etmeme yükümlülüğü ile bayinin depolama imkânlarının sınırlı olduğu durumda ŞİŞECAM'a rakip ürün olmasa dahi bayilerin farklı ürünleri depolarında bulundurma güdüsü azalabilecek, bu durum da ürün çeşitliliğini sınırlandırabilecektir. Açıklamak gerekirse bayinin belirli bir miktar ile sınırlı ürünü depolayabilmesi halinde; bayinin geçmişte daha az talep edilen veya SÖZLEŞME kapsamında bulunmayan ürünlerden satın alarak depolama ve ürün çeşitliliğini artırma güdüsü zarar görebilecek ve SÖZLEŞME kapsamında olmasa dahi alternatif ürünlerin tüketiciye sunulma imkânı ve ürün çeşitliliği azalabilecektir. İlaveten her ne kadar ŞİŞECAM tarafından kendilerinden küçük miktarda alım gerçekleştiren teşebbüsler bakımından SÖZLEŞME'ye getirilecek rekabet etmeme yükümlülüğünün ürünlere erişim kolaylığı sağlayabileceği ifade edilse de, ŞİŞECAM'ın rakiplerine kıyasla geniş bayi ağına sahip olduğu düşünüldüğünde, rakip olsun ya da olmasın farklı marka ürünlerin bu bayilik ağında yer edinemeyecek olması tüketici tercihlerinin kısıtlanmasına yol açabilecektir.
- (122) Bildirime konu SÖZLEŞME ile sağlanacak olan TTD oranındaki gelişmelere bağlı olarak bayi depolarında ürün çeşitliliğinin artırılacağı, bayilik sistemi ile geçmiş siparişlere yönelik bilgi birikimi oluşturulabileceği ve bu yolla benzer ürünler bakımından gelen taleplerin farklı kaynaklardan sağlanabileceği ve arz devamlılığının oluşabileceği belirtilmektedir. Ancak Türkiye'de markalar arası rekabetin sınırlı olması ve toplam düzcama ithalat seviyesine yakın ŞİŞECAM ihracatının bulunması dolayısıyla TTD oranındaki gelişmeye bağlı olarak ŞİŞECAM üretiminde görülecek bir artışın, yurt içi ürün arzı artışına veya ürün çeşitliliğine katkısının sınırlı kalacağı değerlendirilmektedir.

⁴⁸ SÖZLEŞME'nin "3.3.2. (.....)" hükmü uyarınca bayiler belirli bir dönemdeki alımlarının ortalama miktarını depolarında bulundurmak zorundadır.

(123) Ek olarak geçmiş dönem ortalamalarından hareketle bayilerin depolarında ürün bulundurma zorunluluğu rakip olsun veya olmasın bu bayilerin depolarında alternatif ürünlerin bulunmasını engelleyebileceğinden tüketici tercihleri sınırlanabilecektir. Dolayısıyla rakipler tarafından yeni geliştirilen ya da ithal edilen fakat SÖZLEŞME kapsamında yer almayan ürünlerin bayilerce satışı engellenebilecektir. Bu çerçevede SÖZLEŞME'ye eklenmesi planlanan rekabet etmeme yükümlülüğünün ürünlere ulaşılabilirliğe katkı sağlamayacağı değerlendirilmektedir.

- Hizmet Kalitesinin Artırılması Bakımından Sunulan Etkinlik Kazanımları

(124) ŞİŞECAM tarafından hizmet kalitesinin artırılmasına ilişkin olarak;

- Tek marka yükümlülüğünün stok mevcudiyetini sağlamakla birlikte ŞİŞECAM ve yetkili bayiler arasındaki ticari ilişkileri geliştireceği, üretici ve dağıtıcı arasında karşılıklı yatırım teşviki yaratacağı,
- Bayiler ile SÖZLEŞME'nin akdedilmesi sonrasında rakiplerin zaman zaman ŞİŞECAM'ın bayilerine sunduğu imkânlardan faydalanmasının engelleneceği ve bedavacılık sorununun⁴⁹ önüne geçileceği, böylelikle ŞİŞECAM nezdinde bayilere sunulan personel eğitimleri ve fiziki imkânların desteklenmesi gibi teşvik kalemlerinde yatırımların dönüşünün güvence altına alınacağı ve ilgili hususun yatırım teşviki ile sonuçlanacağı,
- SÖZLEŞME ile bayilerin ŞİŞECAM ürünlerinin satışı bakımından yatırım güdüsüne sahip olacağı ve bu yolla ŞİŞECAM ürünlerinin nihai müşteriye ulaştırılması noktasında bayilerin sunacağı yüksek standartlardaki hizmetlerden tüketicilerin/müşterilerin yararlanabileceği

hususları ifade edilmiştir.

(125) Ürünlerin bulunurluğunun artması, ürün arzında belirli bir istikrarın sağlanması, etkin bir dağıtım ağıyla talebin daha hızlı karşılanması, bayilerin maliyetlerinin azalması ve siparişlerin karşılanamayan kısmının azalması, hizmet kalitesinde artışa katkı sağlayabilecektir. Benzer şekilde Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz'un (Kılavuz) 121. paragrafında da tek marka yükümlülüğünün etkilerine değinilmekte olup bedavacılık ve vazgeçme problemlerinin çözümü ile know-how transferine katkı sağlayabildiği ifade edilmektedir. Nitekim ŞİŞECAM tarafından tek marka yükümlülüğü çerçevesinde oluşturulacak bayilik sisteminin bedavacılık ve vazgeçme problemlerinin önüne geçeceği vurgulanmıştır. Anılan problemlerin ortadan kalkacak olması halinde ŞİŞECAM'ın bayilere yapacağı yatırımlarını artırması söz konusu olduğu gibi bayiler de mevcut sistemden daha fazla gelir elde etmek amacıyla taraflar arasındaki ilişkiye özgü yatırımlarını artırmaya çalışacaklardır.

(126) Yukarıda anılan hususa ilişkin olarak SÖZLEŞME akdedilmesi planlanan yeniden satıcılarından talep edilen bilgilerde ise ŞİŞECAM'ın, bayilerin ürün satışı için bir yatırım maliyetine katlanmadığı, ürün alımı sonrası birtakım destek ödemeleri verildiği, yatırımların ürün satışına bağlı destek ödemeleri ve satışlardan elde edilen gelirlerle finanse edildiği, ayrıca yetkili satıcı olmak için katlanılan maliyetlerin (.....) gibi kısa bir sürede karşılanabildiği ifade edilmiştir. Her ne kadar ŞİŞECAM tarafından rekabet etmeme yükümlülüğü ile bedavacılık probleminin önüne geçileceği ve ticari ilişkiye özgü yatırımların yapılacağı ifade edilse de -ŞİŞECAM'ın bayilerin yatırımlarına katkıda

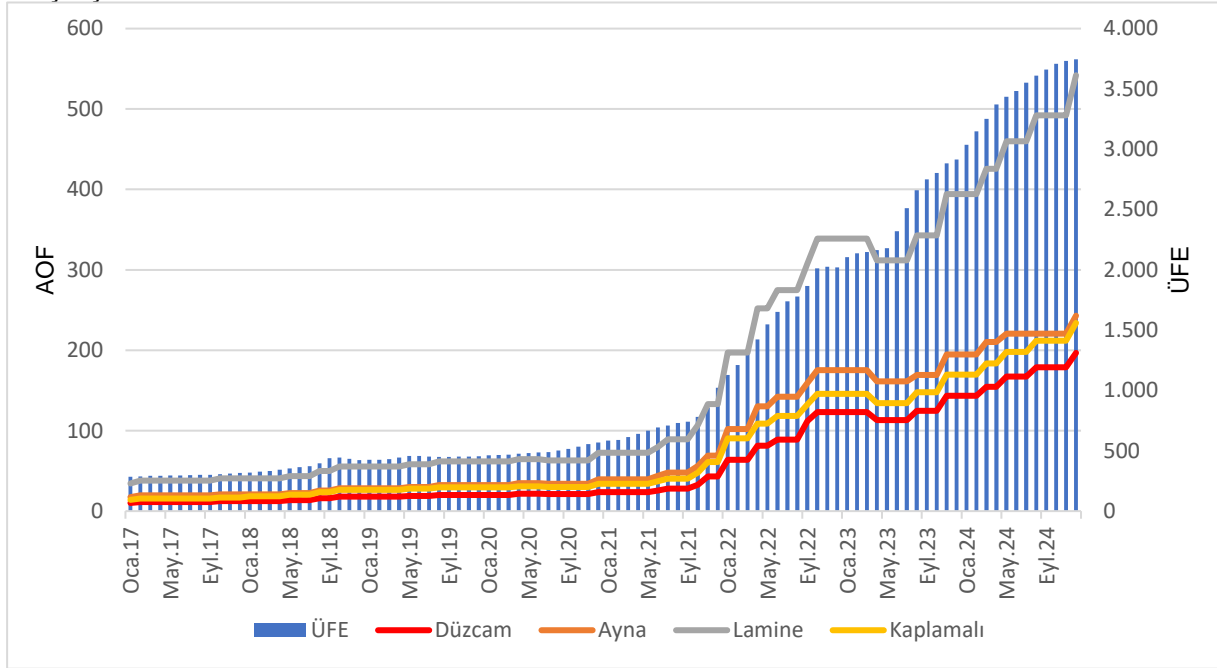
⁴⁹ Bedavacılık sorununa şöyle bir örnek verilebilir. Tüketiciler, satış öncesi hizmetlerin yoğun olduğu elektronik eşya pazarında, almayı planladığı elektronik eşyayı, bu hizmetin verildiği yerde tanıdıktan sonra satış öncesi hizmetin verilmemesi nedeniyle daha ucuza alabilir. Bu durumda bedavacılık sorunu ortaya çıkacağından hiç bir alıcı bu hizmeti vermek istemeyecektir.

bulunmaması sebebiyle- bu yönde bir etkinin ortaya çıkmayacağı anlaşılmaktadır. Diğer taraftan yapılan yatırımların (.....) gibi kısa sürede karşılanabiliyor olması da bayilere yapılan yatırımların önemini görece azaltmaktadır. Bu çerçevede SÖZLEŞME'ye muafiyet verilmesi halinde tarafların yatırımlarında bir artış olmayacağı ve bu durumun hizmet kalitesinin artışına katkı sağlamayacağı değerlendirilmektedir.

- Maliyet Düşüşlerinin Nihai Tüketicinin Fiyatlarına Yansıması Bakımından Sunulan Etkinlik Kazanımları

- (127) ŞİŞECAM tarafından, SÖZLEŞME ile bayilere getirilen ülkenin uç noktaları da dâhil olmak üzere farklı bölgelerdeki müşteri talep ve bilgilerinin ŞİŞECAM'a aktarılması yükümlülüğü neticesinde bayi verilerinin doğru tahmini ile taşıma filosu ve teslimat noktaları arasında en optimal eşleşmelerin sağlanacağı belirtilmektedir. Rekabet etmeme yükümlülüğü içeren bayilik sistemi ile üretimde bir kazanım sağlanması ve müşteri taleplerinin daha iyi analiz edilmesi sayesinde talebin daha hızlı karşılanacağı, bayilerden gelen bildirimlerle dağıtımın optimal seviyeye getirilerek nakliye maliyetlerinin düşeceği ifade edilmektedir. Üretim bakımından ise üretimin olası müşteri talepleri doğrultusunda duraklamasının önüne geçilmesi ile karşılanamayan taleplerin en aza indirilmesi, her müşteri talebi için üretim hattının yeniden organize edilmesinin önünde geçilerek gerek enerji gerekse diğer maliyetlerin düşürülmesi planlanmaktadır. ŞİŞECAM tarafından özetle, TTD oranındaki iyileşmelere bağlı olarak maliyet düşüşlerinin ortaya çıkabileceği belirtilmektedir.
- (128) İlâveten ŞİŞECAM, yukarıda ayrıntılı olarak açıklanan TTD oranındaki iyileşme ile yıllık ortalama stok tutma miktarının (.....) tondan (.....) tona düşürüleceğini, bu yolla yıllık yaklaşık (.....) ABD doları tutarında maliyet tasarrufu sağlanacağını, KKO'daki %(.....) bir iyileşme ile yıllık (.....) ton ek üretim gerçekleştirileceğini ve bu ek üretimin ise yıllık yaklaşık (.....) TL tutarında tasarruf anlamına geleceğini belirtmektedir. ŞİŞECAM tarafından bu etkinlik kazanımlarının ürün fiyatlarına yansımasının doğrudan bir fiyat indirimi şeklinde değil; artan maliyet baskılarına rağmen fiyatların daha düşük düzeylerde tutulabilmesi suretiyle dolaylı bir şekilde gerçekleşeceği ifade edilmektedir.
- (129) Söz konusu iddia çerçevesinde etkinlik kazanımlarının müşterilere yansıyan satış fiyatında bir düşüş yaratıp yaratmayacağı hususunun incelenmesi gerekmektedir. Aşağıdaki grafikte ŞİŞECAM tarafından satılan cam ürünlerinin 2017-2024 yılı aylık ortalama satış fiyatı ve üretici fiyat endeksi (ÜFE) karşılaştırılmasına yer verilecektir.

Grifik 1: ŞİŞECAM'ın Sattığı Farklı Ürün Gruplarının Aylık Ortalama Satış Fiyatları (TL) ve ÜFE Karşılaştırması



Kaynak: ŞİŞECAM Cevabi Yazıları ve Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası

- (130) ŞİŞECAM tarafından satılan cam ürünlerinin 2017-2024 yılı aylık ortalama satış fiyatının ÜFE değerleri ile karşılaştırıldığı Grifik 1'e bakıldığında, aylık düzcamların ortalama fiyatlarının diğer ürün fiyatlarından görece daha düşük olduğu, özellikle lamine cam fiyatlarının artışına kıyasla düzcamlarındaki artışın önemli oranda geride kaldığı görülmektedir. Diğer taraftan düzcamların rekabet etmeme yükümlülüğü içeren ilgili SÖZLEŞME'nin muafiyetten yararlandığı dönemden bağımsız olarak ÜFE ile birlikte artış gösterdiği görülmektedir. Muafiyet öncesi dönemde düzcamların ortalama olarak aylık %1,82 artış gösterirken ÜFE aynı dönemde aylık ortalama %0,96 artış göstermiştir. Rekabet etmeme yükümlülüğü bulunan bayilik sisteminin muafiyetten yararlandığı 2018-2019 döneminde ise ŞİŞECAM'ın düzcamların aylık ortalama olarak %2,20 artış gösterirken ÜFE; %1,55 artış göstermiştir. Söz konusu trendin muafiyet sonrası 2020-2024 döneminde de devam ettiği ve düzcamların aylık ortalama %4,23; ÜFE'nin ise %3,63 arttığı görülmektedir. Bu noktada düzcamların bayilik sisteminin muafiyetten yararlanmasından bağımsız olarak veri bulunan her dönemde ÜFE'den daha fazla artış gösterdiği anlaşılmaktadır. Söz konusu durum ise teşebbüsün genel ekonomik konjonktürden etkilenmeden fiyatlandırma yapabildiğine ve fiyat rekabetine girmeksizin pazarda faaliyet gösterebildiğine işaret etmektedir. Dolayısıyla hâlihazırda zayıf düzeydeki markalar arası rekabetin uzun vadede daha da azalması riski ortaya çıkabilecektir.
- (131) Diğer taraftan bildirim konusu SÖZLEŞME ile maliyet kazanımı sağlanacağı ileri sürülse dahi bu kazanımların tüketiciye yansıtılıp yansıtılmayacağı pazarın özelliklerine göre değişebilmektedir. Muafiyet Kılavuzu'nda da maliyet kazanımlarının tüketicilere yansıtılması bakımından pazardaki rekabet düzeyine vurgu yapılmaktadır. Bu çerçevede fiyat rekabetinin olduğu ve kapasite kısıtlarının bulunmadığı pazarlarda maliyet kazanımlarının tüketicilere yansıtılması muhtemel olacaktır. Buna karşın kapasite kısıtı varsa ve üretim miktarının artırılması kapasite artırımını gerektiriyorsa maliyet kazanımlarının tüketiciye yansıtılması bir geçiş süreci gerektirmektedir. Dahası pazarda az sayıda teşebbüsün bulunması, ürünün homojen olması, giriş engellerinin

olması gibi yapısal eksiklikler varsa maliyet etkinliklerinin tüketicilere yansımalarının daha zor olacağı kabul edilmektedir.⁵⁰

- (132) Bu hususta ŞİŞECAM tarafından, düzcam pazarında az sayıda üretici bulunması ve en yakın rakibi (.....)'ın satışlarını doğrudan gerçekleştirmesinin, markalar arası rekabetten ziyade çoğunlukla ŞİŞECAM ve bayileri arasındaki marka içi rekabete yol açtığı ifade edilmiştir. İlaveten gerek ŞİŞECAM gerekse (.....) tarafından sunulan cevabi yazılarda her iki teşebbüsün de kapasite kısıtlarının bulunduğu ifade edilmektedir. Dolayısıyla markalar arası rekabetin sınırlı, ürünün ise homojen olduğu; kapasite kısıtlarının ve pazara giriş engellerinin bulunduğu düzcam pazarında, ŞİŞECAM bayilik sistemi ile bir maliyet kazanımı söz konusu olacaksa dahi bu kazanımların mevcut bayilik sisteminin süresi de dikkate alındığında tüketicilere/müşterilere doğrudan yansıtılmasının belirsiz olduğu değerlendirilmektedir.
- (133) ŞİŞECAM bayilik sisteminin muafiyetten yararlandığı dönem ile yararlanmadığı diğer dönemlerde düzcam ortalama satış fiyatlarındaki artışın ÜFE'deki artışın üzerinde seyrettiği gözlemlenmektedir. Öte yandan söz konusu bilgilerden hareketle TTD oranındaki gelişmeler ile üretimde, dağıtımda ve depolamada etkinlik kazanımı elde edilebilecekse dahi, muafiyet bulunan dönemde fiyat artışlarının gerilediği veya maliyet baskılarına rağmen fiyatların daha düşük artış gösterdiği ve etkinliklerin tüketicilere yansıdığı yönünde değerlendirmede bulunmak mümkün olmamaktadır.

- Sahte Ürün Problemlerinin Engellenmesi Bakımından Sunulan Etkinlik Kazanımları

- (134) ŞİŞECAM tarafından, 2017-2023 yılları arasında sahte ürün satışının yapıldığı yönünde müşterilerden (.....) şikâyet alındığı, bu şikâyetlerin %10'unun *ısıcam* markalı ürün olmamasına rağmen yetkili *ısıcam* üreticileri, kullanıcılar ve tüketiciler tarafından "*ısıcam*" ürünü olarak kullanılan markasız çift camlardan oluştuğu belirtilmektedir. Bu bakımdan ŞİŞECAM, bildirim konu SÖZLEŞME ile tüketicilere yansiyacak bir diğer olumlu faydanın tüketicinin aldatılmasının önlenmesi olduğunu vurgulamaktadır.
- (135) ŞİŞECAM, üretim hattından çıkan veya ithal edilen ürünlerin üzerinde etiket bulunmakla beraber cam işlenirken bu etiketin çıkarıldığını, ürünün kimin tarafından üretildiğinin bu aşamadan sonra sadece detaylı ve maliyetli laboratuvar testleriyle mümkün olduğunu ifade etmektedir. Bu kapsamda tüketicinin Şişecam markalı ürün almak için bayiye gittiğinde doğru ürünü aldığından emin olmasının sağlanmak istendiği, düzcamın niteliği itibarıyla üzerine marka logosu işlenmesi/kazınması mümkün olmayan bir ürün olduğu, çıplak gözle düzcamın üreticisinin veya menşeyinin anlaşılmasının zor olduğu ve ayırt edici testlerin uzun süreler aldığı vurgulanmaktadır.
- (136) Bu kapsamda SÖZLEŞME'nin 3.4.5. maddesinde yer verilen hükme değinilmesinde fayda bulunmaktadır. Anılan SÖZLEŞME maddesinde "(.....)" hükmü yer almaktadır. İlgili hükümden sahte ürün satışının yapılmasının önüne geçilmek ve bu yolla tüketici memnuniyetinin artırılmak istendiği anlaşılmaktadır. Dahası tüm ŞİŞECAM fabrikalarında kullanılan cam hammaddelerinin ve üretilen cam ürünlerinin kimyasal ve fiziksel analizlerini yapmak ve üretimin kalite güvencesini sağlamak amacıyla ŞİŞECAM tarafından Bursa Yenişehir Laboratuvarı kurulmuş olup çift cam ürünlerinin ve yardımcı malzemelerinin uygunluk testlerinin akredite olarak yapıldığı belirtilmektedir.
- (137) ŞİŞECAM tarafından özetle; düzcam ürünlerinin hangi markaya ait olduğunun tespitinin görece zor olduğu, ŞİŞECAM markasını kullanarak ürün satışı gerçekleştirilmesinin sağlayıcı marka imajına zarar verdiği belirtilmiştir. Diğer taraftan

⁵⁰ Muafiyet Kılavuzu par. 49.

SÖZLEŞME ile oluşturulacak bayilik sistemiyle bayi depolarında sadece ŞİŞECAM ürünlerinin bulunacağı, ürünlere herhangi bir işlem yapılması durumunda bayi tarafından ürüne etiket konulmasının zorunlu olduğu, ŞİŞECAM markasının ve imajının bayilerce de kullanılabilmesi ve sahte ürün satışının ŞİŞECAM'ın yanı sıra bayileri de olumsuz etkileyebileceği ifade edilmiştir.

- (138) ŞİŞECAM tarafından rekabet etmeme yükümlülüğünün uygulandığı 2018-2019 dönemini de kapsayan 2017-2023 yıllarında sahte ürün şikâyetlerinin devam ettiği belirtilmiştir. Dolayısıyla bayilerin yalnızca bir markaya ait ürün satışında bulunması ile sahte ürün satışının engellenmesi arasında bir ilişki kurulamayacağı değerlendirilmektedir. Diğer taraftan sahte ürün satışlarının, 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu veya diğer kanun ve mevzuat hükümlerince ya da SÖZLEŞME'nin yukarıda anılan hükmü uyarınca bayilere getirilecek yükümlülükler ile engellenmesi mümkün olabilecektir. Nitekim rekabet etmeme yükümlülüğünden arı olarak bayilere getirilen ve yukarıda yer verilen hükmün de benzer amaca hizmet edebileceği değerlendirilmektedir.

(b) Bendine İlişkin Genel Değerlendirme

- (139) Yukarıda yer verilen değerlendirmelerden hareketle özetle, pazardaki somut ve mevcut koşullara bakıldığında, Türkiye toplam ithalat miktarına yakın düzeyde düzcam ihracatının ŞİŞECAM tarafından gerçekleştiriliyor olması ile yurt içinde markalar arası rekabetin sınırlı olması, TTD oranındaki gelişmeye bağlı olarak üretimde görülecek bir optimizasyonun ülke içinde ürün çeşitliliğinin ve üretim artışının olumlu etkilerini sınırlayabileceği değerlendirilmektedir.
- (140) Bayilerin depolarında geçmiş alımlarından hareketle ürün bulundurmaları zorunluluğu ile müşterilerin talep ettikleri düzcam ürünlerine kısa sürede ulaşabilecekleri hususu bakımından müşteriler bayilerin depolarında ŞİŞECAM ürünlerine ulaşabilecek olsalar da, bu zorunluluk depo kapasitesinin dolmasına ve bayinin kendi tercihleri doğrultusunda ürün talep etmesinin önüne geçebilecektir. Ayrıca yeterli depolama imkânı bulunmayan bayilerin rakip ürün olmaksızın farklı çeşitlerde ürün bulundurmalarını da engelleyebilecektir.
- (141) Hizmet kalitesinin artırılması bakımından ise bayilerden gelen cevabi yazılardan ŞİŞECAM ve bayiler arasındaki ticari ilişki kapsamında önemli yatırımların yapılmadığı ve bu yatırımlara ŞİŞECAM'ın destekte bulunmadığı ve bayilerce yapılan yatırımların kısa sürede karşılanabildiği anlaşılmaktadır. Bu ticari ilişkiye özgü yatırımların yokluğunda bayilik sistemi ile hizmet kalitesinin artışı sınırlı kalacak olup bayilerce yapılan düşük tutarlı yatırımların ise hizmet kalitesinin artışına sınırlı düzeyde katkı sağlayabileceği söylenebilecektir. Ayrıca bu husus ŞİŞECAM tarafından ileri sürülen bedavacılığın önlenmesi yönündeki endişeleri de destekler nitelikte değildir.
- (142) ŞİŞECAM tarafından ayrıca rekabet etmeme yükümlülüğü içeren bayilik sistemi ile maliyet artışına bağlı fiyat artışı baskılarının sınırlı kalacağı ifade edilmiş olsa da bayilik sisteminin muafiyetten yararlandığı dönemde düzcam ortalama aylık satış fiyatlarının ÜFE ile benzer şekilde artış gösterdiği ve muafiyet bulunmayan dönem bakımından belirgin bir farklılık bulunmadığı görülmektedir. Dolayısıyla bayilik sisteminin fiyat artışlarına yönelik baskıları azaltacağı yönündeki değerlendirmenin karşılık bulmadığı anlaşılmaktadır.
- (143) Bayilik sistemi ile sahte ürün satışlarının engelleneceği ve bu yolla tüketici yararının artacağı belirtilmiş olsa da daha önce de anıldığı üzere rekabet etmeme

yükümlülüğünden ari SÖZLEŞME hükümleri ve ilgili kanun hükümlerince sahte ürün satışlarının engellenmesinin mümkün olabileceği değerlendirilmektedir.

- (144) Yukarıdaki değerlendirmelere ek olarak ŞİŞECAM tarafından bayilik sistemi ile AR-GE faaliyetlerinin ve uzun vadede teknik ve teknolojik ilerlemeyi destekleyerek tüketici refahına önemli katkılarda bulunacak yeni ürünlerin geliştirilmesinin ve uzun vadede ihracat imkânlarının artırılmasının hedeflendiği ifade edilmiştir. Muafiyet Kılavuzu'nda da belirtildiği üzere anlaşma ile anlaşmadan elde edilecek etkinlikler arasında doğrudan illiyet bağının bulunması gerekmekte olup dolaylı etkiler 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi kapsamında kabul görmemektedir. Nitekim anılan kılavuz hükümlerinden anlaşma ile teşebbüsün kârının artarak AR-GE faaliyetlerini ve yatırımlarını artırması sonrasında tüketicinin yarar sağlamasının dolaylı etki olarak değerlendirileceği anlaşılmaktadır⁵¹. Bu kapsamda teşebbüs tarafından sunulan bilgiler bağlamında rekabet etmeme yükümlüğü ile AR-GE faaliyetleri ve teknolojik ilerleme arasında doğrudan bir illiyet bağı kurmak mümkün olmamaktadır.
- (145) Tüketici yararının sağlandığına yönelik açıklamalar kapsamında bayilik sisteminin getirmiş olduğu bilgi akışı ile TTD oranında gelişme ve buna bağlı olarak bayi depolarında ŞİŞECAM ürünlerinin çeşitliliğinde artış sağlanabilecektir. Bayilerin sağlayacağı bilgiler ile müşteriler, tekrar talep etmeleri halinde aynı formülasyon ile üretilen yeni ürünlere ulaşabilecektir. Bununla birlikte TTD oranındaki gelişmeler ile üretim miktarı ve arz çeşitliliği sağlanıyor olsa da ŞİŞECAM tarafından Türkiye düzcam ithalatı kadar ihracatın yapılıyor olması ve yurt içindeki markalar arası rekabetin az olması etkinlik artışlarının tüketici refahı üzerindeki etkilerini sınırlayabilecektir.
- (146) Pazardaki mevcut rekabet düzeyinin görece düşük olması dolayısıyla bu durum etkinliklerin tüketicilere yansıtılmasının önüne geçebilecektir. Nitekim Muafiyet Kılavuzu'nda da etkinlik kazanımlarının tüketiciye yansıtılması bakımından pazardaki rekabet düzeyine vurgu yapılmakta olup pazardaki rekabet düzeyi geriledikçe etkinliklerin tüketicilere yansıtılmasının daha zor olacağı belirtilmektedir⁵². Bu çerçevede düzcam pazarında ŞİŞECAM dışında sadece bir rakip teşebbüs bulunmakta olup görece sınırlı seviyede ithalat yapılmaktadır. Dolayısıyla rekabetin sınırlı olduğu düzcam pazarında rekabet etmeme yükümlülüğü ile sağlanacak sınırlı etkinliklerin tüketicilere yansıtılmasının görece zor olacağı değerlendirilmektedir.
- (147) Yukarıda yer verilen değerlendirmeler dışında; bayi depolarında geçmiş alımlardan hareketle ürün bulundurulması zorunluluğu bayi stoklarının dolmasına ve rakip olmasa dahi alternatif ürünlerin müşterilere sunulmasının ve çeşitliliğin azalmasına neden olabilecektir. ŞİŞECAM tarafından bayilik sistemi ile maliyet artışlarına bağlı fiyat artışı baskısının azalacağı belirtilmiş ancak muafiyet bulunan dönemde düzcam fiyatlarının ÜFE ile paralel olduğu ancak daha fazla artış gösterdiği gözlemlenmiştir. Bayilik sisteminin AR-GE faaliyetlerini destekleyerek uzun vadede teknik ve teknolojik ilerleme ile tüketici refahının artacağı ifade edilse de, anılan etkinlikler ile bayilik sistemi ve rekabet etmeme yükümlülüğü arasında doğrudan bir illiyet bağı bulunmadığı değerlendirilmektedir.
- (148) Yukarıda yer verilen açıklamalar çerçevesinde, etkinlik kazanımlarından tüketicilerin yarar sağlamayacağı ve dolayısıyla 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (b) bendindeki koşulun karşılanmadığı kanaatine varılmaktadır.

c) İlgili Piyasanın Önemli Bir Bölümünde Rekabetin Ortadan Kalkmaması

⁵¹ Muafiyet Kılavuzu par. 27.

⁵² Muafiyet Kılavuzu par. 49.

- (149) 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (c) bendinde yer alan "*İlgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması*" şeklindeki muafiyet kararı verilebilmesinde aranan bu koşul gereğince, muafiyete konu anlaşma ilgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmasına neden olmamalı, başka bir deyişle sağlanan ekonomik gelişme veya fayda ile tüketicinin bundan yarar sağlaması, rekabetin ortadan kaldırılması sonucuna yol açmamalıdır. Bu değerlendirme yapılırken dikkate alınması gereken başlıca hususlar; pazarda hâlihazırda giriş engellerinin olup olmadığı, hâkim durumda olan bir teşebbüsün bulunup bulunmadığı, dikey anlaşmalar aracılığıyla giriş engeli yaratılıp yaratılmadığı, tüketici tercihlerinin ne ölçüde kısıtlandığı ve pazarın yapısı olarak sıralanabilir.
- (150) Dosya konusu başvuru bakımından SÖZLEŞME'nin 3.1.5. maddesi hükmü gereğince sözleşme akdedilecek bayilere rekabet etmeme yükümlülüğü getirilmesi planlanmaktadır. Ek olarak SÖZLEŞME süresi (.....) olarak belirlenmekle birlikte ilgili hükümler gereğince, süre sonunda tarafların açık beyanı ile kabul edilmedikçe SÖZLEŞME'nin kendiliğinden sona ereceği düzenlenmiştir. Bahsi geçen hükümler dışında ŞİŞECAM tarafından bayilere ayrıca ŞİŞECAM'a raporlama ile bayi ve satış faaliyetlerinin denetlenmesine ilişkin hükümler getirildiği görülmektedir. Başvuruda rekabet etmeme yükümlülüğü dışında bayilere münhasırlık, aktif/pasif satış yasağı veya bölgesellik gibi bir sınırlamanın getirilmediği, bayilerin Türkiye'nin herhangi bir coğrafyasında birbirleriyle rekabet edebilecekleri, kendilerinin ürün sattığı yeniden satıcılar ve ŞİŞECAM'dan ürün satın alan ancak farklı sebeplerle ürün satışı gerçekleştirmek isteyen sanayici üreticiler ile rekabet halinde olacakları ifade edilmiştir.
- (151) Buna ek olarak ŞİŞECAM tarafından, teşebbüsün SÖZLEŞME akdetmeyi planladığı 19 bayi dışında Türkiye'de cam pazarında yeniden satış faaliyetinde bulunan 500'ün üzerinde teşebbüsün bulunduğu ifade edilmiştir⁵³. İlaveten bayiler SÖZLEŞME konusu düzcamların perakendeci, toptancı ve cam işleyen firmalara satışı, pazarlanması ve dağıtımı hususunda yetkilendirilmektedir. Dolayısıyla bayilerin kendi aralarındaki satışlara bir kısıt getirilmediği gibi yetkisiz satıcılara yapacakları satışlar kapsamında da bir sınırlama getirilmemektedir. Yine başvuruda, bayilerin ürünleri alt bayilere, toptancılara, cam işleyen diğer teşebbüslere, kendilerine ait bir başka teşebbüse satabileceği, ihraç edebileceği veya devredebileceği gibi ayrıca işleyebileceği ve bir başka marka ürün ile birleştirebileceği ifade edilmiştir. Son olarak sanayici (cam temperleme, çift cam veya oto cam vb. cam işleyen) ve inşaatçılarla bu kapsamda faaliyet gösteren diğer teşebbüslere bayiler, bayilerin satış yapmış olduğu toptancılar ve perakendecilerin yanı sıra ŞİŞECAM da doğrudan satış yapabilmektedir. Bu kapsamda SÖZLEŞME konusu ürünlerin toptan veya perakende olarak satışını gerçekleştiren yetkisiz yeniden satıcılar, düzcamların ürünlerini ŞİŞECAM'ın ürün satışı yaptığı yetkili bayilerden ya da ŞİŞECAM'dan ürün almış olmasına rağmen stokunda ihtiyacından fazla ürün bulduran ŞİŞECAM çift cam üreticileri ya da sanayici üretici müşterilerinden almak durumunda kalmaktadır.
- (152) SÖZLEŞME'nin 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (c) bendi uyarınca değerlendirilmesinde, Kılavuz'da da değinilen; tek marka anlaşmaları veya rekabet etmeme yükümlülüklerinin rekabet üzerinde ortaya çıkardıkları dört farklı olumsuz etkinin ele alınması gerekmektedir. Söz konusu olumsuz etkiler, rakip

⁵³ ŞİŞECAM tarafından iletilen cevabi yazıda; bayilik sözleşmesi akdedilmesi planlanan 20 bayi dışında Türkiye'de farklı ünvanlarda (.....) yeniden satıcının olduğu belirtilmektedir. Bununla birlikte ŞİŞECAM tarafından iletilen cevabi yazıda yer verilen teşebbüslerin ünvanlarında benzerlikler de ("*.....*")-"*.....*") ve ("*.....*")- "*.....*") bulunmaktadır. Bu doğrultuda benzer ünvanlı teşebbüslerin tek teşebbüs olarak dikkate alınması durumunda dahi (.....) civarında yeniden satıcının bulunduğu anlaşılmaktadır.

sağlayıcıların ürün satışı gerçekleştirdiği alıcılara ulaşma imkânının kısıtlanması olarak ifade edilen pazar kapama etkisi, tek marka sınırlamasının pazardaki birkaç sağlayıcı tarafından uygulanması sonucu oluşabilecek koordinasyon etkisi, sözleşme akdedilen alıcılara getirilen tek bir markanın pazarlanması yükümlülüğü sonucunda aynı mağazada rakip ürünlerin satılmaması olarak ifade edilen mağaza içi rekabeti önleme etkisi ve taraflar arasında akdedilen sözleşme konusu ürün ile birlikte farklı bir ürünün satın alınmasının zorunlu kılınması durumunda ortaya çıkan bağlanan ürünün pahalıya satın alınması diğer ifade ile pahalılık etkisi olarak belirtilmektedir⁵⁴. Tüm bu etkilerin aynı anda veya kısmen ortaya çıkışı markalar arasındaki rekabeti olumsuz etkileyebilmektedir. Bununla birlikte dikey anlaşmaların bedavacılık sorununun çözülmesi, vazgeçme probleminin engellenmesi ve know-how transferi gibi olumlu etkileri de bulunmaktadır.

- (153) Kılavuz'da yer verildiği üzere, bir dikey anlaşmanın rekabeti bozucu etkilerinin belirlenmesinde sağlayıcının pazardaki konumunun tespiti başta gelmektedir. Bu hususa ek olarak sağlayıcının rakiplerinin pazardaki konumu, sözleşme ile getirilmesi planlanan rekabet etmeme yükümlülüğünün kapsamı ve süresi de dikey anlaşmaların rekabeti sınırlayıcı etkilerinin değerlendirilmesinde dikkate alınmaktadır. Ayrıca Kılavuz'da da belirtildiği üzere sağlayıcının sözleşmeye bağlı satışlarının payı artıkça pazar kapama riski artış göstermektedir. Benzer şekilde SÖZLEŞME konusu rekabet etmeme yükümlülüğünün süresi artıkça dikey sınırlamanın rekabet üzerindeki olumsuz etkileri artış göstermektedir. Rekabet etmeme yükümlülüğü ile ortaya çıkacak pazar kapama etkisinin değerlendirilmesinde ise pazardaki rakiplerin konumu, pazara giriş engelleri, anlaşmaya konu ticaretin seviyesi, ürün/ürünlerin niteliği ve alıcı gücü gibi hususlar da dikkate alınmaktadır⁵⁵.

- ŞİŞECAM ve Rakiplerinin Pazardaki Konumu

- (154) Bahsi geçen hususlar kapsamında sağlayıcı konumunda bulunan ŞİŞECAM'ın pazardaki konumunun anlaşılması adına aşağıdaki tabloda ŞİŞECAM ve rakiplerinin 2014-2024 döneminde pazar paylarına yer verilmektedir.

Tablo 10: Düzcam Pazarındaki Teşebbüslerin Satış Tutarı Bazında Pazar Payları (%)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
ŞİŞECAM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DÜZCE CAM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İthalat	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Kaynak: Başvuru Formu ve ŞİŞECAM Cevabi Yazısındaki Bilgilerle Yapılan Hesaplamalar

- (155) Tablo'da yer verildiği üzere, ŞİŞECAM'ın pazar payında 2014 sonrasında belirgin bir değişim olmamasına karşın ithalat büyüklüğü azalırken, DÜZCE CAM'ın pazar payının arttığı görülmektedir. Her halükarda ŞİŞECAM'ın pazar payı 2014-2024 yılları arasında %(.....) aralığında seyretmiş ve uzun süre boyunca teşebbüs, düzcam pazarında lider konumunu korumuştur. Pazarda ŞİŞECAM'ın tek yerli üretici rakibi konumunda bulunan DÜZCE CAM'ın pazar payı 2014'ten 2024'e kadar artış göstermiş olsa da özellikle 2019 ve sonrasında teşebbüsün pazar payı yatay bir şekilde %(.....) aralığında seyretmiş, yalnızca Covid-19 salgınının başladığı 2020 yılında %(.....) seviyesine ulaşmıştır. Bununla birlikte ŞİŞECAM'ın, tek yerli rakibi konumundaki DÜZCE CAM'ın pazar payının (.....) daha fazla pazar payına sahip olduğu görülmektedir.

⁵⁴ Kılavuz, par.119.

⁵⁵ Kılavuz, par.123-135.

- (156) Mevcut dosya çerçevesinde, 2019-2024 yılları arasında düzcam pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin satışları ile ithalat tutarına ilişkin bilgilere aşağıdaki tabloda yer verilmektedir.

Tablo 11: Düzcam Pazarındaki Teşebbüslerin Satışları (Bin TL), Pazar Payları ve İthalat Tutarı (Bin TL)

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Toplam Tüketim	3.125.470	3.641.737	6.315.290	18.526.807	23.461.799	29.716.141
ŞİŞECAM Satışı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Pazar Payı (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DÜZCE CAM Satışı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Pazar Payı (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İthalat	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Pazar Payı (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüs Cevabi Yazıları

- (157) Tablo 11’de Türkiye’de 2019-2024 döneminde düzcam tüketiminin satış tutarı bakımından belirgin bir şekilde ((.....) daha fazla) büyüdüğü ve ŞİŞECAM’ın 2019-2024 döneminde (bir yıl hariç) pazardaki düzcam tüketiminin (.....) fazlasını karşıladığı görülmektedir. Bildirim formunda her ne kadar DÜZCE CAM’ın 2016 yılında sahip olduğu %(.....) pazar payına karşın 2024 yılında pazar payının %(.....)’ye yükseldiği ifade edilse de, yukarıda yer verilen tablodan görüleceği üzere 2019-2024 döneminde DÜZCE CAM’ın pazar payında kayda değer bir artış gerçekleşmediği gibi ithalat büyüklüğünde de önemli bir yükseliş yaşanmamıştır. Buna karşın dönem başından dönem sonuna kadar ŞİŞECAM’ın değer bazında da olsa pazar payının arttığı görülmektedir.
- (158) ŞİŞECAM’ın yıllık üretim kapasitesinin (.....) ton olduğu ve söz konusu kapasiteye karşın 2024 yılında (.....) ton üretim gerçekleştirildiği ifade edilmektedir. ŞİŞECAM’ın tek rakibi konumunda bulunan DÜZCE CAM’ın ise hâlihazırda (.....) üretim hattı ile yıllık (.....) ton üretim kapasitesine sahip olduğu⁵⁶, ayrıca DÜZCE CAM’ın (.....) ulaşılmasının hedeflendiği⁵⁷ belirtilmiştir. Bu hususlar göz önünde bulundurulduğunda, ŞİŞECAM’ın düzcam pazarında rakipleri karşısında oldukça güçlü bir konumda bulunduğu ve pazar gücünü koruduğu değerlendirilmektedir.
- (159) Ayrıca ŞİŞECAM tarafından rakiplerinin aksine ölçek ekonomisi kullanması suretiyle büyük montanlı üretim gerçekleştirebildiği, yüksek miktartlı bu üretimin ise birim maliyetlerdeki düşüşü beraberinde getirdiği, ŞİŞECAM tarafından büyük montanlı üretim yapılmadığında ise rakip üreticilerin fiyatlarını artırdığı ifade edilmiştir. Başvuru formunda ise ŞİŞECAM’ın Türkiye’nin en büyük cam üreticisi, dünyada ise en büyük beş üreticiden bir tanesi olduğu belirtilmiştir. Bu hususlara ek olarak aşağıdaki tabloda 2019-2024 yılları Türkiye toplam düzcam üretim ve ithalat miktarlarına yer verilmektedir.

Tablo 12: Türkiye Düzcam Üretim ve İthalat Miktarları (Ton/yıl)

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
ŞİŞECAM Üretim	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DÜZCE CAM Üretim	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Türkiye Üretimi	1.807.143	1.458.265	1.911.139	2.143.512	1.688.740	1.961.062
İthalat Miktarı	249.801	311.799	402.461	346.406	423.157	229.652
Toplam	2.056.944	1.770.064	2.313.600	2.489.918	2.111.897	2.190.714
İthalatın Payı (%)	12,25	17,91	17,66	13,87	18,52	10,16

Kaynak: Başvuru Formu ve Teşebbüs Cevabi Yazıları

⁵⁶ <https://duzcecam.com.tr/> (Erişim Tarihi: 28.02.2025)

⁵⁷ https://yatirimlar.com/haber/duzce-cam-as-nin-3-8-milyar-liralik-cam-uretim-hatti-projesi-icin-ced-olumlu-karari-verildi_221371 (Erişim Tarihi: 28.02.2025)

- (160) Tablodan görüldüğü üzere, 2019-2024 döneminde Türkiye düzcam üretimi %8,5; düzcam üretim ve ithalat toplamı ise %6,5 büyüme göstermiştir. ŞİŞECAM ve rakipleri kıyaslandığında söz konusu büyüme eğiliminin büyük çoğunlukla ŞİŞECAM'ın üretimindeki artıştan kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla Tablo 11 ve 12 birlikte değerlendirildiğinde ŞİŞECAM'ın hem tüketimi karşılama gücü hem de toplam üretimdeki payı bakımından rakiplerine baskı uygulayabilecek güçte olduğu anlaşılmaktadır. Ek olarak ŞİŞECAM'ın bakımı halen devam eden ve 2026 yılında üretime başlanması planlanan (.....) üretim hattı bulunmasına karşın 2022 yılında, düzcam pazarındaki pazar payının(.....) üretim hattının bakıma alındığı tarih öncesindeki 2019 yılı seviyesine ulaştığı görülmektedir. Dolayısıyla teşebbüsün bakımı devam eden (.....) üretim hattı ile inşası devam eden (.....) üretim hattının faaliyete başlaması ile ŞİŞECAM'ın pazar payında artış yaşanabileceği ve konumunun güçlenebileceği değerlendirilmektedir.
- (161) Diğer yandan düzcam ürünlerinin nihai kullanıcıya ulaştırılmasında toptancılar ve cam ürününü işleyip satışını yapan cam işleyici teşebbüsler ile toptancıların ve cam işleyici teşebbüslerin alt bayisi veya perakendecisi durumunda olan daha küçük ölçekli teşebbüsler de bulunmaktadır. Düzcam pazarında ŞİŞECAM ve DÜZCE CAM dışındaki bu teşebbüsler, gerek müşteri olarak gerekse satıcı olarak zayıf konumları itibarıyla ŞİŞECAM üzerinde rekabetçi baskı uygulamaktan uzaktır.
- (162) Bu noktada düzcam pazarında ithalat kalemiyle sağlanan miktarın ve ithalat yapan teşebbüslerin dağıtım şeklinin incelenmesi önem arz etmektedir. İthalat kaleminin 2014 yılından 2024 yılına uzanan süreçte %(.....) seviyesinden %(.....) seviyesine gerilediği görülmektedir. ŞİŞECAM'ın bilgisi dâhilinde düzcam ithalatı gerçekleştiren teşebbüsler Artek Metal Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti. (ARTEK), Ayd Grup Cam Dağıtım Merkezi İnşaat Taşımacılık Gıda Sanayi İç ve Dış Ticaret Ltd. Şti. (AYD), İnci Cam PVC Plastik Boya Nak. Mak. Mobil. İnş. San. Ltd. Şti. (İNCİ), Avrupa Temper Cam Balkon İnşaat Taahhüt Gıda Tarım Madencilik Gayrimenkul Turizm San. ve Tic. Ltd. Şti. (AVRUPA TEMPER) ve Dekorglass Dekoratif Cam Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti. (DEKOR) olmak üzere beş adettir. Söz konusu teşebbüsler İstanbul, Malatya, Kayseri (2) ve Mersin olmak üzere Türkiye'nin farklı bölgelerinde faaliyette bulunmaktadır. Ayrıca anılan teşebbüsler ithal ettikleri düzcam ürünlerinin işlenmeden veya işlenmiş olarak satışını gerçekleştirmektedir⁵⁸.
- (163) Bu çerçevede her ne kadar ŞİŞECAM tarafından bildirilen ithalatçı teşebbüslerin sayısı pazarın genelini yansıtacak miktarda olmasa da, pazarın ithalat kanalı hakkında fikir sahibi olunabilmesi amacıyla anılan teşebbüslerden düzcam ithalat miktarları, dağıtım ağları ve müşteri gruplarına yönelik bilgi talebinde bulunulmuştur. Bu kapsamda (.....) tarafından ithalatı yapılan ürünlerin teşebbüsün kendisine ait olan araçlarla veya nakliye şirketlerine ait araçlarla müşterilere teslim edildiği belirtilmiştir. (.....) tarafından iletilen cevabi yazıda ise denizyolu veya karayolu üzerinden ithal edilen ürünlerin teşebbüs deposuna ulaşması sonrasında satış yapılan bölge veya şehre göre müşterilere teslim edildiği ifade edilmiştir. Son olarak (.....) tarafından iletilen cevabi yazıda ithal edilen düzcam ürünlerinin bir kısmının işlenmiş cam üretiminde kullanılmak üzere hammadde olarak kullanıldığı, diğer kısmının ise yurt içindeki ve yurt dışındaki müşterilere satışının gerçekleştirildiği, satışlar çerçevesinde bayilik, alt bayilik veya distribütörlük sistemlerinin bulunmadığı ve ürün satın almak isteyen müşterilere büyüklüğüne bakılmaksızın satış gerçekleştirildiği belirtilmiştir. İthalatçılar tarafından

⁵⁸ Kaynak için bakınız; <http://www.dekorglass.com/duzcam>, <https://avrupatemper.com/>, <https://www.incicam.com.tr/>, <https://aydgrupcamsistemleri.com/> ve <https://artekcam.com/>

ifade edilen hususlara bakıldığında, bu teşebbüslerin ithal ettikleri ürünlerin yurt içinde depolanması ihtiyacının olduğu anlaşılmaktadır. Söz konusu depoların uç noktalarda kurulu olmadığı ve sayıca az olduğu dikkate alındığında rekabet etmeme yükümlülüğü ile bayilere getirilecek sınırlamanın, hâlihazırda zayıf konumda bulunan ithalatçıların müşterilere erişim olanakları bakımından daha güçlü bir baskı altına kalmasına yol açabilecektir.

- (164) Bu bağlamda sayılan dört düzcam ithalatçısının düzcam ithalat miktarları ile yeniden satıcı konumundaki alıcılar, sanayici müşteriler ve çift cam üreticilerine yaptıkları satış miktarlarına aşağıdaki tablolarda yer verilmektedir.

Tablo 13: Düzcam İthal Eden Teşebbüslerin Satış Kanalı Bazında Satış Miktarları (Ton/yıl)

		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
DEKOR	Yeniden Satıcı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Çift Cam Üretici	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Sanayici Üretici	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	DEKOR Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İNCİ	Yeniden Satıcı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Çift cam Üretici	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Sanayici Üretici	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ARTEK	Yeniden Satıcı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Çift cam Üretici	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Sanayici Üretici	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
AYD	Yeniden Satıcı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Çift cam Üretici	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Sanayici Üretici	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
4 Teşebbüs Toplamı		44.466	24.763	20.032	20.677	8.208	9.859	26.002	24.869
Kaynak: Teşebbüslerin Cevabi Yazıları									

- (165) Tabloda yer verilen bilgilerden, ithalat yapan teşebbüslerin ithalat miktarının ŞİŞECAM bayilik sisteminin muafiyetten yararlandığı dönemde azaldığı, ilerleyen yıllarda - ŞİŞECAM bayilik sisteminin muafiyetten faydalanmadığı dönemde- yıllar içinde arttığı görülmektedir. İthalat miktarındaki artma ve/veya azalma, yurt içi talebin üretimle karşılandığı dolayısıyla yurtdışından ürün teminine ihtiyaç duyulmadığını göstermektedir. Dolayısıyla ithalat miktarındaki değişimin ŞİŞECAM'ın bayilik sistemine getirdiği rekabet etmeme yükümlülüğü ile açıklanamayacağı değerlendirilmektedir. Nitekim ithalattaki değişimlerin talep ve/veya ithalat düzenlemeleriyle ilgili olduğu, ŞİŞECAM'ın dağıtım sistemindeki çeşitli stratejilerle ithalat verilerinin değiştirilemeyeceği değerlendirilmektedir.
- (166) Bununla birlikte ŞİŞECAM tarafından düzcam ithalatı gerçekleştirdiği belirtilen beş teşebbüsten dördünün toplam ithalat miktarı, ülkemiz toplam düzcam ithalatının %15'inden daha azını oluşturmakta ve ithalatın da parçalı yapıdan oluştuğu görülmektedir. İthalat yapan teşebbüslerin ŞİŞECAM ve DÜZCE CAM'a kıyasla görece küçük ölçekli teşebbüsler oldukları ve gerek ŞİŞECAM gerekse DÜZCE CAM üzerindeki rekabetçi baskılarının sınırlı kaldığı anlaşılmaktadır.
- (167) İlâveten yukarıda ithalat miktarları ile yurt içi satış bilgilerine yer verilen dört teşebbüsten üçünün tüm satışlarının yeniden satıcılara yapıldığı, diğer teşebbüsün ise 2023 yılı hariç yeniden satıcılara yapmış olduğu satışların, çift cam üreticileri ile sanayici üreticilere yapmış oldukları satışlardan daha fazla olduğu görülmektedir. Her ne kadar anılan ithalatçı teşebbüsler, toplam ithalatın düşük bir bölümünü oluşturuyor olsalar da mevcut örneklem özelinde ŞİŞECAM'a benzer olarak bu teşebbüslerin de satışlarının yeniden satıcılara yoğunlaştığı ve diğer kanallar (çift cam ve sanayici üretici) bakımından ŞİŞECAM ve DÜZCE CAM'ın pazardaki asıl oyuncular olduğu

anlaşılmaktadır. İlaveten SÖZLEŞME'nin yeniden satıcılar ile akdedileceği ve ithalatçı firmaların satışlarının büyük bölümünün yeniden satıcılara yapıldığı düşünüldüğünde yeniden satış kanalının SÖZLEŞME ile ithalatçılara kapanması riski ortaya çıkabilecektir.

- (168) Kurulun 2011 tarihli *Trakya Cam-I* kararında, ŞİŞECAM'ın iştiraki konumunda bulunan TRAKYA CAM'ın⁵⁹ %70'lerin üzerinde seyreden pazar payı, pazara giriş engellerinin varlığı, (.....) adet "float" hattının sağladığı portföy gücü, ŞİŞECAM grubunun parçası olmaktan kaynaklanan yüksek finansman kapasitesi, *ıııcam* markasının güçlü imajı ve yürürlükte bulunan dış ticaret sınırlandırmaları gibi unsurların etkisiyle düzcam piyasasında hâkim durumda bulunduğu tespiti yapılmıştır. Benzer şekilde, Kurulun 2013 tarihli *Trakya Cam/ıııcam Muafiyet* kararında da pazar şartlarında dikkate değer bir değişiklik olmadığı değerlendirilerek TRAKYA CAM'ın ilgili pazarlarda önemli bir pazar gücüne sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
- (169) *Trakya Cam/Düzcam Muafiyet-I* kararında ise, TRAKYA CAM'ın pazarda aldığı payın yanı sıra üretim kapasitesi bakımından Türkiye'nin en büyük üreticisi olduğu, kapasitesiyle yurt içi cam sanayi üretim kapasitesinin %90'ını karşıladığı, ürün gamı ve çeşitliliğinin, mali güç ve marka bilinirliğinin yüksek olduğu, pazara giriş engellerinin ise ithalata konan kotalar ve ek mali yükümlülüklerin varlığı nedeniyle yüksek olduğu tespit edilmiştir. *Trakya Cam/Düzcam Muafiyet-II* kararında da TRAKYA CAM'ın rakipleri karşısında güçlü bir konumda olduğu görüşü korunmuş, ayrıca 2016 yılında TRAKYA CAM ve rakip ürünlerin pazar paylarına yer verilmiştir. Benzer şekilde *Trakya Cam/Düzcam Muafiyet-III* kararında da TRAKYA CAM'ın en yakın rakibi DÜZCE CAM karşısında önemli bir pazar payı üstünlüğüne sahip olduğu belirtilmiştir.
- (170) Bu çerçevede yukarıda yer verilen bilgilerden hareketle, sahip olduğu pazar payı, bu pazar payındaki istikrar ve rakipleri karşısındaki konumu sebepleriyle ŞİŞECAM'ın pazarda oldukça güçlü durumda olduğu değerlendirilmektedir. Nitekim Kurulun 2021 tarihli *Trakya Cam* kararında⁶⁰ ŞİŞECAM'ın uzun yıllardır sahip olduğu yüksek ve istikrarlı pazar payı, (.....) üretim hattına sahip olmasının yarattığı portföy gücü, üretim kapasitesi, yüksek finansman gücü, düzcam pazarının özellikleri ve pazarda uygulanan kamu kaynaklı korumacı politikalardan kaynaklı giriş engellerinin varlığı ve rekabetçi parametreleri etkileyebilecek bir alıcı gücünün bulunmamasından hareketle ŞİŞECAM'ın düzcam pazarında hakim durumda olduğu tespiti yapılmıştır.
- (171) Bu kapsamda ŞİŞECAM'ın pazarda lider konumda olduğu, uzun süredir pazar payının %(.....) üzerinde seyrettiği anlaşılmakta, pazarda yerli rakip olarak sadece bir teşebbüsün bulunduğu, bu teşebbüsün 2020 yılı sonrasında pazar payında kayda değer bir yükselişin olmadığı, 2014 yılı sonrasında DÜZCE CAM'ın pazar payı artıyor olsa da ŞİŞECAM'ın pazar payı kaybı yaşamadığı, yalnızca ithalatın pazar payında azalış olduğu görülmektedir. Öte yandan Kurulun *Trakya Cam/Düzcam Soruşturma Kararı II*'de ŞİŞECAM'a yönelik hakim durum tespiti de göz önünde bulundurulduğunda, düzcam pazarında hâkim durumda bulunan bir teşebbüs tarafından gerçekleştirilen eylemlerin rakiplere pazarın kapanması ile sonuçlanabileceği değerlendirilmektedir. Nitekim Kılavuz'da da hâkim durumdaki teşebbüslerce getirilen rekabet etmeme yükümlülükleri ile pazarın küçük bir

⁵⁹ 2020 yılının Ağustos ve Eylül aylarında yapılan bir dizi işlemle, TRAKYA CAM da dâhil olmak üzere Şişecam Grubu iştiraklerine ait tüm aktif ve pasif malvarlığı değerleri ana teşebbüs olan ŞİŞECAM bünyesinde birleştirilmiştir.

⁶⁰ Kurulun 26.08.2021 tarih ve 21-40/590-287 sayılı kararı

bölümünün dahi bağlanması halinde pazardaki rekabetin kısıtlanabileceği ifade edilmektedir⁶¹.

(172) İlgili bölümde yer verilen SÖZLEŞME hükümlerinin değerlendirilebilmesi ve pazar kapama etkisinin bulunup bulunmadığının tespiti açısından dikkate alınması gereken diğer hususlar önem taşımakta ve aşağıda ŞİŞECAM ile SÖZLEŞME akdetmesi planlanan bayiler, ŞİŞECAM'ın en büyük beş müşterisi ve ŞİŞECAM'ın rakibi konumunda bulunan teşebbüslerin başvuruya konu SÖZLEŞME'ye yönelik görüş ve değerlendirmelerine yer verilmektedir.

(173) (.....) tarafından;

- (.....)
- (.....)
- (.....)
- (.....)
- (.....)
- (.....)
- (.....)
- (.....)
- (.....)
- (.....)
- (.....)⁶² (.....)

hususları ifade edilmiştir.

(174) Dosya kapsamında ayrıca bildirim konusu SÖZLEŞME'ye ilişkin olarak ŞİŞECAM'ın en büyük beş müşteri/bayisinin⁶³ görüşleri talep edilmiştir. ŞİŞECAM'ın en fazla satış yaptığı müşterilerden biri ve aynı zamanda ŞİŞECAM bayisi olan (.....) tarafından gönderilen cevabi yazılarda özetle;

(.....)

(.....)

(.....) ifade edilmiştir.

(175) ŞİŞECAM'ın en fazla satış yaptığı müşterilerden, aynı zamanda ŞİŞECAM bayisi olan (.....) tarafından gönderilen cevabi yazıda özetle;

(.....) ifade edilmiştir.

(176) ŞİŞECAM'ın en fazla satış yaptığı müşterilerden, aynı zamanda ŞİŞECAM bayisi olan (.....) tarafından gönderilen cevabi yazılarda özetle;

(.....) ifade edilmiştir.

(177) ŞİŞECAM'ın en fazla satış yaptığı müşterilerden, aynı zamanda ŞİŞECAM bayisi olan (.....) tarafından gönderilen cevabi yazılarda özetle;

⁶¹ Kılavuz par. 131.

⁶² İlgili ürünler "(.....)" olarak ifade edilmiştir.

⁶³ ŞİŞECAM'ın en fazla satış gerçekleştirdiği beş müşteri aynı zamanda yetkili bayilik sistemi çerçevesinde SÖZLEŞME akdedilmesi planlanan bayiler arasındadır.

- (.....)
- (.....)
- (.....)
- (.....)

ifade edilmiştir.

(178) ŞİŞECAM'ın en fazla satış yaptığı müşterilerden, aynı zamanda ŞİŞECAM bayisi olan (.....) tarafından gönderilen cevabi yazılarda özetle;
(.....) ifade edilmiştir.

(179) Söz konusu hususlara ilişkin ŞİŞECAM'ın cevabi yazısında yer verilen açıklamalara değinilmesinde fayda bulunmaktadır. Bu çerçevede ŞİŞECAM ilk olarak; DÜZCE CAM'ın dağıtım ve maliyet avantajlarının genellikle üretim bölgelerine yakın alanlarda faaliyet göstermesi sebebiyle ortaya çıktığını ve sınırlı üretim/dağıtım ağıları sebebiyle ŞİŞECAM gibi optimizasyon sorunları yaşamadığını dolayısıyla ŞİŞECAM'ın bireysel muafiyet ile elde edeceği maliyet avantajlarının önemli etkilerinin uç noktalarda ortaya çıkacağını ve elde edilen bu avantajların DÜZCE CAM'ın ağırlıklı olarak faaliyet gösterdiği bölgelerde ŞİŞECAM'a anlamlı bir katkı sağlamayacağını, böylelikle her halükârda herhangi bir pazar kapama ya da tüketici tercihlerinin kısıtlanması sonucunun ortaya çıkmayacağını ifade etmektedir. ŞİŞECAM'ın anılan iddiası, bayilere getirilmesi planlanan rekabet etmeme yükümlülüğü ile birlikte değerlendirildiğinde hâlihazırda sınırlı üretim ve dağıtım ağıyla faaliyet gösteren rakibinin ulaşabileceği dağıtım kanallarının daha da sınırlandırılmasına yol açabilecektir. Bununla birlikte pazar lideri konumundaki güçlü oyuncunun rakiplerine kıyasla daha fazla maliyet avantajı elde edecek olması, rakibinin tüketicilere erişim imkânı da sınırlandıracağından, söz konusu güçlü oyuncuyu pazarda daha güçlü bir pozisyona getirecektir. Ayrıca hâlihazırda uç noktalara erişim imkânının olmadığı ifade edilen DÜZCE CAM'ın, uç nokta olmayan bölgelere de erişiminin kısıtlanması riski doğabilecektir.

(180) Öte yandan her iki teşebbüs tarafından iddia edilen hususların değerlendirilmesi kapsamında Tablo 10'da yer verilen bilgiler önem kazanmaktadır. Söz konusu tabloda görüleceği üzere, ŞİŞECAM'ın tek yerli rakibi konumunda bulunan DÜZCE CAM, 2014-2024 yılları arasında pazar payını yaklaşık iki kattan daha fazla artırmış ancak söz konusu artış ŞİŞECAM'ın pazar payı kaybından ziyade ithalattaki azalma olarak pazara yansımış ve ŞİŞECAM ilgili dönemde pazar payını korumuş, dahası düşük seviyede de olsa artırmıştır. İlâveten 2019 yılı sonrasında ŞİŞECAM'ın üretim hatlarını bakıma aldığı 2020 yılı dışında DÜZCE CAM'ın pazar payında herhangi bir artış görülmemiştir. Bu kapsamda değinilmesi gereken bir diğer husus ise, Kurulun *Trakya Cam/Düzcam Muafiyet-II* kararıyla iki yıllık rekabet etmeme yükümlülüğü içeren ve 19 bayi ile akdedilmesi planlanan sözleşmeye verilen bireysel muafiyet sonrasında, DÜZCE CAM'ın pazar payının %(.....) seviyesinden bireysel muafiyet verilmeyen 2020 yılındaki başvuruya kadar %(.....) seviyesine ulaşması ve devam eden yıllarda da bu payın korunmasıdır. Öte yandan DÜZCE CAM'ın pazar payındaki artışın ise ŞİŞECAM'ın pazar payı kaybından değil ithalat payının azalmasından kaynaklı olduğu anlaşılmaktadır.

(181) ŞİŞECAM ve DÜZCE CAM'ın üretim kapasitelerine bakıldığında, ŞİŞECAM'ın yıllık yaklaşık (.....) ton/yıl düzcam üretim kapasitesine sahip olduğu ancak dağıtım ağındaki optimizasyon eksikliği nedeniyle 2022 yılında bu kapasitenin yalnızca (.....) ton/yıl

kısının kullanılabilirdiği, ayrıca mevcut (.....) düzcam *float* üretim hattına ek olarak (.....) *float* üretim hattının da yatırım aşamasında olduğu görülmektedir. Ek olarak başvuru formunda DÜZCE CAM'ın son yıllarda kapasitesini artırdığı, hâlihazırda kapasite artırmak üzere yatırım faaliyetlerinin bulunduğu, DÜZCE CAM'ın 2019 yılında (.....) bin ton/yıl üretim kapasitesine sahip olmasına karşın 2020 yılında bu kapasitenin (.....) ton/yıla ulaştığı, Bilecik'te kuruluşu devam eden üretim hattı ile üretim kapasitesinin (.....) tona/yıl ulaşacağı ifade edilmektedir.

- (182) İlgili hususlar DÜZCE CAM bakımından incelendiğinde, DÜZCE CAM'ın yıllık (.....) ton/yıl düzcam üretim kapasitesine sahip olduğu ve(.....) görülmektedir. Ayrıca teşebbüsün (.....) olmak üzere (.....) tür cam üretim faaliyetinin bulunduğu, planlanan yatırımlar ile (.....) yapılacağı ifade edilmektedir. İlaveten DÜZCE CAM tarafından ŞİŞECAM'a ait *ısrıcam* çift cam markasına rakip olarak "(.....)" markalı çift cam üretim faaliyetlerinin bulunduğu belirtilmektedir. DÜZCE CAM tarafından Bilecik'te kurulması planlanan float hattının (.....) planlandığı, akabinde (.....) ifade edilmiş olup Çankırı'da (.....) ifade edilmiştir.
- (183) Gerek ŞİŞECAM gerekse DÜZCE CAM tarafından sunulan bilgilerden anlaşılacağı üzere, her iki teşebbüs de kapasitelerini artırmak için yatırım yapmakta, ürün gamlarına yeni ürünler ekleyerek faaliyet alanlarını genişletmeye çalışmaktadırlar. Diğer taraftan DÜZCE CAM yaptığı yatırımlarla düzcam üretimini artırarak düzcam ürünlerinde; ayrıca (.....) gibi farklı ürün gamlarına yönelik yatırımlarla da ŞİŞECAM'a ait diğer ürün grupları üzerinde rekabetçi bir baskı oluşturabilecek olsa da, gerek DÜZCE CAM gerekse ŞİŞECAM'ın yatırımlarını yaptıkları üretim hatlarını 2026 yılında faaliyete geçirecek olmaları, ŞİŞECAM'ın, DÜZCE CAM'a göre daha geniş ürün gamı ve üretim kapasitesine sahip olması, dağıtım ağının daha geniş olması, mevcutta devam eden (.....) düzcam üretim hattı yatırımının bulunması ve bakımı devam eden üretim hatlarının faaliyete geçmesiyle birlikte bu baskının sınırlı düzeyde kalacağı değerlendirilmektedir.
- (184) Her iki teşebbüsün pazardaki faaliyetlerine ek olarak ŞİŞECAM üzerinde rekabetçi baskı oluşturabileceği değerlendirilen düzcam ithalatına ilişkin bilgilere de yer verilmesi gerekmektedir. 2019 yılında düzcam ithalatı, Türkiye toplam düzcam üretiminin (yurt içi üretim ve ithalat dâhil) %12,14'ünü oluştururken Covid-19 salgını ve ŞİŞECAM üretim hatlarındaki tamir ve bakım dönemlerini kapsayan 2020 ve 2021 yıllarında bu oran sırasıyla %17,62 ve %17,40 seviyesine ulaşmış, 2022 yılında ise gerilemiştir. 2023 yılında bu oran %20,04 düzeyine yükselerek önemli bir artış göstermiş ancak 2024 yılında %10,48 seviyesine gerilemiştir. Buna karşın ithalat 2023 yılında yurt içi üretimin azalması sebebiyle anılan dönemdeki en yüksek seviyesine ulaşmış ancak 2024 yılında yurt içi üretimin artışı ile ilgili dönemdeki en düşük seviyesine gerilemiştir⁶⁴. 2020 yılında ŞİŞECAM'ın üretim hatlarını bakıma alması ile birlikte yurt içi üretim gerilemiş ve ithalat artış göstermiştir. Tablo 12'ye bakıldığında yurt içi üretimin gerilemesinin büyük ölçüde ŞİŞECAM üretiminin azalışına bağlı olduğu görülmektedir. 2021 yılında ithalat miktarı ve DÜZCE CAM üretimi arttığı gibi ŞİŞECAM'ın da üretimini artırdığı ve ŞİŞECAM'ın rakiplerinin büyümesine hızlı bir şekilde karşılık verdiği, dolayısıyla ŞİŞECAM üzerinde oluşabilecek rekabetçi baskıların sınırlı kaldığı değerlendirilmektedir.
- (185) ŞİŞECAM için hazırlanan Türkiye'de Cam Fiyatlaması Raporu'nda ithalatın yüksek bir paya sahip olduğu (%20) ve ŞİŞECAM'ın ithalat tarafından rekabetçi baskı altında kaldığı belirtilmiştir. Buna karşın ŞİŞECAM düzcam üretiminin çoğunluğu Türkiye

⁶⁴ Söz konusu veriler için bkz. Tablo 2.

pazarına satılırken, üretimin % (.....) ise ihraç edildiği ifade edilmektedir. Bu çerçevede ithalatın ŞİŞECAM üzerinde rekabetçi baskısı bulunsa da ŞİŞECAM ihracının yurt içi satışa dönüşmesi durumunda bu baskının görece zayıflayacağı değerlendirilmektedir.

- (186) Ek olarak DÜZCE CAM tarafından ürün gamının genişletilmesi ve kapasite artırılması ile yeni üretim tesisi kurulmasına yönelik yatırımlar gerçekleştirilirken ŞİŞECAM tarafından da benzer nitelikte yatırımların yapıldığı anlaşılmaktadır. DÜZCE CAM'ın yatırım kararlarına ilaveten ŞİŞECAM tarafından da yatırım kararları alınması, DÜZCE CAM üretimi ile ithalat düzeyinde artış olması halinde ŞİŞECAM'ın bakımı devam eden üretim hattı olsa da üretimini hızlı bir şekilde artırabilmesi, pazardaki diğer oyuncuların DÜZCE CAM dışında küçük teşebbüslerden oluşması ve satış kanallarının parçalı yapıya sahip olması dikkate alındığında, ŞİŞECAM üzerinde önemli bir rekabetçi baskıdan bahsetmek mümkün olmamaktadır.
- (187) İlaveten düzcam ithalatına ilişkin uygulanan kotalar, gümrük tarifleri ve ek mali yükümlülükler, ithalatın ŞİŞECAM üzerinde rekabetçi baskı oluşturması bakımından önem arz etmektedir. ŞİŞECAM tarafından sunulan bilgiler kapsamında düzcam ithalatına ilişkin Ticaret Politikası Savunma Araçları'nın⁶⁵ (TPSA) yer aldığı tablo aşağıda sunulmaktadır.

Tablo 14: Cam Sektörü İthalatına Uygulanan Önlemler⁶⁶

Detay GTIP ⁶⁷	Ürün	Önlem Türü	Ülke	Bitiş Tarihi	Önlem Oranı
7005.29	Renksiz Kaplamasız Düzcam	Anti Damping	Rusya	07.02.2029	8%-10%
7005	Düzcam	Gümrük Vergisi Artışı	DTÖ üyesi olmayan ülkeler	Belirsiz	20%
7005 (7005.10.80.00.00 hariç)	Düzcam	Gözetim Uygulaması	Tüm Ülkeler	Belirsiz	500 \$/ton
7005.10.80.00.00	Takviyesiz cam (kalınlık >4, 5mm.emici/yansıtıcı)	Gözetim Uygulaması	Tüm Ülkeler	Belirsiz	600 \$/ton
7005	Düzcam	Korunma Önlemi	İran	30.06.2025	Ek mali yükümlülük 36 \$/ton 01.01.2025 itibarıyla
7005	Düzcam	İlave Gümrük Vergisi Uygulaması	Tüm Ülkeler	Belirsiz	5%
7003.12.91.10.00, 7003.12.91.90.00, 7003.12.99.10.00, 7003.12.99.90.00, 7003.19.90.10.11,	Buzlu Cam	İlave Gümrük Vergisi Uygulaması	Tüm Ülkeler**	Belirsiz	10%

⁶⁵ TPSA, Dünya Ticaret Örgütü'nün (DTÖ) ilgili anlaşmalarında ve İthalat Rejimi Kararı'nın 4. maddesinde adı geçen iç mevzuatta yer alan benzer veya doğrudan rakip mallar üreten yerli üreticilerin ithalattan (ciddi) zarar görmesinin önüne geçmek amacıyla başvurulmuş, (1) dämpinge karşı önlemler, (2) sübvansiyona karşı önlemler ve (3) koruma ve gözetim önlemlerinin bütününe verilen genel isimdir.

⁶⁶ Söz konusu TPSA'ların sayısı artırılabilirle birlikte genel olarak tüm ürünlerde söz konusu olan uygulamalara yer verilmemiştir. Ayrıca tabloda yer verilen **'lı ifadeler; Filistin, Porto Riko, Yeni Kaledonya, Kore Demokratik Halk Cumhuriyeti, Eritre, Faroe Adaları, Grönland, Kosova, Andorra, Azerbaycan, Bahamalar, Belarus, Bosna Hersek, Butan, Cezayir, Curacao, Ekvator, Ginesi, Etiyopya, Güney Sudan, Holy See, Irak, İran, Komorlar, Libya, Lübnan Cumhuriyeti, Özbekistan, Sao Tomé ve Príncipe, Sırbistan, Somali, Sudan, Suriye Arap Cumhuriyeti, Timor-Leste, Türkmenistan, Vatikan'ı kapsamaktadır. Ayrıca ***'lı ifadeler; AB Ülkeleri, EFTA üyesi ülkeler, İsrail, Makedonya, Bosna Hersek, Fas, Filistin, Tunus, Mısır, Gürcistan, Arnavutluk, Şili, Sırbistan, Karadağ, Kosova, Morityus, Moldova, Faroe Adaları, Güney Kore, Malezya, Singapur ve Türkiye ile serbest ticaret anlaşması olan ülkeleri kapsamaktadır.

⁶⁷ Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu uluslararası ticarete konu mallara ilişkin bir sınıflandırılma biçimidir. GTİP kodu dünyanın her ülkesinde aynı ürünü ifade etmek üzere kullanılmaktadır.

25-45/1129-633

7003.19.90.10.12, 7003.19.90.10.19, 7003.19.90.90.00					
7003.19.10.00.00	Buzlu Cam	İlave Gümrük Vergisi Uygulaması	Tüm Ülkeler**	Belirsiz	5%
7007	Tüm lamine ve temperli camlar (enerji camları da dahil)	Gümrük Vergisi Artışı	*DTÖ üyesi olmayan ülkeler	Belirsiz	20%
7007 (7007.11.10.00.11- 7007.11.10.00.12- 7007.11.10.00.19- 7007.11.10.00.29- 7007.19.80.00.15 - 7007.21.20.00.21- 7007.21.20.00.29- 7007.21.20.00.31- 7007.21.20.00.39 hariç)	Emniyet Camları (sertleştirilmiş (temperlenmiş) veya lamine edilmiş camlardan)	Gözetim Uygulaması	Tüm Ülkeler**	Belirsiz	700 \$/ton
7007.11.10.00.11- 7007.11.10.00.12- 7007.11.10.00.19- 7007.11.10.00.29	7007.11.10.00.11- Kütle halinde boyanmış veya emici veya yansıtıcı tabakası olan düz emniyet camları 7007.11.10.00.12- Kütle halinde boyanmış veya emici veya yansıtıcı tabakası olan bombeli emniyet camları 7007.11.10.00.19- Diğer düz emniyet camları 7007.11.10.00.29- Diğer bombeli emniyet camları	Gözetim Uygulaması	Tüm Ülkeler**	Belirsiz	4.000 \$/ton
7007.19.80.00.15	Temperlenmiş, taşitlar için olmayan, düz emniyet camları	Gözetim Uygulaması	Tüm Ülkeler**	Belirsiz	1.000 \$/ton
7007.21.20.00.21- 7007.21.20.00.29- 7007.21.20.00.31- 7007.21.20.00.39	Kurşuna Dayanıklı Olanlar	Gözetim Uygulaması	Tüm Ülkeler**	Belirsiz	4.500 \$/ton
7007 Tüm GTIPLer	Tüm lamine ve temperli camlar (enerji camları da dâhil)	İlave Gümrük Vergisi Uygulaması	Tüm Ülkeler**	Belirsiz	5%
7007 (7007.19.80.00.13, 7007.19.80.00.14, 7007.21.20.00.21, 7007.21.20.00.31, 7007.21.80.00.21, 7007.21.80.00.31, 7007.29.00.00.11, 7007.29.00.00.12 hariç)	Tüm lamine ve temperli camlar (enerji camları da dâhil)	Anti Damping	Çin	23.02.2027	%59,6-66,1
7007 (7007.19.80.00.13, 7007.19.80.00.14, 7007.21.20.00.21, 7007.21.20.00.31, 7007.21.80.00.21, 7007.21.80.00.31, 7007.29.00.00.11, 7007.29.00.00.12 hariç)	Tüm lamine ve temperli camlar (enerji camları da dâhil)	Anti Damping	İsrail	23.02.2027	%32,05-39,5
7007 (7007.21.20.00.21, 7007.21.20.00.31, 7007.21.80.00.21, 7007.21.80.00.31, 7007.29.00.00.11, 7007.29.00.00.12)	Tüm lamine ve temperli camlar (enerji camları da dâhil)	Anti Damping	Çin	23.02.2027	10%
7007 (7007.21.20.00.21, 7007.21.20.00.31, 7007.21.80.00.21, 7007.21.80.00.31, 7007.29.00.00.11, 7007.29.00.00.12)	Tüm lamine ve temperli camlar (enerji camları da dâhil)	Anti Damping	İsrail	23.02.2027	10%

7009.91	Çerçevesiz Ayna (Kalınlığı 1,6 mm ve altında olanlar hariç)	Anti Damping	Çin	25.11.2027	27%
7009.91	Çerçevesiz Ayna (Kalınlığı 1,6 mm ve altında olanlar hariç)	Gözetim Uygulaması	Tüm Ülkeler**	Belirsiz	500 \$/ton
7009.92	Çerçevesiz Ayna (Kalınlığı 1,6 mm ve altında olanlar hariç)	Gözetim Uygulaması	Tüm Ülkeler**	Belirsiz	700 \$/ton
7009.91.00.10.00 7009.91.00.90.00	Çerçevesiz Ayna (Kalınlığı 1,6 mm ve altında olanlar hariç)	İlave Gümrük Vergisi Uygulaması	Tüm Ülkeler**	Belirsiz	0,25
7009.92.00.00.00	Çerçevesiz Ayna (Kalınlığı 1,6 mm ve altında olanlar hariç)	İlave Gümrük Vergisi Uygulaması	Tüm Ülkeler**	Belirsiz	0,25

Kaynak: ŞİŞECAM Cevabi Yazısı

(188) Yukarıda yer verilen tablodan görüldüğü üzere çeşitli düzcam ve cam ürünleri ile farklı ülkelerden yapılan ürün ithalatlarına TPSA'lar uygulandığı görülmektedir. Bu kapsamda cam sektörüne ilişkin olarak farklı ülkelerden yapılan ithalat için koruma önlemlerinin uygulandığı ve yerli üreticilerin ithalatın rekabetçi baskısından korunduğu anlaşılmaktadır. Bu kapsamda cam işleyen sanayicilerin veya diğer teşebbüslerin düzcam ithal etmesinin önünde bir engel bulunmakla birlikte 2020 ve 2021 yıllarında yerli üretimin gerilemesi sonrasında ithalatın artış göstermesi, TPSA'ların ithalatın önüne geçebilecek katılımda olmadığına işaret etmektedir. İlaveten yukarıda yer verilen tablodaki TPSA'ların yalnızca ŞİŞECAM için değil aynı zamanda DÜZCE CAM için de koruyucu görev üstlendiği, DÜZCE CAM'ın ürün portföyünün belirli sayıda ürün ile sınırlı olmasından dolayı sınırlı sayıda üründe ithalat baskısıyla karşı karşıya kalırken geniş ürün portföyünün bulunması nedeniyle ŞİŞECAM'ın pek çok ürününün ithalattan kaynaklı rekabet baskısı ile karşı karşıya olduğu belirtilmektedir. Ancak yukarıda da değinildiği üzere, ithalat yapan teşebbüslerin küçük ölçekli olması ve çeşitli depolama maliyetleri ile karşı karşıya kalmaları ŞİŞECAM üzerinde kayda değer bir rekabetçi baskı yaratamayacaklarını göstermektedir.

- Giriş Engelleri

- (189) Cam üretiminde *sheet* ve *float* olmak üzere iki teknoloji bulunmaktadır. Söz konusu üretim teknolojilerinden *sheet* teknolojisi ilk modern üretim teknolojisi olup ŞİŞECAM tarafından düzcam üretiminde daha yeni teknoloji niteliği taşıyan *float* üretim hatları kullanılmaktadır. *Float* teknolojisinde kum ve diğer hammaddeler, 1500-1600°C'de ergitilerek kalay banyosu üzerinde yüzdürüldükten sonra kontrollü bir şekilde soğutulularak düzcamla dönüştürülmektedir. Düzcam ise farklı üretim süreçlerinden geçirilerek ihtiyaç duyulan ürünlere dönüştürülmekte ve yeniden işlenmek suretiyle farklı bir ürün olarak satışa sunulabilmektedir. Dolayısıyla düzcam diğer tüm ürünlerle birlikte düşünüldüğünde cam sektöründe çoğunlukla ara mal niteliğinde işlev görmektedir.
- (190) Bu bakımdan düzcam üretim hatlarının kurulumu için yüksek ilk kurulum maliyetleri bulunmakta⁶⁸, hassas hammadde kullanımı ve kesintisiz üretim özelliği nedeniyle üretim-satış ve stok planlamasının uygun bir şekilde yapılması gerekmektedir. Öte yandan ŞİŞECAM tarafından üretim tesisinin kurulumu için özel bir izin alınması zorunluluğunun olmadığı, dünyada yaygın olarak *float* üretim hattının kullanıldığı dolayısıyla bu teknolojinin sağlanmasının görece kolay olduğu, sonuç olarak bir yatırım kararı için önemli bir bilgi birikimine gerek duyulmadığı ifade edilmiştir. Ek olarak ŞİŞECAM cevabi yazısında, yeni hatların kurulmasının, satın alma, sipariş, teslim, kurulum gibi süreçler ile tamamlandığı ve söz konusu süreçlerin toplamda bir buçuk yıllık bir zaman ve önemli tutarlarda sermaye yatırımı gerektirdiği ifade edilmiştir.

⁶⁸ Başvuru formunda 2021 yılında ŞİŞECAM'ın (.....) *float* hattı yatırımı için yaklaşık (.....) tutarında harcama yapıldığı ve bunun pazara girişteki en önemli maliyet unsuru olduğu ifade edilmiştir.

Ayrıca inşa edilen bir üretim hattının verimli üretim gerçekleştirebilmesi için yaklaşık 12 yıl kesintisiz faaliyet göstermesi gerektiği, üretimde kullanılan fırınların ilk yatırım maliyetlerinin 80-200 milyon ABD doları arasında olduğu belirtilmektedir. Yeni kurulan fırınlar ise yaklaşık 15 yıllık bir ömre sahip olup üretimin devam edebilmesi için ilk yatırım harcama tutarının %30'u seviyelerinde yatırım gereksinimi ile soğuk onarım ihtiyacı bulunmaktadır. Yatırım kararı alan bir teşebbüs iki yıla varan kurulum süreçleri dolayısıyla iki yıl sonrasının arz-talep koşullarını doğru tahmin etmek zorunda kalmaktadır. Dolayısıyla düzcam pazarında, yatırım tutarlarının büyüklüğü ve üretim hattının ömrü boyunca kesintisiz üretim gerekliliği nedenleriyle pazar koşullarının doğru tahmin edilmesine ve yüksek öngörüye ihtiyaç duyulmaktadır.

- (191) Bu doğrultuda cam üretimi modern teknoloji, enerji yoğun, büyük ölçekli yatırım ve nihai olarak önemli miktarda sermaye yoğun kaynak gerektirmektedir. Teşebbüslerce kesintisiz yapılan üretim ise enerjinin yoğun kullanılmasına ve enerji maliyetlerinin üretim içerisinde önemli bir yer tutmasına neden olmaktadır. Ayrıca üretimin devamlılığı için üretim hatlarının bakımı-onarımı, modernizasyonu, kapasite artışları için yapılan yatırımların yüksek sermayeye ihtiyaç duyması ve ölçek ekonomilerinin varlığı pazara girişleri zorlaştırmaktadır.
- (192) İlâveten ŞİŞECAM tarafından, cam üretiminde %98 oranında yerli hammadde kullanılmasına karşın üretimde yoğun (%56) olarak kullanılan ve çoğunlukla ithal edilen doğal gazın önemli bir maliyet kalemi olduğu ifade edilmektedir. Dolayısıyla enerji kaynaklarının yoğun olduğu İran ya da Rusya gibi ülkelere göre Türkiye'de faaliyet gösteren teşebbüsler için enerji maliyetlerindeki yükseklik, üretimde bir zorluk olarak kabul edilecektir.
- (193) Ek olarak cam ürünü her ne kadar bozulmayan ve çürümeyen bir ürün olarak bilirse de, nemli ortamlarda depolanması durumunda şeffaflığını yitirebilmektedir. Ayrıca cam sektöründe kesintisiz üretim dolayısıyla üretilen ürünler için önemli stok planlarına ve ürünlerin depolanabilmesi için uygun ortamlara gerek duyulmaktadır. Nitekim ŞİŞECAM tarafından bayilere satılacak ürünlerin muhafaza edildiği depolar için SÖZLEŞME'de belirli koşullar getirilmektedir. Bu bakımından ilgili hususlar pazara girişlerin önünde engel teşkil etmekle birlikte önemli bir planlama ve maliyet kalemi olarak kendini göstermektedir.
- (194) Üretim hattından çıkan veya depoda bulunan ürünler bayi depolarına, bayilerin talep ettikleri noktalara ve sanayicilere, çoğunlukla satıcının araçları ile taşınmaktadır. Ürünlerin ŞİŞECAM veya bayi depolarından alıcılara ulaştırılması (özellikle büyük montanlı teslimatlar) için (.....) ton kapasiteli jumbo araç ve dorselere ihtiyaç duyulmaktadır. 2021 yılı sonrasında artan talep nedeniyle ŞİŞECAM'ın nakliye imkânlarının yetersiz kaldığı, söz konusu ihtiyacın giderilebilmesi için müşteri araçlarının kiralandığı, ilerleyen süreçte ise ŞİŞECAM'ın bu ihtiyacı doğrultusunda (.....) jumbo araçlık yatırım yapılarak nakliye ihtiyacının giderildiği belirtilmiştir. Bu minvalde her ne kadar düzcam pazarına giriş için önemli bir "know-how" birikimine ihtiyaç duyulmadığı ifade edilse de sadece üretim tesislerinin kurulması yeterli olmamakta ayrıca önemli seviyede üretim, satış ve stoklama planına ve ürünlerin satışından sonra da yüksek yüzeyde yatırıma ihtiyaç duyulmaktadır. Diğer yandan ŞİŞECAM'ın ürün gamı ve çeşitliliği ile sektöre ilk giren teşebbüs olmasından kaynaklı marka bilinirliğinin yarattığı marka bağımlılığının da ilave bir giriş engeli oluşturduğu değerlendirilmektedir.
- (195) Başvuru formunda son üç yılda sektöre yeni giren bir teşebbüs bulunmadığı ve fakat DÜZCE CAM'ın kapasite artırmaya yönelik yatırımlarının bulunduğu, Kütahya'da (.....)

isimli bir teşebbüs tarafından düzcam, lamine cam, kaplamalı cam ve ayna üretimine yönelik yatırım yapılacağı ve başvuru tarihi itibarıyla Eskişehir’de (.....) tarafından “(.....)”⁶⁹ isimli yeni bir marka tescili için başvuruda bulunulduğunun tespit edildiği belirtilmiştir. Anılan yatırımların mevcut durumuna yönelik olarak ŞİŞECAM’dan iletilen cevabi yazıda, (.....)⁷⁰ (.....) ifade edilmektedir.

- (196) Mevcut rekabet koşullarına ek olarak, anılan iki teşebbüs dışında Eskişehir ve Kütahya’da cam sektörüne yeni girişler için yatırım ve marka tescillerinin yapıldığı belirtilmiş olmasına karşın mevcut durumda (.....) isimli teşebbüsün üretim hatlarına bakıldığında ısıcam üretim hattı, temper hattı, emaye boya hattı, lamine hattı, kesim hattı, kumlama hattı vb. hatlarının bulunduğu ancak düzcam üretim hattının bulunmadığı görülmektedir⁷¹. “(.....)” isimli yeni bir marka tescili için başvuruda bulunulduğuna yönelik olarak ise, başvuruda bulunan teşebbüsün sofracami ile cam ambalaj üretiminin olduğu ancak teşebbüsün henüz düzcam üretim hattının bulunmadığı anlaşılmaktadır⁷².
- (197) Pazarda sadece iki yerli üreticinin bulunması, uzun yıllardır pazara giriş yapan herhangi bir teşebbüsün bulunmaması, ilk kurulum maliyetlerinin yüksekliği, ürünün kendine özgü ek maliyetleri, büyük oranda ithalata bağlı enerji yoğun üretimin söz konusu olması, üretime başlanmasının yanı sıra dağıtım ağı oluşturulmasının ve ürün depolama maliyetlerinin yüksekliği ve ŞİŞECAM’ın pazara ilk giren teşebbüs olmasına bağlı marka bilinirliği nedenleriyle pazarda önemli seviyede giriş engellerinin bulunduğu değerlendirilmektedir.

- Pazarın Doymuluk Seviyesi

- (198) Teknolojik gelişmenin düşük düzeyde olduğu, yeni ürünlerin ve markaların pazara sunulmadığı ve talebin genellikle sabit veya düşüşte olduğu pazarlar doymuş pazarlar olarak tanımlanmaktadır. Bu tip doymuş pazarlarda reaksiyon kabiliyetinin düşük olması sebebiyle gerek yatay gerekse de dikey anlaşmaların olumsuz etkileri dinamik pazarlara göre daha yüksek olabilmektedir.
- (199) Türkiye’de birçok sektöre girdi sağlayan cam sanayi sektörü 1935 yılında Paşabahçe fabrikasının faaliyete başlaması ile gelişmeye başlamıştır. Bu kapsamda dünya ve Türkiye cam ihracat ve ithalat bilgilerine aşağıdaki tabloda yer verilmektedir.

⁶⁹ 01.09.2022 tarihli başvuru ile adı geçen marka 02.01.2023 tarihinde Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından tescil edilmiştir. Ayrıca başvuru sahibi teşebbüs tarafından yapılan 02.09.2022 tarihli başvuru ile “(.....)” markası 03.02.2024 tarihinde tescil edilmiştir (<https://www.turkpatent.gov.tr/arastirma-yap>).

⁷⁰ Bkz. <https://cam-sas.com.tr/iscam-hatları/>

⁷¹ Bkz. <https://cam-sas.com.tr/uretim-hatları/> Ayrıca anılan teşebbüsün ŞİŞECAM ısıcam yetkili üreticisi olduğu ve geçmişte de ŞİŞECAM yetkili satıcılık faaliyetinin bulunduğu anlaşılmaktadır (<https://cam-sas.com.tr/hakkimizda/>)

⁷² Bkz. <https://gurok.com/faaliyet-alanlarımız/sanayi/>

Tablo 15: Türkiye ve Dünya İhracat ve İthalat Tutarları (Milyar ABD Doları)

	2020		2021		2022		2023 ⁷³	
	İthalat	İhracat	İthalat	İhracat	İthalat	İhracat	İthalat	İhracat
Türkiye	0,80	1,10	1,10	1,40	1,40	1,60	1,94	1,72
Dünya	73,03	73,77	87,86	89,79	90,50	93,40	-	90,80 ⁷⁴
Türkiye Büyümesi (%)	-		31,6		20,0		22,0	
Dünya Büyümesi (%)	-		21,0		3,5		-2,8 ⁷⁵	

Kaynak: 2022 Cam Sektör Raporu⁷⁶ ve açık kaynaklardan elde edilen veriler.

(200) Tablo 15'te yer alan bilgilerden hareketle Türkiye cam ihracat ve ithalat toplam tutarındaki büyümenin, küresel cam ihracat ve ithalat toplam tutarındaki büyümeden daha fazla olduğu anlaşılmaktadır. Diğer taraftan Tablo 12'ye bakıldığında Türkiye düzcamların üretim ve ithalat miktarları toplamı 2024 yılında, 2019 yılına kıyasla altı yıllık süreçte %6,5 büyüyebilmiştir. İlave olarak ilgili dönemde Türkiye üretimi ise %8,5 büyüme gösterebilmiştir. Tablo 12'de yer verilen tutar bazlı verilerden hareketle düzcamların pazarının büyüdüğü söylenecekse de üretim ve ithalat miktarları dikkate alındığında son altı yıllık süreçte bu büyümenin kayda değer nitelikte olmadığı anlaşılmaktadır. Nitekim Tablo 2'de görüleceği üzere 2019-2022 yılları arasında Türkiye düzcamların üretim ve ithalat miktarları toplamı (2020 yılı hariç) artış göstermiş ancak 2023 ve 2024 yıllarında gerileme göstermiştir.

(201) Cam sektörü modern teknolojiye ihtiyaç duyan, her bir ürünün üretiminde farklı yöntemler kullanılan bir sektördür. Dolayısıyla düzcamların üretiminde maliyet kazanımları sağlamak ve farklılaşan tüketici ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla pazarın sürekli olarak kendini yenilemek ve geliştirmek durumunda kaldığı değerlendirilmektedir. Ayrıca düzcamların diğer birçok ürün üretiminde temel teşkil etmesi, inşaat, otomotiv, beyaz eşya, mobilya, enerji, tarım vb. sektörlerde girdi olarak kullanılması ve yeni ürün ve tasarımların tüketici beğenisine sunulması, sektörü yenilik ve gelişime açık tutmaktadır. Bununla birlikte Türkiye düzcamların pazarı, özellikle üretim ve tüketim bakımından durgunlaşmaya başladığı son yıllarda önemli bir büyüme göstermediğinden düzcamların pazarının dinamik bir yapı sergilediğini söylemek mümkün olmamaktadır.

- İlgili Sözleşme Hükümünün Ticaret Seviyesine Etkisi

(202) Dikey kısıtların potansiyel etkilerinin değerlendirilmesinde, kısıtlamaların dağıtım zincirinin hangi aşaması için öngörüldükleri önemli bir faktördür. Anlaşmanın toptancı seviyesindeki nihai ürünlerin satışına yönelik olduğu durumda rekabetçi sorun ortaya çıkması, toptancılık çeşidine ve toptancı seviyesinde giriş engellerinin bulunup bulunmamasına bağlıdır. Şayet rakip üreticiler kendi toptancı sistemlerini rahatlıkla oluşturabiliyorlarsa gerçek bir kapama etkisi söz konusu olmayacaktır.

(203) Bunun yanında dikey kısıtlamaların olumsuz etki doğurma ihtimali ara mallar seviyesinde daha düşüktür. Benzer bir ayırımı toptan ticaret ve perakende ticaret şeklinde yapmak da mümkündür. Dikey kısıtlamalar genel olarak perakende ticaret seviyesinde daha olumsuz etkiler doğurmaktadır⁷⁷.

(204) Başvuruya konu SÖZLEŞME kapsamında toptan seviyedeki rekabet etmeme yükümlüğü dışında bölgesel münhasırlık, aktif/pasif satış yasağı şeklinde bir sınırlama

⁷³ Türkiye verileri için Bkz. <https://www.kolayihracat.gov.tr/sectorler/toprak-cam-ve-seramik-urunleri>

⁷⁴ Bkz. <https://www.statista.com/>

⁷⁵ İlgili yıl özelinde dünya cam ithalat miktarları bulunmadığından büyüme oranının hesaplanmasında ihracat tutarları dikkate alınmıştır.

⁷⁶ Bkz. <https://www.sanayi.gov.tr/plan-program-raporlar-ve-yayinlar/sector-raporlari/mu3101015004>

⁷⁷ Kılavuz, par. 111.

getirilmemektedir. Sözleşme akdedilmesi planlanan bayiler Türkiye'nin herhangi bir bölgesinde birbirleriyle ve diğer satıcılar ile rekabet edebilmektedir. Ayrıca bayilere tek elden satın alma yükümlüğü de getirilmemektedir. Bu kapsamda bayiler, ŞİŞECAM dışındaki diğer bayilerden de ürün satın alabilecektir.

- (205) DÜZCE CAM tarafından ise bayilik sistemine ilişkin olarak (.....) belirtilmiştir. Kurulun *Trakya Cam/Düzcam Muafiyet-I* kararında yer verildiği üzere düzcam ürününün özelliklerinden kaynaklı olarak bir satış işleminde müşterinin talebi sonrasında ürünün taşınması istenilen noktaya satıcı veya üretici deposundan özel nakliye araçlarıyla taşınması gerekmektedir. Üreticiden veya üretim tesisinden alınan bir düzcam ürününün müşteri deposuna aktarılması, bir diğer ifade ile başka bir depoya taşınarak depolanması ve oradan da müşteri deposuna aktarılması ek maliyetler yaratabilmektedir. Bu nedenle ürün özelliklerine bağlı olarak pasif satış imkânları sınırlı düzeydedir⁷⁸.
- (206) Düzcam pazarı bakımından pasif satış imkânı sınırlı olmakla birlikte SÖZLEŞME ile oluşturulan bayilik sisteminde aktif veya pasif satış sınırlaması bulunmadığı gibi perakende seviyede bayilerin satışlarına ilişkin bir sınırlama getirilmemekte ve bayilerin satışlarına yönelik herhangi bir münhasırlık hükmü de bulunmamaktadır. Bu kapsamda Aşağıda ŞİŞECAM'dan en fazla ürün alımı gerçekleştiren bayilerden 10 tanesinin satış yaptığı illerin sayılarına yer verilmektedir.

Tablo 16: ŞİŞECAM'dan En Fazla Alım Gerçekleştiren Bayiler ve Bu Bayilerin Satış Yaptıkları İl Sayıları

	2022	2023	2024
SALT	(.....)	(.....)	(.....)
ARDIÇ	(.....)	(.....)	(.....)
GÜNEYDOĞU	(.....)	(.....)	(.....)
TEMKAR	(.....)	(.....)	(.....)
ANADOLU	(.....)	(.....)	(.....)
CAMPLAZA	(.....)	(.....)	(.....)
RESMAN	(.....)	(.....)	(.....)
KARAGÜLLE	(.....)	(.....)	(.....)
YILDIZ	(.....)	(.....)	(.....)
AVRUPA	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüs Cevabi Yazıları

- (207) Tablo 16'da yer verildiği üzere AVRUPA dışındaki tüm bayiler en az (.....) farklı ile satış gerçekleştirmiş olup RESMAN, KARAGÜLLE ve YILDIZ, (.....) arasında farklı ile, CAMPLAZA, TEMKAR, ANADOLU ve GÜNEYDOĞU en az (.....) farklı ile, ARDIÇ en az (.....) farklı ile ve SALT ise en az (.....) farklı ile satış gerçekleştirmiştir. Ayrıca teşebbüslerin cevabi yazılarından anlaşıldığı üzere satışlar belirli bölgelerle sınırlı olmamakta ve bir bayi Samsun, Adana, Diyarbakır ve İstanbul'a satış yapabilmektedir. Örneğin SALT ve ARDIÇ'a göre daha az sayıda bölgeye satışı bulunan GÜNEYDOĞU'nun, Adana, Ağrı, Diyarbakır, İzmir, İstanbul, Mersin ve Hakkari gibi farklı bölgelerde bulunan illere satış yaptığı anlaşılmaktadır. Bu çerçevede ŞİŞECAM tarafından da bayilere bir münhasırlık uygulamasının zorunlu tutulmadığı ifade edilmektedir. Bu kapsamda yukarıdaki tabloda yer alan verilerden, bayilerin pek çok bölgeye satış yapabildiği dolayısıyla fiiliyatta da bir münhasırlığın olmadığı görülmektedir.
- (208) SÖZLEŞME; ŞİŞECAM, iştirakleri ve bağlı ortaklıkları tarafından üretilen, ithal edilen veya ticareti yapılan ürünlerin/düzcamın yurt içinde ve yurt dışında bayiler aracılığıyla satılmasını kapsamaktadır. SÖZLEŞME'yle bayiler; düzcam ürünlerini, toptan veya

⁷⁸ *Trakya Cam/Düzcam Muafiyet-I* par. 59.

perakende seviyesinde faaliyet gösteren firmalar ile cam işleyen sanayicilere satışını gerçekleştirebilecektir. Ayrıca ŞİŞECAM'ın bahse konu SÖZLEŞME ile kuracağı bayilik sisteminde ŞİŞECAM sadece bayilere satış gerçekleştirmeyecek olup aynı zamanda *ıııcam* yetkili bayileri ile cam işleyen sanayicilere doğrudan satış gerçekleştirebilecektir⁷⁹.

- (209) ŞİŞECAM satışlarının birden fazla müşteri grubuna/kanala yönelik olduğu düşünüldüğünde, bayilik kanalına getirilecek bir rekabet etmeme yükümlülüğü ile rakiplerin alternatif kanallara ulaşma olanakları da kısıtlanabilecektir. Zira ŞİŞECAM yetkili bayisi olmakla birlikte aynı zamanda *ıııcam*/çift cam üreticisi ya da sanayici üretici olan müşteriler bakımından üretimlerinde kullandıkları ürünlerin büyük bölümünü ŞİŞECAM'dan tedarik etmek durumunda kalmaları bu durumun etkisini artırabilecektir. Nitekim ŞİŞECAM başvurusunda belirtildiği üzere yetkili bayilik sözleşmesi akdedilmek istenen bayilerden (.....) tanesinin aynı zamanda *ıııcam*/çift cam yetkili üreticisi (cam işleyicisi) olduğu ve (.....) tanesinin ise sanayici müşteri olduğu belirtilmiştir. 2024 yılı itibarıyla ŞİŞECAM'ın en fazla satış gerçekleştirdiği (.....) yetkili bayiden(.....) tanesinin aynı zamanda *ıııcam*/çift cam yetkili üreticisi olduğu görülmektedir. *ıııcam* markası kullanılmadığı halde çift cam üretiminde rakip ürünlerin kullanılabilmesi ifade edilmiş olsa da (.....) yetkili bayinin aynı zamanda çift cam üreticisi olmaları ve depolarında büyük çoğunlukla ŞİŞECAM ürünlerini bulunduracak olmaları nedeniyle bu üreticilerin rekabet etmeme yükümlülüğü altında rakip düzcam tedarik güdeleri kısıtlanabilecektir.
- (210) Bu kapsamda ŞİŞECAM'ın düzcam satışları bakımından alıcı gruplarının alım payları aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 17: ŞİŞECAM 2017-2024 Dönemi Müşteri Grubu Bakımından Satışların Dağılımı (%)

		Yeniden Satıcı / Bayi	ıııcam Yetkili Bayileri	Sanayici
Alım Payları (%)	2017	(.....)	(.....)	(.....)
	2018	(.....)	(.....)	(.....)
	2019	(.....)	(.....)	(.....)
	2020	(.....)	(.....)	(.....)
	2021	(.....)	(.....)	(.....)
	2022	(.....)	(.....)	(.....)
	2023	(.....)	(.....)	(.....)
	2024	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: ŞİŞECAM Cevabi Yazısı

- (211) Tablodan, ŞİŞECAM'ın satışlarının büyük çoğunluğunun bayilere yapılan satışlardan oluştuğu, bayilik sitemine muafiyet tanındığı dönemde (2018-2019) beklendiği şekilde bayilere satışların artış gösterdiği ve muafiyetin sona ermesi ile birlikte ŞİŞECAM'ın *ıııcam* yetkili satıcıları ile sanayici üreticilere yaptığı satışların payının arttığı görülmektedir.
- (212) Genel olarak Tablo 17'den rekabet etmeme yükümlülüğünün olmadığı muafiyet dışı dönemlerde ŞİŞECAM satışlarının ortalama, %(.....)'inin bayilere; %(.....)'ünün *ıııcam* yetkili üreticilerine ve %(.....)'sinin ise sanayici müşterilere yapıldığı görülmektedir. Diğer taraftan rekabet etmeme yükümlülüğü bulunan muafiyet dönemlerinde ise ŞİŞECAM'ın ortalama olarak anılan müşterilere yaptığı satışlar toplam satışlarının sırasıyla %(.....), %(.....) ve %(.....)'dur. Söz konusu bilgilerden yetkili bayiler dışında

⁷⁹ ŞİŞECAM'ın cam dağıtımında kullanmış olduğu araçlar (.....) ton kapasiteye sahip olduğundan söz konusu miktarlarda bir talep olması durumunda faturalandırması bayiyeye ait olmak üzere doğrudan ŞİŞECAM'dan teslimatın yapılabilmesi, küçük miktardaki talepler için ise bayilerden ürün alınacağı belirtilmektedir.

cam işleyen sanayiciler ve *ııcam* yetkili üreticilerinin de doğrudan ŞİŞECAM'dan düzcam tedarik ettiği, bununla birlikte muafiyet bulunan dönemde ŞİŞECAM'ın, yetkili bayilerine yaptığı satışların arttığı, diğer müşterilere yaptığı satışların ise oransal olarak azaldığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla cam işleyen müşteriler ile sanayici müşterilerin, rekabet etmeme yükümlülüğü altında alımlarının bir kısmını bayilerden gerçekleştirdikleri bir başka deyişle doğrudan ŞİŞECAM'dan alım yapmadıkları değerlendirilmektedir. Bu durum bayilerin satışlarını artırırken, cam işleyici ve sanayici müşteriler bakımından rakibin seçeneklerinde bir iyileşme sağlamamaktadır.

(213) Diğer yandan dağıtım aşamasında, rakip teşebbüslerin kendi toptan dağıtım kanallarını kolaylıkla oluşturabildikleri ölçüde pazarın rakiplere kapatılması konusunda ciddi bir riskin ortaya çıkmaması beklenmektedir. Bunun değerlendirilmesinde ise, rakip sağlayıcıların toptan dağıtım seviyesinde yeni alıcılar yaratmalarının veya alternatif alıcılar bulmalarının kolay olup olmadığının dikkate alınması gerekmektedir. Söz konusu hususa yönelik olarak (.....) tarafından;

- ŞİŞECAM'ın pazardaki stokların %(.....) sahip olduğu,
- SÖZLEŞME tarafı bayilerin, *ııcam* markalı çift cam üretiminin yaklaşık olarak yarısına sahip olmaları ve aynı zamanda sanayici faaliyetlerinin bulunması dolayısıyla pazarın önemli bir kısmını ŞİŞECAM'ın kontrol edeceği,
- Anılan bayilerin mevcut pazarın önemli bir kısmını oluşturmaları nedeniyle rakip ürün girişinin zorlaşacağı gibi yeniden satıcılar arasındaki rekabetin azalacağı ve
- (.....)'in ileriye dönük yatırımlarını ve faaliyetlerini olumsuz etkileyeceği

hususları ifade edilmiştir.

(214) ŞİŞECAM'ın önemli pazar gücü ile geçmişten gelen bir bayilik sistemi bulunmasına karşın DÜZCE CAM düşük pazar payına sahip olup hâlihazırda bir bayilik sistemi de bulunmamaktadır. Bu kapsamda Kurulun *Trakya Cam/Düzcam Muafiyet-I* kararında ŞİŞECAM'ın bayisi konumunda bulunan teşebbüslerle aynı seviyede faaliyet gösteren teşebbüslerin (yeniden satıcı, cam işleyici) sayısının 100'ün üzerinde olduğu belirtilmiştir. Mevcut başvuru kapsamında ise 500'ün üzerinde yeniden satıcı olduğu ifade edilmektedir. Buna karşın ŞİŞECAM yetkili *ııcam* üreticilerinin çift cam pazar payının yaklaşık %(.....) ulaştığı ve DÜZCE CAM'ın ve düzcam ithal eden diğer teşebbüslerin pazarın diğer yarısına satış yapabileceği ifade edilebilecekse de hâkim durumda bulunan bir teşebbüsün bağlı pazar payı görece düşük olsa dahi pazarın rakiplere kapanması ihtimali bulunmaktadır.⁸⁰ Aşağıdaki tabloda bildirim kapsamında ŞİŞECAM'ın SÖZLEŞME akdetmeyi planladığı bayilerin pazar paylarına yer verilmektedir.

Tablo 18: Bayilerin Düzcam Alım Pazarı Pazar Payları (%)

Bayi Adı ⁸¹	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
ANADOLU	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ARDIÇ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
AVRUPA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
CAMPLAZA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
CİPLİOĞULLARI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ÇAĞDAŞ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ÇIRAYLAR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

⁸⁰ Kılavuz par. 131.

⁸¹ ŞİŞECAM cevabi yazısında (.....) ile bayilik ilişkisinin sonlandırılması ve SÖZLEŞME akdedilmeyecek olunması nedeniyle anılan bayiye yönelik bilgilere yer verilmediği ifade edilmiştir.

EGE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ERGANİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EROL SOYLU	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GÜLER	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GÜNEYDOĞU	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KARAGÜLLE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ÖMÜRDEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PINAR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
RESMAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SALT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TEMKAR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
YILDIZ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	37,1	41,4	42,3	44,1	36,7	35,9	35,2	40,5	
Kaynak: Şişecam Cevabi Yazısı									

- (215) Tablodan görüleceği üzere, ŞİŞECAM ile SÖZLEŞME akdedeceği ifade edilen 19 bayi 2024 yılında alım pazarının %40'ını⁸² oluşturmaktadır. İlaveten 2024 yılı öncesinde de benzer durumun söz konusu olduğu görülmektedir. ŞİŞECAM bayilik sisteminin muafiyetten yararlandığı 2018-2019 döneminde ise bayilerin toplam pazar paylarının - diğer alıcılar da bu kanaldan alım yaptıkları için- arttığı görülmektedir. Bu çerçevede düzcamlar ürünlerinin yeniden satışı bakımından bayilik sistemi, rakiplerin pazarın önemli bir bölümüne erişimini sınırlayabilecektir. SÖZLEŞME her ne kadar ürünlerin yeniden satışına yönelik olsa da bayilerin büyük bir bölümünün (%(.....)) aynı zamanda çift cam ve sanayici üreticisi olması, SÖZLEŞME'nin etkilerinin yalnızca yeniden satış pazarından öteye geçerek bir diğer alternatif kanal olan çift cam üretimi kanalı bakımından da sınırlayıcı olabileceğine işaret etmektedir.
- (216) Söz husus kapsamında ŞİŞECAM'ın yerli rakibi DÜZCE CAM'ın 2017-2024 yılları kanal bazında satış dağılımına aşağıda yer verilmektedir.

Tablo 19: DÜZCE CAM 2017-2024 Dönemi Müşteri Grubu Bakımından Satışların Dağılımı

		Yeniden Satıcı/Bayi	Çift Cam/Klimatik Üreticileri	Sanayici	Toplam Satış Miktarı (Ton)
Alım Payları (%)	2017	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	2018	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	2019	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	2020	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	2021	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	2022	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: DÜZCE CAM Cevabi Yazısı					

- (217) Yukarıda yer verilen tabloya bakıldığında, özellikle ŞİŞECAM bayilik sisteminin muafiyetten yararlandığı dönemde DÜZCE CAM'ın çift cam üreticilerine yapmış olduğu satışların payının azalmadığı görülmektedir. Yeniden satıcı kanalı bakımından ise 2018 ve 2019 yıllarında DÜZCE CAM'ın bayilere yapmış olduğu satışların payının yaklaşık (.....) puan gerilediği, ŞİŞECAM muafiyetinin sona ermesi sonrasında yeniden satıcı kanalına yaptığı satışların payının arttığı anlaşılmaktadır. Sanayici üretici kanalı bakımından ise muafiyet döneminde DÜZCE CAM'ın bu kanala yapmış olduğu

⁸² Söz konusu tabloda yeniden satıcılar arasından (.....)'ya yer verilmemiş olup geçmişte bu bayi ile ŞİŞECAM'ın bayilik ilişkisi bulunduğu düşünüldüğünde tablodaki toplam oranların ilgili yıllarda daha yüksek olacağı değerlendirilmektedir. Dolayısıyla bayilerin pazardaki payının ortalama olarak %(.....) olduğu düşünüldüğünde özellikle ŞİŞECAM'ın bayilik sisteminin muafiyetten yararlandığı 2018-2019 yıllarında yeniden satış kalanının yaklaşık olarak %(.....) rakiplere kapandığı sonucuna ulaşılmaktadır.

satışların payının yaklaşık (.....) puan arttığı ve muafiyetin sona ermesi sonrasında %(.....) seviyelerine gerilediği görülmektedir.

- (218) Tabloda değinilmesi gereken bir diğer husus ise, DÜZCE CAM'ın satışlarının satış kanallarına göre dağılımıdır. 2017-2019 yıllarında DÜZCE CAM'ın satışlarında çift cam üreticileri ile sanayici üreticilerin ağırlığı daha fazla olmakla birlikte her iki kanala ayrı ayrı satış miktarları, yeniden satış kanalına yapılan satışlardan daha fazladır. Bununla birlikte 2023 ve 2024 yıllarında yeniden satış kanalının ağırlığı, her iki kanalın alımlarının toplamından daha yüksektir. Her halükârda DÜZCE CAM'ın satışlarının yaklaşık %(.....) yeniden satıcılara yapıldığı görülmektedir. İlaveten yukarıda ŞİŞECAM bayilik sisteminin sınırlayıcı etkilerinin bulunduğu değerlendirilen çift cam ve yeniden satıcı kanalına DÜZCE CAM tarafından yapılan satışlar son üç yılda %(.....) üzerinde seyretmiş ve yıllar itibarıyla artış göstermiştir. Bu noktada ŞİŞECAM bayilik sisteminin rekabeti sınırlayıcı etkilerinin -DÜZCE CAM'ın satışlarının büyük çoğunluğunu bu kanalların oluşturmasından dolayı- yeniden satış ve çift cam üretim kanallarında ortaya çıkabileceği değerlendirilmektedir. Nitekim DÜZCE CAM'ın da son yıllarda satışlarını yeniden satıcı kanalına yönlendirdiği anlaşılmaktadır. Bu nedenle bayilik sisteminin 2018-2019 dönemine nazaran DÜZCE CAM satışları üzerinde daha fazla etki doğuracağı değerlendirilmektedir.
- (219) Ek olarak DÜZCE CAM tarafından ileri sürülen iddiaların ayrıntılı olarak ele alınabilmesi amacıyla aşağıdaki tabloda, ŞİŞECAM'ın SÖZLEŞME akdetmeyi planladığı bayilere yapılan satışlarının Türkiye düzcam pazar büyüklüğüne oranı ile ŞİŞECAM üretimi ve ŞİŞECAM'ın bayilerine yapmış olduğu satış miktarlarına yer verilmektedir.

25-45/1129-633

Tablo 20: ŞİŞECAM'ın Toplam Düzcam Üretim ve Satış Miktarları İle Yetkili Bayilere Satış Miktarları ve Bunların Pazar Büyüklüğüne Oranları

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Pazar Büyüklüğü (Ton)	1.568.668	1.469.365	1.332.973	1.333.284	1.640.936	1.673.777	1.585.482	1.528.176
ŞİŞECAM Üretim (Ton)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ŞİŞECAM Satış (Ton)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BAYİLERE SATIŞ (Ton)								
AKANSU ⁸³	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ANADOLU	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ARDIÇ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
AVRUPA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
CAMPLAZA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ÇIRAYLAR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ÇİPLİOĞULLARI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EGE ÇAĞDAŞ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EGEDOST	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ERGANİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EROL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GÜLER	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GÜNEYDOĞU	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KARAGÜLLE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ÖMÜRDEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PINAR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
RESMAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SALT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TEMKAR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
YILDIZ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ORANLAR								
Bayilere Satış Toplamı (Ton)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Bayilere Satış/ŞİŞECAM Satış (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Bayilere Satış/Pazar Büyüklüğü (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Bayi Dışı Satış Toplamı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Bayi Dışı Satış/Pazar Büyüklüğü (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: ŞİŞECAM Cevabi Yazıları								

⁸³ (.....).

- (220) Yukarıda yer verilen tabloda da görüldüğü üzere ŞİŞECAM, satışlarının büyük bir kısmını bayilerine yapmaktadır. Diğer taraftan ŞİŞECAM'ın bayilerine yapmış olduğu satışların pazarın toplam büyüklüğüne oranına bakıldığında ŞİŞECAM'ın, SÖZLEŞME akdedilmesi planlanan 20 bayiye yapmış olduğu satışların pazar büyüklüğüne oranının en fazla olduğu yılların -Covid 19 salgınının olduğu 2020 yılı hariç- ŞİŞECAM bayilik sisteminin bireysel muafiyetten yararlandığı yıllar ile paralellik gösterdiği ve muafiyetten yararlanılmayan 2020 yılı sonrasında ise bu oranın gerilediği görülmektedir.
- (221) Tabloda yer verilen bilgilerden ŞİŞECAM'ın bayilerine yapmış olduğu satışların pazarın toplam büyüklüğünün yaklaşık yarısı seviyesinde olduğu, dolayısıyla bu bayilere getirilecek bir rekabet etmeme yükümlülüğü ile pazarın yaklaşık yarısının rakiplere kapatılma riski doğacağı değerlendirilmektedir.
- (222) Diğer yandan DÜZCE CAM tarafından ŞİŞECAM yetkili satıcılarının *ısıcam* yetkili üreticisi olması ve *ısıcam* üretiminin yaklaşık yarısını oluşturmaları nedeniyle DÜZCE CAM'a bu pazarın da kapanacağı ve satışlarının zorlaşacağı ileri sürülmektedir. Çift cam pazarı bakımından ŞİŞECAM'a ait *ısıcam* markası kullanılmadığı sürece, markalı veya markasız çift cam üreticilerinin farklı tedarikçilere ait düzcam ürünlerini kullanması ve bunları birleştirerek yeni bir marka yaratması mümkündür. Bununla birlikte söz konusu durumun ancak ŞİŞECAM ile bayilik sözleşmesi akdetmeyen ve *ısıcam* yetkili üreticisi olanlar bakımından mümkün olabileceği değerlendirilmektedir. Daha önce bahsedildiği gibi satışları üzerinden belirli bir miktar ürünü deposunda tutmak durumunda kalan bayinin rakip ürünlere ayırabilecek depo bölümleri kısıtlanacağı gibi farklı cam markası üretimi için farklı sağlayıcılara ait ürün bulundurma maliyetleri de artabilecektir. *ısıcam* yetkili üretici sözleşmesi bulunan ve rekabet etmeme yükümlülüğü altında ŞİŞECAM'dan ürün tedarik ederek yeniden satış yapan bayilerin *ısıcam* markası dışında bir çift cam üretseler dahi rakip düzcam ürünlerini kullanma güdülerinin düşük olacağı değerlendirilmektedir. İlâveten yeniden satıcılardan (.....)tanisinin aynı zamanda çift cam üreticisi olduğu dikkate alındığında, pazarın önemli bir bölümünün rakiplere kapanması riski ortaya çıkabilecektir.
- (223) Öte yandan ŞİŞECAM'ın rakibi DÜZCE CAM'ın satış kanallarındaki talebin tamamını karşılayabilme kapasitesinin bulunup bulunmadığı hususu önem kazanmaktadır. Bu kapsamda ilk olarak ŞİŞECAM ve DÜZCE CAM'ın üretim miktarları, KKO ve toplam kapasite miktarlarına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir.

Tablo 20: ŞİŞECAM ve DÜZCE CAM Üretim ve Toplam Kapasite Miktarları (Ton/yıl) ve KKO'ları

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
ŞİŞECAM Üretim	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KKO (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KAPASİTE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DÜZCE CAM Üretim	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KKO (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KAPASİTE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüs Cevabi Yazıları

- (224) Yukarıdaki tabloda yer verilen bilgilerden, her iki teşebbüsün de kapasitelerinin büyük bir bölümünü kullandığı ancak 2021 yılı ve sonrasında her iki teşebbüsün de KKO'larının önemli oranda gerilediği görülmektedir. ŞİŞECAM bayilik sisteminin muafiyetten yararlandığı yıllarda ŞİŞECAM'ın KKO düzeyinin görece gerilediği, gerilemenin 2020 yılında da devam ettiği ve (Covid-19 salgını sonrası talep artışı sebebiyle) 2021 yılında KKO artmış olsa da devam eden yıllarda tekrar gerilediği

görülmektedir. DÜZCE CAM'ın ise muafiyet bulunan dönemde KKO'sunun yükseldiği, muafiyetin sona ermesi ile gerilediği, 2021 yılında kapasitesinin hemen hemen tamamını kullandığı ve devam eden yıllarda ise gerilediği görülmektedir. Bu bağlamda her iki teşebbüsün KKO'ları ile ŞİŞECAM bayilik sistemi arasında ilişki kurmak mümkün olmamaktadır. Nitekim yukarıda tespit edildiği üzere bayilere getirilecek bir rekabet etmeme yükümlülüğünün ŞİŞECAM'ın KKO'sunda bir iyileşme sağlamayacağı bununla birlikte ilgili yükümlülüğün rakibinin KKO'su üzerinde de bir etki doğurmayacağı değerlendirilmektedir.

- (225) Bununla birlikte ŞİŞECAM ve DÜZCE CAM'ın kapasiteleri ile KKO oranlarına ilişkin bilgilerin devamında değerlendirmenin tamlığı adına, düzcam alım kanallarının 2017-2024 yıllarındaki alım miktarlarına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir.

Tablo 21: Düzcam Satış Kanallarının Alım Miktarları (Bin Ton), Alım Kanallarındaki Müşterilere ŞİŞECAM ve ŞİŞECAM'ın Rakiplerinin Satış Miktarları (Bin Ton) ile Müşterilerin Alım Miktarlarının DÜZCE CAM Düzcam Üretim Kapasitesine Oranı

	2017		2018		2019		2020		2021		2022		2023		2024	
	ŞİŞECAM Satış	Rakip Satış	ŞİŞECAM Satış	Rakip Satış	ŞİŞECAM Satış	Rakip Satış	ŞİŞECAM Satış	Rakip Satış	ŞİŞECAM Satış	Rakip Satış	ŞİŞECAM Satış	Rakip Satış	ŞİŞECAM Satış	Rakip Satış	ŞİŞECAM Satış	Rakip Satış
Sanayici Müşteri Alış	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Teşebbüs Payı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	(.....)		(.....)		(.....)		(.....)		(.....)		(.....)		(.....)		(.....)	
Toplam/ DÜZCE CAM Kapasite	(.....)		(.....)		(.....)		(.....)		(.....)		(.....)		(.....)		(.....)	
Çift cam Müşteri Alış	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Teşebbüs Payı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	(.....)		(.....)		(.....)		(.....)		(.....)		(.....)		(.....)		(.....)	
Toplam/ DÜZCE CAM Kapasite	(.....)		(.....)		(.....)		(.....)		(.....)		(.....)		(.....)		(.....)	
Yeniden Satıcı Alış	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Teşebbüs Payı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	(.....)		(.....)		(.....)		(.....)		(.....)		(.....)		(.....)		(.....)	
Toplam/ DÜZCE CAM Kapasite	(.....)		(.....)		(.....)		(.....)		(.....)		(.....)		(.....)		(.....)	
DÜZCE CAM Kapasite	(.....)		(.....)		(.....)		(.....)		(.....)		(.....)		(.....)		(.....)	

Kaynak: ŞİŞECAM ve DÜZCE CAM'dan gelen cevabi yazılardan hesaplanmıştır.

- (226) Tabloya bakıldığında sanayici müşterilerin alımlarının yarıdan fazlasının doğrudan ŞİŞECAM'dan yapıldığı, benzer durumun çift cam üreticileri için de söz konusu olduğu, düzcam yeniden satıcılarının ise alımlarının % (.....) fazlasının doğrudan ŞİŞECAM'dan yapıldığı anlaşılmaktadır. Diğer taraftan yıllar itibarıyla DÜZCE CAM'ın toplam talebi karşılama oranına bakıldığında çift cam müşteri kanalı (iki yıl hariç) ile bayi müşteri kanalının talebini -tam kapasite çalışsa dahi- karşılayamadığı görülmektedir. Öte yandan Tablo 21 ve Tablo 22'deki veriler birlikte değerlendirildiğinde, ŞİŞECAM'ın her üç müşteri kanalındaki talebi tek başına karşılayabilecek üretim miktarına sahip olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla hâlihazırda üretim kapasitesi ile rakiplerine arz yönünden güçlü bir baskı uygulama kabiliyeti olan ŞİŞECAM'ın rekabet etmeme yükümlülüğü gibi ek bir kısıtlamayla bu gücünü daha da artırabileceği ve rakiplerinin talebi karşılama yeteneklerini daha da azaltabileceği değerlendirilmektedir.
- (227) Ek olarak aşağıdaki tabloda ŞİŞECAM'ın, ŞİŞECAM'dan en fazla alım gerçekleştiren bayi/müşteriler ile DÜZCE CAM'ın 2017-2024 yılları arasındaki müşteri sayılarına yer verilmektedir.

Tablo 22: ŞİŞECAM'ın, DÜZCE CAM'ın ve SÖZLEŞME Akdedilmesi Planlanan, Aynı Zamanda En Fazla Satış Gerçekleştirilen Bayilerin Yıllık Müşteri Sayıları

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
ŞİŞECAM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DÜZCE CAM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ARDIÇ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
AVRUPA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
RESMAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SALT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
YILDIZ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi Yazılar

Tablo 23: DÜZCE CAM'ın Düzcam Üretim ve Satış Miktarı, Satış/Üretim Oranı

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Satış (Ton)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Üretim (Ton)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Satış/Üretim (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: DÜZCE CAM Cevabi Yazısı

- (228) Tablo 23'ten, ŞİŞECAM'ın rekabet etmeme yükümlülüğü içeren sözleşmesinin yürürlükte olduğu dönemde DÜZCE CAM'ın müşteri sayısının arttığı görülmektedir. Söz konusu artışın ŞİŞECAM'ın bayi kanalına ağırlık vermesi neticesinde açıkta kalan yetkisiz satıcıların DÜZCE CAM'a kaymasından kaynaklanabileceği değerlendirilmektedir. Ancak söz konusu verilerle ilişkili olarak Tablo 24 incelendiğinde, ilgili dönemlerde DÜZCE CAM'ın üretim ve satış miktarının düştüğü görülmektedir. Dolayısıyla müşteri sayısındaki artışın satış miktarına yansımadağı; bir başka deyişle rekabet etmeme yükümlülüğü nedeniyle DÜZCE CAM'ın satış yapamayacağı alıcıların (SÖZLEŞME imzalanan bayiler gibi) alım miktarı yüksek, güçlü alıcılar olduğu değerlendirilmektedir. Nitekim Tablo 24'te, satış miktarının üretim miktarından daha yüksek oranda gerilediği görülmektedir.
- (229) Yapılan bu açıklamalar çerçevesinde; bayilik sözleşmesi akdedilmesi planlanan bayilerin büyük çoğunluğunun yeniden satıcı olmasının yanı sıra çift cam üreticileri olmaları, ŞİŞECAM'ın satışlarının büyük kısmını bu iki kanaldaki müşterilerine yapması ve benzer durumun DÜZCE CAM bakımından da söz konusu olması, ŞİŞECAM tarafından bayilere yapılan satışların, pazar büyüklüğüne oranının muafiyet bulunan yıllarda % (.....) üstünde seyretmesi ve diğer yıllarda da bu seviyelere yakın olması, bayilik sisteminin yeniden satıcı kanalının yanı sıra çift cam üretim kanalı ile

sanayici üretici kanalını da etkiliyor olması, DÜZCE CAM müşterilerine ŞİŞECAM'ın doğrudan satışlarının bulunduğu gibi yetkili satıcıların da satışlarının bulunması dolayısıyla yeniden satıcılara getirilecek rekabet etmeme yükümlülüğünün pazardaki yeniden satıcı kanalının yanı sıra diğer iki kanalın da rakiplere kapanmasına neden olabileceği değerlendirilmektedir.

- Sözleşme Süresi

- (230) SÖZLEŞME ile getirilen rekabet etmeme yükümlülüğünün pazar üzerinde yarattığı olumsuz etkilerin değerlendirilmesinde ele alınan faktörlerden bir diğeri de sözleşmenin süresidir. Nitekim sağlayıcıların bir alıcıyı kendilerine bağlamak için başta giriştikleri rekabet, bu yükümlülüklerin olumsuz etkilerini hafifletebilmektedir. Sağlayıcının, alıcıya getirdiği rekabet etmeme yükümlülüğünün süresi azaldıkça, bu hafifletici etki artış göstermektedir.
- (231) ŞİŞECAM ile bayiler arasında akdedilecek SÖZLEŞME'nin süresi (.....) olup SÖZLEŞME ile bayilere getirilecek rekabet etmeme yükümlülüğünün süresi sözleşme süresi ile sınırlı tutulmuştur. SÖZLEŞME (.....) sonunda kendiliğinden sona erecek olup tarafların SÖZLEŞME sona ermeden en az (.....) önce yenilenmesine yönelik ortak beyanları bulunması durumunda SÖZLEŞME'nin (.....) daha yenileneceği belirtilmektedir. Bu kapsamda ŞİŞECAM, sürenin sona ermesinden en az (.....) önce bayiye SÖZLEŞME'nin yenileneceğini bildirecek olup, SÖZLEŞME'nin devam edebilmesi için (.....) gün içerisinde bayinin ŞİŞECAM'a talebin kabul edildiğini yazılı olarak bildirmesi gerekmektedir. Bu kapsamda ŞİŞECAM rakiplerinin, kendi ürünlerini SÖZLEŞME süresi sonunda bayiler aracılığıyla satma imkânı bulunmamaktadır. (.....) yıllık rekabet etmeme yükümlülüğü sonunda ŞİŞECAM ve bayiler ile rakipler ve bayiler arasında pazarlık tekrar gündeme gelebilecektir.
- (232) Öte yandan SÖZLEŞME'nin 3.3.2. maddesi⁸⁴ ile her ne kadar sözleşme süresi (.....) ile sınırlandırılmış olsa da ilgili SÖZLEŞME hükmünden anlaşılacağı üzere (.....) için ŞİŞECAM ve bayiler arasında (.....) üzerinde olacak şekilde bir bayilik ilişkisi oluşturulmasının planlandığı anlaşılmaktadır.
- (233) Ancak bayiler ile yapılacak sözleşmelerin süresinin kısa süreli olması durumunda bayilerin bunu bir tehdit unsuru olarak algılayabileceği hususuna *Trakya Cam/Düzcam Muafiyet-I* kararında değinilmiştir. Anılan kararda sözleşme süresinin (.....) gibi kısa süreli olması durumunda pazarda çok güçlü veya hâkim durumda olan bir teşebbüsün ürünlerinin alıcılar için vazgeçilmez olarak algılanacağı ve bu nedenle her halükarda bu teşebbüs ile çalışmak zorunda kalacakları için sürenin kısıtlı olmasının alıcılar için bir tehdit unsuru olarak değerlendirileceği ifade edilmektedir.⁸⁵ Şöyle ki çalışma koşullarına veya sağlayıcı taleplerine uygun davranılmaması durumunda sözleşmenin sağlayıcı tarafından (.....) sonunda sona erdirilebileceği ve bu nedenle sağlayıcıdan tedarik edilecek ve alıcılar için vazgeçilmez olma niteliği taşıyan ürünlerin⁸⁶ sağlayıcı tarafından tedarik edilmeme riski ile karşılaşacak olan bayiler, sağlayıcının tahakkümü altında kalabileceklerdir. Bu minvalde SÖZLEŞME'nin süresi her ne kadar sınırlı olsa da bayiler ve SÖZLEŞME üzerindeki kontrolün ŞİŞECAM'da olduğu değerlendirilmektedir.

⁸⁴ İlgili SÖZLEŞME hükmü "3.3.2. (.....) şeklindedir.

⁸⁵ *Trakya Cam/Düzcam Muafiyet-I* kararı par. 100.

⁸⁶ Bahsi geçen hususa ilişkin olarak daha önce yer verilen bayi cevabi yazılarında da görüldüğü üzere, ŞİŞECAM tarafından sunulan ürünlerin kalite, fiyat, ürün gamı genişliği gibi nedenlerle bayiler ŞİŞECAM ürünlerini tercih etmektedirler.

- (234) Diğer taraftan SÖZLEŞME'nin sona ermesi veya fesih edilmesi halinde SÖZLEŞME'nin 9.7. maddesinde bayilere bazı yükümlülükler getirildiği⁸⁷ görülmektedir. Bayilere getirilmiş (.....) bayiye sözleşmeyi yenilemek yönünde davranış sergilemeye itebilecektir. Zira rekabet etmeme yükümlüğü altında faaliyet gösteren bir bayinin (.....) dikkate alındığında SÖZLEŞME feshi müşteri kaybına neden olabilecektir. Bir diğer ifade ile (.....) rekabet etmeme yükümlüğü nedeniyle SÖZLEŞME'nin sonra ermesi veya feshi sonrasında satış yapılacak alternatif ürünlerin bayi deposunda bulunmaması nedeniyle bayinin SÖZLEŞME'nin yenilenmesini talep edeceği değerlendirilmektedir.
- (235) Ek olarak ŞİŞECAM ile bayilerin birlikte çalışma sürelerine bakıldığında en son (.....) ile 2022 yılında birlikte çalışılmaya başlandığı, diğer bayiler ile olan çalışma sürelerinin ise (.....) yıldan daha uzun olduğu anlaşılmaktadır. Bu denli uzun süreli ilişkilerin mevcudiyeti ise bayilerin yanı sıra ŞİŞECAM'ın da SÖZLEŞME'nin yenilenmesi yönünde hareket etmesine neden olabilecektir. Bu kapsamda SÖZLEŞME süresi her ne kadar (.....) ile sınırlandırılmış olsa da bayi yukarıda anılan risklere katlanmamak amacıyla ŞİŞECAM tarafından gelen SÖZLEŞME yenilenmesi talebine olumsuz yanıt vererek rakip konumundaki başka bir sağlayıcı ile birlikte çalışmaktan imtina edebilecektir.
- (236) Bu kapsamda taraflar arasında akdedilen SÖZLEŞME (.....) sonunda kendiliğinden sona erecek olsa dahi bahsedilen nedenlerden dolayı bayiler, SÖZLEŞME'nin sona erdirilmesi konusunda isteksiz olabilecektir. Dolayısıyla rekabet etmeme yükümlüğüne ek olarak bayilere getirilen bayi deposundaki ürünlerin fatura fiyatından geri alınmak veya maliyeti bayiye ait olmak üzere üçüncü kişilere teslim etmek üzere hazır bulundurulması koşulunun rakipler ile bayiler arasındaki pazarlık imkânlarını sınırlayabileceği ve SÖZLEŞME'nin etkisinin sözleşme süresi ile sınırlı kalmayacağı değerlendirilmektedir.

(c) Bendine İlişkin Genel Değerlendirme

- (237) Başvuruya ilişkin olarak ŞİŞECAM'ın tek yerli üretici rakibi konumunda bulunan DÜZCE CAM'ın (.....) belirtilmektedir.
- (238) Bu kapsamda düzcam pazarında yerli üretici olarak ŞİŞECAM dışında DÜZCE CAM faaliyet göstermekte olup yerli üreticiler dışında belirli miktarda yurt dışından da ithalat söz konusudur. İlaveten yerli üreticiler ve ithalat dışında Türkiye'de bulunan 500'ün üzerindeki yeniden satıcı düzcam ürünlerini farklı bir ürün üretiminde girdi olarak kullanan müşterilere veya nihai tüketicilere satmakta ve ek olarak kendi aralarındaki ticarete konu etmektedir. Söz konusu ticaret ayrıca mala karşı mal (*barter*) olarak da gerçekleşebilmektedir. ŞİŞECAM tarafından iletilen cevabi yazıda ise söz konusu ticaretin yıllık 10 ila 12 milyar TL seviyesinde olabileceğinin tahmin edildiği belirtilmektedir.
- (239) SÖZLEŞME hükümlerine bakıldığında bayilere rakip ürünlerin satışına ilişkin bir rekabet etmeme yükümlülüğü getirilmekte ancak bayiler arasındaki ticarete bir kısıtlama bulunmadığı görülmektedir. Ek olarak, bayiler yetkisiz satıcılara/yeniden satıcılara ürünlerini satabilmektedir. Dolayısıyla bayilerin ŞİŞECAM bayisi olmayan veya camı yeniden işleyerek satan satıcılara yönelik satışlarına bir sınırlama

⁸⁷ İlaveten SÖZLEŞME'nin herhangi bir nedenle sona ermesi veya feshedilmesi durumunda, sözleşmesi feshedilen/sona eren bayi yerine ŞİŞECAM'ın dağıtım ağının etkinliğini korumak amacıyla bölgede ihtiyaç duyulması durumunda yeni bir bayi ile SÖZLEŞME akdedilebileceği, bununla birlikte pazarda ihtiyaç olması durumunda yetkili bayi sayısının artırılmasının gündeme gelebileceği belirtilmektedir.

getirilmemektedir. İlaveten bayilerin satışlarına yönelik olarak aktif veya pasif satış kısıtları getirilmediği gibi münhasır müşteri veya münhasır bölge tahsisi şeklinde bir uygulama da söz konusu değildir.

- (240) Yukarıda yer verilen değerlendirmelerden, DÜZCE CAM tarafından kapasite artışlarına yönelik yatırımlar yapılıyor olsa da ŞİŞECAM'ın mevcut kapasitesinin, DÜZCE CAM'ın kurulumu tamamlanacak yatırımlar sonrası sahip olacağı kapasitesinden oldukça fazla olması, ŞİŞECAM'ın da benzer yatırımlarının devam etmesi ile ŞİŞECAM'ın geniş ürün gamı dolayısıyla DÜZCE CAM'ın ŞİŞECAM üzerindeki rekabetçi baskısının sınırlı kalacağı değerlendirilmektedir. ŞİŞECAM'ın pazar payı, geniş dağıtım ağı, ürün gamı ve çeşitliliği, mali gücü ve marka bilinirliğiyle düzcam pazarında rakipleri karşısında oldukça güçlü bir konumda olması ve sektöre giriş için yüksek kurulum ve dağıtım maliyetine katlanılmasının gerekmesi gibi sebeplerle ilgili pazarda giriş engellerinin yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca düzcam ürünü geniş kullanım alanına bağlı gelişime açık bir yapıya sahip olmasına karşın son yıllarda düzcam pazarının özellikle üretim ve tüketim bakımından durgunlaşmaya başladığı ve önemli bir büyüme göstermediği, dolayısıyla pazarın belirli bir doygunluk seviyesine ulaştığı değerlendirilmektedir. SÖZLEŞME'ye ticaretin seviyesi açısından bakıldığında ise, SÖZLEŞME her ne kadar toptan satışlara yönelik olsa da etkisinin yalnızca yeniden satış kanalı ile sınırlı olmaması, SÖZLEŞME akdedilmesi planlanan bayilerden (.....) tanesinin sanayici üretici, (.....) tanesinin ise *ısıcam*/çift cam yetkili üreticisi olmasına bağlı olarak tek yerli rakip DÜZCE CAM'ın da en fazla satış yapmış olduğu müşteri kanallarında rekabeti sınırlayıcı etkiler doğurma potansiyeli bulunması nedeniyle pazarın önemli bir bölümünün rakiplere kapanmasına neden olabileceği ve bu etkilerin SÖZLEŞME süresi ile sınırlı kalmayabileceği anlaşılmaktadır. Bu kapsamda bildirim konu SÖZLEŞME ile pazarın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmasının muhtemel olduğu ve dolayısıyla SÖZLEŞME ile getirilmesi planlanan rekabet etmeme yükümlülüğünün 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (c) bendindeki şartı sağlamadığı değerlendirilmektedir.

d) Rekabetin, (a) ve (b) Bentlerindeki Amaçların Elde Edilmesi için Zorunlu Olandan Fazla Sınırlanmaması

- (241) Bireysel muafiyetten yararlanabilmenin son koşulu anlaşmalarda amaçlanan etkinliklerin elde edilebilmesi için rekabetin zorunlu olandan fazla kısıtlanmamasıdır. Bu kapsamda yapılacak değerlendirmede, SÖZLEŞME'de yer alan her kısıtlamanın amaçlanan etkinliğe ulaşılabilmesi için gerekli olup olmamasının açıklığa kavuşturulması gerekmektedir. Anlaşma ile sağlanması beklenen etkinlik ve faydaların elde edilebilmesi için SÖZLEŞME'deki hükümlerin gerekli olup olmadığı değerlendirmesinde iki aşamalı bir analiz gerekmektedir. Bu kapsamda ilk olarak anlaşmanın bir bütün olarak etkinlik kazanımları için gerekli olup olmadığı değerlendirildikten sonra anlaşma kapsamındaki rekabeti sınırlayıcı hükümlerin ayrı ayrı gerekli olup olmadıkları değerlendirilmelidir.⁸⁸
- (242) SÖZLEŞME'de, (.....) süre ile rekabet etmeme yükümlüğü kapsamında, bayilerin depolarında ŞİŞECAM'a ait belirli miktar ürün bulundurma zorunluluğu, satış faaliyetlerinin ŞİŞECAM tarafından denetlenmesine izin verilmesi zorunluluğu, SÖZLEŞME'nin sona ermesi sonrasında bayinin yedinde bulundurduğu ürünleri masrafları bayiye ait olmak üzere ŞİŞECAM'a veya üçüncü kişilere fatura fiyatından teslim etmek üzere hazır bulundurma zorunluluğu vb. hükümler bulunduğu

⁸⁸ Muafiyet Kılavuzu par. 65

görülmektedir. ŞİŞECAM tarafından bayiler ile akdedilecek sözleşmelerden beklenen etkinliklerin doğabilmesi için temelde rekabet etmeme yükümlülüğünün gerekli olduğu belirtilmektedir. Bu kapsamda ŞİŞECAM'ın satışlarına değinilmesinde fayda bulunmaktadır. Daha öncede aktarıldığı üzere ŞİŞECAM, satışlarının 2024 yılında %(.....)'i yetkili bayilere %(.....)'i ısıcam yetkili üreticilerine, %(.....)'i ise sanayici müşterilere gerçekleştirilmiştir. Söz konusu bilgilerden hareketle ŞİŞECAM'ın rakibi DÜZCE CAM'ın 19 bayi dışındaki yetkisiz satıcılara yapacağı satışlarda bir engel bulunmamakla birlikte SÖZLEŞME'nin DÜZCE CAM'ın en fazla satış yaptığı iki kanal (yeniden satıcı ve çift cam müşteri kanalı) üzerindeki etkilerine yukarıda detaylıca yer verilmiştir.

- (243) (.....) tarafından ŞİŞECAM bayilik sisteminin muafiyetten yararlandığı 2018-2020 yılları arasında (.....) belirtilmektedir.
- (244) Bu kapsamda ŞİŞECAM tarafından uygulanan destek, iskonto ve primlere bakıldığında 2017-2022 yılları arasında cironun %(.....)'si düzeyinde prim, kampanya ve iskonto olmak üzere çeşitli uygulamalar bulunduğu, söz konusu destek ve primlerin müşteri grubu ve faaliyet alanlarına göre kademeli prim sistemleri ve projelere yönelik iskontolar olarak uygulanabildiği, bunun dışında bölgesel veya müşteri bazında prim veya destek uygulamasının bulunmadığı ifade edilmektedir.
- (245) Bu noktada bayilere ŞİŞECAM tarafından verilen prim ve iskontolara değinilmesi gerekmektedir. Aşağıdaki tabloda 2017-2024 döneminde ŞİŞECAM tarafından en fazla satış gerçekleştirilen bayilere/müşterilere verilen destek/prim/iskontoların bayi toplam cirosu içerisindeki paylarına yer verilmektedir.

Tablo 24: SÖZLEŞME Akdedilmesi Planlanan ve En Fazla Satış Gerçekleştirilen Bayilere ŞİŞECAM'ın Verdiği Satış Desteklerinin Bayinin Yıllık Cirosu İçerisindeki Payı (%)

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
ŞİŞECAM				(.....) ⁸⁹				
ARDIÇ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
AVRUPA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
RESMAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SALT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
YILDIZ ⁹⁰	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

- (246) Yukarıdaki tabloda ŞİŞECAM tarafından bayilere verilen destekler kapsamında SÖZLEŞME'ye muafiyet verilen dönem ile muafiyetin olmadığı dönem arasında önemli bir farkın bulunmadığı, yedi yıllık dönemde bayilere verilen desteklerin ciro içerisindeki payının değişkenlik gösterdiği görülmektedir. Bu kapsamda DÜZCE CAM tarafından iddia olunan hususları gösterir bir bilgi bulunmadığı gibi ŞİŞECAM tarafından bayilere verilen desteklerin rekabet etmeme yükümlüğünden bağımsız olarak gerçekleştiği anlaşılmaktadır.
- (247) Nitekim Tablo 23'te yer verildiği üzere, ŞİŞECAM tarafından doğrudan satış yapılan müşteri sayıları muafiyetin söz konusu olmadığı 2017 yılında (.....) adet olup Kurul tarafından muafiyet tanınan 2018 ve 2019 yıllarında müşteri sayıları gerileyerek

⁸⁹ ŞİŞECAM tarafından 2017-2024 yılları arasında ortalama %(.....) düzeyinde prim, kampanya, iskonto ve fatura altı olmak üzere çeşitli prim uygulamaları gerçekleştirildiği ifade edilmiştir.

⁹⁰ Bu teşebbüs tarafından iletilen cevabi yazıda, ŞİŞECAM'ın verdiği desteklerin dönemsel nitelik arz etmesi nedeniyle verilen desteklerin ciro içerisindeki payına ilişkin veri bulunmadığı belirtilmiştir.

sırasıyla (.....) ve (.....) olarak gerçekleşmiştir. Muafiyetin bulunmadığı 2020⁹¹-2024 döneminde ise müşteri sayıları artış göstererek (.....), (.....), (.....), (.....) ve(.....) seviyelerine yükselmiştir. Bu noktada ŞİŞECAM'ın muafiyet dönemi satışlarında yetkili satıcılara odaklandığı ve diğer alıcılara yapmış olduğu satışların oransal olarak gerilediği ve DÜZCE CAM'ın potansiyel müşteri sayısında bir artış olduğu ancak bu artışın DÜZCE CAM'ın satış miktarına yansımadağı anlaşılmaktadır.

- (248) ŞİŞECAM tarafından uygulanan bayilik sistemi dolayısıyla DÜZCE CAM'ın satışlarda zorluklar ile karşılaştığı iddiası bakımından ayrıca DÜZCE CAM'ın 2017-2024 yıllarına ilişkin düzcam üretim ve satış bilgilerine yer verilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda aşağıdaki tabloda DÜZCE CAM'a ait düzcam satış ve üretim bilgilerine yer verilmektedir.

Tablo 25: DÜZCE CAM 2017-2024 Dönemi Üretim ve Satış Miktarları (Ton)

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Pazar Büyüklüğü	1.568.668	1.469.365	1.332.973	1.333.284	1.640.936	1.673.777	1.585.482	1.528.176
Üretim	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Satış	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Satış/Üretim (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: DÜZCE CAM Cevabi Yazısı ve Başvuru Formu

- (249) Yukarıdaki tablodan görüleceği üzere, ŞİŞECAM bayilik sisteminin Kuruldan muafiyet alması ve uygulanmaya başlanması sonrasında DÜZCE CAM'ın üretimi 2018 yılında bir miktar gerilemesine karşın 2019 yılında 2017 yılına göre artış göstermiştir. Diğer yandan üretimdeki artışa rağmen satış miktarının muafiyet bulunan dönemde gerilediği ve muafiyet sonrası iki yılda satışların üretim miktarına yaklaştığı ve yükseldiği görülmektedir. 2022 ve sonrasında ise DÜZCE CAM'ın üretim miktarının yanı sıra satış miktarında da önemli dalgalanmalar gözlemlenmektedir. Özetle DÜZCE CAM satışlarının üretim miktarına oranı muafiyet bulunan 2018 ve 2019 yılları ortalaması %(.....)'in altında iken 2017, 2020 ve 2021 yıllarında %(.....)'in üzerinde kalmıştır. Dolayısıyla ŞİŞECAM SÖZLEŞME'sinin muafiyet korumasından yararlandığı dönemlerde rakibinin satışlarının üretimi içindeki payının düştüğü görülmektedir.
- (250) Ek olarak SÖZLEŞME'nin 5.16.2. maddesinde (.....) hükmü yer almaktadır. Bu kapsamda ŞİŞECAM tarafından sunulan cevabi yazıda; ŞİŞECAM ürünleri ile başka ürünlerin birlikte kullanılmasıyla üretilen (çift cam vs.) ve ŞİŞECAM harici ürünlerin kullanımı hakkında müşterilerin bilgisi bulunmayan ürünlerin ŞİŞECAM menşei olmayan kısımlarından kaynaklanan sorunların müşteri nezdinde ŞİŞECAM markasına zarar verdiği, ilgili yükümlülüğün tüketicilerin bayiden temin ettiği ürünün ŞİŞECAM markasını taşıdığına emin olmalarını sağladığı belirtilmiştir. İlgili yükümlülüğün ürünün korunması, ürünün satış ve dağıtımından ŞİŞECAM nezdinde doğabilecek sorumlulukların önlenmesi amacıyla SÖZLEŞME'ye eklendiği belirtilmektedir. Bu kapsamda temin edilen ürünlerin saklanması, sunulması ve teşhirinin doğru bir şekilde yapılmasının sorumluluğunun bayiye ait olduğu, dolayısıyla söz konusu sorumlulukların yerine getirilip getirilmediğinin tespiti ve marka imajının korunması amacıyla bahsi geçen hükmün SÖZLEŞME'ye eklendiği anlaşılmaktadır.
- (251) Nitekim söz konusu cevabi yazıda ilgili hükmün hiçbir şekilde yetkili satıcıların nihai müşterilere sunulan fiyatların, sevkiyatların izlenmesi veya SÖZLEŞME'de açıkça yer verilmeyen bir amaçla kullanılmayacağı belirtilmektedir. Bu kapsamda SÖZLEŞME ile bayiler üzerine getirilen ek yükümlülüklerin, rekabet etmeme yükümlülüğünün

⁹¹ İlgili yılda her ne kadar 2019 yılına göre doğrudan satış yapılan müşteri sayısı artış göstermiş olsa da, ŞİŞECAM'ın 2020 yılında kapasite kullanım oranındaki azalıştan kaynaklı olarak müşteri sayısının 2021 ve 2022 yıllarına göre geride kaldığı değerlendirilmektedir.

bayilerce tam olarak uygulanmasını temin etmek amacıyla getirildiği değerlendirilmektedir. Bununla birlikte üretim planlaması ve SÖZLEŞME ile (.....)özellikle birbirlerine yakın konumlarda bulunan bayilerin birbirleri ile rekabet etmesi açısından önem taşıdığı, ancak bu yükümlülüğün bayilerin SÖZLEŞME kapsamında olsun veya olmasın rakip/alternatif düzcam ya da diğer ürünleri depolarında bulundurma imkânlarını sınırlayabileceği ve bu yolla düzcam pazarı dışında da rekabetin sınırlanabileceği değerlendirilmektedir.

- (252) Kılavuz'da da belirtildiği üzere sağlayıcının pazar payının yüksek olması durumunda marka içi rekabet önem kazanmakta ve marka içi rekabetteki azalmanın gerçek etkinlik artışları ile telafi edilmesi gerekmektedir⁹². Bu bakımdan ŞİŞECAM hem pazar payı hem de geniş ürün gamı sayesinde önemli bir pazar gücüne sahiptir. İlaveten ŞİŞECAM'ın pazar payı ise tek yerli rakibi olan DÜZCE CAM'ın pazar payının yaklaşık (.....). Ek olarak pazar büyüklüğünün bir bölümünü de ithalat oluşturmaktadır. Bu nedenlerle düzcam pazarında marka içi rekabetin önemi artmaktadır.
- (253) ŞİŞECAM tarafından sunulan bilgilerde müşterilerden bayilere yapılan en az 25-27 ton aralığındaki siparişlerde, siparişin tek bir ŞİŞECAM üretim tesisinden karşılanabilmesi halinde teslimat doğrudan ŞİŞECAM araçları vasıtasıyla da yapılabilmektedir. Bu sayede müşteriler farklı bayilerden uzak veya farklı bir bölgede bulunuyor olsalar dahi bayilerin birbirleri ile rekabet edebilmelerinin önünün açıldığı değerlendirilmektedir.
- (254) Diğer taraftan ürünün özellikleri nedeniyle DÜZCE CAM satışlarının üretim tesislerinden uzak bölgelere sınırlı kalması beklenmektedir. Bu kapsamda DÜZCE CAM'ın bir bayilik ağının bulunmadığı düşünüldüğünde; ŞİŞECAM'ın, DÜZCE CAM üretim tesislerinden uzaktaki bölgelerde görece büyük bayiler ile SÖZLEŞME akdetmesi halinde DÜZCE CAM'ın geniş müşteri kitlelerine ulaşım imkânı sınırlanabilecektir. İlaveten daha önce de bahsedildiği üzere ŞİŞECAM'a rekabetçi baskı yaratabilecek ithalat ise görece parçalı bir yapıdan oluşmaktadır. Dolayısıyla pazardaki önemli bayilere rekabet etmeme yükümlülüğü getirilmesi hâlihazırda sınırlı olan markalar arası rekabeti de önemli derecede azaltabilecektir.
- (255) Bu hususta ŞİŞECAM tarafından Türkiye düzcam pazarında az sayıda üretici bulunması, rakip DÜZCE CAM'ın bir bayilik ağının bulunmaması ve satışlarını doğrudan gerçekleştirilmesi nedenleriyle geleneksel bir pazar niteliği taşımadığı, bu minvalde pazardaki rekabetin çoğunlukla ŞİŞECAM markalı ürünler arasında gerçekleştiği diğer ifade ile düzcam pazarındaki rekabetçi baskıların önemli bir kısmının marka içi rekabetten kaynaklandığı ifade edilmiştir. Bu kapsamda yüksek miktarlarda alım gerçekleştiren cam işleyen sanayici müşteriler ürünleri işleyerek satabildiği gibi diğer düzcam ürünleri karşılığında *barter* yapabildiği, dolayısıyla bayiler arasında olduğu gibi cam işleyen sanayici teşebbüsler arasında da yoğun bir ticaretin var olduğu belirtilmektedir.
- (256) SÖZLEŞME akdedilmesi planlanan bayilerden (.....) tanesi ayrıca cam işleyen sanayici konumunda olup cam sektörü dışında inşaat faaliyetleri de bulunmaktadır. Bu kapsamda SÖZLEŞME ile getirilmesi planlanan rekabet etmeme yükümlülüğünün bayiler dışında, sanayici bayiler üzerinde de etkisinin olabileceği ihtimali ortaya çıkmaktadır. Bayilik sisteminin uygulamaya geçmesi ile ŞİŞECAM'ın satışlarının bayiler üzerine yoğunlaşması beklenmekle birlikte yeniden satıcıların büyük bölümünün aynı zamanda diğer kanallarda da faaliyet gösteriyor oluşu rakiplerin bu müşterilere satış potansiyellerini kısıtlayabilecektir. DÜZCE CAM tarafından sanayici

⁹² Kılavuz, par. 148

müşterilere yapılan satışların son yıllarda gerilediği Tablo 19'da görülmektedir. (.....) sanayici üreticiye DÜZCE CAM'ın satışlarının gerilemesi ile yeniden satışlarına yönelik rekabet etmeme yükümlülüğü getirilmesi birlikte ele alındığında bu kanalda alternatiflerin azalmasından kaynaklanan tüketici refahı azalışı ise SÖZLEŞME'nin bir diğer sonucunu oluşturmaktadır.

- (257) Bu hususun açıklığa kavuşturulması bakımından ŞİŞECAM'dan talep edilen bilgiler kapsamında iletilen cevabi yazıda da; (.....) belirtilmiştir. ŞİŞECAM tarafından ifade edilen hususlar bağlamında *ısıcam* yetkili üretici sözleşmesinin *ısıcam* markasının korunmasına yönelik olduğu ve çift cam üretiminde *ısıcam* markası kullanılmadığı sürece *ısıcam* yetkili/yetkisiz üreticilerinin rakip üreticilerin ürünlerini kullanmasının önünde bir engel bulunmadığı, DÜZCE CAM ve diğer tedarikçilerin çift cam üreticilerine satış yapabileceği anlaşılmaktadır.
- (258) Söz konusu bilgilere ek olarak DÜZCE CAM'ın 2017-2024 döneminde, her bir yıl özelinde, en fazla satış gerçekleştirdiği 10⁹³ çift cam üreticisine yapmış olduğu satışlar ve söz konusu üreticilere ŞİŞECAM tarafından yapılan satışlar ile bu müşterilere DÜZCE CAM tarafından yapılan satışların, müşterinin ŞİŞECAM ve DÜZCE CAM'dan yapılan toplam alımlar içindeki payına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir.

Tablo 26: DÜZCE CAM'ın En Fazla Satış Yaptığı 10 Çift Cam Üreticisine DÜZCE CAM'ın ve ŞİŞECAM'ın Satışları İle Müşterilerin DÜZCE CAM ve ŞİŞECAM Alımları İçerisinde DÜZCE CAM Satışlarının Payı

	DÜZCE CAM Satışları (Ton)	ŞİŞECAM Satışları (Ton)	DÜZCE CAM'ın Payı (%)
2017	(.....)	(.....)	(.....)
2018	(.....)	(.....)	(.....)
2019	(.....)	(.....)	(.....)
2020	(.....)	(.....)	(.....)
2021	(.....)	(.....)	(.....)
2022	(.....)	(.....)	(.....)
2023	(.....)	(.....)	(.....)
2024	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: ŞİŞECAM ve DÜZCE CAM cevabi yazıları ve yapılan hesaplamalar

- (259) Yukarıda yer verilen tabloda 2017-2024 döneminde DÜZCE CAM tarafından her bir yıl özelinde en fazla satış gerçekleştirilen çift cam müşterileri ile bu müşterilere DÜZCE CAM ve ŞİŞECAM tarafından yapılan satışlara yer verilmektedir. Tabloda incelenen müşterilerin ŞİŞECAM ve DÜZCE CAM'dan yaptıkları toplam alımları içinde DÜZCE CAM'ın satışlarının yıllar itibarıyla paylarına bakıldığında, 2017 yılında (.....); 2018 yılında (.....); 2019 yılında (.....); 2020 yılında (.....); 2021 yılında (.....); 2022 yılında (.....); 2023 yılında (.....) ve 2024 yılında (.....) olarak gerçekleşmiştir. İncelenen dönemde (2022 yılı hariç) ilgili müşterilere DÜZCE CAM'ın satışlarının payının en düşük olduğu yıllar ŞİŞECAM bayilik sisteminin muafiyetten yararlandığı 2018 ve 2019'dur. Bu noktada sınırlı düzeyde de olsa DÜZCE CAM'ın çift cam üreticilerine satışlarının muafiyet bulunan dönemde gerilediği anlaşılmaktadır.
- (260) Son olarak sektördeki yatırım planlarına bakıldığında ŞİŞECAM'ın yanı sıra DÜZCE CAM tarafından da yeni üretim hatlarının inşası için yatırımlar gerçekleştirilmektedir. Söz konusu yatırımlar kapsamında DÜZCE CAM'ın yıllık (.....) ton yıllık üretim kapasitesine ulaşacağı, ŞİŞECAM'ın ise yıllık (.....) ton üretim kapasitesine sahip

⁹³ Söz konusu teşebbüsler her yıl değişebilmekte olup DÜZCE CAM tarafından düzcam satışı gerçekleştirilen (.....) çift cam üreticisi teşebbüsten her yıl tekrar satış yapılanlar sayılmadığında sekiz yılda toplam (.....) farklı teşebbüs bulunduğu anlaşılmaktadır. Söz konusu teşebbüsler ise (.....) oluşmaktadır.

olduğu belirtilmektedir. ŞİŞECAM'ın hâlihazırda (.....) üretim hattından bir tanesinin bakım ve onarım faaliyetleri devam etmekte ve 2026 yılı itibarıyla üretime başlaması planlanmaktadır. Ayrıca ŞİŞECAM'ın mevcutta (.....) yeni düzcam üretim hattı yatırımı bulunmakta ve bunlardan (.....) ifade edilmektedir. DÜZCE CAM'ın ise (.....) ifade edilmekte olup DÜZCE CAM'a benzer şekilde ŞİŞECAM'ın da mevcut konumunu koruyucu yatırımlara devam ettiği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla ŞİŞECAM'ın pazardaki konumu yatırımlar sonucunda güçlenmeye devam etmekte olup rekabet etmeme yükümlülüğü içeren bayilik sistemi ile bu konumunun daha da güçlenmesi veya DÜZCE CAM'ın rekabetçi baskısının sınırlı kalması söz konusu olabilecektir.

(d) Bendine İlişkin Genel Değerlendirme

- (261) SÖZLEŞME ile belirli etkinlik kazanımları söz konusu olmakla birlikte özellikle geçmiş dönemli muafiyet kararına bağlı pazar göstergelerinden hareketle bu etkinliklerden tüketicilerin yarar sağlamayacağı değerlendirilmektedir. İlaveten SÖZLEŞME'nin pazarın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmasına neden olabileceği değerlendirilmesine ek olarak bu bölümde bir bütün olarak etkinliklerin ortaya çıkması için vazgeçilmez olup olmadığı bir diğer ifade ile rekabeti zorunlu olandan fazla kısıtlayıp kısıtlamadığı ele alınmıştır.
- (262) Dikey anlaşmaların rekabet üzerinde olumlu etkileri de bulunmaktadır. Bu kapsamda tek marka anlaşmalarının/rekabet etmeme yükümlülüğünün, bedavacılık sorununun çözülmesi, vazgeçme probleminin engellenmesi ve know-how transferi gibi olumlu etkileri de bulunmaktadır⁹⁴.
- (263) SÖZLEŞME ile ŞİŞECAM tarafından bayilere, bayi personelinin eğitimi ve bayilerin fiziki imkânlarının iyileştirilmesi gibi ek destekler sağlanacağı ifade edilmektedir. Rekabet etmeme yükümlülüğünün bulunmaması durumunda aynı bayide satılacak rakip üretici ürünleri ve ithal ürünler, ŞİŞECAM tarafından karşılanan bu maliyetlere katlanmaksızın söz konusu iyileşmelerden faydalanabilecektir. Bahsi geçen bedavacılık problemi, ŞİŞECAM ve yetkili bayiler tarafından söz konusu yatırımların yapılmasından imtina edilmesine neden olabilecektir. Ancak rekabet etmeme yükümlülüğü mevzu bahis olduğunda yetkili bayiler söz konusu yatırımları, kendi satışları ve/veya sağlayıcı destekleri ile karşılayabilecektir. Dolayısıyla dikey seviyedeki rekabet etmeme yükümlülüğü, rakip üreticiler ile sağlayıcı ve yetkili bayiler ile yetkisiz bayiler arasındaki bedavacılık probleminin çözümüne katkı sağlayabileceği gibi yatırımlardan beklenen geri dönüşün alınabilmesi ve böylelikle tarafları yatırım yapmaya teşvik etmesiyle vazgeçme probleminin engellenmesine katkıda bulunabilecektir.
- (264) Bedavacılık sorununun çözümü, tüketicilere, ŞİŞECAM ürünlerine bayi ve ŞİŞECAM yatırımlarından kaynaklı kaliteli hizmet sunumu ile ulaşma imkânı sağlayabilecektir. SÖZLEŞME ile her ne kadar bedavacılık sorununun önünde geçilerek kısa ve uzun dönemde tüketicilere (stokta ürün bulabilme, fiyatlarda düşüş ve teslimat sürelerinin kısalması) fayda sağlanabilecektir de, SÖZLEŞME akdedilmesi planlanan bayiler tarafından iletilen cevabi yazılarda SÖZLEŞME kapsamında satışı yapılan ürünlerin satışı için katlanılan yatırımlara ve harcamalara ŞİŞECAM'ın katkıda bulunmadığı ve yatırımların karşılanması için uzun bir süreye ihtiyaç duyulmadığı ifade edilmektedir. Bu doğrultuda ŞİŞECAM ve bayiler arasındaki ilişkinin mevcut halinde; ilişkiye özgü yatırımların ve bedavacılık sorunlarının önlenmesine yönelik endişelerin bayilik ilişkisinin devamı için kayda değer bir öneminin bulunmadığı değerlendirilmektedir.

⁹⁴ Kılavuz, par. 121.

- (265) Söz konusu değerlendirmelerde DÜZCE CAM'ın SÖZLEŞME'nin muafiyetten yararlandığı dönemde diğer yıllara kıyasla üretiminin daha düşük bir kısmının satışını yapabildiği, bayilere getirilen bazı yükümlülüklerin rakip ürünler dışında da sonuçlar doğurabileceği, düzcamın niteliği gereği uzak bölgelere tesliminin zorluğuna bağlı olarak DÜZCE CAM'ın uzak bölgelerdeki müşterilerinin, ŞİŞECAM tarafından bağlanmasına ve buna bağlı tüketici tercihlerinin kısıtlanmasına neden olabileceği, ŞİŞECAM'ın hâlihazırda bakımı devam eden üretim hattı ile inşası devam eden üretim hatlarının varlığının SÖZLEŞME'nin etkilerini derinleştirebileceği ve -SÖZLEŞME yeniden satıcılara yönelik olsa da- SÖZLEŞME akdedilecek bayilerin önemli bir bölümünün aynı zamanda sanayici üretici ve çift cam üreticisi olmasının DÜZCE CAM'ın alternatif kanallara erişimini kısıtlayacağı değerlendirilmektedir.
- (266) Diğer taraftan dosya SÖZLEŞME kapsamında ortaya çıkacağı ileri sürülen bazı etkinliklerin rekabet etmeme yükümlülüğü olmaksızın sağlanabileceği değerlendirilmektedir. Ortaya çıkması beklenen etkinlikler ile tüketici faydalarının TTD oranındaki iyileşmelere bağlı olduğu görülmektedir. Anılan orandaki iyileşmelerin ise rekabet etmeme yükümlülüğünden arı olacak şekilde ŞİŞECAM ile bayiler arasında kurulacak raporlama sistemleri aracılığıyla sağlanabileceği değerlendirilmektedir. Nitekim dağıtım ağının optimize edilmesi amacıyla ARVENTO ve ORTEK sistemlerinin kullanıldığı ifade edilmektedir. Benzer takip sistemleri ile TTD oranında iyileşmeler sağlanabileceğinden iddia olunan etkinliklerin kazanılması için bayilere getirilecek rekabet etmeme yükümlülüğünün rekabeti zorunlu olandan fazla sınırlandıracağı değerlendirilmektedir.
- (267) Ek olarak ŞİŞECAM'ın mevcut bayilik sistemi muafiyetten yararlanmıyor olmasına karşın ŞİŞECAM'ın dağıtım sistemi gerek kendi gerekse bayilerin dağıtım maliyetlerinin düşüşüne yönelik katkıda bulunmaktadır. Nitekim (.....) tarafından iletilen cevabi yazıda, müşteri alımlarının %(.....) ŞİŞECAM tarafından doğrudan teslim edildiği, %(.....) ise müşteri depolarına bayi araçları vasıtasıyla müşteri depolarına teslim edildiği ifade edilmiştir. Dolayısıyla ŞİŞECAM bayilik sistemi kapsamında rekabet etmeme yükümlülüğü bulunmaksızın hâlihazırda muafiyet ile beklenen maliyet kazanımlarının muafiyet bulunmaksızın da sağlandığı anlaşılmaktadır.
- (268) Sonuç olarak, yukarıda yer verilen hususlardan hareketle bildirim konu SÖZLEŞME ile 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilebilmesi için rekabetin zorunlu olandan fazla kısıtlandığı değerlendirilmektedir.

Genel Değerlendirme

- (269) ŞİŞECAM tarafından 19 düzcam yeniden satıcı/bayi ile akdedilmesi planlanan ve rekabet etmeme yükümlülüğü içeren (.....) süreli SÖZLEŞME'ye bireysel muafiyet verilmesi talebinde bulunulmuştur. 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olan ve pazar payı eşiğinin aşılması nedeniyle 2002/2 sayılı Tebliğ karşısında değerlendirilemeyen ŞİŞECAM'ın 19 bayi ile yapmayı planladığı SÖZLEŞME, 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasındaki koşullar bakımından incelendiğinde;
- (a) bendi kapsamında bayilik sisteminin getireceği TTD oranındaki gelişmeler ile atıl stokların azaltılabileceği, üretim planlaması ve devamlılığın sağlanabileceği, ŞİŞECAM'ın tek başına ulaştıramayacağı ürünleri bayiler aracılığıyla üretim tesislerinden uzaktaki müşterilere ulaştırabileceği, karşılanamayan taleplerin azaltılabileceği ve bu yönüyle SÖZLEŞME'nin

düzcam pazarında ürün ve hizmet sunumunda iyileşme ve gelişme sağlayacağı değerlendirilmiş olup anılan koşulun sağlandığı,

- (b) bendindeki koşulun, ŞİŞECAM tarafından ithalat düzeyine yakın düzcam ihracatı yapılıyor olması, bayilere depolarında geçmiş alımlarından hareketle ürün bulundurma zorunluluğu getirilmesine bağlı bayi depolarında ürün çeşitliliğinin sınırlanabilecek olması, 2018-2019 yılları arasında ŞİŞECAM bayilik sistemi muafiyetten yararlanıyor olsa da bayilik sisteminin fiyat artışlarına yönelik bir baskı oluşturamaması, ürün fiyatlarının ÜFE'den daha fazla artış göstermesi ve düzcam pazarındaki rekabetin düşüklüğünün etkinliklerin tüketicilere yansıtılmasının önüne geçebilecek olması dolayısıyla sağlanmadığı,
- (c) bendindeki koşulun, ŞİŞECAM tarafından DÜZCE CAM'ın yapmış olduğu yatırımları dolayısıyla ŞİŞECAM üzerinde rekabetçi baskı kurabileceği ileri sürülse de, ŞİŞECAM'ın da benzer yatırımlar yapıyor olması, ŞİŞECAM'ın pazardaki rakiplerine kıyasla geniş ürün gamına sahip olması, giriş engellerinin yüksek ve sektöre girişlerin sınırlı olması, üretim tesislerinin kurulumunun yanı sıra dağıtım için önemli yatırım ve zaman maliyetlerine katlanılmak durumunda kalınması, düzcam pazarının son yıllardaki durağan görünümü, SÖZLEŞME'nin bayi kanalının yanı sıra çift cam üretici kanalı ile sanayici üretici kanalı üzerinde de etkisinin bulunması ve pazarın önemli bir bölümünün rakiplere kapanmasının muhtemel olması dolayısıyla sağlanmadığı
- (d) bendindeki koşulun ise, SÖZLEŞME'nin muafiyet korumasından yararlandığı 2018 ve 2019 yıllarında ŞİŞECAM'ın tek yerli rakibi DÜZCE CAM'ın üretiminin daha düşük bir bölümünün satışını yapabilmesi, bayilere getirilen bazı koşulların rakip ürünler dışında da sonuçlar doğurabilecek olması, SÖZLEŞME ile DÜZCE CAM'ın üretim tesislerinden uzak bölgelerdeki müşteri kaynaklarına ulaşımının zorlaşabilecek olması, ŞİŞECAM'ın halen bakımı devam eden üretim tesisi ile inşası devam eden üretim tesislerinin faaliyete geçmesi ile SÖZLEŞME'nin etkilerinin derinleşebilecek olması, SÖZLEŞME'nin bayi kanalı dışındaki iki önemli kanalda da rekabeti kısıtlayıcı etkilerinin olması, zira SÖZLEŞME akdedilecek bayilerin önemli bir bölümünün çift cam üreticisi ve sanayici üretici müşteri olması ve bu kanallardaki müşterilere aynı zamanda ŞİŞECAM'ın da doğrudan satışlarının bulunmasından hareketle sağlanmadığı

değerlendirilmektedir.

(270) Yukarıdaki açıklamalar çerçevesinde, SÖZLEŞME'ye 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrası uyarınca bireysel muafiyet tanınamayacağı sonucuna ulaşılmıştır.

K. SONUÇ

(271) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre,

1. Türkiye Şişe ve Cam Fabrikaları AŞ ile 19 bayi arasında imzalanması öngörülen "Yetkili Bayilik Sözleşmesi"nin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesi kapsamında olduğundan, dolayısıyla anılan *Yetkili Bayilik Sözleşmesi*'ne aynı Kanun'un 8. maddesi çerçevesinde menfi tespit belgesi verilemeyeceğine,
2. Türkiye Şişe ve Cam Fabrikaları AŞ ile 19 bayi arasında imzalanması öngörülen "Yetkili Bayilik Sözleşmesi"nin 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği kapsamında grup muafiyetinden yararlanmadığına,
3. Türkiye Şişe ve Cam Fabrikaları AŞ ile 19 bayi arasında imzalanması öngörülen Yetkili Bayilik Sözleşmesi'nin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (b), (c) ve (d) bentlerine aykırılık teşkil etmesi nedeniyle bir bütün olarak bireysel muafiyet tanınamayacağına

gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 60 gün içinde Ankara İdare Mahkemelerinde yargı yolu açık olmak üzere OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.