

Türk Rekabet Hukukunda Münhasırlık Uygulamalarına İlişkin Tutarlı Bir Yaklaşım Arayışı

Şahin YAVUZ*

Öz

Dağıtım ağı içerisinde yer alan alıcı konumundaki teşebbüslere sağlayıcıları tarafından sıklıkla rakiple çalışma yasağı şartı getirilmektedir. Bu şart kimi durumda açık bir sözleşme hükmüne dayanırken kimi durumlarda alıcıya verilen indirim ve diğer teşvik uygulamalarıyla sağlanmakta ve aynı pazarda faaliyet gösteren rakip sağlayıcıların pazara erişimlerini (aynı alıcılar ile çalışabilmelerini) kısıtladığı ölçüde rekabet hukukunun radarına girmektedir. İşin esası ve pazardaki etkisi değişmiyor olsa da Rekabet Kurumu tarafından yapılan incelemelerde uygulamanın rekabeti sınırlayıcı anlaşmaya mı yoksa hakim durumun kötüye kullanılmasına mı karşılık geldiğine göre somut olayda benimsenen yaklaşım ve ihlal standardı farklılaşabilmektedir. Çalışmada, mehz AB içtihadı da gözetilerek bu farklı yaklaşımların bir eleştirisi yapılmakta ve münhasırlığa yönelik gerek düzenleyici veya açıklayıcı metinlerde gerekse uygulamada daha tutarlı ve net bir değerlendirme standardı önerisi tartışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Münhasırlık, Rekabet Etmeme Yükümlülüğü, Rakiple Çalışma Yasağı, Anlaşma ile Tek Taraflı Davranış Ayrımı, Pazar Kapama Oranı.

Seeking a Consistent Approach to Exclusivity Practices in Turkish Competition Law

Şahin YAVUZ 

Abstract

Limiting ability of buyers operating in a distribution chain to deal with competitors is a frequent restriction imposed by the suppliers. This may be brought by explicit contractual terms in some cases while ensured through discounts or other incentive mechanisms in other cases and on the radar screen of competition law in cases where market access (ability to work with the same buyers) of competing suppliers is restricted. Although the substance and market impact remain unchanged, the approach and the standard of proof may differ depending on whether the practice in question is said to correspond to a restrictive agreement or an abuse of dominant position in proceedings of the Competition Authority. In this paper, the different approaches are criticized by taking the EU case law into account and a policy proposal to enhance consistent and clear standard of assessment is discussed in respect to the exclusivity in practice as well as under soft laws and guidelines.

Keywords: *Exclusive Dealing, Non-Compete Obligation, Restriction to Work with Competitors, Distinction between Agreement and Unilateral Action, Foreclosure Rate.*

GİRİŞ

Rakiple çalışmama şartı, tek markalılık veya rekabet etmeme yükümlülüğü olarak da adlandırılan münhasırlık, bir alıcının belirli bir ürün veya ürün grubuna ilişkin talebinin tamamını veya önemli bir kısmını¹ belirli bir sağlayıcıdan karşılaması koşulunu içeren anlaşmalar veya alıcının anlaşma konusu mal veya hizmetlerle rekabet eden mal veya hizmetleri üretmesini, satın almasını, satmasını ya da yeniden satmasını engelleyen doğrudan veya dolaylı her türlü yükümlülük² olarak tanımlanmaktadır.³ Tanımdan hareketle münhasırlık, pazarın dikey yapılanmasında farklı aşamalarda faaliyet gösteren teşebbüsler arasında görece alt konumda bulunan teşebbüs (alıcı) üzerine getirilen bir kısıtlama niteliğindedir.

Rekabet Kurulu (Kurul) uygulamalarında da karşılık bulan ancak, Kurulca çıkarılmış Hakim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Kötüye Kullanma Niteliğindeki Davranışlarının Değerlendirilmesine İlişkin Kılavuz'da⁴ (Kötüye Kullanmaya İlişkin Kılavuz) açık biçimde zikredildiği üzere münhasırlık konusunda yapılan yazılı veya sözlü veyahut fiili (*de facto*) bir anlaşma ya da uygulama 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (Kanun) 4. maddesi kapsamında rekabeti kısıtlayıcı anlaşma ya da (sağlayıcı teşebbüsün ilgili pazarda hakim durumda olmasına bağlı olarak) 6. maddesi kapsamında hakim durumun kötüye kullanılması olarak değerlendirilebilmektedir.⁵

¹ 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği (2002/2 sayılı Tebliğ) bakımından %80 ve üzeri, 2017/3 sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği bakımından ise satış sonrası pazarda %30 ve üzeri.

² Bkz. 2002/2 sayılı Tebliğ, m.3(d).

³ Kimi durumda alıcı teşebbüse münhasır bir bölge tahsisi içeren anlaşmalar (tek elden dağıtım şartı) da "münhasırlık" olarak addedilmekte ise de bu sözleşme ve bu nitelendirme işbu çalışmanın kapsamı dışında tutulmuştur.

⁴ 29.01.2014 tarihli ve 14-05/97-RM (1) sayılı Rekabet Kurulu kararı ile kabul edilmiştir.

⁵ Para.64. Esasen benzer bir düplikasyon yatay anlaşmalar için de söz konusudur. Zira; Kanun'un 6. maddesi hakim durumun başkaları ile anlaşma yapmak suretiyle kötüye kullanılmasını da yasaklanmakta iken, rekabeti kısıtlayıcı anlaşmalar Kanun'un 4. maddesi altında, üstelik de hakim durum şartı aranmaksızın zaten yasaklanmaktadır. Başkaları ile yapılacak anlaşma ile kötüye kullanma sayılacak bir davranışın aynı zamanda rekabeti kısıtlayıcı olmadığı bir örnek bulabilmek teorik düzeyde dahi güctür.

Rekabet hukuku ihlallerini pazar koşullarının dikkate alınmasını (etki analizi yapılmasını) gerektiren ihlaller ve pazar koşullarının dikkate alınmasının zorunlu olmadığı (amaçları bakımından yasaklanan) ihlaller şeklinde iki temel kategoriye ayırmak mümkündür. Yukarıda anılan Kanun maddelerinden ilkinde rekabeti kısıtlama “*amacı*” veya “*etkisi*” yeterli görülürken, ikincisinde öncelikle tanım gereği hakim pazar gücünün, sonrasında eylemin etkilerinin araştırılması gerekliliği bulunmaktadır.⁶ Bu durumda münhasırlığın Kanun’un hem 4. hem de 6. maddesi kapsamında incelenebildiği dikkate alındığında sırf hangi Kanun maddesinin işletildiğine bağlı olarak yapılacak rekabet analizinin ve ihlal standardının farklılaşabilmesinin mümkün olup olmadığı sorusu akla gelmektedir.

Çalışmada öncelikle münhasırlığın bir anlaşmaya mı yoksa tek taraflı davranışa mı karşılık geldiği irdelendikten sonra Kurul uygulamalarında münhasırlığın değerlendirilmesinde ortaya çıkan tutarsızlıklar, mehz Avrupa Birliği (AB) uygulamaları da gözetilmek suretiyle değerlendirilecektir. Daha sonra münhasırlığa dayalı rekabet sorununun hangi hallerde ortaya çıkabileceği tartışıldıktan sonra ulaşılan sonuçlara son bölümde yer verilecektir.

1. MÜNHASIRLIĞIN ANLAŞMA VEYA TEK TARAFLI DAVRANIŞ OLARAK ELE ALINMASI

Münhasırlık uygulamada açık biçimde rekabet etmeme yükümlülüğü içeren dikey bir anlaşmanın unsuru ya da alımların belirli bir teşebbüse yönlendirilmesini teşvik eden (örneğin bağlılık indirimleri⁷ gibi)

⁶ Diğer yandan Kanun’un 6(a) maddesinde “[...] rakiplerin piyasadaki faaliyetlerinin zorlaştırılmasını amaçlayan eylemler” kötüye kullanma haline örnek olarak sayılmıştır. Ancak burada sırf lafza bağlı kalınarak “*amaçlayan*” ibaresi ile eylemlerin etkilerinin araştırılmasına gerek olmadığını söylemek yanlıştır. Yasa koyucunun düzenlemedeki gayesine uygun olarak eylemlerin rakipleri dışlama potansiyeline (kapasitesine) sahip olup olmadığının araştırılması, yani etki analizi yapılması gerekecektir. Aksi yaklaşım hakim durumdaki teşebbüsün rekabete karşılık verdiği eylemlerin de yasaklama kapsamına alınması riskini doğuracaktır.

⁷ Belirli bir referans dönem boyunca alıcının ihtiyaçlarının önemli bir kısmının indirim veren teşebbüsten sağlanması karşılığında verilen indirimler olarak tanımlanmaktadır. Bkz. OECD (2002) Policy Roundtables, *Loyalty and Fidelity Discounts and Rebates*, <http://www.oecd.org/competition/abuse/2493106.pdf>, Erişim Tarihi: 15.07.2017, s.19.

satış uygulamaları olarak karşımıza çıkmaktadır. Başka bir deyişle taraflar arası karşılıklı uygun iradeyi içeren bir anlaşmaya dayalı olarak uygulanabileceği gibi diğer tarafın rızasına veya iradesine ihtiyaç duymaksızın tek taraflı bir iradenin ürünü olarak da ortaya çıkabilmektedir. Bu durum münhasırlığın hangi durumlarda anlaşma ya da tek taraflı davranış olarak kabul edilmesi gerektiği, buna bağlı olarak benzer etkilere sahip olsa da Kanun'un hangi maddesine göre inceleneceği, daha önemlisi farklı ihlal standardı eşikleri belirlenmesinin mümkün olup olmadığı tartışmasını tetiklemektedir.

Kurul, gerek Kötüye Kullanmaya İlişkin Kılavuz'da gerekse uygulamada münhasırlığın anlaşma veya tek taraflı davranış olarak incelenebileceğini belirtmekte ancak, bu konuda etiketlenmenin nasıl yapılacağı konusunda bir işaret vermeyerek keyfiyeti kendinde saklı tutmaktadır. Kötüye Kullanmaya İlişkin Kılavuz'un "*Münhasırlık/Tek Marka Anlaşmaları*" başlıklı 5.4. maddesinde yer verilen

"Söz konusu sözleşmeler, sağlayıcının hâkim durumda olması halinde Kanun'un 6. maddesi kapsamında değerlendirilebilmektedir"⁸

açıklaması aynı Kılavuz'un 17. dipnotunda yer verilen

"Münhasırlık anlaşmaları Kanun'un 4. maddesi kapsamında da ele alınabilmektedir"

açıklaması ile birlikte ele alındığında sanki münhasırlık anlaşmasına taraf olan firma hakim durumda ise kötüye kullanma, değilse rekabeti sınırlayıcı anlaşma halinin oluşacağı şeklinde bir anlayış ortaya çıkmaktadır. Bu anlayışa göre eylemin Kanun'un hangi maddesi altında inceleneceğini belirleyen kıstas eylemin niteliği (müşterek veya tek taraflı davranış olup olmaması) değil; eylemi gerçekleştiren teşebbüsün pazar gücünün derecesi olmaktadır. Eylemin niteliği aynı olsa da değerlendirmenin Kanun'un 4. maddesi kapsamında rekabeti sınırlayıcı bir anlaşma veyahut hakim durumda bulunma koşuluna bağlı olarak 6. maddesi kapsamında hakim durumun kötüye kullanılması olarak yapılabilmesi mümkün görünmektedir.

⁸ Para.64. Benzer bir açıklamaya mehzaz düzenlemede yer verilmemiştir (bkz. Communication from the Commission - *Guidance on the Commission's enforcement priorities in applying Article 82 of the EC Treaty to abusive exclusionary conduct by dominant undertakings*, OJEU C 45/7, 24.2.2009).

Kötüye Kullanmaya İlişkin Kılavuz'da yer alan yukarıdaki açıklamaların hukuki belirsizliği gidermede yetersiz, hatta kafa karıştırıcı olmasının yanı sıra uygulamada alınan kararlarda da belirsizlik giderilmemiş, Kılavuz'daki anlayış yinelenmiştir.⁹ Kurulun yakın zaman aralıklarıyla aldığı *Frito Lay*,¹⁰ *Mey İçki I* ve *II*¹¹ ve *Coca-Cola*¹² kararlarında neredeyse birebir aynı nitelikteki eylemler (nihai satış noktalarına münhasırlık karşılığı indirim vb. teşvikler verilmesi) incelenmesine karşın bu kararlardan ilkinde rekabeti kısıtlayıcı anlaşma olarak Kanun'un 4. maddesi, ikincisinde hakim durumun kötüye kullanılması olarak Kanun'un 6. maddesi ve nihayet son kararda ise Kanun'un her iki maddesi açısından değerlendirme yapılmıştır.

Esasen yukarıdakine benzer bir ikilemin mehz AB uygulamasında da mevcut olduğu söylenebilecektir. Nitekim Rousseva (2005) tek taraflı olduğu konusunda şüphe duyulmayan örneğin yıkıcı fiyat veya mal vermeyi/anlaşma yapmayı reddetme vakıaları hariç, münhasırlığa bağlı rekabetçi endişelere yönelik olarak AB'nin İşleyişine Dair Antlaşma'nın¹³ (ABİDA) 101. veya 102. maddesinin¹⁴ işletilebilmesinin mümkün olduğunu belirtmektedir.¹⁵ Bu anlayış çerçevesinde pazar gücünün derecesi, diğer bir deyişle hakim pazar gücünün bulunup bulunmadığı, incelemenin 101. ve 102. maddelerden hangisine göre yapılacağı konusunda belirleyici olmaktadır. AB Komisyonu tarafından uygulamada muhtemelen hakim durumdaki teşebbüslere yönelik kabul

⁹ Örneğin Kurulun 05.11.2013 tarihli, 13-61/851-359 sayılı *Biletix* kararı, para.44: “[k]onunun her iki Kanun maddesi [4. ve 6. madde] çerçevesinde de ele alınması mümkün olmakla birlikte...”

¹⁰ Kurulun 29.08.2013 tarihli, 13-49/711-300 sayılı *Frito Lay* kararı.

¹¹ Kurulun sırasıyla 12.06.2014 tarihli, 14-21/410-178 sayılı *Mey İçki I* ve 16.02.2017 tarihli ve 17-07/84-34 sayılı *Mey İçki II* kararı

¹² Kurulun 05.03.2015 tarihli, 15-10/148-65 sayılı *Coca-Cola* kararı.

¹³ The Treaty on European Union and the Treaty on the Functioning of the European Union (TFEU), Official Journal of the European Union (OJEU), C 326/47, 26.10.2012.

¹⁴ ABİDA 81. ve 82. madde numaraları, 1 Aralık 2009 tarihli Lizbon Antlaşması ile sırasıyla 101 ve 102 olarak değiştirilmiştir.

¹⁵ ROUSSEVA, E. (2005), “Modernizing by Eradicating: How the Commission's New Approach to Article 81 EC Dispenses with the Need to Apply Article 82 EC to Vertical Restraints”, 42 CMLRev, Issue 3, s.588. Aynı yönde bkz. JONES, A. ve B. SUFRIN (2011), *EU Competition Law*, Fourth Edition, Oxford University Press, New York, s.424.

edilen özel sorumluluk¹⁶ kuralının da etkisiyle, münhasırlık anlaşmaları da dahil hakim durumdaki sağlayıcılar tarafından uygulanan indirim ve diğer teşvik uygulamaları -Kurul uygulamaları aksine- istikrarlı biçimde kötüye kullanma hali olarak 102. madde kapsamında ele alınmıştır.¹⁷

AB Adalet Divanı¹⁸ (ABAD) ise *Compagnie Maritime Belge* kararında¹⁹ ABİDA 101. ve 102. maddelerinin lafzının aynı ihlale her iki maddenin de eşanlı uygulanabilmesine imkan verdiğini, bununla birlikte 101. madde ilgili teşebbüsün pazar konumundan bağımsız uygulanırken 102. maddenin ekonomik gücü esas aldığını belirtmiştir.²⁰ Rouseva bu tutumu haklı olarak eleştirmekte ve mahkemenin yorumu ışığında sözleşmesel uygulamalar bakımından iki madde arasında hakim durumun varlığı dışında bir fark olmadığını, buna karşın 102. maddenin uygulanması bakımından geçmiş içtihadın hakim duruma özgü kavramlar olan tek taraflı çıkar ilişkisini veya ekonomik baskıyı aramadığını, bunların aranmadığı bir ortamda da hakim duruma veya ekonomik güce göndermede bulunmanın da anlamsız olacağını ifade etmektedir.²¹ Bu kapsamda münhasırlık konusunda tarafların açık irade beyanını içeren bir anlaşmanın bulunmadığı durumlarda, münhasırlık karşılığı verilen veya münhasırlığa yol açan indirim, prim ve diğer teşvik uygulamalarının bir anlaşmaya karşılık gelip gelmeyeceği irdelenmelidir.

Mehaz uygulama (ve onu büyük ölçüde takip eden Türk rekabet hukuku) bakımından anlaşma kavramı geniş yorumlanmakta ve ilgili taraflar arasında irade uyuşmasını (*concurrency of wills*) gösterir herhangi bir delil anlaşmanın varlığı için yeterli sayılmaktadır. Örneğin AB'deki

¹⁶ Bkz. Communication from the Commission - *Guidance on the Commission's enforcement priorities in applying Article 82 of the EC Treaty to abusive exclusionary conduct by dominant undertakings*, 2009/C 45/02, para.1. Ayrıca örnek dava için bkz. C-322/81 - *Michelin v. Commission* (1983), <http://curia.europa.eu/>, para.57.

¹⁷ Bu konuda genel açıklamalar için bkz. Jones ve Sufri 2011, s.425.

¹⁸ *Court of Justice of the European Union*.

¹⁹ Case C-395/96 P, *Compagnie Maritime Belge Transports v. Commission* [2000], <http://curia.europa.eu>

²⁰ Para.33-34.

²¹ Rouseva 2005, s.623.

Sandoz kararında²² Sandoz'un yeniden satıcılarına kestiği faturalarda yer verdiği "ihraç edilemez" notu ABAD tarafından eylemin tekdüze ve sistematik tekrarlanan nitelikte olması ve alıcının da uygulamayı protesto etmeksizin alımlarına devam etmesinin uygulamaya dair zımni kabulünü gösterdiği gerekçesiyle anlaşmanın varlığı için yeterli sayılmıştır. Bu yaklaşıma göre alıcının menfaatine ters düşen bir uygulamanın da anlaşma kabulünü engellemediğinin altı çizilmelidir. Bununla birlikte AB Genel Mahkemesi²³ ABAD tarafından da onanan *Bayer* kararında²⁴ Komisyonun bakış açısına sınırlama getirmiştir. Kararda, paralel ithalat yapan toptancılara sağlayıcı Bayer tarafından satış miktarının düşürülmesi ve böylece söz konusu toptancıların paralel ithalat imkanlarının kısıtlanmış olması Komisyonun değerlendirmesi aksine anlaşma olarak kabul edilmemiştir; zira somut olayda Bayer'in tek taraflı uygulamasına dair toptancıların açık veya zımni muvafakatini veya icazetini gösteren bir delil bulunmamaktadır.²⁵ ABAD da Genel Mahkemenin bu değerlendirmesine katılarak,

"anlaşma' taraflardan birinin [...] tek taraflı bir politikasının dışı vuruşuna dayanamaz"²⁶

²² C-277/87, *Sandoz Prodotti Farmaceutici SpA v. Commission* (1990), para.7-12 (Jones ve Sufirin 2011 içinde s.149).

²³ *General Court*. Eski adıyla *Court of First Instance*

²⁴ T-41/96, *Bayer AG v. Commission* (2000), <http://curia.europa.eu/>

²⁵ Para.73vd. Aynı yönde 2003 tarihli *Volkswagen* kararında, sağlayıcı tarafından distribütörleri etkilemek üzere yapılan tek taraflı çağrılarının tek başına bir anlaşmaya karşılık gelmediği ve taraflar arasında hukuka uygun yazılı bir anlaşmanın mevcudiyetinin de salt bu nedenle distribütörlerin Volkswagen'in eylemi konusunda zımni onayının olduğu anlamına gelmediği kabul edilmiştir. Bkz. T-208/01, *Volkswagen v. Commission* (2003), para.59, <http://curia.europa.eu/>.

²⁶ Joined Cases C-2/01 ve C-3/01 P, *BAI and Commission v Bayer AG* (2004), para.101, <http://curia.europa.eu/>). Diğer yandan 2008 tarihli *AC-Treuhand* kararında Genel Mahkeme tarafından anlaşma deyiminin en az iki bağımsız teşebbüsün pazarda belirli bir şekilde davranacaklarına dair müşterek niyetlerini ifade ettikten sonra katıldıkları rekabeti kısıtlayıcı koordineli/uyumlu davranışın veya daha geniş perspektiften bir kartelin diğer bir ifadesi olduğu kabul edilmiştir (bkz. Case T99/04, *AC-Treuhand v Commission*, 2008, para.118). Mahkeme ayrıca 2006 tarihli *Volkswagen* kararına (bkz. Case C-74/04 P *Commission v Volkswagen*, 2006, para.37) atıf yaparak, görünüşte tek taraflı olsa da, en az iki tarafın ortak iradesinin ifadesi olan bir davranışın anlaşma sayılması için yeterli olacağı, bu konudaki muvafakatin şeklinin belirleyici olmadığını belirtmiştir. Zira Mahkemeye göre bu geniş bakış açısı ABİDA m.101(1)'deki yasaklamanın teşebbüsler arasında anlaşmaya karşılık gelmeyen bir koordinasyon şekli olan uyumlu davranışları da kapsaması ile desteklenmektedir.

demek suretiyle bir anlaşmadan bahsedebilmek için iki veya daha fazla tarafın benimsediği müşterek bir politikanın varlığının gerekli olduğunu vurgulamıştır.²⁷ Bu anlayış çerçevesinde münhasırlık doğuran indirim, prim ve diğer teşvik uygulamaları tek taraflı bir politikanın ürünü müdür yoksa bu uygulamaların alıcının zımnen de olsa kabulünü içerdiği düşünülebilir mi sorusu akla gelmektedir.

Kurulca yakın tarihli *Brisa* kararında,²⁸ bir teşebbüsün tek taraflı eylemi ile anlaşma arasındaki ayrıma dikkat çekilerek;

“BRISA ve bazı bayileriyle yapılan görüşmeler ile dosyadaki bilgilerden, rakipler arası bir anlaşmanın var olmadığı, buna karşın BRISA'nın son satış noktalarına Energizer markalı akü için birtakım satış teşvik edici öneride bulunduğu anlaşılmaktadır. Bu anlamda hem bayinin hem de BRISA'nın irade beyanını ortaya koyan ve satış ve prim miktarı belirli bayi anlaşmalarından ziyade, söz konusu satışın gerçekleştirilmesi halinde ne kadarlık bir primin verileceğini belirten BRISA'nın tek taraflı beyanatının varlığından bahsedilmesi mümkündür. Bu açıdan uygulamanın 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamına girmediği [...]”²⁹

şeklinde sağlayıcının belirli bir satışın gerçekleşmesi halinde ne kadarlık bir prim vereceğini açıklamasının tek taraflı bir davranış olduğu kabul edilmiştir. Buna karşın 2002/2 sayılı Tebliğ'de anlaşmaları grup muafiyeti kapsamı dışına çıkaran sınırlamalar arasında alıcının kendi satış fiyatını belirleme serbestisinin engellenmesi sayıldıktan sonra bu durumun istisnasında

“ taraflardan herhangi birinin [...] teşvik etmesi sonucu sabit veya asgari satış fiyatına dönüşmemesi”³⁰

²⁷ Rousseva (2005, s.621) AB uygulamasında anlaşmanın kimin yararına olduğu ya da bir tarafın isteyerek imzalayıp imzalamadığı konusunun ABİDA 101. veya 102. maddesinin uygulanmasında bir kriter olmadığını, bu konunun ancak sorumluluğun belirlenmesinde kriter olarak alınabileceğini belirtmektedir. Yazar, 101. maddenin modernizasyonu sonrasında iki madde arasında kalan yegane farkın 102. maddenin hakim durumun varlığını ararken 101. maddenin belirli bir pazar gücünü aramadığını ve pazar gücünün hakim durum eşliğinin üzerinde olduğu kadar altında olduğu durumlarda da uygulanabileceğini belirlemektedir. Bu halde yazara göre iki madde arasındaki fark kantitatif olup o da gerekli pazar gücü derecesidir.

²⁸ Kurulun 27.09.2013 tarihli, 13-55/767-326 sayılı *Brisa* kararı.

²⁹ Para. 9

³⁰ 2002/2 sayılı Tebliğ, madde 4(a). Aynı yönde düzenlemeye AB Komisyonunun dikey anlaşmalara ilişkin gerek eski 2790/1999 sayılı Grup Muafiyeti Tüzüğünde, gerekse 330/2010 sayılı yeni Tüzüğünde de yer verilmiştir (sırasıyla bkz. *Commission Regulation (EC) No 2790/1999 of 22 December 1999 on the application of Article 81(3) of the Treaty*

koşulu aranmıştır. Diğer bir deyişle teşvik uygulaması anlaşma olarak kabul edilmiştir. Keza konuya açıklama getirilen Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz'da³¹ da

“alıcıya tavsiye edilen fiyatlara uyduğu oranda kendisine ilave indirimler uygulanması”³²

yeniden satış fiyatının dolaylı yoldan belirlenmesine, diğer bir deyişle rekabeti sınırlayıcı anlaşmaya örnek olarak sayılmıştır. Buna göre rekabeti kısıtlayıcı bir uygulamanın, örneğin yeniden satış fiyatının belirlenmesinin, fiili uygulamalar ile teşvik edilmesi de anlaşma olarak değerlendirilebilmektedir. Esasen bu anlayış münhasırlık bağlamında aynı Kılavuz'da

“Anlaşmalarda tek marka satılmasına yol açacak herhangi bir hüküm açıkça yer almasa dahi, sağlayıcının uyguladığı sadakat indirimi, hedef indirimi gibi birtakım teşvik edici unsurlar varsa, anlaşma yine bu kapsamda değerlendirilir”³³

şeklinde açık biçimde kabul edilmiştir.

Yine Kurulca İşbir kararında³⁴ bayilerin yeniden satış fiyatlarını belirleme serbestilerine engel olunup olunmadığına ilişkin olarak yapılan değerlendirmede bu amaçla herhangi bir teşvik ya da baskının bulunup bulunmadığı dikkate alınmıştır. Buna karşılık temelde tek taraflı uygulamaları konu alan Kötüye Kullanmaya İlişkin Kılavuz'da fiili (*de facto*) münhasırlık yaratabilecek davranışların yanı sıra bu amaçla yapılan yazılı veya sözlü anlaşmalar (müşterek uygulamalar) da kötüye kullanma sayılabilmektedir.³⁵ Bu anlayış çerçevesinde münhasırlık anlaşmaları (hakim durumun varlığına bağlı olarak) kötüye kullanma *eylemi* olarak Kanun'un 6. maddesi kapsamında

to categories of vertical agreements and concerted practices (2790/1999 sayılı Tüzük), OJEU 29.12.1999 L 336/21, madde 4(a); *Commission Regulation (EU) No 330/2010 of 20 April 2010 on the application of Article 101(3) of the Treaty on the Functioning of the European Union to categories of vertical agreements and concerted practices* (330/2010 sayılı Tüzük), OJEU 23.4.2010 L 102/1, madde 4(a).

³¹ Kurulun 3.6.2009 tarihli ve 09-26/567-M sayılı kararı ile kabul edilmiştir.

³² Para.18.

³³ Para.113.

³⁴ Kurulun 16.06.2011 tarihli ve 11-37/784-247 sayılı İşbir kararı.

³⁵ Para.64

incelenebilir iken münhasırlık doğuran teşvik ve benzeri uygulamalar da 4. maddesi kapsamında *anlaşma* olarak ele alınabilmektedir.

2. MÜNHASIRLIĞIN İNCELEMESİNDE SEBEPLERİN YARIŞMASI

Yukarıdaki bölümde değinilen hukuki belirsizlik ortamındaki uygulamanın da tutarlı olmasını beklemek iyimser bir yaklaşım olacaktır. İşin ilginç yanı bu tutarsızlığın, hatta Kötüye Kullanmaya İlişkin Kılavuz'daki hakim durumda olma kriterinin dahi takip edilmediğinin bizzat Kurul tarafından

“Kurul içtihadına bakıldığında; münhasırlık uygulamalarının hakim durumdaki teşebbüs tarafından gerçekleştirildiği durumda dahi 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesi kapsamında değerlendirildiği kararların yanında, 6. maddesi kapsamında değerlendirildiği ve hatta aynı uygulamanın 4054 sayılı Kanun’un hem 4. hem de 6. maddesini ihlal ettiğinin tespit edildiği karar örneklerinin olduğu görülmektedir”

şeklinde açıklıkla ifade edilmiş olmasıdır.³⁶ Esasen Kanun’un gerek 4. maddesi gerekse 6. maddesi rekabetin bozulmamasını amaçladığından aynı nitelikteki bir eyleme dönük analiz yöntemlerinin ve ihlal standardının birbiriyle uyumlu olması, salt (aynı amaca dönük olsa da) farklı Kanun maddesine dayanarak farklı çözümler önerilmemesi gerekir. Bu manada Kurulun *Turkcell YTSN II* kararındaki³⁷

“[...] Kanun’un 5. maddesi anlamında yapılan bir değerlendirmenin Kanun’un 6. maddesi anlamında yapılan değerlendirme ile tutarlı olması gerekmektedir”³⁸

değerlendirmesinin yerindeliği belirtilmelidir. AB’nin köşe taşı davalarından 1979 tarihli *Hoffmann-La Roche* davasında³⁹ ABAD tarafından 102. maddenin sınırlarına dair

“hakim durumda bulunan ve alıcılarını –kendi istekleri üzerine dahi olsa– alımlarının tamamını veya büyük bir kısmını münhasıran kendisinden yapmak üzere bir yükümlülük veya taahhüt yoluyla kendisine bağlayan bir teşebbüs, söz konusu yükümlülüğün bir teşvik veya indirim karşılığında olup olmadığına bakılmaksızın, [102]. madde kapsamında hakim durumunu kötüye kullanmış olur. Aynı kural, bahse konu teşeb-

³⁶ Kurulun 12.06.2014 tarihli, 14-21/410-178 sayılı *Mey İçki* kararı, para.43.

³⁷ Kurulun 14.06.2012 tarihli, 12-33/922-281 sayılı *Turkcell* kararı.

³⁸ Para.191.

³⁹ C-85/76, *Hoffmann-La Roche & Co. AG v Commission* (1979).

büsin bunu formal bir yükümlülük şeklinde değil ve fakat bir sözleşme altında veya tek taraflı olarak sadakat programı –yani alımların tamamının veya büyük bir kısmının –alım miktarının büyük veya küçük olduğuna bakılmaksızın– hakim durumdaki bir teşebbüsten yapılması karşılığında verilen indirimler– yoluyla yaptığında da geçerlidir”

tespiti yapıldıktan sonra ABİDA 101(3). maddesini karşılayan istisnai haller dışında münhasırlığın ister yazılı anlaşmaya isterse fiili bir uygulamaya dayansın rekabetçi analizin değişmediği, hakim durumdaki bir teşebbüs taraf olduğunda rekabeti bozma ve ekonomik fayda sağlamama yanında alıcının tedarik kaynağını belirleme serbestisinin elinden alınarak rakip sağlayıcıların pazara erişimine engel olduğu değerlendirilmiştir.⁴⁰

Keza AB Genel Mahkemesi tarafından *Piau* kararında⁴¹ bir uygulamanın 101(3). madde uyarınca muafiyet kapsamında sayılmasının 102. madde anlamında bir ihlal bulunmadığı sonucuna götüreceği kabul edilmiştir.⁴² Yine AB Komisyonu tarafından 2010 yılında çıkarılan Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz'da⁴³ her ne kadar yerleşik içtihadı göre ABİDA 101(3). maddenin uygulanması 102. maddenin uygulanmasını dışlamasa da, 101 ve 102. maddelerin her ikisi de pazarda etkin rekabetin sağlanmasını amaçladığından, tutarlılık gereği kötüye kullanma sayılan kısıtlayıcı bir anlaşmaya 101(3). maddenin uygulanamayacağı belirtilmiştir.⁴⁴ İşin şeklini değil esasını temel alan bu yaklaşım rekabet hukuku mantığına uygun düşmektedir. Buna göre inceleme konusu münhasırlığın Kanun'un 4. maddesi kapsamında ele alınıp da 5. maddedeki muafiyet koşullarını karşıladığı değerlendiriliyorsa artık aynı eylem dolayısıyla Kanun'un 6. maddesi işletilmemeli ya da tersinden Kanun'un 6. madde kapsamında incelenip kötüye kullanma olmadığı değerlendirilen bir münhasırlık eyleminin artık Kanun'un 5. maddesindeki koşullarla bağdaşmaz

⁴⁰ Para.89-90

⁴¹ T-193/02, *Piau v. Commission* (2005).

⁴² Para.119.

⁴³ EC Guidelines on Vertical Restraints, 2010/C 130/1.

⁴⁴ Para.127

etkileri olduğu ileri sürülememelidir. Aslında Kurul da 2011 tarihli *Turkcell YTSN* kararında⁴⁵

“[soruşturulan] uygulamaların Kanun’un 5. maddesinde sıralanan [muafiyet] şartlarını sağlamadığı tespit edilmiştir”

dedikten hemen sonra

“[soruşturulan] Turkcell uygulamaları Kanun’un 6. maddesi çerçevesinde değerlendirildiğinde, Turkcell’in fiili uygulamalar ve bireysel muafiyet kapsamına girmeyen dikey anlaşmalar vasıtasıyla [...]alt bayi kanalının fiilen münhasırlaştırmasına çaba göstermek suretiyle rakiplerinin faaliyetlerini zorlaştırdığı, dolayısıyla [...]hakim durumunu kötüye kullandığı ve Kanun’un 6(a) maddesinde örneklenen ihlalin gerçekleştiği tespit edilmiştir”

değerlendirmeleriyle⁴⁶ muafiyet ve kötüye kullanma analizlerini birbirlerini ikame eder şekilde kullanmıştır. Buna karşın 2002/2 sayılı Tebliğ’in 8. maddesindeki

“Bu Tebliğ hükümlerine göre tanınmış muafiyet, Kanunun 6 ncı maddesinin uygulanmasını engellemez”

hükmü uygulamada kafa karışıklığı ve hukuki belirsizlik yaratmaktadır. Oysa Tebliğ’in %40’ın altında pazar payına sahip teşebbüsler arası anlaşmaları kapsama aldığı dikkate alındığında, bir anlaşmanın eş anlı olarak muafiyet koşullarını taşıması ve kötüye kullanma hali teşkil edebilmesi bir yana, %40’ın altında pazar payına sahip bir teşebbüsün hakim durumda bulunma önkoşulunu dahi sağlaması son derece düşük bir olasılıktır.⁴⁷ Kaldı ki 2002/2 sayılı Tebliğ’in grup muafiyetinden yararlanabilmek için pazar payı eşiği öngörmediği dönemde de hakim durumdaki teşebbüslerin taraf olduğu münhasırlık anlaşmaları dolayısıyla yapılan çok sayıdaki incelemede Kanun’un 6. maddesi işletilmemiş, bunun yerine muafiyetin geri alınması adı altında bir inceleme yapılmıştır.⁴⁸ Bu manada işlevsiz olması yanında uygulamadaki

⁴⁵ Kurulun 06.06.2011 tarihli, 11-34/742-230 sayılı *Turkcell YTSN* kararı.

⁴⁶ 1806-18 arası satırlar.

⁴⁷ Nitekim Kötüye Kullanmaya İlişkin Kılavuz’da “*aksini gösterecek bir durum söz konusu değilse, Kurul’un yerleşik uygulamasında %40’ın altında pazar payına sahip olan teşebbüslerin hakim durumda olması ihtimalinin düşük olduğu kabul edilmekte[dir]*” (para.12) açıklamasına yer verilmiştir.

⁴⁸ Örneğin bkz. Kurulun 15.05.2008 tarihli, 08-33/421-147 sayılı *Algida* kararı, 10.09.2007 tarihli, 07-70/864-327 sayılı *Coca-Cola* kararı; 10.09.2007 tarihli, 07-70/863-326 sayılı *Mey İçki* kararı.

belirsizliği artıran Tebliğ'in yukarıdaki hükmüne (mehazdaki gelişmeye de paralel olarak⁴⁹) son verilmesi yerinde olacaktır.

3. MÜNHASIRLIĞIN AMACINA VEYA ETKİSİNE BAKILMASI

İster anlaşmaya dayalı olarak ister tek taraflı davranışın bir ürünü olarak ortaya çıkmış olsun münhasırlığın, amaç yönüyle, diğer bir deyişle hemen her durumda (*per se*) yasaklanması gereken davranışlardan olmadığı genel kabul görmektedir.⁵⁰ Jones ve Sufrin ABAD'ın 1991 tarihli *Delimitis* kararının⁵¹ mutlak bölgesel korumanın veya yeniden satış fiyatı tespitinin bulunmadığı bir durumda tek marka (münhasırlık) anlaşmalarının piyasa üzerindeki etkisinin dikkatle incelenmesini aradığını belirtmektedir.⁵²

Konuya ilişkin Kurul yaklaşımının da genel olarak mehazdaki anlayışa paralel olduğu söylenebilecektir. Kurulun ilk uygulamalarından 2004 tarihli *Digitürk* kararında⁵³

“... özellikle dikey anlaşmalarda yer verilen münhasırlık gibi hükümleri içerdiği için incelemeye alınan anlaşmaların bu kategorilerden ikincisine [rule of reason] girdiği konusunda bir tereddüt bulunmamakta ve bu nitelikteki bir sınırlamanın ilgili pazarlardaki koşullardan bağımsız ele alınmaması gerekmektedir”⁵⁴

şeklinde bu yaklaşım ortaya konulduktan sonra aynı yıl içinde alınan *Frito Lay* kararında⁵⁵

⁴⁹ 2002/2 sayılı Tebliğ'e kaynaklık eden eski 2790/1999 sayılı Tüzük'te benzer bir düzenlemeye (bkz. Dibace, para.16) yer verilmiş iken sonraki 330/2010 sayılı Tüzük'te bu düzenleme kaldırılmıştır.

⁵⁰ Münhasırlık anlaşmalarının haklı sebep kuralı (*rule of reason*) altında ele alınacağına dair örneğin bkz. NORRIS, L. N. (2013) “Exclusive Dealing: An Antitrust Analysis”, http://www.americanbar.org/groups/young_lawyers/publications/the_101_201_practice_series/exclusive_dealing_an_antitrust_analysis.html, Erişim Tarihi: 17.07.2017.

⁵¹ C234/89, *Delimitis v. Henninger Brau*, 1991.

⁵² Jones ve Sufrin 2011, s.664. Hatta Wish'e göre mutlak bölgesel korumaya ilişkin ilave unsurlar olmadığı durumda münhasırlık anlaşmaları TFEU 101(1). maddesini ihlal etmemektedir. Bkz. WISH, R. (2009), *Competition Law*, Sixth Edition, Oxford University Press, New York, s.629.

⁵³ Kurulun 12.08.2004 tarihli, 04-52/699-180 sayılı *Digitürk* kararı.

⁵⁴ s.7

⁵⁵ Kurulun 04.05.2004 tarihli, 04-32/377-95 sayılı *Frito Lay* kararı.

“... hâkim durumdaki teşebbüslerin bu özel sorumlulukları çerçevesinde nihai satış noktaları ile hiçbir şekilde yazılı veya sözlü münhasır anlaşma yapamayacağını ileri sürmek ve yaptığı belirli sayıdaki münhasır anlaşmayı bu satış noktalarından rakiplerin çıkartılması sonucunu doğurması gereğiyle ‘per se’ bir yaklaşımla kötüye kullanma olarak değerlendirmek zaten sınırlı olan hareket alanını daha fazla sınırlandırma anlamına gelmektedir”⁵⁶

görüşü ifade edilerek münhasırlığa yönelik *per se* yaklaşımın sakıncaları ortaya konulmuştur. Zaman içinde aynı içtihat 2012 tarihli *Turkcell* kararında⁵⁷

“Tarihsel süreçte hâkim durumdaki firmaların münhasırlığa yönelik uygulamalarına ilişkin yaklaşım incelendiğinde, modern ekonominin artık hâkim durumdaki firma tarafından da uygulansa münhasırlığın *per se* hukuk dışı sayılmasını desteklemediği görülmektedir. Münhasırlık, kimi etkinliklere ulaşmak için yapılabileceği gibi, anti rekabetçi amaçlarla da uygulanabilecek bir stratejidir”⁵⁸

şeklinde belirtilmiştir. Keza münhasırlığa yönelik *per se* yaklaşımın uygun olmadığı anlayışı *Kötüye Kullanmaya İlişkin Kılavuz*’da

“Münhasırlık hükmü içeren sözleşmelerin rekabet üzerinde olumlu etkileri bulunabilmektedir”⁵⁹

açıklaması ile yinelenmiş, değerlendirmenin Kanun’un 4. maddesi çerçevesinde yapıldığı *Biletix* kararında⁶⁰ da

“Münhasır anlaşmalar bir taraftan bazı olumlu etkiler yaratırken, diğer taraftan da pazarı kapama etkisi nedeniyle rekabeti kısıtlayıcı sonuç doğurabilmektedir”⁶¹

⁵⁶ 3120vd. satırlar. Aynı yönde bkz. 14.10.2009 tarihli ve 09-47/1160-294 sayılı *Türk Telekom* kararı, 308 vd. satırlar.

⁵⁷ Kurulun 14.06.2012 tarihli, 12-33/922-281 sayılı *Turkcell* kararı.

⁵⁸ Para.192. Diğer yandan şayet münhasırlık amaçtan yasaklanabilecek bir davranış olsa idi örneğin 2002/2 sayılı Tebliğ’de izin verilmeyen sınırlamalar arasında sayılması veya bu tip uygulamaların bireysel muafiyete de konu edilmemeleri beklenirdi. Oysa Kurul 2011 tarihli *Turkcell YTSN* kararında dağıtım sisteminde fiili münhasırlığa yol açan eylemleri kötüye kullanma sayarak para cezası uygulamış olmasına rağmen kararından yalnızca bir yıl sonra yasaklanan eylemlerin belirli alıcılarla sözleşmeye konu edilmesine bu kez muafiyet tanımıştır (bkz. sırasıyla Kurulun 06.06.2011 tarihli, 11-34/742-230 sayılı *Turkcell YTSN* ve 14.06.2012 tarihli, 12-33/922-281 sayılı *Turkcell* kararları).

⁵⁹ Para.65.

⁶⁰ Kurulun 05.11.2013 tarihli, 13-61/851-359 sayılı *Biletix* kararı.

⁶¹ Para.42.

şeklinde ifade edilmiştir. O halde münhasırlık uygulamaları ister Kanun'un 4. maddesi isterse 6. maddesi altında incelenen ihlal standardı değişmeyecek, eylemin pazardaki etkilerine bakılması gerekecektir. Gerçekten de aynı nitelikte eylemlerin Kanun'un (6. maddesinin yanı sıra) 4. maddesi altında incelenebiliyor ve bu maddenin amaçtan yasaklama imkanı tanıyan olması dolayısıyla farklı ihlal standardı geliştirmenin makul bir yaklaşım olmayacağı açıktır. Aksi takdirde bir dosyada etki analizi yapılırken diğer dosyada (kestirme bir yaklaşımla) münhasırlığın amaçtan yasaklanabilmesi keyfi biçimde olanaklı hale gelecek ve hukuki belirlilik ilkesi zedelenecektir. Galarza vd (2012, s.4-5) de münhasır dağıtım konusunda AB Komisyonunun etki bazlı son yaklaşım tarzının benimsenmesi durumunda 101. veya 102. maddenin uygulanmasına bağlı olarak analizin yönünün değişmeyeceğini, odak noktanın eylemin dışlama etkilerinde olduğunu ve ister 101. ister 102. madde uygulansın sonucun aynı olacağını belirtmektedir.⁶²

Kurulun yukarıdaki yerleşik anlayışına 2009 tarihli *Turkcell Mobil Pazarlama* ve 2013 tarihli *Frito Lay* kararları⁶³ önemli istisna teşkil etmektedir. Kurul bu dosyalardan ilkinde hakim durumdaki operatör Turkcell'in kontör/dakika hediye ettiği kampanyalarda reklam veren firmalarla fiilen münhasır çalışmaya yönelik uygulamalarını incelemiş ve uygulamaların rakip operatörler ve piyasa üzerindeki etkilerinden ziyade haklı bir gerekçeye dayanıp dayanmadığını sorgulayarak belge odaklı bir değerlendirme yapmıştır.⁶⁴ İkinci kararında ise –muhtemelen

⁶² GALARZA, A.F., E. L. DZIADYKIEWICZ ve P. FIGUEROA (2012), "Exclusive Distribution: An Overview of EU and National Case Law", *Antitrust Case Laws e-Bulletin*, No: 41235, <http://www.gibsondunn.com/publications/Documents/GalarzaDziadykiewicz-ExclusiveDistribution.pdf>, Erişim Tarihi: 25.07.2017, s.4-5.

⁶³ Sırasıyla Kurulun 23.12.2009 tarihli ve 09-60/1490-379 sayılı *Turkcell Mobil Pazarlama* ve 29.08.2013 tarihli ve 13-49/711-300 sayılı *Frito Lay* kararı.

⁶⁴ Kurul "[...]hem mobil pazarlama ajansları hem de kampanya düzenleyen firmalar nezdinde Turkcell'in kendi hedef ve istekleri doğrultusunda kampanya kurgularına müdahale etmesi, bu kampanyalara kimlerin katılabileceğine karar vermesi piyasa aktörleri bakımından kanıksanmış bir davranış şekli olarak ortaya çıkmaktadır. Varoluş sebebi gelir elde etme olan ekonomik bir birimin hizmetlerine talep olan müşterilerine rakiplerinden hizmet alınmaması koşulunu getirmesinin objektif bir gerekçesi görülememektedir. Buna karşın bu uygulamanın ticari hayatın teamüllerine uymayan sıra dışı, haksız ve rakipleri pazar dışına iten bir uygulama olduğu kanaatine varılmıştır" (1145 vd. satırlar) şeklinde bir değerlendirme yaptıktan sonra devamında "[...]Turkcell'in hedeflediği bu amaca ulaşmak için

aynı konuda daha önce 2004 yılında yaptığı incelemenin⁶⁵ etkisiyle– salt hakim durumdaki bir teşebbüsün münhasırlığa yönelik teşvik uygulamalarını Kanun’un 4. maddesinin ihlali için yeterli saymış, uygulamanın pazardaki etkilerini, diğer bir deyişle rakiplerin piyasadan dışlandığı veya dışlanma potansiyeli bulunduğu konusunda inceleme yapma ihtiyacı hissetmemiştir. Oysa bu kararından yalnızca bir yıl sonra birebir aynı iddiaların –bu kez Kanun’un 6. maddesi açısından– incelendiği *Mey İçki* kararında⁶⁶ eylemlerin piyasa kapatma etkisinin bulunup bulunmadığı ve bu manada önem teşkil eden örneğin bulunurluk oranları dikkate alınarak bir değerlendirme yapılmıştır.⁶⁷ Üstelik Kurulun burada konuyu 6. madde açısından ele almış olmasının incelemede bir farklılığa neden olmadığı kararın içeriğinde net biçimde belirtilmiştir.⁶⁸ Yine gerek *Frito Lay*’in gerekse *Mey İçki*’nin soruşturma konusu eylemlerinin geçmişte muafiyet analizine tabi tutulmuş olduğu⁶⁹ dikkate alındığında incelemeler arasındaki farklılığa bu açıdan da bir gerekçe bulabilmek güçtür.

benimsemiş olduğu yöntem ise, etkinlik, ticari yetenek ya da akıl vb. haklı bir gerekçeye dayanmamaktadır. Turkkcell markalara ve mobil pazarlama ajanslarına uyguladığı baskı yoluyla rakiplerinin iş yapmalarını engellemektedir [... zira] firmalar %(....)’a varabilecek bir indirimden yararlanmakla üç operatör kampanya düzenlememek (münhasıran Turkkcell’le çalışmak) arasında bir tercihe zorlanmaktadır” (1479 vd. satırlar ile 1582 vd. satırlar) değerlendirmesinde bulunmuştur.

⁶⁵ Kurulun 04.05.2004 tarihli ve 04-32/377-95 sayılı *Frito Lay* kararı.

⁶⁶ Kurulun 12.06.2014 tarihli, 14-21/410-178 sayılı *Mey İçki I* kararı.

⁶⁷ Para.279 vd. Bu yaklaşımın aynı teşebbüs hakkında benzer iddiaların soruşturma konusu yapıldığı 2017 tarihli kararda da aynen korunduğu görünmektedir (bkz. Kurulun 16.02.2017 tarihli ve 17-07/84-34 sayılı *Mey İçki II* kararı). Keza etki analizi bakımından bulunurluk oranlarının önemi Kurulun *Algida* (2012) kararında “[...] bulunurluk oranları incelendiğinde, *Algida* ürününün bulunurluğunun düşmesi karşısında rakibin bulunurluk oranının artış gösterdiği; bunun da rakip aksiyonları, pazarın büyüyen bir pazar olması ve rakip markaların birlikte satıldığı noktaların artışından kaynaklandığı, bu durumun ise *Algida* ile *Golf* arasındaki rekabetin yoğun bir biçimde sürdüğünü gösterdiği” şeklinde altı çizilmiştir (bkz. Kurulun 28.08.2012 tarihli, 12-42/1258-410 sayılı *Algida* kararı, para.34).

⁶⁸ Para.44.

⁶⁹ Bkz. sırasıyla Kurulun 04.05.2004 tarihli ve 04-32/377-95 sayılı *Frito Lay* kararı; 10.09.2007 tarihli ve 07-70/863-326 sayılı *Mey İçki* kararı.

Kurulun 2013 tarihli *Frito Lay* kararındaki yaklaşımı daha sonraki 2015 tarihli *Coca-Cola* kararında⁷⁰ da takip edilmemiştir.⁷¹ Coca-Cola'nın son satış noktaları ile gerek sözleşmesel gerekse fiili (indirim, teşvik vb. yollarla yapacağı) münhasırlık uygulamalarının muafiyet koşullarını taşımadığı 2007 yılında tespit edildikten⁷² sonra 2015 tarihinde yapılan incelemede çok sayıda nokta ile yapılmış açık münhasırlık hükmü taşıyan sözleşmelerin varlığına⁷³ rağmen ihlal tespitine ve yaptırım uygulanmasına gerek duyulmamıştır. Zira Kurul bu incelemesinde ihlal eşliğini “*fiili münhasırlığa yönelik sistematik ve organize uygulamalarının tespiti*” olarak belirlemiştir⁷⁴ ve münhasırlık anlaşması yapılan noktaların Coca-Cola'nın gazlı içecek cirosu içindeki payına ve bu payların yıllar içindeki seyrine, ilgili sözleşmelerin ve Coca-Cola tarafından noktalara uygulanan teşviklerin (başta pazar payı ve bulunurluk oranları olmak üzere) piyasa etkilerine bakmak suretiyle bir inceleme yapmıştır.⁷⁵ Keza Kurulun 2014 ve 2017 yıllarında benzer iddialara ilişkin aldığı *Mey İçki I ve II* kararlarında⁷⁶

⁷⁰ Kurulun 05.03.2015 tarihli, 15-10/148-65 sayılı *Coca-Cola* kararı.

⁷¹ Frito Lay kararı ile aynı yıl (2013) içinde aldığı *Turkcell Araç Takip Hizmetleri* kararında da Kurul belge (niyet araştırması) odaklı yaklaşımını sürdürmüş olsa da soruşturma konusu uygulamaların etkilerini de araştırma ihtiyacı hissetmiştir. Nitekim ilgili piyasada hakim durumda kabul edilen Turkcell'in araç takip hizmeti sunan firmalar (ATF) ile münhasır iş ilişkisi kurduğu iddialarının araştırıldığı kararda, iddia konusu eylemlerin rakip operatörlerin satışları üzerindeki etkileri değerlendirmek üzere Turkcell'in iş ortağı ATF'lerin araç takip hizmetleri alanındaki pazar payları ile Turkcell'in bu firmalar üzerinde rakip operatörlerin kampanyasına katılmama yükümlülüğü getirdiği bir kampanya dönemindeki satışların aynı dönemde pazardaki toplam kampanyalı satışlar içindeki oranına bakılmıştır (bkz. Kurulun 19.12.2013 tarihli ve 13-71/988-414 sayılı *Turkcell Araç Takip Hizmetleri* kararı, para.134-139).

⁷² Bkz. Kurulun 10.09.2007 tarihli, 07-70/864-327 sayılı *Coca-Cola* kararı.

⁷³ Kararda münhasırlık sözleşmesi yürürlükte kalmaya devam eden toplam 4.475 adet noktadan 2.471'i ile 01.07.2008 tarihinden bu yana bir ticari ilişki kurulmadığı ifade edilmiştir (para.138 vd.). Buna göre 2.000'nin üzerinde nokta ile münhasırlık içeren sözleşmenin aktif olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

⁷⁴ Para.170.

⁷⁵ Kurul esnek bir bakış açısıyla Coca-Cola'nın 2009 yılında ev kanalında 100 nokta içinde 30 noktada rakipleriyle birlikte yer alırken 2013 yılında bu sayının 15'e düşmüş olmasını veya Coca-Cola'nın yıllar itibarıyla ev ve yerinde tüketim noktalarında uyguladığı tavizlerin ciroya oranlarının artmış olmasını olumsuz bir etkinin göstergesi olarak yorumlamamıştır (para.190, 217-249).

⁷⁶ Bkz. sırasıyla Kurulun 12.06.2014 tarihli, 14-21/410-178 sayılı *Mey İçki I ve II* ve 16.02.2017 tarihli ve 17-07/84-34 sayılı *Mey İçki II* kararları

da pazar payı ve bulunurluk oranlarına dayalı etki analize yer verdiği görülmektedir. Kurulun yakın aralıklarla aldığı kararların birinde eylemlerin piyasadaki etkisini ve bulunurluk oranlarının seyrini kararın temel gerekçesi yaparken, diğerinde dikkate almaması, hatta

“Rakiplerin pazar payının ya da bulunurluk oranlarının artmasının hakim durumda bulunan teşebbüsün dosya konusu eylemlerde bulunmadığının kanıtı olarak değerlendirilmesi mümkün değildir”⁷⁷

şeklinde görüş belirtmesi bir değerlendirme standardı eksikliğine işaret etmektedir.

4. MÜNHAŞIRLIĞA BAĞLI REKABET ENDİŞESİNİN ORTAYA ÇIKMASI

Münhasırlık-hakim durumdaki teşebbüslerce de yapılmış olsa- amaçtan yasaklanabilecek bir eylem olmadığına göre münhasırlığa dayalı rekabet endişelerinin hangi durumda ortaya çıkacağı sorusu gündeme gelmektedir. Bu konuda Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz'da

“Tek marka anlaşmalarının rekabet üzerinde esas olarak dört olumsuz etkisi bulunmaktadır:

(i) Pazar kapama etkisi: Diğer sağlayıcılar pazardaki belirli alıcılara mal satamazlar, bu pazarın kapatılmasına yol açabilir.

(ii) Koordinasyon etkisi: Bu anlaşmalar pazar paylarında katılığa neden olur, birkaç sağlayıcı tarafından uygulanırsa işbirliğine yardımcı olur.

(iii) Mağaza içi rekabeti önleme etkisi: Nihai ürünlerin dağıtımının söz konusu olduğu hallerde, belirli perakendeciler sadece tek bir markayı satacaklar ve bu nedenle bu perakendecilerin mağazalarında markalar arası rekabet olmayacaktır.

(iv) Pahalılık etkisi: Bağlama anlaşmalarında, alıcı bağlama anlaşmaları olmaksızın ürünleri farklı sağlayıcılardan alabileceği duruma göre bağlanan ürünü pahalı alabilecektir. Tüm bu etkiler markalar arası rekabette azalmaya yol açmaktadır.”⁷⁸

açıklamasına yer verilmişse de Kurulun uygulamada ilk olumsuz etki olan pazar kapama etkisine yoğunlaştığı görülmektedir. Nitekim *Mey İçki* kararında⁷⁹

⁷⁷ Kurulun 29.08.2013 tarihli ve 13-49/711-300 sayılı *Frito Lay* kararı, para.125.

⁷⁸ Para.114.

⁷⁹ Kurulun 12.06.2014 tarihli, 14-21/410-178 sayılı *Mey İçki I* kararı.

“[fiili münhasırlık uygulamalarına yönelik] 4. madde ya da 6. madde kapsamında yapılacak değerlendirme bakımından farklılık bulunmamasında, her iki durumda da teşebbüsün uygulamalarının rakiplerin pazarın önemli bir kısmına erişimini kısıtlayıp kısıtlamadığı incelenmektedir.”⁸⁰

denilmiş, aynı konuda *Coca-Cola* kararında⁸¹ ise

“Münhasır anlaşmalara ilişkin temel rekabetçi endişe ilgili pazarın tamamının ya da önemli bir kısmının rakiplere kapanması ve rakiplerin ilgili pazarın önemli bir bölümünden dışlanması”⁸²

durumunda ortaya çıktığı belirtilmiştir.⁸³ Bishop da münhasırlık anlaşmalarından kaynaklanan temel rekabet probleminin rakiplerin belirli satış noktalarına erişimlerinin engellenerek pazardan dışlanması ve rekabetin zarar görmesi riski olduğunu belirtmektedir.⁸⁴ Ancak pazarın önemli bir kısmından veya rekabetçi endişeyi tetikleyecek düzeyde kapanmasından ne anlaşılması gerektiği sorusunun cevabı net değildir.

2009 yılında *Mey İçki* kararında⁸⁵ teşvik uygulamasına konu alıcıların toplam pazar içindeki paylarının dikkate alınması gerektiği kabul edilmişse de ilgili oranlar

“Bu paylara bakıldığında açık ve kapalı satış noktaları için sırasıyla %(...) ve %(...) rakamlarına ulaşılmaktadır ki, bu veriler uygulanan indirim oranıyla birlikte dikkate alındığında pazardan dışlamayı sağlayabilecek büyüklükte değildir”⁸⁶

şeklinde gerekçeli kararda gizlendiğinden dışlama etkisi ortaya çıkaracak ölçünün ne olduğu konusunda bir fikir edinilememektedir.

⁸⁰ Para.44.

⁸¹ Kurulun 05.03.2015 tarihli, 15-10/148-65 sayılı *Coca-Cola* kararı.

⁸² Para.169.

⁸³ Aynı yönde ayrıca bkz. Kurulun 05.11.2013 tarihli, 13-61/851-359 sayılı *Biletix* kararı, para.45: “Münhasır anlaşmaların pazarı kapatıp kapatmadığının ortaya konulması için ilk olarak bu anlaşmaların mevcut velveya potansiyel rakipleri dışlama kabiliyetine sahip olup olmadığı değerlendirilmelidir. Bu bakımdan; ...münhasırlığa konu uygulamanın piyasanın ne kadarlık bölümünü kapsadığına ilişkin pazar kapama oranı; dışlama olgusunu destekleyecek somut delillerin varlığı gibi hususların incelenmesi gerekmektedir.”

⁸⁴ BISHOP, S. (2003) “Pro-competitive Exclusive Supply Agreements: How Refreshing”, *ECLR*, 24(5), s.230.

⁸⁵ Kurulun 11.06.2009 tarihli, 09-27/575-135 sayılı *Mey İçki* kararı.

⁸⁶ 280vd. Satılar.

Buna karşın Kurul 2013 tarihli *Biletix* kararında⁸⁷ oran vermekten kaçınmamış ve

“*BİLETİX’in ilgili pazardaki karar ve uygulamaları neticesinde kapama oranları 2010 yılında %58, 2011 yılında %46, 2012 yılında %65 olarak gerçekleşmiştir*”⁸⁸

bilgilerine yer vermiştir. Kararda belirtilen görece yüksek (%50’yi aşan) kapanma oranlarına rağmen Kurulun rekabetçi bir endişe görmemiş olması şaşırtıcıdır.⁸⁹

Klein (2002, s.126), münhasırlığın Amerikan anti-tröst hukuku kapsamında ekonomik analiz ile tutarlı olarak sorumluluk doğurabilmesi için pazarın önemli kısmını kapsamaması gerektiği görüşündedir. Yazarın bu görüşü için atıfta bulunduğu Yüksek Mahkemenin (*Supreme Court*) eski tarihli *Standard Fashion*⁹⁰ ve *Standard Stations*⁹¹ kararlarında sırasıyla %40 ve %49’luk oranların pazarın önemli kısmını temsil ettiği kabul edilmiştir.⁹² *İçtihat zaman içinde evrilmekle birlikte Jacobson’a göre* 1982 tarihli *Belton Electronics Corp.* kararı⁹³ ertesindeki kararlarda rutin biçimde kapama oranının %40 ve daha az olduğu durumlarda

⁸⁷ Kurulun 05.11.2013 tarihli, 13-61/851-359 sayılı *Biletix* kararı.

⁸⁸ Para.59.

⁸⁹ Kurul, “[...]pazara giriş engelleri açısından değerlendirme yapıldığında; pazarın büyüyen ve gelişen bir pazar olduğu, yeni girişlerin bulunduğu, yatırım maliyetinin yüksek olmadığı, batık maliyetlerin düşük olduğu, dolayısıyla finansal veya hukuki anlamda önemli giriş engellerinin bulunmadığı” (para.116) değerlendirmesiyle teşebbüsün savunmaları ve önerileri çerçevesinde bu aşamada pazar kapamanın olmadığına ve 4. maddenin ihlal edilmediğine karar vermiştir. Buna rağmen *Biletix*’in tüm etkinlikler için akdettiği sözleşmelerin süresinin azami iki yıl ile sınırlandırılmasına karar verildiği, ayrıca *Biletix*’ten beş yıllık süre zarfında gelirinin en az %50’sine tekabül eden anlaşmalarının her yıl rekabete açılacağı yönünde taahhüt alındığı anlaşılmaktadır. Söz konusu taahhüdün detayı, nasıl uygulanacağı, bağlayıcı olup olmadığı (nitekim kararın sonuç/hüküm kısmında taahhüde değinilmemiştir), uyulmaması halinde ne yaptırım uygulanacağı gibi soruların karşılığının kararda bulunmuyor olması bir yana, rekabet ihlali bulunmayan bir dosyada rekabetin tesisine dair tedbir öngörülmesi veya rekabetçi endişeleri gidermeye dönük taahhüt alınması kanunun sistematığına uygun değildir.

⁹⁰ *Standard Fashion v. Magrane-Houston Co.*, 258 U.S. 346 (1922).

⁹¹ *Standard Oil Co. of Cal. v. United States*, 337 U.S. 293 (1949).

⁹² *Standard Oil* kararında, *Standard*’ın münhasır anlaşma yaptığı akaryakıt istasyonlarının ilgili coğrafi pazardaki oranı %6,7 olmasına karşın rakiplerin benzer anlaşmalar ile bağladığı oran (%42,5) da analizde dikkate alınmıştır.

⁹³ *Belton Electronics Corp.*, 100 F.T.C. 68 (1982).

münhasırlığın hukuka uygun olduğu kabul edilmiştir.⁹⁴ Bu içtihat doğrultusunda %40 oranı (çok yüksek ölçek ekonomisinin gerektiği istisnai durumlar haricinde ve bu oranın üzerinde rekabet karşıtı etkilerin otomatik doğacağı kabul edildiğini göstermemek üzere) kullanışlı bir elek veya güvenli liman işlevi görebilecektir (Klein 2002, s.126).

Buna karşın mehazdaki uygulamanın daha katı olduğunu söylemek mümkündür. Nitekim AB Genel Mahkemesi 2003 tarihli *Van den Bergh Foods* kararında⁹⁵ hakim durumda bulunan bir teşebbüsün ilgili pazardaki noktaların -kendi isteği doğrultusunda dahi olmuş olsa-%40'lık bölümünü fiili olarak münhasır bağlaması durumunda 102. madde kapsamında kötüye kullanma davranışının oluşacağını kabul etmiştir. Bunun yanı sıra Komisyonun 2012 tarihli *Tomra* kararında⁹⁶ ortaya koyduğu (AB mahkemeleri kararlarıyla⁹⁷ da onanan) görüşüne göre soruşturma konusu pazarların beş yıllık dönem boyunca ortalama %39'unun, diğer bir deyişle beşte ikisinin bağlanmış olması pazarın önemli bir kısmının kapanmasına, dolayısıyla kötüye kullanma davranışının ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Komisyonun *Tomra* kararındaki yaklaşımı Ridyard tarafından eleştirilerek ilgili pazarın %32'lik kısmının tamamen rakiplere kapandığı bir durumda dahi neden rekabete açık kısmın (%68) *Tomra*'nın pozisyonu ile rekabet edebilmek için pazarda tutunmaya yeterli olmayacağı sorusunun sorulması gerektiğini belirtmektedir.⁹⁸

Esasen rekabet karşıtı kapama etkisi için pazarın bağlı kısmının oranı kadar giriş engellerinin varlığı da önem taşımaktadır. Nitekim Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz'da "*rakip sağlayıcılar bakımından*

⁹⁴ JACOBSON, J. M. (2002), "Exclusive Dealing, Foreclosure, and Consumer Harm", *Antitrust Law Journal*, Vol.70, s.324.

⁹⁵ T-65/98, *Van den Bergh Foods (formerly HB Ice Cream) v Commission*, 23 October 2003, para.160.

⁹⁶ Commission Decision, Case COMP/E-1/38.113, Prokent-Tomra.

⁹⁷ T-155/06, *Tomra and Others v. Commission* [2010], para.243 ve C-549/10 P, *Tomra and Others v. Commission* [2012], para.44-45.

⁹⁸ RIDYARD, D. (2008) "Exclusive Contracts and Article 82 Enforcement: an Effect Based Perspective", *European Competition Journal*, Vol.4, No.2, s.586.

yeni alıcılar yaratılması veya alternatif alıcılar bulunması görece kolay ise pazarın kapanması[nın] söz konusu olmayacağı”⁹⁹ belirtilmiştir.¹⁰⁰

Diğer yandan 2002/2 sayılı Tebliğ’in genel mantığı kanaatimce bu konuda yol gösterici niteliktedir. Zira Tebliğ, pazar payı %40’ı aşmayan teşebbüslerin (belirsiz süreli veya beş yıldan uzun olmaması koşuluyla¹⁰¹) münhasırlık hükmü içeren anlaşmalarını grup muafiyeti kapsamında değerlendirmektedir. Bu anlayışın doğal bir sonucu örneğin pazar payı %40 olan bir sağlayıcı teşebbüsün anlaşma ile alıcılarına rakiple çalışmama (münhasırlık) şartı getirmesi, rekabetçi bir endişe doğurmayacağı öngörüsüyle “güvenli liman” içinde değerlendirilmektedir. Bu anlayış çerçevesinde pazar payı %40’ın üzerinde, hatta hakim pazar gücüne sahip teşebbüslerin ilgili pazardaki alıcıların %40 veya daha azı ile münhasırlık anlaşması yapmalarının neden aynı bakış açısıyla güvenli liman içinde sayılmadığı iktisadi açıdan tartışmaya değerdir.¹⁰² Elbette pazardaki diğer rakip sağlayıcıların benzer anlaşmalar yapması ve böylece pazarın daha yüksek bir oranının yeni girişlere kapanması ihtimal dahilindedir. Ancak bu ihtimalde dahi pazarın toplam bağlı kısmının %50’in altında kaldığı durumda rekabet endişeleri asgari seviyede kalacaktır. Nitekim Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz’da yer alan “[p]azarın bağlı kısmının oranının %50’nin altında olduğu hallerde ciddi bir birikimli etkinin görünmesi olası değildir”¹⁰³ açıklaması bu anlayışı desteklemektedir. Keza 2/2002 sayılı Tebliğ’in 2)6). maddesi uyarınca Kurulun benzer nitelikteki dikey sınırlamaların oluşturduğu paralel ağların ilgili pazarın ancak %50’sinden fazlasını kapsadığı durumda müdahil olabilmesi ve ancak o koşulda ilgili dikey

⁹⁹ Para.122.

¹⁰⁰ Ayrıca bkz. EC Guidelines on Vertical Restraints, OJEU 19.5.2010, C 130/1, para.136, “Entry barriers are important to establish whether there is anticompetitive foreclosure. Wherever it is relatively easy for competing suppliers to create new buyers or find alternative buyers for their product, foreclosure is unlikely to be a real problem”

¹⁰¹ Bkz. Tebliğ madde 5(a).

¹⁰² Burada kastedilen hakim durumdaki bir teşebbüsün fiili veya sözleşmesel münhasırlık eyleminin pazarın kısıtlı bir bölümünü veya alıcısını hedefliyor olmasıdır. Yoksa aynı teşebbüsün pazarın (henüz an itibarıyla küçük bir yüzdesini bağlamış olsa da) geneline yönelik duyurduğu münhasırlık uygulamaları değildir. Zira ikinci durumda eylemin potansiyel etkilerinin rakiplerin faaliyetini zorlaştırabileceği ileri sürülebilecektir.

¹⁰³ Para.124

anlaşmaları grup muafiyetinin dışına çıkarabilmesi aynı bakış açısının ürünüdür.

SONUÇ

Münhasırlığa dayalı rekabet sorunları halihazırda Kurulun mesaisinin önemli bir kısmını meşgul etmektedir. Dahası, gerek uygulama yaygınlığına gerekse net etkilerinin araştırılması için yapılacak analizlerin derinleştirilmesine bağlı olarak gelecekte bu mesainin payının artması kuvvetle muhtemeldir. Buna rağmen uygulamaya dair tutarlı ve makul bir yaklaşımın geliştirildiğinden bahsedebilmek güçtür.

Teşvik uygulamaları başta olmak üzere ister tek taraflı ister anlaşmaya dayalı olsun münhasırlığın rekabet üzerinde olumlu etkileri olabileceğini akıldan çıkarmamak üzere muhakkak etki analizine yönelinmelidir. Aksine bir yaklaşım kanun koyucunun amacına hizmet etmeyeceği gibi rekabetçi saiklerle tüketiciler lehine yapılacak uygulamalara da ket vuracaktır.

KAYNAKÇA

- BISHOP, S. (2003) “Pro-competitive Exclusive Supply Agreements: How Refreshing”, *ECLR*, 24(5), s.229-232.
- GALARZA, A.F., E. L. DZIADYKIEWICZ ve P. FIGUEROA (2012), “Exclusive Distribution: An Overview of EU and National Case Law”, *Antitrust Case Laws e-Bulletin*, No: 41235, <http://www.gibsondunn.com/publications/Documents/GalarzaDziadykiewicz-ExclusiveDistribution.pdf>, Erişim Tarihi: 25.07.2017
- JACOBSON, J. M. (2002), “Exclusive Dealing, Foreclosure, and Consumer Harm”, *Antitrust Law Journal*, Vol.70, s.311-369.
- JONES, A. ve B. SUFRIN (2011), *EU Competition Law*, Fourth Edition, Oxford University Press, New York.
- KELIN, B. (2002), “Exclusive Dealing as Competition for Distribution on the Merits”, *George Mason Law Rev.*, Vol. 12:1, s.119-162.
- NORRIS, L. N. (2013) “Exclusive Dealing: An Antitrust Analysis”, http://www.americanbar.org/groups/young_lawyers/publications/the_101_201_practice_series/exclusive_dealing_an_antitrust_analysis.html<http://www.americanbar.org/>; Erişim Tarihi: 17.07.2017.
- OECD (2002), Policy Roundtables, Loyalty and Fidelity Discounts and Rebates, <http://www.oecd.org/competition/abuse/2493106.pdf>, Erişim Tarihi: 15.07.2017
- RIDYARD, D. (2008) “Exclusive Contracts and Article 82 Enforcement: an Effect Based Perspective”, *European Competition Journal*, Vol.4, No.2, s.579-594.
- ROUSSEVA, E. (2005), “Modernizing by eradicating: How the Commission’s new approach to Article 81 EC dispenses with the need to apply Article 82 EC to vertical restraints”, *42 CMLRev*, Issue 3, s.587-638.
- SALOP, S. C. (2001), “Analysis of Foreclosure in the EC Guidelines on Vertical Restraints”, *Fordham Corporate Law Institute*, (Barry E. Hawk ed.), s.177-200.
- WISH, R. (2009), *Competition Law*, Sixth Edition, Oxford University Press, New York.

Rekabet Kurulu Kararları

- 04.05.2004 tarihli, 04-32/377-95 sayılı *Frito Lay* kararı
12.08.2004 tarihli, 04-52/699-180 sayılı *Digitürk* kararı
10.09.2007 tarihli ve 07-70/863-326 sayılı *Mey İçki* kararı
10.09.2007 tarihli, 07-70/864-327 sayılı *Coca-Cola* kararı
15.05.2008 tarihli, 08-33/421-147 sayılı *Algida* kararı
11.06.2009 tarihli, 09-27/575-135 sayılı *Mey İçki* kararı
14.10.2009 tarihli ve 09-47/1160-294 sayılı *Türk Telekom* kararı
23.12.2009 tarihli ve 09-60/1490-379 sayılı *Turkcell Mobil Pazarlama*
06.06.2011 tarihli, 11-34/742-230 sayılı *Turkcell YTSN* kararı
16.06.2011 tarihli ve 11-37/784-247 sayılı *İşbir* kararı
14.06.2012 tarihli, 12-33/922-281 sayılı *Turkcell* kararı
28.08.2012 tarihli, 12-42/1258-410 sayılı *Algida* kararı
29.08.2013 tarihli, 13-49/711-300 sayılı *Frito Lay* kararı
27.09.2013 tarihli, 13-55/767-326 sayılı *Brisa* kararı
05.11.2013 tarihli, 13-61/851-359 sayılı *Biletix* kararı
19.12.2013 tarihli ve 13-71/988-414 sayılı *Turkcell Araç Takip Hizmetleri* kararı
12.06.2014 tarihli, 14-21/410-178 sayılı *Mey İçki I* kararı
05.03.2015 tarihli, 15-10/148-65 sayılı *Coca-Cola* kararı.
16.02.2017 tarihli ve 17-07/84-34 sayılı *Mey İçki II* kararı

AB Komisyonu Kararı

COMP/E-1/38.113, Prokent-Tomra (2012)

AB Mahkemeleri Kararları

- C-322/81, *Michelin v. Commission* (1983)
C-277/87, *Sandoz Prodotti Farmaceutici SpA v. Commission* (1990)
C-234/89, *Delimitis v. Henninger Brau* (1991)
C-395/96P, *Compagnie Maritime Belge Transports v. Commission* (2000)
T-41/96, *Bayer AG v. Commission* (2000)

T-208/01, *Volkswagen v. Commission* (2003)

T-65/98, *Van den Bergh Foods (formerly HB Ice Cream) v Commission* (2003)

C-2/01 ve C-3/01 P, *BAI and Commission v Bayer AG* (2004)

T-193/02, *Piau v. Commission* (2005)

C-74/04, P *Commission v Volkswagen* (2006)

T99/04, *AC-Treuhand v Commission* (2008)

T-155/06, *Tomra and Others v. Commission* (2010)

C-549/10 P, *Tomra and Others v. Commission* (2012)

ABD Mahkemeleri Kararları

Standard Fashion v. Magrane-Houston Co., 258 U.S. 346 (1922)

Standard Oil Co. of Cal. v. United States, 337 U.S. 293 (1949)

Belton Electronics Corp., 100 F.T.C. 68 (1982)

