

**T.C.
GALATASARAY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ÖZEL HUKUK ANABİLİM DALI**

**OTOMOTİV DAĞITIM SEKTÖRÜNDE
REKABETİN KORUNMASI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Derya Taşdemir
05411079**

Tez Danışmanı: Doç. Dr. İlhan Yılmaz

OCAK 2008

ÖNSÖZ

1990 senesinden günümüze kadar elektronik, bilişim ve telematik alanlarında, kısaca teknolojiye yaşanan büyük gelişmeler sadece taşıtların ve yedek parçalarının özelliklerini değiştirmemiş, aynı zamanda ürünün pazarlama yöntemlerine, dağıtım ağının kontrolüne ve Internet üzerinden satış gibi yeni satış metotlarına yönelik pek çok yenilik ve kolaylık sunmuştur.

Teknolojik gelişmeleri yakından takip eden tüketicinin de talepleri değişmiş, daha donanımlı, daha konforlu, daha güvenli taşıt yanında daha uygun fiyatta da ısrarcı olmuştur. Söz konusu değişimler karşısında taşıt üreticisi ve dağıtıcısı, tüketiciye daha düşük fiyattan taşıt sunma arzusu ile Internet ve süper marketlerde satış gibi yeni dağıtım kanallarına yönelmekte tereddüt etmemektedir.

Riskli bir endüstri olan otomotiv endüstrisi, üretim tekniklerinin giderek gelişmesi ve karmaşık bir hal alması ile daha da büyük bir risk altına girmektedir. Zira, üretim ve reklam masrafları artmıştır. Ayrıca, üreticinin başarısının sadece ürünlerin kalitesine bağlı olmadığı, bunun önemli bir kısmının, gerek satış gerek satış sonrası serviste son derece kalifiye bir dağıtım ağına bağlı olduğu göz önüne alındığında dağıtıma yapılan masrafların da artması doğaldır.

Üreticinin karının günden güne düşmesinin dağıtıcıya etkisi olumsuz olmuştur. Üretici, sözleşme ilişkisinde elini güçlendirme fırsatı kollamakta, yetkili dağıtıcı üzerindeki baskısını giderek arttırmaktadır.

1400/2002 sayılı Komisyon Tüzüğü ile, satış, satış sonrası servis ve yedek parça pazarlarında aktörler arasında gerçek rekabet koşullarının sağlanması, ayrıca günümüz Avrupa Topluluğu'nda beliren yüksek taşıt fiyatlarını düşürecek Pazar şartlarının yaratılması hedeflenmektedir. Mevcut dağıtım sisteminin tüm katı yönlerinin törpülenmesi ile ilgili pazarlarda daha rekabetçi fiyatlara ulaşılacağı ümit edilmektedir.

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM: OTOMOTİV DAĞITIM SEKTÖRÜNE GENEL BAKIŞ .. 5	
I. TÜKETİCİ GÖZÜNDE OTOMOBİL.....	8
II. DAĞITIM AĞI.....	9
III. OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE YOĞUNLAŞMALAR	12
IV. DAĞITIM METOTLARINDAKİ DEĞİŞİMLER.....	14
V. TÜRKİYE’DE OTOMOTİV DAĞITIM SEKTÖRÜ.....	15
İKİNCİ BÖLÜM: DAĞITIM ANLAŞMALARI	20
I. DAĞITIM ANLAŞMALARINI ÇEŞİTLERİ	21
A. Basit Dağıtım Sözleşmeleri.....	22
B. Acentelik Sözleşmeleri.....	23
C. Franchise Anlaşmaları	24
D. Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Dağıtım Anlaşmaları).....	27
E. Seçici Dağıtım Anlaşmaları.....	29
II. OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE DAĞITIM ANLAŞMALARINI.....	31
A. Genel Olarak	31
B. Seçici ve Münhasır Dağıtım Birlikteliğinin Otomobil Sektöründeki Önemi	32
1. Otomotiv Dağıtım Sektöründe Seçici Dağıtım	32
2. Otomotiv Dağıtım Sektöründe Münhasır Dağıtım.....	34
3. Münhasır ve Seçici Dağıtım Birlikteliği	36
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: OTOMOTİV DAĞITIM SEKTÖRÜNDEKİ REKABET KURALLARININ GELİŞİMİ.....	40
I. 85 VE 95 SAYILI GRUP MUAFİYET TÜZÜKLERİ	42
A. 85 Sayılı Tüzük	42
B. 95 Sayılı Tüzük	46
II. TÜRKİYE’DE OTOMOTİV DAĞITIM SEKTÖRÜNE YÖNELİK REKABET KURALLARININ GELİŞİMİ.....	54
III. İÇ PAZAR HEDEFİNDEN SAPMA	56
A. Vergi Uyumunun Eksikliği	58
B. Motorlu Taşıtlı Sağlayıcılarının Rekabet Karşılı Davranışları.....	61
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: 1400-2002 SAYILI TÜZÜK İLE HEDEFLENENLER.....	65
I. DAHA ETKİLİ BİR MARKA İÇİ REKABETİN SAĞLANMASI	65
A. Dağıtım ve Servis Sözleşmelerinde Taraflar Arasındaki Dengelerin Kurulması	66
1. Sözleşmenin Devri	68
2. Sözleşmenin Sağlayıcı Tarafından Sona Erdirilmesi Halinde Feshin Yazılı ve Gerekçeli Yapılması	70

3. Sözleşmenin Süresi	73
4. Tarafların Anlaşmazlıkları Bağımsız Bir Uzman ya da Hakeme Götürme Hakkı	75
B. Dağıtıcıya Birlik İçinde Yayılma Hakkı (Birlik içinde ek tesis açma hakkı) Sağlanması	76
1. Temel Şartlar	77
2. Yayılmanın Şekilleri	79
C. Bağımsız Servislerin Teşvik Edilmesi	80
1. Yetkili Servis	80
2. Bağımsız Servis	82
D. İnternette Faydalanma	83
1. İnternet Üzerinden Satış	84
2. Reklam	84
II. DAHA ETKİLİ BİR MARKALAR ARASI REKABETİN SAĞLANMASI	85
A. Çok Markalı Satış	85
B. Sözleşme Sonrası Rekabet Etmeme	89
C. Bireysel Müşteriyi Temsil Eden Araçlar	90
D. Leasing (Finansal Kiralama)	92
1. Dağıtıcının Leasing Hizmeti Vermesi	93
2. Dağıtıcının Leasing Şirketlerine Motorlu Taşıt Satması	93

BEŞİNCİ BÖLÜM: GENEL UYGULAMA ALANI BULAN 2790/99

SAYILI TÜZÜK İLE SEKTÖRE HAS 1400/2002

SAYILI TÜZÜĞÜN KARŞILAŞTIRILMASI..... 96

I. HER İKİ TÜZÜKTE DE MEVCUT REKABET KISITLAMALARI	99
A. Yeniden Satış Fiyatının Tespit Edilmesi	99
B. Bölge ya da Müşterilere İlişkin Kısıtlamalar	100
C. Seçici Dağıtım Sistemi İçinde Paralel Ticaretin Kısıtlanması	101
D. Perakende Seviyesinde Faaliyet Gösteren Seçici Dağıtım Sistemi Üyelerinin Aktif ve Pasif Satışlarının Kısıtlanması	102
II. 1400/2002 SAYILI TÜZÜKTEKİ AĞIR REKABET KISITLAMALARI	102
A. Satış ve Satış Sonrası Hizmetlere Dair Ortak Kısıtlamalar	103
B. Yeni Otomobil Satışına Özgü Kısıtlamalar	104
C. Satış Sonrası Hizmetlere Özgü Kısıtlamalar	105
III. HER İKİ TÜZÜKTEKİ ÖZEL ŞARTLARIN KARŞILAŞTIRILMASI	107
A. Satış ve Satış Sonrası Ortak Kısıtlamalar	107
1. Rekabet Etmeme Yükümlülüğü (Çok Markalılık)	107
2. Yetkili Servisin Çok Markalı Satış Özgürlüğü	108
3. Sözleşme Sonrası Rekabet Etmeme	108
IV. HER İKİ TÜZÜĞÜN GENEL OLARAK KARŞILAŞTIRILMASI	109
A. Benzer Yapılar	109
B. Benzer Felsefe	109
1. İktisadi Yaklaşımın Benimsenmesi	109
2. Kavramların Aynı Şekilde Tanımlanması	110
a. Dikey Anlaşmalar	111
b. Bağlı Teşebbüs	111
c. Seçici Dağıtım	112
d. Münhasır dağıtım	112

e. Fikri Mülkiyet Hakları	112
f. Know-How.....	113
g. Pazar Payı ve Cironun Hesaplanmasına İlişkin Hükümler	113
C. Benzer Muafiyet Mekanizması	116
1. Muafiyet Kapsamındaki Anlaşmalar.....	116
2. Muafiyet Mekanizması	117
3. Muafiyetin Geri Alınması	120
4. Muafiyetin Uygulanmaması.....	122
D. Aynı Tarihte Yürürlükten Kalkma	122
ALTINCI BÖLÜM: 1400/2002 SAYILI TÜZÜK REFORMLARI	123
I. SEKTÖRÜN YENİDEN YAPILANDIRILMASI	124
A. Tüzüğün Uygulama Alanının Genişletilmesi.....	124
B. Satış ve Satış Sonrası Servis Arasındaki Bağın Çözülmesi.....	125
C. Otomobil Üreticilerinin ve Sağlayıcılarının Dağıtım Ağı Üzerindeki Yetkilerinin Zayıflatılması	127
1. Sağlayıcıların Seçici Dağıtım ya da Münhasır Dağıtım Sistemlerinden Birini Seçme Zorunluluğu.....	127
2. Yayılma Klozu (clause d'essaimage).....	129
3. Seçici Dağıtım Sistemine Dahil Dağıtıcılar Arasında Çapraz Tedarik İmkânı.....	131
4. Hakların ve Yükümlülüklerin Aktarılması Serbestisi.....	132
5. Alternatif Dağıtım Kanalları	133
a. İnternet Üzerinden Satış	133
i. İstihbarat aracı (Infomédiaire).....	135
ii. Dağıtıcıyı Destekleyen Aracılar.....	136
b. Geniş Alanlarda Satış (Otomobil Süpermarketleri).....	138
c. Çok Markalı Satış.....	139
D. Otomobil Üreticilerinin ve Sağlayıcılarının Bakım ve Onarım Hizmetleri Üzerindeki Yetkilerinin Zayıflatılması	140
1. Dağıtıcının Satış Sonrası Hizmet Verip Vermemekte Serbest Olması	143
2. Bağımsız Servislerin Teşvik Edilmesi ve Teknik Bilgiye Ulaşımı	143
3. Yedek Parça Sektörü	145
a. Yedek Parça-Aksesuar Farkı.....	146
b. Orijinal Yedek Parça-Eş Kalitede Yedek Parça Farkı	147
4. Motorlu Taşıtlar Üreticilerinin Fikri Sınai Mülkiyet Hakları ile Ekipman Üreticilerinin Yedek Parça Dağıtım Haklarının Çatışması	149
II. TÜZÜK REFORMLARININ AMERİKAN SİSTEMİNİ ÖRNEK ALMASI	153
III. AB KOMİSYON TÜZÜĞÜNÜN REKABET KURULUNCA MEHAZ OLARAK ALINMASI	156
SONUÇ.....	162
EKLER.....	168
Ek 1: COMMISSION REGULATION (EC) No 1400/2002	168
Ek 2: Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği No: 2005/4	187

KAYNAKÇA	199
GENEL YAPITLAR	199
TEZLER	200
MAKALELER	201
INTERNET ÜZERİNDEN BULUNAN KAYNAKLAR	208
RESMİ KAYNAKLAR	211
KARARLAR	212
Adalet Divanı Kararları	212
Komisyon Kararları	214
TPICE	214
Fransız İçtihadı	215
Rekabet Kurulu Kararları	216
Yargıtay Kararları	217

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
ACEA	Association de Constructeurs Européens d'Automobiles
AET	Avrupa Ekonomik Topluluğu
A.Ş.	Anonim Şirketi
Aff.	Affaire
BEUC	Bureau Européen des Unions de Consommateurs
Bkz.	bakınız
BMW	Bayerische Motoren Werke
Bull. Civ	Bulletin Civile
C	Cilt
CC	Competition Commission of United Kingdom
Cah. Dr. Entr	Cahier Droit d'Entreprise
Cass. Com.	Cassation Commission
CECRA	Conseil Européen du Commerce et de la Réparation Automobile
CFI	Court of First Instance
CJCE	Cour de Justice des Communautés Européenes
CLT	Consumer law Today
CMLR	Common Market Law Reports
CNPA	Centre National des Professionels de L'Automobile
Cont.conc.consom	Contrat Concurrence Consommation
Comm. CE	Commission des Communautés Européennes
CRM	Customer Relationship Management
DESS	Diplome d'Etudes Supérieure Spécialisés
dpn	dipnot
EBLR	European Business Law Review
ECJ	European Court of Justice
ECLR	European Competition Law Review
ECR	European Court Reports
Edit.	Edition
ERC	Entreprise Resource Planning
EU	European Union
H.D	Hukuk Dairesi
I.B.L.J	International Business Law Journal
ICDP	International Car Distribution Programme
İBD	İstanbul Barosu Dergisi
JCP	Juriclasseur Périodique, La Semaine Juridique, Edition Générale
JCP E	Juriclasseur Périodique, La Semaine Juridique, Edition Entreprise
JOCE L.	Journal Officiel des Communautés Européennes
Jur.	Juriclasseur
Jur.auto	Journal Auto

KHK	Kanun Hükmünde Kararname
Ltd.	Limited
m.	madde
N.	Numara
NADA	National Association of Automobile Dealers
OJ	Officiel Journal
OSD	Otomobil Sanayicileri Derneği
RA	Roma Antlaşması
Rec.	Receuil
RG	Resmi Gazete
RKHK	Rekabetin Korunması Hakkında Kanun
RTD civ	Revue Trimestrielle de Droit Civile
RTD Com	Revue Trimestrielle de Droit Commercial et de Droit Economique
RVI	Renault Trucks
s.	sayfa
Somm.comm	sommaire commenté
T.	Tarih
TPI	Tribunal de Première Instance
TPICE	Tribunal de Première Instance des Communauté Européennes
TTK.	Türk Ticaret Kanunu
TVA	taxes sur la valeur ajouté
US	United States
Vol.	Volume
Yarg.	Yargıtay
YKD	Yargıtay Kararları dergisi

GİRİŞ

Nikolaus August Otto'nun 1876 yılında ilk dört zamanlı gaz motoru icadını, Otto'nun çalışma arkadaşlarından Daimler'in Otto'dan ayrılarak kendi atölyesinde geliştirdiği sıcak boru ateşlemesi sistemi takip etmiştir. Bu içten yanmalı motorlarda hâlâ yakıt olarak hava gazı kullanılıyordu.

Hava gazının yerine benzinin kullanılmasını sağlamak için yürütülen çalışmalar meyvelerini vermiş, Daimler arkadaşı Wilhelm Maybach ile birlikte bugünkü modern karbüratörlerin esasını teşkil eden ilk şamandıralı karbüratörü yapmıştır. 1885 yılında bu icadı ile Reitwagen isimli bir motorlu bisiklet üretmesi hiç de zor olmamıştır.

Aynı sene, 1885'te Alman mühendisi Karl Benz Daimler'in motoruna kendi bulduğu ilk elektrikli ateşleme sistemini de ekleyerek ticari yönden daha elverişli içten yanmalı motoru üretmiştir. "At kullanılmadan kendiliğinden hareket edebilen" anlamındaki otomobilin (auto+mobile) doğumu da, Otto'nun gaz motoru icadından yaklaşık on sene sonra Benz'in içten yanmalı motoru icadı ile mümkün olmuştur. 9 Ocak 1886 tarihinde Mannheim'li fabrikatör Karl Benz, 3 tekerlikli otomobili icat ederek Berlin'deki imparatorluk Patent Bürosu'na baş vurmuş, "gaz motoruyla hareket eden araç" için patent hakkını almıştır.

Önceleri sadece çok az sayıda, elit kesim tarafından ulaşılan bu yeni yer değiştirme vasıtası, Ford'un başlattığı standardizasyon üretimi ile büyük bir hızla popülerlik kazanmıştır. 2000 senesinde dünyada 800 milyon, Avrupa'da 170 milyon özel aracın tescil edildiği göz önüne alındığında otomobilin 19. yüzyıldan günümüze kadar büyük bir önem kazanarak adeta hayati bir ihtiyaca dönüştüğü fark edilir.

Üretim ve dağıtım zincirinin farklı halkalarını oluşturan aktörler arasında yapılan dağıtım anlaşmaları dikey anlaşma kabul edilmekte ve Roma Antlaşması m.81/1'in düzenlemesine tabi olmaktadır. Zira, dikey anlaşmalar karakteristik özellikleri nedeniyle esasen rekabeti sınırlayıcı hükümler getirmektedir.

Komisyon, ilk kez 1974 tarihli BMW kararı sonunda, kendine has özelliklere sahip olan otomobilin yüksek teknoloji barındırması, üretiminden dağıtımına kadar pek çok aktörün rol oynaması ve münhasır yapıdaki dağıtım sistemiyle bireysel muafiyet tanımıştır. BMW kararını takiben bireysel muafiyet için başvuru taleplerinin artması üzerine sektöre ilişkin ilk grup muafiyet tüzüğü olan 125/85 sayılı Tüzük yürürlüğe konmuş, bu Tüzüğü 1995 tarihli 1475/95 sayılı Tüzük izlemiştir.

Gerek 123/85 gerekse 1475/95 sayılı Tüzük'te inhisari bölgenin tanındığı seçici dağıtım sisteminin benimsendiği görülmektedir. Sağlayıcı tarafından dağıtıcıya inhisari bölgenin tahsis edildiği bu sistemde yetkili olmayan dağıtıcılara satış yapmama şeklinde kısıtlama getirilmekte, dolayısıyla yabancı ve yetkisiz aktörler ağa karışmamaktadırlar. Ayrıca, sağlayıcının, özellikle teşhir binası ya da kira konularında destek sağladığı dağıtıcıya, rakip markalı ürünleri satmaması için baskı yaptığı görülmektedir. Bir diğer baskı konusu da Birlik içinde fiyatların pahalı olduğu üye ülkelerden gelen talepleri karşılamaması yönündedir.

Seçici münhasır dağıtım sistemi, sağlayıcı açısından sadece seçici dağıtım ya da sadece münhasır dağıtım sistemini tercih etmesine oranla son derece avantajlıdır. Söz konusu sistemde, münhasır dağıtım sisteminin sağlayıcı için en dezavantajlı ve riskli sayılan fakat dağıtıcı için bir fırsat niteliğindeki "inhisari bölgede bağımsız yeniden dağıtıcılara ürün tedarik etme" olanağı tanınmamaktadır. Zira, dağıtıcı, seçici dağıtım sistemine göre sadece ağa dahil yeniden satıcılara mal tedarik edebilir. Seçici dağıtım sisteminde var olan aktif satışlar ise yine inhisari bölgenin tanındığı söz konusu sistemde yasaklanmıştır.

Görüldüğü gibi sağlayıcının eli dağıtıcı karşısında son derece güçlüdür. Yoğunlaşmalar ile altı güçlü üreticinin pazarda hakim olduğu Avrupa otomotiv sektöründe, dağıtıcının haklı olsa dahi sözleşme ilişkisini sonlandıramadığı görülmektedir. Zira, sağlayıcının rahatlıkla kendisiyle çalışacak başka bir dağıtıcı bulabilme şansına karşılık üretici/sağlayıcı sayısının gün geçtikçe azalması karşısında dağıtıcının yeni bir sağlayıcının ağına dahil olması zaman gerektirecektir. Büyük yatırımlar yaparak dağıtım faaliyetlerine girişen dağıtıcıların sözleşmeyi feshetmeleri halinde toparlanamama riski ile karşı karşıya kalırlar.

1475/95 sayılı Tüzüğün çizdiği tablodan son derece rahatsız olan Komisyon, oligopolistik bir yapının hakim olduğu taşıt dağıtım sektöründe hemen hemen tüm üreticilerin dağıtıcılara benzer sözleşmeleri dayattıklarını, bunun da rekabeti engelleyen kümülatif etki yarattığını düşünmektedir. 1475/95 sayılı Tüzük tip sözleşmesi dayatarak “korse” etkisi yaratmaktadır. Otomotiv sektöründe, operatörler arasında tekdüze, bir örnek sözleşmeler artık yerini plüralist sözleşmelere bırakmalı, böylelikle satış-bakım/onarım-yedek parça faaliyetlerini tekdüze bir sözleşmede birleştirmek yerine bu faaliyetleri 2’ye (satış-bakım/onarım ve yedek parça) hatta 3’e (satış ve bakım/onarım ve yedek parça) bölmek mümkün hale getirilmelidir.

Komisyon, 1475/95 sayılı Tüzüğün tip sözleşmesini dayatmasının yanında marka içi rekabet yok denecek kadar zayıf olduğunu, hayli sıkı ve zor koşullar nedeniyle çok markalı satışın engellendiğini, sağlayıcı arasında rekabetin ancak garanti süresinin dolmasından sonra başladığını, araçlar ya da Internet vasıtasıyla canlanması ümit edilen sınırlar arası satış ve teslim işlemlerinin engellendiğini fark etmiştir. Birlik üyesi ülkeler arası otomobil fiyatlarındaki farklılığın günden güne artmasını sağlayıcıların söz konusu kısıtlamalarına bağlamıştır; Birlik içindeki fiyat farklılığını, otomobil piyasasında rekabetin yokluğu ile ilişkilidir.

Tüketicinin, 1400/2002 sayılı Tüzüğün denge noktası olduğunu, tüm değişiklikler tüketicinin çıkarları düşünülerek gerçekleştirildiğini söylemek hatalı olmaz. Komisyon, 1400/2002 sayılı son Tüzük ile ortak bir rekabet politikası oluşturmayı, bu sayede iç pazarın gerçekleştirilmesi ile tüketicilerin tüm Avrupa’da arz edilen taşıtları ve servisleri en uygun fiyatla elde edeceklerini düşünmektedir.

Son Tüzüğün satış, satış sonrası servis ve yedek parça pazarını sarsıcı nitelikte değişiklikler getirdiğini söylemek hatalı olmayacaktır. Söz konusu pazarlarda tüketicinin davranışlarında meydana gelen değişikliklerin bu reformlar sırasında göz ardı edilmediği açıktır. Tüketicilerin talepleri sadece daha ucuz ya da daha donanımlı araçlarla sınırlı kalmamaktadır. Aracın kendisine tesliminden satış sonrası bakım-onarım hizmetlerinden de pekçok beklentisi bulunmakta, bu beklentileri karşılamak için alternatif satış ve servis kanallarını kullanmaktan çekinmemektedirler.

Günümüzde tüketicilerin % 35’inden fazlasının internet üzerinden araç satın almaya hazır olduğu göz önüne alındığında son Tüzüğün Internet brokerları ile satış ve supermarketlerde satış gibi alternatif dağıtım kanallarının teşvik etmesi son derece

doğaldır. Sanal ortamda broker'lık mesleğinin günden güne güçlenmesi üzerine Komisyon, araçların da sadece üzerlerinde üreticilerin baskısı olan dağıtıcılar vasıtası ile satıldığı ve alındığı sert sisteme son vermek niyetindedir.

Tüketicinin pek çok bölgeye yayılan oto-merkezler (centre auto) ve hızlı servisler gibi alternatif servis kanallarına ilgisi ve güveni günden güne artmaktadır. Fiyat ve kalite karşılaştırması yapan tüketici, artık yetkili servisleri, "pahalı hizmet, şeffaf olmayan ücretlendirme" tabirleriyle anmaya başlamıştır.

1400/2002 sayılı Grup Muafiyeti Tüzüğü, satış sonrası servis pazarında daha fazla söz sahibi olmak isteyen üreticiye karşı bağımsız aktörleri kollamış, teknolojik bilgiye ve orijinal yedek parçalara ulaşma aşamasında bir dizi değişiklik getirmiştir. Ayrıca, teknik bilgiye ulaşmada yetkili servis ve bağımsız servis arasında eşitliği sağlayarak rekabeti canlandırmayı hedeflemiştir.

Söz konusu Tüzüğün reform niteliğinde kabul edebileceğimiz, özellikle Birlik içinde ek tesis açma, aynı teşhir yerinde çok markalı satış, satış ve servis birlikteliğine son verme gibi kimi değişiklikleri olumlu bulunduğu kadar eleştiri de toplamıştır.

Çalışmamızda son Tüzük değişikliklerine getirilen eleştirilere titizlikle yer vermeye gayret ettik. Bazı reformları da kimi yazarlar tarafından 2010 tarihinde motorlu taşıtlar sektörüne özgü 1400/2002 sayılı Komisyon Tüzüğü'nün ortadan kaldırılacağı ve motorlu taşıt dağıtım sözleşmelerinin, tüm dikey anlaşma ve uyumlu eylemlere uygulanan genel bir tüzük özelliğindeki 2790/99 sayılı Komisyon Tüzüğü'nde değerlendirileceği şeklinde yorumlanmıştır. Her iki Tüzüğün karşılaştırmasını yaparak söz konusu düşünceleri yorumlamaya gayret ettik.

Son olarak, Rekabet Kurulu'nun Komisyon tüzüklerini mehz alması, özellikle 2004/5 sayılı Rekabet Kurulu Tebliği'nin Komisyon Tüzüğü ile büyük ölçüde aynı düzenlemeleri içermesi üzerinde durduk. Komisyon reformlarının Kurul tarafından aynen benimsenmesi özellikle motorlu taşıt üreticileri tarafından eleştirilmiştir. Zira, Komisyon'un bu reformları getirmesindeki en büyük etken Birlik içindeki taşıt fiyat farklılıklarını ortadan kaldırmaktır.

Birinci Bölüm

OTOMOTİV DAĞITIM SEKTÖRÜNE GENEL BAKIŞ

Otomotiv sektörü, üretim ve dağıtım faaliyetlerinde bulunan birbirlerinden farklı ve karmaşık faaliyetlere özgü halkaların oluşturduğu bir zincirden meydana gelir. Zincirin en başındaki halka, otomobilin gövdesini oluşturan demir çelik ve otomobil mekanizması üreticisidir. Bu halkayı otomobil camı ve tekerlek üreticileri takip eder. Üretim aşamasındaki en son halka ise ekipman parça üreticileridir. Zincirin en son halkasını, müşteri ile ilişkiyi kuran ve ürünün satılmasına aracılık eden dağıtıcılar oluşturur.

Otomotiv sektörü, günümüze kadar iki önemli üretim metodu ile karşılaşmıştır. İlki, Taylor'un geliştirdiği teorilerden etkilenen Henri Ford tarafından 1920'li yıllarda ilk adımları atılan "yığın üretimi"dir. Söz konusu üretimde, parçaların birleştirilmesi için merkezi sistemler kurulmuş, montaj için atölyeler oluşturulmuş, atölyelerde işbölümü ile her bir işçi belirli bir görevi üstlenmiştir. Bant akışının sürekli kılınması sayesinde ürünlerin çok miktarda ve standardize üretimi gerçekleşmiş, müşteri standart ürünler ile tatmin edilmeye çalışılmıştır. İşin psikolojik boyutunun tartışılması ise 1960'lı yıllarda gerçekleşmiştir. Tartışmaların merkezi işçidir; işçi, iş ile ilgili düşünmemekte, sadece yukarıdan gelen komuta sistemi ile hareket etmektedir. Fordist modelde ortaya çıkan verimsizliğin ve hantallığın ortadan kaldırılması amacıyla teknolojiden çok insan faktörünün kullanması fikri geliştirilmiştir.

1980'li yıllarda Japon üreticinin, ürünün kalitesinden sorumlu ve son derece işin ehli işçiler çalıştırması bu dönemde ekol yaratmış, Toyotizm (yalın üretim) gözde üretim şekli haline gelmiştir.

Sektörün içindeki söz konusu yapılanmalar için üstün çaba ve büyük yatırım harcanmıştır. İlk yıllarda özellikle Asyalı üreticilerin rekabeti ile karşı karşıya kalan Avrupalı üreticilerin savunma olarak üretim faaliyetlerini yapılandırılmaları ise şaşırtıcı değildir.

Üreticilerin büyük bir kısmının doygunluğa ulaştığı günümüz otomobil pazarında yeni fırsat arayışları zorunluluk olmuştur. Otomotiv sektöründeki aktörlerin yoğunlaşmalar ile ölçek ekonomilerini geliştirmeye çalıştıkları, ayrıca keşfedilmemiş pazarları araştırdıkları görülmektedir.

Otomotiv sektörünün oluşturduğu zincirin en stratejik halkasını dağıtım halkası oluşturur. Müşteriyi, kaliteli satış sonrası servis ve bağımsız parça satış hizmetleri ile cezbeden dağıtıcı, üretici tarafından satışa hazır hale getirilen otomobilin satılmasında üreticiye destek sağlar. Bu nedenle, üreticiler için, üretici-dağıtıcı arasındaki işbirliği, istikrarlı ve yaygın bir dağıtım ağının varlığı büyük bir ihtiyaç ve gerekliliktir. Dağıtım ağının kalitesi markanın tanınmışlığını, ayrıca satışların hakim olduğu bölgeyi belirler. Dağıtımın düzenleyici bir etkisi olduğu inkar edilemez; dağıtım ağının sağladığı müşteri talepleri ve müşteriye ait bilgiler ışığında üretici üretiminin seviyesini ayarlayabilir, pazarın gelişmesini takip edebilir, pazara yeni modeller sokabilir.

Dağıtımın bu tartışmasız gerekliliği karşısında, tüm dünya üreticileri dağıtım ağlarının daha verimli, daha yenilikçi kılmak, kısaca müşteriyi en iyi şekilde memnun etmek için özen göstermektedir. Rekabet baskısı altındaki üreticilerin artık tüm çabalarını müşterilerin “tam memnuniyetine” kaydırdıkları gözlenmektedir¹. Müşteri ile kurulacak sağlam bir ilişki, markanın ve dağıtım ağının rekabet ortamında ayakta kalabilmesi için en kritik faktördür. Ayrıca, yeni bir müşteri kazanmanın maliyeti, var olan bir müşterinin markaya olan bağlılığın korumaya oranla 5 kat daha fazladır².

Günümüzde üreticiler, başarılarının sadece otomobillerin kalitesine bağlı olmadığını, fakat yüksek kalitede bir dağıtım kanalı ile müşterilerinin beklenti ve isteklerine

¹ **Tsatsaronis Mihail**, L'Adaptation Du Secteur de La Distribution Automobile Aux Evolutions Juridiques et Commerciales, DESS GEI, Mémoires du Fin D'Etudes, 2003-2004, Université Paris 1, Bibliothèque Cujas, s.6

² **Kniebihler Maurice-Jean / Chieux Thomas**, “Vers Une Nouvelle Distribution Automobile”, MJK Conseil, Le Vésinet 1999, s.173

tamamen cevap verebileceklerini anlamışlardır. Müşteri memnuniyeti, gerek satış gerek satış sonrası hizmetler alanında her müşterinin kişisel ihtiyaçlarına cevap verecek doğru aracın sunulması, bu sunuma bağlı olarak gerekli hizmetin verilmesi ile mümkün olacaktır. Hatta satış sonrası servisin kalitesi o kadar önemlidir ki çoğu zaman bu kalitenin varlığının bilinmesi aracın satın alınmasında aracın özelliklerinden daha baskın olmaktadır.

Otomobil dağıtımı, gerek otomobilin yapısının gerekse dağıtımının kendine has özellikler taşıması sebebiyle yine kendine has bir çevrede gelişme göstermektedir. Sıradan bir ürün söz konusu olmadığından bu ürünün dağıtımı da sadece geleneksel yollarla yapılmamaktadır. Şöyle ki; otomobilin satışa çıkarılmasından satın alınmasına kadar birincil ve ikincil dağıtım ağları oluşturulmuştur.

Ekonomik hareketlenmenin görüldüğü bir çevrede otomobil dağıtımının yapısı ve tekniğinde önemli gelişmeler olmuştur. Yeni satış teknikleri ve araçları, tüm işletme metotlarını değiştirmiştir. Günümüzde, Yeni Bilişim ve İletişim Teknolojileri sayesinde, bilgi, gerek bayiler arasında gerek bayi ile üretici arasında gitgide daha hızlı şekilde yayılmaktadır. Geniş bir veri ağına sahip kurumlar artık birbirleri ile uyumlu satış teknikleri gerçekleştirebilmekte, müşteri ile daha iyi bir ilişki kurabilmektedirler. Bu sayede, hem stoklar erimekte hem müşteri tatmin edilmektedir.

Motorlu taşıt satışı günden güne zorlaştığı, kar oranlarının sürekli düştüğü³, motorlu taşıt üreticilerinin kendilerine ait satış noktalarını arttırarak doğrudan satış yapmayı tercih ettikleri sektördeki bu değişikliklere karşı, yetkili dağıtıcıların büyük gruplar⁴ ve geniş dağıtım platformları kurarak ayakta kalmaya çalıştıklarını gözlemlemekteyiz.

³ Avrupa otomotiv endüstrisi, talep fazlası üretim (overcapacity) ve dünya ekonomisinin gerilmesi ile paralel tüketicinin taşıt satışında azalan talebi ile kan kaybetmektedir, EU Overhauls Car Market, 7 September, 2001, <http://news.bbc.co.uk/2/low/business/1530499.stm>

⁴ Dağıtıcılar arasındaki gruplaşmanın en çok İngiltere’de belirdiği, buradaki yetkili dağıtıcıların %33’ünün 3 ve daha fazla yetkili dağıtıcıyı içerecek şekilde gruplaştıklarını görmekteyiz, bkz. **Kniesbiller/ Chieux**, s. 34; **Julien Bernard**, “La Distribution Automobile En 2000: Vers Le Partenariat ou La Taylorisation?”, Actes Du Gerpisa, N.31, s.136; **Buzzavo Leonardo**, Automotive Distribution Between Globalisation and Local Contexts: The Role of Dealer Groups In Europe, Eleventh Gerpisa International Colloquium, 11-13 June 2003, s.9

I. TÜKETİCİ GÖZÜNDE OTOMOBİL

2000 senesinde Taylor-Nelson Sofres tarafından gerçekleştirilen bir çalışma⁵, otomobilin, Avrupalı tüketiciler gözünde, diğer aile içi harcamaları ile güçlükle karşılaştırılabilir kendine has bir ürün olarak görüldüğünü göstermektedir. Otomobil satın alımı, konut gibi güçlü bir finans yatırımı olmaktan öte aynı zamanda duygusal bir yatırımdır; pek çok kişi otomobili, hareket etme ihtiyaçlarını karşılamak yanında duygularını tatmin etmek için de almaktadır.

Avrupa'da, otomobil satın alımı ve otomobile yapılan masraflar ortalama senelik gelirin % 3,5 ile %5'ini oluşturarak, konut satın alımından hemen sonra gelmektedir. Avrupalı tüketicilerin %92'si otomobili ani bir kararla değil, aksine uzun süre düşündükten sonra satın almaktadırlar⁶.

Aile, ekonomik ve sosyal durumuna göre ihtiyacı olan otomobili belirlemek; İnternet, katalog ya da aile ve yakın çevresinden bilgi toplamak; otomobillerin özelliklerini karşılaştırmak; deneme sürüşleri yapmak; satıcı ile pazarlık yaparak fiyatta indirim ya da başka imkanlar sağlamak gibi aşamalar genellikle tüm alıcılar tarafından kat edilir⁷. Avrupa'da alıcıların %75'i fiyatta pazarlık yapmaktadır. Yapılan pazarlık aracın fiyatında, ekipman ve aksesuar fiyatlarında, eski aracın teslimi karşılığı yeni motorlu taşıt alımında indirim sağlanmasında, servis sözleşmelerinde ve garanti süresinin uzatılmasında söz konusudur.

Otomobilin tasarımı, üretimi, bakımı ve onarımı kullanıcının güvenliğini kadar çevrenin korunması ile de ilişkilidir. Doğanın ve güvenliğin korunması amacıyla Komisyon'un yayınladığı direktiflerin⁸ otomobili oluşturan yüksek teknolojik parçaların sürekli bakım, onarım ve kontrolleri için baskı aracı olduğunu söyleyebiliriz.

⁵ **Sofres Taylor Nelson**, La Perception de La Distribution, Note de Synthèse, 28 Novembre 2000, s.9

⁶ Alıcıların bu kararı vermesi 3 aydan 6 aya kadar uzanan bir sürede gerçekleşir.

⁷ **Cars Online 04/05**, "Driving Growth Through Collaboration", 2004; **Moyer Mel S. / Whitmore Neil M.**, "An Appraisal of The Marketing Channel for Automobiles", Journal of Marketing, Vol 40, N.3, July 1976, s.35

⁸ yayılan gazın miktarına yönelik 1999/102/CE ve 1996/1/CE; kullanılan benzinin ve gazın kalitesine yönelik 1998/70/CE; teknik kontrollere yönelik 1999/52/CE; dizel motorların yaydığı gaza yönelik 1997/20/CE direktifleri

Otomobil sektörü, artık, daha çok araştıran ve daha bilgili bir tüketici ile karşı karşıyadır. Tüketici, bu sektöre has sürekli yayımlanan çeşitli dergiler⁹ ve Internet sayesinde, kendisine sunulan farklı modelleri, fiyatları inceleme ve karşılaştırma imkanına sahiptir. Ayrıca teknolojiyi sıkı şekilde takip eden tüketicinin konfor, güvenlik, ekipman, emniyet, ayıca satış ve bakım fiyatları konusunda beklentileri vardır. Bu beklentiler öylesine fazla ve satıcı gözünde öylesine etkilidir ki, üreticilerin her sene, bu talepleri karşılayan onlarca farklı model çıkarmaktan başka şansları kalmamaktadır. Bu nedenle, günümüzde, bu sektördeki ürün arzı talebin çok üstündedir. Son derece güçlü global rekabet ortamı içinde on beşten fazla bağımsız araba üreticisi ya da grubu tarafından yaratılan kırktan fazla marka müşterisine en iyi fiyat-değer seçeneği sunma yarışındadır. Kendisine sunulan ürün çeşitliliği arasında kaybolan tüketici artık seçim yapamama, kararsız kalma konusunda sıkıntılıdır.

Tüketicinin kararsızlığının farkında olan üreticiler, kendi ürünlerinin ve satış sonrası servislerinin kalitesi ve avantajları hakkında onları ikna etme çabasındadırlar. Otomobil piyasasındaki rekabette “marka imajı” baş rolü üstlenmektedir¹⁰. Tüketiciler, markaya karşı hassastırlar; onlar sadece teknik bir ürün olan arabayı satın almazlar, “marka” altında kendilerine sunulan kapsamlı ve karışık bir ürün-servis paketini satın alırlar. Dolayısıyla, otomobil üreticileri kendi marka ve ürünlerinin getireceği faydalar üzerine tüketiciyi ikna etmek için büyük reklam harcamaları yapmaktadırlar. Yaratılan imaj ve güç ile müşterinin aradığı “güvenlik, yenilik ve kalite” özellikleri vurgulanmaktadır¹¹.

II. DAĞITIM AĞI

Otomobil dağıtım ağı iki seviyeli bir yapıya sahiptir: yetkili satıcılar (concession), üreticinin sahip olduğu tali satış mağazaları (filiales et succursales) ve servis destek noktaları (le point service) ilk seviyedeki ağı oluştururlar.

Satıcı adına çalışan acente (agent commercial), yetkisiz yeniden satıcılar(revendeur indépendant)¹², alıcı adına çalışan acente (mandataire) ve alt yetkili satıcı ikinci seviyedeki dağıtım ağını oluşturur.

⁹ Fransa’da Auto-moto, Auto-plus, L’Argus vs.

¹⁰ **Dudenhöffer Ferdinand**, “On the Importance of Selective and Exclusive Car Distribution System in Europe”, University of Applied Sciences Gelsenkirchen, Germany , October 2000, s.9

¹¹ **Dudenhöffer**, s. 11

¹² galeri ve internet üzerinden taşıt satışı yapan teşebbüsler

Yetkili satıcılar, genellikle küçük veya orta çaplı şirketlerdir¹³. Üretici firmaya ya da ithalatçı firmaya aralarında imzalanan dağıtım ve servis sözleşmesi ile bağlıdır. Üreticiden satın aldıkları motorlu taşıt satışı ve bakımı ile ilgilenmektedirler. Ayrıca üreticiden satın aldıkları ana parçaları alt yetkili satıcıya veya bağımsız tamircilere satarlar.

Yetkili satıcılar, üreticinin satış politikasıyla ilgili kararlarla bağlıdırlar. Üreticinin sahip olduğu güç kendisine önemli bir pazarlık gücü verir; öyle ki, satış metotları ve satış sonrası servis konularında kendi standartlarını yetkili satıcılara kabul ettirirler. Ayrıca reklam ve promosyon alanlarında yetkili satıcıları destekleyerek onların bağımsızlıklarını biraz daha kısıtlarlar.

Üreticinin sahip olduğu satış mağazaları %100 veya %50 oranında üretici firmaya ya da ithalatçı firmaya aittirler. Yetkili satıcılar için “markanın vitrini” oldukları söylenebilir¹⁴. Esnek yapıları sayesinde, üreticinin müşteriye yakınlık politikasına yardımcı bulunur, müşteri ile direk ilişkinin kurulmasını sağlar ve satılmayan stokların erimesine katkıda bulunurlar.

Satıcı adına çalışan acente, hizmet sözleşmesi ile bağlı olmadan, üreticinin adına ve hesabına pazarlık yapma, ayrıca satış ve satış sonrası hizmet sözleşmeleri imzalama yetkisine sahiptirler¹⁵. Görüldüğü üzere, acenteler alt yetkili satıcı, satış noktası ve yetkili satıcının veya üreticinin sahip olduğu satış mağazalarının hem satış hem de satış sonrası servis noktalarıdır.

Satıcı adına çalışan acenteler genellikle yetkili dağıtıcılara oranla daha küçük operatörlerdir ve gerekli kriterleri taşımadıkları için üreticinin seçici dağıtım ağına dahil olamamışlardır¹⁶. Bunlar, küçük yerleşim yerlerinde, az nüfuslu yerlerde yetkili

¹³ **Andersen Consulting**, Study On The Impact of Possible Future Legislative Scenarios for Motor Vehicle Distribution on All Parties Concerned, 03.12.2001, http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/distribution/eval_reg_1475_95/studies/impact_legislative_scenarios/appendices_i.pdf; **CC 2000**, New Cars: A Report on The Supply of New Motor Cars Within The UK Appendix 6.62, s. 178

¹⁴ **Mihail**, L'Adaptation Du Secteur de La Distribution Automobile, s.24

¹⁵ Tribunal de Commerce Rennes, 10.05.2005, LawLex200500005700JBJ, Vogel/Vogel'den naklen, **Vogel Louis / Vogel Joseph**, Droit de La Distribution Automobile II, Bilan de L'Application du Règlement 1400-2002, 2006-2007, JuriScience, s. 42, dpn. 59; **Lagarde F.**, “Pas de Statut d'Agent Commerciale Ni de Règlement Européen Pour Les Agents Service”, www.autoactu.com, 25.05.2005

¹⁶ **Vogel/ Vogel**, Droit de La Distribution Automobile II, s.41

satıcıları ve üreticinin sahip olduğu mağazaların boşluğunu doldurup onları temsil ederler.

1995 ve 2005 tarihleri arasında, Avrupa'daki acente sayısının 17.227'den 9 329'a düştüğü gözlemlenmiştir. Bunun en büyük nedeni olarak, marjları gün geçtikçe düşen yetkili dağıtıcıların acentelerle marj paylaşmaktan kaçınmalarıdır¹⁷.

Müşteri adına çalışan acenteler¹⁸, ilk olarak 1985 senesinde iç pazarın gündeme gelmesiyle ortaya çıkmıştır. Söz konusu acenteler, diğer Avrupa Birliği üyesi ülkelerden daha uygun fiyatlara müşterinin istediği motorlu taşıt satın alarak müşterinin ülkesine sokmakta, taşıtları, söz konusu bölgede faaliyette bulunan yetkili satıcılardan daha düşük fiyata satmaktadırlar. Bu acenteleri iki kategoride değerlendirmeliyiz: ilki¹⁹, müşteriyi temsil eden, esasen başka bir ülkede yetkili satıcı olan acentedir. Daha ucuza motorlu taşıt satmak amacıyla stok bulundurmazlar, sadece müşteri ile kendi ülkesindeki satıcıyı buluştururlar. Diğer ise²⁰, müşteri ile temsil sözleşmesi imzalayan, müşterinin belirlediği aracın özelliği, teslim süresi ve fiyat konularında söz konusu sözleşme ile bağlı kılınan acentedir. Müşterinin arzuladığı aracın alımını gerçekleştirirler.

Alt yetkili satıcı, yetkili satıcının sahip olduğu satış yerlerinin satış ve servis destek noktasıdır. Aralarından bazılarında ikinci el motorlu taşıt satma, hafif ticari motorlu taşıt satma, yük arabaları satma gibi yetkiler verilebilir.

¹⁷ Genet J.-P., Le Tissu de Point de Vente Se Rétracte Encore, L'Argus, 07.07.2005, s.21

¹⁸ bireysel müşteriyi temsil eden araçlar olarak da tabir edilmektedir

¹⁹ mandataire transparent

²⁰ mandataire opaque

III. OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE YOĞUNLAŞMALAR

Son yıllarda Avrupa otomotiv sektöründe, otomobil üreticileri arasında devralmalar, birleşmeler ve ortak girişim kurma gibi hızlı bir yapılanma göze çarpmaktadır²¹. Pazarın %10'undan fazla paya sahip başlıca 6 büyük üretici grubu²² bulunmakta, pazarın %74'ünü temsil etmektedirler²³. Diğer kısmı ise diğer Avrupalı üreticiler, Koreli ve Japon²⁴ üreticiler temsil etmektedir.

Otomobil dağıtım sektörünün gelir ve gider yapısı incelendiğinde son 10 senede pek çok değişimin yaşandığı fark edilir. Dağıtımın araç fiyatları üzerindeki etkisi %28'lerden %32'lere yükselmiştir. Reklam bütçelerinin her geçen gün artırılması bu değişikliğin en önemli nedenlerindedir. Bu artış üzerine harekete geçen otomobil üreticileri, dağıtımın mal olduğu miktarı kıstak ve dağıtım ağlarının getirdiği ticari verimi artırma yollarını bulmaya girişmişlerdir. Bu arayış, yetkili satıcılara, kendilerine ayrılan marjların düşmesi, müşteriye günden güne daha fazla indirim sağlanması, üreticiler tarafından kendilerine sunulan primlerin artık gelirlerinin ana kaynağı olması olarak yansımıştır.

Oldukça kalabalık ve kısıtlı bir alanda faaliyet gösteren yetkili satıcıların marjlarının düşmesi kendilerini üretici karşısında son derece güçsüz duruma düşürmektedir. Yetkili satıcılar, marjların yükseltmek için üreticinin talep ettiği servis hizmeti sunmak, tüketiciye finans kaynağı bulmak, 2. el araç satışı gibi yan faaliyetlerde bulunmak durumundadırlar. Avrupa'da, otomotiv sektöründe tamir faaliyetleri, artık, yeni araba satışına kıyasen daha karlı bir alanı temsil etmektedir. Otomobil satışları için müşteriye gerekli finansman kaynağının bulunması, satışları desteklediği kadar yetkili satıcılar için diğer bir gelir kaynağıdır. Her yetkili satıcı en azından 2 finans şirketi ile işbirliği içindedir.

²¹ 1998'deki Daimler-Benz ve Chrysler evliliğini, Ford'un Volvo'yu; Renault'un Nissan, Dacia ve Samsung'u alması; General Motors'un Saab'ı ve Fiat Auto'nun %20'sini; Volkswagen'in Scania'nın %34'ünü, Volvo'nun RVI'yı, satın alması takip etmiştir, **Kniebihler/Chieux**, s. 65; Analysis: Europe's Car Industry, 12.05.2000, <http://news.bbc.co.uk/2/low/business/746306.stm>

²² Ford grup (Ford, Volvo, Jaguar), General Motors grup (Opel/Vauxhall, Saab), Renault grup, Peugeot grup "PSA" (Peugeot, Citroen), VW (Volkswagen, Audi, Skoda, Seat), Bayerische Motoren Werke Aktiengesellschaft (BMW, Rover, Land Rover, Mini, MG), bkz. **CC 2000**, New Cars, Appendix 2.83, s. 25

²³ otomobil endüstrisindeki yoğunlaşmalar, dünya pazarına belli başlı birkaç güçlü grubun hakim olmasına, diğer deyişle oligopol pazara sebep olacak niteliktedir, **Kniebihler/Chieux**, s. 76

²⁴ Toyota, Nissan, Mazda, Honda, Mitsubishi

Yukarıdaki açıklanan gelişmelere paralel, dağıtım sektöründe marka içi rekabetin hareketlendiği söylemek hatalı olmaz. Aynı dağıtım ağı içindeki farklı dağıtıcılar kendileri gibi aynı markayı dağıtan diğer aktörlerle rekabet için müşteriye indirim ya da başka avantajlar sağlamak, daha esnek servis saatleri, 7/24 destek gibi ellerindeki tüm vasıtaları kullanmaktadırlar.

Günümüzde otomobil dağıtım sektöründe, müşteri lehine finans ve ticari kazanç arayışları aktörler arasındaki yoğunlaşmaları tetiklemiştir. Pek çok otomobil üreticisi markalarının imajını korumak, ayrıca satış ve satış sonrası serviste kuralları belirlemek ve kontrol etmek için daha küçük, işleri daha az düzene oturmuş dağıtıcıları devralarak bunları pazardan elemeye başlamışlardır.

Söz konusu yeniden yapılanmaları, müşteri potansiyeli yüksek coğrafi alanlarda hayli önemli ebatlarda satış noktalarının açılması izlemiştir. Dağıtım ağının modernleştirilmesi meyvelerini vermeye başlamış, örneğin İtalya’da araç satışında %14’lük artış gözlenmiş, diğer Avrupa ülkelerinde ise yetkili satıcılar senede bin araba daha fazla satmaya başlamışlardır. Yine de, Avrupa’daki motorlu taşıt üreticisinin devralma faaliyetlerini tamamladığı söylenemez. Henüz 2000’lerin başlarında Amerika’daki 23.400 Japonya’daki 17.700 yetkili satıcının varlığına rağmen Avrupa’da bu sayı 90.000’den fazladır. Bu sayının nüfus yoğunluğuna oranla son dere fazla olduğu açıktır. Fransa’da 1000 vatandaşa 37 satış noktası ve 11 yetkili satıcı düşerken Japonya’da aynı sayıdaki vatandaşa 15 satış noktası ve 2 yetkili satıcı düşmektedir²⁵.

Üreticilerin, faaliyetteki yetkili dağıtıcıların kendilerine sadakatlerini korumak amacıyla ağ içinde iletişimi kolaylaştırmaya dikkat ettikleri gözlenmektedir. En önemli otomobil gruplarının pivot stratejisi geliştirerek ürünleri yetkili satıcılara artık belli başlı merkezler üzerinden sağlamışlardır. Örneğin Fiat otomobil grubu, Avrupa’da “Grand Centre” isimli bir teşkilat kurmuş, her Avrupa şehrinin başkentinde oluşturulan merkezleri buraya bağlamıştır. Opel ise, Almanya’da bin yetkili satıcının yerini alacak beş yüz sorumlu merkez belirleme yoluna gitmiştir. Bu stratejiler, gruplara hem ölçek ekonomilerinin oluşturulmasında yardımcı olmuş hem de stokların yönetim ve bilişim bazında kontrolünü sağlamıştır.

²⁵ **Reynaud Delphine**, Evolution de La Distribution en Europe, Mémoire 2001-2002, Bibliothèque Cujas, s.21

IV. DAĞITIM METOTLARINDAKİ DEĞİŞİMLER

Rekabetin yoğunluğu ve teknolojinin hızla gelişmesi karşısında Henri Ford'un ünlü esprisi “müşterinin 2 renk arasında seçim yapabilir, siyah ve siyah” artık günümüzde etkisini kaybetmiştir. Tek bir markaya sadakatin ortadan kaybolmaya başladığı günümüz otomotiv endüstrisinde, artık tüm ürünler müşterinin isteklerini karşılamak amacıyla üretilmektedir. Kısa sürede satış hacmini artırmaya yönelik satış bazlı pazarlama stratejisinden satıcı-müşteri ilişkisinin ön planda tutulduğu pazarlama yöntemine geçiş yapılmıştır. Reklam amaçlı ve sadece tek taraflı bir iletişim kurmak yerine müşterilerle sürekli bir diyalog ilişkisi kurulmaya dikkat edilmektedir.

Dağıtıcıların kullanımına satış ve servis faaliyetlerini geliştirebilmeleri amacıyla üreticiler tarafından pek çok vasıta sunulmuştur. Bilişim ve iletişimdeki yeni teknolojiler ve telematik, otomotiv dağıtım sektöründe etkilerini hissettirmektedir. Ağ içindeki farklı aktörler arasındaki iletişim, örneğin üretici-dağıtıcı arasında, dağıtıcılar arasında, bankalar ve kredi sağlayan kuruluşlar arasında hız kazanmıştır. Intranet ilişki sayesinde katalog dağıtımı, stokların ve siparişlerin, ayrıca fatura bilgilerinin takibi, sipariş üzerine üretilen aracın takibi daha hızlı ve güvenli hale gelmiştir. Ayrıca stoklardan yanlış ürünün çıkması ya da teslimat aşamasında oluşabilecek hatalar engellenmiş ya da aza indirilmiştir. Özel bir iletişim ve bilgi ağının geliştirilmesi, yetkili satıcının üretici firmalarla tek bir kanaldan daha basit ve yalın şekilde iletişime geçmesine olanak sağlamıştır.

Müşteri İlişkileri Yönetimi²⁶ ön plana çıkarılmış, böylelikle müşteri memnuniyeti en üst seviyeye çıkartılarak şirketin performansının artırılması hedeflenmiştir. Homojen ve bütünleşmiş bir bilgi sistemine geçiş aşamasında Internet'in rolü esastır; bilgi akışı Internet sayesinde mümkün olmaktadır. Internet ile müşterinin aktüel ve gelecekteki davranışları analiz edilmekte, müşteri ile ilişkiler kişiselleştirilmekte ve müşterinin markaya olan bağlılığı korunmaktadır²⁷.

Müşteri memnuniyeti stratejisi bir davranış kuralı getirir; tüm dikkat, dağıtım faaliyetleri sırasında müşterinin subjektif tepkisine verilmelidir. Bu strateji ilk

²⁶ CRM (Customer Relationship Management)

²⁷ **Toru Ide**, Cohabitation du Concessionnaire Virtuel et Des Concessionnaires Physiques: Le Cas de La Distribution Automobile, Ecole Supérieure de Commerce de Paris, Marketing&Communication 2005, Thèse Professionnelle, s.37

zamanlarda havayolu şirketleri, ünlü otel zincirleri ve bankalarca Amerika'da kullanılmıştır. Bu yöntem ile 1996'da %65'e, 2001'de %75'e yükselen tamamen memnun olmuş müşteri oranı 2004'te %80'i bulmuştur.

Tüm bu gelişmelere paralel, yetkili satıcıların stoklarını eritmek amacıyla müşteriye hayalindeki aracı sunmadığı eski geleneksel satış sisteminden, müşterinin belirlediği özelliklere göre aracın fabrikaya sipariş edildiği sisteme²⁸ geçilmesi doğaldır. Eski sistemde, motorlu taşıt dağıtıcıları, üreticiler tarafından istedikleri otomobil modellerini satın alabilmek için daha az popüler belli miktarda motorlu taşıt satın almaya zorlanmakta, bu az revaçtaki ve stoklarında durmadan biriken otomobilleri müşteriye satmaya çalışmaktaydılar. Bu modellerden kurtulmak için müşteriye indirimler sağlanmaktaydı. Dolayısıyla dağıtıcıların karları da düşmekteydi. Yeni sistem ile dağıtıcıların stoklama maliyetlerinin ve teklif edilen indirimlerin düşmesi ile karları artmıştır. Piyasaya yeni sürülen bir modelin başarısızlığı uğraması ihtimalinde talep fazlası üretim engellenmiştir. Ayrıca eski sistemde üreticinin talimatları ile bağlı olan, karar aşamasına hemen hemen hiç katılmayan dağıtıcının yeni sistemde artık daha güçlü bir rolü vardır. Bu sistem yeni motorlu taşıtları olduğu kadar otomobil parçalarını da kapsar.

Stoklardan motorlu taşıt seçme yönteminden müşterinin siparişine uygun²⁹ taşıt üretmeye geçiş hiç kuşkusuz üretimden dağıtıma kadar bir dizi değişikliği gerektirmiştir. Otomobillerin son derece hızla üretilmesi için tüm fabrikaların kapasitesi yeniden gözden geçirilmiş, ayrıca üreticilerin son dakika değişikliklerine hazırlıklı olması gerekmiştir. Taşımanın hızlandırılması için gelişmiş bir lojistikten faydalanılmıştır. Elde kalan ürünler bir merkezde stoklanmış, bu merkeze tüm dağıtıcıların serbestçe girmesinin yolu ise etkin bir bilgi ve iletişim sistemleri ile mümkün kılınmıştır³⁰.

V. TÜRKİYE'DE OTOMOTİV DAĞITIM SEKTÖRÜ

Türk otomotiv sanayinin temelleri 1950'li yıllarda, 1954 yılında Türk Willys Overland Ltd.'nin orduya cip ve kamyonet üretmesi ile başlamış, bu girişimi 1955

²⁸ distribution allégée, lean production

²⁹ built-to-order; bu sayede lojistik maliyetler azalmış, araç teslim süresi kısaltılmıştır, bkz. **Toru Ide**, s. 34

³⁰ ERC (Entreprise Resource Planning); bilgilerin yatay ve dikey olarak paylaşılması

tarihinde Türk Otomotiv Endüstrisi A.Ş.'nin kamyon fabrikası ile Otosan ve Çiftçiler A.Ş.'nin kamyon fabrikaları izlemiştir. 1963 yılında İstanbul Otobüs Karöseri San. A.Ş. tarafından Magirüs otobüs üretimine başlanmış, daha sonraki yıllarda ise, binek otomobili üreten montaj fabrikaları (Tofaş-Fiat, Oyak-Renault, Otosan-Ford) imalata geçmiştir³¹.

1966 senesinde Otosan tarafından "Anadol" marka yerli otomobil üretimi büyük ses getirmiş, 1966 Aralık ayından 1984'e kadar geçen 18 yılda 87 bin adet "ANADOL" marka otomobil üretilmiştir³². Bu süreci iki büyük otomobil üreticisi olan Tofaş ve Oyak-Renault, İtalyan ve Fransız lisanslarıyla 1971'de otomobil üretmek üzere imalat hatlarını kurarak devam ettirmişlerdir³³.

Türk otomotiv sektörünün üretim açısından en hızlı gelişimi 1991-1993 yılları arasında sağlanmış imalat sanayindeki ve iç talepteki hızlı gelişmelere paralel özellikle otomobil üretiminde artış sağlanarak sektörde %30 büyüme oranı gerçekleşmiştir.

Ancak 1994 yılında yaşanan kriz ve hükümetlerin uyguladıkları ekonomik ve siyasi programlar ile bu dönemde hızlandırılan AB entegrasyon süreci ve Gümrük Birliği uygulamaları sonucunda ithalatın toplam pazardaki payı artmış³⁴, otomotiv sanayinin içine girdiği olumsuz koşulları daha da ağırlaştırmıştır. Bu dönemde otomobil sanayinde, iç pazar talebinin çok üzerinde kapasitenin oluşması ve üretimin çok sayıda firma tarafından paylaşılması sonucu hem otomobil firmaları hem de bu otomobillere yönelik parça imal eden yan sanayi firmaları kapasitelerinin altında üretim yapmaya zorlanmıştır.

01.01.1996 tarihinden itibaren gerçekleştirilen Gümrük Birliği süreci ile birlikte ithalatın toplam pazardaki payı 1995'deki % 15 düzeyinden, 2002'de ise % 47' lere kadar yükselmiştir. 1995 yılında toplam Pazar içindeki ağırlığı % 85 olan yerli motorlu araç satışı ise ithal araçların aksine yıllar itibariyle azalarak, 1998'de % 62'ye, 2000 yılında % 48'lere kadar düşmüştür.

³¹ **Bedir Atilla**, Türkiye'de Otomotiv Sanayi Gelişme Perspektifi, Yayın N. 2660, Kasım 2002, s.1

³² **Bedir**, s.30

³³ Otomotiv Sektörünün Genel Özellikleri, http://www.ba.metu.edu.tr/~manclub/yildiz/yildiz_3_1.htm

³⁴ Otomotiv ve Yan Sanayinde Yaşanan Gelişmeler, http://www.mmo.org.tr/mmo/oda_gorusleri/otomotiv.htm

2001 yılından itibaren döviz kurlarındaki artışın da etkisiyle ithal araçlara olan talepteki azalma sonucunda yerli araç payı artmaya başlamış ve 2003 yılının ilk üç ayı itibariyle yerli-yabancı araç pazar payı %50 seviyesine ulaşmıştır³⁵.

Ancak üretim içerisinde zorunlu olarak artan ihracat payı otomotiv sektöründeki kapasite kullanımını arttıramamış ve otomotiv sanayinin sorunlarını ciddi oranda çözmeye yetmemiştir. Özellikle Gümrük Birliği sürecinin dayattığı ithal ikameci politika ile Türkiye sanayisindeki sorunların arttığı savunulmaktadır³⁶. Bir diğer eleştiri de, Türkiye’de otomobil satışından alınan aşırı vergi yükünün³⁷ otomobil talebinin gelişmesini baskı altında tuttuğuna ilişkindir. Bu nedenle, otomobil satışları üzerindeki vergi yükünün bütçe dengesi de dikkate alınarak kademeli şekilde indirilmesi faydalı görülmektedir.

Türkiye’de üretim yapan firmalar, talep artışını karşılayabilecek kapasiteye sahip olmalarına rağmen ülkemize ithal edilen araçlara karşı hiçbir kota uygulaması bulunmaması da başka bir eleştiri konusudur³⁸. Gümrük birliğinde imzalanan şartları karşılayan bütün araçlar ithal edilebildiğinden³⁹ Türk halkının yerli araç yerine aynı maliyete yakın ithal araçlara yöneldiği görülmektedir. Halkın talebinin büyük bir kısmının ithalat ile karşılandığı bir gerçektir.

Günümüz Türkiye’inde, sektördeki firmalar lisans altında üretim yapmakta olup, Dünya otomotiv sanayinde çok güçlü firmalarla yabancı sermaye ortaklığı kurmuşlardır. Dolayısıyla Türk üretici, Lisansör firmanın geliştirdiği bazı yeni modellerin sadece Türkiye’de üretilme şansını yakalaması, onun, yabancı ortağın satış ağlarından da faydalanarak istikrarlı şekilde Dünya pazarlarına ihracat yapmasını sağlayacaktır. Belirtmeliyiz ki, Türkiye, otomotiv sektörü açısından önemli ve gelişmekte olan bir pazardır. Her yıl ortalama %20’lik bir oranla büyüyen otomotiv ihracat sektörü, 2007’nin ilk 6 ayında ana sanayi ihracatı %30, yan sanayi ihracatı ise %40 artış göstermiştir.

³⁵ OSD, Otomotiv Sanayi Derneği, Türk Otomotiv Sanayi Genel İstatistiki Bilgiler, Nisan 2002

³⁶ Otomotiv ve Yan Sanayinde Yaşanan Gelişmeler

³⁷ AB ülkelerinde %25 dolaylarında olan vergi, Türkiye’de, en düşük motor hacmine sahip otomobillerde dahi %60’lere varmıştır, <http://www.otomobilgazetesi.com/otomobil.php?id=1687>

³⁸ İçingür Yakup / Çengelci Ali, “Türkiye’de Otomotiv Endüstrisinin Sektörel Analizi”, http://www.obitet.gazi.edu.tr/makale/Makaleler/T27_Sektor.htm

³⁹ 1993 yılında toplam otomobil ithalatının %23’lük bir bölümü AB ülkelerinden yapıyor iken 2002 yılında söz konusu oran %91’e yükselmiştir (OSD 2003)

Otomotiv şirketleri, kendi yatırımları veya iş ortakları ile mevcut yatırımlarında kapasitelerini arttırmaya yönelmiş, henüz yatırımı bulunmayan firmalar ise yatırım imkanları için oldukça ciddi olarak düşünmeye başlamışlardır⁴⁰. Yatırımlar sadece binek araç, hafif ticari araç ve otobüsten oluşmamaktadır. Traktör (Uzel), römork (Koç grup), kamyonet (Mitsubishi), zırhlı araç (Nuro) imatları da Türkiye’de önemli rol oynamaktadır. Özellikle ağır ticari araçta Türkiye bir üretim üssü halini almıştır⁴¹.

Türk Otomotiv Ana ve Yan Sanayi’nin, küresel otomotiv sanayinin ayrılmaz parçası olduğunu söyleyebiliriz. Türkiye’deki işçilik kalitesinin Avrupa tarafından beğenilmesi, işçilik maliyetlerinin Avrupa ülkelerine oranla düşük olması, ekonomik ve mali istikrar ile yaratılan güvenin bu gelişmedeki payı büyüktür.

Günümüzdeki küreselleşme süreciyle dünya ölçeğinde otomotiv ana sanayi, fonksiyonlarını giderek yan sanayiye devretmektedir. Artık yan sanayi ana sanayinin yalnızca parça ihtiyacını karşılayan bir alan olmaktan çıkmakta, ihracattaki payı giderek artmaktadır. Özellikle ülkemiz otomotiv yan sanayi ihracatının toplam otomotiv sektörü ihracatı içindeki payı %46’ya ulaşmış durumdadır⁴².

Türkiye’deki otomotiv yan sanayi firmaları giderek dünya otomotiv sanayinde güçlü konumdaki araç üretici firmalarının yan sanayicileriyle ortaklıklar kurmakta, bu araç üretici firmaların global tedarik zincirine girmektedirler. Türk otomotiv yan sanayi bugün üretiminin % 90’ını dünya pazarları için üretilen araçlara veya yedek parça pazarına satmaktadır⁴³. Yabancı sermayeli firmalar ile işbirliği içerisinde bulunan ülkemiz yan sanayisi, artık, uluslararası pazarlara üretim yapan bir sanayi olarak

⁴⁰ Fiat ve Koç Grubu işbirliği ile binek araçta Palio modeli ve hafif ticari araçta Doblo modeli için; MAN (Ankara’daki fabrikası) ile otobüs üretiminde, Ford ‘Transit’ modelinin üretimi ile, Renault ‘Megan’ modelinin üretimi ile, Toyota ise ‘Corolla’ üretimi ile Türkiye’de bulunmaktadır. Mercedes’in Türkiye’de bulunan fabrikalarında kamyon ve otobüs üretilmekte ve Almanya’da satılmakta olan otobüslerin büyük kısmı buradan ihraç edilmektedir. Opel, Ege Bölgesinde kapatmış olduğu fabrikasını canlandırmayı planlamaktadır. Fiat-PSA işbirliği 2005 yılı yeni üretim haberlerini gündeme getirmiştir. Ayrıca, Toyota, Hyundai ve Honda’nın kapasite artırımı amacı ile yatırım planları gündemdedir, “Otomotiv ve Yan Sanayi: Otomotiv Sektörünün Önemli Partneri Olarak Türkiye”, http://td-ihk-kongress.de/files/automobil_acar_dogus_2.doc

⁴¹ Iveco’nun Türkiye’yi üretim üssü yapması, Daily minibüs ve Eurocargo kamyon imalatının Otoyal Sanayi A.Ş. tarafından üretilecek olması, <http://www.iveco.com.tr/haberdetay.asp?id=98>; **Dünya**, “Otoyal Avrupa’nın Lider Modellerini Türkiye’de Üretecek”, 05.09.2005, <http://www.opaz.com.tr/haberdetay.asp?id=46>

⁴² Otomotiv ve Yan Sanayinde Yaşanan Gelişmeler, http://www.mmo.org.tr/mmo/oda_gorusleri/otomotiv.htm

⁴³ **Taysad**, “Sektörel Bilgi”, http://www.taysad.org.tr/altmenu.asp?AnaId=1411&def_dil_id=149

düşünölmek durumundadır. Ancak bu yaklaşım uluslar arası normlara göre üretim yapma zorunluluğunu da ortaya çıkarmakta, bu da kullanılan tezgahlardan, çalışan insanlara kadar her alanda yeni bir yaklaşımı zorunlu kılmaktadır. Uluslararası rekabetçi bir seviyenin yakalanabilmesi için etken işbirliğı içinde çalışılan küresel rekabet ortamının benimsenmeli ve bu yönde yatırım yapılmalı ve gerekli eğitim sağlanmalıdır.

Son yıllarda otomotiv yan sanayinde istikrarlı bir ihracat artışı gerçekleştirilmektedir. Yan sanayi firmalarının, edinmiş oldukları ve zaman içerisinde de edinecekleri deneyimlerini uluslararası marka yaratma yönünde kullanmaları faydalı görölmektedir⁴⁴. Zira, Türkiye’de üretilen dünya araçlarında bugün bir bölümü "co-designer" olarak yer alan yan sanayi firmaları, böylece ana sanayi firmalarının küresel üretimleri için de "co-designer" olabilecek şansa erişmiştir⁴⁵. Dolayısıyla, yıllara dayanan deneyimleri ve bilgi birikimleriyle, know-how oluşturma konusunda da önemli bir aşamaya gelmişlerdir.

Türkiye’deki otomotiv sanayinin güçlü sermaye yapısı, tesis edilen yabancı ortaklıklar, güçlü yan sanayi varlığı, kalifiye işgücü ve düşük iş gücü maliyeti, Konjonktür ve standart değişimlerine uyum becerisi, üretim ve teslimatta esneklik yeteneğı, yabancı firma ortakları ile gelişmiş yan sanayi "know-how" düzeyi , yeni araç projelerinde yan sanayimizin proje başlangıcında, tasarıma ortak olması gelişmiş ve gelişmekte olan pazarlara yakınlık rekabet açısından sektörün güçlü yönlerini oluşturmaktadır. Buna karşılık, aşırı kapasite, firma başına düşük üretim ve düşük kapasite kullanım oranlarından kaynaklanan maliyet dezavantajı, yetersiz ve istikrarsız iç pazar, kalite belgelendirmesi, altyapı eksikliği, ana sanayi-yan sanayi arasında yetersiz entegrasyon sektörün zayıf yönleridir⁴⁶.

Yan sanayi firmalarının finansman yetersizliği sorunu dikkate alındığında, yan sanayi sektörünün rekabet gücünün arttırılması için hammaddelerin yerel kaynaklardan temin edilmesi için üretim mekanizmaları harekete geçirilmeli ve bu yönde AR-GE çalışmaları teşvik edilmelidir. Yine, yan sanayi firması üreteceğı ürünün tasarımını yapmasının veya ana ve yan sanayide ortak ürün geliştirilmesi için özendirilmeli, bu amaçla AR-GE destekleri ve danışmanlık hizmetleri sağlanmalıdır.

⁴⁴ Bedir, s.41

⁴⁵ Taysad, http://www.taysad.org.tr/altmenu.asp?AnaId=1411&def_dil_id=149

⁴⁶ Bedir, s.40

İkinci Bölüm

DAĞITIM ANLAŞMALARI

Dağıtım kavramıyla, bir malın üretiminden nihai kullanıcıya erişinceye kadar kat ettiği yolda gerçekleşen tüm ilişkiler, faaliyetler ve yöntemler ifade edilir. Dağıtım, ürünün tüketiciye ulaştırılmasındaki aracılık faaliyetidir⁴⁷; mal veya hizmetlerin üretimi ya da sunumu ile tüketici (son kullanıcı) arasındaki birbirine bağımlı faaliyetlerin oluşturduğu örgütsel bir sistemi, köprüyü ifade eder⁴⁸.

Dağıtım kanalı, üreticinin ürettiği mal ve hizmetleri tüketiciye ulaştıran çeşitli aktörlerin oluşturduğu dağıtım zincirinin bütünüdür⁴⁹. Dağıtım, işte bu zincirin son halkasını oluşturur⁵⁰.

Tüketicinin talep ettiği ürünün istenilen zamanda ve yerde hazır bulundurulması, dağıtım kanalındaki farklı aktörler arasındaki güçlü bir koordinasyon ilişkisini ve işbirliğini gerektirir⁵¹.

Üretici firma, ürünlerini kendisi nihai kullanıcıya ulaştırabilecek şekilde organize olabileceği gibi, bu görevi, bağımsız ve bu alanda uzman bağımsız teşebbüslere de verebilir. Üretici, ürettiği malların dağıtımını aracıya ihtiyaç duymadan kendisi ya da kendisine bağlı teşebbüsler ile gerçekleştirirse “doğrudan”, bağımsız teşebbüsler ile gerçekleştirirse “dolaylı” dağıtım söz konusu olacaktır.

Ürünün herhangi bir bağımsız dağıtıcıya başvurmaksızın doğrudan üretici tarafından tüketiciye ulaştırılmasında bir dağıtım ilişkisi söz konusu olmamaktadır. Yeniden

⁴⁷ **Xoudis Julia**, Les Accords de Distribution Au Regard du Droit de La Concurrence, Bruxelles 2002, s.6

⁴⁸ **Topçuoğlu Metin**, “İnhisar Kaydı İçeren Acentelik, Tek Satıcılık ve Franchise Sözleşmelerinde Aktif ve Pasif Satışlar”, Rekabet Dergisi, Sayı 18, Nisan-Mayıs-Haziran 2004, s.4

⁴⁹ **Sinanoğlu Reşat**, “Dikey Bütünleşmiş Dağıtım Kanalları Sistemi, Kanaliçi Rekabet ve Son Fiyat Denetimi”, Perşembe Konferansları, Kasım-Aralık 2000, s.160; **Ferrier Didier**, Droit de La Distribution, LexisNexis, 4. Edition, Paris 2006, s.231

⁵⁰ **Xoudis**, s.6

⁵¹ **Xoudis**, s.8; **Le Tourneau Philippe**, Les Contrats de Concessions, JurisClasseur , Paris 2003, s.2

dağıtım söz konusu olmadığı için⁵² üretici ve tüketici arasındaki anlaşma dikey anlaşma olmasına rağmen bir dağıtım anlaşması olarak kabul edilmemektedir. Belirtmeliyiz ki, “dikey anlaşma” kavramı yeniden satımın yanında satım ve alımı da kapsadığı halde “dağıtım anlaşması” sadece “yeniden satım” amaçlı ürünün ticaretini konu alır⁵³.

Dağıtım anlaşmaları, bir ürünün üretiminden nihai kullanıcıya ulaşıncaya kadar geçen aşamaları birbirleriyle birleştiren⁵⁴ ve dağıtım sürecinin çerçevesini çizen anlaşmalardır⁵⁵. “Dağıtım anlaşmaları” başlığı altında münhasır dağıtım, münhasır satın alma, münhasır satış, acente, franchising, seçici dağıtım anlaşmaları sıralanmaktadır⁵⁶.

Ürün, nihai kullanıcıya üretici tarafından ulaştırılabileceği gibi toptancı ya da perakendeci vasıtası ile de ulaştırılabilir. Bu nedenle, üretici gibi, toptancı, ithalatçı ya da bir dağıtım şirketi de sağlayıcı konumuna geçebilir⁵⁷.

Dağıtım anlaşmasının bir tarafında her zaman sağlayıcı bulunduğundan, böyle bir anlaşma üretici ve dağıtıcı arasında imzalanabileceği gibi üretici ve ithalatçı, toptancı ve perakendeci arasında⁵⁸ da gerçekleştirilebilir. Örneğin, üretici toptancı ile yapacağı bir anlaşma ile ürünün dağıtımını toptancıya bırakılabilmekte, ürün perakendeciye toptancı vasıtası ile tedarik edilmektedir. Dolayısıyla, sağlayıcı konumuna toptancı geçmiştir.

I. DAĞITIM ANLAŞMALARI ÇEŞİTLERİ

Türk hukuk sisteminde dağıtım anlaşmalarının düzenlenmediği, bu türden anlaşmaların genellikle tek satıcılık ve münhasır satış anlaşmaları anlamında

⁵² **Karakurt Alper**, Avrupa Topluluğu ve Türk Rekabet Politikasında Münhasır Dikey Anlaşmalar, Rekabet Kurumu Yayınları, Ankara 2005, s.15

⁵³ **Karakurt**, s.15

⁵⁴ **Karakurt**, s.14

⁵⁵ **Koç Ali Fuat**, AT Rekabet Hukukunda Seçici Dağıtım Anlaşmaları, Rekabet Kurumu Yayınları, Ankara 2005, s.8

⁵⁶ **Green Nicholas / Robertson Aidan**, Commercial Agreements and Competition Law, Kluwer Law International, London 1997, s. 548 vd.; **Condomines Aurélien**, Les Contrats de Distribution et Le Droit Communautaire de La Concurrence, Avril 2002, <http://www.jurismag.net/articles/article-vertical.htm>, s.2

⁵⁷ **Gökyayla Cemile Demir**, Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri), Ankara 2005, s.32; **Xoudis**, s. 28

⁵⁸ **Xoudis**, s.28

kullanıldığı görülmektedir⁵⁹. “Dağıtıcı” kavramının distribütör, toptancı, tek satıcı, bayi gibi kavramlarla aynı anlamda kullanıldığı Rekabet Kurulu kararlarında da gözlemlenmektedir⁶⁰. 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyet Tebliği’nin Açıklanmasına Dair Kılavuzda” dağıtıcı kavramına karşılık “alıcı, toptancı, dağıtıcı, distribütör, bayi” kavramlarının kullanıldığı göze çarpmaktadır.

Nasıl ifade edilirse edilsin dağıtım sözleşmesi genel olarak şu şartları karşılamalıdır⁶¹:

1. Sağlayıcı tarafından temin edilen mallar dağıtıcı tarafından kendi adına satın alınmalı ve yeniden satılmalıdır⁶². Dağıtıcı, mal ve hizmetlerin satışına fiyat farkı ekleyerek kazanç elde eder.
2. Satışların ekonomik riski dağıtıcının omuzlarındadır.
3. Dağıtıcı bağımsız bir tacir gibi faaliyette bulunur.
4. Sağlayıcı ile dağıtıcı arasındaki ilişki düzenli ve süreklidir.

Buna göre, dağıtım anlaşmalarını, “sağlayıcının dağıtıcıya yeniden satmak amacıyla sürekli mal temin etmekle yükümlendiği anlaşmalar” şeklinde tanımlayabiliriz.

Dağıtım anlaşmaları, taraflar arasındaki ilişkiyi tüm ayrıntıları ile düzenlemeyen, aksine kurulması planlanan sözleşmenin sadece temelini ve esaslarını tespit eden çerçeve sözleşmelerdir. Ayrıntıların düzenlenmesi daha sonra yapılacak münferit sözleşmelere bırakılır⁶³.

A. Basit Dağıtım Sözleşmeleri

Basit dağıtım sözleşmeleri, münhasır dağıtım anlaşmaları ve seçici dağıtım anlaşmaları dışında kalan, tarafların birbirlerine herhangi bir münhasırlık vermediği basit dağıtım sözleşmeleridir. Basit dağıtım sözleşmelerinde, müşteri ya da bölgeye ilişkin kısıtlamalar hakkında hükümler bulunmadığından bunların rekabeti kısıtlayıcı etkileri bulunmaz. Bu nedenle bireysel muafiyet veya grup muafiyeti kapsamı

⁵⁹ **Genç Yasemin**, “Türk Hukukunda Distribütörlük Sözleşmeleri”, Perşembe Konferansları, Şubat-Mart 2001, s.151

⁶⁰ Rekabet Kurulu Kararı: 04-52/696-178, Karar Tarihi:12.08.2004; Rekabet Kurulu Kararı:03-23/278-126, Karar Tarihi:10.04.2003; Rekabet Kurulu Kararı:99-47/503-319, Karar Tarihi:12.10.1999

⁶¹ **Topçuoğlu Metin**, Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri, s. 50

⁶² **Xoudis**, s.28

⁶³ **Tandoğan Haluk**, “Tek Satıcılık Sözleşmesi”, Batider, C. XI, S.4, s.5

dışındadır. Sağlayıcının kendisi dağıtıcının bölgesinde satış yapabileceği gibi dağıtım ağına dahil diğer dağıtıcılar da bu bölgede satış yapabilirler.

B. Acentelik Sözleşmeleri

Ticaret Kanunumuzda “acentelik sözleşmesini” tanımlayan herhangi bir hüküm yoktur. Kanun koyucu sadece “acente” kavramını esas alarak TTK’nın 116/1 maddesinde “ *ticari mümessil, ticari vekil, satış memuru veya müstahdem gibi bir sifata tabi olmaksızın bir mukaveleye dayanarak muayyen bir yer veya bölge içinde daimi bir surette ticari bir işletmeyi ilgilendiren akitlerde aracılık etmeyi ve bunları o işletme adına yapmayı meslek edinen kimse*” olarak tanımlamıştır. Yerli veya yabancı bir işletmeyle ilgili işlemleri daimi olarak kendi adına fakat ilgili işletmeler hesabına yapmaya yetkili olanlar hakkında da acentelik hükümleri uygulanacaktır (TTK m.117/1).

Topçuoğlu, acentelik sözleşmesinin dağıtım sözleşmesi olarak addedilemeyeceğini, hem dağıtım hem acente sözleşmelerinin daha geniş bir kavram olan “dikey anlaşma” kapsamına girmelerine rağmen bu iki tür sözleşmenin esasen birbirlerinden farklı olduğunu belirtmiştir⁶⁴.

2002/2 sayılı Tebliğ ile dikey anlaşma “ *üretim ve dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren iki veya daha fazla teşebbüs arasında belirli mal veya hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımı amacıyla yapılan anlaşmalar*” şeklinde tanımlanmıştır (m.2/1).

Yazara göre, öncelikle her iki ilişki de acente, bayi, distribütör, pazarlamacı gibi kavramlarla ifade edilseler de satış ve sürümü gerçekleştiren kişinin acente mi yoksa dağıtıcı mı olduğu faaliyetin niteliği ve icra şekline göre belirlenmelidir⁶⁵.

Mal veya hizmetlerin satış ve sürümünde rol üstlenen acente, tek satıcı ve franchise alan, farklı hüküm ve sonuçlara tâbi olmakla birlikte, tacirin (sağlayıcının) satış organizasyonu içerisinde yer alır. Acente ve dağıtıcı, bağımsız tacirler olarak satış organizasyonu içerisinde yer alsalar da acente, müvekkilin aracısı ya da temsilcisi konumundadır⁶⁶. Acente, müvekkilin menfaatlerini korumaya yönelik işlemleri ve

⁶⁴ Topçuoğlu, Acente, s.51

⁶⁵ Topçuoğlu, Acente, s.78; Kınacıoğlu Naci, Acente ve Acentelik Sözleşmesi, Ankara 1963, s. 12

⁶⁶ Subiotto Romano / Amato Filippo, “Preliminary Analyses of The Commission’s Reform

hukuki işlem benzeri fiilleri (ihtar, ihbar) yapmaya; müvekkil adına ve hesabına gördüğü işlemlerden dolayı dava açmaya ve davalı sıfatıyla onu mahkemede temsil etmeye yetkilidir. Dağıtıcı ise sağlayıcının iş ortağıdır; sağlayıcıyı temsil yetkisi bulunmaz.

Ayrıca, acentenin bağımsızlığı dağıtıcının bağımsızlığına oranla daha sınırlıdır. Acentelikteki kabz (TTK m.20) ve sözleşme yapma yetkisi (TTK m.121) dağıtım ilişkisinde bulunmaz.

Diğer bir önemli fark, acente, ticari işletmeyi ilgilendiren sözleşmelere aracılık eder veya bunları ilgili işletme adına yapar. Dağıtıcı ise, mal ve hizmetleri satın alarak bunları yeniden satar/sunar. Satış ve sürümdeki riziko acentelik ilişkisinde aksi sözleşmede düzenlenmediği takdirde müvekkilde kalmasına rağmen dağıtıcı bu türden rizikolara kendisi katlanır.

Biz de Topçuoğlu'ya katılıyor, yukarıda belirtilen farklılıklar nedeni ile acente kavramının, bayi veya distribütör kavramları ile karışıklık yaratmayacak şekilde kullanılması gerektiğini düşünüyoruz.

C. Franchise Anlaşmaları

Franchise anlaşmaları, amerikan uygulamasından doğmuş, doktrin tarafından ise derlenmiştir⁶⁷. Franchise anlaşmaları, franchise verenin, franchise alana, ürünlerin satılması ya da hizmetlerin sunulması amacıyla fikri mülkiyet (know how, marka lisansı vs.) veya sınai mülkiyet haklarını verdiği ve tarafların karşılıklı yükümlülüklerinin düzenlendiği anlaşmalardır. Satılacak ürünler ya da sunulacak hizmetler franchise veren tarafından geliştirilmiştir. Franchise alan, ürünlerin satışını ya da hizmetlerin sunumunu franchise verenin pazarlama stratejisine sadık kalarak yine franchise verenin ticari unvanı altında gerçekleştirir⁶⁸. Taraflar arasındaki

Concerning Vertical Restraints”, Journal of Word Competition, 23 (2), 2000, s.16; **Kayihan Şaban**, Türk Hukukunda Acentelik Sözleşmesi, Ankara 2003, s. 65

⁶⁷ **Malaurie-Vignal Marie**, Droit de La Distribution, Dalloz 2006, Sirey Université, s. 67; **Bennani Malak**, Le Contrat de Franchise et Le Redressement et La Liquidation Judiciaire, Thèse de Doctorat, Université de Lausanne 2006, s. 16

⁶⁸ **Hunt Shelby**, “The Socioeconomic Consequences of The Franchise System of Distribution”, Journal of Marketing, Vol. 36, N.3 (July 1972), s.33; **Dubois Christophe**, La Distribution Automobile et La Politique Européenne de Concurrence, L’Harmattan 2003, s. 55; **Caves Richard E.** / **Murphy William F.**, “Franchising: Firms, Markets and Intangible Assets”, Southern Economic Journal, N.42, 1975-76, s. 572; **Martin Robert E.**, “Franchising and Risk Management”, American Economic Review, N.78, June-December 1988, s. 954

sözleşme ilişkisi genellikle sürekli⁶⁹.

Franchise Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyet Tüzüğü'nün ortadan kaldırılarak 1999 tarihli dikey anlaşmalara ilişkin tüzüğün düzenlemesine dahil edilmiştir. Ne eski Tüzük'te ne de 2790/99⁷⁰ sayılı Tüzük'te Franchise'ın açık bir tanımı yapılmış, açıklayıcı direktiflerde de bu nokta belirsiz bırakılmıştır. Söz konusu açık vurgulanarak 2790/99 sayılı Tüzük'teki seçici dağıtım sisteminin franchise'ı tam olarak karşılamadığı savunulmuştur⁷¹.

Franchise anlaşmalarının seçici dağıtımdan farkı, franchise anlaşmalarında tek bir işletme adı kullanılması, yeknesak işletme yöntemi kullanılması yükümlülüğü ve franchise alanın franchise veren tarafından geliştirilen ürünlerin pazarlama hakkını kazanması karşılığında belli bir ücret ödemek zorunda olmasıdır⁷². Sözleşmede, franchise alanın franchise verene satıştan kazandığı miktarın belirli bir oranını marka lisans ücreti olarak ödeme yükümlülüğünün düzenlendiği de görülmektedir⁷³.

Her ne kadar 2790/99 sayılı Tüzük'te kesin ifadelerle vurgulanmamış olsa da, "know-how'ın sağlanması" franchise anlaşmasının temelini oluşturur⁷⁴. Pronuptia davasında⁷⁵, Adalet Divanı, iki anlaşma arasındaki farkı, franchise alana know-how ve marka lisansı sağlanarak marka unvanını bir bölgede münhasır olarak kullanması hakkının verilmesi olarak açıklamıştır.

Esasen, franchise alana münhasır bölge tanınması, franchise sözleşmesinin zorunlu unsurlarından değildir⁷⁶; fakat, münhasırlık tanındığı hallerde bunun know-how'ın

⁶⁹ **Caves/ Murphy**, Franchising, s. 572

⁷⁰ RA m. 81(3)'ün Dikey Anlaşma ve Uyumlu Davranışlara Uygulanması Hakkında 2790/99 sayılı Komisyon Tüzüğü

⁷¹ **Malaurie-Vignal**, Droit de La Distribution, s.71; **Ferrier Didier**, "Un Elément Essentiel du Contrat de Franchise", Recueil Dalloz 2003, s. 2427; **Bellamy C. & Child G.**, European Community Law of Competition, P.M. Roth Edition, 5. Edit., Londres 2001, s. 600

⁷² **Pavloff John H.**, "Hope Yet For The Automobile Dealers' Day in Court Act: Marquis v Chrysler Corp.", Duke Law Journal, Vol. 1979, N.5, Novembre 1979, s.1189; **Rubin Paul H.**, "The Theory of The Firm and The Structure of The Franchise Contract", Journal of Law and Economics, N.21, 1978, s.224

⁷³ **Rubin**, The Theory of The Firm, s. 224; **Caves/ Murphy**, Franchising, s. 584

⁷⁴ **Malaurie-Vignal**, Droit de La Distribution, s.134; **Subiotto Romano / Amato Filippo**, "The Reform of The European Competition Policy Concerning Vertical Restraints", Antitrust Law Journal, Vol. 69, 2001, s.156

⁷⁵ Case 161/84, Pronuptia de Paris v Irmgard Schillgalis [1986] ECR 353

⁷⁶ **Malaurie-Vignal**, Droit de La Distribution, s. 71; **Ferrier**, Contrat de Franchise, s. 2427; **Le Tourneau**, Les Contrats de Concessions, s. 12; **Gürzumar Osman Berat**, Franchise Sözleşmeleri ve Bu Sözleşmelerin Temelini Oluşturan Sistemlerin Hukuken Korunması, İstanbul 1995, s. 15; Cass. Com. 19.11.2002, Sté Gilge Aurore, RJDA 2003, N. 482, JCP E 2003, Cah. Dr. Entr. N.3, s. 23

kullanılması için mi yoksa ürünlerin dağıtımı için mi verildiğini saptamak gerekir. İlk halde, franchise veren, franchise vermediği diğer dağıtıcılara ürün tedarik edebilir⁷⁷.

Franchise verenin franchise alana sağladığı katkı, pazarlanabilir bir ürünü tedarik etmesinin yanında sermaye, reklam, ticari unvan, ulusal çapta servis kolaylığı, rekabet edilir bir fiyat, ayrıca franchise alanın en alt düzeyden en üst düzeydeki personelinin eğitimi (müdür, satış elemanı, mekaniker), işyeri yönetimi ve ürün pazarlama konularında tavsiyeler, faaliyet göstereceği bina için banka kredisi temini ya da binanın satın alınarak finansal kiralınması gibi son derece önemli desteklerdir⁷⁸. Franchise veren, bu destekleri karşılığında, kendi satış politikasına ve hedeflerine saygı duyan, kendi kontrolü ve denetimindeki bir satış destekçisine kavuşur. Ayrıca, franchise satış yerleri daha az kontrol ve gözlem gerektireceği için franchise veren şirketin daha çok franchise vererek daha hızlı yayılma fırsatı yakalamaktadır⁷⁹.

Franchise alan her ne kadar bağımsız bir girişimci ise de, franchise sözleşmesinde franchise verenin monopol hakimiyeti hissedilmektedir. Bu nedenle, franchise alanın, bağımsız bir iş sahibinden daha çok franchise verene bağlı işçi gibi çalıştığı öne sürülmektedir. Bir aksi görüş, franchise sözleşmelerinin günden güne geliştiğini ve aradaki dengenin kurulduğunu, rekabet otoritelerinin bu sözleşme ilişkisine karışmasının sözleşme özgürlüğünü kısıtlayacağını savunmaktadır⁸⁰.

Franchise sözleşmelerinde, sözleşme taraflarının yatırımlarının ve franchise verenin know-how ve dağıtım ağının kalitesini korunacağı gerekçesi ile bazı dikey kısıtlamalar getirilmesine müsamaha edilmektedir⁸¹.

⁷⁷ **Ferrier**, *Contrat de Franchise*, s. 2427

⁷⁸ **Pavloff**, *Hope Yet For The Automobile Dealers' Day in Court Act*, s.1189; **Shelby Hunt**, *The Franchise System of Distribution*, s. 34; **Rubin**, *The Theory of The Firm*, s. 230; **Caves/ Murphy**, *Franchising*, s. 580

⁷⁹ **Martin**, *Franchising and Risk Management*, s. 955; **Rubin**, *The Theory of The Firm*, s. 225; **Gürzumar**, s. 4

⁸⁰ **Rubin**, *The Theory of The Firm*, s. 232

⁸¹ **Van Den Bergh Roger**, "Modern Industrial Organisation versus Old-Fashioned European Competition Law", *ECLR* 1996, s. 79; **Ratliff John**, "Selective Distribution: Is There a Case for a General Block Exemption or A Guidelines Notice?", *ECLR* 1996 (5), s.300

D. Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Dağıtım Anlaşmaları⁸²)

Tek satıcılık sözleşmesi, doktrinde⁸³ ve Yargıtay tarafından⁸⁴ şu şekilde tanımlanmıştır: “*Tek satıcılık sözleşmesi, yapımıcı ve tek satıcı arasındaki hukuki ilişkileri düzenleyen çerçeve niteliğinde, sürekli bir sözleşmedir. Yapımıcı, bu sözleşme ile, mamullerin tamamını veya bir kısmını belirli bir coğrafi bölgede inhisar sahibi olarak satmak üzere sadece tek satıcıya göndermeyi, buna karşılık tek satıcı da, sözleşme konusu malları kendi adına ve kendi hesabına satarak malların sürümünü artırmak için faaliyette bulunmak yükümlülüğünü üstlenir.*”

Tek satıcılık sözleşmesinde malları satan tarafa “yapımıcı” ya da “üretici” denilmesi her zaman isabetli olmayabilir; sözleşmenin bir üretici ve satıcı arasında yapılması, karakteristik bir özellik değildir⁸⁵. Dolayısıyla, dağıtım ağının değişik kademelerinde bulunan toptancı, ara satıcı, perakendecinin sözleşmenin tek satıcı tarafında bulunabilir. Tanımda “sağlayıcı” ifadesinin tercih edilmesi daha doğru olacaktır.

Esasen tek satıcılık sözleşmesi, bayiye münhasır dağıtım hakkının verildiği bir bayilik sözleşmesidir. Ancak Yargıtay’ın bayilik sözleşmesi ile tek satıcılık sözleşmesini aynı anlamda kullandığı kararlarına rastlanmaktadır⁸⁶. Biz de, Gökyayla’ya katılıyor⁸⁷, Yargıtay’ın her iki kavramı da aynı anlamda kullanmasını hatalı buluyor, tek satıcılık sözleşmesinin bayilik sözleşmelerinin alt bir türü olarak kabul edilmesi gerektiğini düşünüyoruz.

Tek satıcılık sözleşmesinin “tek elden satın alma sözleşmesinden” farkı; tek elden satın alma sözleşmesinde, tek satıcı, sözleşme konusu malları başka bir üretici veya satıcıdan satın almamayı üstlenir⁸⁸. Tek elden satıcıya herhangi bir münhasır bölge tanınmamıştır. Üretici, aynı dağıtım bölgesinde başka dağıtıcılara mal tedarik edip etmemekte serbesttir. Halbuki tek satıcılık sözleşmesinde, üretici tek satıcının sözleşme bölgesinde doğrudan mal satmadığı gibi sözleşme bölgesinde tek satıcı

⁸² exclusive distribution

⁸³ **İşgüzar Hasan**, Tek Satıcılık Sözleşmesi, Ankara 1989, s.14; **Genç**, s. 151

⁸⁴ Yarg. 11 H.D., T. 01.03.1991, E. 171/1406; Yarg. 11. H.D., T. 25.06.1992, E. 8223/796, bkz. www.kazanci.com.tr

⁸⁵ **Gökyayla**, s. 38

⁸⁶ Yarg. 19 H.D., T. 05.03.2002, E. 4568/1473, YKD 2003/9, s. 1418-1419; Yarg. 19 H.D., T. 11.10.2001, E. 2685/6382, YKD 2003/1, s. 78-79

⁸⁷ **Gökyayla**, s. 34

⁸⁸ exclusivité d’achat; **Le Tourneau**, Les Contrats de Concession, s. 54; **Ferrier**, Droit de La Distribution, s.234-235, 242

dışındaki diğer satıcılara mal sağlayamaz⁸⁹. Böylelikle tek satıcı, sözleşme ile belirlenmiş bölgede, münhasır satış hakkı sayesinde, diğer satıcıların da bertaraf edilmesi ile mevcut pazarın potansiyelini tek başına kullanır⁹⁰.

Tek satıcılık sözleşmesinde “tek elden satın alma yükümlülüğü” de kararlaştırılabilir⁹¹. Bu halde, tek satıcı, sözleşme konusu malları veya ikame malları sadece sözleşmenin tarafı olan sağlayıcıdan satın almakla yükümlüdür.

Tek satıcı bağımsız bir işletmeci, bağımsız bir tacir olarak faaliyette bulunur. Sözleşme konusu malları kendi adına ve hesabına satın alır ve dağıtır.

Tek satıcılık sözleşmesinde tarafların amacı, sözleşme konusu malların sürümünün artırılmasıdır. Tek satıcı, malların olabildiğince geniş çapta pazarlanabilmesi için tüm imkanları araştırmalıdır⁹².

Sözleşmede aksi kararlaştırılmadığı takdirde, sağlayıcının sözleşme konusu bölgede doğrudan satış yapması yasaktır. Sağlayıcı, doğrudan ve dolaylı olarak tek satıcının sözleşme bölgesinde sözleşme konusu malların dağıtımından kaçınmakla yükümlüdür. Dolaylı olarak malları satmaktan kaçınması, malların dağıtımının başkaları tarafından dağıtımını engellemesi yükümlülüğünü de getirmektedir. Sağlayıcı, özellikle, sözleşme ile dağıtıcıya ayrılan inhisar bölgede satış yapacağını bildiği ağa dahil diğer alıcılara satış yapamaz⁹³.

Tek satıcı, tüm dikkatini ve çabasını sözleşme konusu bölgeye vereceğinden bu bölge dışında şube açması ve faaliyette bulunması yasaktır. Ayrıca inhisar bölgeden başka diğer bölgelerdeki yeniden satıcılara⁹⁴ aktif satış ve kişisel reklam yapamazlar.

Satış ilişkisinin aktif satış olarak kabulünde münhasır bölge dışına şube, büro gibi temsilcilikler açılması, potansiyel müşterilere e-mail, katalog, faks, mektup gibi iletişim araçlarıyla irtibat kurarak doğrudan pazarlama faaliyetlerinin yürütülmesi;

⁸⁹ **İşgüzar**, s. 16; **Le Tourneau**, *Les Contrats de Concession*, s. 9; **Marvel Howard P.**, “Exclusive Dealing”, *Journal of Law and Economics*, Vol. 25, N.1, April 1982, s.9

⁹⁰ **Gökyayla**, s. 42; **Brenkers Randy / Verboven Frank**, “Liberalizing A Distribution System: The European Car Market”, *Journal of European Economic Association*, N.4, 2006, s. 2

⁹¹ **Brenkers/ Verboven**, s. 5; **Xoudis**, s.34; **Malaurie-Vignal**, *Droit de La Distribution*, s.65

⁹² **Gökyayla**, s. 88; **Le Tourneau**, *Les Contrats de Concession*, s. 29; **Ferrier**, *Droit de La Distribution*, s.271

⁹³ **Gökyayla**, s. 91

⁹⁴ son kullanıcılara yönelik aktif ve pasif satışların kısıtlanması mümkün değildir.

potansiyel müşterilere yönelik özel reklamların yapılması; münhasır bölge dışındaki müşterilere satışı daha cazip hale getirme amaçlı promosyon, indirim sağlama, bazı masraflara katlanma şeklindeki kriterler temel alınmaktadır⁹⁵.

Münhasır dağıtım sisteminde, kendisine inhisari bölge sağlanmış dağıtıcının bu bölgede bağımsız yeniden satıcılara satış yapmaları engellenmemiştir. Buna karşılık, söz konusu bölgede ağa dahil olmayan bağımsız aktörlerin satış ve servis faaliyetlerinde bulunma hakları vardır; bu hakkın kullanımı gerek sağlayıcı gerek dağıtıcı tarafından engellenemez. Diyebiliriz ki, diğer yetkili dağıtıcıların rekabetinden kurtulan münhasır dağıtıcı, bağımsız yeniden satıcıların baskısından kurtulamamıştır.

E. Seçici Dağıtım Anlaşmaları

Dağıtım ağının değişik kademelerindeki sağlayıcı ile dağıtıcı arasında düzenlenen seçici dağıtım anlaşmalarının⁹⁶ en önemli özelliği, sağlayıcının belirlediği niceliksel ve niteliksel kriterlere göre seçilen dağıtıcıların sözleşme konusu mal ve hizmetleri dağıtım ağına dahil olmayan yetkisiz satıcılara satmamakla yükümlü olmalarıdır. Seçici dağıtım ağına dahil yeniden satıcılar, sistem dışındaki alıcılara mal satmamakla yükümlüdürler⁹⁷.

Uygulamada seçici dağıtım sistemi ileri teknoloji içeren, lüks, belirli bir imaja sahip marka ürünlerin pazarlanmasında tercih edilmektedir.

2790/99 sayılı Tüzük ile seçici dağıtım anlaşmalarının grup muafiyeti kapsamına sokulması ile bu türden dağıtım sözleşmeleri de artık hukuki korumadan yararlanacaklardır. Avrupa Topluluğu Komisyonu tarafından, söz konusu Tüzüğün yürürlüğe girmesinden önce seçici dağıtım anlaşmalarına nadiren bireysel muafiyet tanındığı görülmüş, özellikle kozmetik alanında sadece Yves Saint Laurent ve Givenchy'ye bireysel muafiyet tanınmıştır⁹⁸.

⁹⁵ Topçuğlu, Aktif ve Pasif Satışlar, s.40

⁹⁶ tanım için bkz. 2002/2 sayılı Tebliğ m.3 (g), 2004/5 sayılı Tebliğ m.3 (f)

⁹⁷ CJCE, L'Oréal, 11.12.1980, Aff. 31/80; CJCE, Metro I, 25.10.1977, Rec. 1977, s.1875; Aff. 26/76; A.E.G., CJCE, 25.10.1983, Aff. 107/82, Rec. 1983, s.3151; Komisyon Kararı, Comm. CE, 11.01.1991, Société Vichy, TPICE tarafından onaylanmıştır, 27.02.1992, Aff. 19/91, Rec. 1991, s.415

⁹⁸ Komisyon Kararı, Comm. CE, YSL, 16.12.1991, JOCE 1992 L. 12, TPICE tarafından onaylanmıştır, 12.12.1996, Aff. 19/92, Rec. 1996, II, s. 1851; Komisyon Kararı, Comm. CE, Givenchy, 24.07.1992, JOCE L. 236/13, 05.12.1992

Komisyon'un niteliksel kriterler getirdiği anlaşmalar ile niceliksel kriterler getiren seçici dağıtım anlaşmaları arasında ayırım yaptığı görülmektedir⁹⁹.

Niteliksel seçici dağıtım, ürünün özellikleri ile bağlantılı olarak satış personelinin eğitimi, satış noktalarında sunulan hizmet, faaliyete başlama saati, satılacak ürünlerin stoklanması, özellikle de satış sonrası bakım-onarım hizmetleri sunulması etrafında getirilen kriterlerdir¹⁰⁰. Bu türden kriterler, ürünün özelliği seçici dağıtım sistemini gerektirdiği, muhtemel yeniden satıcı adayları objektif ve niteliksel kriterlere göre ayırmacılık yapılmadan¹⁰¹ seçildiği, getirilen kriterler gereklilik sınırını aşmadığı sürece m. 81 (1) kapsamına girmeyeceklerdir.

Niceliksel seçici dağıtım sistemi ise, sağlayıcının, dağıtıcılarını seçerken onların sayılarının doğrudan sınırlandırdığı ya da senelik satış kotaları¹⁰², ürün gamı, asgari satın alma miktarı, ilgili üründe asgari ciro miktarı etrafında kriterlerin getirildiği sistemdir. Bu kriterler belirli, objektif ve ulaşılmak istenen amaç ile orantılı olmalıdır¹⁰³.

Komisyon'un, per se rekabete aykırı kabul ettiği niceliksel kriterleri içeren seçici dağıtım sistemini dağıtım maliyetlerinde azalma ve dağıtımın rasyonelleşmesini sağlama gibi olumlu etkileri nedeniyle ilk kez 2790/99 sayılı Tüzük ile muafiyet kapsamına aldığı görülmektedir.

Seçici dağıtım anlaşmasında dağıtıcıya belli bir inhisari bölge tanınmamıştır. Sağlayıcı ile sözleşme ilişkisine giren dağıtıcı, faaliyetinin bir kısmını sağlayıcının tedarik ettiği ürünleri mağazasının belli bir kısmında satma taahhüdü altına girer. Dolayısıyla, başka markaların ürünlerini de mağazasında satma hakkı her zaman mevcuttur¹⁰⁴.

⁹⁹Commission No. 2000/C291/01, Lignes Directrices sur Les Restrictions Verticales, JOCE C. 291, 13.10.2000, paragraf N.185

¹⁰⁰ **Brenkers/ Verboven**, s. 2; **Malaurie-Vignal**, Droit de La Distribution, s.125; **Ferrier**, Droit de La Distribution, s. 265

¹⁰¹ bkz. Metro I kararı

¹⁰² **Randy Brenkers/Frank Verboven**, s. 2

¹⁰³ **Chagny Muriel**, "Conditions de Conclusion d'Un Contrat de Distribution Sélective Quantitative", La Semaine Juridique Entreprise et Affaires N. 47, 24 Novembre 2005, s. 1702; üreticinin niceliksel seçici dağıtım sistemini tercih etmesini somut gerekçelerle açıklaması gerektiğini savunan görüş için bkz. **Le Tourneau**, Les Contrats de Concession, s. 8

¹⁰⁴ **Le Tourneau**, Les Contrats de Concession, s. 8

II. OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE DAĞITIM ANLAŞMALARI

A. Genel Olarak

Hangi sektörde olursa olsun dağıtımın organize edilmesi için önemli bir finansman gereksinim olduğu inkar edilemez. Dağıtımını tek başına organize ve finanse etmek niyetindeki bir üretici, hissedilir bir riske girdiğinin farkındadır. Üretici, kendi alanında tecrübeli bağımsız dağıtıcılardan destek alarak bu riskin altına girmeyebilir¹⁰⁵. Böylece, tesisin kurulacağı arsanın kiralanması veya satın alınması, park alanı, teşhir salonu, tamir atölyesi, yedek parça stoklanması, teknik ve taşıtır ekipmanın ayarlanması için gereken masraflar¹⁰⁶ genellikle yetkili satıcının omuzlarına biner. Dağıtıcı, finans yatırımlarının yanında beşeri yatırım da sağlar; Fransa’da tipik bir yetkili satıcı 50 kişiyi istihdam etmektedir¹⁰⁷.

Bazı üreticilerin, tüm riski yetkili dağıtıcılara bırakmak yerine onlara bazı alanlarda finans desteğinde buldukları görülmektedir. Bu yardımlar bayinin en lehine olacak şekilde borç verme ya da bayiliğin kurulacağı yerin üretici tarafından satın alınarak bayiye uygun koşullarla kiralanması şeklinde görülmektedir¹⁰⁸.

Üretici, bağımsız bir dağıtıcı ile işbirliğine girerek, onların araç dağıtım alanındaki deneyimlerinden faydalanmaktadır. İşinde tecrübeli bu bağımsız teşebbüslerin geçmişte faaliyette buldukları coğrafi bölgelerdeki satış koşulları ve müşteri davranışları hakkında bilgi sahibi oldukları inkar edilemez.

Üretici-dağıtıcı arasındaki işbirliği ilk olarak seri üretimin ortaya çıktığı 1920’li yıllarda görülmeye başlamıştır. Bu yıllarda, taşıt üreticilerin çoğu esas görevlerinin taşıt üretimi olduğunda karar kılmışlar, satış ve servis hizmetlerini ise aralarında dağıtım ve servis sözleşmesi imzaladıkları bağımsız bir grup dağıtıcıya, yani yetkili servislere gördürmüşlerdir.

¹⁰⁵ Xoudis, s.20; Gerard Damien, “Regulated Competition In The Automobile Distribution Sector: A Comparative Analysis Of The Car Distribution System in The US and The EU”, ECLR 2003, 24 (10), s. 519

¹⁰⁶ Kniebihler / Chieux, s.33

¹⁰⁷ Kniebihler/Chieux, s.33

¹⁰⁸ Kniebihler/Chieux, s.33

1920’li yıllardan günümüze kadar süren satış ve bakım-onarım hizmetlerinin yetkili servislerce görülmesi hala en çok tercih edilen yöntemdir. Bu tercihin başlıca nedenleri¹⁰⁹, doğrudan dağıtımın üreticiye yüklediği ağır finans yatırımı; satışın farklı alanlara dağılması sonunda bu bölgelerde satış sonrası hizmete duyulan ihtiyaç, ayrıca sektördeki pazarların farklı büyüklükte ve özellikte olmasıdır. Yetkili satıcıların sahip oldukları tesisler daha esnek yapıda olduklarından her türlü bölgeye adapte olma kabiliyetleri vardır¹¹⁰. Maaşlı çalışan bir yöneticiye oranla kendi sermayeleri ile bu yola koyulduklarından müşterileri ile ilişkilerinde daha sıcak, daha motive, ayrıca faaliyetlerinde daha hırslıdırlar¹¹¹.

B. Seçici ve Münhasır Dağıtım Birlikteliğinin Otomobil Sektöründeki Önemi

1. Otomotiv Dağıtım Sektöründe Seçici Dağıtım

Motorlu taşıtlar sektörüne özgü 1400/2002 sayılı Tüzük ilk maddesi seçici dağıtım sistemini şu şekilde tanımlamıştır¹¹²: “...sağlayıcının anlaşma konusu malları veya hizmetleri sadece belirlenmiş kriterlere dayanarak seçtiği dağıtıcılara veya yetkili servislere doğrudan veya dolaylı olarak satmayı taahhüt ettiği, bu dağıtıcıların veya yetkili servislerin de söz konusu malları veya hizmetleri yetkili olmayan dağıtıcılara veya bağımsız tamircilere satmamayı taahhüt ettiği bir dağıtım sistemidir”.

Bu tanıma göre, sağlayıcı tarafından dağıtıcıların, yetkili olmayan dağıtıcılara satış yapmalarının yasaklanması mümkün olduğundan¹¹³ yabancı ve yetkisiz aktörler ağa karışamaz. Ayrıca, dağıtımın kalitesine yönelik, örneğin personelin eğitimi, teşhir salonunun dekorasyonu gibi kontroller¹¹⁴ de sağlayıcının elindedir.

¹⁰⁹ Kniebihler/Chieux, s.30

¹¹⁰ Marques Daniel, Les Nouveaux Canaux de Distribution de L’Industrie Automobile:Enjeux et Perspective, DESS de Commerce Internationa, Université Paris 2 Panthéon-Assas, Mémoire de DESS, Septembre 2001, Bibliothèque Cujas, s.11

¹¹¹ Kessler Friedrich, “Automobile Dealer Franchise: Vertical Integration By Contract”, The Yale Law Journal, Vol.66, N.8, July 1957, s.1143; Le Tourneau, Les Contrats de Concessions, s.3

¹¹² RA m. 81(3)’ün Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşma ve Uyumlu Eylem Kategorilerine Uygulanması Hakkında 1400/2002 sayılı Komisyon Tüzüğü, m. 1/1 f

¹¹³ 1400/2002 m.4/1 b (iii)

¹¹⁴ Thouvenin/Aubanel, Le Nouveau Règlement, s.601

Sağlayıcı tarafından niteliksel seçici dağıtım sisteminin tercih edilmesinin en önemli nedeni, taşıt üreticilerinin ürünleri kimin satacağına karar verebilmeleri, ayrıca süpermarketler ve çevrimiçi faaliyette bulunan bağımsız aktörleri ağa alıp almamakta serbest olmalarıdır¹¹⁵.

Buna karşılık, sağlayıcı, ağa katılacak yeni dağıtıcıların veya bakım ve onarım hizmetlerinde çalışacakların sayısını sınırlayamaz. Dolayısıyla, sağlayıcının, dağıtım ağının iç organizasyonuna ilişkin kontrolünü kaybetme riski vardır. Çalışmamızın seçici dağıtım anlaşmalarına ilişkin genel açıklamalarda belirttiğimiz üzere, dağıtım ağına katılmak isteyen adaylarla iletişime geçmek zorunda olan sağlayıcı, kriterlere uygun olanlar adayları reddedemezler¹¹⁶.

Bu dağıtım sisteminde, dağıtıcının ağa dahil yeniden satıcılara aktif ve pasif satışları kısıtlanamaz. Dağıtıcılar arasındaki çapraz tedarik imkanı bulunduğu¹¹⁷ artık sağlayıcı ürün tedarik etmedeki hakimiyetini kaybedecektir. Dağıtıcılara tanınan bir diğer olanak ise İnternet’te reklam dahil her tür yolla (mail, kurye) kişisel reklamlarını yapabilmeleridir.

Seçici dağıtım sisteminin üretici açısından en büyük avantajı, otomotiv endüstrisinin geçirdiği değişimler karşısında istikrarın yeniden sağlanması ve sağlıklı programların oluşturulabilmesidir. Üreticiler, faaliyet yeri, ekipman, personelin yetiştirilmesi gibi konularda tüm yetkili satıcılardan aynı standartları talep edebileceklerinden dağıtım ağının istikrarı sağlanmış olur.

Söz konusu sistemin bir diğer faydası da, tüketicinin istikrarsız, dalgalanan talebi ile pek de esnek olmayan taşıt üretimi arasındaki farklılıkların dağıtım ağı içerisinde kaybolmasıdır. Dolayısıyla, üretici taşıtları son tüketicinin talebine göre değil fakat yetkili dağıtıcının potansiyel satış tahminlerine göre üretmektedir. Şöyle ki, yetkili satıcı stokları eritmek kaygısıyla, kimi durumlarda, müşterinin istekleri ile tam örtüşmeyen taşıtları müşteriye büyük indirimler uygulayarak sunmaktadır. Bu

¹¹⁵ **Vezzoso Simonetta**, “On The Antitrust Remedies To Promote Retail Innovation In The EU Car Sector”, ECLR 2004, 25 (4), s. 174

¹¹⁶ 01.04.2004 tarihli Dijon İstinaf Mahkemesi (court of Appeal), seçici dağıtım sistemini uygulayan üreticinin, seçici dağıtım kriterlerini uygularken objektif ve adil olup olmadığını incelemeyeceği için Temyiz Mahkemesi (court of Cassation) tarafından eleştirilmiştir, **Utzschneider Yan / Glatz Alexandre**, “France:Anti-Competitive Agreements-Motor Vehicle Distribution”, ECLR 2005, 26 (11), s. 169

¹¹⁷ 1400/2002 m.4/1 c

durumda, pazardaki gerçek talep bilinmediği için geleceğe yönelik tahminlerde ve üretim programlarında belirsizliklerin ortaya çıkması doğaldır¹¹⁸.

Seçici dağıtım sisteminin üretici açısından bir diğer avantajı, yetkili satıcının kendi getirdiği sermayesi ile faaliyete girişmesi, üreticinin ise minimal bir yatırım ile yetkili satıcıların kontrollerini sağlamasıdır.

2. Otomotiv Dağıtım Sektöründe Münhasır Dağıtım

1400/2002 sayılı Tüzük'te¹¹⁹ münhasır dağıtım sistemi “ *sağlayıcının, anlaşma konusu malları veya hizmetleri, alıcının kendi kullanımı veya yeniden satış amacıyla ortak Pazar içinde sadece bir alıcıya satmasına sebep olan doğrudan veya dolaylı herhangi bir yükümlülük*” olarak ifade edilmiştir.

Söz konusu dağıtım sistemi ile sağlayıcı tarafından tek bir dağıtıcıya münhasır bir bölge tahsis edilir. Sağlayıcı, dağıtıcıya rekabet etmeme, birden fazla markalı ürün satmama, inhisari bölgenin alanına göre belirli bir miktarda ürün satın alma gibi yükümlülükler getirebilir¹²⁰. Ayrıca, dağıtıcının Birlik içinde ek tesis yeri açma hakkı yoktur; o sadece inhisari bölgedeki satışlarına yoğunlaşmalıdır. Sağlayıcı ise, sözleşme konusu malları inhisari bölge dışındaki müşterilere, bunların işyeri veya ikametgahlarının münhasır bölge içinde veya dışında olup olmamasına bakmaksızın, satmakta serbesttir.

Bu sistemin sağlayıcı açısından en büyük dezavantajı, sağlayıcının, dağıtıcıya, dağıtım ağına dahil olmayan bağımsız yeniden satıcılara sözleşme bölgesi içinde (inhisari bölgede) mal satmaya ilişkin kısıtlama getirememesidir. Dolayısıyla, ağın yetkisiz dağıtıcılarla bulanıklaşması riski mevcuttur¹²¹. Dağıtım sözleşmesine sağlayıcının, bu riski engellemek için, muafiyetin tamamen düşme riskini de göze alarak, sözleşmede bölge dışındaki yeniden satıcılara ya da son kullanıcılara ürün satışını engelleyici kısıtlamalar getirdiği görülmektedir¹²². Sağlayıcının çoğunlukla bölge dışına ürünlerin pasif satışını engelleme, dağıtıcının hevesini kırmak amacıyla

¹¹⁸ **Kniebihler/Chieux**, s.47

¹¹⁹ 1400/2002 m. 1/1 (e)

¹²⁰ **Crisera Maria Lisa**, “The New Motor Vehicle Regulation: More Flexibility for Car Manufacturer?”, 2003, 2 I.B.L.J (201), s.204

¹²¹ **Malaurie-Vignal Marie**, “Présentation et Commentaire du Règlement No 1400/2002”, Petites Affiches, 29.11.2002, N. 239, s.4 ; **Gerard**, s. 528

¹²² **CC 2000**, New Cars,, Appendix 6.17, s. 169

tedarik ettiği ürünün miktarını kısma, ürün teslimini geciktirme gibi çeşitli yolları denediği görülmektedir¹²³.

Sistemin yetkili dağıtıcı açısından en büyük dezavantajı ise yetkisiz yeniden satıcıların inhisari bölgede faaliyette bulunmalarının gerek kendileri gerekse sağlayıcı tarafından engellenemeyeceğidir. Dolayısıyla, ağ dışındaki yetkisiz yeniden dağıtıcı, yetkili dağıtıcıya ayrılan inhisari bölgede taşıtı daha düşük fiyata yeniden sattığı¹²⁴ takdirde yetkili dağıtıcının karı azalacaktır¹²⁵.

Ayrıca, sağlayıcı, inhisari bölge dışındaki yetkili dağıtıcılara, inhisari bölge içinden kaynaklanacak talepleri karşılamama, diğer bir deyişle pasif satış yapmamaya yönelik kayıtları kabul ettirmekle yükümlü değildir. İnhisari bölge dışındaki dağıtıcılar için bu tür yükümlülükler öngörmek veya bu konuda onlara baskı uygulamak, paralel ticaretin engellenmesi veya ihraç yasağı getirmek anlamını taşır.

İnhisari bölgede satış yapan yetkili satıcının özgürlüğü seçici dağıtım sistemine dahil dağıtıcılara oranla daha kısıtlıdır. Kendilerine ayrılan bölge dışında ne aktif satış¹²⁶ ne de kişisel reklamlarını¹²⁷ yapabilirler. Buna karşın, kendi Internet sitelerini kurmaları yasaklanmamıştır. Böylelikle, tüketiciler inhisari bölgede faaliyet gösteren dağıtıcılar ile iletişime geçebilirler.

Münhasır dağıtım sistemine dahil yetkili dağıtıcılar, kendilerine sözleşme ile tanınan inhisari bölgedeki satış yetkisi ile yeni araba satışı, 2. el araba satışı, parça satışı ve satış sonrası hizmet verme faaliyetlerini gerçekleştirirler. Özellikle satış sonrası hizmet faaliyetleri ile kendilerine sürekli bir gelir kaynağı yaratılmıştır. Böylelikle, yaptıkları yatırımların karşılığını daha hızlı alma şansları artar.

¹²³ CC 2000, New Cars, Appendix 2.166, s. 39

¹²⁴ CJCE, 15.02.1996, Grand Garage Albigeois SA et Autres c/Garage Massol SARL, Aff. C-226/94, Rec.1996 I, s.651; CJCE, 15.02.1996, Nissan France SA c/Jean Luc Dupasquier du Garage Sport Auto, Aff. C-309/94, Rec. 1996 I, s.677; Cass. Com. 10.02.1998, CNPA et autres c/SARL Givry Automobiles, Bull. civ. IV, N.65

¹²⁵ Goyer René, “La Vente des Automobiles Après 2002”, La Semaine Juridique, N.5, Année 1998, s.1-2; Vogel Louis, “De Quelques Questions Juridiques Suscitées Par Le Nouveau Règlement d’Exemption Automobile”, Gazette du Palais, 04.03.2003, N.63, s.21

¹²⁶ Pasif satış yapmaları engellenemez, bkz açıklayıcı broşür Soru: 12, 25, 44

¹²⁷ Thieffry P., “La Distribution Automobile Sur Internet”, Contrats Concurrence Consommation, Janvier 2003, Chronique, N.1, s.3

Söz konusu dağıtım sisteminin esasen rekabete aykırı pek çok yanı bulunmaktadır. Öncelikle, inhisari bölge kayıtları ile dağıtıcıların üzerinde yoğunlaşacakları bölgeler tespit edilmekte, ülke coğrafi açıdan paylaşılmaktadır. İnhisari bölge kayıtları ile sağlayıcının ürünlerinin dağıtımında tam bir tekele sahip olan münhasır dağıtım ile fiyat rekabeti ortadan kalkacak, per se hukuka aykırı olan fiyat tespitine yönelik hedefler, bölgesel kısıtlamalarla dolaylı olarak uygulama alanı bulacaktır¹²⁸. Buna ek olarak, söz konusu sistem, piyasayı üçüncü kişilere kapatma ve marka içi rekabeti engelleme bakımından önemli bir araçtır.

Aynı dağıtıcının birbirlerine rakip birden fazla sağlayıcı adına satış faaliyetinde bulunmasının önünde engel olmadığı için inhisari bölge kaydının, rakip sağlayıcılar arasındaki işbirliğini kolaylaştırdığını da söyleyebiliriz¹²⁹.

Tek satıcılıkta rekabetle ilgili diğer bir endişe, sağlayıcının, tek satıcıya tahsis edilen bölgede başka bir dağıtıcı tayin etmeme yükümlülüğünü üstlenmesi ile, aynı markanın dağıtıcıları veya satıcıları arasındaki rekabetin kısıtlanacağı, özellikle marka içi rekabetin özellikle toptancı seviyesinde azalacağı hattâ ortadan kalkacağı üzerinedir.

3. Münhasır ve Seçici Dağıtım Birlikteliği

Otomotiv dağıtım sektörüne hakim olan sistemin, yukarıda açıklanan her iki sisteminin de avantaj ve dezavantajlarını içinde barındıran seçici münhasır dağıtım sistemi olduğu göze çarpmaktadır. Sağlayıcıları bu sistemi seçmeye iten “bedavacılık probleminin üstesinden gelme” ve “ağın kontrol masraflarını azaltma” şeklinde iki motivasyon kaynağı bulunmaktadır¹³⁰.

Motorlu taşıt gibi kendine has ve karmaşık ürünler karşısında tüketici ürünün kalite ve teknik özelliklerini ilk görüşte anlayamaz. Dolayısıyla, bu ürünü satın almadan önce tüketiciye gerekli bilgi ve açıklamaları sağlamak, deneme sürüşü fırsatı vermek

¹²⁸ **Grimes Warren S.**, “Brand Marketing, Intra-brand Competition and The Multibrand Retailer: The Antitrust Law of Vertical Restraints”, *Antitrust Law Journal*, N.64, 1995-1996, s. 86

¹²⁹ "Dikey kısıtlamalar, pazarın yapısına bağlı olarak, gerek sağlayıcı seviyesinde gerekse dağıtıcı seviyesinde uyumlu eyleme olanak sağlayabilmekte, Kanun'un 4. maddesi anlamında rakipler arasındaki bir anlaşmanın uygulanmasını kolaylaştırıcı araçlar olarak kullanılabilir", Rekabet Kurulu kararı N: 03-49/556-241, Karar Tarihi: 09.07.2003; **Whish**, *Competition Law*, London 2003, s. 517

¹³⁰ **Dubois**, s. 56

gerekmektedir. Gerek sağlayıcı gerek yetkili dağıtıcı açısından maliyetli olan bu türden hizmetler ne denli yaygın olursa müşteri de o denli memnun edilmektedir. Garanti ve satış sonrası servis hizmetlerin verdiği güven duygusu ürünlerin satılmasında son derece etkili olmaktadır.

İşte bu hizmetlerin verilmesi aşamasında münhasır dağıtıcılar arasında bedavacılık problemi yaşanmaktadır. Şöyle ki; tüketici yeterli bilgi ve deneme sürüşü sunan dağıtıcıyı kullandıktan sonra daha zayıf bilgi sunan fakat daha makul fiyat belirleyen dağıtıcıdan ürünü satın almaktadır. Seçici münhasır dağıtım sisteminde, sağlayıcı ve dağıtıcı arasındaki iletişim bütünlüğü sayesinde bu bilgi asimetrisi engellenmektedir.

Gerek seçici dağıtım gerekse münhasır dağıtımın yetkili dağıtıcı sayısına, dolayısıyla yeniden satış imkanlarına kısıtlama getirdiği bilinmektedir. Her iki dağıtım sistemi arasındaki farkı getirilen kısıtlamalar belirlemektedir. Seçici dağıtım sisteminde, sağlayıcının, dağıtıcıların sayısını ya da satış kotalarını belirleyici niceliksel kriterler; personele, teşhir salonlarına, ürün teşhirine vb. minimum standartlar getirebileceğinden çalışmamızda bahsedildi. Bölge münhasırlığında ise, sözleşmede belirtilen belli bir bölgede sadece tek bir dağıtıcıya satış ve servis konusunda yetki verildiği, bu sisteme dahil dağıtıcıların başka bir bölgede şube açmalarına ve aktif satış yapmalarına yönelik kısıtlama getirilebileceği yine çalışmamızda açıklandı.

Her iki dağıtım sistemi birlikteliğinde, diğer bir deyişle “inhisari bölgenin tanındığı seçici dağıtım sisteminde” sağlayıcının niteliksel ve niceliksel kriterler getirmekte, bu kriterlere göre belirlediği yetkili dağıtıcıların her birine inhisari bölge tanımaktadır.

Niceliksel kriterler getirildiği takdirde dağıtıcıların sayısı, sağlayıcının kaç adet bölge belirlediğine göre değişmektedir. Niceliksel seçici dağıtım sisteminde, sağlayıcı tarafından satış kotaları getirilmekte, bu hedeflere de ancak sağlayıcıdan mal alarak ulaşıldığından bu sistem çapraz tedariği ve paralel ihracatı engelleyici niteliktedir¹³¹.

¹³¹ **Brenkers/ Verboven**, s. 3; bonus sistemleri sayesinde üreticiler, dağıtıcıların davranışlarını kontrol etme şansı yakalamışlardır, **Buzzavo Leonardo / Pizzi Claudio**, “Trade Marketing and Vertical Restraint: The Case of Automotive Distribution in Italy”, European Marketing Trends Congress, January 2005, Paris, s.5

Seçici münhasır dağıtım sisteminde sistem dışındaki bağımsız yeniden satıcılara ürün tedarik etmenin ve münhasır dağıtım sisteminin özelliği gereği inhisari bölge dışında satış noktaları açmalarının yasaklandığı görülmektedir. Ayrıca, çok markalı satış ve paralel ihracat da sağlayıcının baskıları ile engellenmeye çalışılmaktadır.

Görüldüğü üzere, seçici ve münhasır dağıtım sistemi birlikteliğinin uluslararası düzeyde marka içi rekabeti kısıtladığı inkar edilemez. Özellikle, Birlik içinde farklı bölgelerde faaliyette bulunan dağıtıcılar arasında paralel ihracatın engellenmesi ile motorlu taşıtlar pazarında ülkeler arası fiyat farklılıklarının yaşanması doğal bir hal olacaktır.

Avrupa ilk derece mahkemesi, ilk kez “Adalat” kararında olmak üzere daha sonraki kararlarında¹³², Pazarda hakim durumda olmayan üreticinin prensip olarak şirket politikasını tek taraflı olarak paralel ihracatı desteklemeyen, buna karşı çıkan bir politikayı benimseyebileceği ve bu politikayı “sistemik olarak uygulamakta ve devam ettirmekte” özgür olduğunu belirtmiştir¹³³. Dolayısıyla, bu politikayı bilerek ve sözleşmedeki ihracat yasağı hükmünü kabul ederek dağıtım anlaşmasını imzalayan dağıtıcı tarafından sonradan paralel ithalatın engellendiği iddiasının dinlenmeyecektir.

İlk derece mahkemesi, Komisyonun aksine, paralel ithalat yasağının ancak her iki tarafın da ortak menfaatlere sahip olması halinde getirileceğini, tarafların söz konusu menfaatler nedeniyle sözleşme ilişkisine girdiğini vurgulamıştır. Sözleşmenin hazırlık görüşmeleri sırasında ve devamında dağıtıcının paralel ithalat yasağı hakkında yazılı veya sözlü olarak uyarılmaması, fakat sonradan sağlayıcının paralel ithalatı engelleme için bonus vermeme, ürün göndermeme ya da az miktarda ürün tedarik etme gibi müeyyideler getirmesi ise RA m.81(1) kapsamında rekabete aykırıdır. Sağlayıcı dağıtıcının paralel ihracat yasağından haberdar olduğunu, bonus

¹³² CFI, Case T-41/96, Bayer vEuropean Commission [2000] ECR II-3383; [2001] 4 CMLR 4, Order of 03.06.1996 [1997] CML Rev. 1309-1317; Joined Cases C 25-26/84 Ford v European Commission [1985] ECR 2725; [1985] 3 C.MLR. 528; ECJ, Case C-70/93, Bayerische Motoren Werke AG c. v ALD Auto-Leasing D GmbH [1995] ECR I-3439

¹³³ **Jakobsen Peter Stig / Broberg Morten**, “The Concept of Agreement in Article 81 E.C.: On The Manufacturers’ Right to Prevent Paralel Trade Within The European Community”, ECLR 2002, s.133, 135; **Lidgard Hans Henrik**, “Unilateral Refusal to Supply: An Agreement in Disguise?”, ECLR (6) 1997, s. 357; **Malaurie-Vignal Marie / Makhlof Yazid**, “Synthèse du Règlement d’Exemption No 1400/2002”, Petites Affiches, 29.11.2002, N. 239, s. 8; **Ferrier**, Droit de La Distribution, s. 285

sisteminin ayrımcılık yapılmadan objektif olarak uygulandığını kanıtlarsa, sözleşme özgürlüğü gereği, paralel ihracat karşıtı politikası rekabete aykırı sayılmayacaktır.

Dağıtıcının yazılı veya zımni onayı bile olsa, paralel ihracat yasağı getiren sözleşmenin dağıtıcının gerçek menfaatlerine aykırı düştüğü ölçüde per se rekabete aykırı sayılması gerektiğini düşünmekteyiz. Dağıtıcı, hukuka uygun sayılan ve ithalat yasağı içeren sözleşmeyi hiç imzalamamak yerine menfaati gereği pasif kalarak imzalamakta, bu yasağı aşmak için her türlü fırsattan yararlanmakta, ithalatın bir şekilde yolunu bulmaktadır¹³⁴. Avrupa ilk derece mahkemesinin Adalat kararı ile izlediği paralel ithalatın yasal olarak üretici-sağlayıcı tarafından yasaklanabileceğini vurgulayan politikası, Komisyonun senelerdir İç Pazar'ın oluşturulması uğruna getirdiği politikaları tehdit edici niteliktedir.

¹³⁴ Lidgard, s.359

Üçüncü Bölüm

OTOMOTİV DAĞITIM SEKTÖRÜNDEKİ REKABET KURALLARININ GELİŞİMİ

Avrupa Topluluğu Adalet Divanı ilk kez Grundig/Constens kararında¹³⁵, sınırlı sayıda dağıtıcı ile çalışmanın pazara yeni girecek teşebbüsleri engelleyeceği gerekçesi ile, seçici dağıtım sistemlerinin üye devletler arasında rekabeti sınırlayabileceğini belirtmiştir. Pazarı sınırlayan, dolayısıyla rekabeti sınırlayan bu türden dağıtım sistemleri üye devletler arasındaki ticareti etkileyecek düzeydedir; bu durum Roma Antlaşması 81/1. maddenin uygulanmasını gerektirecektir.

Otomobil dağıtımının Avrupa’da Rekabet Hukuku’nu uzun süredir meşgul ettiği ve edeceği bir gerçektir. Komisyon 13 Kasım 1974 tarihinde aldığı kurucu¹³⁶ nitelikteki BMW kararında¹³⁷, otomobilin yüksek teknolojiye ve kendine has özelliklere sahip olması, üretiminden dağıtımına kadar pek çok aktörün rol oynaması gerekçesiyle münhasır yapıdaki dağıtım sisteminin bireysel muafiyeti hak ettiğini belirtmiştir. Şöyle ki; yüksek kalitede ürün tedarik eden ve satış sonrası servis hizmetleri sunan aktörlerin sıkı kontrolü sayesinde tüketicinin menfaati korunmaktadır.

Komisyonun, üreticilerin söz konusu kararı emsal olarak dağıtım sistemlerini düzenleyeceklerine dair umutları boşa çıkmıştır. BMW kararını takiben hemen hemen tüm otomobil üreticileri, bireysel muafiyet alabilmek için Komisyon’u başvurulara boğmuştur. Bireysel muafiyet için başvuru taleplerinin artması üzerine, bu taleplerin karşılanması, motorlu taşıt sektörüne yol gösterme, aynı zamanda otomotiv dağıtım sektöründe hukuki istikrarın sağlanması amacıyla¹³⁸ Komisyon

¹³⁵ Case 56/64, Judgement of 13.07.1966, Consten and Grundig/ Commission, Rec. 1966, s. 429

¹³⁶ **Poillot-Peruzetto S.**, “Le Règlement 1400/2002 de La Commission dans Le Secteur Automobile”, RTD Com, Octobre-Décembre 2002, N.3, s.750

¹³⁷ BMW [1975] OJ L29/1

¹³⁸ **Nart Serdar**, Avrupa Birliği ve Türk Hukukunda Motorlu Araçların Dağıtımında Rekabetin Korunması, 9 Eylül Üniversitesi yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2002, Yükseköğretim Kurulu Dokümantasyon Merkezi N.112918, s. 59

123/85 sayılı ilk blok muafiyet tüzüğünü düzenlenmiştir. 10 sene yürürlükte kalan bu tüzük Temmuz 1995'te yerini 1475/95 sayılı Tüzüğe bırakmıştır.

Her iki tüzükle de, dağıtıcılara üreticiler karşısında daha geniş bir serbesti sağlanması ve ekipman üreticilerinin durumlarının güçlendirilmesi hedeflenmiştir. Fakat 1475/95 sayılı Tüzüğün değerlendirilmesi amacıyla sektörün ilgili tüm aktörleri arasında yapılan anketlerde Komisyon'un isteğinin tersi yönünde bir durumun gelişmiş olduğu anlaşılmıştır. Ekonomik anlamda üreticilere bağımlı olan dağıtıcılar, dağıtım ve satış sonrası servis anlaşmalarında hala zayıf taraf tır.

Le Tourneau'nun da belirttiği gibi, dağıtıcıyı sağlayıcıya bağımlı kılan sebepler şu şekilde özetlenebilir¹³⁹: sağlayıcının kolayca sözleşme ilişkisini sonlandıran dağıtıcı yerine rahatlıkla başka bir dağıtıcı bulabilmesine karşılık dağıtıcının, yoğunlaşmalar ile üretici/sağlayıcı sayısının gün geçtikçe azalması gerçeği karşısında aynı şansa sahip olmaması; dağıtım sözleşmelerinin çoğunlukla belirli süreli düzenlenmesi ile sağlayıcının süre bitiminde sözleşmeyi yenilememe hakkının bulunması, dolayısıyla fazla özgürlükçü, isyankar dağıtıcının kolaylıkla dağıtım ağından elenecek olması; dağıtıcıların son derece büyük yatırımlar yaparak ağır bir yük altına girmeleri nedeniyle haklı olsalar dahi sözleşmeyi tek taraflı feshetmeye yönelmemeleri, aksi halde toparlanamayacak olmalarıdır.

Komisyon, değerlendirme raporunda 1475/95 sayılı Tüzüğün tip sözleşmesini dayattığını, tarafların özgürce kendi çıkarları doğrultusunda sözleşme hükümlerini belirleyemediğini, bunun otomobil dağıtım sektöründe "korse"¹⁴⁰ etkisi yarattığını ifade etmiştir. Otomotiv sektöründe, operatörler arasında tekdüze, bir örnek sözleşmeler artık yerini plüralist sözleşmelere bırakmalıdır¹⁴¹. Satış-bakım/onarım-yedek parça faaliyetlerini tekdüze bir sözleşmede birleştirmek yerine bu faaliyetleri 2'ye (satış-bakım/onarım ve yedek parça) hatta 3'e (satış ve bakım/onarım ve yedek parça) bölmek mümkün hale getirilmelidir.

¹³⁹ **Le Tourneau**, Les Contrats de Concession, s. 76

¹⁴⁰ "dar ceket" olarak da tabir edilmiştir; 2790/99 sayılı Blok Muafiyet Tüzüğü de, tarafların sözleşme yapmaktaki amaçlarını, blok muafiyetinden yararlanmak uğruna değiştirdikleri, ağır kısıtlamalar (black list) listesinin son derece uzun olduğu ve dar ceket etkisi (straitjacket) taşıdığı şeklinde eleştirilmiştir, bkz **Griffiths Mark**, "A Glorification od De Minimis-The Regulation on Vertical Agreements", ECLR 2000, s.244-245

¹⁴¹ **Vogel Louis**, "La Distribution Automobile à L'Epreuve de Son Nouveau Règlement d'Exemption", Lamy Droit Economique 2003, s. 1

I. 85 VE 95 SAYILI GRUP MUAFİYET TÜZÜKLERİ

85 sayılı ve 95 sayılı Tüzüklere göz atmanın, son Tüzüğün getirdiği ve Çalışmamızın 6. Bölümünde “1400/2002 sayılı Tüzük Reformları” başlığı altında topladığımız büyük değişikliklerin reform niteliğini kavramımız açısından faydalı olduğunu düşündük. Bu sayede, 1400/2002 sayılı Tüzüğün getirdiği, örneğin beyaz liste anlayışının terk edilerek kara liste anlayışının benimsenmesi; münhasır dağıtım ve seçici dağıtım sistemi birlikteliliğinin ortadan kaldırılması; satış ve satış sonrası bakım onarım pazarının birbirinden ayrılması; yetkili dağıtıcı ve yetkili servisin Birlik içinde ek tesis açma, yayılma hakkına kavuşması, eşdeğer kalitede yedek parça tanımının getirilmesi; sözleşmenin gerekçeli feshi gibi büyük değişikliklerin 85 ve 95 sayılı eski tüzüklerde daha farklı düzenlendiğini fark edebiliriz.

Her iki tüzüğe göz attığımızda, yetkili dağıtıcının bireysel müşteriye temsil eden araçlara mal tedarik etmenin dolayısıyla paralel ihracat yapmasının, çok markalı satışta bulunmasının, asgari miktarda anlaşma konusu mal belirleme ve stokta asgari miktarda mal bulundurma gibi bazı konularda anlaşmazlık halinde tahkime başvurma; bağımsız servislere bakım-onarımda kullanmaları şartı ile mal tedarik etmesi gibi bazı hakların temellerinin 1400/2002 sayılı Tüzük öncesinde atıldığını, fakat son Tüzük ile bu hakların motorlu taşıt üreticisi ve sağlayıcı aleyhine değiştirildiğini görmekteyiz.

A. 85 Sayılı Tüzük

1 Temmuz 1985’te yürürlüğe giren 123/85 sayılı Grup Muafiyet Tüzüğü, o yıllarda o zamana kadar yapılmış en “iddialı fakat komplike” blok muafiyet tüzüğü olarak betimlenmiştir¹⁴².

Tahmin edileceği üzere, söz konusu Tüzük basit bir çalışmayla ortaya çıkmamış, aksine uzun uğraşlar neticesinde, yaklaşık 4 senelik hazırlık çalışmaları sonunda şekillenmiştir. Basında¹⁴³ Tüzük hakkında pek çok baş sayfa yazılarının yer almasının esas nedeni, Tüzüğün ayrılmaz bir şekilde Birlik içindeki motorlu taşıt

¹⁴² Groves Peter, “Motor Vehicle Distribution: The Block Exemption”; ECLR 1987, 8 (1), s.77

¹⁴³ “Common Market in Cars”, Financial Times, 21.08.1984; “Feather Beds on Wheels”, The Times, 04.09.1982; “An Expensive British Ride”, Financial Times, 01.09.1982

fiyat farklılıklarına çözüm arayışları içinde olmasıdır¹⁴⁴. Zira, Komisyon'un Beyaz Defter'de de ifade ettiği gibi, Birliğin en önemli hedeflerinden olan "İç Pazarı oluşturma" hedefine hala ulaşılamamış, sektöre özgü 123/85 sayılı Tüzük ile otomotiv sektöründe ortak bir Pazar yaratılacağı ümit edilmiştir.

İlk kez motorlu taşıt sektörüne özgü söz konusu grup muafiyet tüzüğünde seçici münhasır dağıtım sistemi birlikteliliğine müsama gösterildiğini görmekteyiz. Bu sistem 1400/2002 sayılı Tüzük reformuna kadar devam ettirilecektir.

123/85 sayılı Tüzüğün kapsamına sadece yeni bireysel ya da yeni ticari araçların dağıtım sözleşmeleri girmez; iki tarafın taraf olduğu, taraflardan birinin karayollarında kullanım amaçlı üç veya daha fazla tekerlekli kamu hizmetinde kullanılan taşıtlar, ticari araçlar ve kendisini takip eden tüzük düzenlemelerinden farklı olarak "tarım arazisinde kullanılan traktörler"¹⁴⁵ de grup muafiyeti kapsamındadır.

Yedek parçaların dağıtım sözleşmesinin grup muafiyetinden faydalanması, ilgili sözleşmenin motorlu taşıt dağıtım anlaşmasının bir parçası olması halinde mümkündür. Diğer bir deyişle, sadece yedek parça dağıtımına ilişkin sözleşmeler Tüzüğün getirdiği grup muafiyeti kapsamı dışında bırakılmıştır¹⁴⁶. Her ne kadar söz konusu uygulama kendisini takip eden 1475/95 sayılı Tüzükte devam ettirilse de 1400/2002 sayılı Tüzüğün getirdiği reformlardan 3S (satış-bakım/onarım-yedek parça) ayrımı ile yedek parçaların dağıtımını da sektöre özgü grup muafiyeti kapsamında değerlendirecektir.

Tüzüğün 3. maddesinde, sağlayıcının onayı olmadan ürün üzerinde değişiklik yapmama, rakip malları üretmeme ve rakip malları satmama, sağlayıcının onayı olmadan dağıtım ağına dahil olmayan diğer teşebbüslerle dağıtım ve servis anlaşmaları yapmama gibi hükümleri içeren beyaz liste ile sağlayıcının getirebileceği kısıtlamalar ortaya konmuş, bu kısıtlamaların muafiyeti düşürmeyeceği belirtilmiştir.

Böylelikle, sağlayıcı tarafından, dağıtıcıya, aktif satış şekillerinden kabul edilen anlaşma bölgesi dışında anlaşma konusu malların dağıtımını için teslimat noktaları

¹⁴⁴ Groves, The Block Exemption, s. 77

¹⁴⁵ Groves, The Block Exemption, s. 78

¹⁴⁶ Groves, The Block Exemption, s. 78

veya depo açmama¹⁴⁷, bu bölgelerde aktif yollarla müşteri aramama yasağı getirilebilir. Dağıtıcı, ayrıca, üçüncü kişilerle alt sözleşme yaparak sözleşme konusu malların dağıtımını ya da servis hizmetlerinin sağlanmasını konusunda bu kişileri yetkilendiremez. Satış ve satış sonrası servis birlikteliği 1475/95 sayılı Tüzükte de varlığını korumakta, yetkili dağıtıcılara 3. kişilerle alt sözleşme yaparak servis hizmetlerini gördürmeleri yasaklanmaktadır. Yetkili dağıtıcı, servis hizmetleri verip vermemek konusundaki özgürlüğe ancak 1400/2002 sayılı Tüzük ile kavuşacaktır.

Tüzük m.4'te, Beyaz liste klozları devam ettirilmiştir. Sağlayıcı tarafından dağıtıcıya getirilen ve muafiyeti düşürmeyen yükümlülüklerin, dağıtıcının ekipman, teknik alanda kolaylıklar, personelin eğitimi, reklam, ürünün teslim alınması, depolanması, tüketiciye teslim edilmesi, ürünün bakım ve onarımı konuları etrafında düzenlendiğini görmekteyiz. Dağıtıcı bu yükümlülükleri belirli bir zaman dilimi süresince (3 aydan fazla olmamak üzere) üstlenir.

Satış hedeflerinin belirlenmesi, taraflar arasındaki tamamlayıcı anlaşmalarla ya da dağıtıcının tahmini potansiyel satışları sonucu oluşturulur. Stokta tutulacak ürün miktarı da aynı yöntemle belirlenir. Yetkili dağıtıcının diğer yükümlülükleri: sözleşmede belirtilmesi koşuluyla deneme aracı bulundurma; garantili servis, ücretsiz servis ve geri çağırma hizmeti verme ve bu hizmetler sırasında orijinal parça kullanılmadığı takdirde müşteriyi bilgilendirmektir. Tüzük m.4/2 gereği, beyaz listedeki bu yükümlülüklerden herhangi biri Roma Antlaşması'nın 85. maddesi ile çeliştiği takdirde çelişen hüküm muafiyet kapsamından çıkacaktır.

85 sayılı Tüzükte göze çarpan Beyaz Liste yaklaşımını, yerini, 95 sayılı Tüzük'teki Kara Liste yaklaşımına bırakmış, bu son yaklaşım son Tüzükçe de benimsenmiştir.

123/85 sayılı Tüzüğün yetkili dağıtıcıya çok markalı satış yapma serbestisi tanımadığı, aksine, sağlayıcının, rakip ürünlerin dağıtımı/ servis hizmetleri için bir 3. üretici ile alt anlaşma imzalamasını yasaklayabileceği düzenlenmiştir¹⁴⁸.

Tüzüğün 5/2 maddesi gereği, sağlayıcı, "haklı sebep" göstermeden ikinci bir markanın dağıtımını engelleyemez; aksi halde muafiyet düşecektir.

¹⁴⁷ Depo, satış yapılmayan ancak sözleşme konusu malların saklandığı yer; teslimat noktası ise, satılmış olan malların tüketiciye teslimi için belirlenmiş yer olarak tanımlanabilir.

¹⁴⁸ 123/85 m.3/5

Bilindiği üzere haklı sebep kavramı nisbi bir kavramdır; yani, haklı sebep kavramının bütün sürekli sözleşmelerde ve her türlü koşullar altında geçerli sabit ölçüleri yoktur¹⁴⁹. Dolayısıyla, haklı sebebin varlığı olayın koşullarına ve özelliğine göre değerlendirilmelidir. Bu değerlendirme sırasında, yargıç, menfaatler dengesini göz önünde tutacaktır. Somut olaya göre çıkarlar dengesi göz önüne alınacak; karşılıklı sadakat yükümlülüğü; dağıtıcının ticari varlığını sürdürebilmesi için ikinci bir markanın dağıtımını yapması zorunluluğu ya da pazarın durumunun kötüleşmesi gibi dağıtıcının iddia ettiği koşulların varlığı¹⁵⁰ incelenecektir.

Yetkili dağıtıcıya ilk kez 85 sayılı Tüzük ile tanınan, bu tüzüğü takip eden tüzüklerde de yer alan bir serbesti de, motorlu taşıtı satın almak için bireysel müşteriden (son kullanıcıdan) yazılı yetki belgesi almış¹⁵¹ ve bireysel müşteriyi temsil eden aracılara taşıt satışlarıdır. Bu araçlar tüketicinin yararına yine tüketici tarafından belirlenen taşıtı satın aldıklarından yeniden satıcı olarak kabul edilmemektedirler.

Her ne kadar aracılara satış yolu ile paralel ihracat teşvik edilse de, ticari kaygılar ve özellikle sağlayıcının baskısı ile paralel ihracatçıya ürün tedarik edilmediği görülmektedir. Avrupa kıtasındaki pek çok dağıtıcı, taşıt fiyatlarının son derece yüksek olduğu Birleşik Krallığa hangi kanal ile olursa olsun olursa olsun bir şekilde doğrudan satış yapmanın yolunu aramışlardır. Birleşik Krallıktaki yetkili satıcılar ise, kendi topraklarına sızan yabancı uyruklu ve daha düşük fiyattan taşıt satan dağıtıcılar karşısında önlem almakta zorlanmışlardır¹⁵².

Tüzüğün satış sonrası bakım-onarım pazarındaki düzenlemeleri incelendiğinde, bağımsız servislerin (tamircilerin) yetkili servislerden bakım-onarımda kullanmak üzere yedek parça tedarik edebileceği görülmektedir.

85 sayılı Tüzük, sözleşmeye sağlayıcı tarafından “aynı kalitede olmayan” yedek parçaların dağıtımının ve kullanımının yasaklayan hükümler konabileceğini

¹⁴⁹ **Çamoğlu Ersin**, Kollektif Ortaklıkta Haklı Sebep Kavramı ve Ortağın Haklı Sebeple Çıkarılması, Fakülteler Matbaası 1976, s. 77-78

¹⁵⁰ **Groves**, The Block Exemption, s. 83

¹⁵¹ “Distribütör, Ssangyong araçlarını, bu anlaşma ile oluşturulan şirkete ait satış ağındaki bayiler haricinde kalan aracılara, bu araçlar Ssangyong araçlarını son kullanıcı tarafından yazılı şekilde yetkilendirilmiş olmadıkça, hiçbir durumda satamaz..aracıların işlevinin herhangi bir yeniden satıcının işlevine eşit olmaması şarttır” ifadesi 1998/3 sayılı Tebliğin 4. maddesi b(9) bendine uygunluk göstermektedir, Rekabet Kurulu Kararı:02-48/610-245, Karar Tarihi: 22.08.2002

¹⁵² **Groves**, The Block Exemption, s. 79

düzenlenmiştir¹⁵³. Ancak 3. bir üreticinin ürettiği yedek parçaların aynı kaliteye ulaşması halinde, artık üretici, bu parçanın dağıtımını ve kullanımını engelleyemez. 95 sayılı Tüzük de bu yaklaşımı devam ettirmiştir.

Yine de, 85 sayılı Tüzük, kalitenin aynı olduğunu kanıtlama yükümlülüğünün hangi tarafta olduğuna dair açıklama getirmemiştir. Aynı belirsizlik 95 sayılı Tüzükte de devam etmiştir¹⁵⁴. Son Tüzüğün bu konuyu düzenleyen lafzından kalitenin aynı olduğunun parçayı üreten teşebbüs tarafından kanıtlanacağı¹⁵⁵ anlaşılmaktadır.

123/85 sayılı Tüzüğe göre, sözleşmeyi fesih beyanının belirsiz süreli dağıtım anlaşmalarında 1 sene, belirli süreli dağıtım anlaşmalarda ise 6 ay önceden karşı tarafa bildirilmesi gerekmektedir. Belirli süreli sözleşme en az 4 sene için düzenlenmelidir. Ne yazık ki, sözleşmenin feshinin nedenlerine ilişkin herhangi bir düzenlemeye yer verilmemiştir. 1475/95 sayılı Tüzüğün ise ilk kez fesih nedenlerine ilişkin düzenlemelere gidilmiş, fakat sadece haklı sebep ve haksız sebeple fesih ayırımına gitmekle yetinilmiştir. Dolayısıyla, 1400/2002 sayılı son Tüzüğün bu konuda devrim yarattığını söyleyebiliriz.

B. 95 Sayılı Tüzük

1475/95 sayılı Tüzük, tüm ilgili tarafların yani motorlu taşıt üreticilerinin, dağıtıcılarının, bağımsız yeniden satıcıların, otomobil parça üreticilerinin ve tüketicilerin lobi faaliyetleri sonunda oluşturulmuştur.

¹⁵³ 123/85 m.3/4; “benzer yedek parçalar”, ne bir otomobil üreticisi ne de otomobil üreticileri ile birlikte çalışan bir ekipman üreticisi tarafından üretilmiş olup tamamen bağımsız bir yedek parça üreticisi tarafından üretilmekte ve pazara sunulmaktadır, bkz. **Nart**, s.109

¹⁵⁴ eş değer kalitede olduğunu kanıtlamanın parçayı alan yetkili satıcıda olduğunu savunanlar olduğu kadar (Paul Cocchiello) bu parçayı üretenlerde olduğunu düşünenler de (Roland Gardin) vardır; tartışma için bkz. **Creda**, “Le Contrat Cadre de Distribution: Enjeux et Perspectives”, <http://www.creda.ccip.fr/colloques/1996-contrat-distribution-actes.html>, s.10; “Bayi, eşdeğer kalitede yedek parçaları kullanmayı düşündüğünde, bu yedek parçaların marka ve orijinallerini, Şirket’e yazılı olarak bildirerek kalitesini kanıtlayıp Şirket’e onaylatmayı kabul ve taahhüt eder” ifadesi ile yetkili satıcının eş değer kalitede yedek parça kullanımının şartları ayrıntılı olarak düzenlenmiştir. 1998/3 sayılı Tebliğin 7(h) maddesine aykırılık bulunmamaktadır, Rekabet Kurulu Kararı:04-49/660-164, Karar Tarihi:29.07.2004

¹⁵⁵ 1400/2002 m.1/1 u: “sadece bir motorlu aracın montajında kullanılmış ya da kullanılacak bütünüleyici parçalarla eş kalitede olduğunu talep edildiğinde belgelendirilebilecek herhangi bir teşebbüs tarafından üretilen yedek parçadır.”

95 sayılı Tüzüğün, aynen 85 sayılı Tüzük gibi sadece 2 teşebbüs arasındaki sözleşmenin grup muafiyetinden faydalanacağını vurgulamaktadır¹⁵⁶. Sözleşmenin taraflarından biri motorlu taşıt sağlayıcısıdır. Diğer taraf ise; Ortak Pazar üzerinde tanımlanmış bir toprak parçasında, yeni¹⁵⁷ motorlu taşıtların yeniden satışı amacıyla faaliyette bulunacak dağıtıcıdır. Belirlenen bu toprak parçasında dağıtıcının yanında dağıtım sistemine dahil ve sayıları sağlayıcı tarafından belirlenen (belli sayıda) teşebbüs de yetkilendirilebilir.

“Ortak Pazar üzerinde tanımlanmış bir toprak parçası” kavramı 85 sayılı Tüzük sonrası getirilen bir değişikliktir. Daha büyük değişiklik ise münhasır bölgeden faydalanacak dağıtıcı sayısının sağlayıcı tarafından belirlenecek olması ve sağlayıcının bölgeyi birden fazla yetkili dağıtıcı arasında paylaşırma şansının olmasıdır. Bölgelerin potansiyeli araştırılarak, ayrıca bölgedeki nüfus ve kişi başına düşen gelir gözönüne alınarak bazı şehirlere birden fazla ana bayilik verildiği, bölge sınırı ve bayi sayısının değiştirilebildiği, mevcut bir bayinin bölgesinin genişletilebildiği görülmektedir. Belirtmeliyiz ki söz konusu değişiklik ancak tarafların karşılıklı mutabakatı ile mümkün olmaktadır¹⁵⁸.

1475/95 sayılı Tüzüğün kara listeye getirdiği bir kloz ile münhasır seçici dağıtım sistemine dahil dağıtıcının lehine bir düzenleme getirdiğini görmekteyiz: “*sağlayıcı, dağıtım sözleşmesinde, anlaşma bölgesinde faaliyet gösteren diğer yeniden satıcılarla anlaşma konusu malların dağıtımı ve servisine ilişkin, ya da anlaşma bölgesinin değiştirilmesine ilişkin bir hakkı saklı tutamaz*” (m.6/1(5)).

85 sayılı Tüzük’te, objektif olarak geçerli neden gösteren sağlayıcı, tek taraflı olarak anlaşma bölgesinde faaliyette bulunacak yeni dağıtıcılar görevlendirebilir veya anlaşma bölgesini değiştirebilirdi. 95 sayılı Tüzük, yeni dağıtıcıları görevlendirmek ya da anlaşma bölgesini değiştirmek için sağlayıcıya sadece “dağıtım ağının yeniden organizasyonu” şeklinde tek bir istisna getirmiştir. Böylelikle, dağıtıcılar sadece

¹⁵⁶ 1475/95 m.1

¹⁵⁷ 6 aydan daha kısa bir süre önce sicile tescil ettirilmiş ve 6000 km’den daha az yol almış taşıt yeni kabul edilmektedir, **Vogel/Vogel**, Droit de La Distribution Automobile II, s.65; İthalat-ihracat amacı ile sicile tescil ettirilmiş fakat hiç kullanılmamış araçlar “yeni” kabul edilmektedir, CJCE, 16.01.1992, Aff C-373-90, LawLex 200204650JBJ, JCP 1992, s.225

¹⁵⁸ “A.Şirketin tek taraflı olarak etki alanını yeniden düzenleme hakkı saklıdır. B. Şirket, Bölge’de tek taraflı olarak yeni bayi tayin etme hakkını saklı tutar” şeklindeki hükümler Tebliğin Grup Muafiyeti kapsamı dışında kalan koşul ve yükümlülükler başlıklı m.7 (d)’ye uygunluk gösterdiğinden grup muafiyetinden faydalanamayacaktır, Rekabet Kurulu Kararı: 05-78/1063-301, Karar Tarihi: 10.11.2005

diğer yeniden satıcıların rekabetinden değil aynı zamanda sağlayıcının da rekabetinden korunmaktadırlar.

95 sayılı Tüzük klozlarını 4 farklı kategori altında değerlendirebiliriz¹⁵⁹:

İlki, tüm motorlu taşıt dağıtım anlaşmalarında mutlaka bulunması gereken, bu hükümlere uyulmadığı takdirde anlaşmanın tümünün grup muafiyeti kapsamında çıkacağı klozları içerir. Bunlar, muafiyet verilmesi için sağlayıcının (m. 5/1 (2)) ve dağıtıcının (m. 5/1 (1)) uymak mecburiyetinde oldukları zorunlu hallerdir. Bunlar, sözleşmenin en az 5 yıl süreli düzenlenmesi ve belirsiz süreli olması halinde feshi ihbar süresinin 2 sene olması; dağıtım sisteminin yeniden organize edilmesi halinde feshi ihbar süresinin 1 sene olması gibi yükümlülüklerdir.

İkincisi, rekabeti sınırlayıcı etkisine rağmen sözleşmeye konulmasına izin verilen ve muafiyetin düşmesine neden olmayan klozları (Beyaz liste) kapsar (m.2, 3). Bunlardan bazıları, sağlayıcının onayı olmaksızın mal üzerinde herhangi bir değişiklik yapmama; anlaşma konusu rakip malları üretmeme; anlaşma bölgesi dışında şube ve depo açmama; anlaşma konusu mallarla aynı kalitede olmayan başka yedek parçaları satmama yükümlülükleridir. Ayrıca dağıtıcıya yüklenen, dağıtımın, satışın ve satış sonrası hizmetlerin gelişmesini sağlamak amacıyla işyerinin donanımı, personelin teknik eğitimi, bakım ve onarımın asgari standartlara uyması, stokta mal bulundurma, garantili servis, ücretsiz servis, geri çağırma hizmetleri verme gibi bir takım yükümlülükler de bu kategoriye dahildir (m. 4/1).

Üçüncü kategori sözleşmeyi grup muafiyeti dışında bırakan klozları kapsar. Bunlar m.6/1’de listelenen yasak hükümlerdir (Kara liste).

Son kategori ise, Tüzük m. 8’de düzenlenen, Roma Antlaşması’nın 85 (3). maddesine aykırı olarak anlaşma konusu malların, Birlik üyesi ülkelerde farklı fiyat ve koşullarda dağıtılması, sağlayıcıların dağıtıcılar arasında ayrımcılık yaratarak farklı fiyat ve satış koşulları belirlemesi gibi muafiyetin geri alınmasına sebep olan klozları kapsar.

¹⁵⁹ **Vanderelst Alain / Wijckmans Frank**, “The EC Commission Draft Regulation On Motor Vehicle Distribution”, ECLR, 1995, 16 (4), s.228

Tüzüğün açıkça serbest bırakılmayan klozları “kara liste klozları¹⁶⁰” ve “kara liste davranışları¹⁶¹” olarak iki kısma ayırdığı görülmektedir. Kara liste klozlarından herhangi birinin sözleşmede yer alması ile muafiyet tüm sözleşme için düşmekte; kara liste davranışları ise sistematik olarak devam ettirildikleri takdirde, muafiyet sadece söz konusu davranışları sergileyen işletmeler (rekabete aykırı davranışa katılan üretici, sağlayıcı, dağıtım ağı içindeki diğer işletmeler) açısından düşmekte, diğer işletmeler ise bu yaptırımdan etkilenmemektedir¹⁶². Örneğin, rekabetin sınırlanmasına katılmayan dağıtıcı muafiyetten yararlanmaya devam edecektir. Muafiyetin sadece kısıtlayıcı klozlar bakımından yani kısmen düşmesi bir görüşe göre belirsiz, açık olmayan bir ifadedir; muafiyetin düşme sınırı hakkında hakime kesin kriterler sağlanması daha doğru olurdu¹⁶³.

95 sayılı Tüzüğün getirdiği en radikal teknik değişiklik, açıkça Tüzük’te muafiyet kapsamına dahil edilmemiş, açıkça serbest bırakılmamış her türlü rekabeti sınırlayıcı anlaşmaların muafiyet kapsamı dışında kalmasıdır (m.6/1 (3)). Söz konusu ifadedeki “anlaşma” kavramı, “sözleşme” anlamında anlaşılmalıdır¹⁶⁴. Bu nedenle 3. bent , kara liste davranışlarından sayılmasalar bile dağıtım sözleşmesinde düzenlenmiş rekabeti sınırlayan klozlara (gri liste) yöneliktir.

Gri listeye giren klozların, kara liste davranışları ya da kara liste klozları gibi listelenmemesi, rekabeti sınırlayan şartların gerçekleşip gerçekleşmediğine karar verecek olan hakimin işini şüphesiz bir hayli güçleştirmiştir.

95 sayılı Tüzük, yetkili dağıtıcıya, dağıtım ağının kalitesini korumayı hedefleyen, diğer deyişle asgari kalite standartları getiren yükümlülükler getirilmesine izin vermiştir. En önemlilerini özetlemek gerekirse:

- dağıtıcıların alt dağıtıcılar ile yaptıkları sözleşmelerdeki değişikliklerde ya da sözleşmenin feshinde sağlayıcının kontrolü¹⁶⁵

-iş yerinin donanımı, serviste teknik kolaylıklar, personelin teknik eğitimi, malların satın alınması, depolanması ve tesliminde, ayrıca bu malların bakım ve onarımında

¹⁶⁰ 1475/95 m. 6/1’ de 1. ve 6. bentler arasında

¹⁶¹ m. 6/1’de 7. bentten 12. bent’e kadar

¹⁶² CC 2000, New Cars, Appendix 6.1, s. 627

¹⁶³ Nart, s.87

¹⁶⁴ örneğin centilmenlik anlaşması bu kavrama dahil değildir

¹⁶⁵ 1475/95 m. 5/1 (1) b, m. 5/2 (a), m. 3/6, m.3/7

asgari standartlar getirilmesi¹⁶⁶

-anlaşma konusu malları, sağlayıcıdan sadece belli zamanlarda veya üç ayı aşmamak kaydıyla belli aralıklarla sipariş etme yükümlülüğü¹⁶⁷

-stokta asgari miktarda ürün mal bulundurma, asgari miktarda deneme aracı bulundurma¹⁶⁸

-anlaşma konusu mallarla ilgili olarak garantili servis, ücretsiz servis ve geri çağırma hizmeti verme yükümlülüğü¹⁶⁹

Dağıtım ağının kalitesini sağlamak ve korumak amacıyla yukarıda da sayılan asgari miktarda anlaşma konusu mal belirleme, stokta asgari miktarda mal bulundurma ve asgari miktarda deneme aracı bulundurma yükümlülüğü, söz konusu asgari miktarın belirlenmesi yöntemi bakımından tartışmalara neden olmuştur.

123/85 sayılı Tüzük, asgari miktarın belirlenmesi aşamasında anlaşmazlık çıkması halinde bu miktarı sağlayıcının, dağıtıcının potansiyel satışlarını dikkate alarak düzenleyeceğini belirtmiştir. 95 sayılı Tüzük ise, tarafların uzman bir hakeme başvurmasını zorunlu kılmakta, hakemin “bölgedeki önceki satışlar ve tahmini satışlar dikkate alınarak” belirleme yapacağını vurgulamaktadır. Asgari miktar belirlenmesi için hakeme başvurma zorunluluğu eleştirilmiş, bu yöntemin aradaki sorunun bir an önce çözüleceğini garanti etmediği vurgulanmıştır¹⁷⁰.

95 sayılı Tüzüğün bu konuda çözüm getirmek yerine daha fazla karışıklık yarattığı görülmektedir. Bu konuda hakeme başvurma zorunluluğunun, bunun zorunluluk olmadığı konusundaki tartışmaların 1400/2002 sayılı Tüzükte de devam ettiğinden çalışmamızın ilerleyen kısımlarında bahsedeceğiz.

95 sayılı Tüzüğün getirdiği önemli yeniliklerden bir diğeri de; dağıtıcının, ayrı yönetime ve ayrı tüzel kişiliğe sahip ayrı satış yerlerinde rakip markaların mallarını da satabilecek olmalarıdır (m.3/3). 85 sayılı Tüzüğe göre, dağıtıcılar sadece rakip olmayan diğer taşıtların satışını ayrı satış yerlerinde olması kaydıyla gerçekleştirebilirlerdi (m.3/3). Rakip ve rakip olmayan motorlu taşıtlar arasındaki

¹⁶⁶ 1475/95 m.4/1 (1) ve m.5/1 (1) a

¹⁶⁷ 1475/95 m. 4/1 (2)

¹⁶⁸ 1475/95 m. 4/1 (4) ve m. 4/1 (5)

¹⁶⁹ 1475/95 m. 4/1 (6) ve m. 5/1 (1) a

¹⁷⁰ **Vanderelst/ Wijckmans**, s.234

esas farkın nasıl belirleneceği konusunda Komisyon'un herhangi bir açıklaması da olmamıştır¹⁷¹.

95 sayılı Tüzüğe göre, sağlayıcı, dağıtıcının ileri süreceği objektif geçerli gerekçe sonunda "ayrı satış yeri" koşulunu kaldırabilir (m.6/5(2)).

"Rakip üreticilerin taşıtlarının satımı" ifadesinden üretici açısından, üretilen taşıtların rakip olması şartı anlaşılmalıdır. Örneğin hafif ticari araç üreten üreticinin otobüs ile rekabeti yoktur, fakat otobüs üreticisi ile rekabet halinde olabilir.

Hükmün ifadesinin bazı sorunlara yol açtığı kuşkusuzdur: ortak girişleri olan fakat farklı teşhir salonlarına sahip satış yerleri bağımsız satış yerleri olarak kabul edilir mi? Ayrı satış tesislerinin park alanlarının ortak olması soruna yol açar mı? Aynı satış yerinde rakip malların aksesuarları ya da spor ürünlerini satması engellenmemiş¹⁷² olsa da sağlayıcı, satış yerinin donanımı için asgari standartlar getirerek¹⁷³ bu ürünlerin satışına engel olabilir.

Tamir hizmetleri, üretici tarafından yapılan yatırımlardan, örneğin personel eğitiminden üçüncü kişilerin yararlanması koşulu ile aynı binada yapılabilir. Ancak üretici, yatırımların kendisi tarafından yapılmasını dağıtıcıya zorla kabul ettiremez¹⁷⁴.

Sağlayıcının yatırım yaparak tedarik ettiği pahalı özel tamir aletlerinin rakip markaların araçlarında kullanılmaması şartının uygulamada nasıl denetleneceği soru işaretleri yaratmıştır. Daha karışık bir sorun, eğitimden geçirilip yetiştirilen tamircilerin bilgilerini rakip markalar üzerinde kullanmalarının nasıl engellenebileceğidir. Kanımızca, bu durumda üretici, servislerde çalışan personelin markalara göre ayrılmasını talep edebilmelidir¹⁷⁵.

¹⁷¹ Vanderelst/ Wijckmans, s.232

¹⁷² Vanderelst/ Wijckmans, s.232

¹⁷³ 1475/95 m. 4/1 (1) a

¹⁷⁴ Leitfaden, Komisyon Raporu, s.17, Nart'tan naklen, s.95, dpn. 337

¹⁷⁵ "Distribütör, şirketin kalite standartlarına uymayan başka markalara ait yedek parçaları satamaz", 1998/3 sayılı Tebliğin 4. maddesinin b(3) bendine uygundur", Rekabet Kurulu Kararı: 02-48/610-245, Karar Tarihi: 22.08.2002 ; "Yetkili servis, diğer markanın, Borusan Otomotiv tarafından karşılanan ve Ariyet sözleşmesi hükümlerine bağlanmış olsun ya da olmasın, özellikle servis donanımı ve eğitilmiş personelinden haksız ve yanlış şekilde yararlanmamasına dikkat edecektir. Markanın kendine özgü bilgi birikimi kapsamında, özel ve ilave teknik bilgi almış personel, diğer markaların satış sonrası hizmetinde kullanılamaz" hükmü, servisin o markada uzmanlaşmasını sağlayıcı nitelikte olması ve başka markalı araçların servisinin tamamen yasaklanmaması dikkate alındığında, sözleşmenin bireysel

95 sayılı Tüzüğün her ne kadar yedek parça pazarındaki rekabeti arttırmayı hedeflese de, yerini aldığı 85 sayılı Tüzüğe oranla büyük bir değişiklik getirmediğini görüyoruz.

Seçici dağıtım ağına dahil yetkili dağıtıcının taşıtların bakım ve onarımında kullanması şartı ile dağıtım ağına dahil olmayan yetkili servise yedek parça satabilme¹⁷⁶ hakkının 95 sayılı Tüzükte de devam ettirildiği görülmektedir.

95 sayılı Tüzüğe yedek parçalara özgü getirilen temel yenilik ise, yedek parça pazarında rekabet etmeme ile ilgili bir dizi yeni kara liste klozları eklenmesidir. Artık sağlayıcı, dağıtıcının m. 3/4'te yer alan anlaşma konusu mallarla rekabet edebilecek ve onların kalitesine denk düşen yedek parçaları (eş kalitede yedek parça) dilediği bir 3. şahıstan almasını engellemeyecektir¹⁷⁷. Bu hakkın doğrudan veya dolaylı kısıtlanması muafiyeti düşürecektir.

Üreticinin, ekipman üreticilerini, dağıtım ağı içerisindeki yeniden satıcılara eş kalitede yedek parça satmalarını engellemesi¹⁷⁸ muafiyeti düşürür. Muafiyeti düşüren bir diğer sebep de, motorlu taşıt üreticileri tarafından yedek parça üreticilerinin, ticari marka ve logolarını, montaj ve onarım için sağladıkları parçalar üzerinde kolayca görülebilir şekilde kullanmalarının engellenmesidir¹⁷⁹. Bu iki kara liste davranışında da “motorlu taşıt üreticisi” ifadesinin vurgulanması tek bir şekilde

muafiyetten yararlanabileceği anlaşılmıştır., Rekabet Kurulu Kararı:01-45/452-116, Karar Tarihi:27.09.2001

¹⁷⁶ 1998/3 sayılı Tebliğ, motorlu taşıtlar sektöründe satış sonrası hizmetlerde etkin bir rekabetin gerçekleşebilmesi için bir yandan sağlayıcıların rekabeti kısıtlayıcı nitelikteki dağıtım sistemlerine belirli koşullarda muafiyet tanırken, diğer taraftan bağımsız tamircilerin de rekabete dahil olmasını kolaylaştırmak amacıyla bunların gerekli teknik bilgi ve yedek parçalara ulaşımını garanti altına almaya yönelik bazı düzenlemeler getirmiştir”, Rekabet Kurulu Kararı:04-52/692-176, Karar Tarihi:12.08.2004

¹⁷⁷“Satıcı, anlaşma konusu mallara verilen garantili servislerde, ücretsiz servislerde, geri çağırma sadece sağlayıcıdan temin ettiği yedek parçaları kullanmak zorundadır” hükmü ile sağlayıcının satıcıya sadece sattığı malları kullanma zorunluluğu getirilmektedir. 1998/3 sayılı Tebliğ’in 7/h maddesinin”...anlaşma konusu malların kalitesine denk düşen yedek parçaları dilediği bir 3. teşebbüsten elde etme serbestliğinin doğrudan veya dolaylı sınırlandırılması nedeniyle bu yükümlülük grup muafiyeti kapsamı dışında kalmaktadır, Rekabet Kurulu Kararı: 01-32/315-92, Karar Tarihi:10.07.2001; “Tüketicilerin uygun kalitedeki yedek parçaları bir başka üreticiden satın alma haklarını korumak ve alternatif yedek parçaların , taşıt sağlayıcıları tarafından dağıtılan orijinal yedek parçalarla eşit koşullarda rekabet edebilmesini sağlamak amacıyla 1998/3 sayılı Tebliğ, yetkili satıcıların sözleşmeye konu mallarla eşdeğer kalitede yedek parça temin etme ve araçları bu parçaları kullanarak temin etmekonusunda özgür olmalarını sağlayan hükümler getirmiştir”, Rekabet Kurulu Kararı:04-82/1168-294, Karar Tarihi: 27.12.2004

¹⁷⁸ 1475/95 m. 6/1 (10)

¹⁷⁹ 1475/95 m. 6/1 (11)

yorumlanabilir: üreticiye ya da üreticiye bağlı teşebbüslere doğrudan ya da dolaylı atfolunamayan bu kısıtlamalar kara liste davranışları olarak kabul edilmeyecektir¹⁸⁰.

Her iki tüzükte de, yetkili servisin (dağıtıcının) garanti, bedava servis ve araç geri çağırma faaliyetlerinde sadece sözleşme ile belirtilen yedek parçaları kullanması zorunluluğu düzenlenmiştir¹⁸¹. Dolayısıyla, söz konusu hallerde, “üreticinin ilgisi, araçların güvenliği ve tüketicinin tercihleri dolayısıyla”¹⁸², kesin rekabet etmeme şartı hoş görülmektedir¹⁸³.

Bu sınırlı hallerde getirilen rekabet etmeme şartına paralel olarak, 85 ve 95 sayılı Tüzükler, dağıtıcıya iki halde bilgi verme yükümlülüğü getirmiştir¹⁸⁴; bunlar, bakım ve onarım hizmetlerinde başka kaynaklardan sağlanan yedek parçaların da kullanılabilmesine ilişkin müşterilerin genel olarak bilgilendirilmesi halleri ile başka kaynaklardan gelen yedek parçalar kullanılmış ise bu konudan müşterilerin özel olarak bilgilendirilmesi halleridir. Yetkili servis, uygulamada, pratik yol olarak özel bilgilendirmeyi müşterilere yolladıkları faturalar ile gerçekleştirmektedirler.

95 sayılı Tüzüğün 85 sayılı Tüzükten farklı olarak, belirli süreli sözleşmenin süresini en az 5 sene olarak düzenlediğini, belirsiz süreli sözleşmeler için fesih ihbar süresini ise 2 sene olarak düzenlediği göze çarpmaktadır.

Asgari fesih ihbar sürelerinin amacı, motorlu taşıt sektöründe yüksek miktarda yatırım isteyen yetkili satıcılık yapısı nedeniyle, yetkili satıcılara, dağıtıcı ile kurdukları ilişkilerin, yaptıkları yatırımın karşılığını alabilecekleri ve bu sayede sağlayıcı karşısındaki ekonomik bağımsızlıklarını koruyabilecekleri bir yapıda gerçekleşmesini sağlamaktır¹⁸⁵.

Dağıtım sisteminin kısmen veya yeniden organize edilmesinin zorunlu olduğu hallerde 1 yıllık fesih ihbar süresine uymak kaydıyla sağlayıcının anlaşmayı feshetme hakkı ile taraflardan birinin ana yükümlülüklerinden birini yerine getirmemesi halinde diğer tarafın anlaşmaya son verme hakkı ise muafiyet koşullarından etkilenmeyecektir.

¹⁸⁰ **Vanderelst/ Wijckmans**, s.232

¹⁸¹ 1475/95 m.4/1 (7); 123/85 m.4/1 (7)

¹⁸² **Nart**, s. 124

¹⁸³ **Vanderelst/ Wijckmans**, s.232

¹⁸⁴ 1475/95 m.4/1 (8), m.4/1 (9); 123/85 m.4/1 (8), m.4/1 (9)

¹⁸⁵ Rekabet Kurulu Kararı:04-49/660-164, Karar Tarihi:29.07.2004

II. TÜRKİYE'DE OTOMOTİV DAĞITIM SEKTÖRÜNE YÖNELİK REKABET KURALLARININ GELİŞİMİ

Ülkemizde, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanununun 1994 senesinde çıkarılmasına kadar motorlu taşıt dağıtım ve servis anlaşmalarının rekabet hukuku bakımından herhangi bir yasal düzenlemeye tabi olmadığı görülmektedir.

4054 sayılı Kanunu, Avrupa'da da olduğu gibi 3 kategori altında düzenlenmiştir: 4. madde rekabeti kısıtlayıcı anlaşma, uyumlu eylem ve teşebbüs birliği kararlarını yasaklarken 6. madde hakim durumun kötüye kullanılmasını, 7. madde ise rekabete aykırı birleşme ve devralmaları yasaklamıştır. Buna göre, motorlu taşıt dağıtım ve servis anlaşmaları da 4. madde hükmüne tabi olacaktır. Bu maddede belirtilen kısıtlamaları taşıyan motorlu taşıt dağıtım ve servis anlaşmasının geçerlilik kazanması ise ancak 5. maddede düzenlenen muafiyet şartlarını taşımasına bağlıdır.

AB'de uzunca süredir var olan otomotiv sektörüne özgü grup muafiyeti uygulaması ise ülkemizde ilk kez 01.04.1998 tarihinde Resmi Gazete'de yayımlanan 1998/3 sayılı "Motorlu Taşıtlar Dağıtım ve Servis Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği" ile başlamıştır. Bu tebliğ, o dönemde AB'de uygulanan 1475/95 sayılı motorlu taşıtlara yönelik Grup Muafiyet Tüzüğü dikkate alınarak hazırlanmıştır.

Türkiye'nin AB rekabet hukuku mevzuatına ve içtihatlarına uyum sağlama yükümlülüğü AB Tüzüğü'nün örnek alınmasının en önemli nedenidir. Ülkemizde özellikle Gümrük Birliği sonrası motorlu taşıt ithalatının canlanması ile Avrupa, ABD ve Uzak Doğu menşeli üreticilerin dağıtım sistemlerinin ülkemizde de uygulanmaya başlamış ve kabul görmüştür. Dolayısıyla Avrupa'daki seçici ve münhasır motorlu taşıt dağıtım sistemine özgü söz konusu AB Tüzüğü'nün, aynı dağıtım sistemini benimsemiş otomotiv sektöründeki aktörlerce kabul görmesi şaşırtıcı olmamıştır.

Belirtmeliyiz ki, ülkemizde de aynen Avrupa'da olduğu gibi satış, satış sonrası servis, bakım ve onarımı tüketiciye aynı anda oluşturan ve daha çok bağımsız yetkili dağıtıcıların faaliyette bulunduğu 3S plazalar yaygındır. Dolayısıyla sağlayıcı ile yetkili dağıtıcı ve yetkili servis arasındaki ilişkileri düzenleyen, bunun yanında bağımsız yeniden satıcılar ve bağımsız servislerin haklarına da değinen, Avrupa'da

1985 tarihinden beri uygulanan ve devamlı geliştirilen muafiyet tüzüğü'nün ülkemiz hukukuna adapte edilmesi garip karşılanmamalıdır.

1998/3 sayılı Tebliğ'in kapsamına bir tarafta üretici veya sağlayıcı, diğer tarafta dağıtıcının olduğu ve yalnız iki taraf arasında yapılan motorlu taşıt araçlarına ilişkin dağıtım, servis ve yedek parça anlaşmaları girmektedir. Grup muafiyeti ancak bu 3 farklı konunun, yani satış-servis-yedek parçanın tek bir anlaşmada toplandığı hallerde mümkündür. Konulardan birinin sözleşmede düzenlenmemesi halinde, sözleşme dikey anlaşmalara ilişkin grup muafiyeti tebliği kapsamında değerlendirilecektir.

2000/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin yürürlüğe girmesinden önceki dönemde sadece motorlu taşıt veya yedek parça dağıtımına ilişkin anlaşmalar 1997/3 sayılı Tek Elden Dağıtım Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği kapsamında değerlendirilmiş¹⁸⁶, yetkili servis anlaşmaları ise dağıtım anlaşmalarına yönelik olan 1997/3 sayılı Tebliğ kapsamında değerlendirmeyerek bireysel muafiyet şartları bakımından incelenmiştir¹⁸⁷.

Ülkemizde özellikle sadece satış sonrası hizmetler dağıtımına yönelik yetkili servis anlaşmalarının önemli oranda yer tuttuğu göz önüne alındığında¹⁸⁸, Kurul'un bireysel başvurular sebebiyle iş yükünün oldukça ağırlaştığını söylemek yanlış olmaz. 2002/2 sayılı Tebliğ'in yürürlüğe girmesi ve hizmetlerin dağıtımına ilişkin anlaşmaları da grup muafiyeti kapsamına dahil etmesi ile bireysel başvuruların azalacağı ümit edilmiştir. Yine de, söz konusu servis anlaşmalarının 1998/3 sayılı Tebliğ yerine 2002/2 sayılı Tebliğ gibi daha genel bir düzenleme çerçevesinde değerlendirilmesinin, 1998/3 sayılı Tebliğ'in hedeflediği amaçlara ulaşmada önemli bir engel teşkil ettiği düşünülmektedir¹⁸⁹.

1998/3 sayılı Tebliğ ile 1475/95 sayılı Tüzük karşılaştırıldığı takdirde, Tebliğ'in Komisyon Tüzüğü ile büyük ölçüde aynı düzenlemeleri içerdiği görülür. Komisyon Tüzüğünde düzenlenen kara liste klozları ve kara liste davranışlarının Kurul Tebliği

¹⁸⁶ Rekabet Kurulu kararı no: 99-38/400-256, Karar Tarihi:17.08.1999; Rekabet Kurulu Kararı: 01-32/315-92, Karar Tarihi: 10.07.2001; Rekabet Kurulu Kararı:00-48/507-275, Karar Tarihi: 05.12.2000; Rekabet Kurulu Kararı: 99-48/523-328, Karar Tarihi:19.10.1999

¹⁸⁷Rekabet Kurulu Kararı:01-27/262-76, Karar Tarihi: 12.06.2001; Rekabet Kurulu Kararı:01-15/140-37, Karar Tarihi: 03.04.2001; Rekabet Kurulu Kararı:01-45/452-116 , Karar Tarihi: 27.09.2001

¹⁸⁸ **Gazioğlu**, s. 65

¹⁸⁹ 1998/3 sayılı Tebliğ Değerlendirme Raporu

ile de benimsenmiştir¹⁹⁰. Ayrıca, sınırlayıcı etkisine rağmen bazı koşul ve yükümlülüklerin sözleşmeye konulmasına izin veren, muafiyeti düşürmeyen beyaz liste klozlarının da yine Komisyon Tüzüğü'nden örnek alındığı göze çarpmaktadır¹⁹¹.

Söz konusu listede; ayrı bir yönetim ve yasal varlığa sahip ayrı satış yerlerinde farklı markaların aynı dağıtıcı tarafından satılabileceği; bedavacılığı (free-riding) önleme amaçlı tedbirler; aynı kalitede olmayan yedek parçaların satışının, tamir ve bakımda kullanılmasının yasaklanması; anlaşma bölgesi dışında şube ve tesis açmama yasağı; elinde tüketicinin yazılı yetki belgesi olmayan aracılara araç satmama yasakları yer almaktadır. Yine her 2 düzenlemede de, dağıtım sözleşmesinde yer alan fakat muafiyete aykırı sayılmayan hükümler sıralanmıştır¹⁹². Bunlardan bazıları asgari standartlara uyma yükümlülüğü; sağlayıcıdan belirli zamanlarda mal sipariş etme yükümlülüğü; belirli miktarda malı stokta bulundurma yükümlülüğü; garantili servis, ücretsiz servis ve geri çağırma hizmeti vermesi ve bu faaliyetlerde sadece anlaşma kapsamındaki malları kullanma yükümlülüğüdür.

Komisyon Tüzüğü m.6/1 (3)'te "muafiyet tebliğinde açıkça serbest bırakılmayan ve rekabeti sınırlayan hükümlerin varlığı halinde muafiyetin geçerli olmayacağı" düzenlemesi Kurul Tebliği'nde de aynı şekilde kaleme alınmıştır¹⁹³. Bunlar beyaz ve kara listede düzenlenmeyen gri liste klozlarıdır. Grup muafiyeti ile serbest bırakılmayan her türlü rekabeti sınırlayıcı anlaşma-davranış gri listeye dahildir.

III. İÇ PAZAR HEDEFİNDEN SAPMA

1475/95 sayılı Tüzüğün gelişim raporunda¹⁹⁴, Komisyon, ortaya çıkan tablodan hayal kırıklığına uğradığını açıklamıştır. Zira, otomotiv dağıtım sektörü hala sıkı sıkıya kendi içine kapalıdır. Komisyon bu yargıya sadece kendi deneyimleri ile varmamıştır; uzman görüşlerinden, ayrıca bağımsız meslek odalarının

¹⁹⁰ 1475/95 sayılı Tüzük m.6, 1998/3 sayılı Tebliğ m.7

¹⁹¹ 1475/95 sayılı Tüzük m.3, 1998/3 sayılı Tebliğ m.4

¹⁹² 1475/95 sayılı Tüzük m.4, 1998/3 sayılı Tebliğ m.5

¹⁹³ 1998/3 m.7 (c)

¹⁹⁴ 1475/95 m.11/3, Komisyon en geç 31.12.2000 tarihine kadar, hedeflenen amaçlara ulaşıp ulaşılamadığı hakkında bir gelişim raporu hazırlayacaktır.

çalışmalarından destek alarak¹⁹⁵ başlattığı bir araştırma programından çıkan sonuçları da dikkate almıştır.

Komisyon'un belirttiği üzere;

- * Marka içi rekabet yok denecek kadar zayıftır.
- * Markalar arası (farklı markaların üreticileri arasında) rekabetin varlığı fark edilir seviyede olsa da hayli sıkı ve zor koşullar nedeniyle çok markalı satış yapılmamaktadır. Çok markalı satış yapan dağıtıcıların çoğunluğu teşhir salonlarında aynı ana gruba dahil markaların ürünlerini sergilemektedirler¹⁹⁶.
- * Satış sonrası servis pazarında rekabet, sağlayıcının taahhüt ettiği garantinin sona ermesinden itibaren başlamaktadır. Bu tarihten önce yetkili servis ve sağlayıcı arasında rekabet mevcut değildir¹⁹⁷.
- * Sınırlar arası satış ve teslim işlemleri son derece zayıftır¹⁹⁸. Satış hedefleri, kota ve marjları kapsayan sistemler bu türden faaliyetleri sınırlamaktadırlar.
- * Söz konusu Tüzük, İnternet'ten satış ya da süper marketlerde satış gibi alternatif dağıtım kanallarını yeterince desteklememektedir.

İç Pazar'ın tamamlanma aşamasında olduğu bir dönemde, otomotiv sektörünün hala ulusal düzeyde kalarak kendi içine kapalı olması Avrupa Topluluğu'nu hedeflerinden uzaklaştırmaktadır. "İç Pazar" ise, aksine, sınırların çizilmediği, içinde ticaretin, kişilerin, hizmetlerin ve paranın serbestçe dolaştığı bölge şeklinde betimlenmiştir¹⁹⁹. Buna göre, ortak bir gümrük tarifesi ile malların serbest dolaşımını engelleyecek tüm bariyerlerin ortadan kaldırılması hedeflenmiştir²⁰⁰. Bu amaç uğruna, ülkelerin hukuk kuralları da birbirine yaklaştırılacak, yeknesaklaştırılacaktır. Tüketiciler, ortak bir

¹⁹⁵ **Cabinet Andersen**, Study On The Impact of Possible Future Legislative Scenarios for Motor Vehicle Distribution, 03.12.2001; **Cabinet Autopolis**, The Natural Link Between Sales and Service, Novembre 2000; **Degryve/Verboven**, Car Price Differentials in The European Union: an Economic Analysis, Novembre 2000

¹⁹⁶ bu konuda bkz. **Hermel Abel**, La Distribution Automobile: Les Problèmes Actuels, Les Réponses à Venir, Petites Affiches, 22.03.2002, N.59, s.7

¹⁹⁷ bu konuda bkz. **Chevrier Eric**, "La Commission Européen Critique La Distribution Automobile", Receuil Dalloz 2001, s.219

¹⁹⁸ Paralel ihracatın en yoğun görüldüğü İtalya'da bile ithalat oranı %3'tür, bkz. **Verboven Frank**, "International Price Discrimination In The European Car Market", The Rand Journal of Economics, Vol.27, N.2, Summer 1996, s. 244

¹⁹⁹ **Quermonne Jean Louis**, Le Système Politique de L'Union Européenne, Montchrestien 1998, s.28; **Peepkorn Luc**, "E.C. Vertical Restraints Guidelines: Effects-Based or Per Se Policy?-A Reply", ECLR 2002, s. 38

²⁰⁰ Traité CEE (Communauté Economique Européenne) art.3

rekabet politikası ve iç pazarın gerçekleştirilmesi sayesinde tüm Avrupa'da arz edilen mal ve hizmetleri en uygun fiyatla elde edeceklerdir²⁰¹.

Komisyon, aynı özelliklere sahip bir motorlu taşıtın ülkeden ülkeye farklı fiyatla satılmasını pazarın ulusal düzeyde kalmasına, diğer bir deyişle içe dönük kalmasına bağlamıştır. Komisyon, otomotiv dağıtım sektörünün kendi içine kapanmasına son vermek için, öncelikle, bu içe kapalılığın nedenlerini saptamaya kararlıdır. Bu konuda, vergi etrafındaki hukuki düzenlemelerin ülkeden ülkeye değişmesi ve motorlu taşıt üreticilerinin rekabet dışı davranışları şeklinde belli başlı 2 neden öne sürülmektedir.

A. Vergi Uyumunun Eksikliği

BEUC²⁰² tarafından düzenli ve sürekli şekilde yayımlanan raporlar, Birlik üyesi ülkeler arası otomobil fiyatlarındaki farklılığın günden güne arttığını ortaya koymuştur. 2003 senesi Komisyon raporlarına göre de, Volkswagen Golf %28, Renault Clio %17, BMW 3 serisi %13, Volkswagen Passat ise %39 fiyat farkıyla satılmıştır²⁰³.

Esasen, söz konusu bu fiyat farklılığının en önemli nedenlerini, ulusal vergi oranlarının (TVA) ülkeden ülkeye değişmesi²⁰⁴, kimi ülkelerde bu oranlara ek olarak başka çeşit vergiler eklenmesi²⁰⁵ oluşturmaktadır. Vergi uyumunun eksikliği, Birliğe dahil üye ülkelerde uygulanan araçların fiyat farklılıklarında önemli rol oynamaktadır²⁰⁶. Bu görüşü savunanlar, motorlu taşıt üreticilerinin, dolaylı verginin

²⁰¹ **Hildebrand Doris**, "The Role of Economic Analysis in The EC Competition", 1998 Kluwer Law International, s.15; ortak rekabet politikasının esas hedefi de esasen iç Pazar hedefinin gerçekleştirilmesidir; Yeşil Kitap'ta iç pazarın önündeki farklı engeller gözler önüne serilmektedir, bkz. **Dubois**, s. 47; Avrupa rekabet politikasının esasen optimal bir rekabet seviyesine ulaşmayı hedeflemediği; Komisyon'un, İç Pazarı gerçekleştirme ve Avrupalı vatandaş-tüketici tarafından rekabet politikası belirlemede baş aktör olarak kabul görmek şeklinde 2 ana amacının bulunduğu görüşü için bkz. **Dubois**, s.33

²⁰² Bureau Européen des Unions de Consommateurs, www.beuc.org

²⁰³ http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/price_diffs/

²⁰⁴ TVA İsviçre'de %7.5, Danimarka'da ise %25'tir. Amerika'da bu farklılık en fazla %8'dir, bkz. **Kniebihler/Chieux**, s. 157

²⁰⁵ kayıt vergisi (taxes d'immatriculation), écotaxes, lüks otomobillere özgül vergi, artı değer vergisi (taxes sur la valeur ajoutée)

²⁰⁶ **Vogel Louis / Vogel Joseph**, "Quelles Améliorations Peut-On Apporter Au Projet de Règlement Sur La Distribution Automobile?", La Semaine Juridique Entreprise et Affaires N.20, 16.05.2002, s. 763; **Vogel**, De Quelques Questions Juridiques, s.20; **Vogel Louis**, "Faux Débats et Vraies Questions à Propos du Nouveau Règlement sur La Distribution Automobile", JCP E, Cahier Droit d'Entreprise 2002, N.5, s.17; **Kniebihler/Chieux**, s. 156; Communiqué de Presse, IP/04/285, 02.03.2004,

daha düşük uygulandığı ülkelerle aralarındaki dengeyi sağlamak için, dolaylı verginin yüksek uygulandığı ülkelerde araç fiyatlarını daha düşük belirlediklerini belirtmektedirler²⁰⁷. Dolayısıyla, vergi oranlarının düşük uygulandığı ülkelerde taşıtlar arasındaki net fiyat farklılıkları daha az göze batmaktadır.

Bir diğer eleştiri de, Komisyon'un vergi dışı fiyatlar arasında karşılaştırma yaptığı, esasen vergiler eklendikten sonra ortaya çıkan fiyatlar arasında bu denli farklılık görülmeyeceği, örneğin Birleşik Krallık'ta tüketicilerin yeni araç fiyatının 1/5'ini Danimarka'da ise 2/3'ünü vergi olarak ödeyeceği üzerinedir²⁰⁸.

Son olarak, Komisyon raporları Avrupalı motorlu taşıt üreticilerinin tavsiye perakende fiyatları dikkate alınarak hazırlanmıştır. Esasen her yeniden dağıtıcı, talep oranlarına göre kendi satış fiyatını belirlemekte serbesttir. Katalog fiyatlarına uyulsa bile satışları artırma amacıyla ekipman promosyonları gibi farklılıklar ya da İrlanda ve Birleşik Krallıkta talep edilen sağdan direksiyonların sebep olduğu ek maliyetler fiyatların farklılaşmasına sebep olmaktadır²⁰⁹.

Vergi dışı fiyatlar göz önüne alındığında en pahalı fiyatlar ulusal motorlu taşıt üretiminin yapıldığı Almanya, Fransa, İtalya ve Birleşik Krallıkta uygulanmaktadır. En ucuz fiyatlara ise motorlu taşıt ithalatı yapan Danimarka²¹⁰, Hollanda ve Litvanya'da rastlanmaktadır²¹¹. Üreticilerin talep üstü bir oranda ürettikleri taşıtları uygun fiyattan satın alan ithalatçıların bunları da uygun fiyattan tüketicilere arz etmeleri doğaldır²¹².

www.europa.eu.int

²⁰⁷ Danimarka ve Yunanistan'da yüksek vergi uygulandığından üreticiler bu ülkelerdeki taşıt fiyatlarını düşük tutmaktadırlar, **Madslien Jorn**, "BBC News Online, European Car Market Set For Shake-Up", 23 July, 2002, <http://news.bbc.co.uk/1/low/business/1775384.stm>

²⁰⁸ **Dubois**, s.45; **MacGowan Christopher**, "Society of Motor Manufacturers and Traders", 23 Temmuz 2001, <http://news.bbc.co.uk/2/low/business/1451560.stm>

²⁰⁹ **Dubois**, s. 47

²¹⁰ Danimarka'nın Avrupa Birliği vergi uyumsallaştırma çalışmalarının (tax harmonisation) karşılığını aldığı, taşıt fiyatlarının düşmesinin en önemli nedeninin bu çalışmalar olduğu belirtilmektedir, bkz. **Kirman Alan, Schueller Nathalie**, "Price Leadership and Discrimination In The European Car Market", The Journal of Industrial Economics, Vol.39, N.1, September 1990, s.80

²¹¹ **EU Viewpoint**, "UK Car Prices", Consumer Law Today, CLT 23 12 (3) (1), 01.12.2000, s. 1; Car Price Report, 01.05.2007, Birliğe yeni üye ülkelerden Slovakya ve Çek Cumhuriyeti en pahalı, Bulgaristan ve Romanya ise eski üyelere oranla dahi en ucuz araç satışlarını gerçekleştirmekteler, http://ec.europa.eu/comm/competition/sectors/motor_vehicles/prices/2007_05_a.pdf

²¹² **Chantre Stéphanie**, "Quelle Place Pour Le Distributeur Automobile Au Lendemain de L'Adoption de Nouvelles Règles Communautaire de La Concurrence?", Eleventh Rencontre Internationale Colloquium, 11-13 Juin 2003, Ministère de La Recherche, Paris, s.29

Komasyon ise, söz konusu fiyat farklılığını, otomobil piyasasında rekabetin yokluğuna bağlamış, otomobil üreticilerinin motorlu taşıt satışında benimsedikleri rejimin aşırı koruyucu olduğunu belirtmiştir. Avrupa Komisyonu, motorlu taşıt fiyatları arasındaki birliği sağlamak amacıyla öncelikle rekabetin canlandırılması gerektiği görüşünü benimsemektedir. Mario Monti, kurallara uygun bir rekabetin, motorlu taşıt fiyatları arasındaki haklı görülemeyecek uçurumu hissedilir derecede engelleyebileceğini açıklamıştır²¹³.

Son Tüzük, Birlik içindeki taşıt fiyatları arasındaki dengeyi sağlayacak Pazar şartlarını oluşturmamayı hedeflemektedir. Komisyon'a göre, dağıtım sistemindeki katılığın ortadan kaldırılması ile, motorlu taşıt satış ve satış sonrası servis pazarında daha rekabetçi fiyatlara ulaşılacaktır²¹⁴.

Eski tüzüklerin de, motorlu taşıt fiyatlarının daha makul seviyelere indirilmesi amacını taşımış olmaları ve fiyatlar arasındaki uçurumun hala mevcut olması son Tüzük tasarısına şüphe ile yaklaşılmamasına sebep olmuştur. Örneğin tacirlerin serbest dolaşım hakları 1985 senesinden beri ilan edilmiş olmasına rağmen yabancı ülkeden taşıt satın almak karışık bir işlem olarak kalmayı sürdürmektedir²¹⁵.

Birlik ülkeleri arasında ortak para biriminin (avro) kabul edilmesi fiyat farklılıklarının daha da göze batmasına sebep olmuştur. Tek bir para biriminin kullanılması fiyatların karşılaştırılmasını kolaylaştırmış, Birlik üyeleri arasındaki fiyatlar sıralamaya tabi tutulmuşlardır.

Ülkeler arasındaki fiyat farklılığının sadece motorlu taşıtlarda değil metro ve otobüs gibi ulaşım vasıtaları, şarap, doğal gaz, cep telefonu konuşma ücretleri ve bankaların sigorta hizmetlerindeki ödenen primler arasında da büyük uçurumların belirtildiği ifade edilmektedir²¹⁶. Ayrıca, fiyatların belirlenmesinde birden fazla faktörün rol aldığı, taşıt fiyatlarının Birlik içinde her yerde aynı olması gibi bir fikrin ütöpik olduğu öne sürülerek motorlu taşıt üreticilerinin vergi uyumlaştırılması aşamasında maşa olarak kullanıldığı vurgulanmaktadır²¹⁷.

²¹³ **Monti Mario**, "The New Legal Framework for Car Distribution", 9. Annual European Automotive Conference, Brussel, February 6, 2003, <http://ec.europa.eu/comp/speeches>

²¹⁴ **Reynaud**, s. 42

²¹⁵ **Reynaud**, s.42

²¹⁶ **Kniebihler/Chieux**, s. 157

²¹⁷ **Vogel/Vogel**, *Quelles Améliorations?*, s.763; **Vogel Louis**, "La Règlementsation Européenne de La Distribution Automobile: Droit de La Concurrence ou Droit Des Contrats?", *La Semaine Juridique*,

“Motorlu taşıt İç Pazarı” hedefine, aktörler arasında rekabetin şiddetleneceği ümidi ile gerçekleştirilen Tüzük değişikliği yerine Birlik içinde vergi uyumsallaştırma çalışmaları ile daha kolay ulaşılabileceği kanısındayız. Ayrıca BMW örneğinde²¹⁸ gördüğümüz gibi diğer üreticiler de, ülkelerinin vergi uyumsallaştırma çalışmalarını dahi beklemeden fiyatları tüm ülkelerde aynı seviyeye çekerek fiyatların indirilmesine katkıda bulunabilirler.

B. Motorlu Taşıt Sağlayıcılarının Rekabet Karşısı Davranışları

Komisyonca göre, ulusal taşıt pazarının kendi içine dönük olmasının en önemli nedeni, dağıtım ve servis ağlarındaki kontrollerini kaybetmek istemeyen motorlu taşıt üreticilerinin davranışlarıdır. Üreticilerin rekabet karşıtı davranışları, büyük para cezaları ile önlenmeye çalışılmaktadır.

Rekabeti sınırlayıcı davranışları nedeniyle 3 büyük motorlu taşıt üreticisinin aldıkları ağır cezalar unutulmuş değildir. Bu cezaların ağırlığı, ihlalin derecesine bağlı olduğu kadar caydırıcı karakter de taşımaktadır.

Ağır cezalara çarptırılan sağlayıcıların rekabeti ihlal eden davranışlarının başlıcaları, paralel ihracatı önlemeleri, dağıtıcının müşteri çevresini çeşitli taktiklerle kısıtlamaları ve yeniden satış fiyatlarını belirlemeleridir²¹⁹.

İlk olarak, İtalyan pazarını kapatma denemesinden dolayı Volkswagen cezalandırılmıştır²²⁰. Alman ve Avustralyalı tüketici ve araçlar, cazip İtalyan

Supplément 3, 1997, s.34; **Gerard**, s.530; **Lagarde V.F.**, “Les Constructeurs Ne Sont Pas Responsables Des Différences De Prix”, www.autoactu.com, 31.01.2005; **Chagny Muriel**, “La Distribution Automobile Entre Bonheur Concurrentiel et Déception Contractuelle”, Revue Lamy Concurrence, Aout-Octobre 2005, s.85; **Chantre**, Quelle Place Pour Le Distributeur Automobile?, s.28; **Dubois**, s. 90-91

²¹⁸ BMW, son seri 7 aracının 12 Avrupa ülkesinde vergiler hariç aynı fiyattan satışa çıkaracağını belirtmiştir, bkz. **Webb Justin**, “BBC Europe Correspondent, BMW Harmonises Euro Prices”, 4 January, 2002, <http://news.bbc.co.uk/1/low/business/1743331.stm>

²¹⁹ **Ahrel Pierre**, “Les Péchés Impardonnables du Secteur Européen de L’Automobile: L’Affaire Mercedes”, Petites Affiches, 24.10.2002, N. 213, s. 7; **Arhel Pierre**, Sévère Condamnation d’Une Pratique de Prix Imposés: La Deuxième Affaire Volkswagen, Petites Affiches, 01.08.2001, N.152, s.5 **Fourgoux Jean-Louis**, “Rapports Constructeurs-Distributeurs Automobiles: Du Monologue Au Dialogue?”, Droit&Patrimoine, N.116, Juin 2003, s.76; “Car Makers Distorting Prices”, 18.03.1999, <http://news.bbc.co.uk/2/low/business/298260.stm>

²²⁰ Komisyon kararı, Comm. CE, 28.01.1998, 98/273/CE, Volkswagen AG, JOCE L. 124, 25.03.1998, s.60-108; 102 milyon euroluk ceza Fransa ilk derece mahkemesi tarafından indirilmiştir; TPI, 06.07.2000, Volkswagen c./ Commission, Aff. T-62/98, Rec.2000, II, s.2707

fiyatları karşısında Volkswagen ve Audi markalı araçları İtalya'dan almaya yönelmiş, Volkswagen grubu ise paralel ihracatı önlemek için önlemler almıştır. Bu önlemlerden bazıları²²¹; aracın kayıt altına alındığı yere göre değişken marj hesaplanması; ülke toprakları dışına satışlarda bonusların silinmesi; İtalya'daki mevcut araç stokunun azaltılması; ağ içindeki araç teslimlerine kısıtlama getirilmesi; talimatlara uymayı reddeden yetkili servislerin sözleşmelerinin feshedilmesidir. Bu ağır önlemlerle karşı karşıya kalan İtalyan yetkili satıcıların çoğu, yabancı uyruklu müşterilerin taleplerini karşılamaktan vazgeçmişlerdir.

Hollanda'dan diğer Topluluk üyesi ülkelere araç ticaretlerini engellemeye ve kısıtlamaya çalışan Opel Nederland de aynı sonla karşılaşmıştır. Opel, ticareti doğrudan yasaklayan politikaları kendisine ağır cezalar getirmiştir²²².

Alman yetkili servislerinin, Passat markalı araçları kendi önerdiği satış fiyatlarından daha ucuza satmamaları için yetkili servisleri tehdit eden Volkswagen'ın tekrar ağır bir cezaya çarptırılması sürpriz olmamıştır²²³.

Son olarak, Mercedes marka taşıtların ana üretici ve dağıtıcı firması olan DaimlerChrysler AG Komisyonca ağır bir cezaya çarptırılmıştır²²⁴. Bilindiği üzere, gerek 123/85 gerek 1475/95 sayılı Tüzük gereği, sağlayıcı, kendi seçici dağıtım ağına dahil olmayan yeniden satıcılara satış yapılmasını kısıtlayabilmektedir²²⁵. Buna

²²¹ **Singleton Susan**, "In Focus: The Motor Vehicle Distribution Block Exemption and Case Law", Consumer Law Today, CLT 25 10 (9), 01.10.2002, s.4

²²² Komisyon Kararı, Comm. CE, 2001/146/CE, Opel, 20.09.2000, JOCE L. 59, 28.02.2001, s.01-42; Fransa ilk derece mahkemesi tarafından Komisyon tarafından hükmedilen para cezası 43 milyon eurodan 37,5 milyon euroya indirilmiştir, TPI, 21.10.2003, TPI, 21.10.2003, General Motors Nederland et Opel Nederland c./ Commission, Aff. T-368/00, Rec.2003, II

²²³ Komisyon Kararı, Comm CE, 29.08.2001, 2001/711/CE, Volkswagen AG, JOCE L. 262, 02.10.2001, s.14-37. Komisyonca hükmedilen 30,96 milyon euroluk ceza Fransa ilk derece mahkemesi tarafından tamamen iptal edilmiştir; TPI, 03.12.2003, Volkswagen c./ Commission, Aff. T-208/01, Rec.2003, II, Vogel/Vogel'den naklen, **Vogel/Vogel**, Droit de La Distribution Automobile II, s.231

²²⁴ Komisyon kararı, , Comm. CE, 10.10.2001, 2002/758/CE, Mercedes-Benz, JOCE L. 257, 25.09.2002, s.01-47, 71 milyon euro'luk ağır para cezasına hükmedilmiştir.; Ahrel, Affaire Mercedes, s 7; **Singleton Susan**, "In Focus: Competition and The Consumer-Latest Changes", Consumer Law Today, CLT 25 6 (4), 01.06.2002, s.2

²²⁵ Ürünün sağlayıcının getirdiği yasağa rağmen dağıtım ağına dahil olmayan bağımsız yeniden dağıtıcıya satılması haksız rekabet teşkil edecektir; Cass.Com., 15.03.1994, Cuban Cigars Brands c. v Coprova SARL, Bull. civ. IV, N.108, LawLex 200201585 JBJ, Vogel/Vogel'den naklen, **Vogel/Vogel**, Droit de La Distribution Automobile II, s.62, dpn.116; sağlayıcı ile sözleşme ilişkisi son bulan eski dağıtıcının elinde kalan sözleşme konusu malları satması da yine gerek sağlayıcıya, gerekse kendi yerini alan dağıtıcıya karşı haksız rekabet teşkil edecektir, **Le Tourneau**, Les Contrats de Concession, s. 83

karşın, ağı dahil dağıtıcılara, tüketici adına hareket eden araçlara ya da dağıtım ağına dahil diğıer yetkili satıcılara mal tedarik edebilirler.

Dava konusu olayda, Alman yetkili servislerine, sözleşmede kararlaştırılan bölge dışındaki finansal kiralama şirketlerine, bu şirketlerin “son kullanıcı” olduğunu iddia ederek Almanya ve İspanya’da, finansal kiralama şirketlerine araç teslim etmek istemektedir. DaimlerChrysler ise bu teslimleri, leasing şirketinin halihazırda müşterisi olmaması nedeniyle engelleme çabasıındadır. Finansal kiralama anlaşması, finansal kiracılara taşıtların sadece kullanım hakkını verdiği, bunları satmadığı ya da satmak için stoklamadığı gerekçeleri ile finansal kiralama şirketleri “son kullanıcı” olarak kabul edilmişlerdir²²⁶. İspanya, Belçika, Hollanda ve Almanya’da gerçekleştirilen denetlemeler sonunda DaimlerChrysler AG’nin ayrıca paralel ihracatı kısıtladığı²²⁷ ve fiyat belirlediğı ortaya konmuştur.

Yukarıda bahsettiğimiz ağır cezalara çarptırılan sağlayıcılar, müşteriler sanki kendilerine aitmiş gibi davranmışlardır. Esasen, Ortak Pazar ile amaçlanan, tüketicinin serbestçe Pazar’ın herhangi bir bölgesinde ürünü satın alması, ayrıca tüketici nerde oturursa otursun aracın bakımını istediğı yerde yaptırabilmesidir. Söz konusu cezalar, Komisyon’un, ortak Pazar içinde tüketicinin maksimum fayda sağlaması için tetikte olduğunun somut örnekleridir²²⁸.

Motorlu taşıt üreticilerinin rekabet karşıtı ihlallerinin bu türden hayli ağır cezalara hükmedilmesi eleştirilere maruz kalmaktadır²²⁹. Eleştirilere göre, blok muafiyet tüzüğü, tarafları (rakipleri) korumak yerine rekabeti korumak amacıyla düzenlenmelidir. Bu eleştirilere karşı Komisyon, amacının tüketiciyi bilinçlendirmek ve harekete geçirmek olduğu savunmasını getirmiştir²³⁰.

²²⁶ **Ahrel**, Affaire Mercedes, s. 11

²²⁷ DaimlerChrysler, Almanya’ya taşıt siparişi veren yabancı alıcılardan %15 deposit ücreti talep etmiştir; bkz. **Singleton**, Latest Changes, s.2

²²⁸ **Buttigieg Eugene**, “Vertical Agreement and The Concerted Practices In The Motor Vehicle Sector Under EC Competition Law”, EBLR 2003, s. 21

²²⁹ **Vogel**, De Quelques Questions, s. 21; **Vogel/Vogel**, Quelles Améliorations?, s. 763; **Prieto C.**, Règlement d’Exemption dans Le Secteur Automobile, Cadre Spéciale de L’Interprétation de L’Article 81/3, Juris-Classeur Europe Traité, Fascicule N.1456, s. 31

²³⁰ Basın bildirisi, IP/02/196, 05.02.2002; eleştiriler için **Vogel Louis / Vogel Joseph**, “Le Projet de Nouveau Règlement Automobile: Who Will Be in The Driver’s Seat?”, Recueil Le Dalloz, 2002, s. 789; **Poillot-Peruzetto**, s. 751

Motorlu taşıt dağıtım ve servis sektörü, Avrupalı tüketici nezdinde bir hayli öneme sahiptir. Rekabet politikasının tüketicinin çıkarları etrafında oluşturulduğu bir gerçektir²³¹. Kanımızca da, tüketicinin, 1400/2002 sayılı Tüzüğün denge noktası olduğunu, tüm değişiklikler tüketicinin çıkarları düşünülerek gerçekleştirildiğini söylemek²³² hatalı olmayacaktır. İç Pazar'ın hedeflere uygun bir şekilde gerçekleştirilmesinde yatan amaç da yine tüketicinin faydasını sağlamaktır. Üreticilerin hükmedildiği bu fahiş para cezaları, esasen, tüketicilerin diledikleri yerden araç satın alamadıkları hakkındaki şikayetleri sonucu başlayan bir dizi düzenlemenin devamı niteliğindedir²³³.

Motorlu taşıtlar hem ürünün fiyatı hem satış sonrası servis, bakım ve onarım masrafları göz önüne alındığında önemli bir yatırım aracıdır²³⁴; tüketicinin taşıtın ömrü boyunca bakım ve onarıma harcadığı bedel aracın bedeli kadardır²³⁵. Bu nedenle, son Tüzük, müşterinin marka ya da model tercihinde, ayrıca satış sonrası bakım-onarım hizmetlerinde kendisine maliyeti bakımından en uygun olanını özgürce seçme olanağı tanımayı hedeflemektedir²³⁶. “Tüketici”, sürücülerin, yayaların, hayvanların ve çevrenin güvenliğinin sağlanması da göz ardı edilmeyerek Topluluk ortak rekabet hukukunun belirlenmesinde esas unsur olarak kabul edilmiştir²³⁷.

²³¹ Lignes Directrices sur Les Restrictions Verticales, s.1-44, özellikle 7. paragraf; Livre Vert Sur La Protection des Consommateurs dans L'UE

²³² **Fourgoux Jean-Claude / Vilmart Christine**, “L'Arbitrage et Le Règlement Amiable des Différends Dans Le Règlement d'Exemption CE 1400/2002”, Gazette du Palais, 29.05.2003, s.41; **Vogel/Vogel**, Who Will Be in The Driver's Seat, s.789; **Dubois**, s. 43

²³³ 1475/95 Reglementation Evolution Report, s.62-67, http://europa.eu.int/eur-lex/fr/com/rpt/2000/com2000_0743fr01.pdf

²³⁴ **Monti**, The New Legal Framework for Car Distribution; Etude Andersen, Study On The Impact of Possible Future Legislative

²³⁵ **Aronica Charles**, “Le Contenu du Règlement Automobile Dans Le Domaine de La Réparation et de L'Entretien Automobile”, Les Petites Affiches, 29 Novembre 2002, N.239, s.25

²³⁶ Bu amacın tam tersinin gerçekleşeceğini düşünenler de vardır, bkz. **Vogel**, Will Be In The Driver's Seat?, s.789

²³⁷ **Monti Mario**, “Nouveau Enjeux Pour La Politique Européenne de Concurrence”, 17 Octobre 2002, 2ème Journée Européenne de Concurrence, Discours N.00/377, www.europa.eu.int

Dördüncü Bölüm

1400-2002 SAYILI TÜZÜK İLE HEDEFLenenLER

Son Tüzük, “marka içi” rekabetin iyileştirilmesi ve “markalar arası” rekabetin güçlendirilmesi hedefiyle getirdiği reformlarla 1475/95 sayılı Tüzükten bir hayli farklılık göstermektedir. Komisyon, getirdiği yeni düzenlemelerin, hem satış hem de bakım ve onarım pazarında motorlu taşıt satış fiyatları ve servis ücretlerinin düşmesine, buna paralel olarak fiyat farklılıklarının azalmasına katkı sağlayacağını düşünmektedir²³⁸.

Söz konusu reformları marka içi ve markalar arası rekabeti canlandırma hedefleri etrafında iki başlık altında incelemeyi uygun bularak bu reformlara getirilen eleştirileri aktarmaya özen gösterdik.

I. DAHA ETKİLİ BİR MARKA İÇİ REKABETİN SAĞLANMASI

Dağıtıcıyı sağlayıcıya bağlayan sözleşmesel ilişkide, sağlayıcının, baskın taraf olduğunu belirten Komisyon²³⁹, marka içi rekabetin yetersiz olduğunu düşünmektedir. Sağlayıcı tarafından sözleşmesel ilişkilerine son verme ya da farklı yollardan cezalandırılacaklarını düşünen dağıtıcılar, sağlayıcıların buna benzer cesaret kırıcı²⁴⁰ taktikleri karşısında rekabet davranışlarını sergilemeye cesaret edememektedirler²⁴¹.

²³⁸ **Autoparts Report**, “New EU Automotive Legislation To Remove Restrictions On Independent Servicing & Repair”, July 19, 2002,

http://findarticles.com/p/articles/mi_m0UDO/is_20_15/ai_89273710

²³⁹ 1475/95 Reglementation Evolution Report

²⁴⁰ Komisyon Kararı, Comm. CE, 28.01.1998, Volkswagen AG, JOCE L., 124, 25 Avril 1998, s.60-108

²⁴¹ **Bastien Mathieu**, “Règlement Automobile, La Rupture du Contrat du Distributeur Dans Le Nouveau Règlement d’Exemption Automobile”, Petites Affiches, 29.11.2002, N. 239, s.27; dp.79

Marka içi rekabetin gelişimi ancak, dağıtıcının pazarda özgür davranabilmesi, kısaca ticari ve hukuki bağımsızlığını²⁴² kazanması ile mümkün olacaktır.

A. Dağıtım ve Servis Sözleşmelerinde Taraflar Arasındaki Dengelerin Kurulması

Otomotiv sektöründeki dağıtım ve servis sözleşmelerinde güç dengelerinin sağlayıcının lehine olduğu üzerine genel bir görüş mevcuttur. Komisyon, sağlayıcının ilişkideki hakimiyetini zayıflatarak yetkili dağıtıcıyı ve yetkili servisi korumak istemiştir. Komisyon, sözleşmesel ilişkide dağıtıcının korunması için, dengelerin dağıtıcı lehine yeniden kurulması gerektiğini düşünmüştür. Bu dengeler bizi rekabet hukuku temelli hukuksal bir yaklaşıma götürse de, korumanın boyutu sözleşmeler hukukuna taşmaktadır²⁴³.

Komisyon'un dağıtıcı lehine getirdiği düzenlemeler olumlu karşılandığı²⁴⁴ kadar eleştirilere de maruz kalmıştır²⁴⁵. Aşağıda saydığımız hem dağıtıcıyı hem de yetkili servisi korumaya yönelik tüm bu klozlar, Komisyon'un rekabet çerçevesini aşip yetkilerini zorladığı²⁴⁶ öne sürülerek eleştirilmiştir. Eleştirilere göre, söz konusu düzenlemeler sözleşmeler hukukunu (özel hukuku) ilgilendirir, blok muafiyet tüzüğünde yeri yoktur. Bu düzenlemeler Avrupa Topluluğu ortaklık hukukuna tabi değil, aksine iç hukukun konusuna dahildirler. Dolayısıyla bu türden koruma hükümleri üye ülkelerin iç hukuk sistemlerinde düzenlenmiştir.

Bu eleştirilere karşılık, bir önceki 1475/95 sayılı Tüzüğün esasen tip sözleşmesini düzenleyerek son Tüzüğe oranla sözleşme özgürlüğüne daha müdahaleci bir yapıda olduğunu savunanlar da vardır²⁴⁷.

²⁴² **Bourgeon Christien**, "Le Règlement CE n. 1400/2002: Quel Avenir Pour Les Réseaux de Marque Automobile?", Gazette du Palais, 04.03.2003, N.63, s.32

²⁴³ **Gerard**, s. 520; **Vogel**, Droit de La Concurrence ou Droit Des Contrats?, s. 32

²⁴⁴ **Bourgeon**, Quel Avenir?, s.32 ; **Bourgeon**, Point de Vue des Cessionnaires, s.9; **Fourgoux Jean Claude**, Perspectives Pour La Distribution Automobile: L'Après Règlement CE 1475/95, Gazette du Palais, 27.12.2001, N.361, s.6; **Fourgoux Jean Claude**, "Le Nouveau Règlement Automobile, Un Texte Fondamental Encore Evolutif", JCP E, 13 Juin 2002, N.24, s.969

²⁴⁵ **Vogel**, Faux Débats, s. 16; **Vogel**, Droit de La Concurrence ou Droit Des Contrats?, s.36; **Vogel/Vogel**, Droit de La Distribution Automobile II, s.40; **Idot Laurence**, "Le Nouveau Règlement d'Exemption Relatif à la Distribution Automobile", La Semaine Juridique Entreprise et Affaires N.50, 12.12.2002, s. 1803; **Steiner Robert L.**, "Sylvania Economics: A Critique, Antitrust Law Journal", 1991, N.41, s.45

²⁴⁶ **Vogel/Vogel**, Quelles Améliorations?, s.763

²⁴⁷ **Idot**, Le Nouveau Règlement, s.1803; aksi görüş **Fourgoux**, Perspectives, s.7; **Prieto**, s. 13

Kanımızca da, son Tüzüğün sağlayıcının, yetkili dağıtıcı ve yetkili tamircilerle kurduğu sözleşme ilişkisi üzerinde çeşitli etkileri olduğu inkar edilemez. Bu konuyu tartışmak için, esasen Komisyonca reformları düzenlerken de örnek alınan Amerikan sistemine göz atmak gerektiğini düşünmekteyiz.

Birleşik Devletlerde, üretici-dağıtıcı ilişkisini düzenleyen kanunların yaklaşık 50 sene öncesine gitmekte olduğu görülmektedir. Automobile Dealers' Day in Court Kanunu²⁴⁸ adlı federal yasa 1956 senesinden beri yürürlükte. Automobile Dealers' Day in Court Kanunu, dağıtıcıya, üreticinin sözleşmenin hükümlerine riayet etmemesi, kötü niyetle franchise sözleşmesini feshetmesi ya da yenilememesi hallerinde mahkemeye başvurma hakkı tanımaktadır²⁴⁹. Söz konusu Kanun düzenlemesine göre, üretici, franchise sözleşmeleri hükümlerini kendi hakimiyeti altında oluşturmaktan, dağıtıcının yatırım ve kar kaybetmesi karşısında sözleşmeyi yenilememekten ve dağıtıcıdan olağandışı taleplerde bulunmaktan men edilmektedir²⁵⁰.

Automobile Dealers' Day in Court Kanunu, antitröst kurallarının getirdiği hükümlerinden herhangi birinin ne yerini almış ne de geçersiz kılmıştır. Üreticinin rekabet dışı, haksız hareketi (tehdit, göz dağı verme) karşısında dağıtıcı bunları kanıtlamak suretiyle bu Kanun hükümlerine dayanarak mahkemeye başvurabilir. Automobile Dealers' Day in Court Kanunu, Sherman ve Clayton Kanunları yanında bütünüyle rekabet kanunu olarak kabul edilmektedir²⁵¹. Her ne kadar ticaretin antitröst yüzü ile ilişkili olsa da söz konusu Kanun sözleşmeler hukukunun bir parçasıdır²⁵².

²⁴⁸ Automobile Dealer Franchise Act, 70 Stat. 1125 (1956), 15 (U.S.C), Dealers Day In Court Kanunu olarak bilinmektedir.

²⁴⁹ Federal Automobile Dealers' Franchise Act, 15 U.S.C. § 1221, bkz. Section 2, 3, 4; Kanunun dağıtıcılara verilen hakları genişletmek yerine üreticinin sözleşmeyi sona erdirmeye ya da yenilememe hakkına sınırlama getirilmesi yolunun seçilmesi eleştirilmiştir, bkz. **Martin J. Patrick**, "The Judicial Treatment of The Automobile Dealer Franchise Act", Michigan Law Review, Vol.62, N.2, Decembre 1963, s.312

²⁵⁰ **Phelps Maynard**, "The Automobile Dealer Act, Stanford Law Review", Vol.9, N.4, July 1957, s.764

²⁵¹ Sherman Kanunu ve Clayton Kanununa göre dağıtıcıyı daha koruyucu olduğu görüşü için bkz, **J. Patrick Martin**, The Judicial Treatment, s.318

²⁵² **Gerard**, s. 524; **Friedrich Kessler**, Automobile Dealer Franchise: Vertical Integration By Contract, s.1189

Bu düzenlenmesi sırasında 2 ilkenin dikkate alındığı görülmektedir²⁵³: güçlü motorlu taşıt üreticileri ile dağıtıcılar arasındaki güç dengelerini dağıtıcı lehine tekrar oluşturmak; yöresel müşteri çevresini daha iyi tanıyan ve daha iyi hizmet sağlayan dağıtıcının bağımsızlığını korumasını sağlamak. Avrupa Topluluğu Komisyonu'nun yürürlüğe koyduğu son Tüzüğün de bu 2 ilkeyi hedef aldığını çalışmamızda açıklamaya çalıştık.

Sağlayıcı-dağıtıcı-yetkili servis arasındaki sözleşme ilişkisinde dengeyi kurmayı hedefleyen, grup muafiyeti tüzüğüne alınarak eleştirilere hedef olan aşağıdaki düzenlemelerin Amerika'daki Automobile Dealers' Day in Court Kanunu gibi rekabet kurallarından ayrı bir kanunla düzenlenmesinin ya da bir uyum direktifinde²⁵⁴ yer almasının daha uygun olacağı kanaatindeyiz.

Muafiyetin genel koşulları başlığı altında dağıtıcıyı (aynı zamanda yetkili servisi) koruyan düzenlemeler şu şekilde sıralanmıştır:

1. Sözleşmenin Devri²⁵⁵

Sağlayıcı karşı gelmediği sürece, tüm dağıtıcılar dağıtım ya da servis sözleşmesini, dağıtım ağı içerisindeki başka bir dağıtıcıya devredebilirler. Söz konusu devretme özgürlüğü, yetkili servislere de tanınmıştır.

Sözleşmenin devredilmesi özgürlüğü mutlak değildir, sözleşmeye ancak böyle bir hükme yer vermek şartı ile dağıtıcı böyle bir hakka sahip olur. Sözleşmede sağlayıcının böyle bir devre karşı gelmeyeceğine dair hüküm mevcutsa, sağlayıcı yine aynı sözleşmeye, hakların ve yükümlülüklerin kime aktarılacağını kendisinin belirleyeceğine dair ya da kendisine önerilen dağıtıcıyı reddedebileceğine dair bir hüküm koyamaz. Aksi durum, sağlayıcının kontrolü ele geçirmesine sebep olur²⁵⁶.

²⁵³ **Gerard**, s. 524; **Smith Richard L.**, "Franchise Regulation: An Economic Analysis of State Restriction on Automobile Distribution", Journal of Law and Economics, Vol. 25, N.1, (April, 1982), s.154; **Pavloff**, Hope Yet For The Automobile Dealers' Day in Court Act, s.1186

²⁵⁴ aynı görüş için, **Vogel/Vogel**, Quelles Améliorations?, s. 762; **Vogel**, Faux Débats, s. 16; **Vogel**, La Distribution Automobile à L'Epreuve de Son Nouveau Règlement, s.3-4

²⁵⁵ 1400/2002 gerekçe 10, m. 3/3

²⁵⁶ Cass.Com. 02.07.2002, SA Opel France c/ SARL Automobile France Finance et autres, Bull civ. IV, N..113

Türk Hukuku'nda, sözleşmenin devri kurumunun, Borçlar Kanunu Tasarısı m. 210'da düzenlendiğini görmekteyiz. 818 sayılı Borçlar Kanunu'nda yer verilmeyen yeni maddenin düzenlemesi “ *Sözleşmenin devri, sözleşmeyi devralan ile devreden ve sözleşmede kalan taraf arasında yapılan ve devreden bu sözleşmeden doğan bütün hak ve borçlarını devralana geçiren bir anlaşmadır. Sözleşmeyi devralan ile devreden arasında yapılan ve sözleşmede kalan diğer tarafça önceden verilen izne dayanan veya sonradan onaylanan anlaşma da, sözleşmenin devri hükümlerine tabidir. Sözleşmenin devrinin geçerliliği, devredilen sözleşmenin şekline bağlıdır. Kanundan doğan halefiyet halleri ile diğer özel hükümler saklıdır.*” şeklindedir.

Sözleşmenin devri ile, alacağın temliki ya da borcun nakli hükümleri uygulanmadan, sözleşmenin devri anlaşmasının yapıldığı andan itibaren sözleşmeden doğan tüm alacak ve haklar sözleşmeyi devralana geçecektir.

Sözleşmenin devrinin geçerliliğinin devredilen sözleşmenin geçerlilik şartına bağlanması ifadesinden; sözleşmenin devri ile adi şeklin yeterli olduğu alacağın temlikinden, ya da geçerlilik şeklinin aranmadığı borcun üstlenilmesinden öte, “sözleşmenin tarafı olma” hukuki konumunun bir bütün olarak devir konusu yapıldığı anlaşılmaktadır²⁵⁷.

Sözleşme, zaten önceden sağlayıcının dağıtım ağına kabul edilmiş²⁵⁸ ve aynı kategorideki bir teşebbüse aktarılacağı için dağıtım sözleşmelerindeki *Intuitu Personae* özelliğinin²⁵⁹ kaybolmayacağı savunulmuştur²⁶⁰. Bir dağıtıcı ve yetkili servis arasında hakların ve yükümlülüklerin aktarımı olamaz; zira, farklı kategorideki teşebbüsler söz konusudur²⁶¹.

²⁵⁷ **Yavuz Cevdet**, Türk Borçlar Kanunu Tasarısı (BKT.) ve Gereği, İstanbul 2005, s. 225; Tasarı'da, sözleşmenin devri konusunda, alacağın temliki ve borcun nakli hükümleri ile irtibat kurulmadığından söz konusu hükümlerin uygulanıp uygulanmayacağı konusunda belirsizlik yaratıldığı eleştirisi için bkz. **Kuntalp E./Barlas N./Ayanoğlu Moralı A./Çavuşoğlu Işıntan P./İpek M./Yaşar M./Koç S.**, Türk Borçlar Kanunu Tasarısı'na İlişkin Değerlendirmeler, Galatasaray Üniversitesi Yayınları, Mayıs 2005, s. 103-104

²⁵⁸ Dağıtım ağı dışındaki bir dağıtıcının önerilmesi halinde sağlayıcının itiraz hakkı doğar.

²⁵⁹ Sağlayıcının dağıtıcının kişisel yeteneklerine, iş hayatındaki profesyonelliğine ve sahip olduğu finansal güce dayanarak ortak amacın, yani müşteri çevresinin oluşturulması, bu çevrenin korunması ve geliştirilmesi için onu dağıtım ağına dahil etmesi söz konusudur, bkz. **Le Tourneau**, Les Contrats de Concession, s. 14, 20

²⁶⁰ **Jean-Louis Fourgoux**, Rapports Constructeurs-Distributeurs Automobiles, s. 78-79; **Vogel**, La Distribution Automobile à L'Epreuve de Son Nouveau Règlement, s. 4

²⁶¹ Ağa dahil bir yetkili dağıtıcının dağıtım sisteminden çıkararak gerekli kriterleri taşıması şartı ile yetkili servis olarak faaliyette bulunması mümkündür, bkz, **Malaurie-Vignal/Makhlouf**, Synthèse du Règlement d'Exemption, s.10

Böyle bir aktarma hakkı ile, işleri pek parlak gitmeyen yetkili satıcının iflas ederek tüm yatırımlarını kaybetmesi engellenmek istenmiştir²⁶². Satışları iyi gitmeyen bir dağıtıcının sağlayıcı tarafından satış hedeflerini tutturamadığı gerekçesi ile sözleşmenin tek taraflı feshedilmesi karşısında, tahmin edileceği üzere, söz konusu dağıtıcının başka bir sağlayıcı ile dağıtım sözleşmesi imzalaması ya da başka bir dağıtıcıya ticaret unvanı ve markası gibi firma değerini, faaliyet merkezini, envanterini satması hayli güç olacaktır²⁶³.

Buna karşın, bu serbesti ile önemli finans kaynaklarına sahip yetkili satıcılar daha küçük yetkili satıcıları satın alabileceklerdir. Böylelikle, yoğunlaşmaların hareketleneceği söylenebilir²⁶⁴.

2. Sözleşmenin Sağlayıcı Tarafından Sona Erdirilmesi Halinde Feshin Yazılı ve Gerekçeli Yapılması²⁶⁵

Dağıtıcı ile aralarındaki sözleşmeyi feshetmek isteyen sağlayıcı, fesih kararını yazılı ve gerekçeli olarak sağlayıcıya bildirmelidir. Gerekçede belirtilen sebepler objektif ve şeffaf²⁶⁶ olmalıdır. Gerekçelerin feshi haklı gösterip göstermediğini, haklı göstermiyor ise sözleşme ilişkisinin devam edip etmeyeceğini ulusal mahkemeler belirleyecektir. Taraflar tahkim yolunu da seçebilirler.

Son Tüzüğün yürürlüğe girmesinden önce, sağlayıcının sözleşmeyi feshetme gerekçelerini belirtme zorunluluğu olmasa da, aleyhine dağıtıcı tarafından dava açıldığı takdirde, bu gerekçelerin doğruluğunu hakim önünde kanıtlamak zorunluluğu bulunmakta idi²⁶⁷.

²⁶² **Fourgoux**, Perspectives, s.6; **Fourgoux**, Le Nouveau Règlement Automobile, s.969; **Le Tourneau**, Les Contrats de Concession, s. 153

²⁶³ **Pavloff**, Hope Yet For The Automobile Dealers' Day in Court Act, s.1190

²⁶⁴ **Bourgeon**, Quel Avenir?, s.36

²⁶⁵ 1400/2002 gerekçe 9, m. 3/4

²⁶⁶ aksi halde, uluslararası yargı yolları tarafından yorumlanmasında çelişkiler doğabilir; bkz.

Malaurie-Vignal/ Makhlof, Synthèse du Règlement d'Exemption, s.8 ; **Jean-Louis Fourgoux**, Rapports Constructeurs-Distributeurs Automobiles, s. 79

²⁶⁷ Cass. Com., 20 janvier 1998, Société SCAO. c/ Société Automobiles Citroën et autres, Bull.civ. IV, N.40, Jur.auto., septembre 1998, s.421-422 ; Cont.conc.consom., 1998, comm., 56; Dalloz., 1998, Jur., s.413-418; Dalloz., 1999, Somm.comm., s.114

Fesih kararının gerekçeli olma zorunluluğunun arkasında yatan neden, dağıtıcıların baskısından kurtularak özgürce rekabetçi davranışlarda bulunabilmeleridir²⁶⁸. Artık sağlayıcılar, sözleşmenin feshini bir tehdit yöntemi olarak kullanamayacaklardır. Bu tehditlerin varlığı Komisyonca uzun süredir bilinmektedir. Volkswagen otomobil grubu, Alman ve Avusturyalı müşterilere taşıt satan İtalyan dağıtıcıları ile aralarındaki sözleşmeyi feshetmekten çekinmemiştir²⁶⁹. Bu düzenleme ile Komisyon, fesih korkusundan kurtulmuş dağıtıcıların ağ içerisindeki meslektaşları ile daha rahat ve aktif bir şekilde rekabete gireceklerini ümit etmiştir²⁷⁰.

Ne var ki, bu düzenlemenin büyük bir sınırı vardır. Maddenin kaleme alınış ifadesinden ve açıklayıcı broşürden²⁷¹ anlaşılacağı gibi, “gerekçe belirtme zorunluluğu” sadece sözleşmenin feshedilmesinde getirilmiştir. Sözleşmenin sağlayıcı tarafından yenilenmemesi durumunda sağlayıcının böyle bir gerekçe bildirme zorunluluğu yoktur²⁷².

Kanımızca bu düzenleme ile, sağlayıcı ile belirli süreli sözleşme ve belirsiz süreli sözleşme ilişkisi içinde olan dağıtıcılar arasında, geçerli bir açıklama olmadan ayrımcılık yapılmıştır. Belirsiz süreli sözleşme tarafı dağıtıcıların, sözleşme ilişkilerinin sonlandırılması karşısında daha iyi korunacakları açıktır.

Tüzük m.3/5 (ii), sağlayıcının, “dağıtım ağının tamamının ya da bir kısmının yeniden düzenlenmesi” gerekçesi ile sözleşmeyi feshedebileceğini düzenlemiştir.

Dağıtım ağının yeniden düzenlenmesi ihtiyacı, rakiplerin davranışları, ülke çapında meydana gelen ekonomik gelişmeler ve değişiklikler, üreticinin işletme politikasındaki değişiklik ya da dışsal etkiler sebebiyle oluşan ekonomik değişiklikler gibi bir liste halinde sunulamayacak pekçok gerekçelerle ortaya çıkabilir²⁷³.

²⁶⁸ **Bastien**, Rupture du Contrat, s. 28 ; açıklayıcı broşür soru 70

²⁶⁹ Décision 98/273/CE, 28.01.1998, Volkswagen AG, JOCE L.124, 25.03.1998, s.60-108

²⁷⁰ **Bourgeon Christian**, “Point de Vue des Concessionnaires, Cahier de Droit de L’Entreprise”, N.5, 2002, s.9

²⁷¹ Açıklayıcı broşür Soru 71

²⁷² Cass. Com. 04.01.1994, Société Fiat Auto France c./Société Cachia Holding et autres, Bulletin Civile IV, N.13. Sözleşmenin yenilenmemesi halinin de bu hükme dahil edilmesi gerektiği görüşü için bkz. **Fourgoux**, Perspectives, s. 6; Fransa’da, sağlayıcının getirdiği kriterleri hala taşımakta olan dağıtıcının sözleşmesine son verilmesinin hakkın kötüye kullanılması teşkil edip etmediğinin, sözleşmenin belirli ya da belirsiz süreli olmasına bakılmaksızın araştırılacağına dair içtihat kabul edilmiştir, Cass. Com., 23.03.1993, Bull. civ. IV, N.159, RTD civ. 1994, s.351

²⁷³ **Vogel**, Droit de La Distribution Automobile II, s. 30-31

Avrupa Birliği Adalet Divanı, ağın yeniden düzenlenmesi şeklindeki kararı her ne kadar işletmeyi ilgilendiren bir karar olsa da bu kararın sebeplerinin kısıtlı da olsa yargısal bir kontrole tabi tutulması gerektiğine karar vermiştir. Bu denetimin sınırı, işletmenin belirlediği politikaya karışmamak, işletme sahibi yerine Pazar ekonomisi çerçevesinde karar almamak olacaktır²⁷⁴. Bölge münhasırlığına son verme, ağa dahil dağıtıcıların sayısını belirleme, tekil bir sistemden ikili bir sisteme (satış-satış sonrası ayırım) geçiş, hukuki ve ekonomik gelişme amacıyla şirketlere tanınan yönetim özgürlüğü sebepleri “ağın yeniden düzenlenmesi” için geçerli sebepler olarak kabul edilmiştir. Dolayısıyla, yargıcın, ağın yeniden düzenlenmesi konusunda verilen karar üzerinde minimum bir kontrolü olduğu²⁷⁵ söylenebilir.

Komisyon, açıklayıcı broşürde, 1400/2002 sayılı Tüzüğün 1475/95 sayılı Tüzüğün yerini alarak yürürlüğe girmesinin “dağıtım ağının yeniden düzenlenmesi” için haklı bir gerekçe olmadığını vurgulamış, Avrupa Birliği Adalet Divanı da, Toyota Frey kararında²⁷⁶ aynı tutumu sürdürmüştür. Ne Komisyon ne Adalet Divanı yeniden düzenleme ya da yeniden yapılanma kavramı üzerine açıklık getirmişlerdir. Sadece açıklayıcı broşürde, ağının yeniden düzenlenmesinin haklı görülebilmesi için “gerekliklik” ve “ağın tümü ya da önemli bir kısmının yeniden düzenleme sonunda etkilenecek olması” şeklinde 2 kriter arandığı belirtilmiştir²⁷⁷.

Bu tutum bazı yazarlarca eleştirilmiş²⁷⁸, son Tüzüğün dağıtım ağının organizasyonu, fonksiyonu, ekonomik çevresi göz önüne alındığında gözle görülür bir bozulma ve karışıklık yarattığı, marka içi ve marka dışı rekabetin güçlendirilmesi ile gerek dağıtıcıların gerek yetkili servislerin verimlerinde hissedilir değişikliklerin olduğu savunulmuştur. Dolayısıyla, bu yazarlara göre, 1400/2002 sayılı Tüzüğün yürürlüğe

²⁷⁴ Tribunal Commerciale Paris, 04.08.2004, LawLex200400002135JBJ, Vogel/Vogel'den naklen, **Vogel-Vogel**, Droit de La Distribution Automobile II, s. 28, dpn. 23

²⁷⁵ Versailles, 24.11.2005, LawLex2005000010170JBJ,

http://www.lawlex.com/v009/v6/cdc/avril/CDC_avril_2007.html, Concurrence Distribution Consommation, N.4, Avril 2007

²⁷⁶ CJCE, 26.01.2007, Auto Peter Petscheng GmbH/Toyota Frey Austria GmbH, Aff. C-273/06

²⁷⁷ Açıklayıcı broşür soru:68

²⁷⁸ **Automotive Sector Groups of Houthoff Buruma and Leiderkerke Wolters Waelbroeck Kirkpartick**, “Flawed Reform Of The Competition Rules For The European Motor Vehicle Distribution Sector”, ECLR 2003, 24(6),s.255; Vogel, De Quelques Questions, s. 27; bu kararı somut olayın özelliklerine göre ulusal makamların veya tahkim kurumlarının vermesi gerektiği görüşü hakkında bkz. **Malaurie-Vignal Marie**, “Conséquences de L’Adoption du Nouveau Règlement Automobile sur Les Contrats de Distribution Conclu Antérieurement à Son Entrée en Vigueur”, Contrats Concurrence Consommation, N.1, Janvier 2007, Comm. 6, s. 40

girmesi “dağıtım ağının yeniden düzenlenmesi” için haklı bir gerekçe olarak görülmelidir.

Eleştirilere rağmen Avrupa’da bu konuda herhangi bir karışıklık çıkmadığını, geçiş sürecinin beklenildiği ve dağıtım ağının yeni bir düzenleme gereksiniminin olup olmadığının geçiş sürecinden sonraki zamana, yani son Tüzüğün uygulamaya konmasından sonra bırakıldığını görmekteyiz.

Ülkemizde 2005/4 sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği’nin 1 Ocak 2006 tarihinde yürürlüğe girmesinden sonra 1 senelik geçiş döneminden faydalanabilmek için anlaşmanın bir önceki 1998/3 sayılı Tebliğe uyarak olağan şekilde fesih ihbarnamesini 2 sene önceden, dağıtım sisteminin yeniden organizasyonu ile 1 sene önceden göndermesi gerektiği düzenlenmiştir. Tebliğ’de geçiş süresi belirlediğinden eski tüzüğe uygun olarak düzenlenmiş sözleşmelerin otomatik olarak sona erdirilmesi söz konusu değildir. Geçiş süreci belirlenmesi ile yine yeni Tüzüğün yürürlüğe girmesinin aynen Avrupa’da olduğu gibi “dağıtım ağının yeniden düzenlenmesi” için haklı bir gerekçe olmadığını söyleyebiliriz. Bu konuda Rekabet Kurulu’nun önüne gelmiş bir şikayete de rastlamamaktayız.

3. Sözleşmenin Süresi²⁷⁹

Sağlayıcı ve dağıtıcı arasındaki ilişkiyi kuran sözleşmenin belirli süreli ya da belirsiz süreli olması şeklinde iki hal mevcuttur.

Sözleşme belirli süreli ise, en az 5 yıl süreli yapılması gerekmektedir²⁸⁰. Sözleşmenin yenilenmemesi isteğinin en az 6 ay önceden tarafların birbirlerine bildirmesi gerekmektedir. Sözleşmenin belirsiz süreli yapılması halinde, taraflar fesih isteğini en az 2 yıl önceden birbirlerine bildirmelidirler. Dağıtım ağının tamamen ya da önemli bir kısmının yeniden düzenlenmesinin gerektiği hallerde, sağlayıcı dağıtıcıya uygun bir tazminatı ödemek koşuluyla fesih ihbarını 1 sene önceden yapabilir.

²⁷⁹ 1400/2002 gerekçe 9, m. 3/5

²⁸⁰ Bu sürenin bu denli uzun tutulması pekçok sağlayıcıyı belirsiz süreli sözleşme kurmaya teşvik etmektedir, bkz. **Vogel**, La Distribution Automobile à L’Epreuve de Son Nouveau Règlement, s. 4

Belirli süreli sözleşmelere getirilen minimum sözleşme süresi ile, hiç şüphesiz dağıtıcının yatırımlarının korunması amaçlanmıştır. Ciddi miktarda bir yatırım söz konusu²⁸¹ olduğu için, dağıtıcıya yatırımına yönelik değişiklik ya da yenilemede bulunması için zaman verilmelidir. Aksi halde, yatırım doğrudan belirsiz bir gidişata sürüklenecektir²⁸².

Belirsiz süreli sözleşmeleri fesihten önce 2 senelik bir ihbar süresi getirilmesi ise dağıtıcının yeni duruma uyum sağlamasına yöneliktir²⁸³. İhbarın sadece belirsiz süreli sözleşmelere getirilmesi bazı yazarlarca eleştirilmiş, belirli ya da belirsiz süreli düzenlenmesine bakılmaksızın tüm sözleşmelere fesihten önce 2 senelik ihbar süresi getirilmesi gerektiği belirtilmiştir²⁸⁴.

Belirli süreli sözleşmelerin yenilenmeme isteğinin süre bitiminden en az 6 ay önceden yapılması gerektiğini ve yenilenmeme isteğinin gerekçeli olmasının şart olmadığını çalışmamızın önceki kısımlarında bahsettik.

Kanımızca, belirli süreli ve belirsiz süreli sözleşme arasındaki denge, her iki halde de 2 sene öncesinden bir fesih ihbarı getirerek değil fakat belirli süreli sözleşmelerde yenilenmeme isteğinin de gerekçeli olması şartı ile sağlanabilir. Belirli süreli sözleşmeyi imzalayan yetkili dağıtıcı ya da yetkili servisin, sözleşme ilişkisi hiç bitmeyecekmiş gibi ya da belirsiz süreli bir sözleşmeyi imzalamışlar gibi davranmamaları; aksine, süre bitiminde sözleşmenin yenilenmeyeceğine kendilerini hazırlamaları ve buna göre önlem almaları gerektiği kanısındayız.

Dağıtıcının üzerine düşen yükümlülükleri yerine getirmemesi gibi taraflardan birinin kusuru halinde sözleşmenin feshinde ihbarın varlığı zorunlu değildir²⁸⁵.

²⁸¹ Fransa'da 1000 yeni araç dağıtmak için bir yetkili servisin ortalama yatırımı 1995 senesinde yaklaşık 4 milyon €'dur, bkz. **Fourgoux**, Perspectives, s.6

²⁸² **Fourgoux**, Le Nouveau Règlement, s.970; **Creda**, Enjeux et Perspectives, s.8; Cass. Com., 20 janvier 1998, SCAO c/Automobiles Citroën, Aff. 96-18.353, Bull.civ. IV, N.40, Jur.auto., Septembre 1998, s.421-422 ; Dalloz, 1998, Jur., s.413-418; Dalloz, 1999, Somm.comm., s.114; RJC, 01.02. 1999, s.67-80

²⁸³ **Bastien**, Rupture du Contrat, s. 28; Cass.Com., 06.05.2002, LawLex200205279JBJ, JBD N.221

²⁸⁴ **Prieto**, s.35; **Fourgoux**, Perspectives, s.6; **Chantre**, Quelle Place Pour Le Distributeur Automobile?, s.14

²⁸⁵ Açıklayıcı broşür, soru 69; Cass.Civ. 13.10.1998, M.X. c/ Société Anonyme Clinique des Ormeaux, Bull.civ.I, N.300; Cass. Civ. 28.10.2003, Société SFL et M.X c/. Société Barep, Bull. Civ., N.211 : "Basit, önemsiz bir hata ihbarsız feshi haklı göstermez"

4. Tarafların Anlaşmazlıkları Bağımsız Bir Uzmana ya da Hakeme Götürme Hakkı²⁸⁶

Anlaşmazlığa düşülen noktalar genellikle tedarik, stoklama, satış hedeflerinin oluşturulması ve yerine getirilmesi²⁸⁷, teşhir edilen ürün, farklı markalara ait ürünlerin satış şartları, dağıtıcının diğer ülkelerde şube açma isteği, sözleşmenin haklı gerekçelerle feshedilip edilmediği gibi konular üzerinedir. Bu konular Tüzüğün 3. maddesinde sayılanlarla sınırlı değildir, taraflarca genişletilebilir.

Komisyona böyle bir mekanizmayı getirmesindeki hedefi, özellikle dağıtıcının yükümlülüklerinin belirlendiği tek taraflı bir sözleşme gibi algılanan²⁸⁸ dağıtım sözleşmesinde taraflar arasındaki dengeyi sağlamaktır. Komisyon, anlaşmazlıkları üçüncü bir kişiye götürme hakkının tarafları daha ciddi ve dengeli bir sözleşme ilişkisi içine sokacaktır²⁸⁹.

Her ne kadar 1475/97 sayılı Tüzük de buna benzer bir mekanizmayı getirmiş olsa da, bunun uygulanma alanının daha dar olduğunu söyleyebiliriz. Eski Tüzük, sadece, dağıtım ağının yapısındaki zorunlu değişiklik ve ana yükümlülüklerin yerine getirilmemesi şeklindeki olağanüstü feshi düzenleyen iki hal üzerinde tarafların anlaşmaya varamaması halinde hakeme veya bilirkişiye başvurma zorunluluğunu düzenlemiştir²⁹⁰. Buna karşın 1400/2002 sayılı son Tüzük düzenlemesine göre, taraflar, sözleşme yükümlülüklerine ilişkin her türlü uyuşmazlığı bağımsız bir uzmana ya da hakeme götürebilirler.

Tahkim alanının bu derece genişletilmesi, motorlu taşıt üreticilerinin geliştirdiği stratejileri bozacak, tahkime götürülme yolu açık olan örneğin senelik belirlenen satış hedeflerini tutturma ya da primlere ulaşma gibi sözleşme hükümlerinin esas önemini

²⁸⁶ 1400/2002 gerekçe 11, m. 3/6

²⁸⁷ CJCE, 18.12.1986, VAG France c./Magne, Aff.10/86, Rec.1986, s.4071; CJCE, 30.04.1998, Cabour SA et Nord Distribution Automobile SA c./Armor "SOCO" SARL, Aff.C-230/96, Rec.1998, I, s.2055

²⁸⁸ **Bourgeon**, Quel Avenir?, s.34 ; **Bourgeon**, Point de Vue des Concessionnaires, s. 9

²⁸⁹ Değerlendirme Raporu, s. 90-91

²⁹⁰ 1475/95 m.5/3 (2) : "...in each case, the parties must, in the event of disagreement, accept a system for the quick resolution of the dispute, such as recourse to an expert third party or an arbitrator..."

yitirmesine neden olacağı gerekçesiyle eleştirilmiştir²⁹¹.

1475/95 sayılı Tüzük, sözleşmenin feshini düzenleyen 5/3. maddesinde tahkime atıf yaparak, tarafların uyuşmazlığın kısa yoldan çözümü için bir üçüncü uzman kişiye ya da hakeme gitme yükümlülüğüne dikkat çekmiştir. Aynı maddede, tarafların ulusal hukukun uygulanması için mahkemelere gitme haklarının saklı olduğunun vurgulanması, söz konusu mekanizmanın ihtiyari mi yoksa zorunlu mu olduğu konusunda kafaları karıştırmıştı.

Son Tüzükteki ilgili hükmün kaleme alınış tarzının bu belirsizliğe açıklık getirdiği söylenemez²⁹². Açıklayıcı broşürün bu noktayı aydınlatmak yerine daha fazla karışıklık yarattığı bile söylenebilir²⁹³.

Doktrinde kabul gören görüş, tahkime gitmek için tarafların ancak böyle bir şartı sözleşmeye koymaları halinde öncelikle tahkime gitme zorunlulukları olabileceği yönündedir. Sözleşmede böyle bir hüküm yoksa tarafların tahkime gitmek gibi bir zorunlulukları yoktur²⁹⁴. Birlik üyesi ülkelerin ulusal mahkemelerinin yargılama yetkileri Komisyon tarafından ortadan kaldırılamaz. Biz de bu gerekçelere katılıyor, aynı görüşü destekliyoruz.

B. Dağıtıcıya Birlik İçinde Yayılma Hakkı (Birlik içinde ek tesis açma hakkı) Sağlanması²⁹⁵

Son tüzüğün getirdiği yeni düzenlemeler arasında en tartışmalı²⁹⁶ olanı, söz konusu yayılma (genişleme) serbestisidir; öyle ki bu hükmün uygulanmaya konulması Ekim

²⁹¹ Bourgeon, Point de Vue des Concessionnaires, s.9

²⁹² Idot, Le Nouveau Règlement, s.1804 ;Vogel, Quelques Questions, s.19 ; Poillot-Peruzetto, s. 753

²⁹³ Açıklayıcı broşür yeni bir aktör “arabulucu” dan bahsetmektedir. Soru 60, Fourgoux /Vilmart, Arbitrage, s.43; arabulucu ve hakem farklı kavramlardır, bkz. Cass. Civ., 28.01.2003, Bull.civ. I, N.21; Buruma/ Kirkpartick, s.265; Jean-Louis Fourgoux, Rapports Constructeurs-Distributeurs Automobiles, s. 80; Le Tourneau, Les Contrats de Concession, s. 139

²⁹⁴ Buruma/ Kirkpartick, s.265; Fourgoux/Vilmart, Arbitrage, s. 43; dava konusu ile tahkime yapılacak büyük masraf arasında büyük orantısızlık olması, tahkim sırasında hakeme ya da uzmana karşı duyulan güvensizlik, hakem seçilecek sektöre özgü uzman profesyonellerin yokluğu ya da azlığı tahkimin neden tercih edilmediğine ilişkin gerekçelerden bazılarıdır, bkz. Vogel/Vogel, Droit de La Distribution Automobile II, s. 98

²⁹⁵ La Clause d’Essaimage: Yayılma Şartı; Location Clause, yani kendi tesis yeri dışında başka yerde tesis açarak faaliyetlerini sürdürmeme yükümlülüğü anlaşmayı grup muafiyetinden çıkarmasa da böyle bir anlaşma grup muafiyetinden faydalanamayacaktır, 1400/2002 m. 6/2; 1400/2002 m. 5/2

²⁹⁶ Vogel/Vogel, Quelles Améliorations?, s. 762; Vogel/Vogel , Who Will Be In The Driver’s Seat?, s.788 ;Vogel, De Quelques Questions, s. 15,16 ve 24

2005 tarihine bırakılmıştır²⁹⁷.

Ekim 2005 tarihinden itibaren, Birliğe dahil ülkelerden birinde yerleşik, aynı zamanda seçici dağıtım ağına dahil motorlu taşıt dağıtıcısı, sağlayıcının onayına ya da itirazına bakmaksızın Birlik içerisinde herhangi bir ülkede yeni bir tesis açmakta özgürdür. Kurduğu yeni tesise, ikamet etmekte olduğu ülkeden otomobil ihracatı yapabilir.

Yeni tüzük ile getirilen bu serbesti, dağıtıcıya hukuki, ticari ve ekonomik anlamda tanınan bağımsızlığın en belirgin manifestosudur. Bu yetki, dağıtıcıya, yeni ticari fırsatlardan faydalanmasını, rekabetin değişen kurallarını kendi lehine kullanmasını sağlayacak, ayrıca bir ülkeden diğerine uygun aracın ithalatını yaparak rekabeti canlandırarak, dolayısıyla fiyat farklılıklarını azalmasına katkıda bulunacaktır.

Kendisine tanınan bu özgürlük ile dağıtıcı bir “satış noktası” ya da “ek bir teslimat yeri” kurabilir. Tüzük ile tanımlanmayan bu iki kavram arasındaki fark açıklayıcı broşürde²⁹⁸ detaylı olarak açıklanmıştır.

Yeni bir tesis yerinin açılması birkaç şartın gerçekleştirilmesine bağlıdır. Ayrıca dağıtıcının Pazar içerisinde yayılması da 2 şekilde mümkündür.

1. Temel Şartlar

a. Pazar içinde yayılma isteyen dağıtıcının sadece seçici dağıtım sistemine dahil olması²⁹⁹, ayrıca ek tesisi, sadece seçici dağıtımın uygulandığı bir bölgede açması gerekmektedir. Dahil olduğu seçici dağıtım ağının niceliksel veya niteliksel karakterde olması fark etmez.

Münhasır dağıtım sistemine dahil bir dağıtıcı, Pazarın başka bir bölgesinde yeni bir tesis açamaz. Münhasır dağıtım sisteminin özelliği, dağıtıcının yerleşik olduğu coğrafi bölgede tek dağıtıcı olmasıdır; kendisine sağlanan alanın dışına yayılamaz. Münhasır dağıtım sistemine göre, ister seçici dağıtıcı ister tek elden dağıtıcı olsun

²⁹⁷ 1400/2002 gerekçe 37, m. 12/2

²⁹⁸ Satış yeri, yeni motorlu araçları satmak için gereken teşhir salonu ve altyapıyı içerir. Teslimat yeri ise, daha önce başka bir yerde satılan araçların son kullanıcıya teslim edilmesi için gerekli ofis alanını, depo ya da araçların teslimata hazırlandığı alanı ve personeli kapsar, Açıklayıcı broşür soru: 53

²⁹⁹ 1400/2002 gerekçe 29, m. 4/1 (d), (e) ve 5/2

sağlayıcının dağıtım ağına dahil başka herhangi bir yetkili dağıtıcı, sözleşme ile sağlanan inhisari bölgede faaliyette bulunamaz³⁰⁰.

b. Diğer esas şartlardan biri Tüzüğün 29. gerekçesinde belirtilmiştir. Buna göre, sağlayıcı her ne kadar dağıtıcının yeni bir tesis açmasında söz sahibi değilse de, bazı şartlarda direterek, örneğin dağıtıcıya, kuracağı tesisin o coğrafi alandaki benzer niteliksel kriterleri³⁰¹ taşınmasını talep ederek kontrol sahibi olabilir³⁰².

Böyle bir sınırlama anlayışla karşılanmalıdır; ülke vatandaşı olan ya da olmayan dağıtıcıların, gerek tesisin kurulduğu ülke tarafından gerek sağlayıcı tarafından ayrımcı uygulamaya tabi tutulması ancak bu yolla engellenebilir. Fransız bir dağıtıcının Alman topraklarında tesis kurmak istemesi üzerine sağlayıcının Alman dağıtıcılar için belirlediği kriterlere, bu kriterlerin daha hafif ya da daha katı olması fark etmeksizin uyması gerekir³⁰³.

c. Tüzüğün 5/2 (b) maddesi, dağıtıcılara ek bir satış ya da teslimat noktası açmalarını yetkili kılmışsa da, madde 4/1 (d), dağıtıcının, yetki verilmemiş bir tesis yerinde faaliyet gösteremeyeceğini düzenlemiştir. Çelişkili görünen bu iki hükmün tek bir açıklaması olabilir: dağıtıcının Pazarın herhangi bir yerinde tesis açması ancak, kendisine dağıtıcı tarafından faaliyette bulunması için yetki verilmiş tesisini de aynı anda işletmeye devam etmesi halinde mümkündür. Dağıtıcının ana işletmesini kapatarak Pazarın başka yerinde tesis açması ancak sağlayıcının rızası ile mümkün olacaktır³⁰⁴.

Kanımızca, ana tesisi kapatmama şeklindeki bir zorunluluk, yayılma özgürlüğünü frenler. Dağıtıcı, iki ayrı tesisin finansmanını da sağlamak durumunda kalacak, böylelikle ancak büyük ve güçlü dağıtıcılar bu haktan yararlanacaktır³⁰⁵.

Asıl tesis yerini koruma yükümlülüğü yetkili servisler için getirilmemiştir.

³⁰⁰ Cass.Com. 20.07.1965, Braure c./ Société Duquesne, Bull.civ.III, N.466

³⁰¹ Marka ile özdeşleşen, kimliğini oluşturan taşıtların teşhir edilme tarzı, teşhir salonlarının dekorasyonu, personelin tertibi gibi kriterler söz konusu olabilir.

³⁰² Bundan şüphesi olanlar da vardır. **Vogel**, De Quelques Questions, s. 24

³⁰³ CJCE, 16.06.1994, Volker Steen c./ Deutsche Bundespost II, Aff. C-132/93, Rec.1994, I, s.2715

³⁰⁴ Açıklayıcı broşür soru:55

³⁰⁵ Alman yetkili satıcılarının %80'i yayılma özgürlüklerinden faydalanamamaktadırlar. CECRA (Conseil Européen de Commerce et de La Réparation Automobile), Mart 2002; eleştiri için **Bourgeon**, Point de Vue des Concessionnaires, s. 9; **Genet J.-P.**, "Les Concessionnaires Européens Ne Veulent Pas D'Essaimage", L'Argus, 14.10.2004, s.1; **Kanter James**, "EU Lifts Barriers to Car Dealers' Expansion", 30.09.2005, <http://www.iht.com/articles/2005/09/30/business/car.php>

Dolayısıyla, yetkili servis Birlik içinde istediği yerde tamir atölyesini kurabilir. Bu konuda dağıtıcıya oranla daha geniş özgürlüğe sahiptir diyebiliriz³⁰⁶.

iv. Dağıtıcı, yeni tesisini kurduğu Birliğe dahil ülkenin mevzuatına uymak zorundadır. O ülkedeki ekipman parçalarının nitelikleri kendi ülkesinden getirttiği modellerinki ile uyum sağlamıyorsa ek bir maliyetle karşı karşıya kalacaktır. Buna rağmen, paralel ihracat ile, kendi ülkesindeki aynı ağa dahil diğer bir yetkili dağıtıcıdan istediği ekipmanları getirterek bu problemi aşma şansı vardır.

2. Yayılmanın Şekilleri

Dağıtıcının 2 seçimi vardır: ex nihilo yeni bir tesis açmak ya da başka bir dağıtıcının teşebbüsünü satın almak

a. Genellikle gerçek kişi olan dağıtıcı, o ülkenin kurallarını gözeterek bir şirket, istediği takdirde de şube ya da şubeler kuracaktır.

İstediği sayıda tesis açma hakkına sahiptir³⁰⁷.

b. Dağıtıcı önceden kurulmuş bulunan bir şirketin tüm hisselerini satın alabilir. Satın alınan şirketin önceden münhasır dağıtım ya da seçici dağıtım sistemine dahil olması önemli değildir. Böyle bir durumda, eski dağıtıcının sözleşmesi şirketi satın alana geçer. El değiştiren dağıtım sözleşmesi belirli süreli ise, devralan dağıtıcı sürenin kalan kısmı ile yetinecektir.

Yayıma serbestisi sayesinde, başka bir ülkede tesis kuran dağıtıcı, kendi ülkesinden getirttiği taşıtları yeni bir pazarda satabilecektir. Örneğin Honda Civic Coupé Fransa'da arza sunulmasa da Belçika'da satışı mümkündür, ya da Mercedes CLK 200 CGI Fransa'da satılmasa da Almanya'da alıcıya sunulmaktadır. Almanya'daki dağıtıcı Fransa'da tesis kurarak Mercedesleri Almanya'dan Fransa'ya getirebilir. Komisyonun amacı, dağıtıcı ile sağlayıcı arasındaki marka içi rekabeti güçlendirmek, yeni ticari avantajlardan faydalanması için dağıtıcının önünü açmak, ayrıca Avrupa'daki motorlu taşıtlar arasındaki fiyat farklılıklarını azaltmaktır.

Vergi dışı otomobil fiyatlarının en yüksek olduğu ülkelerden birinin Almanya, en

³⁰⁶ aynı görüş için bkz. Vogel, De Quelques Questions, s. 24

³⁰⁷ CJCE 18.01.2001, Commission c./Italie, Aff.C-162/99, Rec.2001, I, s.541

düşük olduğu ülkelerden birinin de Hollanda olduğundan çalışmamızda bahsetmiştik. Almanya’da tesis kuran Hollandalı dağıtıcı, Hollanda’dan motorlu taşıtları Almanya’da satışa sunacak, böylelikle rakibi Alman dağıtıcıları fiyatları indirmeye zorlayacaktır. Eğer Alman dağıtıcılar yeterince güçlü bir finansman kaynağına sahip değillerse piyasadan silinmeleri ya da Hollandalı dağıtıcılar tarafından satın alınmaları kaçınılmaz olacaktır³⁰⁸.

Sağlayıcılar söz konusu gelişmelerden son derece rahatsızdırlar. Dağıtıcılar üzerindeki tüm kontrollerini kaybetmekten³⁰⁹, ayrıca marjlarını düşürerek en zengininden en fakirine kadar tüm coğrafi alanlarda tek bir tarife uygulanmasından endişe duymaktadırlar.

C. Bağımsız Servislerin Teşvik Edilmesi

1475/95 sayılı gelişme raporunda, Komisyon, taşıt bakım ve onarım pazarındaki rekabetin son derece yetersiz olduğunu ortaya koymuştur³¹⁰. Satış sonrası harcamaların taşıtın satın alma bedeline oranla önemli bir miktar tuttuğu düşünülürse, ilgili pazardaki rekabetin canlandırılması ve bağımsız servislerin pazarda desteklenmesi gerekmektedir.

1. Yetkili Servis

Yetkili dağıtıcının sağlayıcı tarafından satış sonrası servis vermeye zorlanabileceğini düzenleyen 1475/95 sayılı Tüzüğün³¹¹ aksine, son Tüzük, satış ve satış sonrası hizmet birlikteliğini zorunlu olmaktan çıkarmıştır. Bu birlikteliğin son bulması ile “yetkili servis” adı altında yeni bir aktör doğmuştur³¹². Buna göre, dağıtıcı artık satış sonrası hizmet verip vermemekte özgürdür. Aynı şekilde yetkili servis de artık taşıt satıp satmamakta özgürdür³¹³.

³⁰⁸ **Bourgeon**, Quel Avenir?, s.36 ; **Malaurie-Vignal**, Présentation et Commentaire, s.4; **Vogel**, De Quelques Question, s.16

³⁰⁹ **Vogel**, De Quelques Questions, s. 16

³¹⁰ **Etude Andersen**

³¹¹ 1475/95 gerekçe 4, m. 4/4 1 (e) ve 5/1 1(a)

³¹² **Giroudet-Demay Nathalie**, “Incidences du Règlement Automobiles 1400/2002 Sur L’Organisation de L’Après Vente de La Marque”, Petites Affiches, Novembre 2002, s. 15

³¹³ 1400/2002 gerekçe 21 ve 22, m. 4/1 g ve h

Faaliyetlerini satışla sınırlamak isteyen yetkili dağıtıcı, sağlayıcının talebi³¹⁴ üzerine, henüz satış gerçekleşmemiş olsa bile müşteriyle (son kullanıcı) iletişime geçmeli,

yetkili servis veya yetkili servislerin satış mağazasından ne kadar uzakta olduğu ve adları hakkında her türlü bilgiyi vermelidir³¹⁵.

Dağıtıcı gibi yetkili servis de çok markalı çalışmayı tercih edebilir³¹⁶ ve kendisine sağlayıcı tarafından sözleşme sonrası rekabet etmeme gibi bir zorunluluk yüklenemez³¹⁷. Böylelikle yetkili servisin dağıtıcı ile aynı sözleşmesel korumaya kavuştuğu açıktır.

Yetkili servisin bazı noktalarda ağ içindeki dağıtıcıdan daha avantajlı durumda olduğu bile söylenebilir; örneğin yetkili servisler üreticinin herhangi bir müdahalesi olmaksızın atölyelerini nerde açacaklarını serbestçe kararlaştırabilirler³¹⁸. Ayrıca yetkili servisler yayılma haklarını kullanarak Birliğe dahil ülkelerden herhangi birinde Ekim 2005 tarihini beklemeden atölye kurabileceklerdir³¹⁹.

Yetkili servislerin garanti kapsamındaki ücretsiz bakım, onarım ve araç geri çağırma işlerini³²⁰ gerçekleştirmek şeklinde uymakla zorunlu oldukları bazı yükümlülükleri bulunmaktadır. Bu zorunlu faaliyetleri sırasında, sağlayıcının kendisine sağladığı orijinal parçaları kullanmakla yükümlüdür³²¹. Söz konusu istisnalar dışında, kendisine, orijinal parçaları parçaların %30'undan fazlasının sağlayıcıdan veya sağlayıcının göstereceği başka bir teşebbüsten satın almasına yönelik doğrudan ya da dolaylı bir yükümlülük getirilemez³²².

Yetkili servisler, eşdeğer kalitedeki yedek parçaları herhangi bir ekipman

³¹⁴ Bu talebin zorunluluk şeklinde düzenlenmemiş olması şaşırtıcıdır, bkz. **Giroudet-Demay**, *Incidences du Règlement*, s.15

³¹⁵ 1400/2002 gerekçe 21, m. 4/1 g

³¹⁶ 1400/2002, gerekçe 28 m. 5/1 b ve c. Eski tüzükteki düzenleme için bkz. 1475/95 m. 3/4

³¹⁷ 1400/2002, m. 5/1 d

³¹⁸ 1400/2002 m. 5/3; faaliyet yerlerine ya da ek atölye yerlerine karar vermede özgürdürler, bkz. **Giroudet-Demay**, *Incidences du Règlement*, s. 17

³¹⁹ 1400/2002, m.5/3

³²⁰ 1400/2002 gerekçe 25, m. 4/1 k

³²¹ **Aronica**, *Le Contenu du Règlement*, s.24 ;**Vogel**, *De Quelques Questions*, s. 25; garanti süresinin uzatılması durumunda da yine sadece sağlayıcının tedarik edeceği orijinal yedek parçaları kullanmak durumundadır, *Auto Infos*, 23.09.2005, s.6

³²² 1400/2002 m. 1/1, açıklayıcı broşür soru 79

sağlayıcısından temin etmekte özgürdürler³²³. Böylelikle, bakım ve onarım masrafları daha düşük olacaktır³²⁴. Yedek parçaları sağlayıcının dağıtım ağına dahil bir yeniden satıcıdan tedarik etmeyen yetkili servis, parça fiyatlarının üzerine sadece kendi marjını koyacaktır. Diğer durumda ilk marj, parçaları yetkili servise tedarik eden yeniden satıcı tarafından konmakta, iki kez marj konulması ile son kullanıcıya sağlanan hizmetin fiyatı yükselmektedir. Komisyon bakım ve onarım masraflarının düşmesinin tüketicinin lehine bir durum doğuracağını ümit etmektedir.

2. Bağımsız Servis

Son Tüzük düzenlemeleri, sağlayıcının dağıtım ağına dahil olmayan bağımsız servis ile yetkili servis arasındaki rekabeti canlandırmayı hedeflemiş, bu nedenle teknik bilgiye, gerekli eğitime, teçhiz cihazı ve diğer ekipmana ulaşmada sağlayıcı tarafından getirilen tüm ayrımcılığı yasaklamıştır³²⁵.

Yetkili servisin, garanti kapsamındaki onarımlar için %30'a kadar yedek parçaları sadece sağlayıcıdan tedarik etmeye zorlanabileceğinden yukarıda bahsetmiştik. Belirtmeliyiz ki, bağımsız servisin garanti kapsamındaki onarımı veya bedava bakım hizmeti verme gibi bir yükümlülüğü olmadığından³²⁶ parçaların bir kısmını sağlayıcıdan tedarik etme mecburiyeti de yoktur.

Bağımsız servisin sağlayıcının dağıtım ağı ile rekabet etmesinin önünde engeller yok değildir. Bağımsız servisin yetkili servisten en önemli farkı, “bağımsız” çalıştığı için belirli bir markanın uzmanı değildir. Dolayısıyla, bağımsız servisin, yetkili servisin aksine, her markanın teknik inceliklerine ve özelliklerine hakim olmaması³²⁷ doğaldır.

Bağımsız servisin belirli bir markanın yetkili servisi olmasının önünde herhangi bir engel yoktur. Bunlar bağımsız olarak diğer markaların da bakım ve onarımı ile ilgilenmeye devam edebilir. Tüzük böyle bir hipotezi öngörmüş olsa da³²⁸,

³²³ 1400/2002 m. 4/1 j ve k, açıklayıcı broşür soru 37, 78, 99

³²⁴ **Bourgeon**, Quel Avenir?, s.36; **Mihail**, L'Adaptation Du Secteur de La Distribution Automobile, s.31

³²⁵ 1400/2002 gerekçe 26, m. 4/2; eski Tüzükte 1475/95 m. 6/1 (12)

³²⁶ Aksi halde, sağlayıcının garanti kapsamındaki bütün bu hizmetlerin bedelini bağımsız servise iade etmesi sorun yaratacaktır, bkz. **Giroudet-Demay**, Incidences du Règlement, s.16

³²⁷ **Vogel/Vogel**, Who Will Be In The Driver's Seat?, s.789 ;**Vogel**, De Quelques Questions, s.26

³²⁸ 1400/2002 m. 1/1 m; **Giroudet-Demay**, Incidences du Règlement, s.17

ekipmanın ve birden fazla marka için teknik bilgiye ulaşmanın bir hayli masraflı olacağı gerçeği karşısında böyle bir yolu seçen servislere nadiren rastlanmaktadır³²⁹.

Sağlayıcılar, bağımsız servislerin yukarıda saydığımız haklarla donatılması karşısında müşterinin kendilerine olan sadakatini korumak amacıyla bazı önlemler almaya başlamışlardır. Müşterinin yetkili servis açısından başka servisleri tercih etmemesini sağlamak için alınan önlemlerden 2 tanesi, bakım paketi satış anlaşması (Service Inclusive) ve sağlayıcının aracın tamir masraflarına katılması dikkate değerdir.

Sağlayıcı ile bakım paketi satış anlaşması imzalayan müşteri, arabasını yetkili servise onarıma götürdüğünde masrafın tutarını baştan belirlemiştir; tutarı aşan miktar müşteri tarafından ödenmeyecektir. En ufak hasar bile ek bir ücret alınmadan giderilecektir³³⁰.

Garanti süresi içinde, aracın hafif veya ağır bir kazada hasara uğraması ya da aracın gizli bir hasarının ortaya çıkması sonucu sağlayıcının masraflara katılacağını belirtmesi müşterinin markaya bağlılığını sağlayan diğer bir tedbirdir³³¹. Bazı sağlayıcılar sadece aracın gizli ayıplı olması halinde masrafa katılacaklarını belirtirken bazıları masrafın sadece belirli bir kısmına katılmaktadır. Böyle bir ticari jestten kaçınmak için ağın dışında gerçekleşen onarımları bahane eden ve masrafa katılmayı reddeden sağlayıcılar da mevcuttur³³².

Kanımızca, motorlu taşıt sağlayıcılarının tüketicinin masraflarına katılmaya gönüllü olmaları karşısında tüketicilerin aracı yetkili servisten dışında bağımsız servislere götürmesi ufak bir ihtimal olacaktır. Tüzük bu konuda bağımsız servisleri destekleyen herhangi bir düzenleme getirmemiştir. Açıklayıcı broşürde ise bu konu

³²⁹ **Giroudet-Demay**, Incidences du Règlement, s.18

³³⁰ “BMW Service Inclusive servis anlaşması ile Borusan Otomotiv, yetkili servislerine bakım paketinde belirtilen servis hizmetini BMW müşterilerine sağlama hakkını vermektedir. Anlaşma ile anılan hizmetin kapsamı belirlenmekte, Borusan Otomotiv’in ve servisin yükümlülükleri karşılıklı olarak belirlenmektedir. Tüketicie taahhüt ettiği hizmeti yetkili servisten satın alan, bedelini de yetkili servise ödeyen Borusan Otomotiv’dir. Servisler ...araçların periyodik bakımlarını 5 yaş ya da 100 bin km’ye kadar ücretsiz yapmak, orijinal parça kullanmak, ...fiyatını Borusan Otomotiv’e faturalandırmak ve Borusan Otomotiv tarafından yayımlanan uygulama esaslarına riayet etmekle yükümlüdür”, Rekabet Kurulu Kararı: 04-83/1174-297, Karar Tarihi:30.12.2004

³³¹ Yetkili servislerin dört yaşına kadarki (garanti süresi boyunca) taşıtların satış sonrası servislerindeki Pazar payı %80’dir, bkz.Etude Andersen, annexe 7, s. 252

³³² **Giroudet-Demay**, Incidences du Règlement, s.18

berrak değildir³³³.

D. İnternette Faydalanma

Otomotiv sektöründe, ürün satışı ve reklam olmak üzere özellikle 2 alanda İnternet'ten oldukça faydalanılmaktadır.

1. İnternet Üzerinden Satış

Elektronik ticaretin seneler önce başlayan popülaritesi hız kesmeden devam etmektedir. Ticaretteki gelişmeleri değerlendiren Komisyon, İnternet üzerinden yeni taşıt satışlarının teşvik etmek istemiştir³³⁴.

1475/95 sayılı Tüzüğün gelişme raporunda, çevrimiçi satışlarla ilgili gelişmelere sayfalar ayrılmış, bu yolun hızla gelişeceğine dair olumlu yaklaşımlarda bulunulmuştur.

Çevrimiçi ticarete taraflar karşısındakinin kimliğinden ve satış konusundaki ciddiyetinden emin olmak istemektedirler. İnternet üzerinden taşıt satın almak, harcanan miktarın yüksekliği göz önünde tutulduğunda kitap veya CD almaya benzemektedir. Alıcının, satıcıya kimlik ve kredi kartı, banka hesabı gibi bilgilerini verirken çekingen davranması son derece doğaldır.

Sanal yeniden satıcıların taraf olduğu çevrimiçi satışa kuşkulu bakanlar yok değildir. Müşterinin üründen memnun olmaması halinde satıcının sorumluluğuna gitme çarelerinin son derece karışık olduğunu belirtilmektedir³³⁵. Ayrıca çevrimiçi satışta fiyat veya başka türden seçenekler üzerinde indirimye yönelik pazarlığın, takas indiriminin, satış sonrası hizmetlerin eksikliği bu türden taşıt satışının önündeki en büyük engeldir.

2. Reklam

Otomobil dağıtıcısı, kendi Web sitesini yaratarak, potansiyel müşterilerine şirketini

³³³ Açıklayıcı broşür Soru 37

³³⁴ 1400/2002 gerekçe 15, m. 4/1 e; açıklayıcı broşür soru 12 ve 44

³³⁵ **Thouvenin Jean-Marc / Aubanel Romain**, "Le Nouveau Règlement Automobile, Revue du Marché Commun et de L'Union Européenne", N. 462, Octobre-Novembre 2002, s. 602; **Thieffry**, La Distribution Automobile sur Internet, s.5

tanıtılabilir, en önemlisi onları hangi coğrafi mevkide olduğu hakkında bilgilendirebilir. Böylelikle müşterilere elektronik adres veya posta adresi, telefonunu gibi iletişim bilgilerini ulaştırma fırsatı yakalar.

Dağıtıcı, Internet sitesini istediği gibi düzenleyebilse de sağlayıcının kendisine bazı niteliksel kriterler dayatması mümkündür³³⁶. Nasıl ki, ağ içindeki bir dağıtıcının faaliyette bulunduğu tesisi seçici dağıtım ağına has niteliksel kriterleri taşımak zorundaysa, dağıtıcının tüketicilere ulaşmasında büyük kolaylık sağlayan Internet sitesi de bu türden kriterlere tabidir³³⁷.

Tüzük, dağıtıcı tarafından oluşturulan bu Internet sayfasının Internet kullanıcıları tarafından keşfedilebilmesi için dağıtıcının Google, Yahoo!, Voilà gibi bir arama motoruna kayıt olabileceğini öngörmüştür³³⁸.

Son Tüzük düzenlemesi ile, seçici dağıtım ağındaki dağıtıcılar, potansiyel müşterilere elektronik posta yollayarak kendi reklamlarını yapabilirler³³⁹. Buna karşın, münhasır dağıtım sistemindeki dağıtıcılar, kendilerine ayrılmamış coğrafi alandaki müşteriyi aktif satışlar ile kendilerine çekemezler. Aksi halde, seçici dağıtım sistemindeki dağıtıcılar tarafından, onların haklarına tecavüz etmekten suçlanabilirler.

Suzuki markası hariç tüm motorlu taşıt sağlayıcılarının seçici dağıtım sistemini benimsedikleri göz önüne alındığında³⁴⁰ böyle bir durumun yaşanmayacağı büyük olasılıktır.

II. DAHA ETKİLİ BİR MARKALAR ARASI REKABETİN SAĞLANMASI

Komisyon, markalar arası rekabetin mevcut olduğu yargısına varsa da, 1475/95 sayılı Tüzük'te dağıtıcıya getirilen sert kısıtlamaların varlığı nedeniyle çok markalı satış etrafındaki gelişmeleri yetersiz bulmaktadır³⁴¹.

³³⁶ **Thieffry**, La Distribution Automobile sur Internet, s.4 ;açıklayıcı broşür soru. 44

³³⁷ **Vilmart Christine**, “Une Sécurité Juridique pour La Distribution Sélective Qualitative et Quantitative”, Gazette du Palais, 28. 06. 2001, N. 179, s. 3

³³⁸ 1400/2002 gerekçe 15, m. 4/1 e

³³⁹ 1400/2002 m. 4/1 d ve e; açıklayıcı broşür soru 44

³⁴⁰ Suzuki'nin münhasır dağıtım sistemini tercih etmekteki amacı, pazara yeni girecek olması ve kısıtlı bir yatırıma sahip olması nedeniyle ağ dışındaki yeniden dağıtıcıların rekabetinden uzak durmak idi, bkz.**Vogel/ Vogel**, Droit de La Distribution Automobile II, s. 19; **Vogel**, De Quelques Questions, s. 21

³⁴¹ **Thouvenin/ Aubanel**, Le Nouveau Règlement, s.603; **Fourgoux**, Perspectives, s.5

A. Çok Markalı Satış

Çok markalı satış, aynı dağıtıcının birden fazla markayı satışa sunmasını ifade eder.

Teoride bu sistemin pek çok avantajı bulunmaktadır. Örneğin, dağıtıcı, kar elde etme umudunu sadece tek bir markaya bağlamadığından, satışa çıkardığı markalardan birisinin Pazar payının erozyona uğraması sonucunda büyük sorunlarla karşılaşmayacaktır³⁴².

Çok markalı satışların tüketiciye sağlayacağı en büyük fayda, sağlayıcının satışa sunduğu birden fazla ürün arasında rahat ve pratik şekilde fiyat ve model karşılaştırması yapabilecek olmasıdır³⁴³.

Bu sektöre özgü ilk grup muafiyetini düzenleyen 123/85 sayılı Tüzük, çok markalı satışları yasaklayan düzenlemeler getirmiş³⁴⁴, sağlayıcı tarafından, dağıtıcıya rakip markaları ürünleri satma yasağı getirilebileceği düzenlenmiştir. Sağlayıcı, sözleşme konusu ürünlerin sunulacağı ticari fuarlarda dahi, sağlayıcının ürünleri ile arasında rekabet olsun olmasın hiçbir ürününü sergileyemeyecektir.

Rakip markalı motorlu taşıtların dağıtımlarının yasaklanması ile, dağıtıcının sadece sözleşme konusu taşıtların dağıtımına yoğunlaşması, böylelikle söz konusu taşıtların özelliklerine göre satış ve satış sonrası hizmetlerin en iyi şekilde gerçekleştirilmesi³⁴⁵ hedeflenmiştir.

Bu tüzüğü takip eden 1475/95 sayılı Tüzük ise, aksi bir düzenleme ile, dağıtıcıların diledikleri taktirde çok markalı satışını seçebilmelerini mümkün kılmıştır³⁴⁶. Dağıtıcı, kendisine ait fakat birbirlerinden bağımsız birden fazla satış yerinde rakip markaları satabilecektir; fakat bu yerlerin ayrı tüzel kişiler olarak farklı yönetime tabi olmaları gerekmektedir. Markalar arası karışıklığın ancak bu yolla önlenebileceği

³⁴² Bourgeon, Quel Avenir?, s. 32

³⁴³ Thouvenin/ Aubanel, Le Nouveau Règlement, s.603

³⁴⁴ 123/85, m. 3/3

³⁴⁵ 123/85, gerekçe 7, m. 3/3

³⁴⁶ 1475/95, m. 3/3; “Bayi, motorlu araç ve motor branşlarında Mercedes-Benz’in imalat programındaki mamuller dışında başka müesseselere ait mamulleri satmayı ve bu alanda faaliyet gösteren diğer firmalara, önceden Otomarsan Direktörler Kurulunun yazılı iznini almadan iştirake mezun değildir” şeklindeki hüküm 1998/3 sayılı Tebliğ’in 4. madde b(3) bendinde tanımlanan rekabet kısıtlamasının aşılmasına sebep olabilecek nitelikte görüldüğünden..., Rekabet Kurulu Kararı, 01-04/25-7, Karar Tarihi: 16.01.2001

düşünülmüştür. 95 sayılı Tüzük düzenlemesi, yani farklı markaların ancak farklı satış noktalarında satılması kuralı³⁴⁷ değiştirilerek yerini, farklı markalı ürünlerin aynı teşhir salonunun (showroom) içindeki ayrı bölümlerde (stand) satılması şeklindeki düzenleme almıştır.

Komisyon son Tüzük ile, şartlarını yeniden belirlediği çok markalı satışların saf ve sıkı şekilde uygulanmasını hedeflemiştir. Bu amaçla, dağıtıcının bir tek sağlayıcıdan olan toplam alımlarının oranını düşürerek³⁴⁸ %30 ile sınırlamıştır. Bu oran maksimum oran olduğundan, dağıtıcının en az 3 rakip markanın taşitlarını satması mümkündür³⁴⁹.

Son Tüzük, rakip markalı ürünlerin tüketici gözünde karışıklığa yol açmaması için aynı teşhir yerinde satılabileceğini, fakat her markaya ayrı bir alan tahsis edileceğini düzenlemiştir. Dağıtıcı, sağlayıcının söz konusu alanlar arasında duvar örme, perde çekme, aradaki mesafelerin geniş tutulması gibi veya her markanın teşhir salonuna girişin farklı düzenlenmesi gibi başka türden talepleri kabul etmek zorunda değildir. Ayrıca, sağlayıcı, teşhir salonunun yeterli büyüklüğe sahip olmamasına rağmen veya rakip markaların sergilenmesini zorlaştıracak veya engelleyecek şekilde kendi markasına ait tüm farklı modellerin sergilenmesini talep edemez.

Son Tüzüğün gerek sağlayıcı gerek tüketici açısından bazı dezavantajlar doğurduğu söylenebilir. Bunlardan biri, tüketicinin, yer darlığı nedeniyle her markanın sadece en popüler, en kolay satılabileceğine inandığı ürününü³⁵⁰ teşhir eden dağıtıcı karşısında, ihtiyaçlarına uygun aracı veya hayalindeki aracı bulamama ihtimalidir.

Diğer bir dezavantaj da marka parazitizmidir³⁵¹. Dağıtıcının marjı, sağlayıcının kendisine sağladığı yatırım ve reklam miktarına göre değişiklik göstermektedir. Bu alanlarda sağlayıcının desteği fazla olursa dağıtıcının marj oranı orta halli, hiç destek

³⁴⁷ “faux multimarquisme”, “multimarquisme truqué” ; yanlış anlamda çokmarkalılığın uygulanması ya da çokmarkalılığın yanlış şekilde uygulanması yönünde eleştiriler için bkz. **Fourgoux**, Le Nouveau Règlement, s.971; **Fourgoux**, Perspectives, s.5

³⁴⁸ 1400/2002 m. 1/1 b; 2790/99 sayılı dikey anlaşmaların uygulanmasına ilişkin tüzükte bu oran %80’dir. 1400/2002 sayılı Tüzük’ün projesinde bu oran esasen %50 olarak düşünülmüştü.

³⁴⁹ Dağıtıcı isterse sadece tek bir marka ile çalışır; acıklayıcı broşür soru 13

³⁵⁰ **Vogel**, Faux Débats, s. 17; **Vogel/Vogel**, Who Will Be In The Driver’s Seat?, s.789; **Vogel**, De Quelques Questions,s.23; **Thouvenin/Aubanel**, Le Nouveau Règlement, s. 603 ; **Malaurie-Vignal/Makhlouf**, Synthèse du Règlement d’Exemption, s. 9

³⁵¹ **Vogel**, Faux Débats, s. 17; **Vogel/Vogel**, Who Will Be In The Driver’s Seat?, s.789 ;**Vogel**, De Quelques Questions, s.23

almaz ise marj oranı yüksek olacaktır³⁵². Çok markalı satışı tercih eden dağıtıcının tanıtım ve reklam faaliyetlerinde sağlayıcılardan sadece birinden destek talep etmesi, bu kaynakları diğer markalarda da kullanması mümkündür. Dağıtıcı, destek görmediği markaların satışından yüksek marj oranına kavuşmayı hayal etmektedir.

Böylelikle, bir markanın satış öncesi aşamada dağıtıcıya sağladığı reklam, pazarlama taktik ve tavsiyeleri, elemanların yetiştirilmesi, teşhir salonu gibi desteklerden, dağıtıcı, diğer markaların pazarlanması için de faydalanacaktır. Bu sayede, aynı dağıtıcıya destek sağlamayan diğer markaların da çıkar sağlaması söz konusu olacaktır.

Marka parazitizminden kurtulmak isteyen sağlayıcının elindeki en etkili yöntem ise münhasır dağıtım sistemini benimsemek³⁵³ olsa da, gizli ajanlarla dağıtıcının davranışlarını kontrol etme şansı kanımızca her zaman mevcuttur.

Sağlayıcı, kendisi ek maliyetleri³⁵⁴ karşılamadığı sürece kendi markasına özel personel bulundurmasını dağıtıcıdan talep edemez³⁵⁵. Her geçen gün ekipman ve motor özellikleri markadan markaya değişmekte, arz edilen seçenekler artmakta, tüketicinin motorlu taşıtı satın almadaki amacı değişmektedir. Dağıtıcının, en az 3 farklı marka ile çalışma imkanı karşısında sergilediği taşıtların özelliklerini karıştırmaması, ya da bu özellikleri tüketiciyi etkileyebilecek tarzda sunmaması doğaldır. Bu nedenle markaya özgü satış teknikleri geliştirebilecek, aracın özellikleri ile müşteriyi satın almaya yönlendirecek uzman bir personel bulundurulması yararlı olabilir³⁵⁶.

Çok markalı satışların yoğunlaşma hareketlerini başlatacağını söyleyebiliriz; şöyle ki, birden fazla markayı sergileyebilecek yeterli genişlikte teşhir salonu, dolayısıyla finansmanı olan mega-dealer'lar tarafından imkanları daha kısıtlı küçük dağıtıcıların

³⁵² **Vogel**, Faux Débats, s. 17; **Mat Hughes/Celia Foss/Kristen Ross**, The Economic Assessment of Vertical Restraints, s. 425

³⁵³ **Luc Peepkorn**, E.C. Vertical Restraints Guidelines, s. 39; **Hughes Mat / Foss Celia / Ross Kristen**, "The Economic Assessment of Vertical Restraints Under U.K. and E.C. Competition Law", ECLR 2000, s. 427; **Marvel**, Exclusive Dealing, s.10

³⁵⁴ Açıklayıcı broşür söz konusu "ek maliyetler" konusunda açıklama getirmemiştir. **Arhel Pierre**, "104 Questions/Réponses Sur Le Nouveau Règlement Automobile", Les Petites Affiches, 27 Novembre 2002, N.239, s.20; **Bourgeon**, Quel Avenir?, s. 32

³⁵⁵ 1400/2002 m. 1/1 b

³⁵⁶ **Vogel/Vogel**, Quelles Améliorations?, s.762 ;**Vogel**, De Quelques Questions, s. 22-23; **Prieto**, s.39

satın alınması ihtimali artmıştır³⁵⁷. Mega-dealer'lar, orta halli, daha zayıf dağıtıcıların aksine, sahip oldukları güçlü yatırım kaynakları ile istedikleri markaları

temsil etme, ayrıca gitgide stratejik satış noktalarını ele geçirerek buraları kontrol etme gücüne sahiptirler³⁵⁸.

Sofres tarafından yapılan anketten çıkan sonuçlara göre, Avrupalı tüketiciler, çok markalı ürün satan dağıtıcıların satış öncesi bilgilendirme, uygun fiyat, promosyon ve buna benzer fırsatlar sunma konusunda son derece başarılı olmalarına rağmen satış sonrası servis hizmetlerinin tek bir markaya hizmet veren dağıtıcılara oranla daha kötü olacakları şüphesini taşımaktadırlar³⁵⁹.

Satış öncesi bilgilendirme konusunda tüketiciler tarafından sömürülecekleri endişesi ile dağıtıcılar çok markalı satışları tercih etmemektedirler; zira, ürünü satamadıkları taktirde müşteriye en iyi şekilde bilgilendirmek onlara herhangi bir kar getirmemektedir.

Biz, satış-satış sonrası hizmet bağının koparılması ile tüketicinin, sadece satış sonrası servis hizmeti veren yetkili dağıtıcıdan ürün satın alma alışkanlığı ortadan kalkacağını, fiyat karşılaştırması yaparak aracı bir yerden satın alma, servisi başka bir yerden edinme alışkanlığı kazanacağını, dolayısıyla çok markalı satış hizmeti sunan yetkili dağıtıcılardan uygun fiyatları sundukları taktirde, servis hizmetleri kötü olsa da ürün satma şansını kaçırmayacaklarını düşünmekteyiz.

B. Sözleşme Sonrası Rekabet Etmeme³⁶⁰

³⁵⁷ **Griffiths John**, "Motoring Editor, Companies: UK & Ireland: EMH Plans 'Aggressive' Acquisition Strategy", Financial Times, October 17, 2003,

http://search.ft.com/ftArticle?queryText=%22Richard+Palmer%22&page=3&id=031017001027&ct=0&nlick_check=1; "New Rules to Open Up Car Market", October 2005, <http://news.bbc.co.uk/1/hi/business/4299602.stm>

³⁵⁸ Son Tüzükten en çok tüketicinin yararlanacağını ifade eden Monti'nin "sürücünün koltuğunda artık tüketici oturacak" açıklamasına eleştiri olarak bu koltukta mega-dealer'ın oturacağı iddiası için bkz., **Vogel/Vogel**, Who Will Be In The Driver's Seat?, s. 790; **Vogel**, De Quelques Questions, s.24; **ACEA**, European Manufacturers Express Great Concern at Commission Proposal on EU Regulation for Motor Vehicle Sales and Distribution, Press Release, Brussels, 06.02.2002, s.1

³⁵⁹ Almanya, İspanya, İtalya, Birleşik Krallık ve Fransa'da 4000 kişinin katıldığı 18.01.2001 tarihinde sonuçlanan anket çalışması, **Sofres Taylor Nelson**, <http://www.sofres.com/etudes/aut>

³⁶⁰ 1400/2002 m. 5/1

Sağlayıcının dağıtıcı veya yetkili servise, sözleşmenin sona ermesinden sonra rekabet etmeme yükümlülüğü getirmesi kesinlikle yasaklanmıştır.

Bu hüküm ile, dağıtıcının kendisini vakit kaybetmeden yenilemesi, örneğin rakip bir markanın taşıtlarının dağıtımını üstlenerek toparlanması amaçlanmıştır. Öyle ki dağıtıcı yine eski tesisini, birkaç ufak değişikliklerle kullanabilir. Böylelikle dağıtıcı, hayli yüksek olan başlangıç sermayesinden yararlanmaya devam eder.

C. Bireysel Müşteriyi Temsil Eden Araçlar ³⁶¹

Motorlu taşıt dağıtım sektörüne özgü tüm tüzüklerde, sağlayıcının, kendi dağıtım ağına dahil olmayan yeniden satıcıya taşıt satışını yasaklayabileceği düzenlenmiştir. Bireysel müşteriyi temsil eden araçlara satış konusunda ise böyle bir yasaklama getirilemeyeceği belirtilmektedir. Bunun öncelikli nedeni bu türden araçların “yeniden satıcı” olarak kabul edilmemesidir³⁶². Aracı, dağıtım ağına dahil olmayan ve taşıtı, müşteri adına ve hesabına³⁶³ satın alan gerçek kişi veya tüzel kişidir.

Motorlu taşıtlara özgü grup muafiyet tüzüklerinin, iç pazarın oluşturulması ve ülkeler arası fiyat farklılıklarının en aza indirilmesi hedefleri ile şekillendirildiğinden bahsetmiştik. Bireysel müşteriyi temsil eden araçların araç fiyatlarını düşüreceği ümit edilmiştir. Şöyle ki; bir taşıtın Birlik üyesi ülkelerden birinde daha ucuz fiyatla satılması, tüketicinin ise o ülkenin dilini, Pazar koşullarını bilen araçlar vasıtasıyla bu taşıtı paralel ihracat ile kendi ülkesine getirtmesi rekabeti arttıracak, böylelikle pazardaki yüksek fiyatlar daha aşağılara çekilecektir.

85 sayılı Tüzüğün araçlar vasıtasıyla satışı teşvik eden düzenlemelerine rağmen fiyat farklılıklarının giderilememesi, bu araçların faaliyetlerinin sağlayıcılar tarafından engellenmekte olduğu şüphelerini doğurmuştur³⁶⁴. Bu nedenle, 1995 sayılı Tüzük öncesinde, bu araçları destekleyen kuralların yumuşatılması gündeme gelmiştir.

³⁶¹ 1400/2002 gerekçe 14

³⁶² Eco-System, OJ 1992, L 66/1

³⁶³ intermédiaire mandaté (yetkilendirilmiş aracı) tanımı için TPI 12.08.1991. Peugeot c./Commission, Aff. T-23/90, Rec.1991, II, s.653; TPI, 22.04.1993, Peugeot c./Commission, Aff. T-09/92, Rec. 1993 II, s.493; CJCE, 16.06.1994, Automobile Peugeot SA et Peugeot SA c/Commission Aff. C-322/93 P, Rec. 1994 I, s.2727

³⁶⁴ **Groves Peter**, “Intermediaries: Last Chance Saloon for Selective Distribution In The Automobile Sector”, ECLR, 1993, 14(1), s.21; **Ginderachter Eric Van**, “Le Règlement 1400/2002 d’Exemption Par Catégorie: Une Réforme Audacieuse Mais Équilibrée des Règles de Concurrence Applicable Au Secteur Automobile”, Gazette du Palais, 04.03.2003, N.6, s.8

Komisyon'un bir hedefi de çevrimiçi faaliyette bulunan aracıları rekabet ortamına sokmaktır³⁶⁵.

Müşteri adına ve hesabına taşıt satın almak isteyen aracıya, son kullanıcının imzaladığı yazılı bir yetki belgesine sahip olması şartıyla satış yapılabileceği, ilk kez

123/85 sayılı Tüzük ile düzenlendiğinden bahsettik. Aracı, bu yetki belgesini göstererek son kullanıcının belirlediği aracı satın ve teslim alabilecektir³⁶⁶.

Komisyon aracı kavramını açıklayan ve aracının yetkilerini açıklığa kavuşturan 2 farklı tebliğ yayınlamıştır³⁶⁷. Komisyon, bireysel müşteriyi temsil eden aracının ne ifade ettiğini açıklayabilmek amacıyla düzenlediği 1991 tarihli Tebliğ'de müşteri tarafından aracıya verilen yetki belgesinin geçerliliği ve aracının müşteriye ne şekilde yardımcı olabileceği, aracının kendi reklamını yapma hakkı ve araçlara ne miktarda ve hangi koşullarda ürün tedarik edileceğine dair 3 başlık altında bilgi vermiştir. Adalet Divanı kararları da açık kalmış boşlukları doldurmuştur. Bu kararlara göre, dağıtıcı, bu araçlara faturayı doğrudan son kullanıcı adına kesmekte hakları vardır³⁶⁸. Dağıtıcıların son kullanıcı adına taşıt satın almayı talep eden araçtan son kullanıcının pasaportunun fotokopisini talep etmeleri, Alfa Romeo örneğinde olduğu gibi üreticiler tarafından yasaklanabilir³⁶⁹.

Aracı müşteriyi temsil ettiği, taşıtı müşteri adına satın aldığı için mülkiyet hakkına dayalı hiçbir riski yüklenmemektedir³⁷⁰. Kimlik bilgileri tam ve ikametgahı belirli olan müşterinin kendisine yazılı şekilde verdiği açık, net bir üslup ile kaleme alınmış yetki belgesi aracının temsilci olduğunu belirtmeli, ayrıca temsilin sınırlarını ve aracının kimlik bilgilerini içermelidir. Örneğin yükleme ve taşımadan kaynaklanan hasar kimi zaman aracıya yüklenebilir³⁷¹.

Komisyon, müşteriyi temsil eden aracının kendi reklamını yapabileceğini belirterek,

³⁶⁵ **Monti**, The New Legal Framework for Car Distribution

³⁶⁶ 123/85 m. 3/11

³⁶⁷ JOCE C.17, 18.01.1985, s.04-06; JOCE C.329, 18.12.1991, s.20-21

³⁶⁸ Brussels Commercial Court in Eco System v Peugeot Talbot Balgique (1985), yayınlanmamış Brüksel Ticaret Mahkemesi Kararı, **Groves**'tan naklen, The Block Exemption, s. 79

³⁶⁹ [1985] 1 CMLR 480

³⁷⁰ Aracının yeniden satıcı olmadığına dair Fransa ilk derece mahkemesi kararı, TPI, 22 avril 1993, Automobiles Peugeot SA et Peugeot SA c/ Commission (Eco System), Aff.T-9/92, Rec.1993 II, s.493

³⁷¹ **Groves**, Intermediaries, s.23

reklamını yapan aracının, yeniden satıcı imiş gibi müşteri gözünde karışıklığa yol açmamaya dikkat etmesi gerektiğini vurgulamıştır. Müşteri adına satın alınan araçların resimlerinin bu reklamlarda yer almasına ve aracının müşteri adına satın alabileceği araçların resimlerinin kullanılmasına izin verilmiştir. Reklamlarda ifşa edilen araçların satılık olmadığı özellikle belirtilmelidir. Araçların üreticilerinin logoları veya ticaret unvanları, aracının yetkili dağıtıcı olduğuna dair karışıklık yaratmayacak şekilde bu reklamlarda yer alabilir.

Müşteri aracı olarak da faaliyette bulunabilen süpermarketler, aracılık faaliyetleri ile perakendecilik faaliyetleri arasındaki kesin sınırı çizmeli, reklamlarında bu iki bağımsız faaliyetleri arasında müşteri gözünde karışıklık yaratmamalıdır³⁷².

Gerek 1475/95 sayılı Tüzük³⁷³ gerekse son Tüzük, yerlerini aldıkları 85 sayılı Tüzüğün düzenlemelerini devam ettirmişlerdir.

95 sayılı Tüzük, son kullanıcı adına ve hesabına aracı satın almak isteyen aracının bu müşterinin elinden çıkmış bir yetki belgesi getirmesi koşulu getirmiştir³⁷⁴. Komisyonun yayınlamış olduğu bu 2 tebliğin yürürlükten kalkmasını, %10'luk sınır koşulunun iptal edilmesi takip etmiştir³⁷⁵. Eski düzenlemeye göre, motorlu taşıt sağlayıcısı, dağıtıcılara, aracılar yapacakları satışların tüm satışlara oranının %10'u aşmamasını talep edebilirdi³⁷⁶. Bu oranın aşılması, aracı ve yetkili dağıtıcı arasında özel bir işbirliği olduğuna karine idi³⁷⁷.

D. Leasing (Finansal Kiralama)

Özellikle Amerika'da son derece yaygın olan finansal kiralama ilişkisi, malın mülkiyet hakkı ile ekonomik faydasını birbirinden ayırarak girişimcinin söz konusu maldan sadece ekonomik olarak yararlanmasını ve mülkiyetin neden olduğu

³⁷² Groves, Intermediaries, s.24

³⁷³ 1475/95 m. 3/11

³⁷⁴ Kağıt ya da elektronik belge olması fark etmez. Tüketicinin ismi, adresi ve tarih içermelidir. Bazı durumlarda tüketicinin kimlik belgesinin fotokopisi de talep edilmektedir, Cass. Com., 26 janvier 1999, Sté automobiles Jean-Yves c/ Sté Armorique autos., Bull.civ. IV, N.29, Lamy Droit Economique, Février 1999, N.114, s.1-3

³⁷⁵ Böylelikle araçlar daha rahat ve bağımsız bir şekilde tüketici lehine faaliyette bulunabileceklerdir, bkz. Arhel Pierre, "Vers L'Adaptation d'Un Nouveau Règlement Automobile", Petites Affiches, 29.03.2002, N. 64, s. 13 Malaurie-Vignal, Présentation et Commentaire du Règlement, s.4; dpn.260; Chantre, Quelle Place Pour Le Distributeur Automobile?, s. 29

³⁷⁶ Clarificaton of The Activities of Motor Vehicle Intermediaries [1991]OJ C329/20

³⁷⁷ Groves, Intermediaries, s.24

finansman yükünden kurtulmasının sağlandığı bir sistemdir³⁷⁸.

Finansal kiralama ilişkisi sisteminde öncelikle, bir yatırım malına ihtiyaç duyan yatırımcı, söz konusu malı sağlamak üzere satıcı ile temasa geçer. Yatırımcı ile satıcı malın fiyatı ve nitelikleri üzerinde anlaşmaya vardıktan sonra, yatırımcı finansal kiralama şirketine başvurarak, finansal kiralama şirketinin satıcı ile temasa geçmesini ister. Finansal kiralama şirketi yatırımcının ödeme kabiliyeti ile söz konusu yatırım malının satımı imkânlarını araştırdıktan sonra yatırımcı ile bir finansal kiralama sözleşmesi imzalar. Bunun üzerine finansal kiralama şirketi satıcı ile malın teminine yönelik bir anlaşma yapar³⁷⁹. Bu anlaşma gereğince, finansal kiralama şirketi malın bedelini satıcıya öder, satıcı da malı finansal kiralama şirketi ile bir malın kullanımının devrine ilişkin finansal kiralama sözleşmesi imzalamış olduğu yatırımcıya teslim eder³⁸⁰.

1. Dağıtıcının Leasing Hizmeti Vermesi

Dağıtıcının leasing hizmeti vermesine izin verilmesinin arkasında yatan neden, leasing alanında uzmanlaşmış sağlayıcıya ait şirketlerle dağıtıcı arasında rekabet ortamı oluşturmak, ayrıca dağıtıcıya yeni bir gelir kaynağı yaratmaktır.

Gerekli finansmanı sağlayan dağıtıcı, artık, kendine has özel leasing hizmeti verebilecektir³⁸¹.

Sağlayıcının ve özel personelinin haricinde, dağıtıcı da artık bir leasing şirketi acentesi ya da böyle bir şirkete bağlı³⁸² olan bir aracı olmayı seçebilir. Leasing müşterisinin önünde artık leasing hizmeti veren sağlayıcı, sağlayıcıya ait bağımsız diğer şirketler ve dağıtıcı gibi birden fazla tercih bulunmaktadır.

³⁷⁸ **Giovanoli Mario**, "Leasing Sözleşmeleri ve İsviçre Hukuku", (Çev.Argun Köteli), İBD 1982, S. 10/11/12, s.323

³⁷⁹ Finansal Kiralama, Faktoring ve Finansman Şirketlerinin Kuruluş ve Faaliyet Esasları Hakkında Yönetmelik ("Yönetmelik"), Dayandığı Kanun Numarası ve Tarihi: 5411- 19.10.2005/3226- 10.6.1985/KHK/90- 30.09.1983, Resmi Gazete ile Neşir ve İlanı: 10 Ekim 2006- S. 26315, md. 20 "Finansman Şirketlerinin Genel Sözleşme Zorunluluğu".

³⁸⁰ **Kuntalp Erden**, Finansal Kiralama Kanunu'na göre Finansal Kiralama (Leasing) Tanımı ve Hükümleri, Türkiye Bankalar Birliği, 1988, s. 4

³⁸¹ İngiltere'nin en büyük ikinci yetkili dağıtıcı grubu "Reg Vardy", Amerikan tarzı leasing hizmeti sunmayı tasarladıklarını açıklamıştır, **Emling Shelley**, "EU Drivers May Get a Lift From New Rules", December 24, 2004, http://www.iht.com/articles/2004/12/24/mlease_ed3_php?page=1

³⁸² Bu konuda Avrupa Mahkemesi içtihat geliştirmiştir: sağlayıcı, dağıtıcılara kendisine ait leasing konusunda uzmanlaşmış satış mağazasına acente hizmeti vermesi için zorlayamaz. CJCE 24.10.1995, Bundeskartellamt c/ Volkswagen AG et VAG Leasing GmbH, Aff. C-266/93, Rec.1995, I., s.3477

2. Dağıtıcının Leasing Şirketlerine Motorlu Taşıtı Satması

Avrupa Topluluğu'nda leasing, motorlu taşıtların toplu dağıtımında göz ardı edilemeyecek oranda öneme sahiptir.

Leasing faaliyetlerinin konu edildiği davaların görüşülmesi, “yeni motorlu taşıtı satışı” kavramının açıklığa kavuşturulmasına kadar askıya alınmıştır³⁸³; ancak bu gerekli açıklıktan sonra leasing firmalarının yeniden satıcı mı yoksa son kullanıcı mı olduğu sorusuna cevap bulunacaktır. Buna paralel “yeni motorlu taşıtı” kavramı ile ilişkili uyumsuzlukların görüşülmesi de askıya alınmıştır³⁸⁴.

Bu kavramlar nasıl açıklanırsa açıklansın asıl önemli sorular şunlar olmalıdır³⁸⁵: sağlayıcı leasing firmasına hangi şartlar altında motorlu taşıtı tedarik etmelidir? Eğer leasing şirketleri yeniden dağıtıcı olarak kabul edilirlerse, bunlara mal satan sağlayıcı, dağıtıcı ile aralarındaki sözleşmeyi ihlal etmiş olacaktır; şöyle ki, sağlayıcı sözleşmede kararlaştırılan bölgede sadece yetkili dağıtıcılara mal tedarik etmekle yükümlüdür.

Diğer soru, dağıtıcı, yeni motorlu taşıtı talebinde bulunan leasing firmasına hangi şartlar altında mal satabilir? Bilindiği üzere, seçici dağıtım ağına dahil dağıtıcı sadece yetkili yeniden satıcılara mal tedarik edebilir.

Akılları kurcalayan bir diğer soru ise: dağıtıcı hangi şartlarla leasing faaliyetlerinde bulunabilir?

123/85 sayılı Tüzük, dağıtıcının leasing şirketine taşıtı satmaya yetkili olup olmadığı hakkında herhangi bir düzenleme getirmemiştir. Adalet Divanı, 1475/95 sayılı Tüzüğün bu konuya değinmesinden önce bu konu üzerine içtihat geliştirmek zorunda kalmıştır.

BMW kararına³⁸⁶ göre, leasing yolu ile dağıtıcı tarafından yeniden satışlar 2 halde

³⁸³ Court of Justice in Cases C-30/93; **Vanderelst/Wijckmans**'ten naklen, s. 226, dpn 8

³⁸⁴ C-309/94 ve C-310/94, **Vanderelst/Wijckmans**'tan naklen, s.226; dpn.7

³⁸⁵ **Vanderelst/Wijckmans**, s.226

³⁸⁶ CJCE, 24.10.1995, Bayerische Motoren Werke AG c./ ALD-Leasing D GmbH, Aff. C-70/93,

mümkün olacaktır: Leasing şirketleri müşterilerine satın alma opsiyonu tanımayacaklardır. Bunlar, sadece müşterinin talebini karşılamak amacıyla taşıt satın alacaklardı ve taşıt stokları oluşturmayacaklardır. 1475/95 sayılı Tüzük ile benimsenen de bu içtihat olmuştur³⁸⁷. Motorlu taşıtların mülkiyetinin devri ya da sözleşme süresi dolmadan satın alma opsiyonu sağlanması “yeniden satış” anlamına gelecektir.

Leasing, 95 sayılı Tüzük m. 10/13 ile “dağıtım” ve “satışın” bir biçimi kabul edildiğinden, leasing sözleşmelerinin hukuki formatı ne olursa olsun leasing faaliyetleri bu Tüzük kapsamında değerlendirilecektir³⁸⁸.

1400/2002 sayılı Tüzük, 95 sayılı Tüzük m.10 benzeri bir hükme yer vermese de, leasing şirketlerinin son kullanıcı olduğuna dikkat çekmiştir³⁸⁹. Leasing sözleşmesi mülkiyetin geçmesi ya da sözleşme süresi sonunda aracın satın alınması seçeneğini içermediği takdirde Leasing şirketlerine satış mümkündür³⁹⁰. Bu hallerde leasing şirketleri, sağlayıcının dağıtım ağına dahil olmayan yeniden satıcı olarak kabul edilmeyecektir. Bunlar, kiracılara taşıt kiralamak amacı ile kendi adına araç satın alan, bu araçları yeniden satmak amacı ile bunları stoklama niyeti olmayan son kullanıcıdırlar³⁹¹.

Açıklayıcı broşür tamamlayıcı bilgiler sunmuştur: Seçici dağıtım sistemini seçmiş sağlayıcı, dağıtıcıya, leasing şirketinin yeni taşıtları satması gibi bir risk doğmuşsa, söz konusu şirkete taşıt satmasını yasaklayabilir³⁹². Ayrıca, dağıtıcı leasing şirketinin taşıtları yeniden satmasını engellemek için, örneğin taşıtları yeni bir halde satmayacağına dair yazılı beyan gibi³⁹³ gerekli her türlü önlemi almalıdır. Sağlayıcı, dağıtıcıdan, henüz leasing şirketiyle sözleşme ilişkisine girmeden şirket hakkında genel bilgileri kendisine ulaştırmasını talep edebilir³⁹⁴. Fakat, dağıtıcı sağlayıcı

Rec.1995, I., s.3439

³⁸⁷ 1475/95 m.3/1, 10/12, 13

³⁸⁸ **Vanderelst/Wijckmans**, s.226

³⁸⁹ 1400/2002 m. 1/1 w

³⁹⁰ Açıklayıcı broşür Soru:38; Komisyon Kararı, 2002/758/CE, 10.10.2001, Mercedes-Benz, JOCE L. 257, 25.09.2002, s.01-47

³⁹¹ **Vogel Louis**, “Chronique de Droit de La Concurrence, Revue du Marché Commun et de L’Union Européenne”, N.405, Février 1997, s.132; **Charbit Nicolas**, “Les Contrats de Financement Des Réseaux de Distribution Au Regard Du Droit Communautaire de La Concurrence, Le Cas de La Distribution Automobile”, La Semaine Juridique, Cahier de Droit de L’Entreprise, Supplément N.1, 1997, s.17-18

³⁹² Açıklayıcı broşür soru: 46

³⁹³ Açıklayıcı broşür soru: 47

³⁹⁴ Açıklayıcı broşür soru: 48

tarafından, elindeki her leasing sözleşmesinin fotokopisini sağlamakla yükümlendirilemez³⁹⁵. Amaç leasing şirketlerine, sağlayıcı ile rekabet etme şansı tanımaktır.

Beşinci Bölüm

GENEL UYGULAMA ALANI BULAN 2790/99 SAYILI TÜZÜK İLE SEKTÖRE HAS 1400/2002 SAYILI TÜZÜĞÜN KARŞILAŞTIRILMASI

Otomotiv sektörüne özgü ayrı bir tüzüğün gerekli olup olmadığı bazı yazarlar tarafından³⁹⁶ sorgulamaktadır. Bu yazarlara göre, nasıl ki önceden ayrı bir tüzüğe sahip bira ve petrol ürünleri tüm dikey anlaşma ve uyumlu eylemleri kapsayan 2790/99 sayılı Tüzüğe dahil edilmişlerse motorlu taşıtlar da esnek ve basit bir rejim³⁹⁷ öngören 2790/99 sayılı Tüzük kapsamına alınmalıdır.

Karşı görüş ise, rekabet hukukunda her pazarın kendine has özellikleri olduğunu³⁹⁸ ve her birinin özel birer tüzüğe tabi olmaları gerektiğini savunmaktadır³⁹⁹. Bu görüşe göre, Roma Antlaşması m. 81 (3)'ün dikey anlaşmalar ve uyumlu eylemlere uygulanmasına ilişkin olarak düzenlenen ve 2000 senesinden beri yürürlükte olan

³⁹⁵ Açıklayıcı broşür soru: 48

³⁹⁶ **Ferrier Didier**, “Le Nouveau Règlement Automobile: Après Le Règlement Général Accords Verticaux, Avant Un Nouveau Règlement Transfert de Technologie”, Cahier de Droit de L’Entreprise, N.5, Année 2002, s.7 ; **Fourgoux /Vilmart**, Arbitrage, s.40; **Middleton Kirsty**, “The Legal Framework for Motor Vehicle Distribution, A New Model”, ECLR, 2001, 22 (1), s.8; **Nazerli Julie / Cowan David**, “Reforming E.U. Distribution Rules-Has The Commission Found Vertical Reality?”, ECLR 1999, s.166; **Goyer René**, “La Réforme de L’Exemption des Accords Automobiles Au Regard du Droit de La Concurrence”, La Semaine Juridique, N.5, 2003, s.22; **Louis Vogel**, La Distribution Automobile à L’Epreuve de Son Nouveau Règlement, s.1

³⁹⁷ **Middleton**, s.8

³⁹⁸ 1475/95 sayılı Tüzüğün Değerlendirme Raporunda, otomobil fiyat, marka imajı, satış sonrası servis gibi bazı yönlerden ecza ürünleri, bilgisayar, tarım aletleri, motosiklet gibi ürünlerle karşılaştırılmıştır.

³⁹⁹ **Poillot-Peruzetto**, s.753 dp.27; **Arhel**, Adaptation d’Un Nouveau Règlement, s.8; **Ferry John**, “Selective Distribution and Other Post-Sales Restrictions”, ECLR 1981 (2), s.209; Commission Notice on Regulation 123/85, OJ 1985 C17/4, Part II; Metro II, Case 75/84, [1986] ECR 3021, point 40; **Ratliff**, Selective Distribution, s. 306

2790/99 sayılı Tüzük, otomobilin kendine has bu özellikleri karşısında yetersiz kalmaktadır. Örneğin bu tüzük, yerleşke hükmüne⁴⁰⁰ yer vermemekte, ayrıca bağımsız servislerin teknik bilgilere ulaşımını veya ağ içerisinde dağıtıcılara ve tamircilere yedek parça satışı gibi otomotiv sektörüne özgü konulara değinmemektedir⁴⁰¹. Ayrıca, 2790/99 sayılı Tüzük sadece %30'luk Pazar payına sahip dikey anlaşmaları muafiyet kapsamına almaktadır. Oysa ki, Komisyona göre, pek çok otomobil üreticisinin pazardaki payı bu oranı aşmaktadır.

Bir görüş⁴⁰², otomotiv sektörüne özgü bir tüzüğün varlığının devam etmesine gerekçe olarak, Komisyon'un hala ülkeler arası fiyat farkı sorununu çözememesi, diğer bir deyişle motorlu taşıt ortak pazarının hala gerçekleştirilmemiş olmasını göstermiştir.

2010 tarihinde motorlu taşıtlar sektörüne özgü 1400/2002 sayılı Tüzüğün ortadan kaldırılacağını, motorlu taşıtların dağıtım sözleşmelerinin 2790/99 sayılı grup muafiyet tüzüğünde değerlendirileceğini savunanların sayısı günden güne artmaktadır⁴⁰³. Bazı yazarlar, dikey anlaşmalara uygulanan 2790/99 sayılı Tüzüğün yürürlükten kaldırılması tarihinin otomotiv sektörüne has Tüzüğünki ile aynı olmasının tesadüf olamayacağını savunmaktadırlar⁴⁰⁴. Bu yazarlara göre, 2002 senesinden beri bu sektördeki yeni düzenlemeler için kafa yoran Komisyon'un amacı, sektör etrafındaki düzenlemeleri yeniden yapılandırarak tüm dikey anlaşmalara uygulanan genel tüzüğün kapsamına sokmaktır. 2010 senesine kadar yani 10 senelik süre bu amaç için yeterli olacaktır.

Her iki Tüzüğün karşılaştırmasını yaptığımızda benzer yapılara ve felsefeye sahip olduğu, aynı şekilde her iki tüzüğün iktisadi bir yaklaşımı benimsediği, aynı kavramlara yer verdikleri, benzer muafiyet mekanizmasına sahip oldukları ve aynı tarihte yürürlükten kalktıkları görülmektedir. Otomotiv sektörüne has Tüzüğün,

⁴⁰⁰ "clause de disponibilité-location clause"; "location clause", Aslan tarafından "yerleşim şartı" olarak tercüme edilmiş, Gazioğlu tarafından ise "yerleşke hükmü" olarak ifade edilmiştir, bkz. **Aslan İ. Yılmaz / Toksoy M. Fevzi / Ardiyak Şahin / Katurcioğlu Erol / Ilıcak Ali / Bilgel Fırat**, Otomotiv Sektöründe Rekabet Hukuku ve Politikaları, Bursa 2006, s. 185; **Gazioğlu Uygur**, Motorlu Taşıtlar Sektöründe Rekabet: Dağıtım ve AB Düzenlemeleri, Rekabet Kurumu Yayını, Ankara 2005, s. 38

⁴⁰¹ **Bourgeon**, Point de Vue des Concessionnaires, s.8; **Van Ginderachter**, Le Règlement 1400/2002 d'Exemption Par Catégorie, s.6

⁴⁰² **Chantre**, Quelle Place Pour Le Distributeur Automobile?, s. 2-3

⁴⁰³ **Thouvenin/ Aubanel**, Le Nouveau Règlement, s.601; **Giroudet-Demay**, Incidences du Règlement, s.13 ; **Vogel**, Faux Débats, s. 17; **Prieto**, s. 12

⁴⁰⁴ **Prieto**, s.11; **Poillot-Peruzetto**, s. 762; **Arhel**, Adaptation d'Un Nouveau Règlement, s. 13

dikey anlaşmalara özgü Tüzüğü bir adım geriden takip ettiği inkar edilemez; zira, Komisyon'un dikey anlaşmalara özgü ortaya koyduğu yeni prensiplere uyum sağlaması gerekmektedir⁴⁰⁵.

⁴⁰⁵ Dubois, s. 64

Buna karşın her iki tüzükteki satış ve satış sonrası kısıtlamalar, rekabet etmeme şartı gibi özel şartlar karşılaştırıldığında Komisyon'un 1400/2002 sayılı Tüzükte yetkili dağıtıcı-servis lehine sağlayıcılara karşı son derece sert bir tavır aldığı fark edilmektedir.

Her ne kadar her iki tüzüğün de ortak bir yaklaşım ile aynı rekabet kısıtlamalarını muafiyet kapsamına dahil ettikleri görülse de, genel dikey anlaşmaların kapsamına girmeyerek sadece motorlu taşıt sektörüne özgü yeni otomobil satışına veya satış sonrası servise ilişkin kısıtlamaların 1400/2002 sayılı Tüzükte düzenlenmesi doğaldır.

Çalışmamızın 6. Bölümünde, sektöre özgü Tüzük ile otomotiv dağıtım sektörünün büyük bir değişikliğe uğradığını, üretici-sağlayıcı, yetkili dağıtıcı, yetkili servis, ekipman üreticisi ve bağımsız servis gibi çeşitli aktörler arasındaki ilişkilerin gözden geçirildiğini ve yapılandığını açıklamaya çalıştık. Bu reformların, yapılanmaların meyvesini vererek aktörler arasında etkin rekabet ortamının sağlanması, bunun sonucunda Birlik içinde araç fiyatları arasındaki dengenin kurulması ümit edilmektedir.

Aşağıda detaylı olarak açıkladığımız gibi, özellikle motorlu taşıt sektörüne özgü düzenlemelerin, örneğin yetkili dağıtıcı ve yetkili servisin Birlik içinde ek tesis açma hakkı ya da bağımsız servisin rekabete dahil edilmesini sağlayan düzenlemelerin 2010 senesinde yeni genel muafiyet tüzüğüne ne şekilde dahil edileceği bazı sorulara yol açmaktadır. Ayrıca her iki tüzükte de rekabet etmeme yükümlülüğü, sözleşme sonrası rekabet etmeme gibi özel şartların farklı düzenlendiğini görmekteyiz.

Komisyon'un 2010 senesinde, Birlik içinde taşıt fiyatları arasındaki dengeyi yakalama hedefini gerçekleştirmesi ve sektöre özgü grup muafiyet rejimini ortadan kaldırması halinde 2790/99 sayılı dikey anlaşmalara özgü grup muafiyet tüzüğünün de değişmesi gerekecektir; zira motorlu taşıt sektörüne özgü düzenlemelerin söz konusu yeni tüzüğe dahil edilmesi gerekmektedir. Söz konusu Tüzükte, motorlu taşıt sektörüne özgü, dağıtıcının ve yetkili servisin lehine olan, üretici ve sağlayıcıya karşı son derece sert düzenlemeler getiren 1400/2002 sayılı Tüzükteki bu sert ve yanlı yaklaşımın sürdürüleceğinin ya da tam tersi, aynen şimdiki 2790/99 sayılı Tüzük gibi yumuşatılacağına şimdiden tahmini kanımızca zor görülmektedir.

I. HER İKİ TÜZÜKTE DE MEVCUT REKABET KISITLAMALARI

Gerek 2790/99 sayılı gerek 1400/2002 sayılı Komisyon tüzüklerinde sözleşmeyi muafiyetten düşürecek ağır kısıtlamalar (hard core restrictions) aynı şekilde düzenlenmişlerdir.

A. Yeniden Satış Fiyatının Tespit Edilmesi⁴⁰⁶

Her iki Tüzükte de, sağlayıcı tarafından dağıtıcıya minimum ya da sabit bir fiyat dayatılması yasaklanmıştır. Buna karşılık, maksimum fiyat ya da tavsiye fiyatları, dayatılan bir fiyatın arkasına gizlenmediği takdirde önerilebilir. Özellikle tavsiye fiyatlar, yetkili satıcıların işletme politikasına destek sağlaması ve markanın fiyat politikasını belirlemesi açısından değerli bir pazarlama enstrümanıdır⁴⁰⁷.

Maksimum fiyatın önerilmesine ilk kez, şu anda yürürlükte bulunmayan 4087/88 sayılı Franchise'a özgü tüzükte müsamaha edilmişti.

Buna benzer bir hüküm, 1475/95 sayılı Tüzük'te minimum ya da maksimum fiyatın belirlenmesinin yasak olacağı şeklinde düzenlenmiştir⁴⁰⁸.

⁴⁰⁶ 1400/2002 m. 4/1 a; 2790/99 m. 4 a

⁴⁰⁷ **Vogel/Vogel**, Droit de La Distribution Automobile II, s. 48; **Crafton Steven M., Hoffer George E.**, "Do Consumers Benefit From Auto Manufacturer Rebates To Dealer?", The Journal of Consumer Research, Vol. 7, N.2, September 1980, s.212; **Le Tourneau**, Les Contrats de Concession, s. 69

⁴⁰⁸ 1475/95 m. 6/1 (6); yetkili satıcıların servislerinde veya atölyelerinde onarım amacıyla kullanılmayıp müşteriye ambalajıyla satılan yedek parçaların fiyatlarının belirlenme amacının taşınması sonunda Mais Motorlu Araçlar İmal ve Satış A.Ş.'nin Kanun'u ihlal ettiği ve 1998/3 sayılı Tebliğ ile açıkça muaf tutulmamış rekabet kısıtlamaları öngörmeleri nedeniyle grup muafiyetinden yararlanamayacağı, menfi tespit belgesi verilmesine ilişkin yapılan başvurunun reddine, Rekabet Kurulu Kararı, 00-42/453-247, Karar Tarihi: 02.11.2000; Volkswagen markalı araçların bakım ve onarımında kullanılan yedek parça ve aksesuarlarının yeniden satış fiyatlarının Türkiye Distribütörü Doğu Otomotiv Servis ve Tic. A.Ş. ve Genpar Otomotiv Servis ve Tic. A.Ş. tarafından belirlenmesi ve şirketlerin para cezasına çarptırılmasına ilişkin Rekabet Kurulu Kararı:01-47/483-120, Karar Tarihi:05.10.2001; Peugeot markalı otomobillerin yetkili servis istasyonu işletme sözleşmesi m.III'te ".orijinal yedek parçaları sadece Distribütör'den satın alacak ve bunları Distribütör tarafından yayımlanan fiyattan satacaktır" hükmü yeniden satış fiyat tespiti anlamına gelip rekabet hukukunda en ağır sayılan dikey kısıtlamalar arasındadır, Rekabet Kurulu Kararı: 04-82/1168-294, Karar Tarihi: 27.12.2004

B. Bölge ya da Müşterilere İlişkin Kısıtlamalar⁴⁰⁹

Sadece belli bir bölgede belirli bir müşteri grubuna satış yapabilme (aynı zamanda hizmet sunma) şeklinde doğrudan ve dolaylı yoldan getirilen her türlü kısıtlama sözleşmeyi muafiyetten düşürmektedir. Dolayısıyla, sağlayıcının yeniden satıcıya aktif satış yapma konusunda getirilen kısıtlamalar aşağıda sayılan istisnalar hariç yasaktır.

Bölge ve müşteriye ilişkin kısıtlama getirilmesine müsamaha gösterilen 4 istisnai durum şunlardır:

1-dağıtıcı ya da tamircinin müşterilerince yapılacak satışları kapsamaması kaydıyla, sağlayıcı tarafından kendisine ya da başka bir dağıtıcıya veya tamirciye tahsis edilmiş münhasır bir bölgeye ya da müşteri grubuna yapılacak aktif satışlar

Bu düzenleme ile, münhasır dağıtım sistemine dahil bir dağıtıcının, herhangi bir yetkili dağıtıcının aktif satışlarından korunması amaçlanmıştır.

2-toptancı seviyesinde faaliyet gösteren bir dağıtıcının son kullanıcılara aktif ya da pasif satışının kısıtlanması:

Toptancı her ne kadar yeniden satıcılara satış yapabilse de son kullanıcıya doğrudan satış yapma hakkı yoktur⁴¹⁰. Mal veya hizmetlerin, tüketiciye eşit koşullarda sunulabilmesi bakımından, toptancı konumundaki dağıtıcıların, son kullanıcılara satış yapması yasaklanabilecektir⁴¹¹.

Alıcı ve satıcılar arasındaki, son kullanıcı niteliği taşıyan müşterilere (tüketici) yönelik satışları kısıtlayıcı uygulamalar, objektif gerekçelere dayanmadıkça, rekabet ihlali sayılır⁴¹².

⁴⁰⁹ 1400/2002 m. 4/1 b; 2790/99 m. 4 b

⁴¹⁰ Komisyon Kararı, Saba, 1976 O.J., L. 28, s. 19

⁴¹¹ Sözleşmenin müşteri yükümlülüğüne ilişkin 2. maddesinde toptancı bayilerin Marshall'ın perakendeci bayilerine satış yapmaları yasaklanmaktadır. 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyet Tebliği ile, bayilik anlaşmalarında uygulanabilecek bu tür sınırlamaların Kanun'un 4. maddesindeki yasaklamadan muaf tutulmaktadır, Rekabet Kurulu Kararı N: 03-69/834-364, Karar Tarihi:23.10.2003

⁴¹² **Green/ Robertson**, s.206

Mal veya hizmetlerin belirli müşterilere sunulması ancak sağlık, tehlike gibi objektif sebeplere dayandığı sürece kısıtlanabilir veya yasaklanabilir⁴¹³. Tehlikeli, patlayıcı yahut zararlı maddelerin her müşteriye temin edilmesi düşünülemez.

3- seçici dağıtım sistemi üyelerinde seçici dağıtımın uygulandığı pazarlarda yetkili olmayan dağıtıcılara aktif ve pasif satışların sınırlandırılması

Bu istisna, Metro I davasında verilen kararlar⁴¹⁴ 2790/99 sayılı Tüzük'ten önce tanınmış ve mahkeme içtihatları ile geliştirilmiştir⁴¹⁵. Sağlayıcının talep ettiği kriterleri taşımayan dağıtıcı, sağlayıcının seçici dağıtım ağına dahil olmayı hak etmemekte, sağlayıcının ağından ayıklanması gerekmektedir. Dolayısıyla, seçici dağıtım sisteminin esasen kapalı bir dağıtım ağını doğurduğunu söyleyebiliriz⁴¹⁶.

4- Birleştirilmek üzere üretilen parçaların, bu parçaları sağlayıcının ürünleri ile rakip ürünlerde kullanıp bunları satmayı amaçlayan alıcıya (sağlayıcının rakiplerine) satışının kısıtlanması

C. Seçici Dağıtım Sistemi İçinde Paralel Ticaretin Kısıtlanması⁴¹⁷

Aynı ağ üyeleri arasında karşılıklı mal tedarikinin sağlayıcı tarafından kısıtlanması sözleşmeyi muafiyet kapsamı dışında bırakmaktadır.

Yetkili satıcılar, dağıtım sistemine dahil ve ticaretin aynı ya da farklı seviyesindeki diğer dağıtıcılara mal satmakta özgürdürler; bu özgürlükleri sınırlandırılmaz⁴¹⁸.

Seçici dağıtım ağına dahil yetkili satıcılar, sadece belirli bir tedarikçiden mal almaya zorlanamazlar. Yetkili dağıtıcılar tarafından, seçici dağıtım ağına dahil olmayan dağıtıcılara ürün tedariki yasağında ise ayrımcılık yapılamaz⁴¹⁹.

Seçici dağıtım ağına dahil bir dağıtıcı, yetkili dağıtıcılardan mal alabilir. Aynı şekilde, yetkili servis yine diğer bir yetkili servisten yedek parça temin edebilir.

⁴¹³ Lignes Directrices sur Les Restrictions Verticales, JOCE C.291, 13.11.2000, s. 19

⁴¹⁴ CJCE, Metro I, 25.10.1977, Aff. 26/76, Rec. 1977, s. 1875; Dalloz, 1998, somm., s.340

⁴¹⁵ bkz. YSL ve Givenchy Kararları; ayrıca Case T-88/92 Leclerc v Commission (1996) ECR II-1961, s.132-140

⁴¹⁶ aynı görüş için bkz. **Vilmart**, La Distribution Sélective Qualitative et Quantitative, s. 3

⁴¹⁷ 1400/2002 m. 4/1 c; 2790/99 m. 4/1 (d)

⁴¹⁸ Lignes Directrices sur Les Restrictions Verticales, paragraf N.55

⁴¹⁹ CJCE, 28.04.1998, Javico International c./Yves Saint Laurent Parfums S.A, Aff. C.306/96

D. Perakende Seviyesinde Faaliyet Gösteren Seçici Dağıtım Sistemi Üyelerinin Aktif ve Pasif Satışlarının Kısıtlanması⁴²⁰

Bazı sağlayıcıların, dağıtıcılara baskı yaparak kendi ülke topraklarının dışına satış yapmalarını engelledikleri bilinmektedir⁴²¹. Dolayısıyla, tüketicinin satın alma talepleri de reddedilme riski ile karşı karşıya kalmaktadır. Bu nedenle söz konusu kısıtlamanın muafiyet kapsamına alınmaması son derece önemlidir. Yetkili dağıtıcının gerek sözleşme bölgesi içindeki faaliyet merkezine gerek Birlik içindeki ek tesis yerine getirilen bu türden sınırlamalar muafiyeti düşürür⁴²².

Sağlayıcı, dağıtım ağına dahil üyenin, niteliksel kriterleri taşıyan bir Internet sitesi üzerinden satış yapmasını da engelleyemez. Dağıtıcının, pasif satış şekli olarak kabul edilen Internet üzerinden kendisine gelen müşteri taleplerini karşılaması engellenemez. Buna karşılık, sağlayıcı tarafından dağıtıcının satış bölgesi dışındaki talepte bulunmamış bir tüketiciye elektronik posta atarak ona satış teklifinde bulunması yasaklanabilir; zira, son kullanıcılara, araçları ve hizmetleri pazarlamak için elektronik postadan veya kişiye muhatap mektuplardan yararlanmak “aktif satış” yöntemidir.

II. 1400/2002 SAYILI TÜZÜKTEKİ AĞIR REKABET KISITLAMALARI

Otomotiv sektörüne özgü 1400/2002 sayılı Tüzüğün, dikey anlaşmalara ilişkin 2790/99 sayılı Tüzüğe oranla daha ağır kısıtlamalar getirdiği⁴²³ söylenebilir.

Ağır kısıtlama “ doğrudan ve dolaylı olarak, tek başına ya da tarafların kontrolü altındaki diğer faktörlerle birlikte belirli bir eylemin yapılmasını veya belirli satışları kısıtlama gayesi olan hükümler” olarak kabul edilir⁴²⁴. Bu türden kısıtlamalar sağlayıcının hayal gücüne bağlı olduğundan pek çok değişik şekilde karşımıza çıkabilirler, sınırlanmalarına imkan yoktur⁴²⁵.

⁴²⁰ 1400/2002 m. 4/1 d; 2790/99 m. 4 c

⁴²¹ Décision 98/272/CE de La Commission, 27.02.1998, Volkswagen AG, JOCE L. 124, 25.03.1998, s.60-108; Décision 2001/146/CE, 20.09.2000, Opel, JOCE L. 59, 28.02.2001, s.01-42

⁴²² **Vilmart**, La Distribution Sélective Qualitative et Quantitative, s. 3; **Nazerali Julie / Cowen David**, “The Commission’s Draft Communication on Distribution Agreements-Market Shares are Predictably Back on Table”, ECLR 1998, s.412

⁴²³ 12 siyah hüküm, 7 gri hükme karşılık genel Tüzük’te 5 siyah, 3 gri hüküm bulunmaktadır.

⁴²⁴ Açıklayıcı broşür soru: 11

⁴²⁵ **Poillot-Peruzetto**, s. 755

A. Satış ve Satış Sonrası Hizmetlere Dair Ortak Kısıtlamalar⁴²⁶

Seçici dağıtım sistemi üyelerinin binek otomobil ve hafif ticari motorlu taşıt dışındaki taşıtların, örneğin kamyon, otobüs vb., aktif ve pasif satışlarının sağlayıcı tarafından kısıtlanması grup muafiyetinin düşmesine sebep olmaz⁴²⁷. Buna karşın, binek otomobil ve hafif ticari motorlu taşıtların satışlarının engellenmesi ise tam tersi sonucu doğurur.

Seçici dağıtım sisteminin uygulandığı yerlerde, tamir ve bakım hizmetleri veya yedek parçaların satışı bakımından, yetkili servislerin tesis yeri ile ilgili doğrudan ve dolaylı getirilen yükümlülükler muafiyet kapsamında bırakılmıştır⁴²⁸.

1400/2002 sayılı Tüzüğün en çok tartışmaya yol açan ve gerek yetkili dağıtıcıya gerek yetkili servise Yayılma Hakkı (Birlik İçinde Ek Tesis Açma Hakkı) sağlayan reforma 2790/99 sayılı Tüzükte rastlamamaktayız. Aksine, söz konusu tüzükte, sağlayıcının dağıtıcıya, sözleşme bölgesi dışında faaliyette bulunma yasağı getirebileceği düzenlenmiştir⁴²⁹.

1400/2002 sayılı Tüzük, dağıtım sisteminin alt üst olacağı endişesi taşıyan sağlayıcılara karşı son derece serttir⁴³⁰. Bunun en açık nedeni, bu sektörün hala içine dönük ve kapalı kalması, Komisyonun da bu durumdan sağlayıcıları sorumlu tutmasıdır.

⁴²⁶ 1400/2002 m. 4/1 e

⁴²⁷ clause de localisation, location clause

⁴²⁸ 1400/2002 m. 5/3

⁴²⁹ 2790/99 m. 4/1 (c)

⁴³⁰ **Vogel/Vogel**, Who Will Be In The Driver's Seat?, s.789 ;**Vogel/Vogel**, Quelles Améliorations?, s. 761

B. Yeni Otomobil Satışına Özgü Kısıtlamalar⁴³¹

Sağlayıcı, dağıtıcının sözleşmeye dahil modellerden birine denk gelen bir taşıtı satmasını engelleyemez⁴³². 1475/95 sayılı Tüzük'te de var olan olan⁴³³ bu düzenleme ile pazarın kapanması engellenmek istenmiştir⁴³⁴.

Bu madde ile, dağıtıcının kendi ülkesindeki teknik özellikleri karşılayan herhangi bir taşıtı başka bir ülkedeki dağıtıcıdan tedarik edebilmesi amaçlanmıştır. Özellikle Birleşik Krallık'ta⁴³⁵ hayli yüksek fiyatlarla karşı karşıya kalan sürücüler artık Birlik içinde herhangi bir ülkeden sağdan direksiyonlu taşıtlara daha uygun fiyatlardan ulaşabileceklerdir⁴³⁶.

Bir diğer Tüzük düzenlemesi ile, dağıtıcının bakım onarım hizmetlerine ilişkin yükümlülüklerini, imzalayacağı bir alt sözleşme ile, yetkili tamircilere bırakabilecek olmasıdır⁴³⁷. Kendisinden önceki Tüzüğün aksine⁴³⁸, son Tüzük, dağıtıcıyı satış sonrası hizmetleri vermesi için zorlamamış, bunu kendi seçimine bırakmıştır. Servis hizmeti vermemeyi tercih eden yetkili dağıtıcı, alt sözleşme ilişkisi içinde olduğu tamirci veya tamircilerin adını, adresini, ne kadar kilometre mesafede olduğunu son kullanıcıya bildirmek durumundadır.

Böylelikle satış sonrası hizmet vermek için herhangi bir yatırımda bulunmak zorunda olmayan dağıtıcı, tasarruf ettiği yatırımı, çok markalı satış için markaların talep ettikleri kriterleri gerçekleştirmek için kullanabilecektir⁴³⁹.

⁴³¹ 1400/2002 m. 4/1 f

⁴³² clause de disponibilité

⁴³³ 1475/95 m. 5/1 (2)d; tescil edilecek ülkeye getirilen aracın model seçimi sınırlıydı, bkz **Idot**, Le Nouveau Règlement, s.1805

⁴³⁴ 1475/95, gerekçe 16

⁴³⁵ yeni araç fiyatları Birleşik Krallık'ta diğer Avrupa ülkelerine oranla %10 veya %12 daha pahalıdır. Bu oran bazı modellerde %60'a kadar çıkmaktadır, "EU: Cars Cost Most in The UK", 23 July, 2001, <http://news.bbc.co.uk/2/low/business/1451560.stm>; "The Great British Car Rip-Off", June 30, 1999, <http://news.bbc.co.uk/2/low/business/381654.stm>

⁴³⁶ sürücü koltuğunun sağda olduğu bir diğer ülke İrlanda alternatif ülke olsa da son Tüzük düzenlemesinden önce, İrlanda'da yetkili dağıtıcıların motorlu taşıt üreticileri tarafından ülke dışına taşıt satmamları konusunda özellikle münhasır dağıtım sistemini seçerek onları baskı altında tutulduğu görülmektedir. Üreticilerin bu baskılarının en büyük nedeni karlarının %20'sinin Birleşik Krallıktaki satışların oluşturmasıdır, "Car Firms Under Pressure", 10.04.2000, <http://news.bbc.co.uk/2/low/business/708233.stm>; Arada üretim ve dağıtım maliyetlerinden kaynaklanan makul bir fiyat farkı olması doğaldır; Açıklayıcı broşür soru: 31

⁴³⁷ 1400/2002 gerekçe 21, m. 4/1 g

⁴³⁸ 1475/95 gerekçe 4, m. 4/4 (1) ve 5/1 (1) a; **Giroudet-Demay**, Incidences du Règlement, s.15

⁴³⁹ Açıklayıcı broşür , s. 57; **Giroudet-Demay**, Incidences du Règlement, s.17

C. Satış Sonrası Hizmetlere Özgü Kısıtlamalar

Son Tüzüğün satış ve satış sonrası servis arasındaki zorunlu bağı çözmesi sonucunda “yetkili servis” adlı yeni bir aktör doğmuştur. Nasıl ki, yetkili dağıtıcı sağlayıcı tarafından servis hizmeti vermeye zorlanamayacaksa yetkili servis de araç ya da yedek parça satışı yapmaya zorlanamayacaktır. Yetkili servis, faaliyetlerini artık bakım onarım hizmetleri verme ve yedek parçaların dağıtımını ile sınırlı tutmakta özgürdür⁴⁴⁰.

1400/2002 sayılı Tüzüğün satış sonrası bakım-onarım pazarında getirdiği bir düzenleme, sağlayıcının, bağımsız servisin (bağımsız tamirci) bakım ve onarımında kullanacağı yedek parça, tamir ekipmanı, teşhis cihazı, diğer tip ekipmanları seçici dağıtım ağı üyesi herhangi bir yetkili dağıtıcıdan satın almasının engellemesi ile muafiyetin tamamen düşeceği⁴⁴¹. Komisyon, sağlayıcıların, yetkili servislere ürün tedarik edilmesine ilişkin getirilecek kısıtlamalara son vererek satış sonrası servis pazarında rekabetin güçlenmesini hedeflemiştir. Böylelikle, yetkili dağıtıcılar sadece kendi aralarında ürün alışverişi yapmakla yetinmeyip bağımsız servislere de söz konusu ürünleri satabileceklerdir⁴⁴².

Komisyon, orijinal ya da eşdeğer kalitedeki yedek parçaların yetkili veya bağımsız dağıtıcılara, yetkili veya bağımsız servislere ve son kullanıcılara satışını sınırlamak amacıyla otomobil sağlayıcısı ile ekipman sağlayıcı arasında rekabete aykırı anlaşmalar düzenlenmesini yasaklamış⁴⁴³. Böylelikle, ekipman sağlayıcılarını, yetkili servis ya da bağımsız servis ayırımına gitmeden talepleri karşılamada motorlu taşıt sağlayıcısının baskısından kurtarmayı amaçlamıştır. Yetkili olsun bağımsız olsun hiçbir dağıtıcının veya servisin bu türden yedek parçaları 3. bir teşebbüsten sağlama hakları engellenmemelidir⁴⁴⁴.

⁴⁴⁰ 1400/2002 gerekçe 22, m. 4/1 h

⁴⁴¹ 1400/2002 m. 4/1 i

⁴⁴² Münhasır dağıtım sistemine dahil dağıtıcılar ancak pasif satışlar ile bağımsız servislerin taleplerine karşılık verebilirler; 1400/2002 m. 4/1 (b) i

⁴⁴³ 1400/2002 m. 4/1 j; 2790/99 sayılı Tüzük m.4/1(e)’de, ekipman sağlayıcısı ile (bütünleyici parça sağlayıcısı) ile motorlu taşıt üreticisi (bu parçaları birleştiren alıcı) arasında, ekipman sağlayıcısının parçaları son kullanıcılara veya bağımsız servislere (tamircilere) satışlarının kısıtlanmasının muafiyeti düşüreceği belirtilmiştir.

⁴⁴⁴ 1400/2002 m. 4/1 k

Otomotiv sektörüne getirilen reformların, rekabetin arttırılmasına, taşıt ve parça fiyatlarında düşüşe, dolayısıyla tüketicinin fayda sağlamasına yönelik olduğundan bahsetmiştik. Son Tüzük düzenlemesi ile artık tüm sağlayıcı ve dağıtıcılar doğrudan ekipman sağlayıcısı ile iletişime geçerek ürün tedarik edebileceklerdir. Dolayısıyla, ekipman üreticisinin ürettiği parçalara ulaşmak için artık sağlayıcının aracılığına ihtiyaçları yoktur.

Sağlayıcı söz konusu ürünlerin yetkili dağıtıcı ve yetkili servisler tarafından kullanılmasını sınırlayamaz; bunun tek istisnası, garanti kapsamındaki tamir, ücretsiz bakım ve araç geri çağırma işlemlerinde sadece kendisinin sağladığı orijinal parçaların kullanılmasını talep edebilir⁴⁴⁵. Bu düzenleme ile sağlayıcının parça satışında hakimiyeti son bulmuş, ekipman üreticileri-sağlayıcıları da rekabete dahil olmuşlardır.

Komisyon'un Tüzük ile getirdiği bir diğer önemli düzenleme, ekipman sağlayıcısının ürettiği parça ya da yedek parçalar üzerine kendi marka ve logosunu koymasının sağlayıcı tarafından engellenemeyeceğidir⁴⁴⁶. Bütünleyici parça ve yedek parçaların %50'sinin ekipman üreticileri tarafından üretildiği⁴⁴⁷ düşünüldüğünde, onların emeklerinin ve ekonomik anlamda baskın pozisyonlarının tanınması gerekmektedir. Dolayısıyla, logo ve markalarını etkili ve okunabilir şekilde parçaların, ayrıca ambalaj ve ilanların üzerine koymalarına ses çıkarılmamalıdır⁴⁴⁸.

Tüzükte bahsi geçen ve muafiyeti düşüren kısıtlamalardan sonuncusu, tedarikçinin bağımsız teşebbüslere⁴⁴⁹ teknik bilgileri⁴⁵⁰ vermeyi reddetmesidir. Teknik bilgi, yetkili servis ile rekabet etmek isteyen bağımsız servisler için son derece önemlidir. Talep edilen bilgi, ayrımcılık yapılmadan, hızlı ve orantılı, kullanılmaya elverişli bir şekilde sağlanmalı, ayrıca sağlanan bilgiye karşılık talep edilen ücret yetkili servisten talep edilen ücretten daha yüksek olmamalıdır⁴⁵¹.

⁴⁴⁵ 1400/2002 gerekçe 25, m. 4/1 k

⁴⁴⁶ 1400/2002 gerekçe 25, m. 4/1 l

⁴⁴⁷ **Dubois**, s.116; ayrıca ayıplı parça karşısında sorumluların da tespit edilmesi kolaylaşacaktır.

⁴⁴⁸ Açıklayıcı broşür sayfa 87

⁴⁴⁹ bağımsız teşebbüs tanımı için bkz. 1400/2002 m. 4/2 (4)

⁴⁵⁰ 1400/2002 gerekçe 26, m. 4/2; eski Tüzük'te ki düzenleme için bkz. 1475/95 m. 6/1 (12);

Bourgeon, Quel Avenir?, s.36

⁴⁵¹ Açıklayıcı broşür

Teknik bilgiye ulaşım konusunda somut ve belirgin bir sınır getirilmiştir: fikri mülkiyet hakkı ve know-how. Bu hallerde, üretici, hakim durumunu kötüye kullanmadığı sürece⁴⁵² teknik bilgi verme talebini geri çevirebilir. Bu konuyu çalışmamızın ilerleyen bölümlerinde daha detaylı inceleyeceğiz.

III. HER İKİ TÜZÜKTEKİ ÖZEL ŞARTLARIN KARŞILAŞTIRILMASI

A. Satış ve Satış Sonrası Ortak Kısıtlamalar

1. Rekabet Etmeme Yükümlülüğü (Çok Markalılık)

Rekabet etmeme yükümlülüğünün tanımı 1400/2002 sayılı Tüzük'te daha serttir. Buna ek olarak, 1400/2002 sayılı Tüzük, 2790/99'a oranla daha sert düzenlemeler getirmektedir.

“Rekabet etmeme yükümlülüğü”, alıcının, anlaşma konusu mal veya hizmetlerle rekabet eden malları veya hizmetleri üretmesini, satın almasını veya yeniden satmasını engelleyen ve alıcının bir önceki takvim yılındaki sözleşme konusu mallar, mukabil mallar veya hizmetler ile ilgili toplam alımları esas alınarak bunun %30'undan fazlasının sağlayıcıdan veya sağlayıcının göndereceği başka bir teşebbüsten satın almasına yönelik olarak alıcıya doğrudan veya dolaylı biçimde getirilen herhangi bir yükümlülük anlamına gelir⁴⁵³.

Dağıtıcının anlaşma konusu malları tedarikçiden satın alma eşiği 2790/99 sayılı Tüzükte %80 iken⁴⁵⁴, 1400/2002 sayılı Tüzükte bu eşik %30'a düşürülmüştür. Böylelikle Komisyon, motorlu taşıt dağıtıcılarını en az 3 değişik markadan ürün sağlamalarına olanak yaratarak onları çok markalı satışlara teşvik etmiştir.

1400/2002 sayılı Tüzük, tüm dikey anlaşmaları kapsayan genel karakterdeki 2790/99 sayılı Tüzük'ten bazı noktalarda ayrılmaktadır. Her iki tüzükte de doğrudan ve dolaylı tüm rekabet karşıtı kısıtlamalar yasaklansa da, 2790/99 sayılı Tüzük, sadece

⁴⁵² hakim durumun kötüye kullanıldığı haller için bkz. CJCE, 05.10.1988, AB Volvo c./Eric Veng Ltd., Aff. 238/87, Rec.1988, s.6211; CJCE, 05.10.1988, Mexicar c/Renault, Aff. 53/87, Rec.1988, s. 6039; CJCE, 06.03.1995, RTE et ITP c/Commission (Magill), Aff. C-241/91 et C-242/91, Rec. 1995, I, s.743

⁴⁵³ 1400/2002 m. 1/b

⁴⁵⁴ 2790/99 m. 1/b

süresi belirsiz olan veya 5 seneyi aşan rekabet etmeme yükümlülüğünü yasak kapsamına almaktadır⁴⁵⁵. 1400/2002 sayılı Tüzükte ise, rekabet etmeme süresine dikkate almadan her türlü doğrudan ve dolaylı rekabet etmeme yükümlülüğünü muafiyet kapsamı dışında bırakmaktadır⁴⁵⁶.

1400/2002 sayılı Tüzükte, dağıtıcının sağlayıcının sahip olduğu ya da kiraladığı binalarda faaliyet göstermesi⁴⁵⁷ veya yine onun sağlayacağı ekipmanı kullanması, ondan finansal destek alması karşılığında rekabet etmeme yükümlülüğüne maruz bırakılması ise, 2790/99 sayılı Tüzüğün aksine kesinlikle yasaklanmaktadır⁴⁵⁸.

2. Yetkili Servisin Çok Markalı Satış Özgürlüğü

Yetkili servise sağlanan bu hak, yetkili dağıtıcının çok markalı satış hakkı ile paralellik gösterir. Dağıtıcıya bu hakkı sağlayan hükümlerden⁴⁵⁹ yetkili servisler de faydalanır. Buna göre, sözleşmeye konacak bir hükümlerle, belirli rakip sağlayıcıların sunduğu yedek parçaların satışı veya belirli rakip sağlayıcıların sunduğu motorlu taşıtlara tamir ve bakım hizmeti verilmesinin doğrudan ve dolaylı şekilde engellenmesi yasaktır.

3. Sözleşme Sonrası Rekabet Etmeme⁴⁶⁰

1400/2002 sayılı Tüzük, kesin bir şekilde, dağıtıcıya dayatılan sözleşme sonrası rekabet etmemeye yönelik her türlü yükümlülüğün muafiyeti düşüreceğini belirtmiştir. Bu anlamda 2790/99 sayılı Tüzük'ten farklılık gösterir.

2790/99 sayılı Tüzük, sözleşme konusu mal ve hizmetlere rakip olan mal ve hizmetler söz konusu olduğunda; dağıtıcının faaliyet gösterdiği bina ve arsalarla sınırlı olduğunda; sağlayıcının dağıtıcıya verdiği know-how'ın korunması söz konusu olduğunda rekabet etmeme yükümlülüğü sözleşmenin sona ermesinden sonra sadece 1 sene olmak üzere devam edeceğini⁴⁶¹ düzenlemiştir.

⁴⁵⁵ 2790/99 m. 5/1 (a)

⁴⁵⁶ 1400/2002 m.5/1 (a)

⁴⁵⁷ sağlayıcıdan, kendisine ait olan arazide ya da binada rakip ürünlerin satılmasını beklemek adil görülmemektedir, **Subiotto/ Amato**, The Reform of The European Competition, s. 182

⁴⁵⁸ Açıklayıcı broşür soru: 15; aksi düzenleme 2790/99 m.5/1 a

⁴⁵⁹ 1400/2002 m.5/1 (c)

⁴⁶⁰ 1400/2002 m. 5/1 d

⁴⁶¹ 2790/99 m. 5/1 (b)

1400/2002 sayılı Tüzüğün getirdiği düzenleme, dağıtıcılar açısından daha avantajlı olsa da sağlayıcılar açısından daha serttir. Sözleşme sonrası rekabet etmeme yükümlülüğü ile sınırlanmayan dağıtıcılar, sözleşme bitiminde kendilerini daha çabuk toparlayabilecekler, vakit kaybetmeden başka sağlayıcılarla çalışabileceklerdir.

IV. HER İKİ TÜZÜĞÜN GENEL OLARAK KARŞILAŞTIRILMASI

A. Benzer Yapılar

Her iki tüzüğün de benzer yapılara sahip olduğu dikkat çeker⁴⁶².

Her iki tüzükte de ilk madde tanımlara; 3. madde muafiyetin genel koşullarına; 4. madde özellikle tanımı yapılan kısıtlamalara, 5. madde ise özel şartlara ayrılmıştır. İki Tüzük de 6. maddede muafiyetin geri alınmasını düzenlemiştir. 1400/2002 sayılı Tüzüğün 8. ve 9. maddeleri 2790/99 sayılı Tüzüğün ise 9. ve 10. maddeleri sırayla Pazar payının hesaplanması ve cironun hesaplanmasına ayrılmıştır. Her iki Tüzük de geçiş dönemi, yürürlüğe girme ve yürürlükten kalkma tarihlerine yer vermiştir.

B. Benzer Felsefe⁴⁶³

Her iki tüzüğün de hukuksal bir yaklaşımdan çok iktisadi bir yaklaşım benimsediklerini görüyoruz.

1. İktisadi Yaklaşımın Benimsenmesi

1475/95 sayılı Tüzüğün bir tip sözleşmesi gibi algılanması, emredici hükümlere fazlaca yer vermesi, sözleşme özgürlüğünü sınırlaması bakımından eleştirilere uğramıştır⁴⁶⁴.

⁴⁶² Bourgeon, Quel Avenir?, s.31 ; Poillot-Peruzetto, s. 756; Idot, Le Nouveau Règlement, s.1802

⁴⁶³ Idot, Le Nouveau Règlement, s. 1802

⁴⁶⁴ Her ne kadar doktrinde tüzüğün “korse etkisi” yarattığı vurgulansa da bu gerekçenin artık efsaneleştiği, esasen 1400/2002 sayılı son Tüzükle karşılaştırıldığında, sağlayıcının yetkili dağıtıcıyı sadece garanti, bakım-onarımına zorladığı, fakat sanıldığı gibi ne 123/85 ne de 1475/95 sayılı Tüzüklerin seçici ve münhasır dağıtım birlikteliği, satış-satış sonrası servis, supermarketlerde satış yasağı ya da İnternette satış yasağı getirmediği de savunulmaktadır, bkz. Goyer, La Réforme de L’Exemption, s.22

1990'lı yılların başında Rekabet Hukuku kurallarının modernleştirilmesi ile beraber, Komisyon'un daha çok iktisadi bir analize kaydığı görülür⁴⁶⁵. Komisyon, 2790/99 sayılı Tüzük ile, daha az formaliteci, daha az emredici, daha fazla iktisadi "yeni stil" bir yaklaşım izlemiştir⁴⁶⁶, bu türden dikey anlaşmaların pazardaki etkilerini kontrol eden bir sistem ortaya koymuştur. Dikey kısıtlamalar, artık, belirli bir kalıba, formülere istinat edilmeyip teşebbüsün Pazar payını esas tutan iktisadi kriterlere göre tayin edilecektir⁴⁶⁷.

Aynı iktisadi yaklaşımın otomotiv dağıtım sektörü tarafından da benimsendiği görülmektedir.

2790/99 sayılı Tüzükte, grup muafiyetinden yararlanılacak durumların teker teker sayıldığı "beyaz liste" yaklaşımının yerine dikey sözleşmede yer alması halinde sözleşmeyi muafiyet dışında bırakacak hallerin sayıldığı "kara liste" yaklaşımı benimsenmiştir⁴⁶⁸. Dolayısıyla, Tüzük dikey sınırlamalara ilişkin olarak bir şeyi yasaklamamışsa izin verilmiş anlamına gelmektedir. Söz konusu kara liste yaklaşımı 1400/2002 sayılı Tüzük tarafından örnek alınarak hukuki belirsizlik azaltılmaya ve taraflara sözleşmeleri şekillendirme konusunda daha fazla özgürlük tanımaya çalışılmıştır.

2. Kavramların Aynı Şekilde Tanımlanması

1400/2002 sayılı Tüzük 23 tanıma, 2790/99 sayılı Tüzük 7 tanıma yer verse de tanımlamaların çoğu aynıdır.

⁴⁶⁵ **Poillot-Peruzetto**, s. 757; **Giroudet-Demay**, Incidences du Règlement, s.13; **Malarie-Vignal/Makhlouf**, Synthèse du Règlement d'Exemption, s. 10; **Whish Richard**, "Regulation 2790/99: The Commission's New Style Block Exemption For Vertical Agreements, Common Market Law Review", N.4, August 2000, s.924; **Van Ginderachter**, Le Règlement 1400/2002 d'Exemption Par Catégorie, s.7

⁴⁶⁶ **Whish**, New Style Block Exemption, s. 887

⁴⁶⁷ **Nazerali/Cowan**, Reforming E.U. Distribution Rules, s. 159; **Nazerali Julie / Cowan David**, "Unlocking E.U. Distribution Rules-Has The European Commission Found The Right Keys?", ECLR 2000, s.50

⁴⁶⁸ **Whish**, New Style Block Exemption, s.891; **Subiotto/Amato**, The Reform of The European Competition,s.152

a. Dikey Anlaşmalar⁴⁶⁹

Anlaşmanın amacı bakımından her biri üretim ve dağıtım ağının farklı seviyelerinde faaliyet gösteren iki veya daha fazla teşebbüsün taraf olduğu anlaşma veya uyumlu eylemler, anlamına gelir.

b. Bağlı Teşebbüs⁴⁷⁰

Bağlı teşebbüsler şunlardır;

(a): anlaşmanın taraflarından birinin doğrudan ve dolaylı olarak içinde: i)oy hakkının yarısından fazlasını kullanma yetkisine sahip olduğu; ii)denetim kurulu, yönetim kurulu veya teşebbüsü temsile yetkili kurulların üyelerinin yarısından fazlasını atama yetkisine sahip olduğu; (b): anlaşmanın taraflarından biri üzerinde doğrudan veya dolaylı olarak (a)da sayılan hak ve yetkilere sahip olan teşebbüsler; (c): (b)'de anılan teşebbüslerde (a)'da sayılan hak ve yetkilere doğrudan ve dolaylı olarak sahip teşebbüsler; (d) anlaşmanın taraflarından birinde (a), (b) veya (c)'de sayılan teşebbüslerden biri veya daha fazlası ile birlikte veya bunlardan iki veya daha fazlası ile (a)'da sayılan hak ve yetkilere ortaklaşa sahip olan teşebbüsler; (d): i) anlaşmanın tarafları veya onların (a)- (d) bentlerinde sayılan bağlı işletmeleri veya, ii) anlaşmanın bir veya daha fazla tarafı veya onların (a)-(d) bentlerinde sayılan bir veya daha fazla bağlı işletmesi ve bir veya daha fazla üçüncü kişilerin, (a) da sayılan yetkilere müştereken sahip oldukları işletmeler.

Görüldüğü üzere, hüküm, anlaşma tarafları tarafından doğrudan veya dolaylı şekilde kontrol edilen tüm işletmeleri kapsamı amacıyla son derece geniş bir tanımlamaya yer vermiştir.

⁴⁶⁹ 1400/2002 m. 1/1 c; 2790/99 m. 2/1

⁴⁷⁰ 1400/2002 m. 1/2; 2790/99 m. 11/2

c. Seçici Dağıtım⁴⁷¹

1400/2002 sayılı Tüzük, 2790/99 sayılı Tüzük'teki tanımın aynısını kelime kelime kendi tanımında içermesine rağmen otomotiv sektörüne ilişkin bazı eklemeler yapmıştır.

Ayrıca motorlu taşıtlar sektörüne özgü tüzük, niteliksel ve niceliksel seçici dağıtım arasında bir ayırım yapmaktadır⁴⁷².

Niceliksel seçici dağıtımda, sağlayıcı, dağıtıcıları veya yetkili servisleri seçerken onların sayılarını doğrudan sınırlandıracak kriterler koyabilir.

Niteliksel dağıtımda ise, sağlayıcı, dağıtıcılar ve yetkili servisler için sadece niteliksel, yani anlaşma konusu mal ve hizmetlerin niteliğinin gerektirdiği, ayrımcı bir biçimde uygulanmayacak olan, dağıtıcı veya yetkili servislerin sayısını doğrudan sınırlamayan kriterler kullanır.

d. Münhasır dağıtım⁴⁷³

Sağlayıcının, anlaşma konusu malları veya hizmetleri, alıcının kendi kullanımı ya da yeniden satış amacıyla Ortak Pazar içinde sadece bir alıcıya satmasını gerektiren dağıtım sistemi söz konusudur.

e. Fikri Mülkiyet Hakları⁴⁷⁴

Özellikle Sınai mülkiyet haklarını, eser sahipliği haklarını ve komşu hakları kapsar.

“Özellikle” ifadesini içerdiğinden⁴⁷⁵ 2790/99 sayılı Tüzüğe oranla bu tanımın daha geniş tutulduğu yorumunu yapabiliriz.

⁴⁷¹ 1400/2002 m. 1/1 f; 2790/99 m. 1 d

⁴⁷² 1400/2002 m. 1/1 g ve h

⁴⁷³ 1400/2002 m. 1/1 e; 2790/99 m. 1 c

⁴⁷⁴ 1400/2002 m.1/1 i; 2790/99 m. 1 e

⁴⁷⁵ notamment

f. Know-How⁴⁷⁶

Her iki Tüzük'teki tanımlar tıpatıp aynıdır: Know-how, sağlayıcının deneyimleri ve testleri sonucundan doğan, gizli esaslı ve belirlenmiş patentli olmayan pratik bilgi paketi anlamına gelir. Bu bağlamda “gizli”, know-how’ın bir bütün olarak veya onu oluşturan parçaların genel olarak bilinmemesi veya kolayca elde edilememesi; “esaslı”, alıcının sözleşme konusu malları veya hizmetleri kullanması, satması veya yeniden satması amacıyla zorunlu olarak bilinmesi gereken bilgileri içermesi; “belirlenmiş”, know-how’ın, gizlilik ve esaslık kıstaslarını tamamladığını değerlendirmeyi mümkün kılacak şekilde yeterli, kapsamlı olarak tanımlanmış olması anlamına gelir.

g. Pazar Payı ve Cironun Hesaplanmasına İlişkin Hükümler⁴⁷⁷

Komisyon, her iki tüzük de aynı hesaplama yöntemlerini kabul ederek bir taraftan risk içermeyen düşük pazar gücüne sahip teşebbüslerin otomatik olarak muafiyetten yararlanmalarını amaçlarken, diğer yandan, pazar gücüne sahip olan teşebbüslerin uygulayacakları rekabeti bozabilme potansiyeline sahip riskli dikey sınırlamaların grup muafiyetinden faydalanmalarını engellemek istemektedir. Bunun için de pazar payı eşiği bir filtre olarak kullanılmaktadır. Böylece, önemli pazar gücüne sahip firmalar üzerine yoğunlaşarak dikey sınırlamaların daha etkin kontrolü amaçlanmaktadır.

Yıllık toplam ciro rakamlarının hesaplanması amacıyla, dikey anlaşma taraflarının ve onların bağlı işletmelerinin tüm mal ve hizmetler bakımından bir önceki yılda elde ettiği cirolar, vergiler ve diğer yükümlülükler hariç toplanır.

Pazar payının hesaplanması için ise, öncelikle ilgili pazarın⁴⁷⁸ belirlenmesi gerekir. Her iki tüzük de bu konuda sessiz kalmış, sadece açıklayıcı broşür birkaç yönlendirici açıklamalara yer vermiştir⁴⁷⁹. 1400/2002 sayılı Tüzük, spesifik bir sektörü ilgilendirmesine rağmen “ilgili pazarı” tanımlamamıştır⁴⁸⁰. Otomotiv sektöründe Pazar payı merkezli ilk tüzük olan 1400/2002 sayılı Tüzüğün pazarı açık

⁴⁷⁶ 1400/2002 m. 1/1 j; 2790/99 m. 1 f

⁴⁷⁷ 1400/2002 m. 8 ve 9; 2790/99 m. 9 ve 10

⁴⁷⁸ coğrafi Pazar ile ürün ve servis pazarından meydana gelir.

⁴⁷⁹ Brochure Explicative du Règlement 1400/2002, s.76-84;

⁴⁸⁰ Vogel, De Quelques Questions, s.17

ifadelerle tanımlamaması şaşırtıcıdır⁴⁸¹. Bu konuda Komisyonca uygulanan genel metodu⁴⁸² ve dikey kısıtlamalar hakkındaki açıklayıcı yönergeyi⁴⁸³ rehber olarak almak gerekecektir.

1400/2002 sayılı Tüzüğün 8. maddesine göre, yeni motorlu taşıtların dağıtımında, Pazar payı, anlaşma konusu mallar ve sağlayıcı tarafından satılan mallara karşılık gelen mallar ile alıcı tarafından ürünlerin ve servislerin özellikleri, fiyatları ve kullanım amaçları dolayısıyla “yer değiştirebilir” ve “ikame edilebilir” olarak görülen diğer ürünlerin ve servislerin adedi (volume) üzerinden hesaplanır.

Söz konusu Tüzükte, Pazar payının değer verisi (value) yerine adet verisi (volume) kullanılması eleştirilmiştir⁴⁸⁴. Değer verisi sadece tali bir hesaplama metodu olarak kabul edilmiştir. Araçların tescil edilmesi zorunluluğu Komisyon’un bu yöntemi kabul etmesinde yeterli bir açıklama olamaz. Adet verisi üzerine eleştirilerin başlıcaları⁴⁸⁵; adet verisinin, sağlayıcıların gerçek Pazar paylarını yansıtmayacağı; açıklayıcı broşürde açık şekilde ifade bulan ikame ürün zincirlerinin adet verisi metodu ile anlamsız kalacağı; değer verisini temel alan De Minimis Bildirisi ile 1400/2002 sayılı Tüzüğün arasında çelişki yaratılacağı şeklindedir.

Bir diğer tartışma ise, Pazar payının “*alıcı tarafından ..ikame edilebilir olarak görülen sağlayıcı tarafından satılan malların miktarı üzerinden*” hesaplanmasıdır. Şöyle ki, sağlayıcının sattığı ürünleri satın alan yetkili servisin ikame ettiği ürün, sağlayıcıdan araç satın alan son kullanıcının ikame ettiği ürün arasında fark vardır.

Vurgulanmak istenen nokta, yetkili servisin talebinin son kullanıcının talebi ile bir olmadığıdır⁴⁸⁶. Aksine, yetkili servisin ikame ettiği ürün, motorlu taşıt üreticisinden satın aldığı aracın tüm serisi iken, tüketici bir ürünün benzerini farklı markalardan da ikame edebilir. Ayrıca, büyük şirketler, leasing şirketleri, araç kiralama şirketleri gibi profesyonel alıcılara sunulan indirimler, ya da araçların bakım masrafları, hurda değeri gibi bir takım kriterler herhangi bir son kullanıcıya (bireysel müşteriye) göre

⁴⁸¹ **Buruma/ Kirkpartick**, s.258

⁴⁸² Commission Notice on The Definition of The Relevant Market [1997] O.J. C372/3

⁴⁸³ JOCE C.291, 13.10.2000, s.01-44

⁴⁸⁴ değer verisini temel alan tüzükler: 2659/00, Art. 6 (araştırma ve geliştirme anlaşmaları), 2658/00, m.6 (uzmanlık anlaşması)

⁴⁸⁵ **Buruma/ Kirkpartick**, s.259

⁴⁸⁶ **Buruma/ Kirkpartick**, s.260

daha farklıdır. Bu nedenle Komisyon, talebin alıcı tarafından ikame edilebilirliğini, açıklayıcı broşürdeki açıklamaya oranla daha detaylı ifade etmelidir⁴⁸⁷.

Coğrafi pazarın tanımı söz konusu olduğunda, Komisyon'un verdiği örneklerde hep belirli bir ülkenin ele alındığı “ulusal pazardan” söz edilmiş, Avrupa pazarından bahsedilmemiştir⁴⁸⁸. Yetkili satıcıların daha uygun fiyattan ürün tedarik etmek amacıyla diğer Birlik üyesi ülkelerden tedarikçi aradıkları düşünüldüğünde coğrafi Pazar, ulusal pazara oranla çok daha geniş olarak kabul edilmelidir⁴⁸⁹.

Komisyon, yeni taşıt satışı pazarını tamir ve yedek parça pazarından ayırmıştır⁴⁹⁰. Muafiyet hükümleri, sağlayıcının motorlu taşıt veya yedek parça ya da bakım ve onarım hizmeti sağladığı ilgili pazardaki Pazar payının %30'u; motorlu taşıtların dağıtımını için niceliksel seçici dağıtımın tercih edildiği anlaşmalarda ise %40'ı geçmemesi durumunda uygulanacaktır. Dolayısıyla münhasır dağıtım sistemini ancak Pazar payı %30'u aşmayan sağlayıcı tercih edebilecektir. Pazar payı %30'u aşan sağlayıcı, alıcılara inhisari bölge ya da müşteri tahsis ettiği taktirde sözleşme grup muafiyetinden yararlanamayacaktır.

Niceliksel dağıtım sistemi sadece motorlu taşıtların dağıtımını bakımından tercih edilebilir; %30'luk eşiği aşan yedek parça ve servis sağlayıcısı niceliksel seçici dağıtım sistemini seçtiği taktirde muafiyetten yararlanamaz. Görüldüğü gibi, niceliksel seçici dağıtım sadece motorlu taşıt sağlayıcısına tanınmıştır ve sınırlıdır; Pazar payının %40'ı aşmaması şartı getirilmiştir.

Dolayısıyla, Komisyon'un, pazara yeni girecek teşebbüslere satış sonrası hizmet pazarını açmak amacıyla niceliksel seçim sistemini bertaraf ettiğini söyleyebiliriz.

Niteliksel dağıtım sistemi ise, %40'luk Pazar payını aşan motorlu taşıt sağlayıcıları ve %30'luk Pazar payını aşan yedek parça ve servis sağlayıcıları tarafından, muafiyetten yararlanabilmek amacıyla seçilmesi gereken tek seçenektir.

⁴⁸⁷ Pazarlama araştırmaları ve tüketici anketlerinin de göz ardı edilmemesi gerektiği, iktisadi anlamda kullanılan “Pazar” ile ticari anlamda kullanılan “Pazar” tabirleri arasında hiçbir benzerlik olmadığına ilişkin bkz. **Baker Simon / Wu Lawrence**, “Applying The Market Definition Guidelines of The European Commission”, ECLR 1998, s.279

⁴⁸⁸ **Vogel**, De Quelques Questions, s. 17

⁴⁸⁹ **Buruma/ Kirkpartick**, s.260

⁴⁹⁰ Aynı ayrımı Rekabet Kurulunun da yaptığını görmekteyiz, “Volvo markalı kamyonlar için satış sonrası yedek parça satışı ve servis bakım-onarım pazarı”....olmak üzere 3 farklı tip sözleşme için 3 ayrı ilgili ürün pazarı belirlenmiştir”, Rekabet Kurulu Karar:05-29/367-89, Karar Tarihi: 04.05.2005

Niteliksel seçici dağıtım sistemini seçen motorlu taşıt, yedek parça ve servis sağlayıcılarının muafiyetten yararlanmaları için herhangi bir Pazar payı eşiği getirilmemiştir.

Ürün pazarının belirlenmesi aşamasında, Komisyon'un sağlayıcının markasının anlaşma konusuna dahil bütün ürünleri dikkate almak yerine bu ürünler arasında bölünme yolunu izlediğini görüyoruz⁴⁹¹. Dolayısıyla, hafif ticari araç ile kişisel araç pazarını birbirinden ayırmak gerekecektir.

C. Benzer Muafiyet Mekanizması

1. Muafiyet Kapsamındaki Anlaşmalar

1400/2002 sayılı Tüzüğün 1475/95 sayılı Tüzüğe göre uygulama alanının daha geniş olduğunu⁴⁹² ve bunun sonucu olarak 2790/99 sayılı Tüzüğün uygulama alanını daralttığını kabul etsek bile her iki tüzüğün de aynı türden anlaşmaları muafiyet kapsamına aldığı görürüz⁴⁹³. Her iki tüzük de, üretim ve dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren iki veya daha fazla teşebbüsün taraf olduğu anlaşmaları muafiyet kapsamına sokmuştur⁴⁹⁴. Bu teşebbüsler ile son kullanıcılar arasında yapılan anlaşmalar ise tüzüklerin kapsamı dışındadır.

İşletme birlikleri ve üyeleri ile bu gibi birlikler ve sağlayıcıları arasındaki dikey anlaşmalar da muafiyet kapsamında olacaktır⁴⁹⁵. Örneğin ekipman sağlayıcısı ile yetkili servislerce oluşturulan bir grup arasındaki yedek parça satışı konulu bir anlaşma muafiyete dahildir. Yine de bir şart konulmuştur: bağlı şirketleri ile birlikte hiçbir üyenin yıllık toplam cirosunun 50 milyon €'yu aşmaması. Dolayısıyla, güçlü iktisadi teşebbüslerin muafiyetten faydalanmaları engellenmektedir.

⁴⁹¹ Açıklayıcı broşür s.81; **Arhel**, Adaptation d'Un Nouveau Règlement, s.8-9 ; 2002/758/CE sayılı Komisyon kararı, 10.10.2001, Mercedes- Benz, JOCE L. 257, 25.09.2002, s. 01-47; **Idot**, Le Nouveau Règlement, s. 1802

⁴⁹² **Poillot-Peruzetto**, s.758 ; **Vogel**, De Quelques Questions, s.16; **Vogel/Vogel**, Quelles Améliorations?, s. 761; dp.435

⁴⁹³ **Idot**, Le Nouveau Règlement, s. 1801

⁴⁹⁴ 1400/2002 m. 1/1 c; 2790/99 2/1

⁴⁹⁵ 1400/2002 m. 2/2 a; 2790/99 2/2; birlik üyeleri arasındaki anlaşmalar yatay anlaşma sayıldığından kapsam dışındadır; **Poillot-Peruzetto**, s. 758

Rakip teşebbüsler arasında yapılan dikey anlaşmalara muafiyetin uygulanmaması esas kuraldır. Bunun istisnası, rakip teşebbüsler arasında karşılıklı olmayan ve alıcının toplam cirosunun 100 milyon €'yu aşmadığı, sağlayıcının ise ilgili ürünün üretici ve dağıtıcısı olmasına rağmen dağıtıcının üretici olmadığı sözleşmelerdir. Dolayısıyla taraflar gerçek anlamda ilgili ürünün üretiminde birbirlerine rakip değildirler⁴⁹⁶.

Son olarak, her iki tüzük de, dağıtım anlaşmasının esas amacını teşkil etmediği sürece, fikri mülkiyet haklarının alıcıya devri ve kullanımını düzenleyen anlaşmaları muafiyet kapsamına sokmuştur⁴⁹⁷. Bu sözleşmeler tüzüklerin kapsadığı faaliyetlerle ilgili, yani mal ve hizmetlerin alım, satım, yeniden satımı ile ilgili olmalı, ayrıca tüzüklerce muafiyet dışında bırakılan anlaşmalara benzer etkide ve amaçta rekabet sınırlamaları içermemeleri gerekmektedir. Sağlayıcı tarafından dağıtıcıya lisans hakkı tanınması, dolayısıyla dağıtıcının teşhir salonlarında (show-room) sağlayıcının markasını kullanması muafiyet kapsamındadır.

2. Muafiyet Mekanizması

Muafiyetten faydalanmak için anlaşmalar 3. maddelerde sayılan genel koşullara uymalı, ayrıca 4. maddede sayılan ağır kısıtlamalardan (siyah klozlar) herhangi birini içermemelidir. Her iki Tüzükte de bu siyah klozların esasen, fiyat rejimlerine ilişkin kısıtlamalar, malın yeniden satışı ve temin edilmesine ilişkin kısıtlamalar ve markalar arası rekabete ilişkin kısıtlamalar şeklinde 3 kategori altında toplanabileceği fark edilir. 1400/2002 sayılı Tüzük buna ek olarak, sektörün özelliğinden dolayı teknik bilgiye ulaşma ilişkin kısıtlamaları da kara listeye dahil etmiştir.

Grup muafiyetinden faydalanmak için gerekli genel koşulları, iktisadi ve hukuki olmak üzere 2 kategoride değerlendirebiliriz. Belirli süreli ve belirsiz süreli sözleşmelerin feshi, tarafların yükümlülüklerini yerine getirmesi ile ortaya çıkacak sorunlarda tahkime gitme fırsatı gibi hukuki koşulların daha çok dağıtıcı ve yetkili servisi, sağlayıcı karşısında koruduğunu görmekteyiz. İktisadi koşullara gelince,

⁴⁹⁶ 1400/2002 m.2/3; 2790/99 2/4, örnekler için bkz. Brochure Explicative, s.19

⁴⁹⁷ 1400/2002 m. 2/2 b; 2790/99 2/3

münhasır dağıtım sistemini tercih eden sağlayıcının Pazar payı belli bir eşiğin altında olmalı, %30'u aşmamalıdır⁴⁹⁸. Niceliksel seçici dağıtımda bu oran %40'a yükselir⁴⁹⁹.

Niteliksel seçici dağıtımda ise herhangi bir eşik aranmamaktadır. Dolayısıyla, Komisyon'un, bölge münhasırlığının tanınmadığı ve yetkili dağıtıcı sayısının sınırlandırılmadığı söz konusu dağıtım sistemini desteklediği yorumu yapılabilir⁵⁰⁰.

2790/99 sayılı Tüzük, sözleşmenin belli klozları kapsamı gibi bir zorunluluk getirmemiş, ayrıca dağıtım sistemi ne olursa olsun sadece %30⁵⁰¹'luk tek bir eşik oranından bahsetmiştir:

İki tüzüğün ortak bir noktası da “De Minimis Bildirisi'nin”⁵⁰² uygulama alanına dahil olmalarıdır. Rekabeti kısıtlama etkisi hissedilir derecede olmayan anlaşmalar bu Bildiri ile düzenlenmiştir. Buna göre, anlaşmanın ve uyumlu eylemlerin taraflarının Pazar payı yatay anlaşmalarda % 10'u, dikey anlaşmalarda ise %15'i geçmiyorsa rekabeti kısıtlayıcı etkileri hissedilir derecede olmadığı kabul edilir; son halde, pazarda kümülatif etkiler mevcutsa %15'lik oran %5'e geriler.

Bildiri'nin 1400/2002 sayılı Tüzük ile birlikte uygulanması, yargısal rejim farklılıklarına yol açacağından eleştirilmiştir⁵⁰³. Şöyle ki; De minimis Kuralı'nın otomotiv sektörüne uygulanması, teşebbüsler arasında ayrımcılığa sebep olabilecektir. Hissedilir etkide rekabeti kısıtlayıcı anlaşmalara taraf olan küçük işletmeler yumuşak bir Bildiri'nin uygulamasına tabi olurlarken, Pazar payları belirli bir eşiğin üzerindeki işletmeler sert uygulamalar içeren 1400/2002 sayılı Tüzük ile karşı karşıya kalacaklardır.

De minimis kuralının, Pazar payları düşük olan küçük işletmeler ile Pazar payları belli bir oranın üzerindeki işletmeler arasında ayrımcılık yaratacağı gerekçesi ile otomotiv sektörüne uygulanmaması gerektiği konusundaki görüşe katılmamaktayız.

⁴⁹⁸ 1400/2002 m.3/1(1); 2790/99 m. 3/2

⁴⁹⁹ 1400/2002 m.3/1(2);

⁵⁰⁰ **Giroudet-Demay**, Incidences du Règlement, s.16

⁵⁰¹ Taraflardan birinin Pazar payının %30'u aşması sözleşmenin doğrudan geçersiz olacağı anlamına gelmez, Komisyon'un incelemesi sonucu ancak ağır rekabet kısıtlamaları içermesi halinde söz konusu dikey sözleşme Roma Antlaşması m.81'i ihlal ettiği gerekçesi ile hukuka aykırı kabul edilir, bkz. **Nazerali/ Cowan**, Unlocking E.U. Distribution Rules, s.53,55

⁵⁰² JOCE C. 368, 22.12.2001

⁵⁰³ **Vogel/Vogel**, Quelles Améliorations?, s. 762

Zira, De minimis kuralının özü, Ortak Pazar'da hissedilir bir etkisinin olmayan bir anlaşmanın 85 (1) madde kapsamında mütalaa edilmemesidir. Diğer bir deyişle, Ortak Pazar'da faaliyet gösteren zayıf konumdaki teşebbüslerin olağan şartlar altında ihlal olarak değerlendirilebilecek uyumlu eylemlerinin 81 (1) madde kapsamından çıkması söz konusudur. Bu kuralın otomotiv sektöründe uygulanmaması esasen bu sektörle diğer sektörler arasında ayrımcılık doğurur.

De minimis Bildirisi ile 1400/2002 sayılı Tüzüğün birbirleri ile bağlantısı, açıklayıcı broşürde aydınlığa kavuşturulmuştur⁵⁰⁴. Sözleşme tarafları %15'ten az bir Pazar payına sahip iseler, sözleşme ağır kısıtlamaları içermediği takdirde 1400/2002 sayılı Tüzüğün 3. ve 4. maddeleri uygulanmayacaktır⁵⁰⁵.

Gerek 2790/99 sayılı gerek 1400/2002 sayılı Tüzük, ağır kısıtlamaları içeren bir dikey anlaşmanın tümüyle muafiyet kapsamı dışında kalacağını düzenlemiştir. Bu durumda bireysel muafiyet başvuruları da reddedilecektir⁵⁰⁶. Her iki tüzüğün de 3. maddelerinde sayılan muafiyetin genel koşullarını düzenleyen hükümlere aykırılık halinde, bu aykırılıkların Tüzüğe uygun hale getirilmesi mümkün ise⁵⁰⁷, sadece genel koşullara aykırı sözleşme hükümleri muafiyet dışında kalacaktır.

Sözleşmenin 1400/2002 sayılı Tüzük muafiyetinden yararlanamaması halinde 2790/99 sayılı Tüzük muafiyetinden faydalanması mümkün olmayacaktır; zira, 2790/99 sayılı Tüzük otomotiv sektöründeki dikey anlaşmaları kapsamaz⁵⁰⁸. Bu sektöre dahil anlaşmalar sadece 1400/2002 sayılı Tüzüğün getirdiği düzenlemelere tabidir⁵⁰⁹.

Avrupa Mahkemesi'nin geliştirdiği içtihatlarla göre; bir kategorinin tanımlaması sadece çerçeveyi çizer, bu kategoriye dahil anlaşmaların tümünün muafiyet

⁵⁰⁴ Açıklayıcı broşür Soru:7; **Arhel**, 104 Questions/Réponses, s. 22

⁵⁰⁵ Yetkili servisleri satım ve satış sonrası servis ayırımını benimseyen Porsche'nin araç dağıtımındaki Pazar payı %5 eşğin altında olduğundan "De Minimis" kuralından faydalanmaktadır. Communiqué de Presse, IP/ 041585, 03.05.2004, www.europa.eu.int; Porsche, yetkili servis olmak isteyen adaylara rakip araçların satışına yönelik rekabet yasağı getirmiştir.; Paris ilk derece Mahkemesi, Honda'nın motorlu taşıt satış pazarında %5'lik bir paya sahip olduğunu belirterek her ne kadar satış sonrası servis pazarındaki payı %15'i aşıya da satış pazarında "De Minimis" kuralından faydalanacağını açıklığa kavuşturmuştur; TGI Paris, 25.11.2004, LawLex200500004045 ve LawLex 2000500004026JBJ, **Vogel/Vogel**'den naklen, Droit de La Distribution Automobile II, s.19, dpn.12

⁵⁰⁶ Volkswagen ve Mercedes olayı; Brochure Explicative du Règlement 1400/2002, s. 11, 30, 36

⁵⁰⁷ Açıklayıcı broşür Soru 17

⁵⁰⁸ 2790/99 m. 2/5

⁵⁰⁹ **Arhel**, 104 Questions/Réponses, s.22; **Aurélien Condomines**, s.2

kapsamına alınması beklenemez. Muafiyet, sadece belirlenmiş kategoriye dahil anlaşmalara uygulansa da, gerekli tüm koşullara cevap vermeyen sözleşmeler muafiyet kapsamı dışındadır⁵¹⁰. Grup muafiyet tüzüğü, bir sözleşme içeriğini ve hükümlerinin geçerliliğini doğrudan etkileyecek yasaklayıcı düzenlemeler getirmez. Grup muafiyet tüzüğü sadece, bazı şartların yerine getirilmesi şartı ile sözleşme hükümlerinin, RA 81. madde, 1. ve 2. paragraflarının getirdiği yasaklamadan sıyrılabilmesini sağlar⁵¹¹. Dolayısıyla, grup muafiyetine dahil olmayan bir sözleşmenin batıl addedileceği sonucu çıkarılmamalıdır; zira, bu kararı verecek kurum, ulusal mahkemelerdir⁵¹².

3. Muafiyetin Geri Alınması

1400/2002 sayılı Tüzük, Komisyon'a bu tüzüğün işleyişini gözetleme yetkisi tanımıştır⁵¹³. Böylelikle sektördeki rekabetin gelişmesini ve üye ülkeler arasındaki fiyat farklılığındaki değişimleri, ayrıca teşebbüsler arasındaki yoğunlaşmaların düzeyini gözlemleyebilir. 2790/99 sayılı Tüzük, Komisyon'a aynı türden yetkiyi, otomotiv sektöründeki aktörler arasındaki dikey anlaşmalar hariç diğer tüm dikey anlaşmalar için tanımıştır⁵¹⁴.

Bu gözlemlerden, muafiyet kapsamındaki anlaşmaların rekabet üzerinde olumsuz etkileri olduğu ve RA'nın 81/3. maddesindeki koşullarla uyumsuz olduğu anlaşılırsa Komisyon, muafiyetin geri alınmasını kararlaştırabilir⁵¹⁵. Komisyon bu yetkisini: malların yeniden satış fiyatları ve şartlarında ayrımcılık yapılması; sağlayıcı tarafından temin edilen malların fiyat ve koşulları arasında büyük farklılık olması; sağlayıcı pazarda etkin bir rekabetle karşılaşmadığından rekabetin ilgili pazarda sınırlanması; benzer nitelikteki dikey sınırlamaların oluşturduğu paralel ağların kümülatif etkisi sonucu ilgili pazara girişin ya da rekabetin hissedilir derecede sınırlanması hallerinde kullanır⁵¹⁶.

⁵¹⁰ CJCE, 13.06.1966, *Italie c./ Conseil et Commission*, Aff. 32/65, Rec.1966, s.563

⁵¹¹ CJCE, 18.12.1986, *VAG France c/ Magne*, Aff. 10/86, Rec. 1986, s.4071; CJCE, 30.03.1998, *Cabour SA et Nord Distribution Automobile SA c/Arnor "SOCO" SARL*, Aff. C-230/96, Rec.1998 I, s.2055

⁵¹² **Maularie-Vignal**, *Présentation et Commentaire*, s. 3-4

⁵¹³ 1400/2002 m.11; **Bourgeon**, *Quel Avenir?*, s.38

⁵¹⁴ 2790/99 m.6; **Arhel**, *104 Questions/Réponses*, s.24

⁵¹⁵ 1400/2002 m.6

⁵¹⁶ Bu hipotezler 2790/99 sayılı Tüzük'ten ve 1475/95 sayılı Tüzük'ten ilham alan 1400/2002 sayılı Tüzük'te aynen mevcuttur.

Sözleşmenin değerlendirileceği ekonomik ve yargısal çerçeveyi, benzer sözleşmelerin oluşturduğu kümülatif etki belirler⁵¹⁷. Herhangi bir dikey sözleşmenin rekabeti sınırlayıcı olup olmadığı, diğer teşebbüsler arasındaki benzer nitelikteki sözleşmelerin⁵¹⁸ incelenmesiyle belirlenmelidir. Benzer ağların varlığı, doğrudan, RA'nın 81/1. maddesi ile uyuşmayan bir rekabete aykırılığın olduğu anlamını taşımaz. Bu yargıya ancak, ilgili pazarda, yeni bir rakibin pazara girişinin engellendiği global bir rekabet kısıtlaması mevcutsa varılır. Diğer bir deyişle, dikey anlaşma hissedilir, belirgin bir şekilde pazarın kapanmasına neden olmalıdır⁵¹⁹.

Komisyonun muafiyeti geri alma yetkisi, sağlayıcıların rekabet karşıtı anlaşmaları dayatmamaları için bir tehdit mekanizması niteliğindedir⁵²⁰. Bu mekanizmanın etkisinden şüphe duyanlar⁵²¹, bunun bir önceki Tüzükte de düzenlenmesine rağmen şimdiye kadar hiç kullanılmadığını, bunun tek açıklamasının da mekanizmanın pek cezbedici bir karakteri olmadığı savını ortaya atmışlardır.

1400/2002 sayılı Tüzük, yetkili makamlar tarafından muafiyetin geri alınması hükmünü düzenlerken 2790/99 sayılı Tüzüğü örnek almıştır⁵²². Dolayısıyla, her iki tüzükte de muafiyetin geri alınmasının şartları ve geri almanın sonuçları birebir aynıdır.

Komisyon'un RA 81. ve 82. maddelerinin uygulanmasındaki yetkilerini düzenleyen 17/62 sayılı Tüzüğün yerini alan 1/2003 sayılı Tüzüğün⁵²³ de aynı politikayı koruduğunu görüyoruz. Söz konusu Tüzük 40. maddeye göre, dikey anlaşma Topluluk üyesi devletin tümü ya da bir parçası üzerinde rekabet aykırı etkiler doğuruyorsa ve ilgili toprak ayrı bir coğrafi Pazar olarak değerlendirilebiliyorsa⁵²⁴, muafiyet ulusal makam tarafından da geri alınabilir.

⁵¹⁷ CJCE, 12.12.1967, SA Brasserie De Haecht c./Consort Wilkin-Janssen, Aff.23/67, Rec.1967, s.525

⁵¹⁸ örneğin bira temini ile benzin dağıtımını farklı teşebbüslerin benzer nitelikteki sözleşmeleri ile sağlar.

⁵¹⁹ CJCE, 28.02.1991, Stergios Delimitis c./ Henninger Braeu AG, Aff. C-234/89, Rec.1991, I, s.935

⁵²⁰ **Maularie-Vignal**, Présentation et Commentaire, s.4 ; **Thouvenin /Aubanel**, Le Nouveau Règlement, s. 604

⁵²¹ **Fourgoux/Vilmart**, Arbitrage, s. 41

⁵²² 1400/2002, m.6/2; Lignes Directrices sur Les Restrictions Verticales, s.1-44, 71 ve 79. paragraflar arası

⁵²³ Council Regulation (EC) No 1/2003 of 16 December 2002 on the implementation of the rules on competition laid down in Articles 81 and 82 of the Treaty, OJ L1, 4.1.03, s.1

⁵²⁴ Bu çözüm eleştirilebilir, **Vogel**, De Quelques Questions, s. 27

4. Muafiyetin Uygulanmaması

Benzer nitelikteki dikey anlaşmaların oluşturduğu paralel ağların, ilgili pazarın % 50'sini kapsamaması halinde, Komisyon, çıkaracağı bir tüzük ile Tüzüğün uygulanmamasına karar verebilir⁵²⁵. Söz konusu dikey anlaşmalar pazarda aynı etkilere haiz kısıtlamalar doğuruyorlar ise benzer nitelikte kabul edilirler⁵²⁶

1400/2002 sayılı Tüzük 2790/99 sayılı Tüzükten farklı olarak bir senelik bir geçiş süresi öngörmüştür. Açıklayıcı broşürde belirtildiği üzere, %50'lik eşiğe ulaşılsa bile Komisyon bu uygulamaya başvurmakla yükümlü değildir⁵²⁷; Tüzük komisyona sadece muafiyeti geri alabilme yetkisi tanımıştır.

D. Aynı Tarihte Yürürlükten Kalkma

2790/99 sayılı Tüzük gibi, 1400/2002 sayılı Tüzük de 2010 senesinde yürürlükten kalkacaktır⁵²⁸. Esasen, 2010 senesi ortak rekabet hukuku için adeta bir kesişme noktasıdır. Bu tarihte yürürlükten kalkacak diğer tüzükler; 2658/2000 sayılı Uzmanlaşma Anlaşmaları Kategorilerine Anlaşmanın 81(3) maddesinin Uygulanması Hakkında Tüzük, 2659/2000 sayılı Araştırma ve Geliştirme Anlaşmaları Kategorilerine Anlaşmanın 81(3) maddesinin Uygulanması Hakkında Tüzük ve 358/2003 sayılı Sigorta Sektöründeki Belirli Anlaşma, Karar ve Uyumlu Eylemler Kategorilerine Anlaşmanın 81(3) maddesinin Uygulanması Hakkında Tüzük'tür.

1400/2002 sayılı Tüzüğün de yerini aldığı bir önceki tüzük gibi 7 sene yürürlükte kalacağı görülür. Bu süre, kendine has özelliğe sahip otomotiv sektöründeki rekabet şartlarının gelişimini değerlendirmek için yeterlidir.

⁵²⁵ 1400/2002 m.7; 2790/99 m. 8

⁵²⁶ Middleton, s.7

⁵²⁷ Açıklayıcı broşür Soru:19; Arhel, 104 Questions/Réponses, s.24; Poillot-Peruzetto, s. 760

⁵²⁸ 1400/2002 m.12/3; 2790/99 m. 13/3

Altıncı Bölüm

1400/2002 SAYILI TÜZÜK REFORMLARI

Çalışmamızın bu kısmında, son Tüzüğün motorlu taşıt dağıtım ve servis ağının yapısında hissedilir derecede değişime neden olan reform niteliğinde kabul edebileceğimiz değişiklikleri aktarmaya çalışacağız.

1400/2002 sayılı Tüzük ile getirilen düzenlemeler, Komisyon'un rekabet politikasını sürdürmek uğruna yetkilerini aştığı, adeta "rekabet polisi" gibi hareket ettiği iddialarını⁵²⁹ doğrulamıştır. İddialara göre, Komisyon önce yarı resmi şekilde düzenlediği tüzük projesini tüm Avrupa devletlerine sunmuş, daha sonra önemli hiçbir değişiklik yapmadan Tüzüğü üye ülkelere adeta dayatmıştır. Gecikmeli de olsa yayınladığı açıklayıcı broşürü hazırlık aşamalarında da ne Komite'den ne Parlamento'dan hiçbir danışma, istişare desteği almamıştır. Bu şekilde bir tüzük düzenlemesi hukuki yönden son derece hatalı bulunmuştur.

Getirilen düzenlemelere yöneltilen eleştiriler belli başlı noktalarda toplanmıştır. Örneğin, dağıtıcıya tanınan Pazar'da yayılma hakkı ve çok markalı satış hakkı önemli finans kaynaklarını getirdiğinden bu haklardan çok az dağıtıcı faydalanabilecektir⁵³⁰. Diğer eleştiriler; yoğunlaşmaların artması ile küçük garajların ortadan kalkacağı, hatta bazılarının üreticiler tarafından satın alınacakları; verilen hizmetlerin kalitesinde düşüş yaşanacağı noktalarında yoğunlaşmıştır. Bu türden eleştirilere çalışmamızda yeri geldiğinde değineceğiz.

⁵²⁹ **Maularie-Vignal**, Présentation et Commentaire, s.4 ; **Vogel**, Faux Débats, s. 15; **Vogel**, De Quelques Questions, s. 14-15; **Vogel/Vogel**, Quelles Améliorations?, s. 761-762 ; **Creda**, Enjeux et Perspectives, s.4; **Dubois**, s. 17, s.96

⁵³⁰ **Toru Ide**, Cohabitation du Concessionnaire Virtuel, s.7; **Vogel/Vogel**, Droit de La Distribution Automobile II, s.103; **Le Tourneau**, Les Contrats de Consession, s. 131

I. SEKTÖRÜN YENİDEN YAPILANDIRILMASI

A. Tüzüğün Uygulama Alanının Genişletilmesi

Son Tüzüğün uygulama alanı, bir öncekine oranla daha geniştir⁵³¹. Eski Tüzük sadece iki teşebbüsün taraf olduğu dağıtım anlaşmalarına uygulanmakta, sadece yeni taşıtların yeniden satımı koşullarını kapsamaktaydı⁵³². Buna karşın son Tüzük, 2 veya 2'den fazla teşebbüs arasındaki dikey anlaşmalara uygulanmakta; yedek parçaların veya bakım ve onarım hizmetlerinin alımı, satımı ve yeniden satımı koşulları ile ilgili dikey anlaşmaları kapsamaktadır⁵³³. Tahmin edileceği üzere, yeni motorlu taşıt dağıtımı, yedek parçaların dağıtımı ve satış sonrası hizmetlerini, bu faaliyetler ister tek bir sözleşmede ister birden fazla sözleşmede ayrı ayrı düzenlensin son Tüzük kapsamında değerlendirilecektir.

Yeni motorlu taşıt, her iki tüzükte de aynı biçimde “..karayollarında kullanım amaçlı, üç veya daha fazla tekerlekli kendinden hareketli taşıt araçları” şeklinde tanımlanmıştır⁵³⁴. Motor, motosiklet 2 tekerlekli olduğundan; traktörler ve şantiye araçları karayollarında kullanım için tasarlanmadıklarından⁵³⁵ Tüzük kapsamı dışındadır. “Treyler”, traktör ya da kamyonlara yük taşımalarını sağlamak amacıyla takılan araç olarak tanımlanmıştır. Bu nedenle, treyler ve buna ilişkin yedek parçalar ve ekipmanlar yine Tüzük kapsamı dışındadır⁵³⁶. Buna karşılık kişisel araçlar, 3,5 tonun altındaki hafif ticari araçlar, kamyon ve otobüsler Tüzükle düzenlenen grup muafiyetinden faydalanır.

Tüzüğün bu geniş uygulama alanı, özellikle hukuki belirsizliklere neden olacağı ve dikey anlaşmalara uygulanan genel rekabet hukukunun uygulamasını daraltacağı gerekçeleriyle eleştirilere uğramıştır⁵³⁷.

⁵³¹ Poillot-Peruzetto, s.762; Vogel/Vogel, Quelles Améliorations?, s. 761; Vogel, De Quelques Questions, s. 14

⁵³² 1475/95 m.1

⁵³³ 1400/2002 m.1/1 c ve 2/1

⁵³⁴ 1400/2002 m. 1/1 n; 1475/95 m.10/4

⁵³⁵ Traktör arazide gitmek için tasarlanmış olup geniş çapta hareket etmeye elverişli değildir, IP (90) 917; Brochure Explicative s.16; TPICE, 13.01.2004, Aff.T-67-01, LawLex2004000070JBJ, point 163, Vogel/Vogel'den naklen, Droit de La Distribution Automobile II, s.85, dnp. 179

⁵³⁶ Rekabet Kurulu Kararı, 01-15/139-34, Karar Tarihi:03.04.2001

⁵³⁷ Müşteri çevresinin özel bir korumaya ihtiyaç duymadığı ticari araçların neden aynen tarım araçları

Tüzüğün uygulama alanının genişletilmesi, Komisyon'a satış ve satış sonrası servis arasındaki bağı kesme fırsatı vermiştir⁵³⁸.

B. Satış ve Satış Sonrası Servis Arasındaki Bağın Çözülmesi

Son Tüzükteki en radikal değişikliklerinden biri, 1475/95 sayılı Tüzükteki düzenlemenin⁵³⁹ aksine, dağıtıcının artık satış sonrası servis sağlama yükümlülüğünün olmamasıdır⁵⁴⁰.

Birleşik Krallıkta, seçici münhasır dağıtım sistemini uygulamayan, satışları sadece kendine bağlı tali noktalardan gerçekleştiren Daewoo, satış sonrası hizmetleri alt servislere gördürerek kısa sürede pazarda önemli bir paya sahip olmuştur. Satış ve satış sonrası servis ayrımının mümkün olduğu, ayrıca bu ayrımın, pazara yeni girecek aktörlere zaman kazandırdığı Daewoo tarafından kanıtlanmıştır⁵⁴¹.

Dağıtıcı, artık dilediği takdirde bir yetkili servis ile alt sözleşme imzalayabilir; ancak, satıştan sonra müşteriye bu yetkili servis hakkında bilgilendirmekle yükümlüdür⁵⁴².

Komisyon'un satış ve servis arasındaki bağı çözmekteki amacı esasen, alternatif dağıtım kanallarını desteklemek ve taşıtların bu kanallar aracılığı ile satılmasının canlandırılmaktır⁵⁴³. Zira, Avrupalı tüketici, motorlu taşıtları alternatif dağıtım kanalları vasıtası ile satın almakta tereddüt etmektedir.

Kanımızca, yetkili servis adı altında yeni bir aktörün doğmasının üretici açısından en büyük dezavantajı yetkili servisin sayısını ve faaliyet yerini (atölye) sınırlayamaması, böylelikle ağ içindeki servis kalitesinin bozulma riskidir⁵⁴⁴. Söz konusu reforma

gibi 2790/99 sayılı Tüzük kapsamına alınmadığı anlaşılmalıdır, bkz. **Pierre Arhel**, "Le Futur Règlement Automobile", Lamy Droit Economique, Avril 2002, N. 150, s.1; aynı görüş için bkz. **Vogel/Vogel**, Quelles Améliorations?, s. 761; **Vogel**, De Quelques Questions, s. 14

⁵³⁸ **Vogel/Vogel**, Quelles Améliorations?, s. 761; **Vogel**, De Quelques Questions, s.17

⁵³⁹ 1475/95 gerekçe 4, m.4/1 e, 5/1 (1) a

⁵⁴⁰ 1400/2002 gerekçe 21, 22, m. 4/1 g ve h

⁵⁴¹ bkz. **Kniebihler/Chieux**, s.293; **CC 2000**, New Cars, Appendix 6.27, s.170

⁵⁴² 1400/2002 gerekçe 21, m.4/1 g

⁵⁴³ **Chantre**, Quelle Place Pour Le Distributeur Automobile?, s.21

⁵⁴⁴ aynı görüş için bkz. **Vogel/ Vogel**, Quelles Améliorations?, s. 762; **Vogel**, De Quelques Questions, s.23;

Lademann&Partner, http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/distribution/eval_reg_1475_95/studies/customer_preferences.pdf; Etude Andersen

getirilen bir diğer eleştiri de, yetkili servislerin “lokal servisler monopolü” yaratarak tüketicilere kendi fiyatlarını dayatmaları riskidir⁵⁴⁵.

Yetkili servis adı altında yeni aktörler ile bağımsız servisler arasında rekabet yarışı başlayacak, dolayısıyla yedek parça pazarı liberalleşecektir.

Bu değişikliğin yetkili dağıtıcılar açısından büyük bir avantajı vardır; dağıtım sözleşmeleri sona ermiş veya feshedilmiş yetkili dağıtıcılar, gerekli kriterleri taşımaları suretiyle artık yetkili servis olarak faaliyet gösterebileceklerdir⁵⁴⁶.

Söz konusu Tüzük düzenlemesi ile birbirinden bağımsız satış (motorlu taşıt dağıtım), satış sonrası bakım ve onarım ve yedek parça pazarı olmak üzere 3 Pazar oluşturulmuştur. Farklı 3 pazarın oluşturulması, bunların her birinin hiçbir engelle karşılaşmadan 2790/99 sayılı dikey anlaşmalara özgü grup muafiyet tüzüğüne uygulanma alanına girebileceği⁵⁴⁷ yorumunu getirmiştir. Bu görüşe göre, satış ve satış sonrası servis bağının varlığı, otomotiv sektörünün, genel dikey anlaşmalara ilişkin 2790/99 sayılı Tüzük kapsamında değerlendirilmesi için bir engel teşkil etmekteydi. Faaliyet alanlarına göre sektörün kendi içinde bölünmesi⁵⁴⁸, diğer bir deyişle dağıtım zincirinin dikey parçalanması ve her bir parçaya getirilen yeni rekabet kuralları artık bu sektörün de söz konusu Tüzüğün kapsamına dahil olacağı izlenimi yaratmaktadır.

Bir başka görüş, satış ve satış sonrası servis bağının bozulmasının seçici ve münhasır dağıtım sistemi birlikteliğini de gereksiz kıldığını, dolayısıyla bu iki dağıtım sisteminden birini seçme zorunluluğu getirildiğini belirtmiştir. Motorlu taşıtlara özgü grup muafiyetinin düzenlenmesinin nedeni, seçici ve münhasır dağıtım sayesinde satış stratejileri geliştirilebilecek, kendine has bir ürün olan motorlu taşıtların satış sonrası servislerinde kalitenin ve güvenliğin sağlanacak olmasıdır. Her iki birlikteliliğe son verilmesi, artık otomotiv sektörüne özgü grup muafiyet tüzüğüne var olma nedenini ortadan kaldırmaktadır⁵⁴⁹.

⁵⁴⁵ **Chantre**, *Quelle Place Pour Le Distributeur Automobile?*, s.21

⁵⁴⁶ **Van Ginderachter**, *Le Règlement 1400/2002 d'Exemption Par Catégorie*, s.10

⁵⁴⁷ **Poillot-Peruzetto**, s. 764

⁵⁴⁸ Pazar payları söz konusu 3 pazarda da farklı hesaplanacaktır; 1400/2002 m.8

⁵⁴⁹ **Kniebihler/Chieux**, s.52

C. Otomobil Üreticilerinin ve Sağlayıcılarının Dağıtım Ağı Üzerindeki Yetkilerinin Zayıflatılması⁵⁵⁰

1. Sağlayıcıların Seçici Dağıtım ya da Münhasır Dağıtım Sistemlerinden Birini Seçme Zorunluluğu

Seçici dağıtım ve münhasır dağıtım birlikteliğinin esas amacı, motorlu taşıt üreticilerinin ufak çapta ve kendi işine yoğunlaşmış, tüm gerekli niteliklere ve uzmanlığa sahip dağıtıcılar ile tüketiciye en yüksek kalitede hizmetin sağlanması⁵⁵¹ olarak özetlenebilir. Çalışmamızda önceden de vurguladığımız üzere, müşterinin sadakatini korumaya odaklanan sağlayıcı, satışta olduğu kadar bakım-onarım faaliyetleri için de deneyimli, işinde uzman aktörlerle çalışmayı tercih etmekte, Birliğin içinde birden fazla noktaya yüksek kalitede hizmet sunarak müşterinin beklentilerine cevap vermeyi hedeflemektedir. Üretici sadece belirli profesyonel ve teknik niteliklere haiz dağıtıcıları ağına dahil etmek istemekte, özellikle bölge sınırlamaları getirerek ya da ağ dışındaki toptancı ya da perakendeci gibi aktörlere satışları engelleyerek kendi ağını kontrol etmektedir. Seçici münhasır dağıtım sistemine dahil dağıtıcı ise kendisine sağlanan inhisari bölgede yaptığı yatırımları garanti altına almaktadır⁵⁵².

Belirtmeliyiz ki, 2790/99 sayılı Tüzük, aktif satışları önemli ölçüde kısıtlayan seçici ve münhasır dağıtım sistemi birlikteliğini muafiyet kapsamına sokmamaktadır⁵⁵³. Söz konusu birliktelik son Tüzük düzenlemesine kadar sadece motorlu taşıtlar sektöründe görülmekteydi.

⁵⁵⁰ Tüzüğe de yanzıyan son reformun amacı üreticilerin haklarını ve dağıtım ağı üzerindeki hükümdarlığını sınırlamaktır. Bu konuda bkz. **Vogel/Vogel**, Who Will Be In The Driver's Seat?, s. 788 ; **Thouvenin/Aubanel**, Le Nouveau Règlement, s.600; **Arhel**, Adaptation d'Un Nouveau Règlement, s. 14

⁵⁵¹ **Middleton**, s.4; ECJ in Case C-230/96 Cabour SA et Nord Distribution Automobile SA/Arnor "Soco" SARL, Rec. 1998 I, s. 2055; **Dudenhöffer**, s. 4; **Goyer**, La Vente des Automobiles Après 2002, s. 2

⁵⁵² **Chantre**, Quelle Place Pour Le Distributeur Automobile?, s.5

⁵⁵³ **Korah Valentine**, "The Future of Vertical Agreements under E.C. Competition Law", ECLR 1998, s. 509

Eski Tüzük düzenlemesine göre, sağlayıcılar her iki dağıtım sistemini birleştirerek her ikisinin de kendileri için en avantajlı düzenlemelerini dağıtıcıya dayatmaktaydılar⁵⁵⁴. Bu sistem kaldırılarak bunlardan sadece birini seçme zorunluluğu getirilmiştir. Sağlayıcı değişik pazarlarda değişik dağıtım sistemlerini benimseyebilir⁵⁵⁵.

Gerek satışta gerek satış sonrası serviste, sektördeki sağlayıcıların neredeyse tamamının, ağ dışındaki operatörlere satışın kısıtlandığı seçici dağıtım sistemini tercih ettikleri görülmektedir⁵⁵⁶. Bu nedenle, seçici ve münhasır dağıtım sistemi birlikteliğinin daha etkili kontrol edilmesi veya geliştirilmesi yerine tamamen ortadan kaldırılması eleştirilmiş, getirilen yeni sistemin tekdüzeliğe sebep olduğu belirtilmiştir⁵⁵⁷.

Son Tüzüğe göre, sağlayıcılar seçici ya da münhasır dağıtım sistemlerini kendi isteklerine göre seçmemekte, sahip oldukları Pazar paylarına uygun sistemi seçmeye zorlanmaktadırlar. Niceliksel seçici dağıtım için %40, münhasır dağıtım sistemi için ise %30 eşikleri belirlenmiştir.

Münhasır dağıtım sisteminin, ortak pazarda bölge sınırlamalarının kaldırılmasını amaçlayan rekabet politikası ile ters düştüğü⁵⁵⁸, dolayısıyla gerek münhasır dağıtım sisteminin gerek niceliksel seçici dağıtım sisteminin Komisyon tarafından desteklenmediğini söyleyebiliriz.

Niteliksel seçici dağıtım sistemi söz konusu olduğunda, motorlu taşıt, yedek parça ve servis sağlayıcılarına herhangi bir eşik sınırı getirilmediğinden bahsetmiştik. Dolayısıyla, söz konusu sağlayıcılar, Komisyonun, marka içi rekabeti canlandırdığı için son derece olumlu baktığı niteliksel seçici dağıtım sistemini hem satış hem satış sonrası servis hem de yedek parça satışında benimseyebilirler⁵⁵⁹.

⁵⁵⁴ 1475/95 gerekçe 4; **Thouvenin /Aubanel**, Le Nouveau Règlement, s. 601

⁵⁵⁵ **Fourgoux/Vilmart**, Arbitrage, s. 40; **Malaurie-Vignal/ Makhlof**, Synthèse du Règlement d'Exemption, s.7

⁵⁵⁶ **Vogel/ Vogel**, Droit de La Distribution Automobile II, s.18; **Jean-Louis Fourgoux**, Rapports Constructeurs-Distributeur Automobiles, s. 77

⁵⁵⁷ **Goyer**, La Réforme de L'Exemption, s. 22

⁵⁵⁸ **Thouvenin /Aubanel**, Le Nouveau Règlement, s. 601 ; **Gerard**, Regulated Competition In The Automobile Distribution Sector, s.528

⁵⁵⁹ **Giroudet-Demay**, Incidences du Règlement, s. 15 ; **Vogel/Vogel**, Who Will Be In The Driver's Seat?, s. 788 ; **Aronica**, Le Contenu du Règlement, s.21 ; **Vogel**, De Quelques Questions, s.22; **Blaise J-B./ Idot L.**, "Exemption Par Catégorie:Nouveau Règlement Automobile", Europe, Octobre-Décembre 2003, N.4, s.710

2. Yayılma Klozu (clause d'essaimage)

Bu konu üzerine polemikler, daha “yerleşke hükmünün”⁵⁶⁰ ortadan kaldırılmasını öngören son Tüzüğün projesi sırasında başlamıştır⁵⁶¹. Komisyon, ülkeler arası motorlu taşıtlar arasındaki fiyat farkından esasen yerleşke hükmünü sorumlu tutmuş, bu hükmün ortadan kaldırılması ile rekabetin canlanacağını ümit etmiştir.

Komisyon, yetkili dağıtıcı ve yetkili servislere Birlik içinde ek tesis açma hakkı tanıyarak onları, potansiyel müşterilerin mevcut olduğu alanlara tesis kurmaya teşvik etmiştir. Bu ek tesisi, kendi ülkelerindeki ilk tesis yerlerini kapatmamak şartı ile açabilirler.

Bu kloz, ekonomik güce sahip mega-dealer’ların, Birlik içinde pek çok yerde ekonomik sıkıntı içinde olan orta çaplı dağıtıcıları birleşme veya devralma ile kendisine bağlayarak ya da yeni satış noktaları açarak yayılmasını teşvik edecektir; dolayısıyla çok markalı satışları da tetikleyecektir⁵⁶².

Motorlu taşıt üreticileri, Tüzük projesine bu kadar iyimser bakmamaktadırlar. Üreticileri temsil eden CECRA ve Fransa’da CNPA gibi organizasyonlar⁵⁶³, yerleşke hükmünün kalkması ile, her ülkenin farklı vergi seviyeleri olmasına rağmen, tüm ülkelerde fiyatları aynı düzeye getirmeye zorlanacakları konusunda endişe duymaktadırlar. Ayrıca, seçici dağıtım ağına dahil dağıtıcıların Birlik içinde çeşitli tesis yerleri açması ile sağlayıcının dağıtım ağı içindeki organizasyonu darmadağın olacaktır. Buna ek olarak, sağlayıcının ağ üzerindeki denetim kontrolünü kaybetmesi ile kalite seviyesi düşecek, örneğin dağıtıcı, satış noktası yerine daha yumuşak niteliksel kriterler gerektiren teslimat noktası açarak buraları gizlice satış noktasına çevirebilecektir⁵⁶⁴. Teslimat noktasının satış noktasına dönüşmediğinin kontrolü son derece zor olacaktır.

⁵⁶⁰ clause de localisation

⁵⁶¹ projet du règlement concernant l’application de l’article 81, paragraphe 3; JOCE C. 67, 16.03.2002

⁵⁶² **Clark John**, “New Rules for Motor Vehicle Distribution and Servicing”, Competition Policy Newsletter, N.3, October 2002, s.4; **Jean Louis Fourgoux**, Rapports Constructeurs-Distributeurs Automobiles, s. 77; **Marques**, Les Nouveaux Canaux de Distribution, s.50

⁵⁶³ **ACEA**, Great Concern, s.2; **J.-P. Genet**, “Les Concessionnaires Européens Ne Veulent Pas d’Essaimage”, L’Argus, s.1

⁵⁶⁴ **Vogel**, Faux Débats, s. 18; **Vogel**, De Quelques Questions, s. 24; **Vogel**, La Distribution Automobile à L’Epreuve de Son Nouveau Règlement, s.2

Bir endişe⁵⁶⁵, yetkili dağıtıcıların sayısına sınırlama getiren niceliksel seçici dağıtım sistemi ile satış noktalarının Birlik içinde yayılmasını teşvik eden yayılma klozunun bir arada bulunamayacağı üzerinedir.

Avrupa Parlamentosu böyle bir klozun getirilmesine şüpheli bakmaktaydı. Sonunda, iktisadi ve parasal işler Komisyonu, bu düzenlemenin 1 Ekim 2005 tarihinde uygulanmaya başlanmasının daha doğru olacağını, böyle bir yeniliğe motorlu taşıt üreticilerinin adapte olmaları için zaman gerektiğini belirtmiştir. 30 Mayıs 2002 tarihinde, Parlamento Tüzük projesini, söz konusu klozun 2005 senesinde yürürlüğe girmesi şartı ile uygulamaya koymuştur.

Ortak çözüm yolu olarak⁵⁶⁶, kişisel taşıtlar ve hafif ticari taşıtların dağıtımını ve yedek parça satışlarında sözleşmeye yerleşke hükmü getirilemeyeceği, fakat kamyon ve otobüs dağıtımını söz konusu olduğunda (yedek parça satışları hariç) sağlayıcı tarafından bu hükme başvurulabileceği kabul edilmiştir.

Yayılma klozu, Parlamento'nun tavsiye ettiği gibi 3 senelik bir geçiş döneminden sonra yani 2005 tarihinde yürürlüğe konmuştur.

Yerleşke hükmünün ortadan kaldırılması yerine, Tüzüğün getirdiği yeni düzenlemelerin Birlik üyesi ülkelerdeki fiyatlar üzerindeki etkilerinin incelenmesi amacıyla en azından 2 senelik bir gözlem süresi getirilmesi daha uzlaşmacı bir yol olabilirdi⁵⁶⁷.

Bazı yazarlara göre⁵⁶⁸, yayılma klozunun dağıtım ağını bozucu etkisi, rekabeti artırıcı etkisine oranla daha fazladır. Dağıtım ağının yerle bir olmasının ciddi sonuçları olacaktır; pek çok teşebbüsün ayakta kalamaması ile çalışanları işsiz kalacak, Avrupa motorlu taşıt üreticileri üçüncü ülke üreticileri karşısında güçsüzleşecektir. Buna ek olarak, yerleşke hükmünün ortadan kaldırılması sonucu Birlik içinde satış ve teslimat noktaları açma hakkı olan dağıtıcı buralarda en çok talepte olan araçları sergileyecek, arza sunulan ürün çeşitliliğinde daralma olacaktır. Bu dağıtıcının daha büyük ve güçlü bir dağıtıcı tarafından satın alınması ile bu

⁵⁶⁵ Dubois, s 138

⁵⁶⁶ Arhel, Le Futur Règlement Automobile, s.3

⁵⁶⁷ Bourgeon, Quel Avenir?, s. 36

⁵⁶⁸ Vogel/Vogel, Quelles Améliorations?, s.762; Vogel/Vogel, Who Will Be In The Driver's Seat?, s. 790 ; Bourgeon, Quel Avenir?, s.35; Bourgeon, Point de Vue des Concessionnaires, s.10; Bourgeon, "Nouveau Règlement:Où En Est-On?", Supplément Europe, N. 1217, Auto Infos, 20.05.2005, s.10

tehlike her tarafa yayılacaktır.

Ayrıca coğrafi bir karışıklığa, yol açacağı da savunulmuştur⁵⁶⁹. Kar edemeyen ve ayakta kalma korkusu içindeki yetkili dağıtıcıların faaliyet bölgelerini değiştirmeye yönelik her türlü eğilimlerine hazırlıklı olunmalıdır. Yine, yetkili servislerin kar getirecek özellikle büyük şehirlerin etrafında kümelenmeleri riski mevcuttur⁵⁷⁰.

Özellikle taşra bölgelerinde, tüketicilerin araç satın almak, aracın bakım ve onarımını gerçekleştirmek için bir hayli yol kat edecekleri riskine karşı, tüketicilere, makul mesafede mevcut bir yetkili servisin faaliyette olacağı garantisini verilmesi gerektiği kanısındayız.

3. Seçici Dağıtım Sistemine Dahil Dağıtıcılar Arasında Çapraz Tedarik İmkani

1475/95 sayılı Tüzük, sağlayıcı tarafından yetkili dağıtıcıya getirilen “*anlaşma bölgesi dışında anlaşma konusu malların dağıtımı için şube veya dağıtım depoları açmama veya bunların pazarlanmasına ilişkin aktif faaliyetlerde bulunmama veya bunların dağıtım ve servisine ilişkin olarak 3. kişilere yetki vermeme*” yükümlülüğünün muafiyeti düşürmeyeceğini düzenlemiştir. Bu kısıtlamaya karşın, Tüzükte, tüketicilerin, yetkili araçların veya satıcıların anlaşma konusu malları veya servisleri sistem içinde diledikleri teşebbüsten elde etme serbestisinin kısıtlanamayacağını, aksi halde muafiyetin düşeceğini vurgulamıştır.

Yukarıda da görüldüğü üzere, 95 sayılı Tüzüğün çapraz tedarik imkanını, yani malların sadece sağlayıcıdan değil fakat dağıtım ağına dahil diğer yetkili servislerden de tedarik edilmesi imkanını sağladığı, fakat bu tedarikçilerin ülkeler arası olamayacağını, zira son Tüzüğün üye ülkelerden herhangi birinde ek tesis açma hakkının 95 sayılı Tüzükte düzenlenmediği yorumunu yapmak yanlış olmayacaktır.

Seçici dağıtım ağına dahil bir dağıtıcının ağına dahil yetkili satıcılara çapraz ürün tedarik edebilmesi ile dağıtıcıyı üreticiye bağlayan bağ oldukça inceltmiş⁵⁷¹, üreticinin hakimiyetinin azalması ile ticari ilişkiler ve dağıtım ilişkileri baştan aşağı

⁵⁶⁹ Vogel/Vogel, Who Will Be In The Driver's Seat?, s. 790

⁵⁷⁰ ACEA, Great Concern, s.2

⁵⁷¹ Singleton Susan, “In Focus: The New Distribution Agreements Regulation and Consumers”, Consumer Law Today, CLT 23 2 (9), 01.02.2000, s.2; Whish, New Style Block Exemption, s. 916; John Clark, s.4

değişikliğe uğramıştır⁵⁷².

1400/2002 sayılı Tüzüğün reformlarından Birlik içinde ek tesis açarak hakkı ile, taşıtın daha ucuza satıldığı ülkedeki yetkili dağıtıcıdan mal temin eden dağıtıcı, bunu kendi ülkesindeki meslektaşlarından daha düşük fiyata satabilecektir. Bu satışı engelleme yetkileri olmayan bu ülkedeki diğer yetkili dağıtıcıların rekabet etmek için tek şansları taşıt fiyatlarını düşürmeleri olacaktır. Dolayısıyla, tüketici bu rekabetten karlı çıkacaktır.

Niceliksel seçici dağıtım ile getirilen satış hedefleri ve bonus sistemleri artık tüm Birlik toprağından daha ufak bölge bazında belirlenemeyecektir⁵⁷³. Söz konusu yasak ile, yoğun olarak yurtdışına ürün tedarik eden dağıtıcıların çapraz ürün tadariki önündeki engeller kaldırılmak istenmiştir⁵⁷⁴.

4. Hakların ve Yükümlülüklerin Aktarılması Serbestisi

Son Tüzük ile, sağlayıcı ile dağıtıcı veya yetkili servis arasında yapılan anlaşma ile, dikey anlaşmadan doğan hakların ve yükümlülüklerin, dağıtım sistemine dahil başka bir dağıtıcı ya da yetkili servise aktarılmasının, sözleşmede böyle bir hükme yer verilmesi şartı ile sağlayıcı tarafından kabul edilmesi zorunluluğu getirilmiştir⁵⁷⁵. Bu hüküm ile amaçlanan, başarılı yetkili satıcı ve servislerin yeni iş imkânları keşfetmelerine ve işlerini daha da büyüterek bağımsızlaşmalarına imkân tanımaktır⁵⁷⁶.

Bu serbesti, yoğunlaşmaların artması bir yana ağa yeni aktörlerin katılmasını sağlayacaktır. Artık üretici, dağıtım ağının tek sahibi değildir. Hak ve yükümlülüklerin aktarılmasına ses çıkaramayan üreticinin çıkarlarının zedeleneceği açıktır.

⁵⁷² “Bayi, BMW ürünlerini, serviste bakım ve onarım için kullanılacak tüm orijinal BMW parça ve aksesuarlarını, Borusan Otomotiv’den tayin etmeyi, doğrudan ve dolaylı olarak ithal etmemeyi ve başka hiçbir hakiki ve hükmi sahıstan satın almamayı kabul ve taahhüt eder” şeklindeki hüküm, Grup Muafiyeti Kapsamında Kalan Koşul ve Yükümlülükler başlıklı Tebliğ’in 7. maddesi c bendi kapsamında değerlendirilir...menfi tespit belgesi verilemeyeceği, ..bireysel muafiyet verilemeyeceği... Rekabet Kurulu Kararı, 01-04/24-6, Karar Tarihi:16.01.2001

⁵⁷³ 1992 senesinde İngiltere’de, sağlayıcıların dağıtıcılara uyguladıkları marj oranlarını %17’e düşürerek onlardan, bu farkı, bonuslarla desteklenecek satış hedefleri ile kapatmaları istenmiştir. Marj oranlarınının 1993 senesinde ise %13’e düştüğü görülmektedir, bkz. CC 2000, New Cars, Appendix 6,116, s.189

⁵⁷⁴ Brenkers/ Verboven, s. 6

⁵⁷⁵ 1400/2002 m. 3(3)

⁵⁷⁶ Gazioglu, s.40

5. Alternatif Dağıtım Kanalları

Avrupa Komisyonu son Tüzük reformları ile yetkili satıcıların motorlu taşıt üreticileri tarafından seçildiği, araçların da sadece üzerlerinde üreticilerin baskısı olan dağıtıcılar vasıtası ile satıldığı ve alındığı sert sisteme son vermek niyetindedir. Otomobil süpermarketleri ve İnternet üzerinden satışlar hayli tepki ve eleştiri çeken klasik dağıtım sistemi karşısında Komisyon'un da desteği ile büyük bir hızla artacak gibi durmaktadır.

a. İnternet Üzerinden Satış

Avrupa'da sürekli bir yükselişte olan yeni motorlu taşıt satışları 6 sene sonra, İspanya pazarı hariç, İtalya, Almanya, İngiltere, Fransa'da olduğu gibi pek çok Avrupa ülkesinde durgunlaşmaya başlamıştır⁵⁷⁷. Özellikle Fransa'da, 2001 senesinde yaşanan özel taşıtların tescilindeki canlılık geride kalmıştır. Renault, Peugeot ve Citroen gibi 3 ulusal markanın hakimiyetindeki⁵⁷⁸ Pazar, bu Fransız markaların satışlarındaki gerilemeden dolayı kan kaybetmektedir. Coğrafi limitler olmadan iletişim kurma ve bilgi toplamı fırsatı veren ve son 10 senede gitgide popülerite kazanan elektronik ticaretin, durgunlaşan motorlu taşıt pazarını canlandıracağı ümit edilmektedir.

Sanal ortamda müşterilerin araç satın almada tereddütleri yok değildir. Otomobil tüketicisinin otomobili seçmeden önce onu görme, dokunma, kalitesini ölçme ve deneme sürüşüne çıkma ihtiyaçları olduğu bir gerçektir. Fransa'da yapılan araştırmaya göre, deneme sürüşlerinin engellenmesi ya da bu fırsatın müşteriye tanınmaması müşterilerin %75'ini taşıt satın almaktan caydırmaktadır⁵⁷⁹. Ayrıca, müşteri aracı satın almadan pazarlık yapma fırsatından mahrum kalmak istemeyecektir⁵⁸⁰. Ayrıca satıcı ile aralarında yapılacak bir sözleşmenin eksikliği, müşteride, aracı teslim almada sorun yaşanacağı şüphesini yaratmaktadır. Diğer bir eksiklik de müşterinin araca dokunma, onu ellerinin altında hissetme, araçla empati

⁵⁷⁷ ACEA Economic Report, EU 15, June 2006,

http://www.acea.be/images/uploads/sp/ECONOMIC_REPORT_0606_Internet.pdf

⁵⁷⁸ Pazarın %60'ına sahiptirler.

⁵⁷⁹ İnternet kullanıcılarının %32'si sipariş ettikleri araçta hata olabileceği, %28'i de İnternetten yapılacak ödemenin güvenli olmadığı şüphesi ile İnternetten araç satın almayı tercih etmediklerini belirtmişlerdir., www.emapmedia.com

⁵⁸⁰ Ryan Orla, "Buying Cars On The Web", BBC News Online's, 23 February, 2001, <http://news.bbc.co.uk/2/low/business/1182917.stm>

kurma isteklerinin karşılanamayacak olmasıdır. Son olarak taşıt garantisi, aracı değiştirme talepleri, aracın teslim edilmesi, eklenecek vergiler etrafında yoğunlaşan birtakım endişeler Internet'ten araç satın alınmasının önündeki engellerdir.

Müşterinin satıcı ile iletişime geçmesi, araç satın alma aşamasında ona bir güven hissi yaratır. Tüketicinin %70'inin Internet üzerinde yeni modelleri incelemesine rağmen sadece %10'u markanın resmi sitesinden istediği aracın siparişini vermektedir⁵⁸¹.

Otomobil tüketicisi, bütçe, yaşam tarzı ve sosyal konumuna uygun araba marka ve modelini belirlemede; markalar ve yetkili satıcıların belirledikleri fiyatları toplamada ve bunların karşılaştırma aşamasında hızlı ve kolay yol olan Internet'i tercih etmektedirler. Müşterilerin %45'i öncelikle markanın resmi web sitesini ziyaret ettiklerini, daha sonra aracı siteleri gezdiklerini belirtmişlerdir⁵⁸².

Internet ile yeni bir dağıtım kanalının oluşturulduğu inkar edilemez. Taşıt üreticileri artık Web sayfalarında sanal teşhir salonlarında taşıtları sergilemekte, münhasır dağıtım sistemine dahil yetkili dağıtıcılar ise kendilerini tanıtmak ve pasif satışları canlandırmak amacıyla kendi Web sayfalarını hazırlamaktadırlar. Bağımsız dağıtıcılar da, Pazar paylarını arttırmak için Internet'i kullanmaktan çekinmemektedirler. Bazı dağıtıcıların, Internet üzerinden sipariş vermeden önce teşhir salonlarını gelip gezme, araçları görme ve test sürüşüne çıkma imkanları yarattıkları görülmektedir⁵⁸³.

Gitgide kendi aralarında gruplaşarak çok markalı taşıt satışını hedefleyen güçlü yetkili satıcılar karşısında daha küçük ve orta çaplı yetkili satıcılar, sanal ortamda faaliyet gösteren aracılardan yardım almaktadırlar. Ayrıca doğrudan satış faaliyetlerini kısıtlama gibi saldırgan tutum gösteren motorlu taşıt üreticileri

⁵⁸¹ cartrack 2002, www.autoactu.com; Amerika'da tüketicilerin %40'ı yeni bir araç satın almadan önce Internet üzerinde araştırma yapmaktadır, bkz. **Marques**, Les Nouveaux Canaux de Distribution, s.41

⁵⁸² Cars online 05/04, "Driving Growth Through Collaboration", 2004

⁵⁸³ Q&A: Rip-Off Car Prices, 23 July, 2001, <http://news.bbc.co.uk/2/low/business/1452286.stm>

karşısında daha sağlam durmaktadırlar⁵⁸⁴. İnternet'e dahi yatırım yapmalarına gerek kalmadan, kendi bölgeleri dışına satış yapma imkanı bulmuşlardır⁵⁸⁵.

Faaliyetlerini İnternet üzerinde gerçekleştiren 2 sanal aracı (Broker) bulunmaktadır:

i. İstihbarat aracı (Infomédiaire)

İstihbarat aracı, dağıtıcı ve alıcı arasındaki mesafeleri ortadan kaldırarak herhangi bir hizmet bedeli talep etmeden alıcılara, İnternet üzerinden pek çok farklı modeli fiyat ve kalite bakımından karşılaştırma imkanı sunarlar. Artık tüketici, dağıtıcının faaliyet binasını ziyaret etmek zorunda değildir. Aracının sitesinde tüketicinin kimlik bilgileri ve almak istediği araçta tercih ettiği özellikler kayıtlıdır. Böylelikle, motorlu taşıt dağıtıcısı müşterinin bireysel istek ve ihtiyaçlarına cevap verebilecektir.

Web sayfasında toplanan linkler ile satıcı, doğrudan alıcı ile iletişim kurabilir. Bu tip sanal araçların oluşturdukları ve otomobil endüstrisi üzerine her türlü bilginin derlendiği web sayfalarında, potansiyel taşıt müşterileri ile satıcılar karşılaşma ve sözleşme ilişkisine girme fırsatı bulurlar.

Bu türden araçlar, araç satmazlar⁵⁸⁶; esas görevleri, araç satışını canlandırmak amacıyla satıcıyı potansiyel müşteri ile buluşturmak⁵⁸⁷. Auto-by-tel gibi satış destek siteleri, siteye eklenen her bir üyeden aidat ücreti ve gerçekleşen her bir satıştan komisyon ücreti talep etmektedirler. 1995 senesinde kurulan bu web sitesinin 1999 senesindeki üye dağıtıcı sayısı 3.323'lere ulaşmıştı. Aracı sitenin geliri aynı sene 40 milyon \$ iken, reklam ve Pazar harcamaları 23 milyon \$'a mal olmuştur⁵⁸⁸. Görüldüğü üzere, aracı olmak için son derece önemli yatırımlara ihtiyaç duyulmaktadır; zira, kazançlarının yarısı sadece markalarının korunması amacıyla reklam harcamalarına gitmektedir. Amerika'da sektörde lider olan Auto-by-tel'i Autovantage, Autowave Cars, Cars Direct ve Priceline takip etmiştir.

⁵⁸⁴ Klein/Selz, Cybermediation in Auto Distribution:Channel Dynamics and Conflicts, s.3, <http://jcmc.indiana.edu/vol5/issue3/kleinselz.htm>; Marques, Les Nouveaux Canaux de Distribution, s. 14

⁵⁸⁵ Toru Ide, s.46; yetkili dağıtıcıların teşhir salonu, satış elemanı, eğitim, reklam, sürüş testi gibi yaptıkları yatırımlarının, çevrimiçi satış yapan dağıtıcılar tarafından sömürüldüğü iddia edilmiştir, bkz. Etude Andersen, Chapitre IV, 4.3 a, s.230-234

⁵⁸⁶ Reynaud, s.46

⁵⁸⁷ Masataka Morita, Information Technology and Automobile Distribution, Keio Univesity, Graduate School of Business Administration, Novembre 2000, s.12; Kniebihler/Chieux, s. 122

⁵⁸⁸ Masataka, s. 14

İstihbarat araçları sayesinde bağımsız satıcılar, kendilerini tüketicilere tanıtmaya imkanı bulmuşlardır. Bölgelerarası ve uluslar arası şeffaf fiyatların gözler önüne serilmesi ve bunların karşılaştırılması, ayrıca bağımsız dağıtıcılar ile kurulan işbirliği, motorlu taşıt üreticilerinin dağıtım ağı üzerindeki hakimiyetini zayıflatmıştır⁵⁸⁹. Amerika’da CNW Market Araştırması’na göre, İnternet üzerinden taşıt satan alan tüketicilerin İnternet’i kullanmayanlara oranla taşıtı % 3.8 daha ucuza almaktadır⁵⁹⁰.

Çevrimiçi araç satışının yaygınlaşması üzerine⁵⁹¹, üreticiler araç fiyatlarını müşteri lehine yeniden belirlemeye girişmişlerdir. Diyebiliriz ki, bu araçlar sayesinde tüketiciler daha fazla söz sahibi olmuş, güç üreticiden tüketiciye kaymıştır⁵⁹².

Auto-by-tel’in Japonya’da 1999 senesinde Intec, Recruit ve Itochu Trading ile joint venture kurması sonucu oluşturulan aracılık hizmeti üzerine aynı sene içinde Microsoft ve Soft Bank desteğiyle yine Japonya’da Car Point adıyla istihbarat aracılık servisi yaratılmış ve CarPoint Nissan, Mitsubishi, Mazda, Fuji Heavy Industry gibi güçlü motorlu taşıt üreticileri siteye dahil olmuşlardır.

ii. Dağıtıcıyı Destekleyen Araçlar

Otomobil aracılığı, 1900 senelerden beri Avrupa’da süregelen bir meslektir. Otomobil araçları, üreticinin öne sürdüğü zor koşullar ve durgun bir Pazar karşısında stoklarını eritemeyen yetkili servislerin adeta partnerleri gibi hareket etmektedirler. Bu nedenle, istihbarat aracısının aksine dağıtım zincirinin halkalarından birisidir.

Ellerindeki stokları eritemeyen yetkili dağıtıcıların, yeni araç üzerinden hesaplanan primlere hak kazanabilmeleri için bu stokları eritmekten başka çareleri yoktur. Aksi halde, güçlü gruplar tarafından satın alınma ya da Pazardan çekilme riski ile karşı karşıya kalırlar. Bu zor durumda devreye araçlar girerek satılmamış, yetkili

⁵⁸⁹ Klein/Selz, s.14; Vezzoso, On The Antitrust Remedies, s. 172

⁵⁹⁰ Kniebihler/Chieux, s. 124

⁵⁹¹ sadece Amerika’nın kuzeyinde çevrimiçi hizmet veren 70’den fazla servis vardır, bkz.Kniebihler/Chieux,s. 134

⁵⁹² aynı görüş için bkz. Klein/Selz, s.7; Kniebihler/Chieux, s. 123

dağıtıcının elinde kalan stokları hayli düşük fiyattan satın alırlar⁵⁹³. Bu araçları mümkün olduğu kadar geniş bir müşteri çevresine sunarlar ve en iyi fiyattan yeniden satışı için de Internet'ten faydalanırlar.

Fransa'da faaliyette olan sanal otomobil aracı Auto-IES, Fransa'daki hemen hemen tüm yetkili dağıtıcılara aracılık ederek, pazarlıkta ve satıştaki deneyimi ile stokları eritmekte, böylelikle dağıtıcıları primlere bir adım daha yaklaştırmaktadır⁵⁹⁴. IES'in doğrudan ithalatçılar ve motorlu taşıt üreticilerinin stoklarındaki araçları da satın aldığı bilinmektedir. IES'in müşteriye ulaşma ve hızlı şekilde taleplerini karşılamak amacıyla Internet'e yaptığı yatırım ayda 30 bin avrodur⁵⁹⁵. Tahmin edileceği üzere, bu miktardaki bir yatırım gerek motorlu taşıt üreticileri gerek yetkili temsilciler için ağır bir külfet olurdu.

İngiltere'de aktif faaliyette olan bir diğer ünlü otomobil aracı de "Virgin Cars" dır. Virgin Cars, yetkili satıcıların elindeki satılmamış yeni ya da yeniye yakın taşıtları satın alarak bunları Internet üzerinde rekabet edici fiyatlardan tekrar satışa sunmaktadır. IES'den farkı, Manchester'daki merkezinde araçları potansiyel müşterilere sergilemektedir⁵⁹⁶. Böylelikle Internet'ten sanal sözleşmeyi imzalamakta tereddüt eden, ya da aracıyı görmeyi, test sürüşüne çıkmayı dileyen tüketicileri kaçırmamaktadır.

Dağıtıcıyı destekleyen ve çevrimiçi faaliyette bulunan araçlar, taşıt satışlarının hareketlendirilmesinde aynen istihbarat araçları gibi yetkili servislere destek vermektedirler. Yetkili servislerle yatay olarak aynı seviyede bulunmadığından geleneksel yetkili satıcıların rakipleri değil, aksine partnerleri konumundadırlar⁵⁹⁷.

⁵⁹³ **Toru Ide**, s.54; Berlin'de kurulan Carena, Fransa'da VeriCar, İngiltere'deki Virgin Car'ın çoğunlukla 2. el araç satışı yaptığı görülmektedir.;

⁵⁹⁴ **Toru Ide**, s.55

⁵⁹⁵ www.lequotidienauto.com

⁵⁹⁶ **Tori Ide**, s.56

⁵⁹⁷ **Toru Ide**, s.58

b. Geniş Alanlarda Satış (Otomobil Süpermarketleri)

Alternatif dağıtım kanallarından bir diğeri de araç hipermarketleri veya süpermarketleridir⁵⁹⁸. Motorlu taşıtların süpermarketler gibi geniş alanlarda satılacak tarzda bir ürün olmadığı düşünülebilir. Bu türden geniş alanlarda genellikle fiyatları düşük, rotasyonu kuvvetli ve yer kaplamayan ürünlerin satışı tercih edilmektedir.

Otomobil grupları markalarının geniş alanlarda satılmasına endişeyle yaklaşmaktadırlar. Çok fazla ürünü birden barındıran ve çoğunlukla karışık bir görüntü çizen süpermarketlerde markalarının satılması, modernlik ve kalite ile simgelenen otomobillerin imajını sarsacaktır. Bir diğeri endişeleri, bu türden alanlarda gerçekleştirilen satış sonrasında üreticilerin müşteri ile hiçbir bağlarının olmayacağıdır. Halbuki franchise satışlarda ya da yetkili dağıtıcıların gerçekleştirdiği satışlarda müşteriye ait iletişim bilgileri kaydedilir ve korunur.

Geniş alanlarda satışa soğuk bakanlar olduğu gibi bu türden satışları destekleyenler de vardır⁵⁹⁹. Tüketicinin birden fazla bayiyi ziyaret etmeden aynı alanda en iyi fiyatı öneren bayii rahatça bulabilecektir.

Seçici dağıtım sistemini gereği, süpermarketlerde satış yapmak isteyen aracılara olduğu kadar aracılık faaliyetlerinde bulunmak isteyen süpermarketlere karşı da son sözün motorlu taşıt üreticilerinde olduğunu, fakat niteliksel seçici dağıtım sistemini benimsemiş üreticinin, gerekli kriterleri taşıyan yetkili satıcı adayı bir süpermarketi reddedemeyeceğini belirtmekte fayda görüyoruz.

Üreticiler süpermarketlerde araç satışını engellemek için pek çok gerekçe göstermekte, özellikle geleneksel dağıtım sistemlerinin risk altında olduğunu belirtmektedirler. Gerekçelerden biri, geleneksel dağıtıcılardan büyük miktarlarda ürün satın alan süpermarketlerin ciddi indirimlere hak kazanmaları, bu indirimleri de taşıt fiyatlarına yansıtarak fiyatları geriye çekmeleridir⁶⁰⁰. Makul fiyatlarla tüketicileri kendilerine çekmeleri, böylelikle araç satışında yetkili bayileri geride

⁵⁹⁸ Satış sonrası servis hizmetlerini, karşılıklı alt sözleşme imzaladıkları auto-merkezlere gördürebileceklerdir, **Dubois**, s. 122

⁵⁹⁹ **Reid Alan S.**, "Get Your Motor Running: The European Commission's Proposal to Shake Up The Motor Vehicle Sector", *Business Law Review*, August/September 2002, s.202

⁶⁰⁰ Belçika'nın Antwerp şehrinde Autos Cardeon adlı yetkili dağıtıcı Colruyt süpermarketine %25 indirimli araç satmaya başlamıştır, **Madlién Jorn**, "European Car Market Set For Shake-Up", 23 July, 2002, <http://news.bbc.co.uk/1/low/business/1775384.stm>

bırakmaları halinde, sağlayıcıların kar marjları düşme tehlikesi ile karşı karşıya kalacaktır⁶⁰¹.

c. Çok Markalı Satış

Eski tüzüğün sert düzenlemesinin aksine, son Tüzük değişikliği ile yetkili dağıtıcılar teşhir salonlarında birden fazla markaya ait ürünleri sergileyebileceklerdir.

Üreticilerin günden güne daha sert standartlar getirmesi karşısında, yetkili dağıtıcı, ortaya koyduğu yatırımının karşılığını almak isteyen, aynı zamanda sağlayıcının ağır stratejilerine karşı ayakta kalmak için rakip markalı ürünleri satmaya yönelmektedir.

Rakip markalı ürünlerin satışı sonucu, üreticinin dağıtım ağı homojenliğini kaybederek heterojen bir yapı ile karşı karşıya kalacaktır⁶⁰². Dolayısıyla, sağlayıcı, markalar arası karışıklığı önlemek amacıyla, kendi ürünlerinin, teşhir yerinin ayrı bir bölümünde satılmasını talep edebilir.

Söz konusu değişiklik, rekabetin canlanması yanında yeni araç satışları arasındaki farkın da azalmasını hedeflemektedir; şöyle ki, yetkili dağıtıcıyı tek bir motorlu taşıt üreticisine bağımlı kılmak yerine aynı teşhir yerinde farklı markalara ait ürünlerin teşhir edilecek olması kendilerine sağlayıcının baskısı altında kalmadan satış fiyatlarını belirleme, tüketicilerle pazarlığa oturma şansını vermektedir.

Komisyon'un bu reformu ile, ilk kez Amerika'da ortaya çıkan aynı otomobil grubuna ait fakat rakip markaların yetkili dağıtıcılarının aynı satış alanında faaliyet göstermelerine (auto malls) Birlik içinde de rastlanması şaşırtıcı olmayacaktır. Farklı markaların aynı alanda gruplaşması ile gerçek anlamda araba süpermarketleri belirecektir. Merkezi yönetim, benzer prosedürlerin uygulanması, kredi kuruluşları ya da bankalarla daha iyi şartlarla işbirliği kurma, ikinci el araba satışları ve yedek parça satın alımlarının merkezileşmesi, ortak reklam aktiviteleri, ortak pazarlama konsepti, ortak Internet sitesi sayesinde⁶⁰³ ölçek ekonomisine daha rahat ulaşılacaktır.

⁶⁰¹ Reynaud, s.45; Marques, s.50

⁶⁰² Kniebihler/Chieux, s.47

⁶⁰³ Kniebihler/Chieux, s. 280; Reynaud, s.44; Gerard, A Comparative Analysis, s.528

İyi organize olmuş ve yeterli finansmana sahip büyük yetkili dağıtıcı ya da otomobil gruplarının, çok miktarda ürünü satın alarak indirim elde edeceklerini, gitgide artan rekabet ortamında rasyonel davranarak bu indirimleri tüketiciye yansıtacaklarını ve aldıkları riskin kendilerine kar getireceğini söylemek mümkündür.

Orta halli ya da küçük dağıtıcılar ise, tüketicilere indirim sağlama konusunda kendilerini geride bırakan bu mega-dealer'lar karşısında birden fazla markanın ürünlerini gösterişli teşhir salonlarda sergileme, bedava test sürüşleri sunma gibi hizmetleri sunmakta artık tereddüt etmektedir.

Motorlu taşıt üreticilerinin bağımsız dağıtıcıların sahip oldukları araç süpermarketlerine olumlu bakmadığını, özellikle satış sonrası serviste uzman çalışanların eksikliği nedeniyle tüketicinin olumsuz etkileneceğini gerekçe gösterdiklerini çalışmamızın önceki kısımlarında belirtmiştik.

D. Otomobil Üreticilerinin ve Sağlayıcılarının Bakım ve Onarım Hizmetleri Üzerindeki Yetkilerinin Zayıflatılması

1999 senesinde, Birliğe dahil 17 üye ülkede, satış sonrası araç bakım ve onarım pazarında 120 bin yetkili servisin varlığına karşılık 300 bin bağımsız servisin bulunduğu farz edilmekteydi⁶⁰⁴.

Bağımsız servislerin pazardaki hakimiyetleri karşısında yetkili servislerin kendi aralarında yoğunlaşarak tedbir almaya çalıştıkları görülmüştür. Özellikle Almanya'da küçük ve orta ölçekli yetkili servislerin çoğu ayakta kalamamışlardır. İngiltere'de ise pek çok franchise servis noktası kurulmuştur.

Bağımsız servislerin hakimiyetleri karşısında motorlu taşıt üretici de hareketsiz kalmamış hızlı servis noktalarını satın almaya başlamıştır⁶⁰⁵. Böylelikle, Almanya'da ve Avrupa'nın kuzey batısında (Benelux, Autriche, İsviçre) üreticiler satış sonrası servis pazarında hakimiyetlerini ilan etmişlerdir⁶⁰⁶.

⁶⁰⁴ Kniebihler/Chieux, s.212

⁶⁰⁵ Midas bağımsız servis zincirinin Fiat'a bağlı yetkili satıcı Magneti-Marelli tarafından, Speedy'nin ise Ford tarafından satın alınması, bkz. **Bernard Julien**, La Distribution Automobile En 2000, s.138

⁶⁰⁶ Kniebihler/Chieux, s.213

Satış sonrası servis pazarındaki değişimlere paralel, tüketicinin de davranışları değişmiştir. Tüketici gözünde, kendisine sunulan ürünün ve hizmetin kalitesinin yanı sıra servisin kendisine verdiği güven de son derece önemlidir. Dolayısıyla, müşteri memnuniyetini ve servise bağlılığını sağlamak artık eskisine oranla güçleşmiştir.

Pazara oto-merkezler (centre auto) ve hızlı servisler gibi bağımsız yeni aktörlerin girmesi ile rekabet daha da hareketlenmiş, fiyat ve kalite karşılaştırması yapan tüketici, yetkili servisleri, “pahalı hizmet, şeffaf olmayan ücretlendirme, çoğunlukla ulaşımı güç hizmet” tabirleriyle anmaya başlamıştır⁶⁰⁷. Artık tüketicinin %70’i, araçlarının tamiri için markaya bağlı profesyonel servislere ihtiyaç duymadıklarını belirtmişlerdir⁶⁰⁸. Ayrıca tüketiciler tarafından artık tamirin kalitesi ve güvenlik, ücret kriterinden daha önce gelmektedir.

Satış sonrası servis pazarında rekabetin canlanması üreticileri, bu pazarda daha büyük dilim kapmak amacıyla satış sonrası servislerin etkinliğini arttırmaya yöneltmiştir. Motorlu taşıt üreticileri, bakım ve onarımına yönelik hızlı tamir noktaları açmış, parçaların lojistiğini geliştirerek daha erken teslimat için çabalamış⁶⁰⁹, markaya ait aksesuar butikleri açmış ve memnuniyet anketlerini yaygınlaştırmıştır.

Tüm bu çabalara rağmen sadece garanti süresince tüketicinin sadakatini sağlamışlardır. Tüketiciler, garanti süresinin dolması ile beraber araçların bakımını bağımsız servislerde yaptırmaya yönelmişlerdir. Tüketiciler tarafından bu değişikliğe gerekçe olarak⁶¹⁰ fiyatların esnek olmaması, müşterinin ihtiyaçlarına adapte olmadaki güçlük, gereksiz olmasına rağmen gerçekleştirilen ve ücreti alınan iş, yavaş servis, güven eksikliği ve randevu alma mecburiyeti gösterilmiştir. Böylelikle müşteri verilerinin eksiksiz tutulması, ayrıca üretici-yetkili servis arasındaki işbirliğinin güçlendirilmesi gündeme gelmiştir.

⁶⁰⁷ **Knibihler/Chieux**, s.217

⁶⁰⁸ Anket Gipa (Groupement Interprofessionnel de L’Automobile), Knibihler/Chieux’den naklen, s. 217; Amerika’da tüketicilerin yetkili servislere oranla bağımsız servisleri tercih etmeleri seneler öncesine dayanır: yetkili servislerin tercih edilme oranı 70’li yıllarda sadece % 38’dir, bkz. **Moyer/Whitmore**, An Appraisal of The Marketing Channel for Automobiles, s. 37

⁶⁰⁹ **Ballot Eric/Molet Hugues**, “La Distribution Automobile à Flux Tirés”, <http://www.univ-evry.fr/labos/gerpisa/rencontre/S20Ballot-Molet.pdf> , s.2

⁶¹⁰ **Knibihler/Chieux**, s.227; **Moyer/ Whitmore**, An Appraisal of The Marketing Channel, s. 37; **Singleton Susan**,”In Focus: Car Servicing, Repair and Pricing”, Consumer Law Today, CLT 23(3) 9, 01.09.2000, s. 1

Zamanla pek çok bölgeye yayılan “oto-merkezleri” ise, teknolojinin gelişimi ile daha kaliteli ve daha dayanıklı ürünleri satışa arz etmişler, her keseye uygun yedek parça ile tüketicileri kendilerine çekmişlerdir. Bu başarılarına rağmen, ellerindeki teknik parçaların kısıtlı olması, sınırlı bir teknik başarı göstermeleri, teknolojik gelişmelere uyum sağlamada zayıf olmaları gibi dezavantajlara sahiptir⁶¹¹.

Bir diğer bağımsız aktörlerden “hızlı servis noktaları”, aynen oto-merkezleri gibi birden fazla markaya hizmet sunma, fiyatlardaki şeffaflık, hizmetteki hız, hizmete ulaşımın kolaylığı (randevu gerektirmeksizin), yoğun bir ağa sahip olmaları gibi avantajların yanında teknolojik gelişmelere uyum sağlama gibi zayıf noktaları barındırır.

Bakım ve onarım pazarında önemli bir paya sahip bir diğer bağımsız aktör de “mekanikerlerdir”. Geleneksel yöntemlerle bakım-onarım garajlarında hizmet veren mekanikerlerin rekabetteki kuvvetli yönleri, müşterileri ile daha sıcak bir ilişki kurmaları, diğer bir deyişle onları daha iyi dinlemeleri, daha esnek çalışmaları ve ilişkilerini daha kuvvetli korumalarıdır⁶¹².

Tamir atölyelerinin yeni teknolojiye adapte olması ile geleneksel çalışan mekanikerlerin yerini artık yeni jenerasyon elektronisyenler almıştır. Fakat, gelişen teknoloji, önemli yatırımlar gerektiren son donanımlı atölyeleri ve hasar tespit cihazlarını gerektirmektedir. Geleneksel yöntemlerle çalışan mekanikerlerin %62’si, gelişen teknoloji karşısında bağımsızlıklarını koruyamayacakları endişesi taşımaktadır; bunlar, franchise almaktan ya da üreticinin servis ağına katılmaktan başka çözüm bulamamaktadırlar⁶¹³. 2003 ve 2005 tarihleri arasında Avrupa’da 5500 mekanikerin garajlarını kapattıkları tespit edilmiştir⁶¹⁴. Mekanikerlerin son zamanlarda kendi aralarında gruplaşarak AD, Auto Prima, Autofit, Top Garage örneklerinde olduğu gibi bağımsız garajlar altında birleştikleri, bu sayede güç birliği yaptıkları görülmektedir⁶¹⁵.

⁶¹¹ **Kniebihler/Chieux**, s.231

⁶¹² **Kniebihler/Chieux**, s.234

⁶¹³ **Vogel/Vogel**, Droit de La Distribution Automobile II, s. 47; **Kniebihler/Chieux**, s.235

⁶¹⁴ **Binois E.**, www.autoactu.com, 04.01.2005

⁶¹⁵ **Vogel/Vogel**, Droit de La Distribution Automobile II, s. 47; **Ferré Dominique**, “La Réforme de L’Exemption des Accord Automobiles Au Regard de la Propriété Intellectuelle”, La Semaine Juridique, N.5 2003, s. 25

Bağımsız tamircilerin yeni teknolojiye adapte olmaları, arıza teşhis cihazları üreticileri ve yazılım programları yaratıcılarının yardımlarını gerektirmektedir⁶¹⁶. Pazarda daha fazla söz sahibi olmak isteyen üreticinin, bağımsız aktörleri, teknolojik bilgiye ve orijinal yedek parçalara ulaşma aşamasında engelleme ihtimaline karşılık son Tüzük getirdiği düzenlemelerle bu riski ortadan kaldırmayı hedeflemiştir⁶¹⁷.

Bağımsız aktörler ifadesi, tamir için gerekli alet ve parçaları üreten ekipman üreticilerini, teknik bilgi editörleri, otomobil kulüplerini, direksiyon yardım şirketlerini, tamircilerin formasyonunu sağlayan operatörleri kapsayacak şekilde genişlemiştir⁶¹⁸.

1. Dağıtıcının Satış Sonrası Hizmet Verip Vermemekte Serbest Olması

1475/95 sayılı Tüzüğün aksine, sağlayıcının dağıtıcıyı satış sonrası servis vermesi konusunda zorlaması, anlaşmayı tümüyle muafiyetten düşürür. Dağıtıcı, servisi kendisi vermekte veya yetkili bir servisle alt sözleşme yapıp bu türden bir hizmeti ona gördürmekte serbesttir. Sağlayıcının, dağıtıcının bu tercihini engelleyebilecek hiçbir yetkisi yoktur; sadece dağıtıcıdan müşteriye, alt sözleşme ilişkisine girdiği tamirci hakkında bilgi vermesini talep edebilir.

2. Bağımsız Servislerin Teşvik Edilmesi ve Teknik Bilgiye Ulaşımı

Komisyon, yetkili servis ve bağımsız servis arasında, teknik bilgiye ulaşmada eşitliği sağlayarak⁶¹⁹ tüketicilerin, artık bağımsız tamircilere bakım ve onarım için araçlarını gönül rahatlığıyla teslim edecekleri bir rekabet ortamı yaratmayı amaçlamıştır.

⁶¹⁶ **Knibihler/Chieux**, s.109

⁶¹⁷ Bu hedeflere ulaşmak zaman gerektirecek gibidir. Zira, Citroen'in ağına dahil olmayan bağımsız yedek parça dağıtıcısı Autodistribution şirketi ve şubesi AD Net, Tüzüğün getirdiği düzenlemelere rağmen Citroen şirketinin yetkili servislerle sağladığı düzeyde teknik bilgi ve arıza teşhis cihazlarını kendisine sağlamadığı konusunda şikayette bulunmuştur, bkz. **Malaurie-Vignal Marie**, "Une Eventuelle Entente Entre Les Réparateur Agréés et Un Constructeur Automobile", Contrat Concurrence Consommation N.1, Janvier 2007, Comm.10, s.40

⁶¹⁸ **Idot**, Le Nouveau Règlement, s. 1807; **Aronica**, Le Contenu du Règlement, s. 25

⁶¹⁹ 1400/2002 gerekçe 26, m.4/2; buna benzer düzenlemeye eski Tüzükte de rastlamaktayız, 1475/95, m.6/1 (12), bkz. **Bourgeon**, Quel Avenir?, s. 36

Herhangi bir motorlu taşıtı tam olarak onarabilmek, arızanın en doğru şekilde tespit edilmesine bağlıdır. Tamircilerin bu tespiti yapabilmeleri için de, teknik bilgiye ve arıza teşhis cihazlarına ihtiyaçları vardır. Arızanın tespit edilmesinden sonra, son Tüzük reformları sayesinde, bağımsız tamircilerin, gerek eş kalitede yedek parçaları ekipman sağlayıcılarından, gerek orijinal parçaları yetkili servislerden tedarik etmesi için tüm engeller kaldırıldığına göre bakım ve onarım pazarındaki rekabetin canlanacağını söylemek hatalı olmaz.

Sağlayıcı tarafından teknik bilginin verilmesinin reddinin meşru olduğu haller 1400/2002 sayılı Tüzüğün 26 numaralı gerekçesinde sayılmıştır. Buna göre: *“Sağlayıcı, bir motorlu aracın içindeki elektronik aletin yeniden programlanması için gerekli olan teknik bilgileri vermekle yükümlüdür. Bununla birlikte, daha az sınırlayıcı bir yöntemle engellenemeyecek ise, bir 3. kişinin hırsızlığı önleme amacıyla, aletleri bypass etmesini ya da açmasını, elektronik aletleri yeniden ayarlamasını (recalibration) veya motorlu araçların hızını değiştirmesini, sınırlamasını olanaklı kılacak teknik bilginin verilmesini reddetmek meşrudur. Fikri mülkiyet haklarının ve know-how haklarının herhangi bir şekilde kötüye kullanma teşkil etmeyecek şekilde kullanılması gerekir.”*

Bağımsız teşebbüslerin teknik bilgiye ulaşma talepleri ayrımcılık yapılmadan, tam ve uygun bir şekilde karşılanmalıdır. Bağımsız işletmeler kavramına, bağımsız tamirciler, tamir ekipmanları veya araç üreticileri, teknik bilgi yayıncıları, otomobil kulüpleri, yol yardım işi yapanlar, tamircilere eğitim işini yapanlar dahildir⁶²⁰.

Teknik bilgiye erişim hakkı olan meslek gruplarının arttırılması eleştiren yazarlar⁶²¹, teknik bilgiye artık sayıca daha fazla kişinin ulaşmasının bu bilgilerin Internet’te büyük bir hızla yayılmasına sebep olacağını vurgulamışlardır. Dolayısıyla, gerekli bilgiye veya eğitime ulaşmak için artık sağlayıcının talep ettiği herhangi bir miktarı ödemek istemeyen ve araç bakım-onarımında doğrudan ya da dolaylı rol alan söz konusu meslek sahipleri, eksik ya da doğru olmayan bilgilerle hem araç kullananları hem de yayaların güvenliğini tehdit altında bırakacaktır.

Kanımızca bu riski teknik bilgiye ulaşanların sayısının artmasına bağlamak yanlıştır. Internet’in en etkin iletişim ve bilgiyi yayma aracı olarak görüldüğünü, tek bir kişinin

⁶²⁰ 1400/2002 sayılı Tüzük gerekçe 26; 1400/2002 sayılı Tüzük m.4/2; Brochure Explicative, s. 71

⁶²¹ Prieto, s. 37; Poillot-Peruzetto, s. 764; ACEA, Great Concern, s.1

dahi bu bilgiyi sayısı sınırlanamayacak miktarda kişiye ulaştırabileceğini belirtmekte fayda vardır. Meslek gruplarına göre belirlenmiş sınırlı sayıda kişinin ulaşılmasına izin verilen bu bilginin ilgisiz kişilere yayılması, sözü geçen sınırlı sayıdaki şahıslarla yapılacak gizlilik sözleşmesi benzeri, büyük cezai şartlar içeren anlaşmalarla ya da benzeri önleyici mekanizmalarla, örneğin kusursuz sorumluluk yüklemekle engellenebileceğini düşünmekteyiz.

3. Yedek Parça Sektörü

2000 senesinde yapılan bir araştırmaya, yetkili satıcıların o seneki brüt marjlarının %32'sinin yedek parça satışının oluşturduğunu ortaya çıkarmıştır⁶²². ICDP'nin başka bir araştırmasına göre, bir yetkili servis ayda ortalama 450 tamir talebi almakta, bu taleplerin %93'ü satış ve bakım-onarımda yetkili servislerden destek alan markaların tüketicilerinden gelmektedir⁶²³. Parçaların en büyük bölümünü şase (7.5 milyar avro), optik ürünleri (1.2 milyar avro) ve cam ürünleri oluşturur⁶²⁴. Söz konusu yedek parçaların %85'inin motorlu taşıt üreticileri tarafından dağıtıldığı göz önüne alındığında, bu yarı monopol durumun ortadan kaldırmakla, bağımsız üreticileri ve dağıtıcıları rekabete sokmakla, yedek parça fiyatlarında %6 ve % 10 arasında bir fiyat indirimi sağlanacaktır⁶²⁵.

Yedek parçaların, orijinal yedek parça, eş değer kalitede parça, ikame parça, yenilenmiş parça başlıkları altında tanımlandığını, bunlardan sadece orijinal parçaların motorlu taşıt üreticisi tarafından üretildiğini, fakat sözü geçen tüm parçaların bağımsız üreticiler ya da ekipman üreticileri tarafından üretildiğini görmekteyiz⁶²⁶.

Motorlu taşıt üreticileri ve ekipman sağlayıcıları tarafından üretilen yedek parçalar, motorlu taşıt üreticilere bağlı satış yerleri vasıtasıyla merkezi satış yerlerinden "dolaylı" olarak, ya da ekipman üreticilerinin stok merkezlerinden doğrudan satılmaktadır.

⁶²² Autofocus N.27, s.2

⁶²³ Kniebihler/Chieux'den naklen, s.245

⁶²⁴ Conseil Assistance Technique Logistique, http://www.cat-logistique.com/pièces_de_rechange.htm

⁶²⁵ Conseil Assistance Technique Logistique, http://www.cat-logistique.com/pièces_de_rechange.htm

⁶²⁶ Kniebihler/Chieux, s.245-246

Ekipman satıcıları ürettikleri parçaların bir kısmını doğrudan motorlu taşıt üreticisinin satış merkezine, bir kısmını ise bağımsız stokçu dağıtıcılara, veya oto merkezleri ve hızlı servis zincirleri gibi bağımsız aktörlere yollamaktadırlar. Bu bağımsız hızlı servislerden bazılarının sadece tamir atölyeleri⁶²⁷, bazılarının ise atölyelerinin yakınlarında yedek parça ve aksesuar ürünlerini satmak için ayırdıkları satış bölümleri bulunmaktadır⁶²⁸. Bağımsız stokçu dağıtıcılar⁶²⁹ ise, ekipman üreticisinden tedarik ettikleri parçaları yetkili servislere, acentelere ve mekaniklere satarlar.

Motorlu taşıt üreticileri, 90 milyar avro'luk Avrupa yedek parça pazarının %55'ine hakimdirler⁶³⁰. Yedek parça dağıtımında baş rolü oynayan motorlu taşıt üreticisi, yetkili servislere parça satışlarının %88'ini gerçekleştirirler⁶³¹. Yetkili servislerin kendilerine olan sadakatini ise, indirimler, bonus sistemleri ya da sözleşmeye rakip parçaların satışını yasaklayan hükümler koyarak sağlamaktadırlar.

1400/2002 sayılı Tüzüğün, yedek parçaları tanımlarken ikili bir ayrıma gittiğini görmekteyiz⁶³²:

a. Yedek Parça-Aksesuar Farkı

Tüzükte yedek parça “ ..bir aracın parçalarını değiştirmek amacıyla motorlu taşıtın üzerine ya da içine takılabilen, yakıt istisna olmak üzere⁶³³, motorlu taşıtın kullanımı için gerekli olan yağlar gibi ürünlerin de⁶³⁴ dahil olduğu mallar” olarak tanımlanmıştır.

⁶²⁷ örneğin Speedy ve Midas

⁶²⁸ Conseil Assistance Technique Logistique, http://www.cat-logistique.com/pieces_de_rechange.htm

⁶²⁹ grossistes distributeurs; AD, 3G, Storexcel bunlardan bazıları; Amerikan yedek parça pazarında aktif faaliyette bulunan bağımsız stokçuların yetkili dağıtıcılara ancak sınırlı miktarda parça satabildiği, yetkili dağıtıcıların parçaların %80'ini motorlu taşıt üreticisinden karşıladığı görülmektedir, bkz. **Crandall Robert W.**, “The Decline of The Franchise Dealer in The Automobile Repair Market”, The Journal of Business, Vol.43, N.1, January 1970, s.25-26

⁶³⁰ Conseil Assistance Technique Logistique, http://www.cat-logistique.com/pieces_de_rechange.htm,

⁶³¹ **Kniebihler/Chieux**, s.245

⁶³² Açıklayıcı broşür, Bölüm 7

⁶³³ yağ, boya, vida gibi ürünler motosikletler ve traktörler gibi 2005/4 sayılı Tebliğ kapsamına girmeyen ürünler için kullanılacakları gibi , inşaat gibi tamamen farklı alanlarda da kullanılabilecek nitelikte misli ürünlerdir. Birden fazla kullanım alanına sahip bu ürünler ancak motorlu taşıt için kullanılacak şekilde dağıtılmaları halinde anlaşmaların 2005/4 sayılı Tebliğ'e uygun olarak düzenlenmeleri gerekmektedir, Rekabet Kurulu Kararı: 06-90/1148-342, Karar Tarihi:14.12.2006

⁶³⁴ 2005/4 sayılı Tebliğ'in getirmiş olduğu yedek parça tanımı çerçevesi içinde madeni yağlar artık yedek parça olarak kabul edilmektedir ve bu ürünlerin dağıtımına ilişkin anlaşmalar da 2005/4 sayılı Tebliğ'e uygun olarak yapılmalıdır, Rekabet Kurulu Kararı:07-29/260-91, Karar Tarihi:29.03.2007

Belirtmeliyiz ki, boyaların ya da yağların akaryakıt istasyonlarına veya süpermarketlere satışını konu alan anlaşmalar 1400/2002 sayılı Tebliğ kapsamı dışında bırakılmış⁶³⁵, 2790/99 sayılı Tüzük kapsamına alınmıştır.

Ne son Tüzük ne de 95 sayılı Tüzük aksesuarlara ilişkin bir tanıma yer vermiştir. Bu iki kategori arasındaki fark, ticaretteki örfi hale gelmiş kullanım şekline göre tespit edilmektedir.

İşe yarar bir tanımlamayı Açıklayıcı broşür’de bulmaktayız⁶³⁶: motorlu taşıtın kullanımı için gerekli olmayan radyo, CD çalar, araç kiti, yön bulma sistemi veya bagaj rafı gibi ürünler aksesuar olarak kabul edilir. Söz konusu ürünler, aracın üretim bandında takılırsa ve aracın diğer kısım ve sistemleriyle bütünleşirse bunlar aracın parçası haline gelirler. Dolayısıyla, bunların tamirleri ya da değiştirilmeleri için gereken parçalar yedek parça olarak kabul edilir.

Aksesuar’ın yedek parça olarak kabul edilmemesi, aksesuarları konu edinen dikey anlaşmaları 2790/99 sayılı Tüzük düzenlemesine sokmaktadır⁶³⁷.

b. Orijinal Yedek Parça-Eş Kalitede Yedek Parça Farkı

“Orijinal yedek parça” ve “eş kalitede yedek parça” kavramları ilk defa son Tüzük ile getirilen kriterlere göre ayrılmaktadır⁶³⁸.

1475/95 sayılı Tüzük’te “orijinal yedek parçanın” net bir tanımı olmadığından tüzüğün yorumlanmasında pek çok çelişki yaşanmaktaydı. 1400/2002 sayılı Tüzüğün açık ve kesin bir tanım getirerek yedek parçaları 3 grupta ele aldığını görüyoruz: motorlu taşıt üreticisi tarafından üretilen yedek parçalar; ekipman üretici tarafından üretilen ve motorlu taşıt üreticisine teslim edilen yedek parçalar; ekipman üreticisi

⁶³⁵ Türk Rekabet Hukukunda da aynı yaklaşım benimsenmiştir, bkz. Rekabet Kurulu kararı:07-34/345-125, Karar Tarihi: 24.04.2007; istasyonsuz bayilerin yağ dışında akaryakıt, fuel oil, LPG gibi muhtelif ürün sattıkları, müşterilerini motorlu taşıtlar sektöründe faaliyet göstermeyen çiftlikler, inşaat şirketleri, taşıma şirketleri gibi nihai kullanıcılar da olabilmektedir. Bu nedenle sözleşmelerin 2005/4 sayılı Tebliğ kapsamında değil, 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında değerlendirilmesi gereklidir., Rekabet Kurulu kararı:07-34/346-126, Karar Tarihi:24.04.2007

⁶³⁶ Soru n.95; Aksesuar tanımının 2790/99 sayılı Tüzük m.4/1 (b) ve (e)’den esinlendiğini savunan yazarlar için bkz, **Arhel**, 104 Questions/Réponses, s.25; **Aronica**, Le Contenu du Règlement, s. 20

⁶³⁷ **Aronica**, Le Contenu du Règlement, s. 20

⁶³⁸ Açıklayıcı broşür, s. 86: eş kalitede yedek parçalar motorlu taşıt üreticisinin getirdiği üretim ve özelliklere tam olarak uygun bir şekilde üretilmezler. Örneğin, Farklı bir maddeden ya da farklı bir renkte üretilmesi mümkündür.

tarafından üretilen ve bunlar tarafından motorlu taşıt üreticisine bağlı yetkili servislerle ya da bağımsız servislere tedarik edilen yedek parçalar.

Orijinal yedek parça Tüzük'te “.. *bir motorlu aracın montajında kullanılan parçalarla aynı kalitede olan, söz konusu motorlu aracın montajında kullanılan parçaların ve yedek parçaların üretiminde sağlayıcı tarafından getirilen özelliklere ve üretim standartlarına göre üretilmiş yedek parçalar*” olarak tanımlanmıştır⁶³⁹.

Orijinal yedek parçalar, motorlu taşıt üretici tarafından imal edildiği gibi⁶⁴⁰ ekipman sağlayıcısı tarafından da imal edilebilir. Ekipman sağlayıcısı tarafından üretilen parçalar, motorlu taşıt üreticisinin belirlemiş olduğu formlar doğrultusunda üretilmekte, üretimden sonra doğrudan otomobil fabrikasına teslim edilmektedir. Bunların üzerinde herhangi bir logo ya da marka bulunmamaktadır. Bu eksiklik ürünün düşük kalitede olduğu anlamını taşımaz⁶⁴¹. Üretici tarafından üretilen ya da ürettirilen orijinal yedek parçalarda ise üreticinin logosu bulunur.

Eş kalitede yedek parçanın tanımı ise şöyledir⁶⁴² : “*sadece bir motorlu aracın montajında kullanılmış ya da kullanılacak bütünleyici parçalarla eş kalitede olduğunu talep edildiğinde belgelendirilebilecek herhangi bir teşebbüs tarafından üretilen yedek parçadır*”.

Açıklamadan da anlaşılacağı gibi, bu parçalar tamamen bağımsız yedek parça üreticisi tarafından üretilmekte ve bu kişi tarafından pazara sunulmaktadır. Kısaca, ürünlerin imalatında motorlu taşıt üreticileri ile işbirliği içinde çalışmayan bağımsız üreticilerin ürettiği yedek parçalardır⁶⁴³. Ekipman üreticisi de “herhangi bir teşebbüs” ifadesine dahildir⁶⁴⁴.

Tahmin edildiği üzere, eş değer kalitedeki yedek parçanın erişimi çok daha az maliyetlidir. Kaliteleri de orijinal parçanın kalitesi ile hemen hemen aynı olduğundan, yetkili tamircilerin ya da bağımsız tamircilerin çoğu eş değer kalitedeki

⁶³⁹ 1400/2002 m.1/1 t

⁶⁴⁰ Esasen orijinal yedek parçaların genellikle %20 ya da %25'i motorlu taşıt üreticileri tarafından üretilmektedir. Gerisi ekipman sağlayıcıları tarafından üretilir.

⁶⁴¹ **Euromotor Info Newsletter**, Novembre 2006, s.3, <http://www.euromotor.info/Guide%20pratique.pdf>

⁶⁴² 1400/2002 m.1/1 u

⁶⁴³ **Gerster Marc**, Wettbewerbsbeschränkungen auf dem Markt für Kraftfahrzeugsatzteile, Frankfurt am Main, 1998, s.45, **Nart**'tan naklen, s.109, dph.382

⁶⁴⁴ **Kniebihler/Chieux**, s.246

yedek parçalara yönelmekte, bunları doğrudan ekipman sağlayıcısından satın alabilmektedirler.

1400/2002 sayılı Tüzük m. 4 gereği, orijinal yedek parça ya da eşdeğer kalitede yedek parçaların, motorlu taşıt üreticisi ve ekipman sağlayıcısı arasında yapılan bir anlaşma ile yetkili ya da bağımsız dağıtıcılara, ya da servislere satılması yasaklanamaz. Aksi halde sözleşme grup muafiyeti kapsamında çıkacaktır. Buna paralel, dağıtıcı ya da yetkili servis orijinal yedek parçaları ya da eşdeğer kalitedeki parçaları kendi tercih ettiği üçüncü bir teşebbüsten satın almakta özgürdür⁶⁴⁵.

Son Tüzük düzenlemesi ile, artık ekipman sağlayıcısı kendi ürettiği ürünlerin üzerine marka ya da logosunu koymakta serbesttir. Logo sayesinde üreticinin kimliği şeffaf hale gelecek, gerek bunları kullanan tamirciler (yetkili servis-bağımsız servis) gerekse araç sahipleri yedek parçanın kim tarafından üretildiğini öğreneceklerdir. Böylelikle tüketiciler dilerlerse doğrudan ekipman üreticisinden dilerlerse yetkili servisten orijinal yedek parça ya da eşdeğer kalitede yedek parça satın alabilecekler, serbest rekabet ortamından tam çıkar sağlayabileceklerdir⁶⁴⁶.

4. Motorlu Taşıt Üreticilerinin Fikri Sınai Mülkiyet Hakları ile Ekipman Üreticilerinin Yedek Parça Dağıtım Haklarının Çatışması

Sahibine, gerek ulusal gerek uluslararası alanda monopol kullanma hakkı veren fikri sınai mülkiyet hakları ile malların ve hizmetlerin serbest dolaşımını düzenleyen rekabet kuralları arasında süregelen çekişme rekabet hukukçuları için hala içinden çıkılmaz bir problem olmaya devam etmektedir.

Komisyonun da belirttiği üzere, buluş sahibine hukuki bir monopol hak sağlayan fikri sınai mülkiyet hukuku ile monopolün, pazarda hakim gücü engellemeyi hedefleyen rekabet hukuku prensiplerinin ortak noktada buluşması son derece güçtür. Yine de her iki hukuk dalının düzenlemeleri göz önüne alındığında, her ikisinin de “tüketicinin talep ettiği ürünün geliştirilmesi” ortak noktasında kesiştikleri

⁶⁴⁵ Otomotiv bakım onarımında kullanılan çeşitli makineler, kimyasal maddeler, yedek parçalar 2005/4 sayılı Tebliğ düzenlemesine göre yedek parça sayılıp, yetkili servislere, sadece otomotiv firmaları ile anlaşması olan ve şikayet edilen üreticilerin ürünlerinin satılması, eşdeğer kalitedeki diğer ürünlerin satışlarının engellenmesi muafiyet kapsamı dışındadır. Rekabet Kurulu Kararı:06-77/1004-288, Karar Tarihi: 19.10.2006

⁶⁴⁶ **Aronica**, Le Contenu du Règlement, s. 24; **Buttigieg**, s.18; **Van Ginderachter**, Le Règlement 1400/2002 d’Exemption Par Catégorie, s.11

görülür⁶⁴⁷. Kişiyeye tasarım, patent gibi haklar sağlanması onun keşifte bulunma, yaratma şevkini arttıracak, bu haklar adeta gerçekleştirdiği ve gerçekleştireceği buluşun ödülü olacaktır.

Her ulusun kendi ulusal hukuk kurallarını ile korunan fikri sınai mülkiyet hakları ile ortak rekabet politikası gereği malların serbest dolaşımı arasındaki dengeyi sağlarken son derece dikkatli olmak gerekmektedir. Motorlu taşıt üretici firmaların yedek parçalar üzerinde sahip oldukları tasarım hakları ve Birlik içindeki tüketicilerin faydaları arasındaki denge en iyi şekilde kurulmalıdır.

Bilindiği gibi, fikri sınai mülkiyet hakları, her üye ülkenin kendi ulusal hukukuna göre şekillenmektedir. Bununla birlikte, Roma Antlaşması 81 ve 82. maddelerinin kısıtlamalarından kaçmamaktadırlar. Bu haklar, Üye ülkeler arasındaki rekabeti engelleyecek şekilde hakim durumun kötüye kullanılması, rekabete aykırı anlaşma veya uyumlu eylem oluşturacak şekilde kullanıldığı takdirde m.81 ve m.82 kapsamında değerlendirileceklerdir⁶⁴⁸. Böylelikle, Adalet Divanının “fikri ve sınai mülkiyet haklarının varlığı” ile “bunların kullanımı” kavramlarını birbirlerinden ayırarak karar verdiğini söyleyebiliriz⁶⁴⁹. Avrupa Topluluğu Sözleşmesi, ulusal kanunlar tarafından düzenlenmiş haklara dokunmamakta, sadece bu hakları belirli durumlarda sınırlamaktadır.

1400/2002 sayılı Tebliğ m. 4/2, motorlu araçların bakım ve onarımının yapılması ya da çevre koruma tedbirlerinin uygulanabilmesi için, bağımsız işletmeler tarafından talep edilen gerekli olan herhangi bir teknik bilgiye, teşhis cihazı ve diğer ekipmana, araçlara, gerekli yazılımlara ya da eğitime ulaşımın sağlayıcı tarafından engellendiği takdirde muafiyetin düşeceğini düzenlemiştir.

Söz konusu talep edilen unsurun fikri mülkiyet hakkı kapsamında olması veya know-how oluşturması hallerinde, erişim sağlayıcı tarafından incelendiğinde fikri sınai mülkiyet haklarının kötüye kullanılarak engellenmemelidir.

Motorlu taşıt üreticisinin fikri sınai mülkiyet haklarını kullanması etrafındaki Tüzük

⁶⁴⁷ Règlement CE n° 240/96 du 31 janvier 1996 concernant l'application de l'article 85, paragraphe 3, du traité à des catégories d'accords de transfert de technologie, Rapport d'Evaluation, point 27-28-29, s.11-12, http://ec.europa.eu/comm/competition/antitrust/technology_transfer/fr.pdf

⁶⁴⁸ Ferré, La Réforme de L'Exemption, s.24

⁶⁴⁹ Consten/Commission EEC, Case 144/81 Judgement of 14.09.1982, Rec.1986, s.556; CJCE, 08.06.1971, Deutsche Grammophon/Metro SB, Aff. 78/70, s.487

düzenlemesinin eski düzenlemelere oranla bir farklılık getirdiği söylenemez. Aynen eski düzenlemede olduğu gibi, motorlu taşıt üreticisi, sahip olduğu fikri mülkiyet haklarına dayanarak fason olarak ürettirdiği malların üreticisine bu malları ikinci bir kanaldan dağıtmasını yasaklayabilir. Bu ürettirilen parçanın tasarımı motorlu taşıt üreticisine ait olduğu takdirde, bu malların sadece kendi adına üretilmesini, başkalarına satılmasını yasaklaması patent hakkının kendisine sunduğu koruma gereğidir.

Adalet Divanı, 1988 tarihli Renault ve Volvo kararlarında⁶⁵⁰, Roma Antlaşması m.30'a atıf yaparak tasarım hakkı sahibi motorlu taşıt üreticisinin, kendi onayı olmadan 3. kişileri yedek parçaların tasarımı, üretimi ve ithali konusunda engelleyebileceğini ve bu onayın verilmesinin bizzat sahip olduğu hakkın içeriğini oluşturduğunu belirtmiştir. Mal ve hizmetlerin serbest dolaşım özgürlüğü bile ulusal bir mevzuatın uygulanmasının önüne geçemez.

Divan, Volvo kararında, belirli bir ücret karşılığında dahi motorlu taşıt üreticisinin 3. kişilere karoseriye özgü parçaların üretimi konusunda lisans vermek zorunda olmadığı, tasarım hakkına sahip olduğu yedek parçaların 3. kişiler tarafından dağıtımını reddetmesinin "hakkın kötüye kullanımı" anlamına gelmediği vurgulanmıştır.

Fikri sınai mülkiyet haklarının kullanımı konusunda hakkın kullanımının sınırları Magill içtihadı ile çizilmiştir; buna göre, lisans verilmesinin reddi yeni bir ürünün yaratılmasını engelleyecekse, red kararının gerekçesi somut olay ile uyuşmuyorsa, hak sahibinin davranışı tüm rekabeti engelleyerek kendine ait bir Pazar yaratıyorsa hakkın kötüye kullanımı gerçekleşmiştir⁶⁵¹. Magill davası sonunda, ilk kez, hakkını kötüye kullanan hak sahibinin Roma Antlaşması m. 82 doğrultusunda zorunlu lisans vermesi şeklinde karar verilmiştir.

⁶⁵⁰ CJCE, 05.10.1988, Maxicar c./Régie Nationales des Usines Renault, Aff. 53/87, Rec.1988, s.6039; CJCE, 05.10.1988, Volvo c./ Veng, Aff.238/87, Rec.1988, s. 6211

⁶⁵¹ TPICE, 10.07.1991, II, 485-CJCE, 06.03.1995, I, 743; ayrıca bkz. Ferré, La Réforme de L'Exemption, s.25

Günümüzde, motorlu taşıtların çevreye daha az hasar verici ve daha güvenli şekilde tasarlanması gerekliliği, elektronikten günden güne daha fazla yararlanmayı gündeme getirmiştir. Elektronik gelişmelere kayış, araç üretiminde masrafların artmasından dolayı motorlu taşıt üreticilerini endişelendirmektedir.

Motorlu taşıt üreticilerinin bir diğer endişeleri de sahip oldukları üretim gücünün, yedek parça buluşları konusunda gitgide kendilerini kanıtlayan elektronik konusunda uzman ekipman sağlayıcılarına kaymasıdır⁶⁵². Gerçekten de, Fransa'daki ekipman üreticilerinin son yıllarda patent başvuru sayılarının artışı göz önüne alındığında bunların endüstriyel tasarım hukuku etrafında dönen oyunda başrolü oynadıkları bir gerçektir. 1994-1998 seneleri arasında Volkswagen'ın özellikle aydınlatma ve işaret tertibatı (signalisation) alanında 73 tasarımına karşılık Valéo ekipman üreticisinin 305 tasarıma sahiptir. Valéo, bu sayıyı 2000 senesinde 575'e çıkarmıştır⁶⁵³.

Motorlu taşıt üreticileri ile ekipman üreticileri arasındaki tasarım etrafında dönen rekabet, aralarındaki sözleşmeye de yansımıştır. Taşıt üreticisi, gerekli yatırımı, teşviki sağladığı, know-how verdiği ve/fakat ekipman üretici tarafından geliştirilen tasarımların sahibi olduğunu iddia etmekte, bunların 2. kanaldan dağıtılmasına kesinlikle karşı çıkmaktadır. Ekipman üreticisi, başka bir motorlu taşıt üreticisini bu tasarımlardan faydalandırmayacağını taahhüt ederek bunların kendisi tarafından bağımsız dağıtıcılara dağıtımına izin verilmesini talep etmektedir⁶⁵⁴.

Yedek parça tasarımında, oyunun kartlarının motorlu taşıt üreticilerinden ekipman üreticilerine doğru kayması gerçeğine karşın, son Tüzüğün fikri sınai mülkiyet etrafında dönen haklara ilişkin en ufak bir değişiklik bile getirmemesi şaşırtıcıdır⁶⁵⁵. Motorlu taşıt üreticisinin hala bir adım önde olduğu bir gerçektir. Volvo içtihadı hala geçerliliğini korumakta, motorlu taşıt üreticisi tasarım hakkını sözleşmede belirttiği üzere eline geçirmekte ve bunların ekipman üreticileri tarafından daha uygun fiyatlardan dağıtımını yasaklayabilmektedir.

⁶⁵² **Mensuel Science et Vie**, La Nouvelle Révolution Automobile 2002-2010, Edition Spéciale, Septembre 2002, s.19

⁶⁵³ **Bourgeon Christian**, "Point De Vue des Equipementiers", JCP Cahier de Droit de L'Entreprise,N.5 2002, s. 12

⁶⁵⁴ **Bourgeon**, Point Des Vue des Equipementiers, s.12

⁶⁵⁵ **Ferré**, La Réforme de L'Exemption, s.25-26

Ekipman üreticilerinin, motorlu taşıt üreticilerinin hakimiyetinden kurtarılmasının, orijinal yedek parça ve teknolojik bilgilere ulaşarak üreticinin tasarımlarını geliştirmesinin ve bunları kendi adına tescil ettirmesinin, doğrudan ve dolaylı hiçbir kısıtlamaya maruz kalmadan satış sonrası servis ağlarına ve bağımsız servislere bu parçaları dağıtmalarının yolu açılmalıdır. Bu sayede motorlu taşıt üreticileri ile aralarındaki rekabet daha da güçlenecek, ekipman üreticileri daha büyük bir istekle parça tasarımlarını devam ettireceklerdir.

II. TÜZÜK REFORMLARININ AMERİKAN SİSTEMİNİ ÖRNEK ALMASI

Gerek Amerika Birleşik Devletlerinde⁶⁵⁶ gerek Avrupa'da, motorlu taşıt satışlarının getirdiği zayıf oranlardaki karlar ve üreticilerin marj oranlarını yükseltme arayışları, daha etkin bir dağıtım ağı ihtiyaçlarını ortaya çıkarmıştır. Bu ihtiyaçlar, sağlayıcıların dağıtım ağı üzerindeki hakimiyetini arttırarak yeniden satış fiyatları belirlemelerine, dağıtıcılara yönelik müşteri ya da toprak sınırlamalarında bulunmasına, kısaca farklı kademeler arasındaki aktörler arasında imzalanan sözleşmelerle çeşitli dikey kısıtlamaların dayatılmasına sebep olmuştur.

Birleşik Devletlerde dikey kısıtlamaların Sherman Kanunu ve Clayton Kanunu 'na, Avrupa Birliği'nde ise Roma Antlaşması m.81 ve m.82 (hakim durumun kötüye kullanılması) hükümlerine tabi olduğunu biliyoruz. Dikey anlaşmalar konusunda son reform 2790/99 sayılı son Blok Muafiyet Tüzüğü ile gerçekleştirilmiş, ardından bu reformları açıklayan yönerge⁶⁵⁷ düzenlenmiştir. Avrupa ve Birleşik Devletlerin dikey kısıtlamalara farklı düzenlemelerle yaklaşmalarına rağmen varılmak istenen sonuç aynıdır; dağıtıcının yeniden satış faaliyetleri sırasında sağlayıcının hangi oranda bu faaliyetlere karışacağı hukuk kuralları ile belirlenmelidir.

Her iki farklı yaklaşım da, marka içi rekabeti engelleyen bazı dikey kısıtlamaların marka dışı rekabeti desteklediği gerekçesiyle rekabet kurallarına aykırılık oluşturmadığını savunmaktadır. Pazarda hakim durumda bulunmayan sağlayıcının getireceği bazı dikey kısıtlamalarla servis kalitesini yükselteceği, teknik gelişmeleri

⁶⁵⁶ Knupfer Stefan M., Richmond Russel K., Vander Ark Jonathan D., "Making The Most of US Distribution", The McKinsey Quarterly I, 2003, s.53

⁶⁵⁷ Draft Proposal for Commission Guidelines on the Application of Art.81 of The Treaty, [2000] O.J. C291/1

destekleyeceği, tüketicinin de tüm bu olumlu sonuçlardan pay alacağı kabul edilmektedir.

Birleşik Devletlerdeki motorlu taşıt dağıtım rejiminin Avrupa'daki sistem ile farklı olduğu dikkat çekmektedir; dağıtım ağları farklı şekilde organize olmuşlardır. Buradaki dağıtıcıların hepsi üreticilerden franchise alan, üreticiler ile aralarındaki sözleşme ve lisans gereği münhasır bölgeye sahip dağıtıcılardır⁶⁵⁸.

Birleşik Devletlerde, güçlü motorlu taşıt üreticileri ile dağıtıcılar arasındaki güç dengelerini dağıtıcı lehine tekrar oluşturmak ve dağıtıcının bağımsızlığını korumasını sağlamak şeklinde 2 ilkeyi amaç edinen Automobile Dealers' Day in Court Kanunu'nun yanı sıra (bu ilkelerin AB Komisyonu tarafından örnek alındığından bahsetmiştik), federal kanunun kontrolünde, üretici-dağıtıcı ve dağıtıcı-tüketici arasındaki ilişkileri düzenleyen eyalet kanunları göze çarpmaktadır. Söz konusu kanunların özellikle dağıtıcıların lehinde hükümler getirdiği görülmektedir⁶⁵⁹.

2000 tarihinde yürürlüğe konan Texas Franchise Kanunu ile, üreticinin ya da araçların çevrimiçi taşıt satışında bulunmaları yasaklanmıştır. Texas Mahkemesi, bu düzenlemeye tepkili şekilde kendisine başvuran üreticilerin mail yolu ile veya telefon görüşmeleri, el ilanları, uçak ile havaya yazı yazma dahil her çeşit ilanlarla tüketiciye satış yapmalarının yasak olduğunu açıklığa kavuşturmuştur⁶⁶⁰. Tüketicinin yetkili satış noktasına giderek taşıt hakkında her türlü bilgiyi edindikten ve test sürüşünü gerçekleştirdikten sonra Internet üzerinden üreticinin web sitesine girerek daha düşük fiyata taşıtı alma riski (bedavacılık) engellenmek istenmiştir.

Dağıtıcının lehine düzenlemelerde bulunan bir diğer eyalet kanunu da Wisconsin'dedir. Wisconsin Kanununa göre⁶⁶¹, motorlu taşıt sağlayıcısı ve dağıtıcıları faaliyette bulunabilmek için buradaki motorlu taşıtlar komisyonu tarafından verilen lisansa hak kazanmak durumundadırlar. Üreticilerin dağıtıcıları pazara sokmaması, bu konuda onu engellemesi, üreticinin dağıtıcıya haksız ve adil

⁶⁵⁸ **Kessler**, Automobile Dealer Franchise, s.1141; **Marx Thomas G.**, "The Development of The Franchise Distribution System in The U.S. Automobile Industry", The Business History Review, Vol.59, N.3, Autumn 1983, s.465

⁶⁵⁹ **Phelps**, s.776

⁶⁶⁰ Ford Motor Co v Texas Department of Transportation (2000) 26 F. 3d 493

⁶⁶¹ Wis.Stat. 218.01 (1955); Colorado, Iowa, Kentucky,Louisiana, Nebraska, Nort Carolina, Virginia eyalet kanunlarının da benzer düzenlemeler içerdiği görülmektedir, bkz. **Brown Walston S. / Conwill Allan F.**, "Automobile Manufacturer-Dealer Legislation", Columbia Law Review, Vol.57, N.2, February 1957, s.223, dpn.29

olmayan bir sözleşme dayatması veya sözleşmeyi feshetme tehditleri karşısında üreticinin lisansı komisyon tarafından iptal edilir⁶⁶².

Birleşik Devletlerde giderek büyüyen ve güçlenen dağıtıcıların taşıt üreticilerinin tüm hakimiyetlerinden kurtularak bağımsızlıklarını kazandıklarını, pazarda hissedilir bir Pazar gücü elde ettiklerini ve ülke çapında oluşturdukları dernek ile (NADA) kanun koyucuya baskı yaparak kendilerini daha iyi koruyan kanunlara kavuştukları bir gerçektir⁶⁶³. Avrupa'daki dağıtıcılara oranla Birleşik Devletlerdeki dağıtıcılar, üreticiler karşısında son derece iyi korunmaktadır. Kendilerini koruyan hukuk düzenlemeleri karşısında, dağıtıcılar işlerini korumakta ve devam ettirmekte son derece başarılıdırlar.

Otomobil sektörünün, özellikle 95 sayılı Tüzük sonrası getirilen değişikliklerle yeniden düzenlendiğinden, 1400/2002 sayılı Tüzük ile önemli reformlar getirildiğinden çalışmamızda yeri geldiğinde bahsettik. Son Tüzükteki çok markalı dağıtım, satış ve satış sonrası servis ayırımına gidilmesi, çapraz tedarik imkanı⁶⁶⁴, Birlik içinde ek tesis açma yolu ile mega-dealer'ların⁶⁶⁵ ve çok markalı satışların teşvik edilmesi müşteri adına hareket eden araçların ve Internet üzerinde faaliyette bulunacak yeni aktörlerin desteklenmesi şeklindeki dikkat çekici reformların Birleşik Devletlerde uzun bir süredir mevcut olduğu görülmektedir.

Dolayısıyla aradaki benzerlik incelendiğinde Amerika'daki otomotiv sektöründeki aktörler arasındaki ilişkileri düzenleyen kuralların Avrupa Komisyonu tarafından örnek alındığına söylemek hatalı olmayacaktır⁶⁶⁶. Amerika'daki dağıtıcıların son derece güçlü olduğu, gerek satış gerek bakım-onarım pazarında bağımsız aktörlerin de rekabete dahil olduğu, son olarak otomobil fiyatlarının makul olduğu göz önüne alındığında bu düzenlemelerin örnek alınması tarafımızca olumlu karşılanmaktadır.

⁶⁶² **Walston S. Brown/ Allan F. Conwill**, Automobile Manufacturer-Dealer Legislation, s.223

⁶⁶³ **Martin J. Patrick**, "The Judicial Treatment of The Automobile Dealer Franchise Act", Michigan Law Review, s.312; **Brown/ Conwill**, Automobile Manufacturer-Dealer Legislation, s.221

⁶⁶⁴ "cross-selling", franchise alanın kendi faaliyet alanı dışındaki bir alıcıya ürün satması şeklinde açıklanmıştır, bkz. Phelps, s.771

⁶⁶⁵ AutoNation USA ve CarMax Amerika'da faaliyette olan mega-dealer'lara örnektir.

⁶⁶⁶ **Wormald**, s. 2

III. AB KOMİSYON TÜZÜĞÜNÜN REKABET KURULUNCA MEHAZ OLARAK ALINMASI

Avrupa’da 1475/95 sayılı Tüzüğün 1400/2002 sayılı Tüzük ile yenilenmesi ve özellikle satış ve satış sonrası servis ayrımı, seçici ve münhasır dağıtım sistemlerinden sadece birini seçme mecburiyeti gibi söz konusu son Tüzük ile getirilen radikal değişiklikler, Rekabet Kurulu’nun 1998/3 sayılı Tebliği’ni de yenilemesini gündeme getirmiştir.

Rekabet Kurulu’nun 1998/3 sayılı Tebliğ değerlendirme raporunda, AB Komisyonunun 1475/95 sayılı Tüzük gelişme raporunda ifade edilen sorunlarla hemen hemen aynı sorunları gündeme getirmiş, marka içi rekabetin zayıf olması; çok markalı satışların engellendiği; bağımsız servisin gerek yetkili servis ile gerek sağlayıcı ile arasındaki rekabetin güçlendirilmesi gerektiği; eş değer kalitedeki yedek parça etrafında yaşanan sorunlara çözüm bulması gerektiği vurgulanmıştır. Böylelikle, sağlayıcının ağına dahil olmayan bağımsız yeniden satıcı, bağımsız servis, ekipman üreticileri gibi diğer aktörler de rekabete dahil olacaklar, tüketici bu rekabet sonunda daha düşük fiyatlardan ürüne ve hizmetlere kavuşacaktır. Bu amaçlarla 2005/4 sayılı “Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği”, 1 Ocak 2006 tarihinde yürürlüğe girmiş, 1 Ocak 2007 tarihi itibari ile de tüm hükümleri ile uygulanmaya başlanmıştır.

Tebliğ gerekçesinde, sağlayıcılara dağıtım ve servis ağını oluşturmakta esneklik sağlayan; yetkili satıcı ve servislerin sağlayıcı karşısındaki konumunu güçlendiren; yedek parça üreticilerinin rekabete dahil olmalarını sağlayan; bağımsız tamircilerin bakım-onarım hizmetlerine ilişkin teknik bilgi, teçhizat, teşhis cihazlarına erişiminin kolaylaştırılması yoluyla tüketicilere alternatif oluşturmalarının önünü açacak yeni düzenlemelere gereksinim duyulduğu belirtilmiştir.

Rekabet Kurulu’nun söz konusu Tebliği, Komisyon’un 1400/2002 sayılı Tüzüğünün hemen hemen tamamının tümüyle tercüme ederek oluşturmasına rağmen bazı maddelerin hiç tercüme edilmediğini ya da farklı formüle edildiğini görmekteyiz.

Mehaz Tüzüğün m.2/2’de düzenlenen ve *“muafiyetin bir işletme birliği ve üyeleri veya bu gibi bu gibi birliklerle sağlayıcılar arasında yapılan dikey anlaşmalara, sadece, tüm üyelerinin motorlu taşıtlar veya onların yedek parçasının dağıtıcısı veya*

tamircisi olması şartıyla uygulanır” hükmüne Kurul Tebliğinde yer verilmemiştir. Ülkemizde teşebbüs birlikleri ve üyeleri veya sağlayıcılar arasında dikey anlaşmaların yaygın olmaması buna gerekçe olarak gösterilebilir⁶⁶⁷.

1400/2002 sayılı Komisyon Tüzüğü m.1/1 (e)’de, münhasır dağıtım sistemi “*Sağlayıcı, anlaşma konusu malları veya hizmetleri, alıcının kendi kullanımı veya yeniden satış amacıyla Ortak Pazar içinde sadece bir alıcıya satmasını gerektiren dağıtım sistemi*” olarak tanımlanmıştır. Görüldüğü üzere, Kurul’un “Ortak Pazar” ı bölge sınırlaması olarak kabul etmemekle birlikte, Tebliğ’e “Türkiye Cumhuriyeti sınırları” şeklinde bir ibareyi de eklememiştir.

Mehaz Tüzüğü’nün 1/u maddesinde, “*eşdeğer kalitede olduğu talep edildiğinde belgelendirilebilen, herhangi bir teşebbüs tarafından üretilen yedek parça*” şeklinde bir tanımlama getirilmiştir. Kurul Tebliği m.3/s’te ise, “*eşdeğer kalitede olduğu varsa mevzuat gereği aranan mecburi standartlara uygunluğunun üreticisi tarafından belgelendirilmesi gereken parça*” olarak tanımlanmıştır. Bu tanıma göre, ilgili yedek parçanın mecburi standardı yok ise belgelendirmenin kimin tarafından yapılacağına ilişkin bir açıklama bulunmaması eleştirilmiş⁶⁶⁸, Tebliğ’de uzman olan kuruluşlar belirtilerek bunlardan rapor almanın zorunlu hale getirilmesi çözüm yolu olarak sunulmuştur.

Mehaz Tüzük çevrilirken farklı ifadelerle örnek olarak, Tebliğ’in 3/b’de “*personelin maliyeti*”⁶⁶⁹ sağlayıcı tarafından karşılanmadıkça” ; m.3/f ‘te “*yetkili servislerin*”⁶⁷⁰ bağımsız teşebbüslere⁶⁷¹ yedek parça satışı yapılabilmesi”; m.3/j’de “*alıcı, başka bir teşebbüs adına mal ve hizmet satan teşebbüsü de içerecek şekilde dağıtıcı veya yetkili servis*”⁶⁷² konumundaki teşebbüstür”; m.3/r’de “*sağlayıcı*”⁶⁷³ tarafından

⁶⁶⁷ Aslan / Toksoy / Ardiyak / Katircioğlu / Ilıcak / Bilgel, s.141

⁶⁶⁸ Aslan/Toksoy/Ardiyak/Katircioğlu/Ilıcak/Bilgel, s.325

⁶⁶⁹ Mehaz Tüzükte “ek maliyetin” sağlayıcı tarafından karşılanmasından bahsedilmiştir. Personelin ücret, sigorta primi gibi gerçek maliyetin sağlayıcıya yüklenmesinin herhangi bir açıklaması bulunmamaktadır.

⁶⁷⁰ Yetkili servis-sağlayıcı gibi bir ayırım yapılmadan seçici dağıtım sistemi üyelerinin tümünün yedek parça satma hakları vardır.

⁶⁷¹ Bağımsız teşebbüs teknik bilgi yayımcılarını, otomobil kulüplerini, yol yardımı veren teşebbüsleri, test hizmeti veren teşebbüsleri, kısaca araç bakım ve onarımı faaliyetlerini yürütmeyen aktörleri kapsayacak kadar geniştir. Oysa ki, çalışmamızda daha önceden de belirttiğimiz üzere, bu madde bağımsız servislere yedek parça satışını, bağımsız servislerin bu parçaları ancak araçların bakım ve onarımında kullanması şartı ile düzenlemektedir.

⁶⁷² Bağımsız servisin “alıcı” tanımından ayrı tutulmasının herhangi bir açıklaması bulunmamaktadır.

⁶⁷³ Söz konusu spesifikasyon ve üretim standartları ancak, motorlu taşıt üreticisi tarafından

getirilen spesifikasyonlardan ve üretim standartları"; m.5/1 (b)'de "*dağıtıcı veya yetkili satıcının*"⁶⁷⁴ ...*satacağı bölge ve müşterilere ilişkin kısıtlamalar*" gösterilebilir.

Rekabet Kurulu'nun 25.05.2007 tarihli Resmi Gazetede yayınlanan 2007/2 sayılı Tebliği'nden önce, Mehaz 2790/99 sayılı Tüzükteki Pazar payı eşiklerine 2002/2 sayılı Tebliğde yer verilmemesine karşın Mehaz 1400/2002 sayılı Tüzükteki eşiklerin motorlu taşıtlara özgü 2005/4 sayılı grup muafiyet tebliğinde aynen benimsenmesi ise bir başka eleştiri konusuydu⁶⁷⁵. 2007/2 sayılı Tebliğin de Mehaz Tüzüğü takiben %30 olmasa da %40'lık bir Pazar payı eşiğini kabul etmesi bu tartışmaları sonlandıracaktır.

Kurul'un, Avrupa Komisyonu'nu örnek alarak tüzük değişikliğine gitmesi özellikle motorlu taşıt üreticileri tarafından eleştirilmiş, ülkemizde seçici ve münhasır dağıtım birlikteliliğini ayırmak için Komisyon'un geçerli bir açıklamada bulunmadığı öne sürülmüştür⁶⁷⁶.

Çalışmamızda Komisyon'un sektöre has Tüzük hazırlamasında ve reformlar getirmesindeki harekete geçirici noktanın Birlik içindeki taşıt fiyat farklılıklarını ortadan kaldırmak olduğundan bahsettik. Zira, Komisyon, fiyat farklılıklarının esas nedeni olarak özellikle paralel ticareti ve yetkili satıcılar arasındaki çapraz tedariği engelleyen motorlu taşıt üreticilerini göstermiştir. Seçici münhasır dağıtım sistemi ile ellerindeki tüm kısıtlama imkanlarını kullanan sağlayıcıların elinden bu güç seçici münhasır dağıtım birlikteliği kaldırılarak alınacaktır.

Sağlayıcıların sadece seçici ve sadece münhasır dağıtım sistemini seçme şanslarını asla kullanmadıkları, hemen hemen hepsinin münhasır seçici dağıtım sistemini tercih ettikleri gözlemlenmiştir. Reform sonunda, sağlayıcıların Tüzük değişikliği ile artık sahip oldukları Pazar payı eşiklerine göre seçim yapmaya zorlanacaklar, söz konusu monotonluk, tekdüzelik ortadan kaldırılacaktır. Şöyle ki, %30'luk eşiği aşan sağlayıcı seçici dağıtım sistemini seçmek zorunda kalacak, %30'un altında Pazar payına sahip olan sağlayıcı ise münhasır dağıtım sistemi, niceliksel veya niteliksel seçici dağıtım sistemlerinden istediğini seçebilecektir.

getirilebilir.

⁶⁷⁴ Mehaz Tüzük m.4/1 (b)'de "dağıtıcı veya yetkili servis (réparateur) olarak ifade edilmiştir.

⁶⁷⁵ **Aslan İ. Yılmaz**, Rekabet Hukuku Bakımından Dikey Anlaşmalar Teori ve Uygulama, 2004 İstanbul, s.172

⁶⁷⁶ **Aslan**, Dikey Anlaşmalar, s. 173

Yukarıda reform ile getirilmek istenenler dikkate alındığında, öncelikle ülkemizde tüketicilerin taşıt fiyat farklılıkları karşısında kolaylıkla bir bölgeden bir bölgeye giderek uygun bulduğu aracı satın almakta zorluk çekmemektedir. Yine, ülkemizde, Avrupa Birliği üye ülkeleri arasında vergi uyumlaştırma eksikliğinden doğan aşırı fiyat farklılıkları gibi bir sorun yaşanmamaktadır.

Ayrıca, Türkiye genelinde sağlayıcının Pazar payının %30'un altında olduğu⁶⁷⁷ göz önüne alındığında, sağlayıcının dağıtım sistemini belirleme konusunda hakimiyetini koruyacağını söylemek hatalı olmaz. Yedek parça ve bakım-onarım pazarında ise %30'luk eşik aşılabacağından seçici dağıtım sisteminin tercih edileceği açıktır. Marka içi rekabeti canlandıracak reformun ülkemiz açısından tek avantajı, zayıf konumda olan bağımsız servislerin gerekli kriterleri taşımaları şartı ile yetkili servis ağına talip oldukları takdirde sağlayıcı tarafından reddedilemeyecek olmalarıdır.

Rekabet Kurulu, bizce, seçici münhasır dağıtım birlikteliğine son verirken Türkiye'ye özgü Pazar şartlarını, aktörler arasındaki ilişkileri göz önüne alarak, AB Komisyonu'nun İç Pazar hedefinden kendisini soyutlayarak bir kez daha düşünmeliydi.

Ülkemizde tepki çeken bir diğer reform da çok markalı satışın önünün açılmasıdır. Avrupa Birliği üye ülkelerinin aksine otomotiv piyasasının rekabetçi olduğu, markalar arasında Pazar payları dikkate alındığında bir denge bulunduğu, Avrupa'daki gibi büyük yoğunlaşmaların yaşanmadığı vurgulanarak markalar arası rekabeti canlandırma ve çok markalı satış özgürlüğü sorgulanmaktadır⁶⁷⁸.

Avrupa'da çok markalı satışların tüketici açısından en büyük faydası, bölge bölge dolaşmadan kendisine en uygun fiyatı ve imkanları sunan markalı ürünü tek bir araç teşhir salonunu ziyaret ederek bulabilecek olmasıdır. Böylelikle farklı markaların sunduğu fırsatlardan tek bir yetkili dağıtıcıyı ziyaret ederek bilgi sahibi olacak, ayrıca daha büyük bir pazarlık gücü olacaktır. Yetkili dağıtıcı açısından ise en büyük faydası, tek bir markaya, üreticiye bağlı kalmayarak daha bağımsız olması, üreticinin kendisi ile işbirliği ilişkisini bitirmek istemesi üzerine ayakta kalma şansının olması,

⁶⁷⁷ "Otomotivde Kıyasıya Rekabete Hazırlık",

http://www.taysad.org.tr/altmenu.asp?Anald=1057&AltID=a393852&def_dil_id=149&firID=95

⁶⁷⁸ Aslan, Dikey Anlaşmalar, s. 175

ayrıca taşra bölgelerinde birden fazla marka satışları ile daha fazla müşteri çekme şansı kazanmaları, en önemlisi üreticiler ile pazarlık yapma şanslarının olmasıdır. Dolayısıyla üreticinin hakimiyeti zayıflamakta, dağıtıcı ise tam tersine üretici karşısında güç kazanmaktadır⁶⁷⁹.

Ülkemizde de, Tebliğ'in çok markalı satışları teşvik etmesi ile, birden fazla bayiliği farklı tesislerde yürütmek zorunda olan bayiler⁶⁸⁰ rahat bir nefes alacaklar, her bir markanın standartlarını sağlama şartı ile birden fazla markayı aynı tesiste satabileceklerdir. Özellikle taşra bölgelerinde, önemli yatırımlar yaparak ayakta kalmaya çalışan yetkili satıcıların başka markaları da satışa sunmaları ile maliyetlerini düşürmeleri, ayrıca sağlayıcıdan bağımsızlaşacakları ümit edilmektedir.

Kanımızca, markalar arası rekabetin zaten var olduğunu öne sürerek yukarıda gerek tüketicinin gerek yetkili dağıtıcının elde edeceği faydalara sırt çevirmek mantıklı bir davranış olmayacaktır.

Ülkemizde faaliyet gösteren yetkili satıcılar, çok markalı satış imkanının kendilerini pek etkilemeyeceğini, zira otomotiv üreticilerinin getirdiği yüksek standartları ve talepleri karşısında bu özgürlüğü kullanmanın hayal olduğunu, kendilerinin tek markalı satışa dikkatlerini vermekten başka şanslarının olmadıklarını vurgulamaktadırlar⁶⁸¹.

Son Tüzük reformu ile sağlayıcının yetkili servislere faaliyet bölgeleri ile ilgili herhangi bir kısıtlama getiremeyeceğinden, dolayısıyla yetkili servislerin diledikleri yerde atölye kurabileceklerinden bahsettik. Söz konusu AB Tüzük reformunun ülkemizde Rekabet Kurulu Tebliği'ne dahil edilmesi eleştirilmiştir. Şöyle ki ülkemizde, AB'ye oranla yetkili servis başına 10 kat daha az araç düşmekte, bu nedenle ekonomik istikrarsızlığın hakim olduğu ülkemizde yetkili servis sayısını arttırma çabalarının anlaşılacağı belirtilmektedir⁶⁸².

⁶⁷⁹ Reid, s. 202

⁶⁸⁰ sayıları, tüm marka bayilerinin sayısının %30'unu oluşturmaktadır, "Otomotivde Kıyasıya Rekabete Hazırlık",

http://www.taysad.org.tr/altmenu.asp?Anald=1057&AltID=a393852&def_dil_id=149&firID=95

⁶⁸¹ bkz. Tarık Taşar, OYDER Yönetim Kurulu Başkanı, "Otomotiv Satıcısı Çok Markalı Satışa Sıcak Bakmıyor" başlıklı yazıdan alıntı,

<http://www.kobifinans.com.tr/tr/icerik.php?Article=14478&Where=sektor&Category=011002>

⁶⁸² Aslan, Dikey Anlaşmalar, s. 178

Türkiye’de sektördeki aktörler arasında AB’ye kıyasen daha büyük bir güç dengesizliği bulunduğunu⁶⁸³, satış sonrası servis pazarındaki kar oranlarının günden güne artması ile sağlayıcıların yetkili servisler üzerindeki baskılarının da arttığı göz önüne alındığında, yetkili servislerin ticari fırsat gördükleri yerde atölye açmakta serbest olmaları gerektiğini düşünmekteyiz. Bu şekilde aynı bölgede faaliyetteki diğer yetkili servislerle gruplaşarak daha da güçlenme fırsatı da yakalayabilirler. Servis kalitesinin düşmemesi, dolayısıyla tüketicinin güvenliğinin riske edilmemesi için sağlayıcıların bayi ve servisler üzerindeki denetimlerinin gerekliliğine inanmakta, fakat denetimin bağımsız bir denetim danışmanlığı piyasası yaratılmasının gerekliliğini savunmaktayız.

Tebliğin satış sonrası servis ve yedek parça pazarında getirdiği diğer reformlar, sağlayıcının bu pazarlardaki tekeli kırarak niteliktedir. Örneğin, bağımsız servislerin teknik bilgiye erişim hakkı, özellikle yeni modellerin nasıl tamir edileceğini öğrenmeleri bakımından son derece önemlidir. Bu sayede, yetkili servis ve bağımsız servis arasındaki rekabet canlanacak, her iki aktör de kendini geliştirme, daha iyi ve kaliteli hizmet verme konusunda yarışacaklardır. Eş kalitede yedek parçaları üretip kendi logoları ile bunları satma hakkını elde eden bağımsız yedek parça üreticileri de bu pazarda rekabetin canlanmasını sağlayacaklardır.

Türkiye’de, sağlayıcının ekipman üreticileri tarafından kendisi için ürettirdiği parçaları kendi kanalı ile dağıtması parçalarda % 35’lik bir artışa neden olmaktadır. Eş değer kalitede yedek parça üretimi ve dağıtımı ile bu pazarda fiyatların düşeceği ümit edilmektedir. Buna karşın, bu türden parçaların sağlayıcının kontrolü dışında üretilmesi sonucunda merdiven altı, yani standartlara uygun olmayan parçaların üretiminin kullanımının yaygınlaşacak olması ise endişe vericidir⁶⁸⁴. Ekonomisinin %40’ından fazlasının kayıt dışı olduğu sektörde öncelikle sağlıklı rekabet koşulları ve denetim sistemlerinin oluşturulması gerekmektedir⁶⁸⁵.

⁶⁸³ Gazioglu, s.76

⁶⁸⁴ Gazioglu, s.77

⁶⁸⁵ aynı görüş için bkz., Otomotiv Distribütörleri Derneği Genel Koordinatörü Işık Dikmen’in eleştirisi için bkz. “Otomotivde Kıyasıya Rekabete Hazırlık” başlıklı yazıdan alıntı http://www.taysad.org.tr/altmenu.asp?Anald=1057&AltID=a393852&def_dil_id=149&firID=95

SONUÇ:

Dünyamızda son dönemlerde ortaya çıkan teknolojik gelişmelerin, değişikliklerin eskisine oranla daha çarpıcı ve daha karmaşık olduğunu söylemek hatalı olmaz. Söz konusu değişikliklerde göze çarpan karmaşıklık, globalleşme ve teknolojik evrimlerin karşılıklı etkileşmesinin bir sonucudur. Günden güne globalleşen ve teknolojik anlamda gelişen dünyamızda, eskiden olduğu gibi geçmişteki gelişmelerden gelecekte ne olacağını kestirmek artık son derece güç hale gelmiştir. Gelişmeler tahminlerimizin de ötesine geçmiştir.

Kişisel bilgisayarların, cep telefonlarının yaygınlaşması, Internet gibi telematik ağların patlak vermesi, hayat tarzlarımızın ve standartlarımızın da değişmesine yol açmıştır.

Teknolojik gelişmeleri büyük bir dikkatle takip eden tüketici, ifade etmediği, gizli tuttuğu isteklerinin gerçeğe dönüşmesi için her an teknolojik bir çözümün icat edilebileceğinin farkındadır. Dolayısıyla, isteklerini içinde tutmak yerine bunların peşinde koşmaya, açıkça ifade etmeye ve bunları elde edene kadar beklemeye hazırdırlar.

Otomobil dağıtımında göze çarpan güncel gelişmelere dikkat ettiğimizde, motorlu taşıt üreticilerini yoğun bir rekabet ortamına sokan esas etkenin tüketicinin isteklerinde meydana gelen değişiklik olduğunu görürüz. Tüketici artık tek bir markaya, tek bir servise sadık kalma eğilimlerini terk etmiştir. Tüketicinin daha uygun fiyatlar, daha iyi kalite, homojen bir servis, daha fazla model, gerek ürüne gerek satış sonrası servise daha kolay ulaşma isteği otomotiv sektörünün yapılanmasına ve yoğunlaşmasına sebep olmuştur.

Yeni taşıt satışlarının gün geçtikçe pazarda gitgide daha büyük pay sahibi olan büyük dağıtıcı grupları (mega-dealer) tarafından gerçekleştirildiği bir gerçektir. Örneğin, Fransa'da ilk 100 sırada olan dağıtım grupları 2004 senesi satışlarının %44'ünü

gerçekleştirmişlerdir. Bu oran 2003 senesinde %41, 1998 senesinde ise % 32 idi⁶⁸⁶. Bu grupların diğer orta halli ya da küçük dağıtıcıları satın alarak ya da temsil ettikleri marka portföylerinin genişlemesi ile güçlendikleri bilinmektedir.

Yoğunlaşmaların, üretici-sağlayıcı ve dağıtıcı arasındaki güç dengelerini değiştirdiğini söyleyebiliriz. Günümüzde, ekonomik anlamda büyük güç sahibi olan motorlu taşıt dağıtım gruplarının sağlayıcıya olan bağımlılığı oldukça azalmıştır⁶⁸⁷. Dolayısıyla, sağlayıcı dağıtım grubu ile aralarındaki sözleşmeyi feshetmekte tereddüt etmektedir. Stratejik satış noktalarına sahip olan bu gruplar karşısında diğer dağıtıcılar, satış ve satış sonrası servis hizmetleri için faaliyet bölgesi bulmakta zorlanmaktadır⁶⁸⁸.

Gün geçtikçe güçlenen dağıtıcı grupları karşısında motorlu taşıt üreticilerinin kendilerine ait satış noktalarını arttırarak sektördeki hakimiyetlerini korumak istemeleri doğal bir tepkidir. ICDP'nin raporuna göre, 1999 ve 2004 seneleri arasında Almanya, Fransa, İtalya ve Birleşik Krallık'ta üretici tarafından kontrol edilen satış noktaları %67 oranında artmıştır. Bu oran Fransa'da % 50'dir⁶⁸⁹. Söz konusu satış noktalarının özellikle önemli miktarlarda satışların gerçekleştirildiği nüfusun kalabalık olduğu şehir merkezlerinde açıldığı görülmektedir.

Satış noktaları üzerindeki hakimiyetlerini kaybetmek istemeyen üretici firmaların taşıt dağıtımlarının büyük bir kısmını kendilerine ait satış noktaları vasıtası ile gerçekleştirmeye başlamışlardır. Fransız markalarından Renault ve Citroen firmaları motorlu taşıtların %90'ını, Peugeot ise % 55'ini, kendilerine ait satış noktaları ile dağıtmayı tercih etmektedirler⁶⁹⁰.

Teknolojinin gelişmesi ve tüketicinin beklentilerinin değişmesi ile dağıtım sektörünün yeniden yapılandırılması, dolayısıyla söz konusu sektördeki aktörler arasındaki değişen dengeler, eski tüzük düzenlemelerinin İç Pazar hedeflerine ulaşmaya katkı sağlamamış olması, ayrıca gelişen yeni yapılanmaya cevap verecek

⁶⁸⁶ Vogel/Vogel, Droit de La Distribution Automobile II, s. 22

⁶⁸⁷ CC 2000, New Cars, Appendix 6.37, 6.38, s.173

⁶⁸⁸ Vogel/Vogel, Droit de La Distribution Automobile II, s. 23

⁶⁸⁹ ICDP et Argus, 07.07.2005, s.20-21

⁶⁹⁰ La Lettre Autobiz, "Le Marché de La Distribution Automobile à Paris", 19.09.2005, N.63 www.autobiz.fr

nitelikte olmaması motorlu taşıtlara özgü tüzüğün de değişmesinin arkasında yatan nedendir.

Son Tüzük reformları incelendiğinde, Avrupa Komisyonu'nun, aynı ağa dahil yeniden satıcılar arasındaki rekabetin canlandırılması, Birlik üyeleri arasındaki taşıt fiyatlarında göze çarpan uçurumun ortadan kaldırılması, tüketicinin bağımsız servislerden faydalanması için her türlü engelin kaldırılması, son olarak üretici ve dağıtıcılar arasındaki dengelerin yeniden oluşturulması şeklinde dört ana hedefinin bulunduğu görülecektir.

1400/2002 sayılı Tüzüğün hukuksal olmaktan çok daha ekonomik bir temele oturduğunu söyleyebiliriz. Getirilen Pazar payı eşikleri ile gerek satış pazarında gerek satış sonrası servis pazarında niteliksel seçici dağıtımın teşvik edildiği, niceliksel seçici dağıtım ve münhasır dağıtım sistemleri seçiminin eşiklere bağlı olduğunu görmekteyiz.

Komisyon, Amerika'daki düzenlemeleri örnek alarak güç dengesini motorlu taşıt üreticilerinden yetkili satıcı ve servislere, bağımsız tamircilere ve yedek parça üreticilerine kaydırmış, ayrıca marka içi ve hem de markalar arası rekabeti canlandırarak tüketicinin bu rekabet ortamından fayda görmesini sağlamayı hedeflenmiştir.

Yetkili satıcı bağımsızlığı, çok markalılık, bağımsız tamircilerin ve yedek parça üreticilerinin rekabete dahil edilmesi konularında eski tüzük düzenlemelerine oranla üretici aleyhine düzenlemeler getirdiği; seçici ve münhasır dağıtım birlikteliği, satış-satış sonrası hizmetler bağlantısı gibi konularda ise radikal değişikliklerde bulunduğu göze çarpmaktadır.

Grup muafiyetinden faydalanmak isteyen üreticiler dağıtım ağlarının organizasyonunu değiştirerek inhisari bölgeleri kaldırmışlar, niteliksel ve niceliksel kriterlere göre ağlarını ikiye ayırmışlardır. Satış sonrası servis ağları ise saf şekilde niteliksel seçici dağıtım ağına dahil edilmiştir.

Satışta, çok markalılığın pek az dağıtıcı tarafından tercih edildiği görülmekte, sadece güçlü dağıtım ağlarının çıkarlarına uygun düşen çok markalı satışı benimsedikleri

göze çarpmaktadır⁶⁹¹. Çok markalı hizmet veren bağımsız servislerin ise noksansız ve en iyi şekilde eğitilmesi hala üreticilerin bu konudaki tutumlarına, isteklerine bağlıdır⁶⁹².

Ağa dahil ve performansı düşük yetkili dağıtıcı veya yetkili servisin, ağın başındaki üretici ya da sağlayıcı ile arasındaki ilişkileri değiştirerek yetkili dağıtıcı ve yetkili servise hukuksal koruma sağlandığı bir gerçektir. Yetkili dağıtıcı-servis, hak ve borçların ağa dahil üyelere aktarma serbestisi sayesinde artık üretici-sağlayıcının isteklerine daha az boyun eğmektedir⁶⁹³.

1400/2002 sayılı Tüzük reformlarının otomotiv dağıtım sektörünü olumsuz yönde etkilediği yönünde karamsar gözle bakanlar olduğu kadar tam tersi bir yaklaşımla değişiklikleri olumlu bulanlar da vardır.

Karamsarlara göre, son Tüzüğün getirdiği değişiklikler, var olan bozukluklara çare olmak yerine daha başka problemleri doğurmuştur. Şöyle ki; 1400-2002 sayılı Tüzük, var olan otomobil dağıtım sistemini değiştirmek bir yana motorlu taşıt üreticilerini yoğunlaşmaya teşvik ederek durumlarını daha da güçlendirmelerini sağlamış, dolayısıyla rekabeti zayıflatmıştır⁶⁹⁴. Son Tüzük ile oyunun kuralları değişmiş, bundan faydalanan üreticiler, dağıtıcılara teknik bariyerler içeren yeni sözleşmeler dayatmışlardır. Ticari ağlar, ancak yoğunlaşmaları destekleyecek ve rekabeti kısıtlayacak şekilde yeniden tanımlanmış, sadece büyük ve güçlü yetkili dağıtıcılar bu tanıma adapte olmuşlardır⁶⁹⁵.

İyimser yaklaşanlar bu eleştirilere cevap vermekte gecikmemişlerdir. Esasen, üreticilerin dağıtımın bir kısmını büyük şehir merkezlerine kaydirmaları gibi küçük ve orta çaplı dağıtıcılar işlerini daha güçlü meslektaşlarına veya üreticilere devretmeleri de rekabet çevresinin seneler öncesinden eski Tüzük düzenlemesi sırasında başlayan değişiminin sonucudur. Üreticilerin, gelecekte daha avantajlı duruma geçecek olan dağıtıcılar karşısında maliyetlerini azaltma çabaları son derece

⁶⁹¹ Genet, Les Groupes de Distribution Repartent En Conquete, s. 29

⁶⁹² Vogel/Vogel, Droit de La Distribution Automobile II, s. 15

⁶⁹³ Vogel/Vogel, Droit de La Distribution Automobile II, s. 16

⁶⁹⁴ Segard V., "La France Malade des Barrières Invisibles", La Tribune, 04.01.2005, s. 28-29

⁶⁹⁵ Alain Rizzo, Directeur Associé du Cabinet de Conseil en gestion de ressources humaines, LEA Partner's, Vogel-Vogel'den naklen, Droit de La Distribution Automobile II, s. 14

doğaldır. Son Tüzük sadece Avrupa içinde taşıt fiyatlarının birbirine yaklaştırılması şeklinde ekonomik anlamda değişimler yaratmıştır⁶⁹⁶.

Otomotiv sektörüne özgü tüzüğün ortadan kaldırılarak 2790/99 sayılı genel muafiyet tüzüğünün kapsamına dahil edilmesinin Komisyon'un İç Pazar hedefini tutturması, diğer bir deyişle 1400/2002 sayılı Tüzüğün getirdiği reformların, yapılanmaların meyvelerini vererek Birlik içinde araç fiyatları arasındaki dengenin tutturulması koşuluyla mümkün olabileceği düşünülebilir. Fakat, 2010 tarihine sayılı seneler kala Birlik fiyatları arasında hissedilir bir değişiklik gözlenmemiştir⁶⁹⁷. 2000'den beri vergi dışı fiyatlar göz önüne alındığında Danimarka hala en ucuz, Almanya ise en pahalı üye ülkedir⁶⁹⁸.

Fiyat farklılıkları seneler sonra azalmaya başlasa da en ucuz ve en pahalı fiyatların sergilendiği ülkeler arasında Mart 2007 tarihli vergi dışı fiyatlar karşılaştırıldığında hala %28'lik büyük bir fark korunmaktadır.

Son Tüzüğün satış sonrası servis pazarında getirdiği reformların bağımsız ekipman üreticilerin teknik bilgiye ulaşma açısından yaşadıkları zorlukları ortadan kaldırmadığı belirtilmektedir. Yedek parça pazarında da ümit edilen canlı rekabet ortamı yaratılmamıştır⁶⁹⁹.

Rekabet Kurumu'nun, Komisyon'un yeni yaklaşımını model olarak oluşturduğu 2005/4 sayılı Tebliğ, Türkiye'ye özgü şartlara hitap etmediği gerekçesiyle eleştirilmiştir. Komisyonun 1400/2002 sayılı Tüzük ile amaçladığı Birlik içindeki araç fiyat farklılıklarını gidermek ve İç Pazar hedefine ulaşmaktır. Dolayısıyla, böyle bir amacı bulunmayan Rekabet Kurulu tarafından özellikle seçici münhasır dağıtım sisteminin ayrılması ve çok markalı satış gibi reformların Kurul tarafından örnek alınması için acele davranılmıştır.

⁶⁹⁶ **Genet**, "Le Tissu de Point de Vente Se Rétracte Encore", s. 20-21; **Genet J.-P.**, "Les Groupes de Distribution Repartent En Conquete", L'Argus, 06.10.2005, s. 28

⁶⁹⁷ 2006 senesinde en çok satılan araçlar incelendiğinde Yunanistan (2.4%), Finlandiya (1.7%), İngiltere (0.5%) ve Danimarka'da (0.1%) geçmiş yıllara oranla çok büyük düşüş yaşanmamıştır.

⁶⁹⁸ <http://archives.tcm.ie/irishexaminer/2007/03/07/story27154.asp>

⁶⁹⁹ **Kroes Neelie**, "Market developments and Future Perspectives in The Automotive Sector" Conference organised by the European Council for Motor Trades and Repairs (CECRA), Speech 06-527, Brussels, 25th September 2006, <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=SPEECH/06/527&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>

Gümrük Birliği kararın 37. maddesi, ölkemizin, Gümrük Birliği ile hedeflenen ekonomik bütünleşmeye ulaşmak amacıyla, rekabet kurallarıyla ilgili mevzuatının Avrupa Topluluğu mevzuatı ile uyumlu hale gelmesini ve etkin biçimde uygulanmasını temin etme yükümlölüğünü düzenlese de bu ifade, AB mevzuatının aynen alınmasını değil AB mevzuatı ile uyumlaştırılmasını öngörmektedir. Nitekim Gümrük Birliği 39. kararı⁷⁰⁰, Türk mevzuatının, AET'yi kuran Antlaşma ilkeleri, ikincil mevzuat ve bu konuda geliştirilen içtihat hukuku ilkelerine uygun hale getirilmesini düzenlemiştir. "Uygun hale getirme" kavramı "aynen alma" anlamını taşımamaktadır.

Gümrük Birliği kararı 41/3. maddesi de, Avrupa Topluluğu'nun Rekabet Kurumundan uygun tedbirleri almasını talep etme hakkı olsa da, bu hakkın Rekabet Kurumu'nun RKHK'nın gerektirdiği kararları alıp uygulamasını engelleyemeyeceğini vurgulamıştır.

Göröldüğu üzere, Gümrük Birliği kararları, ölkemizin kendi Pazar ihtiyaçlarını gözeterek ona göre mevzuat yapmasına engel değildir. Bu nedenle, Rekabet Kurumunun, Komisyon'un hedeflerini kendi hedefleriyle karşılaştırarak iyi bir biçimde analiz etmesi, AB ile Türkiye'deki pazar yapıları arasındaki benzerlik ve farklılıkları doğru yönde değerlendirmesi daha doğru bir tutum olurdu.

⁷⁰⁰ Türkiye, Gümrük Birliği'nin yürürlüğe girmesinden itibaren 1 yıl içinde, kamu teşebbüslerine ve diğer teşebbüslere verilen özel ve münhasır yetkiler ile ilgili kuralların AET'yi kuran Antlaşma ilkeleri, ikincil mevzuat ve bu konuda geliştirilen içtihat hukuku ilkelerine uygun hale getirilmesini sağlar (m. 39)

EKLER**Ek 1****COMMISSION REGULATION (EC) No 1400/2002
of 31 July 2002 on the application of Article 81(3) of the Treaty to categories of
vertical agreements and concerted
practices in the motor vehicle sector**

THE COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES,
Having regard to the Treaty establishing the European Community,
Having regard to Council Regulation No 19/65/EEC of 2 March 1965 on the
application of Article 85(3) of the Treaty to certain categories of agreements and
concerted practices, as last amended by Regulation (EC) No 1215/1999, and in
particular Article 1 thereof,
Having published a draft of this Regulation,
Having consulted the Advisory Committee on Restrictive Practices and Dominant
Positions,

Whereas:

(1) Experience acquired in the motor vehicle sector regarding the distribution of new motor vehicles, spare parts and after sales services makes it possible to define categories of vertical agreements which can be regarded as normally satisfying the conditions laid down in Article 81(3).

(2) This experience leads to the conclusion that rules stricter than those provided for by Commission Regulation (EC) No 2790/1999 of 22 December 1999 on the application of Article 81(3) of the Treaty to categories of vertical agreements and concerted practices (are necessary in this sector.

(3) These stricter rules for exemption by category (the exemption) should apply to vertical agreements for the purchase or sale of new motor vehicles, vertical agreements for the purchase or sale of spare parts for motor vehicles and vertical agreements for the purchase or sale of repair and maintenance services for such vehicles where these agreements are concluded between non-competing undertakings, between certain competitors, or by certain associations of retailers or repairers. This includes vertical agreements concluded between a distributor acting at the retail level or an authorised repairer and a (sub) distributor or repairer. This Regulation should also apply to these vertical agreements when they contain ancillary provisions on the assignment or use of intellectual property rights. The term 'vertical agreements' should be defined accordingly to include both such agreements and the corresponding concerted practices.

(4) The benefit of the exemption should be limited to vertical agreements for which it can be assumed with sufficient certainty that they satisfy the conditions of Article 81(3).

(5) Vertical agreements falling within the categories defined in this Regulation can improve economic efficiency within a chain of production or distribution by facilitating better coordination between the participating undertakings. In particular, they can lead to a reduction in the transaction and distribution costs of the parties and to an optimisation of their sales and investment levels.

(6) The likelihood that such efficiency-enhancing effects will outweigh any anti-competitive effects due to restrictions contained in vertical agreements depends on the degree of market power held by the undertakings concerned and therefore on the extent to which those undertakings face competition from other suppliers of goods or services regarded by the buyer as interchangeable or substitutable for one another, by reason of the products' characteristics, prices or intended use.

(7) Thresholds based on market share should be fixed in order to reflect suppliers' market power. Furthermore, this sector specific Regulation should contain stricter rules than those provided for by Regulation (EC) No 2790/1999, in particular for selective distribution. The thresholds below which it can be presumed that the advantages secured by vertical agreements outweigh their restrictive effects should vary with the characteristics of different types of vertical agreement. It can therefore be presumed that in general, vertical agreements have such advantages where the supplier concerned has a market share of up to 30 % on the markets for the distribution of new motor vehicles or spare parts, or of up to 40 % where quantitative selective distribution is used for the sale of new motor vehicles. As regards after sales services it can be presumed that, in general, vertical agreements by which the supplier sets criteria on how its authorized repairers have to provide repair or maintenance services for the motor vehicles of the relevant make and provides them with equipment and training for the provision of such services have such advantages where the network of authorised repairers of the supplier concerned has a market share of up to 30 %. However, in the case of vertical agreements containing exclusive supply obligations, it is the market share of the buyer which is relevant for determining the overall effects of such vertical agreements on the market.

Above those market share thresholds, there can be no presumption that vertical agreements falling within the scope of Article 81(1) will usually give rise to objective advantages of such a character and magnitude as to compensate for the disadvantages which they create for competition. However, such advantages can be anticipated in the case of qualitative selective distribution, irrespective of the supplier's market share.

(9) In order to prevent a supplier from terminating an agreement because a distributor or a repairer engages in procompetitive behaviour, such as active or passive sales to foreign consumers, multi-branding or subcontracting of repair and maintenance services, every notice of termination must clearly set out in writing the reasons, which must be objective and transparent. Furthermore, in order to strengthen the independence of distributors and repairers from their suppliers, minimum periods of notice should be provided for the non-renewal of agreements concluded for a limited duration and for the termination of agreements of unlimited duration.

(10) In order to foster market integration and to allow distributors or authorised repairers to seize additional business opportunities, distributors or authorised repairers have to be allowed to purchase other undertakings of the same type that sell or repair the same brand of motor vehicles within the distribution system. To this end, any vertical agreement between a supplier and a distributor or authorised repairer has to provide for the latter to have the right to transfer all of its rights and obligations to any other undertaking of its choice of the same type that sell or repairs the same brand of motor vehicles within the distribution system.

(11) In order to favour the quick resolution of disputes which arise between the parties to a distribution agreement and which might otherwise hamper effective competition, agreements should only benefit from exemption if they provide for each party to have a right of recourse to an independent expert or arbitrator, in particular where notice is given to terminate an agreement.

(12) Irrespective of the market share of the undertakings concerned, this Regulation does not cover vertical agreements containing certain types of severely anti-competitive restraints (hardcore restrictions) which in general appreciably restrict competition even at low market shares and which are not indispensable to the attainment of the positive effects mentioned above. This concerns in particular vertical agreements containing restraints such as minimum or fixed resale prices and, with certain exceptions, restrictions of the territory into which, or of the customers to whom, a distributor or repairer may sell the contract goods or services. Such agreements should not benefit from the exemption.

(13) It is necessary to ensure that effective competition within the common market and between distributors located in different Member States is not restricted if a supplier uses selective distribution in some markets and other forms of distribution in others. In particular selective distribution agreements which restrict passive sales to any end user or unauthorised distributor located in markets where exclusive territories have been allocated should be excluded from the benefit of the exemption, as should those selective distribution agreements which restrict passive sales to customer groups which have been allocated exclusively to other distributors. The benefit of the exemption should also be withheld from exclusive distribution agreements if active or passive sales to any end user or unauthorised distributor located in markets where selective distribution is used are restricted.

(14) The right of any distributor to sell new motor vehicles passively or, where relevant, actively to end users should include the right to sell such vehicles to end users who have given authorisation to an intermediary or purchasing agent to purchase, take delivery of, transport or store a new motor vehicle on their behalf.

(15) The right of any distributor to sell new motor vehicles or spare parts or of any authorised repairer to sell repair and maintenance services to any end user passively or, where relevant, actively should include the right to use the Internet or Internet referral sites.

(16) Limits placed by suppliers on their distributors' sales to any end user in other Member States, for instance where distributor remuneration or the purchase price is made dependent on the destination of the vehicles or on the place of residence of the

end users, amount to an indirect restriction on sales. Other examples of indirect restrictions on sales include supply quotas based on a sales territory other than the common market, whether or not these are combined with sales targets. Bonus systems based on the destination of the vehicles or any form of discriminatory product supply to distributors, whether in the case of product shortage or otherwise, also amount to an indirect restriction on sales.

(17) Vertical agreements that do not oblige the authorized repairers within a supplier's distribution system to honour warranties, perform free servicing and carry out recall work in respect of any motor vehicle of the relevant make sold in the common market amount to an indirect restriction of sales and should not benefit from the exemption. This obligation is without prejudice to the right of a motor vehicle supplier to oblige a distributor to make sure as regards the new motor vehicles that he has sold that the warranties are honoured and that free servicing and recall work is carried out, either by the distributor itself or, in case of subcontracting, by the authorised repairer(s) to whom these services have been subcontracted. Therefore consumers should in these cases be able to turn to the distributor if the above obligations have not been properly fulfilled by the authorised repairer to whom the distributor has subcontracted these services. Furthermore, in order to allow sales by motor vehicle distributors to end users throughout the common market, the exemption should apply only to distribution agreements which require the repairers within the supplier's network to carry out repair and maintenance services for the contract goods and corresponding goods irrespective of where these goods are sold in the common market.

(18) In markets where selective distribution is used, the exemption should apply in respect of a prohibition on a distributor from operating out of an additional place of establishment where he is a distributor of vehicles other than passenger cars or light commercial vehicles.

However, this prohibition should not be exempted if it limits the expansion of the distributor's business at the authorised place of establishment by, for instance, restricting the development or acquisition of the infrastructure necessary to allow increases in sales volumes, including increases brought about by Internet sales.

(19) It would be inappropriate to exempt any vertical agreement that restricts the sale of original spare parts or spare parts of matching quality by members of the distribution system to independent repairers which use them for the provision of repair or maintenance services. Without access to such spare parts, these independent repairers would not be able to compete effectively with authorised repairers, since they could not provide consumers with good quality services which contribute to the safe and reliable functioning of motor vehicles.

(20) In order to give end users the right to purchase new motor vehicles with specifications identical to those sold in any other Member State, from any distributor selling corresponding models and established in the common market, the exemption should apply only to vertical agreements which enable a distributor to order, stock and sell any such vehicle which corresponds to a model within its contract range. Discriminatory or objectively unjustified supply conditions, in particular those regarding delivery times or prices, applied by the supplier to corresponding vehicles, are to be considered a restriction on the ability of the distributor to sell such vehicles.

(21) Motor vehicles are expensive and technically complex mobile goods which require repair and maintenance at regular and irregular intervals. However, it is not indispensable for distributors of new motor vehicles also to carry out repair and maintenance. The legitimate interests of suppliers and end users can be fully satisfied if the distributor subcontracts these services, including the honouring of warranties, free servicing and recall work, to a repairer or to a number of repairers within the supplier's distribution system. It is nevertheless appropriate to facilitate access to repair and maintenance services. Therefore, a supplier may require distributors who have subcontracted repair and maintenance services to one or more authorised repairers to give end users the name and address of the repair shop or shops in question. If any of these authorised repairers is not established in the vicinity of the sales outlet, the supplier may also require the distributor to tell end users how far the repair shop or shops in question are from the sales outlet. However, a supplier can only impose such obligations if he also imposes similar obligations on distributors whose own repair shop is not on the same premises as their sales outlet.

(22) Furthermore, it is not necessary, in order to adequately provide for repair and maintenance services, for authorised repairers to also sell new motor vehicles. The exemption should therefore not cover vertical agreements containing any direct or indirect obligation or incentive which leads to the linking of sales and servicing activities or which makes the performance of one of these activities dependent on the performance of the other; this is in particular the case where the remuneration of distributors or authorised repairers relating to the purchase or sale of goods or services necessary for one activity is made dependent on the purchase or sale of goods or services relating to the other activity, or where all such goods or services are indistinctly aggregated into a single remuneration or discount system.

(23) In order to ensure effective competition on the repair and maintenance markets and to allow repairers to offer end users competing spare parts such as original spare parts and spare parts of matching quality, the exemption should not cover vertical agreements which restrict the ability of authorised repairers within the distribution system of a vehicle manufacturer, independent distributors of spare parts, independent repairers or end users to source spare parts from the manufacturer of such spare parts or from another third party of their choice. This does not affect spare part manufacturers' liability under civil law.

(24) Furthermore, in order to allow authorised and independent repairers and end users to identify the manufacturer of motor vehicle components or of spare parts and to choose between competing spare parts, the exemption should not cover agreements by which a manufacturer of motor vehicles limits the ability of a manufacturer of components or original spare parts to place its trademark or logo on these parts effectively and in a visible manner. Moreover, in order to facilitate this choice and the sale of spare parts, which have been manufactured according to the specifications and production and quality standards provided by the vehicle manufacturer for the production of components or spare parts, it is presumed that spare parts constitute original spare parts, if the spare part producer issues a certificate that the parts are of the same quality as the components used for the assembly of a motor vehicle and have been manufactured according to these specifications and standards. Other spare parts for which the spare part producer can issue a certificate at any moment attesting that they match the quality of the

components used for the assembly of a certain motor vehicle, may be sold as spare parts of matching quality.

(25) The exemption should not cover vertical agreements which restrict authorised repairers from using spare parts of matching quality for the repair or maintenance of a motor vehicle. However, in view of the vehicle manufacturers' direct contractual involvement in repairs under warranty, free servicing, and recall operations, agreements containing obligations on authorised repairers to use original spare parts supplied by the vehicle manufacturer for these repairs should be covered by the exemption.

(26) In order to protect effective competition on the market for repair and maintenance services and to prevent foreclosure of independent repairers, motor vehicle manufacturers must allow all interested independent operators to have full access to all technical information, diagnostic and other equipment, tools, including all relevant software, and training required for the repair and maintenance of motor vehicles. Independent operators who must be allowed such access include in particular independent repairers, manufacturers of repair equipment or tools, publishers of technical information, automobile clubs, roadside assistance operators, operators offering inspection and testing services and operators offering training for repairers. In particular, the conditions of access must not discriminate between authorised and independent operators, access must be given upon request and without undue delay, and the price charged for the information should not discourage access to it by failing to take into account the extent to which the independent operator uses it. A supplier of motor vehicles should be required to give independent operators access to technical information on new motor vehicles at the same time as such access is given to its authorized repairers and must not oblige independent operators to purchase more than the information necessary to carry out the work in question. Suppliers should be obliged to give access to the technical information necessary for reprogramming electronic devices in a motor vehicle. It is, however, legitimate and proper for them to withhold access to technical information which might allow a third party to bypass or disarm on-board anti-theft devices, to recalibrate electronic devices or to tamper with devices which for instance limit the speed of a motor vehicle unless protection against theft, re-calibration or tampering can be attained by other less restrictive means. Intellectual property rights and rights regarding know-how including those which relate to the aforementioned devices must be exercised in a manner which avoids any type of abuse.

(27) In order to ensure access to and to prevent collusion on the relevant markets and to give distributors opportunities to sell vehicles of brands from two or more manufacturers that are not connected undertakings, certain specific conditions are attached to the exemption. To this end, the exemption should not be accorded to non-compete obligations. In particular, without prejudice to the ability of the supplier to require the distributor to display the vehicles in brand-specific areas of the showroom in order to avoid brand confusion, any prohibition on sales of competing makes should not be exempted. The same applies to an obligation to display the full range of motor vehicles if it makes the sale or display of vehicles manufactured by undertakings which are not connected impossible or unreasonably difficult. Furthermore, an obligation to have brand-specific sales personnel is considered to be an indirect non-compete obligation and therefore should not be covered by the exemption, unless the distributor decides to have brand specific sales personnel and

the supplier pays all the additional costs involved.

(28) In order to ensure that repairers are able to carry out repairs or maintenance on all motor vehicles, the exemption should not apply to any obligation limiting the ability of repairers of motor vehicles to provide repair or maintenance services for brands of competing suppliers.

(29) In addition, specific conditions are required to exclude certain restrictions, sometimes imposed in the context of a selective distribution system, from the scope of the exemption. This applies in particular to obligations which have the effect of preventing the members of a selective distribution system from selling the brands of particular competing suppliers, which could easily lead to foreclosure of certain brands. Additional conditions are necessary in order to foster intra-brand competition and market integration within the common market, to create opportunities for distributors and authorized repairers who wish to seize business opportunities outside their place of establishment, and to create conditions which allow the development of multi-brand distributors. In particular a restriction on operating out of an unauthorised place of establishment for the distribution of passenger cars and light commercial vehicles or the provision of repair and maintenance services should not be exempted. The supplier may require additional sales or delivery outlets for passenger cars and light commercial vehicles or repair shops to comply with the relevant qualitative criteria applicable for similar outlets located in the same geographic area.

(30) The exemption should not apply to restrictions limiting the ability of a distributor to sell leasing services for motor vehicles.

(31) The market share limitations, the fact that certain vertical agreements are not covered, and the conditions provided for in this Regulation, should normally ensure that the agreements to which the exemption applies do not enable the participating undertakings to eliminate competition in respect of a substantial part of the goods or services in question.

(32) In particular cases in which agreements which would otherwise benefit from the exemption nevertheless have effects incompatible with Article 81(3), the Commission is empowered to withdraw the benefit of the exemption; this may occur in particular where the buyer has significant market power on the relevant market on which it resells the goods or provides the services or where parallel networks of vertical agreements have similar effects which significantly restrict access to a relevant market or competition thereon; such cumulative effects may for example arise in the case of selective distribution. The Commission may also withdraw the benefit of the exemption if competition is significantly restricted on a market due to the presence of a supplier with market power or if prices and conditions of supply to motor vehicle distributors differ substantially between geographic markets. It may also withdraw the benefit of the exemption if discriminatory prices or sales conditions, or unjustifiably high supplements, such as those charged for right hand drive vehicles, are applied for the supply of goods corresponding to the contract range.

(33) Regulation No 19/65/EEC empowers the national authorities of Member States to withdraw the benefit of the exemption in respect of vertical agreements having

effects incompatible with the conditions laid down in Article 81(3), where such effects are felt in their territory, or in a part thereof, and where such territory has the characteristics of a distinct geographic market; the exercise of this national power of withdrawal should not prejudice the uniform application throughout the common market of the Community competition rules or the full effect of the measures adopted in implementation of those rules.

(34) In order to allow for better supervision of parallel networks of vertical agreements which have similar restrictive effects and which cover more than 50 % of a given market, the Commission should be permitted to declare the exemption inapplicable to vertical agreements containing specific restraints relating to the market concerned, thereby restoring the full application of Article 81(1) to such agreements.

(35) The exemption should be granted without prejudice to the application of the provisions of Article 82 of the Treaty on the abuse by an undertaking of a dominant position.

(36) Commission Regulation (EC) No1475/95 of 28 June 1995 on the application of Article 85(3) of the Treaty to certain categories of motor vehicle distribution and servicing agreements (1) is applicable until 30 September 2002. In order to allow all operators time to adapt vertical agreements which are compatible with that regulation and which are still in force when the exemption provided for therein expires, it is appropriate for such agreements to benefit from a transition period until 1 October 2003, during which time they should be exempted from the prohibition laid down in Article 81(1) under this Regulation.

(37) In order to allow all operators within a quantitative selective distribution system for new passenger cars and light commercial vehicles to adapt their business strategies to the non-application of the exemption to location clauses, it is appropriate to stipulate that the condition set out in Article 5(2)(b) shall enter into force on 1 October 2005.

(38) The Commission should monitor the operation of this Regulation on a regular basis, with particular regard to its effects on competition in motor vehicle retailing and in after sales servicing in the common market or relevant parts of it. This should include monitoring the effects of this Regulation on the structure and level of concentration of motor vehicle distribution and any resulting effects on competition. The Commission should also carry out an evaluation of the operation of this Regulation and draw up a report not later than 31 May 2008.

Article 1

Definitions

1. For the purposes of this Regulation:

(a) 'competing undertakings' means actual or potential suppliers on the same product market; the product market includes goods or services which are regarded by the buyer as interchangeable with or substitutable for the contract goods or services, by reason of the products' characteristics, their prices and their intended use;

(b) ‘non-compete obligation’ means any direct or indirect obligation causing the buyer not to manufacture, purchase, sell or resell goods or services which compete with the contract goods or services, or any direct or indirect obligation on the buyer to purchase from the supplier or from another undertaking designated by the supplier more than 30 % of the buyer’s total purchases of the contract goods, corresponding goods or services and their substitutes on the relevant market, calculated on the basis of the value of its purchases in the preceding calendar year. An obligation that the distributor sell motor vehicles from other suppliers in separate areas of the showroom in order to avoid confusion between the makes does not constitute a non-compete obligation for the purposes of this Regulation. An obligation that the distributor have brand-specific sales personnel for different brands of motor vehicles constitutes a non-compete obligation for the purposes of this Regulation, unless the distributor decides to have brand-specific sales personnel and the supplier pays all the additional costs involved;

(c) ‘vertical agreements’ means agreements or concerted practices entered into by two or more undertakings, each of which operates, for the purposes of the agreement, at a different level of the production or distribution chain;

(d) ‘vertical restraints’ means restrictions of competition falling within the scope of Article 81(1), when such restrictions are contained in a vertical agreement;

(e) ‘exclusive supply obligation’ means any direct or indirect obligation causing the supplier to sell the contract goods or services only to one buyer inside the common market for the purposes of a specific use or for resale;

(f) ‘selective distribution system’ means a distribution system where the supplier undertakes to sell the contract goods or services, either directly or indirectly, only to distributors or repairers selected on the basis of specified criteria and where these distributors or repairers undertake not to sell such goods or services to unauthorised distributors or independent repairers, without prejudice to the ability to sell spare parts to independent repairers or the obligation to provide independent operators with all technical information, diagnostic equipment, tools and training required for the repair and maintenance of motor vehicles or for the implementation of environmental protection measures;

(g) ‘quantitative selective distribution system’ means a selective distribution system where the supplier uses criteria for the selection of distributors or repairers which directly limit their number;

(h) ‘qualitative selective distribution system’ means a selective distribution system where the supplier uses criteria for the selection of distributors or repairers which are only qualitative in nature, are required by the nature of the contract goods or services, are laid down uniformly for all distributors or repairers applying to join the distribution system, are not applied in a discriminatory manner, and do not directly limit the number of distributors or repairers;

(i) ‘intellectual property rights’ includes industrial property rights, copyright and neighbouring rights;

(j) ‘know-how’ means a package of non-patented practical information, derived from experience and testing by the supplier, which is secret, substantial and identified; in this context, ‘secret’ means that the know-how, as a body or in the precise configuration and assembly of its components, is not generally known or easily accessible; ‘substantial’ means that the know-how includes information which is indispensable to the buyer for the use, sale or resale of the contract goods or services; ‘identified’ means that the know-how must be described in a sufficiently comprehensive manner so as to make it possible to verify that it fulfils the criteria of secrecy and substantiality;

(k) ‘buyer’, whether distributor or repairer, includes an undertaking which sells goods or services on behalf of another undertaking;

(l) ‘authorised repairer’ means a provider of repair and maintenance services for motor vehicles operating within the distribution system set up by a supplier of motor vehicles;

(m) ‘independent repairer’ means a provider of repair and maintenance services for motor vehicles not operating within the distribution system set up by the supplier of the motor vehicles for which it provides repair or maintenance. An authorised repairer within the distribution system of a given supplier shall be deemed to be an independent repairer for the purposes of this Regulation to the extent that he provides repair or maintenance services for motor vehicles in respect of which he is not a member of the respective supplier’s distribution system;

(n) ‘motor vehicle’ means a self propelled vehicle intended for use on public roads and having three or more road wheels;

(o) ‘passenger car’ means a motor vehicle intended for the carriage of passengers and comprising no more than eight seats in addition to the driver’s seat;

(p) ‘light commercial vehicle’ means a motor vehicle intended for the transport of goods or passengers with a maximum mass not exceeding 3,5 tonnes; if a certain light commercial vehicle is also sold in a version with a maximum mass above 3,5 tonnes, all versions of that vehicle are considered to be light commercial vehicles;

(q) the ‘contract range’ means all the different models of motor vehicles available for purchase by the distributor from the supplier;

(r) a ‘motor vehicle which corresponds to a model within the contract range’ means a vehicle which is the subject of distribution agreement with another undertaking within the distribution system set up by the manufacturer or with his consent and which is

— manufactured or assembled in volume by the manufacturer, and

— identical as to body style, drive-line, chassis, and type of motor to a vehicle within the contract range;

(s) ‘spare parts’ means goods which are to be installed in or upon a motor vehicle so as to replace components of that vehicle, including goods such as lubricants which are necessary for the use of a motor vehicle, with the exception of fuel;

(t) ‘original spare parts’ means spare parts which are of the same quality as the components used for the assembly of a motor vehicle and which are manufactured according to the specifications and production standards provided by the vehicle manufacturer for the production of components or spare parts for the motor vehicle in question. This includes spare parts which are manufactured on the same production line as these components. It is presumed, unless the contrary is proven, that parts constitute original spare parts if the part manufacturer certifies that the parts match the quality of the components used for the assembly of the vehicle in question and have been manufactured according to the specifications and production standards of the vehicle manufacturer;

(u) ‘spare parts of matching quality’ means exclusively spare parts made by any undertaking which can certify at any moment that the parts in question match the quality of the components which are or were used for the assembly of the motor vehicles in question;

(v) ‘undertakings within the distribution system’ means the manufacturer and undertakings which are entrusted by the manufacturer or with the manufacturer’s consent with the distribution or repair or maintenance of contract goods or corresponding goods;

(w) ‘end user’ includes leasing companies unless the leasing contracts used provide for a transfer of ownership or an option to purchase the vehicle prior to the expiry of the contract.

2. The terms ‘undertaking’, ‘supplier’, ‘buyer’, ‘distributor’ and ‘repairer’ shall include their respective connected undertakings. ‘Connected undertakings’ are:

(a) undertakings in which a party to the agreement, directly or indirectly:

(i) has the power to exercise more than half the voting rights, or

(ii) has the power to appoint more than half the members of the supervisory board, board of management or bodies legally representing the undertaking, or

(iii) has the right to manage the undertaking’s affairs;

(b) undertakings which directly or indirectly have, over a party to the agreement, the rights or powers listed in (a);(c) undertakings in which an undertaking referred to in (b) has, directly or indirectly, the rights or powers listed in (a);(d) undertakings in which a party to the agreement together with one or more of the undertakings referred to in (a), (b) or (c), or in which two or more of the latter undertakings, jointly have the rights or powers listed in (a); (e) undertakings in which the rights or the powers listed in (a) are jointly held by:

(i) parties to the agreement or their respective connected undertakings referred to in (a) to (d), or

(ii) one or more of the parties to the agreement or one or more of their connected undertakings referred to in (a) to (d) and one or more third parties.

Article 2

Scope

1. Pursuant to Article 81(3) of the Treaty and subject to the provisions of this Regulation, it is hereby declared that the provisions of Article 81(1) shall not apply to vertical agreements where they relate to the conditions under which the parties may purchase, sell or resell new motor vehicles, spare parts for motor vehicles or repair and maintenance services for motor vehicles.

The first subparagraph shall apply to the extent that such vertical agreements contain vertical restraints. The exemption declared by this paragraph shall be known for the purposes of this Regulation as ‘the exemption’.

2. The exemption shall also apply to the following categories of vertical agreements:

(a) Vertical agreements entered into between an association of undertakings and its members, or between such an association and its suppliers, only if all its members are distributors of motor vehicles or spare parts for motor vehicles or repairers and if no individual member of the association, together with its connected undertakings, has a total annual turnover exceeding EUR 50 million; vertical agreements entered into by such associations shall be covered by this Regulation without prejudice to the application of Article 81 to horizontal agreements concluded between the members of the association or decisions adopted by the association;

(b) vertical agreements containing provisions which relate to the assignment to the buyer or use by the buyer of intellectual property rights, provided that those provisions do not constitute the primary object of such agreements and are directly related to the use, sale or resale of goods or services by the buyer or its customers. The exemption shall apply on condition that those provisions do not contain restrictions of competition relating to the contract goods or services which have the same object or effect as vertical restraints which are not exempted under this Regulation.

3. The exemption shall not apply to vertical agreements entered into between competing undertakings.

However, it shall apply where competing undertakings enter into a non-reciprocal vertical agreement and:

(a) the buyer has a total annual turnover not exceeding EUR 100 million, or (b) the supplier is a manufacturer and a distributor of goods, while the buyer is a distributor not manufacturing goods competing with the contract goods, or (c) the supplier is a provider of services at several levels of trade, while the buyer does not provide competing services at the level of trade where it purchases the contract services.

Article 3

General conditions

1. Subject to paragraphs 2, 3, 4, 5, 6 and 7, the exemption shall apply on condition that the supplier’s market share on the relevant market on which it sells the new motor vehicles, spare parts for motor vehicles or repair and maintenance services does not exceed 30 %. However, the market share threshold for the application of the

exemption shall be 40 % for agreements establishing quantitative selective distribution systems for the sale of new motor vehicles. Those thresholds shall not apply to agreements establishing qualitative selective distribution systems.

2. In the case of vertical agreements containing exclusive supply obligations, the exemption shall apply on condition that the market share held by the buyer does not exceed 30 % of the relevant market on which it purchases the contract goods or services.

3. The exemption shall apply on condition that the vertical agreement concluded with a distributor or repairer provides that the supplier agrees to the transfer of the rights and obligations resulting from the vertical agreement to another distributor or repairer within the distribution system and chosen by the former distributor or repairer.

4. The exemption shall apply on condition that the vertical agreement concluded with a distributor or repairer provides that a supplier who wishes to give notice of termination of an agreement must give such notice in writing and must include detailed, objective and transparent reasons for the termination, in order to prevent a supplier from ending a vertical agreement with a distributor or repairer because of practices which may not be restricted under this Regulation.

5. The exemption shall apply on condition that the vertical agreement concluded by the supplier of new motor vehicles with a distributor or authorised repairer provide (a) that the agreement is concluded for a period of at least five years; in this case each party has to undertake to give the other party at least six months' prior notice of its intention not to renew the agreement;

(b) or that the agreement is concluded for an indefinite period; in this case the period of notice for regular termination of the agreement has to be at least two years for both parties; this period is reduced to at least one year where:

(i) the supplier is obliged by law or by special agreement to pay appropriate compensation on termination of the agreement, or

(ii) the supplier terminates the agreement where it is necessary to reorganise the whole or a substantial part of the network.

6. The exemption shall apply on condition that the vertical agreement provides for each of the parties the right to refer disputes concerning the fulfilment of their contractual obligations to an independent expert or arbitrator. Such disputes may relate, inter alia, to any of the following:

(a) supply obligations;

(b) the setting or attainment of sales targets;

(c) the implementation of stock requirements;

(d) the implementation of an obligation to provide or use demonstration vehicles;

(e) the conditions for the sale of different brands;

(f) the issue whether the prohibition to operate out of an unauthorised place of establishment limits the ability of the distributor of motor vehicles other than passenger cars or light commercial vehicles to expand its business, or

(g) the issue whether the termination of an agreement is justified by the reasons given in the notice. The right referred to in the first sentence is without prejudice to each party's right to make an application to a national court.

7. For the purposes of this Article, the market share held by the undertakings referred to in Article 1(2)(e) shall be apportioned equally to each undertaking having the rights or the powers listed in Article 1(2)(a).

Article 4

Hardcore restrictions

(Hardcore restrictions concerning the sale of new motor vehicles, repair and maintenance services or spare parts)

1. The exemption shall not apply to vertical agreements which, directly or indirectly, in isolation or in combination with other factors under the control of the parties, have as their object:

(a) the restriction of the distributor's or repairer's ability to determine its sale price, without prejudice to the supplier's ability to impose a maximum sale price or to recommend a sale price, provided that this does not amount to a fixed or minimum sale price as a result of pressure from, or incentives offered by, any of the parties;

(b) the restriction of the territory into which, or of the customers to whom, the distributor or repairer may sell the contract goods or services; however, the exemption shall apply to:

(i) the restriction of active sales into the exclusive territory or to an exclusive customer group reserved to the supplier or allocated by the supplier to another distributor or repairer, where such a restriction does not limit sales by the customers of the distributor or repairer;

(ii) the restriction of sales to end users by a distributor operating at the wholesale level of trade;

(iii) the restriction of sales of new motor vehicles and spare parts to unauthorised distributors by the members of a selective distribution system in markets where selective distribution is applied, subject to the provisions of point (i);

(iv) the restriction of the buyer's ability to sell components, supplied for the purposes of incorporation, to customers who would use them to manufacture the same type of goods as those produced by the supplier;

(c) the restriction of cross-supplies between distributors or repairers within a selective distribution system, including between distributors or repairers operating at different levels of trade;

(d) the restriction of active or passive sales of new passenger cars or light commercial vehicles, spare parts for any motor vehicle or repair and maintenance services for any motor vehicle to end users by members of a selective distribution system operating at the retail level of trade in markets where selective distribution is used. The exemption shall apply to agreements containing a prohibition on a member of a selective distribution system from operating out of an unauthorised place of establishment. However, the application of the exemption to such a prohibition is subject to Article 5(2)(b);(e) the restriction of active or passive sales of new motor vehicles other than passenger cars or light commercial vehicles to end users by members of a selective distribution system operating at the retail level of trade in markets where selective distribution is used, without prejudice to the ability of the supplier to prohibit a member of that system from operating out of an unauthorised place of establishment;(Hardcore restrictions only concerning the sale of new motor vehicles)

(f) the restriction of the distributor's ability to sell any new motor vehicle which corresponds to a model within its contract range;

(g) the restriction of the distributor's ability to subcontract the provision of repair and maintenance services to authorised repairers, without prejudice to the ability of the supplier to require the distributor to give end users the name and address of the authorised repairer or repairers in question before the conclusion of a sales contract and, if any of these authorised repairers is not in the vicinity of the sales outlet, to also tell end users how far the repair shop or repair shops in question are from the sales outlet; however, such obligations may only be imposed provided that similar obligations are imposed on distributors whose repair shop is not on the same premises as their sales outlet;
(Hardcore restrictions only concerning the sale of repair and maintenance services and of spare parts)

(h) the restriction of the authorised repairer's ability to limit its activities to the provision of repair and maintenance services and the distribution of spare parts;

(i) the restriction of the sales of spare parts for motor vehicles by members of a selective distribution system to independent repairers which use these parts for the repair and maintenance of a motor vehicle;

(j) the restriction agreed between a supplier of original spare parts or spare parts of matching quality, repair tools or diagnostic or other equipment and a manufacturer of motor vehicles, which limits the supplier's ability to sell these goods or services to authorised or independent distributors or to authorised or independent repairers or end users;

(k) the restriction of a distributor's or authorised repairer's ability to obtain original spare parts or spare parts of matching quality from a third undertaking of its choice and to use them for the repair or maintenance of motor vehicles, without prejudice to the ability of a supplier of new motor vehicles to require the use of original spare parts supplied by it for repairs carried out under warranty, free servicing and vehicle recall work;

(1) the restriction agreed between a manufacturer of motor vehicles which uses components for the initial assembly of motor vehicles and the supplier of such components which limits the latter's ability to place its trade mark or logo effectively and in an easily visible manner on the components supplied or on spare parts.

2. The exemption shall not apply where the supplier of motor vehicles refuses to give independent operators access to any technical information, diagnostic and other equipment, tools, including any relevant software, or training required for the repair and maintenance of these motor vehicles or for the implementation of environmental protection measures.

Such access must include in particular the unrestricted use of the electronic control and diagnostic systems of a motor vehicle, the programming of these systems in accordance with the supplier's standard procedures, the repair and training instructions and the information required for the use of diagnostic and servicing tools and equipment. Access must be given to independent operators in a non-discriminatory, prompt and proportionate way, and the information must be provided in a usable form. If the relevant item is covered by an intellectual property right or constitutes know-how, access shall not be withheld in any abusive manner. For the purposes of this paragraph 'independent operator' shall mean undertakings which are directly or indirectly involved in the repair and maintenance of motor vehicles, in particular independent repairers, manufacturers of repair equipment or tools, independent distributors of spare parts, publishers of technical information, automobile clubs, roadside assistance operators, operators offering inspection and testing services and operators offering training for repairers.

Article 5

Specific conditions

1. As regards the sale of new motor vehicles, repair and maintenance services or spare parts, the exemption shall not apply to any of the following obligations contained in vertical agreements:

(a) any direct or indirect non-compete obligation;

(b) any direct or indirect obligation limiting the ability of an authorised repairer to provide repair and maintenance services for vehicles from competing suppliers;

(c) any direct or indirect obligation causing the members of a distribution system not to sell motor vehicles or spare parts of particular competing suppliers or not to provide repair and maintenance services for motor vehicles of particular competing suppliers;

(d) any direct or indirect obligation causing the distributor or authorised repairer, after termination of the agreement, not to manufacture, purchase, sell or resell motor vehicles or not to provide repair or maintenance services.

2. As regards the sale of new motor vehicles, the exemption shall not apply to any of the following obligations contained in vertical agreements:

(a) any direct or indirect obligation causing the retailer not to sell leasing services relating to contract goods or corresponding goods;

(b) any direct or indirect obligation on any distributor of passenger cars or light commercial vehicles within a selective distribution system, which limits its ability to establish additional sales or delivery outlets at other locations within the common market where selective distribution is applied.

3. As regards repair and maintenance services or the sale of spare parts, the exemption shall not apply to any direct or indirect obligation as to the place of establishment of an authorised repairer where selective distribution is applied.

Article 6

Withdrawal of the benefit of the Regulation

1. The Commission may withdraw the benefit of this Regulation, pursuant to Article 7(1) of Regulation No 19/65/EEC, where it finds in any particular case that vertical agreements to which this Regulation applies nevertheless have effects which are incompatible with the conditions laid down in Article 81(3) of the Treaty, and in particular:

(a) where access to the relevant market or competition therein is significantly restricted by the cumulative effect of parallel networks of similar vertical restraints implemented by competing suppliers or buyers, or

(b) where competition is restricted on a market where one supplier is not exposed to effective competition from other suppliers, or

(c) where prices or conditions of supply for contract goods or for corresponding goods differ substantially between geographic markets, or

(d) where discriminatory prices or sales conditions are applied within a geographic market.

2. Where in any particular case vertical agreements to which the exemption applies have effects incompatible with the conditions laid down in Article 81(3) of the Treaty in the territory of a Member State, or in a part thereof, which has all the characteristics of a distinct geographic market, the relevant authority of that Member State may withdraw the benefit of application of this Regulation in respect of that territory, under the same conditions as those provided in paragraph 1.

Article 7

Non-application of the Regulation

1. Pursuant to Article 1a of Regulation No 19/65/EEC, the Commission may by regulation declare that, where parallel networks of similar vertical restraints cover more than 50 % of a relevant market, this Regulation shall not apply to vertical agreements containing specific restraints relating to that market.

2. A regulation pursuant to paragraph 1 shall not become applicable earlier than one year following its adoption.

Article 8

Market share calculation

1. The market shares provided for in this Regulation shall be calculated

(a) for the distribution of new motor vehicles on the basis of the volume of the contract goods and corresponding goods sold by the supplier, together with any other goods sold by the supplier which are regarded as interchangeable or substitutable by the buyer, by reason of the products' characteristics, prices and intended use;

(b) for the distribution of spare parts on the basis of the value of the contract goods and other goods sold by the supplier, together with any other goods sold by the supplier which are regarded as interchangeable or substitutable by the buyer, by reason of the products' characteristics, prices and intended use;

(c) for the provision of repair and maintenance services on the basis of the value of the contract services sold by the members of the supplier's distribution network together with any other services sold by these members which are regarded as interchangeable or substitutable by the buyer, by reason of their characteristics, prices and intended use.

If the volume data required for those calculations are not available, value data may be used or vice versa. If such information is not available, estimates based on other reliable market information may be used. For the purposes of Article 3(2), the market purchase volume or the market purchase value respectively, or estimates thereof shall be used to calculate the market share.

2. For the purposes of applying the market share thresholds of 30 % and 40 % provided for in this Regulation the following rules shall apply:

(a) the market share shall be calculated on the basis of data relating to the preceding calendar year;

(b) the market share shall include any goods or services supplied to integrated distributors for the purposes of sale;

(c) if the market share is initially not more than 30 % or 40 % respectively but subsequently rises above that level without exceeding 35 % or 45 % respectively, the exemption shall continue to apply for a period of two consecutive calendar years following the year in which the market share threshold of 30 % or 40 % respectively was first exceeded;

(d) if the market share is initially not more than 30 % or 40 % respectively but subsequently rises above 35 % or 45 % respectively, the exemption shall continue to apply for one calendar year following the year in which the level of 30 % or 40 % respectively was first exceeded;

(e) the benefit of points (c) and (d) may not be combined so as to exceed a period of two calendar years.

Article 9

Turnover calculation

1. For the purposes of calculating total annual turnover figures referred to in Article 2(2)(a) and 2(3)(a) respectively, the turnover achieved during the previous financial year by the relevant party to the vertical agreement and the turnover achieved by its connected undertakings in respect of all goods and services, excluding all taxes and other duties, shall be added together. For this purpose, no account shall be taken of dealings between the party to the vertical agreement and its connected undertakings or between its connected undertakings.

2. The exemption shall remain applicable where, for any period of two consecutive financial years, the total annual turn-over threshold is exceeded by no more than 10 %.

Article 10

Transitional period

The prohibition laid down in Article 81(1) shall not apply during the period from 1 October 2002 to 30 September 2003 in respect of agreements already in force on 30 September 2002 which do not satisfy the conditions for exemption provided for in this Regulation but which satisfy the conditions for exemption provided for in Regulation (EC) No 1475/95.

Article 11

Monitoring and evaluation report

1. The Commission shall monitor the operation of this Regulation on a regular basis, with particular regard to its effects on:

(a) competition in motor vehicle retailing and in after sales servicing in the common market or relevant parts of it;

(b) the structure and level of concentration of motor vehicle distribution and any resulting effects on competition.

2. The Commission shall draw up a report on this Regulation not later than 31 May 2008 having regard in particular to the conditions set out in Article 81(3).

Article 12

Entry into force and expiry

1. This Regulation shall enter into force on 1 October 2002.

2. Article 5(2)(b) shall apply from 1 October 2005.

3. This Regulation shall expire on 31 May 2010. This Regulation shall be binding in its entirety and directly applicable in all Member States.

Done at Brussels, 31 July 2002.

For the Commission

Mario MONTI

Member of the Commission

Ek 2

Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği No: 2005/4

Motorlu araçların dağıtımını ve tamiri tüketiciler nezdinde çok büyük öneme sahiptir. Özellikle bir otomobile sahip olmanın tüketicilerin büyük çoğunluğunun en büyük ikinci harcaması olduğu dikkate alındığında bu önem daha iyi anlaşılmaktadır. Türkiye’de otomobil, hafif ticari araç, minibüs, otobüs, kamyon ve çekici gibi motorlu araçlar ile bunların yedek parçaları tüketicilere üreticilerin ve ithalatçıların yetkili satıcılarının oluşturduğu dağıtım ağları kanalıyla ulaşmaktadır. Karayollarında ulaşım ve taşıma amacıyla kullanılan söz konusu motorlu araçların güvenli ve düzgün biçimde çalışması için gerekli olan bakım ve onarım hizmetleri de yine sağlayıcılar tarafından kurulan yetkili servis ağıyla tüketicilere sunulmaktadır.

Sağlayıcıların ürünlerini sunabilmesi için ihtiyaç duyduğu bu satış ve servis ağını kendisinin kurmasına, özellikle maliyetin yüksekliği, tüketicilerle ilişki kurmada yerel teşebbüslerin başarısı, stok giderlerinin yeniden satıcıyla paylaşılması gibi nedenlerle, soğuk bakılmakta ve dikey bütünleşmeye gitmekten kaçınılmaktadır. Bu yüzden üretici ve ithalatçılar satış ve servis ağlarını, büyük bir çoğunlukla mülkiyet bağlarının bulunmadığı dağıtıcı ve servislerle yaptıkları yetkili satıcılık ve yetkili servis anlaşmalarıyla kurmaktadır.

Farklı sağlayıcıların yeniden satıcılarıyla yapılmış olmalarına rağmen birbirlerine nitelik itibariyle çok benzeyen bu anlaşmalarda var olan rekabet kısıtlamaları 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun’un 4 üncü maddesine aykırılık oluşturmaktadır. Gerek yatay, gerekse dikey, Rekabet Kanunu’na aykırı bütün anlaşmaların karşılaştığı hukuki sonuç geçersizliktir. Ancak çoğu dikey anlaşma gibi bazı koşulları taşımak kaydıyla otomotiv sektöründekilerin de etkinliği ve kaliteyi artırıcı etkilerinin bulunduğu kuşkusuzdur. Bu nedenle söz konusu anlaşmaların Kanun’un 5 inci maddesinde öngörülen muafiyet çerçevesinde değerlendirilmesi gerekmektedir.

Motorlu taşıtlar sektöründe yapılan dağıtım anlaşmalarının, bir kategori olarak tanımlanabilecek benzer kısıtlamaları içeren yeniden satış anlaşmaları ağıyla örgütlenmesi nedeniyle, 4054 sayılı Kanun’un 5 inci maddesinde düzenlenen yetkiyle 1998/3 sayılı Motorlu Taşıtlar Dağıtım ve Servis Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği, 1 Nisan 1998 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. 1998/3 sayılı Tebliğ’in feshi ihbar sürelerinde değişiklikler öngörülmüş ve 2000/3 sayılı Motorlu Taşıtlar Dağıtım ve Servis Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliğinde Değişiklik Yapılmasına İlişkin Tebliğ 4 Ekim 2000 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

1998/3 sayılı Tebliğ, motorlu taşıtlar sektörüne yönelik bir düzenleme olmakla birlikte, sektörde yapılan belirli türdeki anlaşmaları kapsıyordu. Tebliğin sadece dağıtım ve servisin birlikte olduğu anlaşmaları kapsamı dolayısıyla, otomotiv sektöründeki diğer tip anlaşmalar kapsam dışında kalmakta ve sağlayıcılara dağıtım sistemini belirlemek konusunda grup muafiyetinden yararlanabilecekleri başka bir alternatif tanınmamaktaydı. Bu durum, dağıtım sisteminin esnek bir biçimde yapılandırılması çabalarının grup muafiyeti kapsamı dışında kalmasına yol açmış ve Tebliği yeni dağıtım tekniklerini kapsamayan bir düzenleme haline getirmiştir.

Öte yandan, 1998/3 sayılı Tebliğ, motorlu taşıtların ve servis hizmetlerinin dağıtımı için seçici ve münhasır dağıtım sistemlerinin birleşiminden oluşan bir sistem öngörmektedir. Tebliğ hükümleri ile otomobil üreticisi; yetkili satıcı ve servislere işyerinin teknik donanımı, personelin eğitimi, reklam vb. konularda minimum standartlar getirebilmektedir. Dağıtımın seçici niteliği uyarınca, yetkili satıcıların yetkisiz yeniden satıcılara yapacakları satışlar yasaklanabilmektedir. Dağıtımın münhasır niteliği uyarınca ise, yetkili satıcıların anlaşma bölgelerine yoğunlaşmalarının sağlanması amacıyla anlaşma bölgeleri dışına aktif satış yapmaları yasaklanabilmektedir. Sonuç olarak mevcut sistemde, yetkili satıcının karşılaştığı tek rekabetçi baskı pasif satışlar olarak ortaya çıkmaktadır. Bu durum, marka içi rekabeti artıracak düzenlemeleri gerekli kılmıştır.

1998/3 sayılı Tebliğ'in getirdiği en temel düzenlemelerden biri yetkili satıcı ve servislerin ekonomik bağımsızlığını garanti altına almaya yönelik düzenlemelerdir. Söz konusu düzenlemelere örnek olarak, yetkili satıcının yeniden satış fiyatına müdahalesinin engellenmesi, haklı gerekçelerin varlığında yetkili satıcının bölgesi dahilinde alt-satıcılık anlaşmaları yapabilmemesinin sağlanması, anlaşmaların süreli yapılması durumunda en az 5 yıl süreyle imzalanması, süresiz yapılması durumunda ise en az iki yıllık feshi ihbar süresi bulunması gibi hükümler verilebilir. Çok markalılığın sağlanması amacıyla da, ayrı satış yerlerinde, ayrı bir yönetimle ve ayrı bir yasal varlık halinde olması kaydıyla yetkili satıcının başka marka motorlu araçları da satabilme hakkının bulunması zorunlu kılınmıştır. Yetkili satıcı ve servislere getirilen bu yükümlülükler, 1998/3 sayılı Tebliğ'in hedeflediği çok markalılığın fiili durumda gerçekleşmemesi sonucunu doğurmuştur. Bu nedenle, hem çok markalı satışların teşvik edilmesi hem de yetkili satıcılar lehine sözleşmeyle sağlanan asgari koruma standartlarının güçlendirilmesine gerek duyulmuştur.

1998/3 sayılı Tebliğ'in amaçlarından bir diğeri satış sonrası hizmetlerde rekabetin sağlanmasıdır. Bu çerçevede, yedek parça üreticilerinin yetkili satıcılara erişimini sağlamaya yönelik hükümler getirilmiştir. Yetkili satıcı ve servislere eşdeğer kalitede yedek parça kullanabilme hakkı, yedek parça üreticilerine otomobil üreticilerine sattıkları ürünlerinin üzerine marka ve logolarını görülebilir bir biçimde yerleştirme hakkı getirilmiştir. Bu hükümler sayesinde tüketicilerin, yetkili satıcıların ve bağımsız tamircilerin bir parçayı kimin ürettiği ve motorlu taşıt üreticisinin yanında kimlerin bir parçanın sağlayıcısı konumunda bulunabileceğini bilebilmeleri sağlanmaktadır. Ayrıca bağımsız tamircilere yetkili servislerle rekabet etme şansı tanımak için, üreticilerin bağımsız tamircilere motorlu taşıtların bakım onarımıyla ilgili teknik bilgiyi sağlama zorunluluğu getirilmiştir. Bununla birlikte Tebliğ ile getirilen bu düzenlemelerin bir bölümünün uygulamaya yansımadağı görülmektedir. Bağımsız tamircilerin teknik bilgiye erişmekte çekingen davranmaları, yedek parça üreticilerinin sağlayıcıların servis ağına ulaşmakta zorluk çekmeleri ve satış sonrası servislerde yeterince rekabetin sağlanamaması bu durumların başında gelmektedir.

1998/3 sayılı Tebliğ'in 5 yılı aşkın uygulamasından elde edilen deneyimler, yukarıda da özetlendiği gibi, Tebliğ'in bazı düzenlemelerinin rekabetçi bir piyasa hedefine ulaşmakta yetersiz kaldığını, bazılarının ise uygulama açısından sakıncalar doğurduğunu göstermiştir. Bu tespitler ışığında;

- sağlayıcılara dağıtım ve servis ağını oluşturmada esneklik sağlayan,
- yetkili satıcı ve servislerin sağlayıcı karşısındaki konumunu güçlendiren,
- yedek parça üreticilerinin rekabete dahil olmalarını sağlayan,
- bağımsız tamircilerin bakım-onarım hizmetlerine ilişkin teknik bilgi, teçhizat ve teşhis cihazlarına erişiminin kolaylaştırılması yoluyla tüketicilere alternatif oluşturmalarının önünü açan,

yeni bir düzenlemeye ihtiyaç olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Rekabet Kurulu yukarıda yer verilen açıklamaları dikkate alarak, bu Tebliğ'in yayımlanmasına karar vermiştir.

Amaç

Madde 1 — Bu Tebliğ'in amacı motorlu taşıtlar sektöründeki dikey anlaşmaların 7.12.1994 tarih ve 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4 üncü maddesi hükümlerinin uygulanmasından grup olarak muaf tutulmasının koşullarını belirlemektir.

Kapsam

Madde 2 — Yeni motorlu taşıtların, bunların yedek parçalarının ya da tamir ve bakım hizmetlerinin alımı, satımı veya yeniden satımı konulu dikey anlaşmalar, dikey sınırlamalar içermeleri halinde bu Tebliğ'de düzenlenen koşullara uymak kaydıyla, Kanun'un 4 üncü maddesindeki yasaklamadan Kanun'un 5 inci maddesinin üçüncü fıkrasına dayanılarak grup olarak muaf tutulmuştur.

Mal veya hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımına ilişkin düzenlemelerle birlikte fikri hakların alıcıya devri veya alıcı tarafından kullanımıyla ilgili hükümler içeren dikey anlaşmalar da, söz konusu fikri hakların anlaşmanın asli konusunu oluşturan mal veya hizmetlerin alıcı veya alıcının müşterileri tarafından kullanımı, satımı veya yeniden satımı ile doğrudan ilgili olması ve bu fikri hakların devri veya kullanımının anlaşmanın esas amacını oluşturmaması kaydıyla, bu Tebliğ'de öngörülen grup muafiyetinden yararlanır. Ancak bu muafiyet, anlaşma konusu mallarla veya hizmetlerle ilgili olarak, söz konusu haklara ilişkin hükümlerin bu Tebliğ ile muaf tutulmayan dikey sınırlamalarla aynı amaç veya etkilere sahip rekabet sınırlamaları içermemesi şartıyla uygulanır.

Motorlu taşıtlar sektöründe rakip teşebbüsler arasında yapılan dikey anlaşmalar bu Tebliğ ile tanınan muafiyetten yararlanamaz. Bununla birlikte, karşılıklılık koşulu bulunmayan rakip teşebbüsler arası anlaşmalara ve;

a) sağlayıcının malların üreticisi ve dağıtıcısı olduğu, buna karşılık alıcının anlaşma konusu mallarla rekabet eden malların üreticisi olmayıp dağıtıcısı olduğu veya,

b) sağlayıcının bakım ve onarım işinin çeşitli aşamalarında faaliyet gösterdiği, alıcının ise anlaşma konusu bakım ve onarım hizmetlerini satın aldığı aşamada rakip hizmetleri sağlamadığı,
anlaşmalara da muafiyet uygulanır.

Tanımlar

Madde 3 — Bu Tebliğ'in uygulanması bakımından;

a) Rakip teşebbüsler, aynı ürün pazarında faaliyette bulunan veya bulunma potansiyeline sahip sağlayıcılardır. Ürün pazarı, anlaşma konusu mal veya hizmetler ile alıcı açısından ürünün özellikleri, fiyatları ve kullanım amaçları bakımından bunlarla değiştirilebilir ya da bunları ikame edebilir kabul edilen mal veya hizmetleri kapsar.

b) Rekabet etmeme yükümlülüğü, alıcının anlaşma konusu mal veya hizmetlerle rekabet eden malları veya hizmetleri üretmesini, satın almasını, satmasını veya yeniden satmasını engelleyen doğrudan ya da dolaylı her türlü yükümlülüktür. Ayrıca alıcının bir önceki takvim yılındaki alımları esas alınarak, ilgili pazardaki anlaşma konusu mal veya hizmetlerin ya da onları ikame eden mal veya hizmetlerin %30'undan fazlasının sağlayıcıdan veya sağlayıcının göstereceği başka bir teşebbüsten satın almasına yönelik olarak alıcıya doğrudan veya dolaylı biçimde getirilen herhangi bir yükümlülük de rekabet etmeme yükümlülüğü olarak kabul edilir. Dağıtıcının istihdam ettiği markaya özel satış personelinin maliyeti sağlayıcı tarafından karşılanmadıkça, dağıtıcıya farklı marka araçlar için ayrı satış personeli istihdam etme yükümlülüğü getirilmesi bu Tebliğ'e göre rekabet etmeme yükümlülüğü anlamına gelir. Markalar arası karışıklıktan kaçınmak için başka sağlayıcıların motorlu araçlarını teşhir yerinin ayrı bölümlerinde satmasına dair dağıtıcıya getirilen yükümlülük, bu Tebliğ bakımından rekabet etmeme yükümlülüğü anlamına gelmemektedir.

c) Dikey anlaşmalar, anlaşmanın amacı bakımından üretim veya dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren iki veya daha fazla teşebbüsün taraf olduğu anlaşmalardır.

d) Dikey sınırlamalar, bir dikey anlaşmada yer alan ve Kanun'un 4 üncü maddesi kapsamına giren rekabet sınırlamalarıdır.

e) Tek elden sağlama yükümlülüğü, sağlayıcının, anlaşma konusu malları veya hizmetleri, kendi kullanımı veya yeniden satışı amacıyla sadece bir alıcıya satmasına yönelik doğrudan veya dolaylı yükümlülüktür.

f) Seçici dağıtım sistemi, sağlayıcının, anlaşma konusu malları veya hizmetleri sadece belirlenmiş kriterlere dayanarak seçtiği dağıtıcılara veya yetkili servislere doğrudan veya dolaylı olarak satmayı taahhüt ettiği, bu dağıtıcıların veya yetkili servislerin de söz konusu malları veya hizmetleri yetkilendirilmemiş dağıtıcılara veya servislere satmamayı taahhüt ettiği bir dağıtım sistemi anlamına gelir. Ancak bu sistemde;

- yetkili servislerin bağımsız teşebbüslere yedek parça satma hakkı,
- sağlayıcının, bağımsız teşebbüslerden gelen, motorlu taşıtların bakım ve onarımının yapılması için gereken ya da çevre koruma mevzuatının öngördüğü teknik bilgiye, teşhis cihazına ve diğer ekipmana, gerekli yazılıma ya da eğitime erişim taleplerini karşılaması yükümlülüğü,
saklıdır.

g) Niceliksel seçici dağıtım sistemi, sağlayıcının, dağıtıcılarını veya yetkili servislerini seçerken onların sayılarını doğrudan sınırlandıracak ölçütler kullandığı seçici dağıtım sistemidir.

h) Niteliksel seçici dağıtım sistemi, sağlayıcının, dağıtıcılar veya yetkili servisler için sadece niteliksel olan, anlaşma konusu mal veya hizmetlerin niteliğinin gerektirdiği, dağıtım sistemine katılmak için başvuran tüm aday teşebbüsler için aynı olacak şekilde belirlenen ve ortaya konan, ayrımcı bir biçimde uygulanmayan ve dağıtıcıların veya yetkili servislerin sayısını doğrudan sınırlamayan ölçütler kullandığı bir sistemdir.

i) Fikri haklar, eser sahibinin hakları ve komşu haklar dahil her türlü fikri ve sınai hakları ifade eder.

j) Alıcı, başka bir teşebbüs adına mal veya hizmet satan teşebbüsü de içerecek şekilde dağıtıcı veya yetkili servis konumundaki teşebbüstür.

k) Yetkili servis, sağlayıcı tarafından kurulan bir dağıtım sistemi içerisinde, motorlu araçlar için bakım ve onarım hizmetleri sağlayan teşebbüstür.

l) Özel servis, sağlayıcı tarafından kurulan bir dağıtım sistemi içerisinde yer almaksızın motorlu araçlar için bakım ve onarım hizmeti sağlayan teşebbüstür.

m) Motorlu taşıt, karayollarında kullanım amaçlı, üç veya daha fazla tekerlekli motorlu taşıt aracıdır.

n) Otomobil, sürücü hariç en fazla sekiz yolcu taşımak amacıyla kullanılan motorlu taşıttır.

o) Hafif ticari araç, azami yüklü ağırlığı 3,5 tonu aşmayan, malların veya yolcuların taşınması amacıyla kullanılan motorlu taşıttır. Belirli bir hafif ticari aracın 3,5 tonun üzerinde satılan bir modelinin bulunması durumunda söz konusu aracın tüm modelleri de hafif ticari araç olarak kabul edilir.

p) Yedek parça, bir aracın parçalarını değiştirmek amacıyla aracın üzerine veya içine takılabilen, yakıt hariç olmak üzere, motorlu taşıtın kullanımı için gerekli olan yağlar gibi ürünlerin de dahil olduğu mallardır.

r) Orijinal yedek parça, bir motorlu aracın üretiminde veya montajında kullanılan parçalarla aynı kalitede olan ve söz konusu motorlu aracın üretiminde veya montajında kullanılan parçaların veya yedek parçaların üretiminde sağlayıcı tarafından getirilen spesifikasyonlara ve üretim standartlarına göre üretilmiş yedek parçalar anlamına gelmektedir. Aracın parçaları ile aynı üretim bandında üretilen yedek parçalar da bu kapsamdadır. Bu parçaların, söz konusu aracın montajında

kullanılan parçalarla aynı kalitede olduğunun ve araç üreticisinin spesifikasyonlarına ve üretim standartlarına göre üretildiğinin parça üreticisi tarafından belgelendirilmesi halinde, aksi kanıtlanana kadar, orijinal yedek parça olduğu varsayılır.

s) Eşdeğer kalitede yedek parça, bir motorlu aracın montajında kullanılan parçalarla eşdeğer kalitede olduğu varsa mevzuat gereği aranan mecburi standartlara uygunluğunun üreticisi tarafından belgelendirilmesi gereken parçalardır.

t) Dağıtım sistemi içindeki teşebbüsler, üretici de dahil olmak üzere, doğrudan üretici tarafından veya üreticinin yetkilendirdiği bir teşebbüs tarafından yetkilendirilerek anlaşma konusu malların dağıtımını, bakımı veya onarımını ile yetkilendirilen teşebbüslerdir.

u) Nihai kullanıcı, mülkiyetin geçmesi hükmünü veya anlaşma süresinin sonunda aracın satın alınması seçeneğini içermediği sürece finansal kiralama şirketleri de dahil yeni motorlu aracı kendi kullanımı için alan gerçek veya tüzel kişidir.

v) Bağımsız teşebbüs, doğrudan ya da dolaylı olarak araçların bakımı ve onarımını ile iştigal eden teşebbüsleri, özel servisleri, onarım aracı ve ekipmanı üreticilerini, bağımsız yedek parça üretici ve dağıtıcılarını, teknik bilgi yayımcılarını, otomobil klüplerini, yol yardımı veren teşebbüsleri, test hizmeti veren teşebbüsleri ve servisler için eğitim veren teşebbüsleri ifade eder.

y) Yetki verilmemiş tesis yeri, bir seçici dağıtım sistemi üyesinin, faaliyet gösterdiği tesisine ek olarak sağlayıcının izni olmaksızın satış yeri, depo ya da teslimat noktası kurduğu başka bir adres ya da bölgeyi ifade eder.

Bu Tebliğin uygulanması bakımından teşebbüs, sağlayıcı, alıcı, dağıtıcı ve yetkili servis kavramları bunların bağlı teşebbüslerini de kapsar. Bağlı teşebbüsün belirlenmesinde 1997/1 sayılı Rekabet Kurulu'ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ'in ilgili hükümleri esas alınır.

Muafiyetin Genel Koşulları

Madde 4 — Muafiyet hükümleri, dikey anlaşmanın aşağıdaki koşulları taşıması kaydıyla sağlayıcının motorlu taşıt veya yedek parça ya da bakım ve onarım hizmeti sağladığı ilgili pazardaki pazar payının %30'u; motorlu taşıtların dağıtımını için niceliksel seçici dağıtımın tercih edildiği anlaşmalarda ise %40'ı geçmemesi durumunda uygulanır. Niteliksel seçici dağıtım sistemi oluşturan anlaşmalar için pazar payı eşiği bulunmamaktadır.

Tek elden sağlama yükümlülüğü içeren dikey anlaşmalarda muafiyet, alıcının anlaşma konusu malları ve hizmetleri aldığı ilgili pazardaki payının %30'u aşmaması koşuluyla uygulanır.

Muafiyet,

a) sağlayıcı ile dağıtıcı veya yetkili servis arasında yapılan anlaşmada, dikey anlaşmadan doğan hakların ve yükümlülüklerin, dağıtım sisteminde bulunan ve dağıtıcı veya yetkili servis tarafından seçilen başka bir dağıtıcıya veya yetkili servise aktarılmasına sağlayıcının rıza göstermesi,

b) sağlayıcı ile dağıtıcı veya yetkili servis arasında yapılan anlaşmada, sağlayıcının karşı tarafın bu Tebliğ uyarınca sınırlanamayacak davranışlarda bulunması nedeniyle anlaşmayı feshi ihbarla sona erdirmesini engellemek için, bu bildirimini feshin detaylı ve objektif gerekçelerini içerecek biçimde yazılı olarak yapması yükümlülüğünün getirilmesi,

c) sağlayıcı ile dağıtıcı veya yetkili servis arasında yapılan anlaşmanın,

1) en az beş yıl süreli olması ve anlaşmada yer alacak olan yenilememe isteğini anlaşmanın sona ermesinden asgari altı ay önce bildirmeyi her iki tarafın da kabul etmesi veya,

2) belirsiz bir süre için yapılması halinde feshi ihbar süresinin her iki taraf için de en az iki yıl olması ancak bu sürenin; sağlayıcının anlaşmaya son vermesi durumunda kanundan veya anlaşmadan dolayı uygun bir tazminat ödemek zorunda olduğu veya dağıtım sisteminin önemli bir kısmını ya da tamamını yeniden düzenlemesinin zorunlu olması nedeniyle sağlayıcının anlaşmayı sona erdirmesi hallerinde en az bir yıla indirilmesi,

koşullarıyla uygulanır. Ancak bu durum, taraflardan birinin ana yükümlülüklerinden birini yerine getirmemesi nedeniyle diğer tarafın anlaşmaya son verme hakkını etkilemez.

Muafiyet, anlaşmanın her iki tarafa da anlaşmadan kaynaklanan yükümlülüklerin yerine getirilmesi ile ilgili olarak ortaya çıkacak anlaşmazlıkları, tarafların mahkemeye başvuru hakkına hanel getirmeksizin, bağımsız bir uzmana ya da hakeme götürme hakkını tanıması halinde uygulanır. Aşağıdaki konulara ilişkin anlaşmazlıklar bunlara örnek olarak verilebilir:

- a) mal ve hizmet sağlama yükümlülükleri,
- b) satış hedeflerinin konulması ya da bu hedeflere ulaşılması,
- c) stok taşıma yükümlülüğünün yerine getirilip getirilmediği,
- d) teşhir aracı sağlama ve kullanma yükümlülüğü,
- e) değişik markaların satışı ile ilgili sağlayıcının öne sürdüğü koşullar,
- f) yetki verilmemiş bir tesis yerinde faaliyet göstermesinin engellenmesinin, otomobil veya hafif ticari araç dışındaki motorlu taşıt aracı dağıtıcısının işini büyütmesini sınırlandırıp sınırlandırmayacağı,
- g) anlaşmanın fesih bildiriminde gösterilen gerekçelerin anlaşmanın feshini haklı gösterip göstermeyeceği.

Anlaşmaları Grup Muafiyeti Kapsamı Dışına Çıkaran Sınırlamalar

Madde 5 — Bu Tebliğ çerçevesinde öngörülen muafiyet, tarafların kontrolünde olan diğer etkenlerle birlikte veya bunlardan bağımsız olarak, doğrudan ya da dolaylı biçimde aşağıdaki amaçları taşıyan dikey anlaşmalara uygulanmaz:

a) Dağıtıcı veya yetkili servisin kendi satış fiyatını belirleyebilme serbestisinin kısıtlanması. Bununla birlikte taraflardan herhangi birinin baskısı veya teşviki sonucu asgari veya sabit bir fiyata dönüşmemesi şartıyla, sağlayıcının azami veya tavsiye edilen satış fiyatı belirlemesi mümkündür.

b) Aşağıdaki haller dışında dağıtıcı veya yetkili satıcının anlaşma konusu mal

veya hizmetleri satacağı bölge ya da müşterilere ilişkin kısıtlamalar getirilmesi;

1) dağıtıcı ya da yetkili servisin müşterilerince yapılacak satışları kapsamaması kaydıyla, sağlayıcı tarafından kendisine ya da başka bir dağıtıcıya tahsis edilmiş münhasır bir bölgeye ya da müşteri grubuna yapılacak aktif satışların kısıtlanması,

2) toptancı seviyesinde faaliyet gösteren bir dağıtıcının son kullanıcılara satışının kısıtlanması,

3) dağıtıcı ya da yetkili servisin müşterilerince yapılacak satışları kapsamaması kaydıyla, seçici dağıtım sisteminin uygulandığı pazarlarda, yeni motorlu taşıtların ve yedek parçaların, seçici dağıtım sistemi üyeleri tarafından yetkili olmayan dağıtıcılara satışının kısıtlanması,

4) alıcının, birleştirilme amacıyla sağlanan parçaları, bu parçaları sağlayıcı tarafından üretilen mallarla aynı tipte malların üretiminde kullanmayı amaçlayan müşterilere satma imkanının kısıtlanması.

c) Seçici dağıtım sisteminde, sistem üyelerinin kendi aralarındaki alışverişin engellenmesi.

d) Seçici dağıtım sisteminin uygulandığı pazarlarda, perakende seviyesinde faaliyet gösteren seçici dağıtım sistemi üyelerinin, son kullanıcıya yapacakları yeni otomobillerin ya da hafif ticari araçların, her tür motorlu taşıt yedek parçasının ya da bakım onarım hizmetinin aktif ya da pasif satışının kısıtlanması. Muafiyet, bir seçici dağıtım sistemi üyesinin, yetki verilmemiş bir tesis yerinde faaliyet göstermesini yasaklayan anlaşmalara da uygulanır. Ancak böyle bir yasaklamaya muafiyetin uygulanması 6 ncı maddenin 2 nci fıkrasının (b) bendi hükmüne tabidir.

e) Seçici dağıtım sisteminin uygulandığı pazarlarda, perakende seviyesinde faaliyet gösteren seçici dağıtım sistemi üyelerinin son kullanıcıya yapacakları otomobil ve hafif ticari araç dışındaki motorlu taşıtların aktif ya da pasif satışının kısıtlanması. Bununla birlikte, sağlayıcının seçici dağıtım sistemi üyesinin yetki verilmemiş bir tesis yerinde faaliyet göstermesini yasaklama hakkı saklıdır.

f) Dağıtıcının, bakım onarım hizmetlerine ilişkin yükümlülüklerini, imzalayacağı alt anlaşmalarla yetkili servislere devretme hakkının kısıtlanması. Ancak sağlayıcı, dağıtıcının bir satış anlaşmasının tamamlanmasından önce son kullanıcılara söz konusu yetkili servis veya servislerin adını ve adresini bildirmesini, aynı zamanda söz konusu yetkili servislerden herhangi birisi satış mağazasıyla aynı semtte değilse ne kadar uzaklıkta olduğunu son kullanıcılara bildirmesini zorunlu kılabilir. Böyle bir zorunluluk ancak bakım onarım atölyeleri satış mağazasıyla aynı yerde olmayan dağıtıcılara benzer koşulların uygulanması şartıyla getirilebilir.

g) Yetkili servisin, faaliyetlerini bakım onarım hizmetleri ve yedek parçaların dağıtımıyla sınırlı tutma serbestisinin kısıtlanması.

h) Seçici dağıtım sistemi üyelerinin, motorlu taşıtların yedek parçalarını, bu parçaları motorlu araçların bakım onarımında kullanacak olan özel servislere satma serbestisinin kısıtlanması.

i) Orijinal yedek parça, eşdeğer kalitede yedek parça, tamir ekipmanı, teşhis cihazı ya da diğer tip ekipmanların sağlayıcısıyla bir motorlu taşıt üreticisi arasında yapılan anlaşmayla, sağlayıcının söz konusu mal ve hizmetleri yetkili veya bağımsız dağıtıcılar, ya da bağımsız teşebbüsler ve son kullanıcılardan herhangi birine satma imkanına kısıtlama getirilmesi.

j) Bir dağıtıcı veya yetkili servisin orijinal yedek parçaları veya eşdeğer kalitedeki yedek parçaları kendi tercih ettiği üçüncü bir teşebbüsten satın almasının ve bunları motorlu araçların bakım ve onarımı için kullanmasının engellenmesi. Ancak garanti kapsamında yapılan tamir, ücretsiz bakım ve araç geri çağırma işlerinde, motorlu taşıt sağlayıcısı kendisinin sağladığı orijinal parçaların kullanımını zorunlu kılabilir.

k) Bir motorlu taşıt üreticisi ile ürettiği motorlu araçlarda kullandığı yedek parçaların sağlayıcısı arasında yapılan anlaşmayla, yedek parça sağlayıcısının marka ve logosunu, sağlanan parçalar üzerine etkili ve kolayca görülebilir bir biçimde koymasını engelleyici nitelikte kısıtlamalar getirilmesi.

Bu Tebliğ'in öngördüğü muafiyet, motorlu araç üreticisinin, motorlu araçların bakım ve onarımının yapılması ya da çevre koruma ölçütlerinin uygulanabilmesi için gerekli olan herhangi bir teknik bilgiye, teşhis cihazı ve diğer ekipmana, gerekli yazılıma ya da eğitime, bağımsız teşebbüslerin erişimini engellemesi durumunda uygulanmaz.

Bu erişim özellikle bir motorlu aracın elektronik kontrol ve teşhis cihazlarının kısıtlanmadan kullanımını, bu cihazların sağlayıcının standart prosedürlerine uygun bir biçimde programlanmasını, tamir ve bakım talimatlarını ve teşhis ve servis araç ve ekipmanlarını kullanmak için gerekli olan bilgiyi içermelidir.

Bağımsız teşebbüslerin erişimi, ayrımcılık yapılmadan, tam ve uygun bir şekilde sağlanmalı ve bilgi kullanılabilir bir şekilde verilmelidir. Eğer söz konusu unsur bir fikri hak kapsamındaysa veya bir know how oluşturuyorsa, erişim kötüye kullanma yoluyla engellenmemelidir.

Özel Hükümler

Madde 6 — Yeni motorlu taşıtların satışı, bakım ve onarım hizmetleri veya yedek parçaları bakımından, muafiyet, dikey anlaşmalarda yer alan aşağıdaki yükümlülüklerden hiçbirine uygulanmaz:

a) her türlü doğrudan veya dolaylı rekabet etmeme yükümlülüğü,

b) dağıtım sistemi üyelerinin rakip sağlayıcıların sunduğu motorlu taşıtları veya yedek parçaları satmasını veya bu motorlu taşıtlara tamir ve bakım hizmetleri vermesini engelleyen, doğrudan veya dolaylı her türlü yükümlülük,

c) dağıtıcının veya yetkili servisin, anlaşmanın sona ermesinden sonra, motorlu taşıtları üretmemesi, satın almaması, satmaması, yeniden satmaması veya tamir veya bakım hizmetleri vermemesine neden olan doğrudan veya dolaylı her türlü yükümlülük.

Yeni motorlu taşıtların satışı bakımından, dikey anlaşmalarda bulunan aşağıdaki yükümlülükler muafiyet uygulanmaz.

a) perakendecinin anlaşma konusu mallarla ilgili olarak finansal kiralama hizmetleri vermemesine neden olan doğrudan veya dolaylı yükümlülük.

b) Seçici dağıtım sistemi içindeki hafif ticari araç veya otomobil dağıtıcısının, seçici dağıtımın uygulandığı başka bölgelerde satış veya teslimat yerleri açmasını engelleyen doğrudan veya dolaylı her türlü yükümlülük.

Tamir ve bakım hizmetleri veya yedek parçaların satışı bakımından, seçici dağıtımın uygulandığı yerlerde yetkili servislerin tesis yeri ile ilgili doğrudan veya dolaylı yükümlülükler muafiyet uygulanmaz.

Muafiyetin Geri Alınması

Madde 7 — Bu Tebliğ ile muafiyet sağlanmış bir anlaşmanın, Kanunun 5 inci maddesinde düzenlenen koşullarla bağdaşmaz etkilere sahip olduğunun tespit edilmesi halinde, Rekabet Kurulu, Kanun'un 13 üncü maddesine dayanarak, anlaşmaya bu Tebliğ ile tanınan muafiyeti geri alabilir. Bu durumda Rekabet Kurulu, nihai kararını vermeden önce tarafların yazılı ve/veya sözlü görüşlerini ister.

Benzer nitelikteki dikey sınırlamaların oluşturduğu paralel ağların ilgili pazarın önemli bir bölümünü kapsamaması durumunda, Rekabet Kurulu, ayrıca çıkaracağı bir tebliğ ile ilgili pazarda belirli sınırlamaları içeren anlaşmaları bu Tebliğ'in sağladığı muafiyetin dışına çıkarabilir. Böyle bir Tebliğ yayımı tarihinden itibaren en erken bir yıl içinde yürürlüğe girer.

Pazar Payının Hesaplanması

Madde 8 — Bu Tebliğ'de geçen pazar payı,

a) Yeni motorlu taşıtların dağıtımında, anlaşma konusu mallarla birlikte alıcı tarafından ürünlerin özellikleri, fiyatları ve kullanım amaçları bakımından ikame edilebilir olarak görülen ve yine sağlayıcı tarafından satılan diğer malların adedi üzerinden,

b) Yedek parçaların dağıtımında, anlaşma konusu mallarla birlikte alıcı tarafından ürünlerin özellikleri, fiyatları ve kullanım amaçları bakımından ikame edilebilir olarak görülen ve yine sağlayıcı tarafından satılan diğer malların değeri üzerinden,

c) Bakım ve onarım hizmetlerinin sunumunda, sağlayıcının dağıtım ağına mensup olan teşebbüslerin sattığı anlaşma konusu hizmetler ve alıcı tarafından ürünlerin özellikleri, fiyatları ve kullanım amaçları bakımından ikame edilebilir olarak görülen ve yine ağı mensup teşebbüsler tarafından satılan diğer hizmetlerin değeri üzerinden, hesaplanır.

Eğer bu hesaplamalar için gerekli olan adet verisi temin edilemiyorsa değer, değer verisi temin edilemiyor ise adet verisi kullanılabilir. Eğer böyle bir bilgi elde edilemiyorsa, güvenilir pazar bilgilerinden yola çıkılarak yapılan tahminler

kullanılabilir. 4 üncü maddenin ikinci fıkrasının uygulanması açısından sırasıyla pazardaki satın alım hacmi ya da pazardaki satın alış değeri, eğer bunlar bulunmuyorsa, güvenilir tahminler pazar payının hesaplanmasında kullanılır.

Bu Tebliğ'de bulunan %30 ve %40'lık pazar payı eşiklerinin uygulanmasında aşağıdaki kurallar uygulanır:

- a) Pazar payı bir önceki yılın verisi kullanılarak hesaplanır.
- b) Pazar payı bağlı dağıtıcılara satış amacıyla sağlanan tüm mal ve hizmetleri içerir.
- c) Pazar payı başlangıçta sırasıyla %30 ve %40'dan fazla olmayıp daha sonra sırasıyla %35 ve %45'i aşmayacak şekilde eşiklerin üzerine çıkarsa muafiyet, pazar payı eşiklerinin ilk aşıldığı yılı takip eden sonraki iki yıl boyunca da geçerli olmaya devam eder.
- d) Pazar payı başlangıçta sırasıyla %30 ve %40'dan fazla olmayıp daha sonra sırasıyla %35 ve %45'in üzerine çıkarsa muafiyet, pazar payı eşiklerinin ilk aşıldığı yılı takip eden yıl boyunca da geçerli olmaya devam eder.
- e) (c) ve (d) bentlerinin sağladığı haklar sürenin iki takvim yılını aşmasına neden olacak şekilde birleştirilemez.

Tebliğ'in Uyumlu Eylemlere Uygulanması

Madde 9 — Bu Tebliğ, 2 nci maddenin kapsamına giren teşebbüsler arası uyumlu eylemlere de uygulanır.

Yürürlükten Kaldırılan Mevzuat

Madde 10 — Bu Tebliğin yürürlüğe girmesi ile birlikte 2000/3 sayılı Tebliğ ile değişik 1998/3 sayılı Motorlu Taşıtlar Dağıtım ve Servis Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği yürürlükten kalkar.

Geçici Madde 1 — Bu Tebliğ'in yürürlüğe girdiği tarihte 1998/3 sayılı Tebliğ ile sağlanan grup muafiyetinden yararlanmakta olan ancak, bu Tebliğ'de öngörülen grup muafiyetinden yararlanma koşullarını taşımayan anlaşmaların bu Tebliğ ile tanınan muafiyetten yararlanabilmesi için, bu Tebliğ'in yürürlüğe girdiği tarihten itibaren bir yıl içerisinde bu Tebliğ ile öngörülen koşulları sağlayacak şekilde değiştirilmeleri gerekir. Bu süre içerisinde anılan anlaşmalara 4054 sayılı Kanun'un 4 üncü maddesinde öngörülen yasaklama uygulanmaz.

Geçici Madde 2 — Bu Tebliğ'in yürürlüğe girdiği tarihten önce akdedilmiş olup halen yürürlükte olan ve Tebliğ'de düzenlenen koşulları taşıyan anlaşmalar da Tebliğ kapsamına girer.

Geçici Madde 3 — Otomotiv dağıtımı, tamir ve bakımı ve yedek parça satışı ile ilgili bir dikey anlaşma olmasına rağmen 1998/3 sayılı Tebliğ yerine 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamına giren anlaşmalar, bu Tebliğ'in 2 nci maddesi kapsamında değerlendirilecektir. Bu tür anlaşmaların bu Tebliğ'e uyumu, yukarıdaki Geçici

Madde 1'e uygun olarak gerçekleştirilecektir.

Yürürlük

Madde 11 — Bu Tebliğ 1 Ocak 2006 tarihinde yürürlüğe girer.

Yürütme

Madde 12 — Bu Tebliği Rekabet Kurumu Başkanı yürütür.

KAYNAKÇA

GENEL YAPITLAR

Aslan İ. Yılmaz / Toksoy M. Fevzi / Arđıyak Şahin / Katırcıoğlu Erol / İlçak Ali / Bilgel Fırat, Otomotiv Sektöründe Rekabet Hukuku ve Politikaları, Bursa 2006

Aslan İ. Yılmaz, Rekabet Hukuku Bakımından Dikey Anlaşmalar Teori ve Uygulama, 2004 İstanbul

Bedir Atilla, Türkiye’de Otomotiv Sanayi Gelişme Perspektifi, Yayın No.2660, Kasım 2002

Bellamy C. & Child G., European Community Law of Competition, P.M. Roth Edition, 5. Edit., Londres 2001

Cars Online 04/05 – Driving Growth Through Collaboration, 2004

CC 2000, New Cars: A Report on The Supply of New Motor Cars Within The UK

Çamoğlu Ersin, Kollektif Ortaklıkta Haklı Sebep Kavramı ve Ortağın Haklı Sebepçe Çıkarılması, Fakülteler Matbaası 1976

Dubois Christophe, La Distribution Automobile et La Politique Européenne de Concurrence, L’Harmattan 2003

Ferrier Didier, Droit de La Distribution, LexisNexis 4ème Edition, Paris 2006

Gökyayla Cemile Demir, Milletlerarası Özel Hukukta Tek Satıcılık Sözleşmeleri (Münhasır Bayilik Sözleşmeleri), Ankara 2005

Green Nicholas / Robertson Aidan, Commercial Agreements and Competition Law, Kluwer Law International, London 1997

Gürzumar Osman Berat, Franchise Sözleşmeleri ve Bu Sözleşmelerin Temelini Oluşturan Sistemlerin Hukuken Korunması, İstanbul 1995

İşgüzar Hasan, Tek Satıcılık Sözleşmesi, Ankara 1989

Kayıhan Şaban, Türk Hukukunda Acentelik Sözleşmesi, Ankara 2003

Kınacıoğlu Naci, Acente ve Acentelik Sözleşmesi, Ankara 1963

Kuntalp Erden, Finansal Kiralama Kanunu'na göre Finansal Kiralama (Leasing) Tanımı ve Hükümleri, Türkiye Bankalar Birliği, 1988

Kuntalp E./Barlas N./Ayanoğlu Morali A./Çavuşoğlu Işıntan P./İpek M./Yaşar M./Koç S., Türk Borçlar Kanunu Tasarısı'na İlişkin Değerlendirmeler, Galatasaray Üniversitesi Yayınları, Mayıs 2005

Le Tourneau Philippe, Les Contrats de Concessions, JurisClasseur , Paris 2003

Malaurie-Vignal Marie, Droit de La Distribution, Dalloz 2006, Sirey Université

OSD, Otomotiv Sanayii Derneği, Türk Otomotiv Sanayii Genel İstatistik Bilgiler, Nisan 2002

Quermonne Jean Louis, Le Système Politique de L'Union Européenne, 1998 Montchrestien

Prieto C., Règlement d'Exemption dans Le Secteur Automobile, Cadre Spéciale de L'Interprétation de L'Article 81/3, Juris-Classeur Europe Traité, Fascicule N.1456

Topçuoğlu Metin, Rekabet Hukuku Açısından Acentelik ve Dağıtım Sözleşmeleri, Ankara 2006

Vogel Louis / Vogel Joseph, Droit de La Distribution Automobile II, Bilan de L'Application du Règlement 1400-2002, 2006-2007, JuriScience

Whish Richard, Competition Law, London 2003

Xoudis Julia, Les Accords de Distribution Au Regard du Droit de La Concurrence, Bruxelles 2002

Yavuz Cevdet, Türk Borçlar Kanunu Tasarısı (BKT.) ve Gerekçesi, İstanbul 2005

TEZLER

Bennani Malak, Le Contrat de Franchise et Le Redressement et La Liquidation Judiciaire, Thèse de Doctorat, Université de Lausanne 2006

Gazioğlu Uygur, Motorlu Taşıtlar Sektöründe Rekabet: Dağıtım ve AB Düzenlemeleri, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Rekabet Kurumu, Ankara 2005

Karakurt Alper, Avrupa Topluluğu ve Türk Rekabet Politikasında Münhasır Dikey Anlaşmalar, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Rekabet Kurumu Yayınları Ankara 2005

Koç Ali Fuat, AT Rekabet Hukukunda Seçici Dağıtım Anlaşmaları, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Rekabet Kurumu Yayınları, Ankara 2005

Masataka Morita, Information Technology and Automobile Distribution, Graduate School of Business Administration, Keio University, Novembre 2000

Marques Daniel, Les Nouveaux Canaux de Distribution de L'Industrie Automobile:Enjeux et Perspective, DESS de Commerce International, Université Paris 2 Panthéon-Assas, Mémoire de DESS, Septembre 2001, Bibliothèque Cujas

Mihail Tsatsaronis, L'Adaptation Du Secteur de La Distribution Automobile Aux Evolutions Juridiques et Commerciales, DESS GEI, Mémoires du Fin D'Etudes, 2003-2004, Université Paris 1, Bibliothèque Cujas

Nart Serdar, Avrupa Birliği ve Türk Hukukunda Motorlu Araçların Dağıtımında Rekabetin Korunması, 9 Eylül Üniversitesi yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2002, Yükseköğretim Kurulu Dokümantasyon Merkezi N.112918

Reynaud Delphine, Evolution de La Distribution en Europe, Mémoire 2001-2002, Bibliothèque Cujas

Toru Ide, Cohabitation du Concessionnaire Virtuel et Des Concessionnaires Physiques: Le Cas de La Distribution Automobile, Ecole Supérieure de Commerce de Paris, Marketing&Communication 2005, Thèse Professionnelle

MAKALELER

ACEA, "European Manufacturers Express Great Concern at Commission Proposal on EU Regulation for Motor Vehicle Sales and Distribution", Press Release, Brussels, 06.02.2002

Arhel Pierre, Le Futur Règlement Automobile, Lamy Droit Economique, Avril 2002, N. 150

Arhel Pierre, "Vers L'Adaptation d'Un Nouveau Règlement Automobile", Petites Affiches, 29.03.2002, N. 64

Arhel Pierre, "104 Questions/Réponses sur Le Nouveau Règlement Automobile", Les Petites Affiches, 27 Novembre 2002, N.239

Arhel Pierre, "Les Péchés Impardonnables du Secteur Européen de L'Automobile: L'affaire Mercedes", Petites Affiches, 24.10.2002, N. 213

Arhel Pierre, "Sévère Condamnation d'Une Pratique de Prix Imposés: La Deuxième Affaire Volkswagen", Petites Affiches, 01.08.2001, N.152

Aronica Charles, "Le Contenu du Règlement Automobile Dans Le Domaine de La Réparation et de L'Entretien Automobile", Petites Affiches, 29.11.2002, N. 239

Automotive Sector Groups of Houthoff Buruma and Leiderkerke Wolters Waelbroeck Kirkpartick, “Flawed Reform Of The Competition Rules For The European Motor Vehicle Distribution Sector”, ECLR 2003, 24(6)

Baker Simon / Wu Lawrence, “Applying The Market Definition Guidelines of The European Commission”, ECLR 1998

Blaise J-B. / Idot L., “Exemption Par Catégorie:Nouveau Règlement Automobile”, Europe, Octobre-Décembre 2003, N.4

Bourgeon Christian, “Nouveau Règlement: Où en Est-On?”, Supplément Europe, N. 1217, Auto Infos, 20.05.205

Bourgeon Christian, “Le Règlement CE n. 1400/2002: Quel Avenir Pour Les Réseaux de Marque Automobile?”, Gazette du Palais, 04.03.2003, N.63

Bourgeon Christian, “Point de Vue des Concessionnaires”, Cahier de Droit de L’Entreprise, No.5, 2002

Bougeon Christian, “Point Des Vue des Equipementiers”, JCP Cahier de Droit de L’Entreprise, N.5 2002

Brenkers Randy / Verboven Frank, “Liberalizing A Distribution System:The European Car Market”, Journal of European Economic Association, N.4, 2006

Brown Walston S. / Conwill Allan F., “Automobile Manufacturer-Dealer Legislation”, Columbia Law Review, Vol.57, N.2, February 1957

Buttigieg Eugene, “Vertical Agreement and The Concerted Practices In The Motor Vehicle Sector Under EC Competition Law”, EBLR 2003

Buzzavo Leonardo, “Automotive Distribution Between Globalisation and Local Contexts: The Role of Dealer Groups In Europe”, Eleventh Gerpisa International Colloquium, 11-13 June 2003

Buzzavo Leonardo / Pizzi Claudio, Trade Marketing and Vertical Restraint:The Case of Automotive Distribution in Italy, European Marketing Trends Congress, January 2005, Paris

Caves Richard E. / F. Murphy William, “Franchising: Firms, Markets and Intangible Assets”, Southern Economic Journal, N.42, 1975-76

Chagny Muriel, “Conditions de Conclusion d’Un Contrat de Distribution Sélective Quantitative”, La Semaine Juridique Entreprise et Affaires N. 47, 24 Novembre 2005

Chagny Muriel, “La Distribution Automobile Entre Bonheur Concurrentiel et Déception Contractuelle”, Revue Lamy Concurrence, Aout-Octobre 2005

Chantre Stéphanie, “Quelle Place Pour Le Distributeur Automobile Au Lendemain de L’Adoption de Nouvelles Règles Communautaire de La Concurrence?”, Eleventh

Gerpisa Internationale Colloquium, 11-13 Juin 2003, Ministère de La Recherche, Paris

Charbit Nicolas, “Les Contrats de Financement Des Réseaux de Distribution Au Regard Du Droit Communautaire de La Concurrence, Le Cas de La Distribution Automobile”, La Semaine Juridique, Cahier de Droit de L’Entreprise, Supplément N.1, 1997

Chevrier Eric, “La Commission Européen Critique La Distribution Automobile”, Recueil Dalloz 2001

Clark John, “New Rules for Motor Vehicle Distribution and Servicing”, Competition Policy Newsletter, N.3, October 2002

Crandall Robert W. , “The Decline of The Franchise Dealer in The Automobile Repair Market”, The Journal of Business, Vol.43, N.1, January 1970

Crafton Steven M./ Hoffer George E., “Do Consumers Benefit From Auto Manufacturer Rebates To Dealer?”, The Journal of Consumer Research, Vol. 7, N.2, September 1980

Crisera Maria Lisa, “The New Motor Vehicle Regulation: More Flexibility for Car Manufacturer?”, 2003, 2 I.B.L.J 201

Dudenhöffer Ferdinand, On the Importance of Selective and Exclusive Car Distribution System in Europe, University of Applied Sciences Gelsenkirchen, Germany October 2000

EU Viewpoint, “UK Car Prices”, Consumer Law Today, CLT 23 12 (3) (1), 01.12.2000

Ferré Dominique, “La Réforme de L’Exemption des Accord Automobiles Au Regard de la Propriété Intellectuelle”, La Semaine Juridique, N.5 2003

Ferrier Didier, “Un Élément Essentiel du Contrat de Franchise”, Recueil Dalloz 2003

Ferrier Didier, “Le Nouveau Règlement Automobile: Après Le Règlement Général Accords Verticaux, Avant Un Nouveau Règlement Transfert de Technologie”, Cahier de Droit de L’Entreprise, N.5, Année 2002

Ferry John, “Selective Distribution and Other Post-Sales Restrictions”, ECLR 1981(2)

Fourgoux Jean-Louis, “Rapports Constructeurs-Distributeurs Automobiles: Du Monologue au Dialogue?”, Droit&Patrimoine, N.116, Juin 2003

Fourgoux Jean-Claude / Vilmart Christine, “L’Arbitrage et Le Règlement Amiable des Différends Dans Le Règlement d’Exemption CE 1400/2002”, Gazette du Plais, 29.05.2003

Fourgoux Jean Claude, “Le Nouveau Règlement Automobile, Un Texte Fondamental Encore Evolutif”, JCP E, 13 Juin 2002, N.24

Fourgoux Jean Claude, “Perspectives Pour La Distribution Automobile: L’Après Règlement CE 1475/95”, Gazette du Palais, 27.12.2001, N.361

Genç Yasemin, “Türk Hukukunda Distribütörlük Sözleşmeleri”, Perşembe Konferansları, Şubat-Mart 2001

Genet J.-P., “Les Concessionnaires Européens Ne Veulent Pas D’Essaimage”, L’Argus, 14.10.2004

Genet J.-P., “Les Groupes de Distribution Repartent En Conquete”, L’Argus, 06.10.2005

Genet J.-P., “Le Tissu de Point de Vente Se Rétracte Encore”, L’Argus, 07.07.2005

Gerard Damien, “Regulated Competition In The Automobile Distribution Sector:A Comparative Analysis Of The Car Distribution System in The US and The EU”, ECLR 2003, 24 (10)

Ginderachter Eric Van, “Le Règlement 1400/2002 d’Exemption Par Catégorie: Une Réforme Audacieuse Mais Equilibrée des Règles de Concurrence Applicable Au Secteur Automobile”, Gazette du Palais, 04.03.2003, N.63

Giovanoli Mario, “Leasing Sözleşmeleri ve İsviçre Hukuku”, (Çev. Argun Köteli), İBD 1982, S. 10–11–12

Giroudet-Demay Nathalie, “Incidences du Règlement Automobiles 1400/2002 Sur L’Organisation de L’Après Vente de La Marque”, Petites Affiches, Novembre 2002

Goyer René, “La Vente des Automobiles Après 2002”, La Semaine Juridique, N.5, Année 1998

Goyer René, “La Réforme de L’Exemption des Accords Automobiles Au Regard du Droit de La Concurrence”, La Semaine Juridique, N.5, 2003

Griffiths Mark, “A Glorification od De Minimis-The Regulation on Vertical Agreements”, ECLR 2000

Grimes Warren S., “Brand Marketing, Intra-brand Competition and The Multibrand Retailer:The Antitrust Law of Vertical Restraints”, Antitrust Law Journal, N.64, 1995-1996

Groves Peter, “Intermediaries:Last Chance Saloon for Selective Distribution In The Automobile Sector”, ECLR 1993, 14(1)

Groves Peter, “Motor Vehicle Distribution: The Block Exemption”, ECLR 1987,8(1)

Hermel Abel, “La Distribution Automobile: Les Problèmes Actuels, Les Réponses à Venir”, Petites Affiches, 22.03.2002, N.59

Hildebrand Doris, “The Role of Economic Analysis in The EC Competition”, 1998 Kluwer Law International

Hughes Mat / Foss Celia / Ross Kristen, “The Economic Assessment of Vertical Restraints Under U.K. and E.C. Competition Law”, ECLR 2000

Hunt Shelby, “The Socioeconomic Consequences of The Franchise System of Distribution”, Journal of Marketing, Vol. 36, No.3, July 1972

Idot Laurence, “Le Nouveau Règlement d’Exemption Relatif à la Distribution Automobile”, La Semaine Juridique Entreprise et Affaires N.50, 12.12.2002

Jakobsen Peter Stig / Broberg Morten, “The Concept of Agreement in Article 81 E.C.: On The Manufacturers’ Right to Prevent Parallel Trade Within The European Community”, ECLR 2002

Kirman Alan/ Schueller Nathalie, “Price Leadership and Discrimination In The European Car Market”, The Journal of Industrial Economics, Vol.39, N.1, September 1990

Kessler Friedrich, “Automobile Dealer Franchise: Vertical Integration By Contract”, The Yale Law Journal, Vol.66, N.8, July 1957

Kniebihler Maurice-Jean / Chieux Thomas, “Vers Une Nouvelle Distribution Automobile”, MJK Conseil, Le Vésinet 1999

Knupfer Stefan M. / Richmond Russel K. / Vander Ark Jonathan D., “Making The Most of US Distribution”, The McKinsey Quarterly I, 2003

Korah Valentine, “The Future of Vertical Agreements under E.C. Competition Law”, ECLR 1998

Lidgard Hans Henrik, “Unilateral Refusal to Supply: an Agreement in Disguise?”, ECLR (6) 1997

Malaurie-Vignal Marie, “Conséquences de L’Adoption du Nouveau Règlement Automobile sur Les Contrats de Distribution Conclu Antérieurement à Son Entrée en Vigueur”, Contrats Concurrence Consommation, N.1, Janvier 2007, Commentaire 6

Malaurie-Vignal Marie, “Une Eventuelle Entente Entre Les Réparateur Agréés et Un Constructeur Automobile”, Contrat Concurrence Consommation N.1, Janvier 2007, Commentaire 10

Malaurie-Vignal Marie / Makhlof Yazid, “Synthèse du Règlement d’Exemption no 1400/2002”, Petites Affiches, 29.11.2002, N. 239

Malaurie-Vignal Marie, “Présentation et Commentaire du Règlement No 1400/2002”, Petites Affiches, 29.11.2002, N. 239

Martin J. Patrick, "The Judicial Treatment of The Automobile Dealer Franchise Act", Michigan Law Review, Vol.62, N.2, Decembre 1963

Martin Robert E., "Franchising and Risk Management", American Economic Review, N.78, June-December 1988

Marvel Howard P., "Exclusive Dealing, Journal of Law and Economics", Vol. 25, N.1, April 1982

Marx Thomas G., "The Development of The Franchise Distribution System in The U.S. Automobile Industry", The Business History Review, Vol.59, N.3 Autumn 1983

Bastien Mathieu, "Règlement Automobile, La Rupture du Contrat du Distributeur Dans Le Nouveau Règlement d'Exemption Automobile", Petites Affiches, 29.11.2002, N. 239

Mensuel Science et Vie, "La Nouvelle Révolution Automobile 2002-2010", N.1020, Edition Spéciale, Septembre 2002

Middleton Kirsty, "The Legal Framework for Motor Vehicle Distribution, A New Model", ECLR, 2001, 22 (1)

Moyer Mel S./ Whitmore Neil M., "An Appraisal of The Marketing Channel for Automobiles, Journal of Marketing", Vol 40, N.3, July 1976

Nazerali Julie / Cowan David, "Reforming E.U. Distribution Rules-Has The Commission Found Vertical Reality?", ECLR 1999

Nazerali Julie / Cowan David, "Unlocking E.U. Distribution Rules-Has The European Commission Found The Right Keys?", ECLR 2000

Nazerali Julie / Cowen David, "The Commission's Draft Communication on Distribution Agreements-Market Shares are Predictably Back on Table", ECLR 1998

Pavloff John H., "Hope Yet For The Automobile Dealers' Day in Court Act: Marquis v Chrysler Corp.", Duke Law Journal, Vol. 1979, N.5, Novembre 1979

Peeperkorn Luc, "E.C. Vertical Restraints Guidelines: Effects-Based or Per Se Policy?-A Reply", ECLR 2002

Poillot-Peruzetto S., "Le Règlement 1400/2002 de La Commission dans Le Secteur Automobile", RTD Com, Octobre-Décembre 2002, N.3, s.750-766

Ratliff John, "Selective Distribution: Is There a Case for a General Block Exemption or a Guidelines Notice?", ECLR 1996 (5)

Reid Alan S., "Get Your Motor Running:The European Commission's Proposal to Shake Up The Motor Vehicle Sector", Business Law Review, August/September 2002

Romano Subiotto/Filippo Amato, “The Reform of The European Competition Policy Concerning Vertical Restraints”, *Antitrust Law Journal*, Vol. 69, 2001

Rubin Paul H., “The Theory of The Firm and The Structure of The Franchise Contract”, *Journal of Law and Economics*, N.21, 1978

Segard V., “La France Malade des Barrières Invisibles”, *La Tribune*, 04.01.2005

Sinanoğlu Reşat, “Dikey Bütünleşmiş Dağıtım Kanalları Ssitemi, Kanaliçi Rekabet ve Son Fiyat Denetimi”, *Perşembe Konferansları*, S.11, Kasım-Aralık 2000

Singleton Susan, “In Focus: The Motor Vehicle Distribution Block Exemption and Case Law”, *Consumer Law Today*, CLT 25 10 (9), 01.10.2002

Singleton Susan, “In Focus: Competition and The Consumer-Latest Changes”, *Consumer Law Today*, CLT 25 6 (4), 01.06.2002

Singleton Susan, “In Focus: The New Distribution Agreements Regulation and Consumers”, *Consumer Law Today*, CLT 23 2 (9), 01.02.2000

Smith Richard L., “Franchise Regulation: An Economic Analysis of State Restriction on Automobile Distribution”, *Journal of Law and Economics*, Vol. 25, N.1, (April, 1982)

Steiner Robert L., “Sylvania Economics: A Critique”, *Antitrust Law Journal*, 1991, N.41

Subiotto Romano / Amato Filippo, “Preliminary Analyses of The Commission’s Reform Concerning Vertical Restraints”, *Journal of Word Competition*, 23 (2), 2000

Susan Singleton, “In Focus: Car Servicing, Repair and Pricing”, *Consumer Law Today*, CLT 23(3) 9, 01.09.2000

Phelps Maynard, “The Automobile Dealer Act”, *Stanford Law Review*, Vol.9, N.4, July 1957

Tandoğan Haluk, “Tek Satıcılık Sözleşmesi”, *Batider*, C. XI, S.4

Thieffry P., “La Distribution Automobile sur Internet”, *Contrats, Concurrence, Consommation*, Janvier 2003, *Chronique* N.1

Topçuoğlu Metin, “İnhisar Kaydı İçeren Acentelik, Tek Satıcılık ve Franchise Sözleşmelerinde Aktif ve Pasif Satışlar”, *Rekabet Dergisi*, Sayı 18, Nisan-Mayıs-Haziran 2004

Utzschneider Yan / Alexandre Glatz, “France:Anti-Competitive Agreements-Motor Vehicle Distribution”, *ECLR* 2005, 26 (11)

Van Den Bergh Roger, “Modern Industrial Organisation versus Old-Fashioned European Competition Law”, *ECLR* 1996

Vanderelst Alain / Wijckmans Frank, “The EC Commission Draft Regulation On Motor Vehicle Distribution”, ECLR, 1995, 16 (4)

Verboven Frank, “International Price Discrimination In The European Car Market, The Rand Journal of Economics”, Vol.27, N.2, Summer 1996

Vezzoso Simonetta, “On The Antitrust Remedies To Promote Retail Innovation In The EU Car Sector”, ECLR 2004, 25 (4)

Vilmart Christine, “Une Sécurité Juridique pour La Distribution Sélective Qualitative et Quantitative”, Gazette du Palais, 28. 06. 2001, N. 17

Vogel Joseph / Vogel Louis, “Le Projet de Nouveau Règlement Automobile: Who Will Be in The Driver’s Seat?”, Recueil Le Dalloz, 2002

Vogel Louis, “La Règlementsation Européenne de La Distribution Automobile: Droit de La Concurrence ou Droit Des Contrats?, La Semaine Juridique”, Supplément 3, 1997

Vogel Louis, “Chronique de Droit de La Concurrence, Revue du Marché Commun et de L’Union Européenne”, N. 405, Février 1997

Vogel Louis, “De quelques Questions Juridiques Suscitées par Le Nouveau Règlement d’Exemption Automobile”, Gazette du Palais, 04.03.2003, N.63

Vogel Louis, “Faux Débats et Vraies Questions à Propos du Nouveau Règlement sur La Distribution Automobile”, Cahier de Droit de L’Entreprise, N. 5, 2002

Vogel Louis / Vogel Joseph, “Quelles Améliorations Peut-On Apporter Au Projet de Règlement Sur La Distribution Automobile?”, La Semaine Juridique Entreprise et Affaires N.20, 16.05.2002

Vogel Louis, “La Distribution Automobile à L’Epreuve de Son Nouveau Règlement d’Exemption”, Lamy Droit Economique 2003

Whish Richard, “Regulation 2790/99: The Commission’s New Style Block Exemption For Vertical Agreements”, Common Market Law Review, N.4, August 2000

INTERNET ÜZERİNDEN BULUNAN KAYNAKLAR

ACEA Economic Report, EU 15, June 2006,
http://www.acea.be/images/uploads/sp/ECONOMIC_REPORT_0606_Internet.pdf

Autoparts Report, New EU Automotive Legislation To Remove Restrictions On Independent Servicing & Repair”, 19 July 2002,
http://findarticles.com/p/articles/mi_m0UDO/is_20_15/ai_89273710

Ballot Eric/Molet Hugues, “La Distribution Automobile à Flux Tirés”,
<http://www.univ-evry.fr/labos/gerpisa/rencontre/S20Ballot-Molet.pdf>

Car Firms Under Pressure, 10.04.2000,
<http://news.bbc.co.uk/2/low/business/708233.stm>

Car Makers Distorting Prices, March 18, 1999,
<http://news.bbc.co.uk/2/low/business/298260.stm>

Condomines Aurélien, “Les Contrats de Distribution et Le Droit Communautaire de La Concurrence”, Avril 2002, <http://www.jurismag.net/articles/article-vertical.htm>

Conseil Assistance Technique Logistique, http://www.cat-logistique.com/pièces_de_rechange.htm

Creda, “Le Contrat Cadre de Distribution: Enjeux et Perspectives”,
<http://www.creda.ccip.fr/colloques/1996-contrat-distribution-actes.html>

Dünya, “Otoyol Avrupa'nın Lider Modellerini Türkiye'de Üretecek”, 05.09.2005,
<http://www.opaz.com.tr/haberdetay.asp?id=46>

Emling Shelley, “EU Drivers May Get a Lift From New Rules”, 24 December 2004,
http://www.iht.com/articles/2004/12/24/mlease_ed3_.php?page=1

Euromotor Info Newsletter, Novembre 2006, s.3,
<http://www.euromotor.info/Guide%20pratique.pdf>

Griffiths John, Motoring Editor, “Companies: UK & Ireland: EMH Plans 'Aggressive' Acquisition Strategy”, Financial Times, October 17, 2003,
http://search.ft.com/ftArticle?queryText=%22Richard+Palmer%22&page=3&id=031017001027&ct=0&nlick_check=1

İçingür Yakup / Çengelci Ali, “Türkiye’de Otomotiv Endüstrisinin Sektörel Analizi”, http://www.obitet.gazi.edu.tr/makale/Makaleler/T27_Sektor.htm

James Kanter, “EU Lifts Barriers to Car Dealers' Expansion”, 30.09.2005,
<http://www.iht.com/articles/2005/09/30/business/car.php>

Julien Bernard, “La Distribution Automobile En 2000: Vers Le Partenariat ou La Taylorisation?”, Actes Du Gerpisa, N.31, <http://www.univ-evry.fr/labos/gerpisa/actes/31/31-7.pdf>

Klein/Selz, “Cybermediation in Auto Distribution: Channel Dynamics and Conflicts”, s.3, <http://jcmc.indiana.edu/vol5/issue3/kleinselz.htm>

Lagarde V.F., “Les Constructeurs Ne Sont Pas Responsables Des Différences De Prix”, www.autoactu.com, 31.01.2005

Lagarde F., “Pas de Statut d'Agent Commerciale Ni de Règlement Européen Pour Les Agents Service”, www.autoactu.com, 25.05.2005

La Lettre Autobiz, “Le Marché de La Distribution Automobile à Paris”, 19.09.2005, No.63, www.autobiz.fr

Madslieen Jorn, BBC News Online, “European Car Market Set For Shake-Up”, 23 July, 2002, <http://news.bbc.co.uk/1/low/business/1775384.stm>

Ryan Orla, “BBC News Online, Buying Cars On The Web”, 23 February, 2001, <http://news.bbc.co.uk/2/low/business/1182917.stm>

Sofres Taylor Nelson, “La Perception de La Distribution, Note de Synthèse”, 28 Novembre 2000, http://www.tnssofres.com/etudes/auto/180101_auto_fr.pdf

Taysad, “Sektörel Bilgi”, http://www.taysad.org.tr/altmenu.asp?AnaId=1411&def_dil_id=149

Webb Justin, BBC Europe Correspondent, “BMW Harmonises Euro Prices”, 4 January, 2002, <http://news.bbc.co.uk/1/low/business/1743331.stm>

“Analysis: Europe’s Car Industry”, 12.05.2000, <http://news.bbc.co.uk/2/low/business/746306.stm>

“EU: Cars Cost Most in The UK”, 23 July, 2001, <http://news.bbc.co.uk/2/low/business/1451560.stm>

“EU Overhauls Car Market”, 7 September, 2001, <http://news.bbc.co.uk/2/low/business/1530499.stm>

“New Rules to Open Up Car Market”, October 2005, <http://news.bbc.co.uk/1/hi/business/4299602.stm>

“Otomotivde Kıyasıya Rekabete Hazırlık”
http://www.taysad.org.tr/altmenu.asp?AnaId=1057&AltID=a393852&def_dil_id=149&firID=95

“Otomotiv Satıcısı Çok Markalı Satışa Sıcak Bakmıyor”
<http://www.kobifinans.com.tr/tr/icerik.php?Article=14478&Where=sektor&Category=011002>

Otomotiv Sektörünün Genel Özellikleri,
http://www.ba.metu.edu.tr/~manclub/yildiz/yildiz_3_1.htm

Otomotiv ve Yan Sanayiinde Yaşanan Gelişmeler,
http://www.mmo.org.tr/mmo/oda_gorusleri/otomotiv.htm

“Otomotiv ve Yan Sanayi: Otomotiv Sektörünün Önemli Partneri Olarak Türkiye”,
http://td-ihk-kongress.de/files/automobil_acar_dogus_2.doc

“Q&A: Rip-Off Car Prices”, 23 July, 2001, <http://news.bbc.co.uk/2/low/business/1452286.stm>

“The Great British Car Rip-Off”, 30 June 1999,
<http://news.bbc.co.uk/2/low/business/381654.stm>

<http://archives.tcm.ie/irishe Examiner/2007/03/07/story27154.asp>

<http://www.iveco.com.tr/haberdetay.asp?id=98>

<http://www.otomobilgazetesi.com/otomobil.php?id=1687>

RESMÎ KAYNAKLAR

Andersen Consulting, Study On The Impact of Possible Future Legislative Scenarios for Motor Vehicle Distribution on All Parties Concerned, 03.12.2001, http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/distribution/eval_reg_1475_95/studies/impact_legislative_scenarios/appendices_i.pdf

Brochure Explicative du Règlement N. 1400/2002

COM(2000) 743 final, 15.11.2000, 1475/95 Reglemantation Evolution Report , http://europa.eu.int/eur-lex/fr/com/rpt/2000/com2000_0743fr01.pdf

COM(1996) Règlement CE n°240/96 du 31 janvier 1996 concernant l'application de l'article 85, paragraphe 3, du traité à des catégories d'accords de transfert de technologie, Rapport d'Evaluation, http://ec.europa.eu/comm/competition/antitrust/technology_transfer/fr.pdf

Commission(2000), Lignes Directrices sur Les Restrictions Verticales, JOCE C. 291/01, 13.10.2000

Commission(1997) Notice on The Definition of The Relevant Market [1997] O.J. C372/3

Commission(2000) Draft Proposal for Commission Guidelines on the Application of Art.81 of The Treaty, [2000] O.J. C. 291/1

Communication de La Commission concernant son règlement N. 123/85 du 12.12.1984, JOCE C.17, 18.01.1985, s.04-06

Communication de La Commission, Clarification de L'Activité des Intermédiaires en Automobile, JOCE C.329, 18.12.1991, s.20-21

Council Regulation n° 1216/1999 Amending Regulation N.17, (1999) OJ 148/5

Kroes Neelie, Market developments and future perspectives in the automotive sector "Conference organised by the European Council for Motor Trades and Repairs (CECRA), Speech 06-527, Brussels, 25th September 2006, <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=SPEECH/06/527&formatHTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>

Lademann&Partner,

http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/distribution/eval_reg_1475_95/studie/customer_preferences.pdf

Monti Mario, Nouveau Enjeux Pour La Politique Européenne de Concurrence, 17 Octobre 2002, 2ème Journée Européenne de Concurrence, Discours N.00/377, www.europa.eu.int

Monti Mario, The New Legal Framework for Car Distribution, 9. Annual European Automotive Conference, Brussel, February 6, 2003, <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=SPEECH/03/59&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>

KARARLAR**Adalet Divanı Kararları**

CJCE, 13.06.1966, Italie c./ Conseil et Commission, Aff. 32/65, Rec.1966, s.563; dpn.464

Cases 56 and 58/64 Etablissement Consten Sarl and Grundig-Verkaufs GmbH v Commission, 1966 ECR 299, 348

Case 56/64, Judgement of 13.07.1966, Consten and Grundig/ Commission, Rec. 1966, s. 429

CJCE, 12.12.1967, SA Brasserie De Haecht c./ Consort Wilkin-Janssen, Aff. 23/67, Rec.1967, s.525

CJCE Deutsche Grammophon/Metro SB, 08.06.1971, Aff. 78/70, s.487

CJCE, Metro I, 25.10.1977, Aff. 26/76, Rec.1977, s. 1875; Dalloz, 1998, somm., s.340

CJCE, L'Oréal, 11.12.1980, Aff. 31/80

CJCE, A.E.G., 25.10.1983, Aff. 107/82, Rec. 1983, s. 3151

Joined Cases C 25-26/84 Ford v European Commission [1985] ECR 2725; [1985] 3 C.MLR. 528; ECJ, Case C-70/93, Bayerische Motoren Werke AG c. v ALD Auto-Leasing D GmbH [1995] ECR I 3439

CJCE, 18.12.1986, VAG France c./Magne, Aff.10/86, Rec.1986, s.4071

CJCE 28.01.1986, Aff. 161/84, Pronuptia de Paris v Irmgard Schillgalis, s.353

Metro II, Case 75/84, [1986] ECR 3021, point 40

CJCE, 05.10.1988, AB Volvo c./Eric Veng Ltd., Aff. 238/87, Rec.1988, s.6211

CJCE, 05.10.1988, Maxicar c./Régie Nationales des Usines Renault, Aff. 53/87, Rec.1988, s.6039

CJCE, 28.02.1991, Stergios Delimitis c./ Henninger Braeu AG, Aff. C-234/89, Rec.1991, I, s.935

CJCE, 16.01.1992, Aff C-373-90, LawLex 200204650JBJ, JCP 1992, s.225

CJCE, 16.06.1994, Automobile Peugeot SA et Peugeot SA c/Commission, Aff. C-322/93 P, Rec. 1994 I, s.2727

CJCE, 16.06.1994, Volker Steen c./ Deutsche Bundespost II, Aff. C-132/93, Rec.1994, I, s.2715

Court of Justice in Cases C-30/93; Vanderelst/ Wijckmans'ten naklen, s. 226

CJCE, 24.10.1995, Bayerische Motoren Werke AG c./ ALD-Leasing D GmbH, Aff. C-70/93, Rec.1995, I., s.3439, dpn.272

CJCE 24.10.1995, Bundeskartellamt c/ Volkswagen AG et VAG Leasing GmbH, Aff. C-266/93, Rec.1995, I., s.3477; dpn.269

CJCE, 06.03.1995, RTE et ITP c/Commission (Magill), Aff. C-241/91 P et C-242/91 P, Rec. 1995 I, s.743

Case T-88/92 Leclerc v Commission (Leclerc (Givency)) (1996) ECR II-1961, s.132-140

CJCE, 15.02.1996, Grand Garage Albigeois SA et Autres c/Garage Massol SARL, Aff. C-226/94, Rec.1996 I, s.651

CJCE, 15.02.1996, Nissan France SA c/Jean Luc Dupasquier du Garage Sport Auto, Aff. C-309/94, Rec. 1996 I, s.677

CFI, Case T-41/96, Bayer vEuropean Commission [2000] ECR II-3383; [2001] 4 CMLR 4, Order of 03.06.1996 [1997] CML Rev. 1309-1317 CJCE 18.01.2001, Commission c./Italie, Aff. C-162/99, Rec.2001, I, s.541

CJCE, Javico International c./Yves Saint Laurent Parfums S.A, Aff. C.306/96, 28.04.1998

CJCE, 30.03.1998, Cabour SA et Nord Distribution Automobile SA c/Arnor "SOCO" SARL, Aff. C-230/96, Rec.1998 I, s.2055

CJCE, 26.01.2007, Auto Peter Petscheng GmbH/Toyota Frey Austria GmbH, Aff. C-273/06

Komisyon Kararları

Comm. CE, 1975, BMW, JOCE L29/1

Comm. CE Saba, 1976 JOCE L. 28, s. 19

Comm. CE, 11.01.1991, Société Vichy, JOCE L. 242, 05.11.1991

Comm. CE, YSL, 16.12.1991, JOCE L. 12, 18.02.1992

Comm. CE, Givenchy, 24.07.1992, JOCE L. 236/13, 05.12.1992

Comm. CE 98/273;Volkswagen AG, 28.01.1998, JOCE L. 124, 25.03.1998, s.60-108

Comm. CE, 2001/146 Opel, 20.09.2000, JOCE L. 59, 28.02.2001, s.01-42

Comm. CE, 2001/711, 29.08.2001, Volkswagen AG, JOCE L. 262, 02.10.2001, s.14-37

Comm. CE 2001/146, 20.09.2000, Opel, JOCE L. 59, 28.02.2001, s.01-42

Comm. CE, 2002/758/CE, 10.10.2001, Mercedes- Benz, JOCE L. 257, 25.09.2002, s. 01; dpn.433

TPICE

Consten v Commission EEC, Case 144/81 Judgement of 14.09.1982, Rec.1986, s.556

TPI 12.08.1991. Peugeot c./Commission, Aff. T-23/90, Rec.1991, II, s.653

TPICE, Société Vichy, 27.02.1992, Aff. 19/91, Rec 1991, s.415

TPICE, 12.12.1996, YSL ,Aff. 19/92, Rec.1996, II, s.1851

TPICE, 10.07.1991, II, 485-CJCE, 06.03.1995, I, s.743

TPICE, 22.04.1993, Peugeot c./Commission, Aff. T-09/92, Rec. 1993 II, s.493

TPICE, 06.07.2000, Volkswagen c./ Commission, Aff. T-62/98, Rec.2000, II, s.2707

TPICE, 21.10.2003,General Motors Nederland et Opel Nederland c./ Commission, Aff. T-368/00, Rec.2003, II

TPICE, 03.12.2003, Volkswagen c./ Commission, Aff. T-208/01, Rec.2003, II; LawLex200300004396JBJ, Vogel/Vogel'den naklen, Droit de La Distribution II, s.231

TPICE, 13.01.2004, Aff. T-67-01, LawLex2004000070JBJ, point 163, Vogel/Vogel'den naklen, Droit de La Distribution II, s.85, dpn. 179

Fransız İçtihadı

Cass. Com. 19.11.2002, Sté Gilge Aurore, RJDA 2003, N. 482, JCP e 2003, Cah. Dr. Entr. N.3, s. 23

Cass. Com. 10.02.1998, CNPA et atres c/SARL Givry Automobiles, Bull. civ. IV, N.65

Cass.Com., 15.03.1994, Cuban Cigars Brands c. V Coprova SARL, Bull. civ. IV, N.108, LawLex 200201585 JBJ, Vogel/Vogel'den naklen, Droit de La Distribution II, s.62, dpn.116

Cass. Com. 04.01.1994, Société Fiat Auto France c./Société Cachia Holding et autres, Bull. civ. IV, N.13.

Cass. Com., 23.03.1993, Bull. Civ. IV, N.159, RTD civ. 1994, s.351

Cass.com., 20 janvier 1998, SCAO c/Automobiles Citroën, Aff. 96-18.353, Bull.civ. IV, N.40, Jur.auto., Septembre 1998, s.421-422

Cass.Com. 02.07.2002, SA Opel France c/ SARL Automobile France Finance et autres, Bull civ. IV, N.113

Cass.Com. 20.07.1965, Braure c./ Société Duquesne, Bull.civ.III, N.466

Cass.com., 26 janvier 1999, Sté automobiles Jean-Yves c/ Sté Armorique autos., N.97-10.964,Bull.civ. IV, N. 29, Lamy Droit Economique, Février 1999, N.114, s.1-3

Cass.Civ. 13.10.1998, M.X. c/ Société Anonyme Clinique des Ormeaux, Bull.civ.I, N.300

Cass. Civ. 28.10.2003, Société SFL et M.X c/. Société Barep, Bull. Civ., N.211

Tribunal de Commerce Rennes, 10.05.2005, LawLex200500005700JBJ, Vogel/Vogel'den naklen, Droit de La Distribution II, s. 42, dpn. 59

Cass. Civ., 28.01.2003, Bull.civ. I, N.21

Tribunal Commerciale Paris, 04.08.2004, LawLex200400002135JBJ, Vogel/Vogel'den naklen, Droit de La Distribution II, s. 14

Versailles, 24.11.2005, LawLex2005000010170JBJ, Concurrence Distribution Consommation, N.4, Avril 2007, http://www.law-lex.com/v009/v6/cdc/avril/CDC_avril_2007.html

TGI Paris, 25.11.2004, LawLex200500004045 ve LawLex 200500004026JBJ, Vogel /Vogel'den naklen, Droit de La Distribution II, s.19, dpn.12

Rekabet Kurulu Kararları

- Karar No: 99-38/400-256, Karar Tarihi: 17.08.1999
- Karar No:99-47/503-319, Karar Tarihi:12.10.1999
- Karar no: 99-48/523-328, Karar Tarihi:19.10.1999
- Karar No: 01-47/483-120, Karar Tarihi:05.10.2001
- Karar No. 00-42/453-247, Karar Tarihi: 02.11.2000
- Karar No:00-48/507-275, Karar Tarihi: 05.12.2000
- Karar No: 01-04/25-7, Karar Tarihi: 16.01.2001
- Karar No.01-15/139-34, Karar Tarihi:03.04.2001
- Karar No: 01-15/140-37, Karar Tarihi: 03.04.2001
- Karar No:01-25/242-64, Karar Tarihi: 29.05.2001
- Karar No: 01-27/262-76, Karar Tarihi: 12.06.2001
- Karar No: 01-32/315-92,Karar Tarihi: 10.07.2001
- Karar No: 01-45/452-116 , Karar Tarihi: 27.09.2001
- Karar No: 02-48/610-245, Karar Tarihi: 22.08.2002
- Karar No:03-23/278-126, Karar Tarihi:10.04.2003
- Karar No: 03-49/556-241, Karar Tarihi: 09.07.2003
- Kararı N: 03-69/834-364, Karar Tarihi:23.10.2003
- Karar No:04-49/660-164, Karar Tarihi:29.07.2004
- Karar No.:04-52/692-176, Karar Tarihi:12.08.2004
- Karar No: 04-52/696-178, Karar Tarihi:12.08.2004
- Karar no.:04-82/1168-294, Karar Tarihi: 27.12.2004
- Karar No.: 04-83/1174-297, Karar Tarihi:30.12.2004
- Karar No: 05-29/367-89, Karar Tarihi: 04.05.2005

Karar No:05-78/1063-301, Karar Tarihi:10.11.2005

Karar No: 06-77/1004-288, Karar Tarihi: 19.10.2006

Yargıtay Kararları

Yarg. 11 H.D., T. 01.03.1991, E. 171/1406

Yarg. 11. H.D., T. 25.06.1992, E. 8223/796, bkz. www.kazanci.com.tr

Yarg. 19 H.D., T. 11.10.2001, E. 2685/6382, YKD 2003/1, s. 78-79

Yarg. 19 H.D., T. 05.03.2002, E. 4568/1473, YKD 2003/9, s. 1418-1419