

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

(Danıştay'ın İptal Kararı Üzerine Verilen)
REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : D1/2/A.G.-00/1 (Soruşturma)

10 Karar Sayısı : 05-81/1118- 320
Karar Tarihi : 5.12.2005

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Mustafa PARLAK
Üyeler : Tuncay SONGÖR, Prof.Dr. Zühtü AYTAÇ, Rıfık ÜNAL,
M. Sıraç ASLAN, Süreyya ÇAKIN, Mehmet Akif ERSİN

20 B. RAPORTÖRLER : H.Hüseyin ÜNLÜ, Harun ULU, Özgür BAL

C. BAŞVURUDA BULUNAN : - Re'sen

D. HAKKINDA SORUŞTURMA YAPILANLAR:

- 30 - Ado Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Ado Çimento)
Uncalı Mah. Hürriyet Cad. No:495/A P.K.626
07100 Antalya
- 30 - Bursa Çimento Fabrikası A.Ş. (Bursa Çimento)
P.K.15 16451 Kestel / Bursa
- Nuh Çimento Sanayi A.Ş. (Nuh Çimento)
P.K.7 41800 Hereke / Kocaeli
- Lafarge Aslan Çimento A.Ş. (Lafarge Aslan)
Darıca Taşlıman Mevkii 41700 Gebze / Kocaeli
- 40 - Konya Çimento Sanayii A.Ş. (Konya Çimento)
Ankara Yolu 8.km. No:355 42005 Konya

E. DOSYA KONUSU : Danıştay 13. Dairesinin 1.2.2002 tarih, 02-06/51-24 sayılı Rekabet Kurulu kararının iptaline ilişkin 8.7.2005 tarih ve 2005/3434, 3.10.2005 tarih ve 2005/4819, 25.10.2005 tarih ve 2005/5176; 2005/5177; 2005/5182 sayılı kararları üzerine İç Anadolu, Akdeniz ve Marmara bölgelerinde faaliyet gösteren soruşturmaya konu teşebbüslerin, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'u ihlal eder nitelikteki eylemlerinin yeniden değerlendirilmesi.

50 **F. İDDİALARIN ÖZETİ** : İç Anadolu, Akdeniz ve Marmara bölgelerinde faaliyette bulunan soruşturmaya konu çimento fabrikalarının 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettikleri iddia edilmektedir.

G. DOSYA EVRELERİ : Rekabet Kurulu [Kurul] 17.06.1999 tarihinde, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 40(1). maddesi uyarınca, çimento sektörüne yönelik olarak önaraştırma yapılmasına karar vermiştir.

60 Resen yapılan önaraştırma sonucu düzenlenen 16.05.2000 tarih ve D1/2/A.G.-00/1 sayılı Önaraştırma Raporu, Kurul'un 20.06.2000 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 4054 sayılı Kanun'un 41 ve 43(1). maddeleri uyarınca, yukarıda adı geçen 22 teşebbüs hakkında, aynı Kanun'un 4 üncü ve/veya 6 ncı maddelerini ihlal edip etmediklerinin tespiti için soruşturma açılmasına karar verilmiştir.

Bu karar üzerine, Kanun'un 43(2). maddesi uyarınca, 04.07.2000 tarihinde, ilgili teşebbüslere soruşturma açıldığına dair bildirimde bulunularak 30 gün içinde ilk yazılı savunmalarını göndermeleri istenmiştir.

70 Haklarında soruşturma açılan teşebbüslerin ilk yazılı savunmaları yasal süresi içinde Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.

Kurul'un 12.12.2000 tarihli toplantısında, Kanun'un 43(1). maddesi uyarınca soruşturmanın süresi 6 ay uzatılmıştır.

Soruşturma Heyetince tamamlanan 20.06.2001 tarih ve SR/01-4 sayılı Soruşturma Raporu, Kanun'un 45(1). maddesi uyarınca, Kurul üyeleri ile ilgili teşebbüslere tebliğ olunmuş ve aynı maddenin ikinci fıkrası gereğince teşebbüslerden 30 gün içinde yazılı savunmalarını göndermeleri istenmiştir.

80 Haklarında soruşturma yürütülen teşebbüslerin ikinci savunma yazıları yasal süresi içinde Kurum kayıtlarına girmiştir.

Soruşturma Heyeti'nin hazırladığı ek yazılı görüş, Kanun'un 45/2 nci maddesi uyarınca, 18.09.2001 tarihinde Kurul üyeleri ile ilgili teşebbüslere tebliğ edilmiştir.

İlgili teşebbüslerin ek yazılı görüşe karşı cevapları yasal süresi içinde Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.

90 Kurul'un 27.11.2001 tarihindeki toplantısında, yürütülen soruşturma ile ilgili olarak 17.01.2002 tarihinde sözlü savunma toplantısı yapılmasına karar verilmiş ve sözlü savunma toplantısı davetiyeleri, Kanun'un 46(2). maddesi uyarınca ilgililere gönderilmiştir.

17-18.01.2002 tarihlerinde yapılan sözlü savunma toplantısında teşebbüsler son savunmalarını yapmıştır.

Kurul, 01.02.2002 tarihinde, 02-06/51-24 sayı ile nihai kararını vermiş ve karar, 04.02.2002 tarihinde tefhim edilmiştir.

100 Anılan Kurul kararı, hakkında soruşturma yürütülen teşebbüsler tarafından iptal istemli açılan davalar sonucunda, Danıştay 13. Dairesinin 8.7.2005 tarih ve 2005/3434 sayılı, 3.10.2005 tarih ve 2005/4819 sayılı, 25.10.2005 tarih ve 2005/5176; 2005/5177; 2005/5182 sayılı kararlarıyla, soruşturmayı yürüten Kurul üyesinin, nihai karar toplantısına katılarak oy kullanması nedeniyle iptal edilmiştir.

110 Bunun üzerine 1.12.2005 tarih ve 05-80/1102-M sayılı Kurul toplantısında; mevcut dosya üzerinden yeniden karar verilmesini teminen gerekli hazırlık çalışmalarının yapılmasına ve konunun Kurul gündemine getirilmesine karar verilmiştir.

120 Kurul'un konu ile ilgili olarak almış olduğu kararın gereği olarak rapor üzerinde yeniden yapılan incelemeler ve değerlendirmeler ışığında düzenlenen dosya 28.11.2005 tarih ve REK.0.05.00.00-110/225 sayılı Başkanlık önergesi ile 05-81 sayılı Kurul toplantısında görüşülmüş ve 2002 yılında görev yapan Kurul'un yapısının da değişmiş olduğu ve bu çerçevede soruşturmacı üyenin halen Kurul'da görev yapmadığı da dikkate alınarak, önaraştırma ve soruşturmaya ait tüm savunma, ek savunma, sözlü savunma tutanakları, raporlar, Danıştay'ın iptal kararları, tüm dosya münderecatında yer alan bütün bilgi ve belgelerin incelenmesi sonucunda karara bağlanmıştır.

H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili dosyada; soruşturma sürecinde elde edilen bilgi ve belgeler ışığında, Soruşturma Raporu'nda varılan sonuçlarda herhangi bir değişikliğe gidilmesine gerek olmadığı ifade edilmektedir.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. İlgili Pazar

130

I.1.1. İlgili Ürün Pazarı

İlgili ürün pazarı, ana başlık olarak, ikame edilemez niteliği ile "çimento"dur. Ancak bu başlık altında alt grupların oluştuğu tespit edilmiştir.

İlk olarak çimento "gri" ve "beyaz" şeklinde ikiye ayrılmaktadır. Az sayıda teşebbüs tarafından üretilen beyaz çimentonun tüketimi, gri çimentonun %1'ine tekabül etmektedir. Gri çimentodan daha yüksek bir maliyetle üretilen bu ürünün satış fiyatı da, gri çimentonun iki katıdır.

140

Ayrıca, ilgili pazarın belirlenebilmesi için yöneltilmiş sorulara, soruşturma kapsamındaki teşebbüs yetkililerinin verdiği cevaplar¹, yeni ayrımlar yapılmasını gerektirmiştir. Bu çerçevede, gri çimentonun da kullanılan katkı maddelerinin cinsi ve miktarına göre alt gruplara ayrıldığı anlaşılmıştır. Soruşturmanın konusu itibarıyla çimento türlerinin tamamı hakkında bilgi

¹ Bu cevaplar, Baştaş, BÇS, Çimsa Kayseri, Set Afyon, Set Ankara ve YLOAÇ'ta hazırlanan tutanaklarda yer almaktadır.

- 150 verilmekle birlikte; Türkiye’de, çimentonun mukavemet alma süresinin hızlı olması gereken yerlerde çoğunlukla PÇ 42,5 türünde çimentonun kullanıldığı belirtilmelidir (üretimi çok daha az olmakla beraber PÇ 52,5, PKÇ/A 42,5 ve PKÇ/B 42,5 vb.de bu grup içinde değerlendirilebilir). Bu ürün grubu genellikle daha nitelikli işlerde kullanılmak üzere büyük inşaat şirketleri ve endüstriyel üreticiler tarafından talep edilmektedir. Aynı miktarda betonun daha az çimento ile elde edilmesini sağladığından, nispeten daha az nakliye maliyetine katlanmak isteyen hazır beton tesisleri de bu ürün grubunun müşterisidir. Mukavemet alma süresinin daha uzun olabileceği yerlerde ise çoğunlukla PKÇ/B 32,5, PKÇ/A 32,5, KZÇ 32,5, TÇ 32,5, KÇ 32,5 ve CÇ 32,5 kullanılmakta ve bunlar da ayrı bir grup teşkil etmektedir. Bu iki ana grup dışında, SDÇ 32,5 gibi özel nitelikli işlerde kullanılan çimento türleri de vardır; ancak bunların üreticileri az sayıda olduğu gibi, kullanım alanları da sınırlıdır.
- 160 Çimento türlerine göre ayırmadan sonra, çimentonun pazarlama yöntemine göre, “ambalajlı” ve “dökme” şeklinde de bir ayırım yapılması gerekmektedir. Çünkü bu ikisinin tüketici grupları birbirinden farklıdır. Dökme çimentonun müşteri grubu, hazır beton tesisleri, diğer endüstriyel üreticiler ve silosu olan büyük inşaat şirketleriyken; torbalı çimento, “elle beton dökümü” gibi daha düşük yoğunluklu tüketim gerektiren işlerde kullanılmak üzere, bireyler tarafından talep edilmektedir. “Ambalajlı-dökme” ayırımı, beraberinde, tüketim merkezleri bakımından da ayırım getirmektedir. Dökme çimento müşterileri genellikle şehir merkezlerinde yer almaktadır. Ayrıca dökme çimentonun nakliyesi silobaslarla yapıldığından tek yönlü nakliyeye neden olmakta ve bu da nakliye maliyetini yükseltmektedir. Buna karşılık, torbalı çimentonun nakliyesi kamyonlarla yapılabilen ve çift yönlü nakliye avantajına sahip olduğundan daha düşük maliyetle daha uzun mesafelere satılabilmektedir.
- 170

Gri çimento başlığı altında yapılan açıklamalar çerçevesinde “PÇ 42,5 dökme” ve “PKÇ 32,5 torbalı” çimento müşterileri şeklinde iki grup oluşmaktadır. Birinci grubun tüketimi gerek müşteri kitlesinden gerekse de bir ölçüde nakliye dezavantajından dolayı şehir merkezlerinde ve daha dar bir alanda gerçekleşirken; fabrikaların satış alanları bakımından kesişim torbalı çimentoda ortaya çıkmaktadır.

- 180 İlgili soruşturmanın esas konusunun “fiyat tespiti” ve “pazar paylaşımı” olması nedeniyle ana ürün pazarı çimento olmakla beraber, analizler PKÇ/A (KÇ), PKÇ/B (TÇ) ve KZÇ (CÇ) 32,5 torbalı çimento üzerinde yoğunlaşmıştır. İlgili ürün pazarı, değerlendirmelerde genel pazar olan “çimento” ifade edilmedikçe PKÇ ve KZÇ 32,5 torbalı çimento olarak belirlenmiştir.

I.1.2. İlgili Coğrafi Pazar

- 190 İlgili coğrafi pazar da, ana başlıklar halinde belirlenmiştir. Buna göre, ilgili coğrafi pazarlar, İç Anadolu, Marmara ve Akdeniz Bölgeleridir. Ege Bölgesi’ne ilişkin çimento soruşturmasında bulunan ve 17.06.1999 tarih ve 99-30/276-166 (a) sayılı Kurul kararına² konu olan, çimento satış projeksiyonu anlaşmalarının da yukarıdaki ayırım göz önünde bulundurularak yapılması, bu

² 06.10.2000 tarih ve 24192 sayılı Resmi Gazete.

tanımı desteklemektedir. Ancak çimentonun nakliye maliyetinin önemli olması ve teşebbüslerin satış politikaları gibi nedenlerle bu genel başlığın altında alt pazarlar da oluşmaktadır.

200 Örneğin; İç Anadolu Bölgesi'nde, pazarın en batısında yer alan Set Afyon ile en doğusunda yer alan OYSA Niğde'nin hiçbir ortak faaliyet alanı bulunmamaktadır. Buna karşılık, her iki fabrikanın da Konya Çimento ile kesişen pazarları bulunmaktadır. Konya Çimentonun, gerek Konya'da, gerek Set Afyon ile kesişim bölgesi olan Akşehir'de gerekse de OYSA Niğde ile kesişim bölgesi olan Karaman'da farklı fiyatlar uyguladığı saptanmıştır. Benzer durum İç Anadolu Bölgesi'ndeki diğer teşebbüsler için de geçerlidir. Teşebbüsler il, hatta ilçe bazında, pazarın uzaklığı, pazarda faaliyet gösteren diğer teşebbüslerin davranışları, nakliye imkanları gibi etkenlere bağlı olarak farklı fiyat politikaları uygulamaktadır. Bu durum mikro marketler oluşmasına yol açmaktadır. Bu çerçevede, İç Anadolu Bölgesi başlığı altında alfabetik sırayla Afyon, Akşehir, Ankara, Bolu, Çorum, Eskişehir, Karaman, Kayseri, 210 Konya, Kütahya, Nevşehir, Niğde, Tavşanlı ve Yozgat bölgelerinde fiyat analizleri yapılmıştır. Bunların belirlenmesinde göz önünde bulundurulmuş kriter, fabrika merkezi ya da kesişim bölgesi olmalarıdır. Bölgede faaliyet gösteren teşebbüslerin fiyat listeleri, stratejik çalışmaları vb. dokümanlarında yapılan incelemeler neticesinde, benzer bir ayırımın kendileri tarafından da yapıldığı saptanmıştır. Fiyat analizleri dışında ise, aksi belirtilmedikçe, genel pazar tanımı olan İç Anadolu Bölgesi, ilgili coğrafi pazar olarak kabul edilecektir.

220 Akdeniz Bölgesi ise Batı ve Doğu Akdeniz şeklinde iki alt pazara ayrılmaktadır. Bu noktada Göлтаş'tan alınan, "Ege Bölgesi ve Batı Akdeniz Bölgesinin Bütünleşik Değerlendirilmesini Zorunlu Kılan Sebepler" başlıklı yazıya yer verilmelidir. İlgili yazıda, "*Çimsa, Adana ve İskenderun fabrikaları Akdeniz Bölgesi'nde bulunmasına rağmen, Batı Akdeniz'den çok farklılık göstermektedirler. Bu üç fabrikanın bulunduğu bölge ile Batı Akdeniz'de bulunan Göлтаş'ın konum ve pazar durumu itibarıyla hiç bir ilgisi yoktur. Örneğin Adana Çimento'nun ürettiği çimentonun tamamını iç piyasaya, Göлтаş'ın ürettiği çimentonun da tamamını ihracata verseniz bile birbirine hiç bir etkisi olmaz. Doğu Akdeniz ile Batı Akdeniz Bölgeleri coğrafi olarak birbirine etkileşimi olmayan pazarlardır. Fabrika kapasitelerinin müsbet veya 230 menfi yönde birbirine etkisi yoktur*" denilmektedir. Batı ve Doğu Akdeniz pazarlarına ilişkin fiyat analizleri de, bu iki bölgenin birbirinden farklılığını ortaya koymaktadır. Bu nedenlerle, Anamur'a kadar olan bölge, Batı Akdeniz; Taşucu'ndan başlayıp Antakya'ya kadar uzanan bölge ise Doğu Akdeniz pazarı olarak kabul edilmiştir.

240 Marmara Bölgesi'nde de, coğrafi özellikler, fabrikaların dağılımı gibi nedenlerle alt pazarlar oluşmuştur. Ancak Akçansa, Set Balıkesir ve Bursa Çimento'nun faaliyet gösterdiği "Güney Marmara Pazarı" olarak adlandırılabilir bölge dışındaki alt pazarların önemi bulunmadığından bunlara değinilmeyecektir.

I.2. Sektöre İlişkin Genel Bilgiler

I.2.1. Çimento Sektöründe Maliyetler

I.2.1.1. Tespitler

250 Temel konusu fiyat tespiti ve pazar paylaşımı olan bu soruşturmada, maliyetlere ilişkin analizlerin önemli bir yer tuttuğu açıktır. Bu çerçevede, öncelikle, çimento üreticileri arasında maliyetlerin farklılık gösterip gösteremeyeceği açıklanacaktır.

Aşağıdaki belgeler, çimento fabrikalarının birbirlerinden farklı maliyetlerle üretim yaptıklarını ve bunun nedenlerini ortaya koymaktadır:

260 1. VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı Çimento Hammaddeleri ve Yapı Malzemeleri Raporu'nda (s.54), "...hammadde kullanım miktarlarının çok yüksek olması, nakliye maliyetlerinin düşük olmasını gerektirdiğinden ana hammadde sahalarının fabrikaya yakın olması (ençok 5 km) büyük önem taşımaktadır. Ayrıca hammaddelerin kaliteli, kolay kırılabilir, öğütülebilir ve pişebilir özellikte olması, düşük nem içermesi, sahaların ocak işletmeciliğine uygun olması, dekapaj gerektirmemesi, tarım-orman alanları içinde olmaması hammadde maliyetlerinin düşük olmasını sağladığından hammadde etütlerinde esas alınması gereken kriterler olmaktadır" denilmektedir.

2. VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı Çimento ve Hazır Beton Sanayi Özel İhtisas Komisyonu Raporu:

270 1) "...Çimento üretim metod ve teknolojisinde en önemli farklılıklar fırın ünitelerinde kendini göstermektedir..."

iv. Isı enerjisinin daha tasarruflu kullanılmasına yönelik teknolojiler:

...Ön kalsinasyonlu sistem ise bir japon firması tarafından geliştirilmiştir...Sistem ayrıca ısı sarfiyatını %5-10 civarında azaltmaktadır. Bu uygulama aynı zamanda çimento fırınlarında düşük kalorili kömürlerin ve atıkların yakılması imkanını da getirmektedir.

280 v. Elektrik enerjisinden tasarruf sağlayan yenilikler: Çimento üretiminde kullanılan elektrik enerjisinin %40'ının öğütme sistemlerinde kullanılması gerçeği, üreticileri daha az enerji kullanan öğütme metotları aramaya sevk etmiştir. Dolayısıyla yeni eziciler, kırıcılar, öğütücüler, separatörler ve değirmenler geliştirilmiştir. Çarpmalı kırıcılar, şakuli tipli valsli değirmenler veya yüksek basınçlı merdaneli öğütücüler, klinker, kömür veya hammadde öğütmede %15-20 enerji tasarrufu sağlamaktadırlar. Yüksek randımanlı separatörler tesis edilmek suretiyle %15-20 enerji tasarrufu sağlanabilmektedir. Yeni uygulanan yoğun-faz pnömatik taşıma sistemleri enerji tüketiminde önemli tasarruf sağlamaktadır...

vi. Katkı maddeleri kullanımında artış: Enerji tasarrufunun önemli bir yolu da çimentoda katkı maddeleri kullanımındır ve bu yöntem dünyanın birçok bölgesinde gittikçe önem kazanmaktadır...” (s.27-35 arasından)

290 2) “...Fabrikanın hammadde ocaklarına yakınlığı, yakıt, kraft kağıdı torba temininde dağıtım merkezlerine mesafesi vs. gibi unsurlar maliyetlerde farklılık getirmektedir.” (s.54)

3. Bolu Çimento Sanayii A.Ş.(BÇS)’den alınan maliyetlere ilişkin bir belgede “(Prekalsinasyon yolu ile kapasite artırımı) Yatırım(ı) sonucunda; 1-Elektrik ham çimentoda (....) kwh’dan (....) kwh’a inmiştir. Yılda (.....) ton çimento üretildiğinde sağlanan tasarruf (.....) kwh olup, bugünkü fiyatı (Nisan 1999) (....) kwh/TL’den yıllık tutarı (.....)TL’dir. 2-Klinker pişirme kalorisi (....) k.kaloriden (....) k.kaloriye inmiş olup, (.....)ton klinkerde sağlanan tasarruf (.....) k.kaloridir. 1 k.kalori fiyatı (.....) TL’den yıllık tutarı (.....) TL’dir. 3-Üretimin 260 kişi ile yapıldığını varsaydığımızda kişi başına klinker üretimi (....) ton’dan (...../.....) (.....) tona çıkmıştır (...../.....)” ifadeleri yer almaktadır.

4. ESÇİM Eskişehir Çimento Fabrikası T.A.Ş.(Eşçim) 2000–2004 Dönemi Gelişme Planı ve 2000 Yılı Programı’nda, özetle fabrikalarının belli kısımlarında üretim maliyetleri açısından tasarrufa yönelik yatırımlarda bulunduğu ve önemli oranlarda tasarrufların sağlandığı ifade edilmektedir.

310 5. “Set Afyon Pazarlama ve Satış 3 Yıllık Plan Sunumu-Kuvvetli ve Zayıf Yönler Analizi”nde, “Tehditler ve Fırsatlar Analizi” başlığı altında, “Tehditler” arasında yer alan, “rakip fabrikaların (Denizli, Göltaş) kapasitelerinin yüksek olması nedeniyle, düşük maliyetle ürünlerini bize göre daha uygun vade ve fiyatla satabilecek olmaları” ve “Denizli fabrikası 1999 yılından itibaren kendi elektriğini üreterek üretim maliyetlerini düşürecek” şeklindeki ifadeler, sektörde nasıl maliyet avantajı sağlanabileceği sorusuna cevap niteliğindedir.

320 6. Set Afyon’un rakiplerine ve pazarına ilişkin, 30.6.2000 tarihli çalışmada, Denizli Çimento’nun kuvvetli yönlerinden biri, “Fabrikanın ihtiyacı olan elektriğin %65’ini kendisi üretiyor olması”, Eşçim’in zayıf yönlerinden biri ise, “Eski bir fabrika olması ve kapasitesinin düşük olması” şeklinde belirtilmiştir.

7. Set Ankara Satış ve Pazarlama 3 Yıllık Plan Güçlü ve Zayıf Noktalar Analizi’nde, “Tehditler ve Fırsatlar Analizi” başlığı altında, “Tehdit” olarak değerlendirilen “Bolu Çimento fabrikasının kurmayı planladığı termik santral projesi. Ucuz enerji avantajı sağlama” ifadesi dikkat çekicidir.

330 8. Set Ankara’nın rakiplerine ve pazarına ilişkin, 27.06.2000 tarihli çalışmada, Yozgat Fabrikası’nın kuvvetli yönü, “Hammadde ucuz”; Bolu Fabrikası’nın kuvvetli yönleri, “Ucuz maliyet, yakın hammadde imkanları, enerji santral kurma planları mevcut”; Baştaş Fabrikası’nın kuvvetli yönleri

ise, “hammadde kaynaklarına yakınlığı, ucuz maliyet ve enerji girdisinde önemli yeri olan ithal kömürünü ucuza temin etmesi” şeklinde belirlenmiştir.

340 **9.** Raportörler tarafından yöneltilen “Çimento üretiminde bir optimum ölçek var mıdır? Örneğin 1.000.000 ton/yıl üzerinde üretim optimum ölçek olarak kabul edilebilir mi?” sorusuna BÇS yetkilileri, “Kullanılan teknolojiye bağlı olarak daha az kapasitede de etkin çalışılabilir; ancak doğal olarak aynı teknolojik altyapıya sahip iki fabrikadan daha çok üretim yapan daha etkin olacaktır. Bu noktada fabrikaların sahip olduğu fırın sayısı da önem kazanmaktadır. Çünkü 1.000.000 tonu tek bir fırında üretiyorsanız o fırından yalnızca tek bir ekip sorumlu olacaktır. Ancak örneğin üretim kapasitesi bizim fabrikamızdan yüksek olan Adana çimentonun 4 fırını olduğundan her fırın için ayrı ekipler kurulması gerekmektedir ki bu maliyetleri artıran bir durumdur. Fabrikamızın üretim kapasitesi, tek fırınla 1.000.000 tonun üzerinde olmasına rağmen bizim de hammaddeden kaynaklanan dezavantajımız var. Çünkü bölgemiz deprem bölgesi ve yerküre hareketleri nedeniyle hammaddeler homojen biçimde elde edilemiyor. Ayrıca hammadde alanlarına uzaklık da maliyetleri olumsuz yönde etkilemektedir” cevabını vermiştir³.

350

10. Raportörler tarafından yöneltilen “Fabrikanızı, maliyet faktörleri bakımından, Ankara’daki diğer üreticilerle karşılaştırabilir misiniz?” sorusuna, Baştaş yetkilileri, “Entegre tesis olduğumuzdan klinker üretimi yapmaktayız. Bu sayede, klinker üretimi yapamayan Yibitaş Lafarge Hasanoğlan ve Bolu Çimento Ankara öğütme tesislerine nazaran bir maliyet avantajımız var. Set Ankara fabrikasının bize göre avantajlı olduğu husus, Ankara pazarına yakınlıktan kaynaklanan nakliye maliyetlerindeki düşüklüktür. Buna karşılık Set Ankara’nın hammadde kaynaklarına uzaklıktan kaynaklanan maliyet dezavantajı var. Ayrıca belediye mücavir alan sınırları içinde olduklarından kömürü yalnızca BELKO’dan alabiliyorlar ki, bu da üretimde çok önemli bir kalem olan yakıt maliyetlerini artırmakta. Bunlara karşılık, bizim Ankara pazarına uzaklıktan dolayı nakliye maliyetlerimiz fazladır. Fakat hammadde kaynaklarımızın fabrika sahasında bulunması bir ölçüde avantaj sağlamaktadır” cevabını vermiştir⁴.

360

11. Raportörler tarafından yöneltilen “Fabrikanızın yarı yaş sistemde üretim yapması maliyetlerinizi nasıl etkiliyor?” sorusuna, Set Afyon yetkilileri, “Yarı yaş sistemde üretebilmek için kuru sistemden farklı olarak hammaddeye %13-14 oranında su katılmaktadır. Bu suyu buharlaştırmak için ekstra yakıt harcanmakta ve bu üretim maliyetini kuru sisteme göre yaklaşık 2 ABD \$/ton artırmaktadır. Öte yandan kuru sistemde ürünün kurutulması fırının kendi gazlarıyla yapılmaktadır. Bu unsurlarla birlikte yarı yaş sistemin üretim kapasitesinin kuru sisteme göre yaklaşık %10 daha düşük olmasından dolayı sabit maliyetler bakımından da bir dezavantajı söz konusu olmakta ve yarı yaş sistemde üretilen çimentoya göre maliyeti daha yüksek olmaktadır” cevabını vermişlerdir.

370

³ Benzer cevaplar, Baştaş, Çimsa Kayseri ve YLOAÇ’ta hazırlanan tutanaklarda da yer almaktadır.

⁴ Benzer cevap, Set Ankara’da hazırlanan tutanakda da yer almaktadır.

Aşağıdaki belgeler, aynı grup içinde yer alan çimento fabrikalarının bile maliyetlerinin birbirlerinden farklılaştığını ortaya koymaktadır:

380

12. BÇS'den alınan 18.11.1996 tarihli belgede, OYAK (Adana, Bolu, Elazığ, Mardin ve Ünye) ve OYSA (Niğde ve İskenderun) fabrikaları karşılaştırılırken kullanılan ifadeler, aynı gruba ait çimento fabrikaları maliyetlerinin nasıl farklılaştığını ortaya koymaktadır:

“GENEL İŞÇİLİK

...Adana ve Bolu'nun çimento üretimleri hemen hemen aynı olmasına karşın, Bolu'nun işçi sayısının az oluşu (az işçi ile aynı üretimi yapması nedeniyle) genel işçilik maliyetinin oldukça aşağıda kalmasını sağlamıştır. Adana'da ünitelerin fazlalığı (4 fabrikanın olması) nedeniyle daha çok işçi çalıştırılmakta, bu nedenle genel işçilik maliyetleri yüksek çıkmaktadır. Aynı yorum, çok rahatlıkla Elazığ için de yapılabilir...

390

YAKITLAR

a) *Pişirme :*

...Diğer yandan, fabrika teknolojisi de yakıt giderlerini etkilemektedir. Yine açık bir örnekle, Bolu Çimento 1 ton klinker üretmek için (.....) kalori harcarken, Adana (.....) kalori harcayarak 1 ton klinker üretebilmiştir. Bolu Çimento Fabrikası'nın döner fırın teknolojisinin Adana'ya göre daha iyi oluşu pişirme ve hammadde kurutma maliyetlerinin daha aşağıda oluşmasına etkide bulunmuştur.

400

b) *Hammadde Kurutma :*

Pişirmede ifade edilen hususlar, her iki şıkda da girdinin aynı olması nedeniyle burada da geçerlidir. Elazığ'ın hammadde kurutmada yüksek maliyete sahip olmasının nedeni, diğer fabrikalar gibi farin kurutmasının yanı sıra, %39 nemli Gölbaşı kömürünü de kurutuyor olmasıdır...

PERSONEL ÜCRETLERİ

Bu gider kalemi, çimento üretimi, kapsam dışı teknik personelin sayısı ve ücretiyle ters yönlü ilişkilidir. Adana'nın ünitelerinin dağınıklığı nedeniyle diğer fabrikalara göre daha fazla kapsam dışı personel çalıştırması bu giderin yüksek çıkmasına neden olmaktadır...

410

DIŞARIDAN SAĞ.FAY. VE HİZ.

a) *Enerji :*

Fabrikaların kapasiteleri ölçüsünde puant saatlere girip girmediğine, kalkınmada öncelikli yörelerde bulunup bulunmadıklarına, üretim teknolojilerinin eskiliği-yeniliği, klinkerin olup olmadığına göre enerji maliyetleri farklılık göstermektedir. Bolu'nun enerji gideri, satın aldığı klinkerin üretimine yansımaları, teknolojinin daha yeni olması nedeniyle düşük kalmaktadır..."

420

13. Yibitaş Lafarge Orta Anadolu Çimento San. ve Tic. A.Ş. [YL veya YLOAÇ] 7.7.1999 tarihli 1999 İlk Yarı Yıl Değerlendirmesi'nde, YLOAÇ'ın, Yozgat, Çorum, Sivas, Hasanoğlan, Nevşehir ve Samsun fabrikaları için ayrı ayrı yapılan analizlerde, her fabrikada kullanılan katkı oranlarının, yakıt karışımlarının, yakıt tüketimlerinin, elektrik enerjisi tüketimlerinin birbirinden farklı olduğu görülmektedir. Nitekim bu farklılıklar, 6 fabrikanın da birbirinden farklı "değişken, sabit ve toplam" maliyetlere sahip olmasına yol açmıştır.

430 14. YLOAÇ'tan alınan Lafarge Turkey September'99 Management Report çalışmasında, "...Yozgat ve Ağustos'tan itibaren Sivas fabrikası, elektriğe yarı fiyat ödemek şeklindeki devlet teşviğinden yararlanıyor. Teşvik miktarı aylık olarak Yozgat için (...) MUSD ve Sivas için (...) MUSD. Tasarrufun, yıllık olarak, Yozgat için (...) MUSD ve Sivas için (...) MUSD olması bekleniyor..." ifadesi yer almaktadır.

15. YLOAÇ'tan alınan "Key Performance Indicators" başlıklı tabloda, "Katkı Oranı, Enerji Tüketimi, Yakıt, Enerji Maliyeti ve Hammadde Maliyeti" başlıkları altında, Yozgat, Çorum, Sivas, Hasanoğlan, Nevşehir ve Samsun fabrikalarına ait verilere yer verilmiştir. Aynı şirket fabrikalarına ait bu veriler arasındaki büyük farklılıklar dikkat çekicidir.

440 Aşağıdaki belgeler, fabrikaların üretim maliyetlerinin birbirlerinden önemli miktarlarda farklılaşmasının nedenlerini ortaya koymaktadır:

16. YLOAÇ'tan alınan 19.7.1996 tarihli Fabrikaların Uzun Vadeli Planı 1996–2006 çalışması:

450 "YLOAÇ Fabrikalarının Rakiplerinin Analizi" tablosunda, "Kapasite, Performans Değerleri (C/K, Sp. Isı, Sp.Güç) ve Takribi Maliyetler (Hammadde, Yakıt, Elektrik, İşçilik, Bakım, Diğer, Toplam)" başlıkları altında YLOAÇ rakiplerine ilişkin veriler ortaya konmuştur. Bu verilerden de anlaşılacağı üzere, çimento fabrikalarının maliyetleri arasında büyük farklılıklar bulunmaktadır. Örneğin, en düşük maliyetli fabrikanın birim maliyeti 20.6 ABD Doları iken, en yüksek maliyetli fabrikanın maliyeti 29.7 ABD Doları olarak gösterilmiştir. Görüldüğü üzere arada %50'ye yakın bir fark bulunmaktadır.

Bu farklılıkların nasıl oluştuğuna dair açıklama yine ilgili çalışmadan alıntılarla açıklanabilir:

"Aşağıda rakip firmalar hakkında bazı stratejik bilgiler yer almaktadır:

Set–Ankara Çimento

460 *Hammadde maliyetleri 2 US\$/ton'dur. Fabrika şehrin içinde kaldığından dolayı çevre problemi vardır ve ocakları gelecek senelerde kapatmak zorundalar. Fabrikanın şehre çok yakın olmasından dolayı SO² emisyonlarını engellemek amacıyla oldukça pahalı olan düşük kükürt muhteviyatlı kömür kullanıyorlar. Kalori sarfiyatları 810 kcal/kg. Yakıt maliyeti 5 US\$/t ve toplam maliyet 23 US\$/ton KK'dir...*

Baştaş Çimento

...Hammadde maliyetleri düşüktür (1.5 US\$/ton). Spesifik kalori ve elektrik üretimleri 850 kcal/kg ve 110 kwh/ton'dur. Çevre konusunda şimdilik kritik problemleri olmadığından her tip kömür kullanılabilir. Bunun yanı sıra,

470 *pazara yakınlıklarından dolayı nakliye maliyetleri düşüktür...Toplam maliyet 23.8 US\$/ton KK'dir.*

Bolu Çimento

Hammadde maliyeti 1.8 US\$/t KK'dir...PASEC Sistem-Voest Alpine'den dolayı spesifik yakıt tüketimi ve spesifik elektrik tüketimi 765 kcal/kg ve 90 kwh/t'dur. Fabrikanın konumundan dolayı yakıt nakliye masrafları yüksektir...Toplam maliyet 20.1 US\$/t KK civarındadır...

Niğde Çimento

480 *...Hammadde maliyetleri açısından oldukça rekabetçi bir durumdalar (1.5 US\$/ton). Öte yandan spesifik kalori sarfiyatları 950 kcal/kg ve spesifik elektrik sarfiyatı ise 110 kwh/ton CC'dir..."*

İlgili çalışmada bu ifadelerin ardından, Yozgat, Çorum ve Sivas fabrikalarının maliyetleri arasındaki farklılık nedenleri, hammadde, enerji, bakım, organizasyon, çevre gibi başlıklar altında açıklanmıştır. "Hammadde" başlığı altında yapılan değerlendirmelerden, hammadde ocağının fabrikaya olan uzaklığının ve çıkarılan hammadde kalitesinin, maliyetler üzerinde etkili olduğu anlaşılmaktadır. "Enerji" başlığı altında ise, klinker ve çimento üretim süreçlerinde yapılması gereken teknolojik yenilemelerden ve bunların elektrik ve yakıt tüketimini azaltarak getireceği maliyet avantajlarından bahsedilmektedir. Bu başlık altında yer alan "*...Arçelik firması tarafından inşa edilen, çimento fabrikası için yeterli 10 MW'lık bir dizel elektrik santrali 1995 fiyatlarıyla 12 milyon dolara malolmuştur. Üretim maliyeti 3.5 cents/kwsaat'dir. TEK fiyatı olan 7.5 cent/kwsaat ile mukayese edildiğinde 4 centlik bir kazanç yılda 4.5 milyon US\$/yıl tasarruf anlamına gelir. Yatırımın geri dönüşü 3 yıldır...*" ifadesi özellikle dikkat çekicidir.

500 **17.** Haziran 1998 tarihli Lafarge Turkey Central Anatolia Strategy Review Extension çalışmasında, "*İktisadi fiyattan yaklaşık 5 \$/t daha yüksek olan fiyat ödülünün korunabilmesi, Bolu, Konya gibi nakliye dahil maliyetleri Ankara'daki oyunculara çok yakın olan dış oyuncuların davranışlarına bağlıdır*" ifadesi yer almaktadır. Bu belge, 1.000.000 ton/yıl'ın üzerinde kapasitesi olan Bolu ve Konya Çimento'nun, üretim maliyetlerinin düşüklüğü sayesinde, nakliye maliyetleri eklendiğinde dahi, Ankara'daki üreticilere yakın bir dağıtım maliyetine sahip olacağını göstermektedir.

1.2.1.2. Savunmalar ve Bu Savunmalara İlişkin Değerlendirmeler

510 Soruşturma kapsamındaki teşebbüslerin, yukarıda yer verilen tespitlere ilişkin olarak yaptığı başlıca savunma⁵, "*çimento fabrikalarında üretim maliyetlerini oluşturan kalemlerin büyük ölçüde aynı olduğu, bu kalemlerde anlamlı değişiklik yapmanın ve iddia edildiği üzere, maliyetlerde %50'ye yakın fark yaratılmasının mümkün olmadığı*" şeklindedir.

⁵ "Savunma" ifadesi, haklarında soruşturma yapılan teşebbüslerin, birinci ve ikinci yazılı savunmaları, ek görüşe cevapları ile sözlü savunma toplantısında ileri sürdükleri hususları kapsamaktadır.

Üretim girdileri aynı olmasına rağmen değişik üretim teknolojileri sayesinde maliyetlerin nasıl ve ne kadar farklılaştığı, soruşturma kapsamındaki teşebbüslerde yapılan yerinde incelemelerde bulunan belgelerle tespit edilmiştir.

520 Diğer bir savunma ise, *“teşebbüslerin farklı teknikler kullanarak maliyetlerini hesapladığı; dolayısıyla bu verilerin kıyaslanmasının doğru olmayacağıdır.”*

Kurul’umuz, teşebbüslerin maliyet belirleme tekniklerinin farklı olabileceğini kabul ettiğinden, soruşturma kapsamındaki teşebbüslerin gönderdiği maliyet verilerine tek başına itibar etmeyip, yukarıdaki gibi ayrıntılı analizleri dikkate almıştır.

530 Sonuç olarak, yukarıdaki belgeler çerçevesinde, savunmalardaki iddialar ve yaygın kanının aksine, çimento üreticilerinin maliyetleri arasında, hammadde kaynaklarına yakınlık, teknolojiye yatırım, doğru personel politikası gibi etkenler sayesinde büyük farklılıklar olduğu söylenebilir. Bu durum, istenildiği takdirde aynı ilde hatta yakın bölgelerde yer alan çimento üreticilerinin sahip olduğu üretim maliyeti avantajını kullanarak rekabet edebileceğini göstermektedir.

I.2.2. ÇİMENTO SEKTÖRÜNDE NAKLİYE MALİYETLERİ

I.2.2.1. Tespitler

540 Üretim maliyetlerinin önemli ölçüde farklılaşabildiği ve bu sayede, aynı il veya yakın bölgelerdeki çimento fabrikalarının istedikleri takdirde rekabet edebilecekleri yukarıda ortaya koyulmuştur. Bu aşamada, görece uzak bölgelerde yer alan çimento fabrikalarının birbirleri ile rekabet edip edemeyeceğine ilişkin analizler yapılacaktır. Bunun için, çimento, gübre gibi taşıma maliyetinin üretim maliyetine oranının yüksek olduğu sektörlerde nakliye maliyetlerini incelemek gereklidir. Bu çerçevede, öncelikle nakliye maliyetlerinin nasıl hesaplanacağı ve bu maliyetleri nelerin etkileyeceği konuları incelenecektir.

550 Çimento sektöründe, çift yönlü nakliyenin söz konusu olduğu durumlarda “motorin zam miktarı x 0,0386 x kilometre” şeklinde bir formül kullanıldığı; tek yönlü nakliyede ise, yukarıdaki formül neticesinde oluşan verinin 2 (iki) ile çarpıldığı tespit edilmiştir. Teşebbüs yetkilileri “bu formülün tecrübeler neticesinde oluştuğunu” belirtmiştir.

Nakliye maliyetlerine ilişkin olarak değinilmesi gereken diğer bir husus, Komisyonun çimento kararında da belirtildiği üzere, nakliye mesafesi uzadıkça, nakliye maliyetlerinin azalan oranlı olarak artmasıdır. Benzer

560 şekilde, fabrika merkezlerine yapılan nakliyelerde de, yükleme-boşaltma giderlerinden dolayı, belli bir mesafeye kadar olan nakliye maliyetine yakın bir miktar oluşmaktadır.

Nakliye maliyetlerini, yukarıdaki reel etkiler yanında, bazı savunmalarda da belirtildiği üzere, nakliyenin kim tarafından, hangi saikle yapıldığı da etkilemektedir. Ancak tekrara yol açmamak bakımından buna ilişkin değerlendirmeler, dikey kısıtlamalara ilişkin bölümde yapılacaktır.

570 Yukarıdaki formül dikkate alınarak hesaplanan nakliye maliyetleri, Türk çimento endüstrisinde yaygın bir davranış olan rakip fabrika merkezlerine satış yapılmaması uygulamasını, o bölgedeki fabrikanın üretim maliyetlerine yakın düzeyde bir fiyatla satış yapması halinde haklı kılmaktadır. Ancak Kurul tarafından yapılan analizler şunu göstermiştir; çimento fabrikalarının buldukları merkezde üretim maliyetlerinin çok üzerinde bir fiyatla satış yapmaları, rakiplerin yüksek nakliye maliyetine rağmen karlı biçimde ilgili merkeze gelebilmesine imkan vermektedir. Bu noktada, Set Group'ta bulunan ve temel varsayımları, Kurul'un analizlerinde de kabul edilen ve yukarıda metnine yer verilen belgeye değinilmelidir:

580 1. Set Group'tan alınan, üretim ve nakliye maliyetleri ile birlikte mikro marketler ölçeğinde Set Afyon ve rakiplerinin değerlendirildiği çalışmadan çıkarılabilecek sonuç, Set Afyon'un üretim maliyetleri bakımından Konya, Denizli ve Göltaş'a göre en dezavantajlı konumda olmasına rağmen, nakliye maliyetleri dahil edildiğinde Afyon pazarında en avantajlı konuma geçmiştir. Ancak, tabloya göre pazarda oluşması gereken ekonomik fiyat (....) ABD Doları iken, yine Set Afyon verilerine göre Afyon il sınırları içindeki 1999 yılı 590 ortalama PKÇ 32,5/A torbalı fiyatı 34,53 \$ olmuştur. Dökme çimento fiyatlarının daha da yüksek olduğu ve ilgili bölgenin, Set Afyon'un görece rekabet içerisinde olduğu, dolayısıyla daha düşük fiyatla satışların yapıldığı Afyon Merkez dışındaki pazarları kapsadığı düşünüldüğünde, bu ortalama satış fiyatı daha da yükselecektir. Bütün bu hususlar göz önünde bulundurularak Afyon'a, Konya ve Denizli'nin 30 ABD Doları, Göltaş'ın ise 27 ABD Doları nakliye dahil maliyetlerine rağmen girmemesi, rakip fabrika merkezine satış yapılmamasının nakliye maliyeti ile ilişkili olmadığını göstergesidir. Benzer tablolar, fabrika bulunan diğer merkezler için de yapılmıştır. Bu bölgelerde de, iktisadi fiyatın üzerinde fiyatlar olmasına rağmen, nakliye dahil maliyetleri daha düşük olan diğer fabrikalar, rakiplerinin bölgelerine girmemektedir.

600 Kurul'umuzca yapılan hesaplamada da rakip fabrika merkezlerine satış yapılmamasının en yaygın olduğu İç Anadolu Bölgesi'ndeki fabrikaların üretim maliyetlerine, yukarıdaki formülle hesaplanan nakliye maliyetleri eklenmiştir. 1998-1999'daki her ayın ortalama üretim ve nakliye maliyet verileri ile elde edilen sonuç, rakip fabrika merkezlerindeki aylık ortalama fiyatlara, tıpkı Set Group'un çalışmasındaki gibi 2 USD eklenerek, elde edilen fiyatla karşılaştırılmıştır. Bulunan sonuçlar, nakliye maliyeti "tek yönlü" varsayımı

altında hesaplansa dahi, rakip fabrikaların buldukları merkezlere her zaman için karlı satışlarla girme olanağını göstermektedir. Bu sonuçlara "Bölgeler"e ilişkin bölümde ayrıntılı olarak yer verilecektir.

610 Nitekim aşağıdaki belgeler de, mevcut fiyat yapısında, istenildiği takdirde rakip fabrika merkezlerine girilebileceğinin göstergesidir:

2. Set Afyon'un rakiplerine ve pazarına ilişkin, 30.6.2000 tarihli çalışmada, Göltaş Fabrikası'na ilişkin olarak, "Tehditler" başlığı altında, "Afyon'dan Antalya bölgesine Tuğla gitmesi nedeniyle, bölgemize çimento gelmesi bakımından uygun nakliye bulunması"; Konya Fabrikası'na ilişkin olarak ise yine "Tehditler" başlığı altında, "Afyon'dan Konya bölgesine Tuğla gitmesi nedeniyle bölgemize uygun fiyatla çimento nakliyesi olması" ifadeleri yer almaktadır. Bu ifadeler, Set Afyon'un isimleri geçen rakiplerinin istedikleri takdirde Afyon'a girebileceğini ortaya koymaktadır.

620

3. 7.10.1997 tarihli Esçim III. Stratejik Planlama Komitesi Toplantı Raporu'nda yer alan Genel Müdür Sadık AKALAN'ın, "Eskişehir ve Bilecik'e başka çimento fabrikaları girmiyor, girerse savaşa gireriz. Ton başına 13 \$ kaybederiz. Diğerlerinin pazarına girmeye çalışırsak onları tedirgin ederiz" şeklindeki sözleri, istenildiği takdirde Esçim'in diğer fabrika merkezlerine, diğer teşebbüslerin de Eskişehir'e girebileceğini göstermektedir.

630

4. ÇMİS Türk Rekabet Hukuku ve Rekabet Kurumu Uygulamaları Semineri'nde, Batıçim Yönetim Kurulu üyesi Şinasi ERTAN'ın, "... 1989 veya 90 senesinde İstanbul'da yüzer bir terminal vardı. Oraya 10 bin ton mu ne İzmir'den ihtiyacı var. Bölge fabrikalarından temin edemiyor. Herhalde talep fazlası var o sıralarda bir dökme gemisi gönderdik. Hiç unutmuyorum, dünya başımıza yıkıldı. Ne oldu biliyor musunuz? 4 fabrika gayet güzel bir organizasyon içerisinde yemin ediyorum ki size yaptığım hesaplamalara göre o günkü maliyetine fiyatlarla İzmir'e günlerce çimento sattım" şeklindeki sözleri (s.176), istenildiğinde İzmir-İstanbul arasında bile çimento satışının yapılabileceğini göstermektedir.

640

5. Haziran 1998 Tarihli Lafarge Turkey Central Anatolia Strategy Review Extension çalışması:

1) "Strategic Options New Assumptions" başlıklı sayfada, "YLOAÇ fiyat savaşı tehdidine bağlı olarak Ankara pazarında yapay bir pazar payını sürdürebilmektedir" ifadesi yer almaktadır.

2) "Price Sensitivity in Ankara" başlıklı sayfada, "Ankara'daki 5 \$/t'luk fiyat ödülünün nedeni fiyat savaşı tehdidir. YLOAÇ'a rakiplerini fiyat savaşı ile tehdit etmesine bağlı olarak Ankara'da pazar payı bırakılmıştır." ifadesi yer almaktadır.

650

3) “Ankara Market Competitive Pressure from Outside Players” başlıklı sayfada, *“Fakat, bugün, Konya ve Bolu gibi aktörler pazara girebilir ve YLOAÇ’a bırakılan %23 pay üzerinde hak iddia edebilir”* ifadesi yer almaktadır.

4) “Additional Strategic Options Incremental NPV – Price in Ankara: 35\$/t” başlıklı sayfada, *“Ankara’da %23 pazar payı ile 35 \$/t fiyatı koruyabilen seçenekler YLOAÇ’ın Konya ve Bolu’yu pazarın dışında tutabilme kapasitesine bağlıdır”* ifadesi yer almaktadır.

660

5) “Conclusion” başlıklı sayfada, *“İktisadi fiyattan yaklaşık 5 \$/t daha yüksek olan fiyat ödülünün korunabilmesi, Bolu, Konya gibi nakliye dahil maliyetleri Ankara’daki oyunculara çok yakın olan dış oyuncuların davranışlarına bağlıdır. Bu dış oyuncuların varlığında, %23 pazar payını ve 5 \$/tonluk fiyat ödülünü koruyabilmek zordur”* ifadesi yer almaktadır.

Pazarda fiyat savaşı tehdidine bağlı olarak rekabetçi fiyatların oluşmaması, düşük üretim maliyetine sahip teşebbüslerin nakliye maliyetine rağmen uzaktaki rakibin pazarına girebilmesine imkan vermektedir.

670

1.2.2.2. Savunmalar ve Bu Savunmalara İlişkin Değerlendirmeler

Soruşturma kapsamındaki teşebbüslerin, yukarıda yer verilen tespitlere ilişkin olarak yaptığı başlıca savunma, *“motorin zam miktarı x 0,0386 x kilometre formülünün, belli bir nakliye maliyetinin üzerine eklenecek motorin fiyat artışını hesaplamak için kullanılabilmesi; kaldı ki, nakliye maliyetinin, araç büyüklüğü, mevsim, nakliye yapılacak yer gibi faktörler gözetenmeden, yalnızca bu nitelikte bir formülle belirlenmesinin mümkün olmadığı”* şeklindedir.

680 Kurul’umuzca nakliye maliyetinin yalnızca ilgili formülle hesaplanamayacağı, başka etkenlerin de göz önünde bulundurulması gereği zaten kabul edilmiş; hatta çimento sektöründeki dikey kısıtlamalara ilişkin görüşler bu doğrultuda oluşturulmuştur. Yukarıdaki formülün kullanılmasının sebebi ise, yapılan analizlere belli bir ölçüde ışık tutulabilmesinin sağlanmasıdır.

Yukarıdaki analiz ve belgeler çerçevesinde sonuç olarak şunlar söylenebilir. Çimento endüstrisinde nakliye maliyetinin, üretim maliyetine oranı yüksektir. Bu durum, eğer nakliyenin yapıldığı bölgedeki fiyatlar, üretim-değişken maliyet seviyesine yakın oluşmuşsa rakiplerin girmesine engel teşkil etmektedir.

690 Ancak şu da bir gerçektir; fabrikalar kuruldukları merkezde, rakiplerinin anlaşma ya da tek taraflı politikalara bağlı olarak girmemesi neticesinde önemli bir pazar gücüne sahip olmakta ve maliyetlerinin çok üzerinde fiyatlar uygulamaktadır. Bu fiyat yapısı, çevre teşebbüslerin pazara girebilmesine imkan vermekte; ancak anlaşma ya da misillemeye uğrama korkusuna dayanan tek taraflı şirket politikaları yüzünden rakip fabrikaların kurulduğu pazara girmemek şeklindeki davranış devam etmektedir. Böylece *“yumurta-tavuk”* ilişkisi şeklinde özetlenebilecek bir yapı oluşmaktadır. Hemen belirtmek

700 gerekir ki “tek taraflı şirket politikaları” ifadesi bir bilinçliliği ifade etmektedir. Çimento sektöründeki teşebbüsler bilinçli olarak rakip bölgelere girmemektedir ancak bu bilinçli davranış tek yönlü olduğu sürece bir ihlal teşkil etmez.

I.2.3. Sektöre Genel Bir Bakış

I.2.3.1. Tespitler

Üretim ve nakliye maliyetlerine ilişkin açıklamalardan sonra sektöre genel bir bakışta bulunmak yerinde olacaktır.

710 Çimento sektörü kar marjının yüksek olduğu bir sektördür. Aşağıdaki iki belge ve maliyet-fiyat analizleri bunu destekleyici niteliktedir:

1. Özgür Çimento'dan alınan bir yazıda, “...Çimento piyasasında ise durum çok farklı. Radikal dalgalanmalar olmuyor, çimento piyasası hazır beton piyasası gibi değil. Yatırımı çok ağır olduğu için piyasaya yeni üreticiler giremiyor. Bizim bölgemizdeki üreticiler yüksek karla çalışmaya alışmış ve şartlanmışlar. Zaman zaman fiyat rekabete girip fiyat kırımını oluyor. Ancak bunlar çok kısa vadeli oluyor, hemen oturup tekrar anlaşıyorlar, yüksek karla çalışmak onları rehavete itmiş. Dolayısıyla çimentodaki karlılığımızın hiçbir zaman %25'in altına düşmeyeceğini hesaplıyoruz” denilmektedir.

720

2. Eşçim 1998–2002 Dönemi Gelişme Planı ve 1998 Yılı Programı'nda, “Türkiye genelinde azalmakta olan pazar payımızın arttırılması, ancak Eskişehir dışında bir fabrika almak veya kurmakla mümkün olabilecektir. Bugünkü ekonomik dengelerle Çimento fabrikalarının akıllı bir yöntemle %35 kar marjı ile çalışabileceği ve kendini yaklaşık 4 yılda geri ödeyebileceği düşünülürse karlı bir yatırım olarak görülmektedir” ifadesi yer almaktadır.

730 Türkiye gelişmekte olan bir ülkedir. Bu nedenle gelişmiş ülkeler gibi yatırımların durduğu olgun bir pazar değildir. Alınması zor olan ÇED raporu dışında pazara girişe hukuki bir engel bulunmamaktadır. Bu etkenler karlılıkla birleşince, çimento sektörüne gerek yerli sermayenin gerekse de Lafarge, Italcementi, Heidelberger, Vicat ve Cementir gibi yabancı sermayenin yatırımları devam etmektedir. Ancak bu noktada bir hususu belirtmek gerekir. Yatırımlar, sektöre yeni oyuncuların girişi ya da yaklaşık 100.000.000 ABD Doları maliyetindeki klinker ve çimento üretimini bir arada gerçekleştirebilen entegre tesisler kurmak yerine; mevcut kapasitelere, prekalsinasyon yatırımı gibi teknik müdahaleler, yeni fırın kurulması ya da daha küçük çaplı revizyonlarla ilave yaratmak şeklindedir. Ayrıca görece düşük bir maliyetle çimento öğütme tesisleri kurulmaktadır. Bu yatırımlar neticesinde, sektörde, 740 bugün için aşırı kapasite meydana gelmiştir. Çimento üretiminde dünyanın önde gelen ülkelerinden biri olan Türkiye'deki bu durum, gerek yurt içindeki gerekse de yurt dışındaki piyasaları etkileyebilecek niteliktedir. Aşağıdaki

belge, halen ülkemizde ne kadar klinker fazlası olduğunu ve konunun Türkiye sınırlarının ötesinde, uluslararası bir öneme sahip olduğunu ortaya koymaktadır:

750 3. Türkiye’de faaliyet gösteren yabancı sermayeli bir şirketten alınan strateji çalışmasında, “...Türk çimento pazarında aktif bir oyuncu olmamak Grup için aşağıda sunulacak potansiyel tehlikeyi getirecektir: Türkiye’nin, ihracat da dahil edildiğinde 9 milyon ton fazla klinker kapasitesi mevcuttur. ...’nın yokluğunun avantajını değerlendirecek yerel üreticiler, çimento fiyatlarının her zaman çekici olduğu Avrupa çimento pazarına ihracatlarını artırma tehdidi oluşturacaktır. Bu tehdit, Türkiye AB’nin tam üyesi olduğunda çok daha önemli olacaktır...” ifadesi bulunmaktadır.

Ancak bu noktada belirtmek gerekir ki, her coğrafi bölge ya da bunların altında yer alan mikro pazarlar için kapasite fazlası söz konusu değildir. Nitekim bazı bölgelerde, gerek klinker gerekse de çimento öğütme kapasitesinin yetersiz olduğunu gösteren belgeler aşağıdadır:

760

4. Set Ankara Satış ve Pazarlama 3 Yıllık Plan Güçlü ve Zayıf Noktalar Analizi’nde, “Pazar ve Çevre” başlığı altında, zayıf yön olarak “Çimento öğütme kapasitesinin yetersiz olduğu” ifade edilmektedir.

5. Set Afyon Pazarlama ve Satış 3 Yıllık Plan Sunumu-Kuvvetli ve Zayıf Yönler Analizi’nde, “Ürün” başlığı altında, zayıf yönler olarak belirtilen hususlardan biri; “Talebin yüksek olduğu dönemde, öğütme kapasitesinin yetersiz olması”dır.

770

Türk çimento pazarındaki kapasite fazlası ve bölgesel bazda oluşan dengesizlikler, Ege Bölgesine ilişkin çimento soruşturmasında bulunan ve Kurul kararına konu olan anlaşmaların yapılmasına yol açmaktadır. Soruşturma kapsamındaki teşebbüslerin bir kısmının savunmalarında varlığını kabul ettiği Türkiye Çimento Müstahsilleri Birliği (TÇMB) öncülüğünde yapılan bu anlaşmaların amacı, pazarda oluşan kapasite fazlasının ve dengesizliklerinin giderilebilmesi için teşebbüslerin ihracat, bölge içi ve dışı satış miktarlarının belirlenmesidir. Bu sayede teşebbüslerin çıkarları ortak bir noktada birleştirilmekte ve nihai tahlilde, fiyatın, yapay bir şekilde oluşmasına neden olunmaktadır. Sektörün genel yapısını belirleyen bu anlaşmalar, mikro marketlerde oluşacak fiyat ve benzeri parametrelerin tayinini ise daha alt ölçekli anlaşmalara bırakmaktadır:

780

6. Set Group teşebbüslerinin savunmalarında TÇMB öncülüğünde gerçekleştirilen anlaşmaların varlığı, “Rekabeti Sınırlayan Anlaşmalar” olarak nitelendirilen 4. madde kapsamına giren değerlendirmelerin büyük bölümü, Rekabet Kurumunun kuruluş tarihi olan 5 Kasım 1997 tarihinden öncesine ait bazı üretim, satış, kapasite kullanımı, bölge ihtiyacı planlaması ve ihracat tahminleri olup; esas itibarıyla Türkiye Çimento Müstahsiller Birliği

790 (T.Ç.M.B.)'nin Milli Koruma Kanununa dayalı olarak çıkarılan 1164 ve 1180 sayılı Bakanlar Kurulu kararnamelerine istinaden, çimento fonunun yönetilmesi ve ilgili istatistiklerin toplanarak, yetkili mercilerin yanı sıra, tüm birlik üyesi çimento kuruluşlarına dağıtılması kapsamında yürüttüğü bir dizi çalışmaların sonunda elde edilmiş, üretilmiş bilgilerdir. Bu bilgilerin, T.Ç.M.B. dışında sağlıklı takibini yapabilecek başkaca bir kuruluş olmaması nedeniyle, teşebbüsler arasında bilgi alışverişine gidilmesine gerek dahi duyulmaksızın, herkesin aynı anda sahip olduğu ve sektörün mevcut durumu ve geleceği hakkında doğru analiz yapılmakta kullanılan resmi ve aleni bilgiler olduğu malumunuzdur..." sözleriyle kabul edilmiştir.

800 7. 4.7.1994 Tarihli Oyak Çimento İştirakleri Koordinasyon Toplantısı Tutanağı'nda varılan sonuçlar, "...Sektörde karşı karşıya kalınan durum nedeniyle, üretim planlaması konusu gündeme gelmiştir. Sektörde önemli bir konuma sahip olan OYAK Grubu Çimento fabrikalarının üretim planlaması konusunda politika oluşturmaları önem arz etmektedir. 1994 yılında 1993 yılına göre çimento üretiminde %8 civarında bir azalma beklendiğinden gündeme gelen üretim planlamasında dikkate alınacak üç hareket noktası bulunmakta olup bunlar fabrikaların kapasiteleri, Şirketlerce Çimento Müst. Birliği'ne önceden bildirilen 1994 yılı program çimento iç satışları ve Şirketlerin 1993 yılı fiili çimento iç satışlarıdır...Üretim ve satış planlaması kontrolünün

810 Çimento Müstahsilleri Birliği'nce yapılabilceği, her fabrikanın kendilerine verilen kontenjan çerçevesinde yaptığı satışı Birliğe bildirmesi, kontenjanına göre ilgili ayda aşağı veya fazla sattıysa fiyatını aşağı yukarı çekerek bir sonraki ay telafi yoluna gidilmesinin mümkün olabileceği, kontrol için gerekirse her ay toplantı tertiplenebileceği, fazla üretimin ise ihracata yönltilmesi gerektiği belirtilmiştir" şeklinde ifade edilmiştir.

820 8. BÇS'den alınan "Stratejiler-Varsayımlar" başlıklı belgede, "Dış Satım Olanakları: Fabrikamızın ihraç limanlarına uzak olması, tonaj tahdidi ve liman masraflarının yüksek olmasının yanı sıra, T. Çimento Müstahsilleri Birliği'nin sektördeki planlayıcı ve onarıcı çalışmalarının, Rekabet Kanunu nedeniyle azalması olağan koşullarda ihracat yapmamızı imkansız kılmaktadır..." ifadesi yer almaktadır.

9. Eşçim 7.10.1997 Tarihli III. Stratejik Planlama Komitesi Toplantı Raporu:

830 "Sadık AKALAN (Genel Müdür): Klinker alımı sorun yaratıyor. Marmara bölgesi satıcıları "diğer bölgelerin klinkerini çimentoya dönüştürerek bizim pazarımıza sokuyorsunuz" diyerek bize tepki gösteriyorlar. Yönetim kurulu da klinker satın alınmasına tepki gösterecektir...Klinker satın almak için aceleci olmayalım. En ucuz zamanda satın alalım. Doğu Anadolu'dan satın alınan klinker Eşçim tarafından öğütölüp, Marmara'ya satılıyor. Bölgesel kaymalar oluşuyor. Bu da Marmara bölgesi üreticileri tarafından ciddi eleştiri konusu yapıyor, savaşın içine düşebiliriz. İyi bir hesaplama ile klinkeri az satın almalıyız.

Nafi MAKAROÇ (Satış Müdürü): Eğer klinker satın almazsak; Ankara bizim alanımıza girecektir.

Fikret ULUAKAY (Teknik Genel Müdür Yardımcısı): Biz kapasitemizin ne kadarını afişe edeceğiz?

840 *Sadık AKALAN (Genel Müdür): 300.000 ton/yıl diyebiliriz. Duruş süresi boyunca kaybettiğimiz klinkeri alacağımızı söyleyebiliriz.*

Fikret ULUAKAY (Teknik Genel Müdür Yardımcısı): Finansman sıkıntısı var. Şimdiden tarih bildiremeyiz.

Sadık AKALAN (Genel Müdür): 1997 yılında klinker satın almak için acele ettik, piyasa karıştı, telaş oldu, Set en fazla 40.000 ton klinker teklif etti, daha sonra 60.000 ton verebildi. Bizde hemen satın aldık fakat yıl içindeki satışlarımız beklediğimizin altında gerçekleştiği için stok klinker fazla. Bu fazlalığı yedirtmek amacıyla ucuza satış yaparsak bu savaş bize para kaybettirir. 700.000 tonluk bu pazarı kaybetmemeliyiz.”

850

Anlaşma yapmak kadar bu anlaşmayı sürdürmek de önemlidir. Sektörde, yapılan anlaşmaların devamını sağlamak için, AB Komisyonu'nun çimento sektörüne ilişkin bir kararında “carrot&stick (havuç ve sopa)” şeklinde tanımlanan ödüllendirme ve yaptırım politikaları uygulanmaktadır. Ödüllendirmeye bir örnek, anlaşmada belirlenen kontenjanın altında satış yapan teşebbüsün satışlarını artırabilmek için rakiplerinin fiyatlarını artırmasıdır:

860 **10.** 4.7.1994 Tarihli Oyak Çimento İştirakleri Koordinasyon Toplantısı Tutanağı'ndaki, “*Üretim ve satış planlaması kontrolünün Çimento Müstahsilleri Birliği'nce yapılabileceği, her fabrikanın kendilerine verilen kontenjan çerçevesinde yaptığı satışı Birliğe bildirmesi, kontenjanına göre ilgili ayda aşağı veya fazla sattıysa fiyatını aşağı yukarı çekerek bir sonraki ay telafi yoluna gidilmesinin mümkün olabileceği, kontrol için gerekirse her ay toplantı tertiplenebileceği, fazla üretimin ise ihracata yönltilmesi gerektiği belirtilmiştir*” ifadesi, bu düşüncemizi desteklemektedir.

Yaptırıma örnek ise, topluca ya da bireysel olarak, anlaşmaya uymayan teşebbüsün faaliyet alanına misilleme satışları yapmaktır:

870

11. Set Ankara Satış ve Pazarlama 3 Yıllık Plan Güçlü ve Zayıf Noktalar Analizi'nde, “*Ürün*” başlığı altında kuvvetli yön olarak gösterilen “*klinker kapasitemizin yüksekliği nedeniyle rakiplerin bizden çekinmeleri*” ifadesi, pazarda anlaşmanın bozulması halinde sahip olunan yaptırım gücünü göstermesi bakımından kayda değerdir.

12. Haziran 1998 Tarihli Lafarge Turkey Central Anatolia Strategy Review Extension çalışmasındaki ifadeler, fiyat savaşı tehdidi ile YLOAÇ'ın Ankara'da sahip olduğu yapay pazar payını ortaya koymaktadır.

880

13. ÇMİS Türk Rekabet Hukuku ve Rekabet Kurumu Uygulamaları Semineri'ndeki Batıçim Yönetim Kurulu üyesi Şinasi ERTAN'ın sözleri, anlaşmaya uymayan teşebbüslere yönelik toplu misillemeyi ortaya koymaktadır.

Ancak ödüllendirme ve yaptırım politikalarının varlığına rağmen oligopolist piyasalarda anlaşmalar yapıldığı sıklıkta da bozulmaktadır:

890

14. 9-11.10.1997 tarihinde Colossae Hotel Thermal'de yapılan TÇMB Arama Konferansı tutanaklarında yer alan, *"Güvensizlik şuradan çıkabiliyor; zor dönemlerde (kış ayları) verilen sözler tutulamayabiliyor. "Sen benim pazarıma girmeyeceğini söyledin ama girdin" gibi sözler..."* ifadesi, sektörde talebin azaldığı dönemlerde aldatmaların (cheating) yaygınlaştığını ortaya koymaktadır.

900

15. BÇS Ticaret Müdürü tarafından 27.11.1996'da "Genel Müdürlük Makamına" gönderilen, *"Ankara bölgesinde pazarı paylaştığımız çimento fabrikaları 15.11.1996 tarihinden geçerli olmak üzere uygulamaya alınan fiyat ve ödeme koşullarına uymamakta, buna bağlı olarak da bölge bayilerimiz Ankara bölgesinde çimento satamamaktadırlar. Bu sebeple 02.12.1996 pazartesi gününden geçerli olmak üzere: Ankara Öğütme ve Paketleme tesisimiz bandı teslimi 4.000.000 TL/TON+KDV fatura tarihi + 30 gün vadeli fiyat uygulanabilmesini...emir ve müsaadelerinize arz ederim"* şeklindeki yazı, oligopolistik piyasalarda sıklıkla görülen, belirlenen fiyata tarafların uymamasına ve dolayısıyla fiyat savaşlarının yeniden başlamasına, Kurul'un henüz oluşmadığı bir dönemden örnektir. Bu duruma 1998-1999 yıllarında da rastlanmaktadır.

910

Eldeki bilgiler çerçevesinde, TÇMB öncülüğünde yapılan yukarıdaki türden anlaşmaların sonuncusu 1998 yılına ilişkindir. Ancak bu tür anlaşmalarla kurulmak istenen yapı, oligopolist pazarın genel dengeleri içinde olduğu belirtilerek, halen devam etmektedir:

920

16. Ado Çimento Satış Müdürü'nün, *"Çimento sektöründeki ticari teamüller gereği her çimento fabrikasının, müteahhit, hazır beton gibi önemli miktarda çimento satın alan müşteriler bellidir. Çimento fabrikası ile bu müşteriler birlikte çalışmaya alışmışlardır. Bu nedenle başka bir fabrikanın müşterisi olan bir müteahhit ya da şirket mal talebinde bulunduğu zaman mal satılması için fazla istekli davranılmamakta ve daha yüksek bir fiyat ya da kısa vade gibi daha dezavantajlı bir koşul sunulmaktadır. Bu konuda çimento fabrikaları arasında herhangi bir anlaşma bulunmamasına rağmen herkes müşterisini bilir ve buna razı olur. Aksi takdirde bir çimento fabrikasının diğer bir fabrikanın müşterisine mal satmak suretiyle müşterisini elinden alması durumunda, o fabrika da kendi müşterisini almaya çalışır. Bu şekilde sektörde bir karışıklık meydana gelir. Bu nedenle genel olarak kimse kimsenin müşterisine karışmaz. Bu durum çimento fabrikasının müşteriden alacağıının*

930 tahsilini de kolaylaştırmaktadır. Çünkü diğer çimento fabrikaları o müşteriye mal vermediğinden ve müşteri fabrikasına bağlı kaldığından fabrikaya borçlarını ödemek ve fabrikayla olan ilişkilerini iyi tutmak zorunda kalmaktadır” şeklindeki ifadeleri tutanağa geçmiştir.

940 17. Set Group’tan alınan 28.5.1999 tarihli Türkiye Sunumu’nun “Ankara” başlıklı sayfasında, “Pazardaki oyuncular arasındaki iyi klinker anlaşmaları, iç pazardaki sürdürülebilir stabiliteye katkı sağlayacak” ifadesi yer almaktadır. Bir başka yerde ise, “Klinker kapasitesindeki ciddi fazlalığa rağmen, oyuncuların süregelen ihracatları ve klinker anlaşmaları, Nuh ve Çanakkale’nin ihracat konusunda uzlaşmaları halinde, kavga riskini azaltacak” denilmektedir. Nitekim Ankara ve İstanbul’a ilişkin bu değerlendirmelerin satış miktarı ve fiyat üzerindeki etkileri, aynı belgenin “Turkish Cement Market–Situation&Outlook” başlıklı sayfasında, “Genellikle düşük yakıt ve nakliye maliyetlerine bağlı düşük üretim maliyetleri, bazı sorunlu bölgelerde, satışları artırma amacına yönelik rekabetçi saldırganlığı ateşlemektedir. Bunun sonucunda, rekabetçi tehditlere bağlı olarak, fiyatlar bir bölgeden diğerine çok büyük değişkenlik göstermektedir. Aşırı derecede düşük fiyatlardan kötü etkilenen Ege, Akdeniz ve Güney Anadolu bölgelerinin aksine, Ankara ve İstanbul bölgeleri, dışarıdan gelen sürekli tehditlere rağmen, genellikle, satış miktarı ve fiyatlarını koruyabilmektedir” şeklinde belirtilmektedir.

950 Bu noktada sektördeki fiyatların yıllar itibarıyla genel seyrine bakmak yerinde olacaktır. Kurul’umuz analizlerini, esas olarak 1998-1999 yılları verileri çerçevesinde yapmıştır. Bundan önceki döneme ilişkin olarak ise soruşturma kapsamındaki bazı teşebbüslerin savunmasını yapmış bir firma tarafından yapılan değerlendirmelerden alıntılar aşağıdadır:

18. ESC Consulting Ltd. tarafından hazırlanan, “Türkiye Çimento Piyasalarında Rekabet Hukuku Kapsamında Temel Göstergeler ve Teşebbüslerin Uygulamaları Üzerine Sektör Analizi”:

960 “...Çimento üreticisi grupların ve fabrikaların bölgesel satışlarını ve pazar paylarını incelemek çimento üreticilerinin bölgesel yoğunlaşmalarını belirlemek için gereklidir. Bu gruplar Türkiye’de bölgesel olarak bazı pazarlarda hakim konumdadırlar...

AKDENİZ BÖLGESİ

...Bölgeye Konya, Afyon ve Denizli fabrikaları da ürün sevkıyatı yapmaktadır. Böylelikle çimentoda navlun faktörünün sanıldığı kadar önemli olmadığı anlaşılmaktadır...

Maliyet Yapısı ve Çimento Fiyatları

...Çimento fiyatlarının 1996 12 aylık ve 1997 6 aylık değişimleri incelendiğinde,

970 • Dökme çimento fiyatların 1996 yılında %124 ve 1997 ilk 6 ayında %64 oranında artmış olduğu tespit edilmektedir. 1996 yılında ham petrol fiyatları %120, elektrik dağıtım fiyatları ise %88 oranında artmıştır. Bu iki maliyet girdisinin maliyetteki payları da

incelendiğinde çimento fiyatlarının maliyetin üzerinde bir artış içerisinde olduğunu tespit edilmektedir.

Dolar bazında ise 1996 yılında

• dökme çimento fiyatları %23.53 artmıştır. Bu artış yine dolar bazında 1997 yılının ilk 6 ayında %17.73 olarak belirlenmiştir.

980 1997'nin ilk altı ayında TL olarak dökme çimento fiyatları %55.3 oranında artmıştır. Buna karşılık toptan eşya fiyatları endeksinde artış %30.5 olarak gerçekleşmiştir...

Örnek olarak sadece Mayıs ayı çimento fiyatları incelendiğinde, bir ton dökme çimentonun fiyatı 1996 Mayıs'ında 36 USD iken bu rakam 1997 Mayıs'ında 47 USD olmak üzere bir artış göstermektedir. Diğer bir deyişle, söz konusu dönemde çimento fiyatları dolar bazında %49.65 artmıştır. Ekonomik göstergeler açısından bakıldığında, 1996-1997 arası toptan eşya fiyatlarındaki artış oranının Mayıs ayı itibarıyla %77.7 ve dolar artış oranının aynı dönemde %75.81 olduğu belirlenmiştir. Bu da, dolar artışının enflasyona yakın oranlarda arttığını göstermektedir. Aynı dönemde dökme portland çimento fiyatları ise bir önceki döneme göre %110.8 oranında artış göstermiştir.

990

Çimentodaki bu fiyat artışlarını maliyet girdilerindeki artışa dayandırmak mümkün gözükmemektedir. Ancak petrol fiyatlarındaki artış çimento nakliye maliyetlerini kısmen artırmış ve satış hinterlandının daralmasına neden olmuştur. Bütün bunlara rağmen bölgesel taleplerde bir azalma olmaması pazar paylaşımı olanağını da beraberinde getirmektedir...

Demir ve çimento fiyatlarının ilk 7 ayda karşılaştırılması da çimento fiyat artışlarının inşaat sektöründe kullanılan diğer malzemelerin çok üzerinde artmış olduğunun göstergesidir... Yukarıdaki tabloda da görüldüğü üzere, esas inşaat gereçleri kategorisine giren çimento fiyatları diğer bazı inşaat malzemeleri ile karşılaştırıldığında 1996-1997 yılı arasında daha yüksek bir artış trendi göstermiştir. Çimentoya yönelik talebin, inşaata olan talebe göre şekillendiği göz önüne alınırsa, çimento fiyatlarında daha yüksek olarak belirlenen artışın serbest piyasa düzenini belirleyen arz-talep dengesi kaidesine göre oluşmadığı ortaya çıkmaktadır. Çünkü aynı dönemde çimento fiyatları %174 oranında artmış, fakat esas inşaat gereçlerinde ortalama %112.7'lik bir artış olmuştur. Bu dönemde genel inşaat malzemeleri endeksinde %78.8'lik artış gerçekleşmiştir...

1000

Sektördeki rekabet yapısı

...Türkiye pazarını bütün olarak değerlendirdiğimizde herhangi bir grubun hakim konumda olduğu söylenemez. Fakat çimento sektöründe pazar oluşumları bölgesel düzendedir. Piyasaların bölgesel yapıları ve bölgesel üreticiler değerlendirildiğinde ise, ayrı ayrı her piyasada, bölgesel lider konumundaki grupların hakim konuma sahip oldukları görülmektedir... Sürekli artış kaydeden çimento talebine karşın, üretim kapasitesinin aynı oranda artmadığı, bu durumun ise piyasa fiyatlarının gelişmesine yansıdığı görülmektedir. Bunun yanısıra 1996 yılında fiyatların Türk Lirası bazında %123, Amerikan doları bazında ise %24 oranında artması da üretim ve talep şartlarının bu şekilde gelişmesinin bir sonucunda bölgesel pazarların hakim durumdaki üreticileri arasında uyumlu eylem halinde paylaşılmasının bir göstergesidir."

1020

1030 Kurul'umuz fiyatların; ana maliyet kalemleri, enflasyon, ABD Doları veya diğer inşaat malzemelerindeki artışla kıyaslanması gibi bir yöntemi benimsememektedir. Çünkü maliyetleri etkileyen unsurlar üretim teknolojisi, ürün gamındaki değişimler gibi çok komplike etkenlere bağlıdır. Keza çimento sektörünün tabii olduğu üretim koşulları bilinse bile, diğer inşaat malzemelerindeki koşullar ortaya konulmadan bu şekilde bir kıyaslama yapılması doğru değildir. Ancak çalışmada geçen, fiyatların pazar koşulları dışında oluşması, pazar paylaşımı, navlun maliyetlerinin sanıldığı kadar önemli olmaması, hakim durumun oluşması gibi ifadeler 1998 öncesine ışık tutmasının yanında sektöre ilişkin analizleri desteklemektedir.

1040 Çimento sektörünün 1998-1999 dönemine bakarsak 1998 yılının özellikle ilk yarısının üreticiler açısından parlak geçtiğini söyleyebiliriz. Ancak 1998'in ikinci yarısında dünya ekonomisinde Asya ve Rusya krizleri patlak vermiştir. Bu krizler çimento sektöründe kendisini hissettirmeye başlamış, ancak gerek çimento sektörünün niteliği gereği geç tepki vermesinden gerekse de uygulanan seçim ekonomisi, gecekondulaşmaya imkan verilmesi gibi etkenlerden dolayı asıl etkilerini 1999'un ikinci yarısında göstermiştir. 1999 Ağustos ve Kasım aylarındaki deprem felaketlerini takip eden gelişmeler çimento pazarındaki daralmayı daha da artırmıştır. Son olarak 1999'un sonundan itibaren başlayan ağır kış koşulları, talebi daha da azaltmıştır. 1998-1999 dönemindeki gelişmelere ilişkin olarak teşebbüs yetkilileri ile yapılan görüşmeler aşağıdadır:

1050 **19.** Raportörler tarafından yöneltilen "1999 yılının ikinci yarısından itibaren çimento fiyatlarındaki düşüşün sebebi nedir?" sorusuna YLOAÇ yetkilisi, *"Çimento sektöründe sıkıntı aslında 1998 ortalarında başladı ancak uygulanan seçim ekonomisi, gecekondulara göz yumulması gibi etkenlerle bu durum fazla hissedilmedi. Sektörün niteliği gereği, ekonomik krizlerin etkileri daha sonra ortaya çıkmaktadır. 1998 yılındaki Asya ve Rusya Krizlerinin etkileri de, 1999 yılının ikinci yarısında ortaya çıkmıştır. Ayrıca ilgili dönemde yaşadığımız deprem afeti de sektörümüzü etkilemiştir. Çünkü, çok uzun bir süre ne tür tedbirler alınması gerektiğine dair tartışmalar yürütülmüş ve bu dönemde belediyeler inşaat ruhsatı vermemiştir. Keza psikolojik nedenlerden dolayı konut talebinin azaldığı da söylenebilir. Deprem ekonomik etkileri önceki krizin etkilerini de perçinlemiştir. Hemen belirtmek gerekir ki deprem yalnızca deprem bölgesini değil tüm Türkiye'yi etkilemiştir çünkü yukarıdaki gerekçeler tüm Türkiye için geçerlidir. Son olarak İç Anadolu bölgesinde 1999 yılının sonundan itibaren başlayan ağır kış koşullarının da talep, dolayısıyla fiyat üzerinde olumsuz etkileri olmuştur"* cevabını vermiştir⁶.

1060

Yukarıdaki nedenlerle, çimento sektörünün karşı karşıya olduğu talep eğrisinin 1998'de başlayan ama 1999'un ikinci yarısında açıkça ortaya çıkan biçimde sola kaydığını söyleyebiliriz. Bu durum teşebbüslerin hakim durumda olduğu bölgelerde dahi hedeflediği fiyatları uygulayamamasına neden olmuş; faaliyet bölgelerinin kesiştiği bölgelerde ise kendini daha açık belli etmiştir. Ancak belli

⁶ Benzer cevaplar, Set Ankara, Baştaş ve Set Afyon'da hazırlanan tutanaklarda da yer almaktadır.

1070 pazarlarda bu dönemde dahi anlaşmalar yapılmıştır. Fakat anlaşmaların bozulmasının temel nedeni olarak gösterilen güvensizlik ortamının, bu daralma döneminde daha fazla ortaya çıktığı da açıktır.

Bu noktada önemli olduğunu düşündüğümüz bir husus daha belirtilmelidir. Sektörde daralma olmasa bile çimento fiyatlarının düşmesi gerektiği söylenebilir. Çünkü üretim maliyetleri de, üretim teknolojisindeki gelişmelerden ve ürün gamındaki değişimlerden dolayı düşmektedir:

1080 **20.** YLOAÇ'tan alınan PKÇ/B 32,5R ve KÇ 32,5 Tip Çimento Maliyet Karşılaştırılması çalışmasında, YLOAÇ Hasanoğlan Çimento Fabrikası, 1998 Ocak ayından itibaren, KÇ 32.5 tip çimentodan, PKÇ/B 32,5R tip çimento üretimine geçtiği için, geçişin enerji ve çimento maliyetine etkisi, Nisan-Ekim ayları periyodu baz alınarak Şirket yetkilileri tarafından değerlendirilmiştir. İlgili çalışmada, klinker, alçı, yakıt maliyetlerinin azaldığı; tras, kalker, kömür, elektrik ve işletme malzemesi maliyetlerinin ise yükseldiği söylenmektedir. Ancak toplu bir değerlendirme yapıldığında, "1997 ve 1998 yılı Nisan-Ekim ayları kümülatifte yapılan değişken maliyetlerde gerçekleşen toplam tasarrufun (...) \$/tÇ; birim maliyetler sabit olduğu varsayılarak yapılan karşılaştırmalarda ise maliyetlerde gerçekleşen toplam tasarrufun (...) \$/tÇ olduğu" söylenmektedir.

1090 **21.** ESÇİM 1998–2002 Dönemi Gelişme Planı ve 1998 Yılı Programı'nda, "...Şirketimizin ana üretimi çimento olmakla birlikte (Eski tarihlerde genellikle Portland Çimentosu üretilirken) teknolojide, standartlarda, maliyetlerde ve pazardaki gelişmeler çerçevesinde son yıllarda üretim içinde Katkılı Portland Çimentosunun ve Traslı Çimentonun payı giderek artmıştır. Bu suretle üretilen klinker daha fazla çimentoya tahvil edilerek satış potansiyelini arttırmak mümkün olmuştur. Ayrıca katkı miktarının oran olarak artışı üretim maliyetlerini de azaltmıştır. Şirketimiz de bu gelişme istikametinde, önümüzdeki yıllarda klinker kalitesindeki olumlu gelişmeleri, aynı miktar klinkere daha fazla katkı malzemesi katarak daha fazla çimento üretme ve ton başına çimento üretim maliyetini düşürmek yönünde çalışmalarını sürdürecektir..." ifadesi yer almaktadır.

1100 **22.** ESÇİM 1999–2003 Dönemi Gelişme Planı ve 1999 Yılı Programı'nda, "...TÇ 32,5 ve KÇ 32,5 tip çimentoların üretiminden vazgeçilerek; AB normlarına uygun olarak 1.8.1998'de yürürlüğe giren 97/51-52 mecburi standart çerçevesinde Ağustos 1998'den itibaren Portland Kompoze Çimento (PKÇ 32,5) üretilmesine başlanmıştır. Böylece daha az klinker ve daha fazla gerekli kompoze katkıları kullanılarak aynı evsafa daha çok çimento üretmek dolayısı ile katma değeri arttırmak mümkün olmuştur. Bu kompozisyonu daha elverişli bir katmadeğer formüle edene kadar muhafaza etmek ve tespit etmek uygun görülmektedir..." denilmektedir.

I.2.3.2. Savunmalar ve Bu Savunmalara İlişkin Değerlendirmeler

1120 Yukarıda yer verilen tespitlere ilişkin olarak, soruşturma kapsamındaki bazı teşebbüsler, “*homojen bir malın söz konusu olduğu, ürünün niteliği gereği maliyetlerin de birbirine çok yakın seyrettiği oligopolistik çimento sektöründe uyumlu hareketlerin zorunlu bir sonuç olduğunu*” ileri sürmüş; bazıları ise, “*oligopolistik bağımlılık’ argümanının, ‘fiyat tespiti’ ve ‘pazar paylaşımı’ iddialarına karşı savunma olarak kabul edilmesi gerektiğini*” söylemiştir.

1130 Çimento üreticilerinin maliyetlerinin nasıl ve ne kadar farklılaştığı, uyumlu hareketlerin homojen bir malın söz konusu olduğu oligopol pazarların zorunlu bir sonucu olmadığı yukarıda ortaya koyulmuştur. Buna karşılık Kurul’umuzca, “oligopolistik bağımlılık” savunmasını kabul etmektedir. Zaten bu savunma kabul edildiğinden, fiyat hareketlerinin maliyetlerden bağımsız paralelliği; rakip teşebbüslerin mevcut maliyet yapıları ve fiyat seviyeleri ile birbirlerinin ana hinterlandlarına satış yapabileceğini gösterdiği durumlarda bile, uyumlu eylem karinesine başvurmadan, teşebbüsler arasındaki koordinasyonu gösteren delillerin varlığı aranmıştır. Başka bir deyişle, yalnızca iktisadi analizlerin bulunduğu durumlarda, “uyumlu eylem karinesi”ne bile başvurmadan, ihlalin bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Buna karşılık, teşebbüsler arasındaki koordinasyonu gösteren delillerin varlığında “oligopolistik bağımlılık” savunmasının kabul edilemeyeceği; aksine, bunun, teşebbüslerin yapacakları diğer savunmaların çürütülmesinde kullanılabileceği açıktır.

I.2.4. Çimento Sektöründe Bilgi Değişiminin Önemi Ve Bilgi Değişimine Rekabet Hukukunun Bakışı

1140 I.2.4.1. Tespitler

Çimento endüstrisini analiz ederken değinilmesi gereken bir diğer husus, sektördeki bilgi değişimidir:

1150 1. 1994 Mart tarihli Cembureau⁷ İstatistik Kuralları çalışmasında yer alan, “*Bu {Cembureau İstatistik} kuralların{ın} amacı, Cembureau çalışanlarına ve üyelerine Cembureau’nun istatistiksel faaliyetleri için bilgi toplama ve değişiminde rehberlik etmektir. Bu kurallar, Avrupa Topluluğu’nun rekabet hukuku ilkelerini yansıtmak amacıyla düzenlenmiştir. Bilgilerin Cembureau tarafından toplanması ve dağıtılması, kurumun önemli ve yasal bir görevidir. İşletmeler, etkili karar alacakları zaman kendi endüstrilerindeki koşullar hakkında güvenilir bilgi alma ihtiyacı duyarlar. Endüstri ve kamu yararı için bu istatistiksel programların değeri mahkemeler ve Avrupa Komisyonu tarafından kabul edilmiştir. Bununla birlikte, fiyat veya üretim düzeylerinin belirlenmesi, müşterilerin ya da satış alanlarının paylaşılması gibi işletmelerin rekabetçi davranışlarını koordine etmeye yönelik olan (yahut bu şekilde algılanabilecek olan) istatistiksel faaliyetlerden kesinlikle kaçınılmalıdır. Cembureau’nun*”

⁷ Avrupa Çimento Birliği.

1160 *politikası, firma bazında, gizli ve doğası gereği rekabete duyarlı⁸ herhangi bir bilginin dağıtılmasından veya birleşik bir yapıda olsa dahi rekabetçi davranışların koordinasyonunu kolaylaştırdığı şeklinde yorumlanabilecek herhangi bir bilginin mübadelesinden kaçınmaktır” şeklindeki ifadeler, istatikselsel bilgi değişimine rekabet hukukunun bakış açısını özetlemektedir. İlgili belgede, bu ifadelerin ardından, Rekabet Kurumu tarafından, TÇMB’ye menfi tespit verilmesi için gerekli görülen koşullara benzer kurallar yer almaktadır.*

2. Bilgi değişimine ilişkin olarak TÇMB ile Rekabet Kurumu arasındaki yazışmalar ve bunlara ilişkin diğer belgeler:

1170 1) TÇMB’den Rekabet Kurumu’na gönderilen 1.12.1997 tarihli yazıdaki, *“Çimento kalkınmanın temel maddelerinden biri olması bakımından ülkede istenilen yerde, zamanda ve miktarda çimentonun bulunmasını temin etmek üzere Birliğimiz kısa, orta ve uzun vadeli çimento üretim, tüketim ve ihracat projeksiyonları yapmakta ve bu projeksiyonları izlemek ve gerektiğinde düzeltici tedbirler almak amacıyla yönelik olarak tüm üreticilerden üretim, iç satış, ihracat, stok bilgilerini aylık olarak derlemekte ve bilgileri tüm çimento üreticilerine eşit olarak dağıtmaktadır...Geçmişte, ülke ekonomisi açısından önemli yararlar sağlayan bu projeksiyon, bilgi toplama ve dağıtma faaliyetlerimizin rekabetin korunması konusundaki yeni mevzuat*
1180 *muvacehesinde değerlendirilerek sürdürülebilmesi için gereğini emir ve müsaadelerinize arz ederiz”* şeklindeki ifadeler, bilgi değişiminin çimento sektöründe taşıdığı anlamı, bizzat TÇMB’nin bakış açısıyla ortaya koymaktadır.

2) Rekabet Kurumu’ndan, cevaben, 15.5.1998 tarih ve 1054 sayı ile TÇMB’ye gönderilen ve menfi tespit verilmesinin hangi koşulların yerine getirilmesi halinde mümkün olacağını gösteren yazıdaki şu ifadeler önemlidir:

1190 *“Teşebbüs bazında miktar verilerinin mübadelesini içeren bilgi değişim sistemleri, çimento pazarının yukarıda değinilen özellikleri ile biraraya geldiğinde, Rekabet Hukuku uygulamaları ile önlenmek istenen yapılanma ve davranış türlerinin oluşumunu kolaylaştırma potansiyeli ihtiva etmektedir. Böyle bir pazarda sık ve ayrıntılı bilgi değişiminin, ekonomik birimlerin davranışlarındaki esnekliğin giderilmesine ve rekabetin doğasında bulunan risklerin bertaraf edilmesine yönelik olarak anormal saydam ve istikrarlı bir mal akışını içeren yapay piyasa koşullarının yaratılmasına araç olabileceği açıktır. Bunun için, benzer bilgi değişim sistemlerinin teşebbüs bazında ayrıntılı ticari bilgi içermesinden kaynaklanan; teşebbüslerin ticari davranışlarının serbest rekabet şartları altında oluşan bireysel tercihler haricindeki etkenlere*
1200 *dayanılarak belirlenmesini, piyasa davranışlarının koordinasyonunu ve Rekabet Hukukuna aykırı yapılanmaların işleyişlerinin denetlenmesini sağlama ihtimali mevcuttur.*

⁸ Rekabete duyarlı temel veriler: Fiyatlar, Üretim, Kapasite, Ticaret.

Yukarıda belirtilen sakıncalar Birliğiniz tarafından halen sürdürülmekte olan uygulamaya Menfi Tespit verilmesine engel olmaktadır. Söz konusu sakıncaların ortadan kaldırılması ve dolayısıyla Rekabet Hukuku esaslarının ihlal edilmesine engel olunması amacıyla verilerin toplanması ve dağıtılması aşamalarında aşağıdaki prensiplere uyulması gerekmektedir:

- 1210 1. Miktara ilişkin verilerin (üretim, satış, stok, ihracat vb.) gösterildiği tablolar, bu tür verilerin teşebbüs veya ekonomik birlik teşkil eden teşebbüs grupları bazında bilinmesine imkan vermeyecek şekilde hazırlanmalıdır. Bu nedenle tablolarda yalnızca her coğrafi bölge için toplam üretim, satış, ithalat, ihracat ve stok bilgilerine yer verilmeli; bir bölgedeki teşebbüs ya da ekonomik birlik teşkil eden teşebbüs grubunun sayısı üçten az ise, söz konusu bölgeye ilişkin veriler, bireysel bazda hesaplanmalarına imkan vermeyecek şekilde çevre bölgelerden birinin verileriyle birleştirilerek (toplanarak) tablolastırılmalıdır.
- 1220 2. Herhangi bir veri grubuna dayanılarak teşebbüslerin birbirleriyle karşılaştırıldığı tablolar hazırlanmamalıdır.
3. Tablolarda yer alan istatistiki veriler teşebbüs temsilcilerinin biraraya geldiği toplantılarda hiçbir görüşmeye ve tartışmaya konu edilmemelidir.
4. Dağıtılan istatistiklere ek olarak teşebbüslerin karşılıklı rekabetçi davranışlarını etkileyebilecek herhangi bir yorum, analiz veya tavsiyeye yer verilmemelidir.
5. Her bir ürün türünden belirli bir dönemde üretilen miktarların gösterildiği tablolar bu listedeki bireysel bilgilerin açıklanmamasına yönelik prensiplere aynen uyularak hazırlanmalıdır. Bunun için, ürün türleri en fazla üç gruba ayrılarak bölgesel toplamlar halinde yayınlanmalıdır.
- 1230 6. Fiyatların, üretimin, satışların ve kapasite kullanım oranlarının gelecekteki durumlarına dair tahminler yapılmamalıdır.
7. Teşebbüs Birlikleri, verilerin toplanması ve tablolastırılması ile görevli olan kişilerin, rekabete hassas bilgileri (özellikle teşebbüslerden toplanmış bireysel miktar verilerin) Birlik üyelerinden ve üçüncü kişilerden gizli tutmalarını sağlamalıdır.
8. Belirli bir teşebbüse ilişkin rekabete hassas bilgilerin anlaşılması ihtimali varsa özetler ve toplamlar dahi yayımlanmamalıdır.
9. Aylık verileri gösteren tablolar, ilgili ayın bitiminden itibaren iki ay geçmeden dağıtılmamalıdır.
- 1240 10. İstatistiki bilgi talep eden kamu kuruluşları (DİE, DPT vb.) ile ilişkilerin aynen sürdürülmesinde sakınca yoktur.

Başvuruya konu olan uygulamanızın Menfi Tespit kapsamında değerlendirilebilmesi için yukarıda sayılan prensipler doğrultusunda yeniden düzenlenmesi ve uygulamanın düzeltilmiş halini gösteren taslak tabloların ivedilikle Kurumumuza intikal ettirilmesi gerekmektedir.”

- 1250 3) Bu yazı üzerine, TÇMB tarafından gerekli koşullar yerine getirilmiş ve bu durum tüm üyelere, 22.05.1998 tarihinde TÇMB Yönetim Kurulu Başkanı Ayduk ÇELENK ve Genel Koordinatör Yavuz BAYAR imzalı, “Birliğimizin faaliyetleri hakkında Rekabet Kurumu’na yapmış olduğumuz, müracata adı

geçen kurum tarafından verilen cevabi yazı ilişikte sunulmuştur. Yazıdan da anlaşılacağı gibi Birliğimiz üreticilerinden aylık ve devre olarak klinker, çimento üretimi, iç satış, ihracat ve ithalat rakamları ile klinker ve çimento stok rakamlarını almaya devam edecektir. Ancak, Birliğimiz bu rakamları Devlet Planlama Teşkilatı, Devlet İstatistik Enstitüsü ve diğer isteyen resmi kuruluşlar dışındaki üyelere veya üçüncü şahıslara üretici bazında hazırlanmış olan bölgesel sonuçları ihtiva eden tabloları iki ay gecikmeli gönderecektir. Birlikçe toplanan bu istatistiki değerler gizlilik içinde muhafaza edilecektir. Bilgilerinizi ve gereğini rica ederiz” şeklindeki yazı ile bildirilmiştir.

1260

4) TÇMB yetkilisi, Raportörler tarafından yöneltilen sorulara şu cevapları vermiştir:

“Soru: Birlik’e hangi teşebbüsler üyedir?

Cevap: Birliğimize, Uzan grubu dışında Türkiye’de klinker ve çimento üretimi yapan tüm teşebbüsler üyedir. Birliğimize üye olabilmek için klinker ve çimento üretiminin bir arada gerçekleştirilmesi gereklidir. Dolayısıyla yalnızca çimento üreten ya da paketleyen teşebbüsler üye değildir.

1270

Soru: Üye teşebbüslerden Birlik’e fiyat konusunda veri transferi olmakta mıdır?

Cevap: Hayır.

Soru: Üye teşebbüslerden Birlik’e yapılan üretim ve satış miktarına ilişkin bilgi aktarımı nasıl bir prosedüre tabi tutulmaktadır?

1280

Cevap: Üye teşebbüslerden üretim ve satış miktarına ilişkin bilgiler Birlik web adresine gelir. Bilgisayar sistemimiz uyarınca bana gelen bu bilgiler, tarafımdan kullanıma hazır hale getirilmek üzere, Birlik personeli Kerem ERŞEN’e aktarılır. Benim herhangi bir nedenle Ankara’da bulunmadığım dönemlerde ise, yerime vekalet eden Ar-ge Direktörü Prof.Asım Yeğınobalı tarafından bu görevliye aktarılır. Dolayısıyla, Rekabet Kurulu’nun ilgili kararından bu yana, teşebbüsler tarafından üretim ve satış bilgilerini, ham hali ile yalnızca iki kişi (Genel Koordinatör veya onun olmadığı dönemlerde yerine vekalet eden kişi ile verileri hazırlayan görevli) görebilmektedir. Bunlar dışında hiç kimse, Birlik Yönetim Kurulu Başkanı dahil olmak üzere, veriler Kurulunuz kararına uygun hale gelmeden göremez.”

TÇMB’nin belirlenen ilkelere aykırı hareket ettiğini gösteren hiçbir delil bulunamaması, yetkilinin sözlerini desteklemektedir.

1290

Bilgi değişiminin önemi şu belgelerle de ortaya konabilir:

3. 4.7.1994 tarihli Oyak Çimento İştirakleri Koordinasyon Toplantısı Tutanağı’ndaki “...Üretim ve satış planlaması kontrolünün Çimento Müstahsilleri Birliği’nce yapılabileceği, her fabrikanın kendilerine verilen kontenjan çerçevesinde yaptığı satışı Birliğe bildirmesi, kontenjanına göre ilgili

ayda aşağı veya fazla sattıysa fiyatını aşağı yukarı çekerek bir sonraki ay telafi yoluna gidilmesinin mümkün olabileceği, kontrol için gerekirse her ay toplantı tertiplenebileceği, fazla üretimin ise ihracata yöneltilmesi gerektiği belirtilmiştir...” ifadesi, yapılan anlaşmaların devamını sağlamak için satış miktarlarının bilinmesinin önemini göstermektedir.

1300

4. 7.10.1997 tarihli Esçim III. Stratejik Planlama Komitesi Toplantı Raporu'nda yer alan Genel Müdür Sadık AKALAN'ın, “Afyon'un 1996 yılına göre 54.000 ton fazla satışı var. Denizli ve Afyon ucuz satışlarını kontrol edemiyor, normalde Antalya yöresine gönderiyor. Fakat bizim bölgemize kaçak girişler oluyor...” şeklindeki sözleri, aylık satış miktarlarının bilinmesinin yarattığı aşırı şeffaflığı ortaya koymaktadır. Bu şeffaflık bir sonraki bölümde değinileceği üzere, bayilerin sektörde yarattığı rekabetçi etkilerin tespitine imkan ve dolayısıyla dikey kısıtlamaların getirilmesine sebebiyet vermektedir.

1310

Sektördeki teşebbüsler, gerek TÇMB vasıtasıyla üye oldukları Cembureau istatistik kurallarından gerekse de Rekabet Kurumu-TÇMB arasındaki yazışmalardan dolayı konunun önemini bilmektedir; hatta bazı teşebbüsler, savunmalarında, sektörün rekabet hukuku bakımından miladının TÇMB'nin üyelerine gönderdiği yazı ile başlaması gerektiğini ifade etmiştir. TÇMB'nin belirlenen ilkelere uygun şekilde faaliyetlerini sürdürdüğü düşünülürken, teşebbüslerde bulunan rakiplere ilişkin satış miktarı ve diğer verilerin tek açıklaması, teşebbüslerin, konunun hassasiyetine rağmen, birbirleri ile bilgi değişimi içinde bulunduğu dur.

1320

I.2.4.2. Savunmalar ve Bu Savunmalara İlişkin Değerlendirmeler

Soruşturma kapsamındaki teşebbüsler, yukarıda yer verilen tespitlere ilişkin olarak, “her fabrika bünyesinde bulunan piyasa araştırmacıları ve analiz uzmanlarının, rakip teşebbüslerin satış fiyatı ve miktarı vb. bilgilerini, piyasanın şeffaf yapısı, SPK'ya bağlı şirketlerin üçer aylık kesin üretim ve satış rakamlarını yayımlamaları, yıl sonu faaliyet raporları, TÇMB'den temin edilen veriler gibi etkenler sayesinde kesinliğe yakın bir oranda tahmin edebildiğini” iddia etmekte; dolayısıyla, bu nitelikteki bilgilerin edinimi için teşebbüsler arasında bir iletişimin kurulmasına ihtiyaç bulunmadığı” savunmasını ileri sürmektedir.

1330

Kurul'umuz, bir teşebbüste yapılan yerinde incelemede bulunan rakiplere ait bilgilerin, piyasadaki araştırmalarla elde edilebileceğini (örneğin, alıcılara duyurulmuş fiyatlar, mevzuat gereğince yayımlanmış veriler) tespit etmişse, bunları zaten teşebbüsler arasındaki koordinasyonu gösteren deliller olarak kullanmamaktadır. Buna karşılık, soruşturma kapsamındaki teşebbüslerin ileri sürdüğü yöntemlerle de, ilerleyen bölümlerde gösterilecek kadar yakın tahminlerin yapılması mümkün değildir. Kaldı ki, yapılan yerinde incelemelerde, “...’nın verdiği-...’dan alınan bilgiler” gibi ifadelerin yer aldığı belgeler de bulunmuştur. Ancak vurgulamak gerekirse, bunlar olmasaydı dahi, yukarıdaki nitelikteki belgeler delil olarak kullanılabilir.

1340

I.2.5. Çimento Sektöründe Dikey Kısıtlamalar

I.2.5.1. Tespitler

1350 Çimento sektöründeki dikey kısıtlamalara ilişkin olarak değerlendirme yapabilmek için, öncelikle, sektörde kullanılan fiyatlandırma sistemi açıklanmalıdır. Soruşturma kapsamındaki teşebbüslerin hemen tamamı "birden fazla baz noktası sistemi" olarak adlandırılan sisteme benzer bir fiyatlandırma politikası uygulamaktadır. Bu uygulamalar, Amerika Birleşik Devletleri (ABD) Yüksek Mahkemesi tarafından 1948'de yasaklanan⁹ sisteme benzemektedir. Benzerlik, örnek olarak alınan aşağıdaki belgede belirtildiği üzere, diğer çimento fabrikalarının, satış yaptıkları bölgeye en yakın çimento fabrikasının o bölgeye uygulamakta olduğu fiyata uygun fiyatla satış yapmasından kaynaklanmaktadır:

1360 1. "Bolu Çimento Sanayii A.Ş.'nin Tüketiciyi Koruma ve Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanunlar İle İlgili Görüş ve Düşünceleri" başlıklı yazıda, "...*Bolu Çimento diğer tüm fabrikaların yaptığı gibi hinterlandı içerisinde her bölgeye en yakın çimento fabrikasının o bölgeye uygulamakta olduğu fiyata uygun fiyat tespit ederek, satışlarını yapmaktadır...*" denilmektedir.

1370 Uygulanan sistemde fiyat, diğer fabrikaların bir bölgeye geliş maliyetine göre belirlendiği için genelde fabrika merkezlerindeki fiyat seviyesi de yüksek olmaktadır. Ancak bazen arz-talep dengesi içinde İstanbul, Ankara gibi bölgelerde daha yüksek fiyat seviyesi oluştuğundan, fabrika merkezine aynı mesafedeki iki bölgede fiyat farklılıkları meydana gelmekte ve aşağıdaki yasaklamalar söz konusu olmaktadır:

2. Baştaş'tan alınan 09.08.1994 tarihli Yıldırımlar Ltd.Şti. tarafından imzalanmış taahhüname, "*Fabrikanızdan bant teslimi torbalı alacağım çimentoları Kırıkkale civarı ilçe ve kasabalarında pazarlayacağımdan hiç bir surette Ankarada satmayacağıma taahhüt ederim*" ifadesi yer almaktadır.

1380 Bu belgelerde de görüldüğü üzere, fabrikaya yaklaşık olarak aynı mesafedeki iki bölgeden birindeki fiyat seviyesi geleneksel olarak daha yüksek olduğu için, düşük fiyatlı bölgedeki bayilerin, yüksek fiyatlı bölgeye satış yapması engellenmeye çalışılmaktadır.

Türkiye'de uygulanan sistemin ABD'dekinden farklılığı ise, standart nakliye tarifelerinin olmamasından kaynaklanmaktadır. Bu nedenle ABD'de sistem, bir kez kurulduktan sonra sürekli olarak fiyatların aynı olmasını sağlarken; ülkemizde, nakliyenin bayiler tarafından karayoluyla yapılmasının getirdiği aşağıda değinilecek görece belirsizlik, nakliye maliyetlerinde farklılık, dolayısıyla da, eğer yapılıyorsa, anlaşmaların yenilenmesi gereğini

⁹ Federal Trade Commission v. Cement Institute, 333 U.S. 683 (1948).

doğurmaktadır. Nitekim aşağıdaki belge, sistemin bu zayıf noktasını vurgulamaktadır:

1390

3. Set Afyon Pazarlama ve Satış 3 Yıllık Plan Sunumu-Kuvvetli ve Zayıf Yönler Analizi'nde, "Fiyatlar"a ilişkin olarak belirtilen zayıf yönlerden birisi, "*fiyatlarımızın bant teslimi olması, tüketiciye ulaşan fiyatları kontrol edememiz*" ifadesidir.

1400

Bu sistem, Türkiye'de olduğu gibi, bayilerin nakliye araçlarına dayanan bir dağıtım sistemi ile birlikte kullanılmak istenirse ne olur? Böyle bir durumda bayiler, doğal olarak, çimentoyu en yüksek fiyatlı bölgelerde satmak isteyecektir. İşte bu noktada bayiler üzerinde kontrol ve yaptırımlar devreye girmektedir. Kontrol amacına yönelik olarak bölgelere göre farklı ambalaj uygulaması, nakliye vasıtalarının takibi, malın farklı bölgeye gittiğini ihbar eden bayilere ödül verilmesi gibi yöntemler söylenebilir. Yaptırımlar ise, bayilere verilen çimento miktarında kısıtlamalarla başlamakta, alınan bölge ile satılan bölge arasındaki fiyat farkı kadar ya da önceden belirlenen miktarda ceza verilmesi ile devam etmekte ve mal verilmemesine hatta sözleşmenin feshine kadar uzanabilmektedir.

1410

Bu uygulamaların, Türk rekabet mevzuatına göre üzerlerine en fazla, "anlaşma bölgesi dışında müşteri aramama, şube açmama ve dağıtım deposu kurmama" şeklinde aktif satış yasağı yükümlülüğü getirilebilecek bayilere ilave sınırlama getirdiği açıktır. Çünkü mevcut sistem aktif-pasif satış¹⁰ ayrımı gözetmeden, malın alındığı bölgeye gitmesini şart koşmaktadır. "Açık ihlal" kabul edilen bu hususun, bazı savunmalarda iddia edildiği üzere "rule of reason" analizine tabi tutulması gerekmemekle birlikte, soru işaretlerini gidermek için bu sisteme ilişkin geniş bir analiz yapılacaktır.

1420

Aşağıdaki belgeler, bazı savunmalarda belirtildiğinin aksine, yapılan uygulamaların, düşük fiyatlı bölge ürünlerinin, yalnızca fabrika çevresine ya da daha yüksek fiyatlı bölgelere gitmemesi için alınan tedbirler olmadığını göstermektedir:

1430

4. Raportörler tarafından yöneltilen "Bölgelere göre çimentoyu farklı ambalajla satma uygulaması ne zaman başladı? Bu uygulama nasıl ve neden yapılmakta?" sorusuna Çimsa yetkilileri, "*...Uygulama, yalnızca Kayseri ile dış piyasa arasında fiyat farkı olduğu zamanlarda değil; olmadığı zamanlarda da yapılmaktadır...*" cevabını vermişlerdir.

Kayseri ile dış piyasa arasında fiyat farkı olmadığı zamanlarda dahi farklı ambalaj uygulamasının yapılması, amacın yalnızca düşük fiyatlı bölge malının, yüksek fiyatlı bölgede satılmasını engellemek olmadığını göstermektedir.

¹⁰ Bu kavramlara ilişkin daha ayrıntılı açıklama, "Çimento Sektöründe Dikey Kısıtlamalar" başlığı altındaki "Savunmalar ve Bu Savunmalara İlişkin Değerlendirmeler" bölümünde yapılacaktır.

5. OYSA Niğde yetkilisi, "...Satışlarımızın (99 yılında) 70.000 tonu demiryoluyla yaptık. Demiryolu güzergahı Ereğli, Karaman, Konya ve Kayseri, Sivas etekleri, Kırıkkale ve Ankara şeklinde gider. Demiryoluyla nakliye, karayoluna göre daha ucuz. Demiryoluyla satışta, mal nereye gidecekse oradan başka bir yerde boşaltılmaz..." şeklinde bir ifade bulunmuştur.

1440 6. OYSA Niğde bayisi (.....), "Ben Karaman'da satış yapıyorum. Karaman dışına satış yapmam fabrikayla (OYSA Niğde) yaptığımız bayilik anlaşmasına aykırı olur. Fabrika bize bayiliği verirken Karaman'da satış yapacağını dedi, dışarıya satış yapmıyoruz bu yüzden...Karaman'da OYSA Niğde çimentonun mavi torbası satılıyor...OYSA Niğde'den çimento demiryoluyla geliyor bize..." şeklinde bir ifade bulunmuştur.

1450 OYSA Niğde Genel Müdürü'nün "Demiryoluyla satışta, mal nereye gidecekse oradan başka bir yerde boşaltılmaz" ifadesi üzerine görüşülen Karaman'daki OYSA Niğde bayisinin ifadeleri, malın nakliye vasıtası gereği fabrika merkezine boşaltılma imkanı olmasa bile, farklı ambalaj uygulamasının yapıldığını ve bayilerin başka bölgelere satış yapmaması konusunda uyarıldığını göstermektedir.

Aşağıdaki belge, bazı savunmalarda belirtildiğinin aksine, çimentonun satıldığı bölgeye gitmesinden sonra yeniden satışının nereye yapıldığına karıştırılmadığı iddiasını çürütmektedir:

1460 7. BÇS Devrek-Beycuma TEDA bayisi Kısmet CİN, bölgesi dışında satış yaptığı için verilen ceza üzerine, 5.5.1999 tarihinde BÇS'ye gönderdiği yazıda, "sevkedilen malzemenin, Bolu'dan doğrudan Karadeniz Ereğli'ye sevk edilmediğini; ekteki 29.04.1999 tarih, 2962 nolu sevk irsaliyesi ile, Beycuma'dan satıcının kendi deposundan yükleyip Karadeniz Ereğli'ye naklettiğini; firma olarak Bolu Çimento Fabrikası'ndan yapılan sevkiyatlardan sorumlu olmaları gerektiğini; satıcıların kendi deposuna indirdiği çimentoyu sattığı yeri devamlı kontrol etmelerinin mümkün olmadığını" belirtmiştir. Bu yazıya, 18.5.1999'da, "29.04.1999 günü 67 EY 115 plaka nolu aracın fabrikamızdan ayrılış saati 10.25 olarak kayıtlarımızda mevcuttur. Söz konusu araç 15.00'de Beycuma için almış olduğu çimentoyu Kdz.Ereğli'ye fabrikamızdan almış olduğu gibi 25 ton olarak boşaltmıştır. Söz konusu edilen çimentonun Karaman'da bulunan depoya yıkıldığı, oradan da Ereğli'ye götürüldüğü savı uygun değildir. Kaldı ki, o şekilde bile çimentonun taşınması şirketinizi bağılı kılacaktır..." şeklinde cevap verilmiştir.

1470

Aşağıdaki belgeler, bazı savunmalarda belirtildiğinin aksine, çimentonun satıldığı bölgeye gitmesi ile oluşan nakliye dahil maliyetin, malın başka bir bölgeye gitmesini veya fabrika merkezine geri dönmesini zaten iktisadi olarak engellediği iddiasını çürütmektedir:

1480 8. "Bolu Çimento Sanayii A.Ş.'nin Tüketiciyi Koruma ve Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanunlar İle İlgili Görüş ve Düşünceleri" başlıklı yazıda, "...bazı Çimento gruplarının (örneğin; Uzanlar) Çimento sektörünün yanında daha öne çıkarmaya çalıştıkları bankacılık sektörüne kaynak sağlamak üzere maliyet fiyatlarına çimento satmaları BÇS'nin ve diğer fabrikaların bu ortak hinterlandda çimento satışlarında sıkıntılar yaratmaktadır. Bu tip yerlerde tüketiciyi ve rekabeti koruma kanunları yönünden problemler çıkabileceği düşünülmektedir. Ayrıca BÇS, Bolu'dan uzaklaştıkça yukarıdaki nedenlerle fiyatlarında nakliye fiyat farklarını karşılamaktadır. Bu durumda da tabi olarak örneğin bant çıkışı fiyatlar bazında Bolu, Düzce, Gerede fiyatları en yüksek, Kastamonu fiyatları ise en düşük fiyatlar olmaktadır. Bu da tüketiciyi koruma kanunu açısından sakınca yaratabilir düşüncesindeyiz" denilmektedir.

1490

9. Raportörler tarafından yöneltilen "Bartın bölgesi fiyatlarınızın genellikle diğer bölge fiyatlarınızdan daha düşük olması neden kaynaklanmaktadır?" sorusuna BÇS yetkilileri, "Bu bölgede faaliyet gösteren ana fabrika, ABD Doları üzerinden fiyat belirlemektedir. Bu nedenle geçtiğimiz senelerde ilgili bölge fiyatları çok düşük kalmıştır" cevabını vermişlerdir.

Yukarıdaki belgeler, TÇMB üyesi olmayan Uzan grubuna ait Bartın fabrikası nedeniyle, bu bölgedeki fiyat seviyesinin çok düşük olduğunu ortaya koymaktadır. Diğer bölgelerle bu il arasındaki büyük fiyat farkı şu sonucu doğurmaktadır:

1500

1510 10. Set Ankara'dan Set Group'a 16.2.2000'de gönderilen yazıya göre, Set Ankara'nın Bartın torbalı çimento fiyatı 14.000.000 TL/ton'dur. İlgili belgede, bizzat Set Ankara Satış Müdürü tarafından Ankara-Bartın nakliye maliyeti 4.000.000 TL/ton olarak belirlenmiştir. Aynı dönemde, Ankara Merkezi'ndeki torbalı çimento fiyatları 25.000.000 TL/ton'dur. Dolayısıyla, çift yönlü nakliyenin nakliye maliyeti üzerine getireceği olumlu etkiler gözardı edildiğinde bile, Bartın bölgesi bayisi, satın aldığı çimentoyu tekrar Ankara'ya getirerek, fiyatların anlaşma ile belirlendiği bu pazarda büyük bir karla satış yapabilecektir. Bu durumun, yapılan anlaşmayı sürdürülemez hale getireceği açıktır. Bartın fabrikası satış yaptığı için, fiyatların düşük seyrettiği diğer bölgelerden de, malın tekrar geriye gönderilmesi halinde bile, Ankara'daki fiyatlardan daha düşük fiyat elde edileceği tablo incelendiğinde görülecektir.

Örnekleme yolu ile alınarak değinilen ve teşebbüslere ilişkin bölümde daha da artırılacak belgeler, sektördeki dikey kısıtlamalara ilişkin olarak yapılan çeşitli savunmaları çürütmektedir. Bu durumda, uygulamaların asıl amacının ne olduğunu ortaya koymak gerekmektedir:

1520

Birinci amaç, rakip teşebbüslerin karlı olduğu halde anlaşma veya tek taraflı şirket politikasına bağlı olarak girmediği fabrika çevresinde, elde edilen hakim durum veya pazar gücüne bağlı olarak yüksek fiyat uygulayabilmektir. Yukarıda değinilen sistem, fiyat farklılaştırılmasının ana koşulu olan pazarların bölünebilmesine imkan vermekte; hakim durumun veya pazar gücünün bulunduğu pazarlarda, diğer pazarlardaki fiyat seviyesinden etkilenmeden

yüksek fiyat uygulanarak kar maksimizasyonu sağlanmaktadır. Bu uygulamayı tam olarak yapmayan teşebbüsler ise sektörde “zayıf” olmakla nitelendirilmektedir:

- 1530 **11.** Set Afyon’un rakiplerine ve pazarına ilişkin, 30.6.2000 tarihli çalışmada, Göлтаş Fabrikası’nın zayıf yönlerinden birinin, *“Bölge fiyatı uygulayamaması, genel fiyatlarını düşürmesi karlılığını düşürmektedir”* şeklinde belirlenmesi dikkat çekicidir.

İkinci amaç, fiyatların rekabet neticesinde düşük seviyede gerçekleştiği pazarlar ile anlaşma bölgeleri arasında ayırım yapabilmektir. Bartın ve Ankara bölgesi fiyatları arasındaki ilişki, bu amacın açık bir örneğidir.

- 1540 Çimento üreticilerinin fiyatlar farklı olmasa bile malın alındığı bölgeye gitmesini istemelerinin sebebi ise, Kurul’un 27.6.2000 tarih ve 00-24/255-138 sayılı “Maya Kararı” ile yasakladığı konuya ilişkindir; bayiler vasıtasıyla sektöre gelebilecek rekabetin engellenmesi...

Nakliye maliyetlerine ilişkin bölümde “Nakliye maliyetlerini, yukarıdaki reel etkiler yanında, bazı savunmalarda da belirtildiği üzere, nakliyenin kim tarafından, hangi saikle yapıldığı da etkilemektedir” ifadesi kullanılmıştı. Bu savunmalardan ve benzer düşüncelerin tekrarlandığı diğer belgelerden alıntılar aşağıdadır:

- 1550 **12.** Set Group teşebbüslerinin savunmasında, *“Nakliye maliyeti prensip olarak ulaşılabilecek bölgeye göre farklılık göstermenin yanı sıra, kimin aracı ile yapıldığına göre de değişiklik gösterebilir. Örneğin, bayilerin kendi kamyonları ile yaptıkları nakliyelerin maliyetinin kontrolü kendilerine aittir ve müşteriye ulaşan fiyatı etkilemektedir. Üçüncü şahıslara yaptırılan nakliyelerde ise bundan farklı olarak nakliyecinin fiyatlarına bağımlı bir maliyet oluşmaktadır. Kullanıcının kendi araçları ile yaptığı nakliyede ise nakliye maliyetini belirlemek kullanıcının tasarrufudur...”* denilmektedir.

- 1560 **13.** OYSA Niğde’nin savunmasında, *“Bölgelerarası ticaret ancak belli boyutlarda olabilmektedir. Bunun en önemli nedeni ise bazı bölgelerdeki aşırı üretim fazlasının kısmen eritilmesi ve en önemlisi herhangi bir bölgeye başka amaçla zaten giden ulaşım araçlarının daha ekonomik kullanım için bir nevi pasif satış şeklindeki tamamlayıcı ticarettir. Örneğin ticaretin yoğun olduğu bölgelerden gelen ya da bu bölgelere giden taşımacılar ulaşım maliyetini düşürmek için bu bölgelere çimento götürebilmektedir...”* denilmektedir.

- 1570 **14.** Raportörler tarafından yöneltilen “Torbali çimentonun aksine, dökme çimentoda satışlar genellikle fabrikanın bulunduğu il merkezinde oluyor. Bunun sebebi nedir?” sorusuna, OYSA Niğde yetkililerinin cevabı: *“Dökme çimento nakliyesinin yalnız bu işe tahsis edilebilen özel silobas gerektirmesi nedeniyle dökme çimento nakliyesi torbali çimento nakliyesinden 1,5-2 kat daha maliyetlidir. Bu durum da, torbali çimentodan farklı olarak dökme*

çimentonun fabrikadan uzak bölgelere satışını engellemektedir. Buna karşılık bölgemizdeki çimento bayileri aynı zamanda diğer inşaat malzemelerinin de satıcılarıdır. Kamyon sahibi olan bu satıcılar nakliyecilik hizmeti de yapmaktadır. Söz konusu satıcılar çimentoyu götürdükleri yerden sebze, buğday, briket gibi ürünleri kamyonlarına doldurup çift yönlü nakliye avantajına sahip olmaktadır. Bu da torbalı çimentonun daha uzak bölgelere satılabilmesini sağlamaktadır” şeklinde olmuştur.

1580

15. Raportörler tarafından yöneltilen “Şirketinizde yapılan yerinde incelemelerde alınan bazı belgelerde “bayi karı” ifadesi geçmektedir. “Bayi karı” neyi ifade etmektedir? Bayilerinizin satış fiyatını belirlemede misiniz?” sorusuna OYSA yetkilileri, “*Bayi karını etkileyen ikinci unsur nakliyedir. Çimento bayilerinin hemen hepsinin kendilerine ait kamyonları vardır ve bunlarla nakliyecilik de yapmaktadır. Bu nedenle örneğin, Kulu bayisi Ankara’ya herhangi bir mal taşıyıp dönüşte fabrikamızdan çimento alır. Bu malı Kulu’da alış maliyetine satsa bile çift yönlü nakliyeden dolayı gizli bir kar elde eder. Bayi karını etkileyen üçüncü unsur ise bayilerin aynı zamanda diğer inşaat malzemelerinin de (demir, briket, tuğla, kireç vb.) alım-satım işi ile uğraşmasıdır. Bu nedenle örneğin, bayiler bir alıcıya demir satışından kar elde edecekse, çimentodaki karından feragat edip maliyetine satabilir...”* şeklinde cevap vermişlerdir.

1590

16. Set Afyon’un rakiplerine ve pazarına ilişkin, 30.06.2000 tarihli çalışmada, Göltaş Fabrikası’na ilişkin olarak, “Tehditler” başlığı altında, “*Kütahya bölgesinden Kömür gitmesi nedeniyle bu bölgeye uygun nakliye imkanı vardır”;* “*Afyon’dan Antalya bölgesine Tuğla gitmesi nedeniyle, bölgemize çimento gelmesi bakımından uygun nakliye bulunması*” ifadeleri; Denizli Fabrikası’na ilişkin olarak, “*Kütahya bölgesinden Kömür alması nedeniyle, bu bölgeye çimento sevkiyatında uygun nakliye bulunması*” cümlesi ve Konya Fabrikası’na ilişkin olarak, “*Afyon’dan Konya bölgesine Tuğla gitmesi nedeniyle bölgemize uygun fiyatla çimento nakliyesi olması*” ifadesi yer almaktadır.

1600

Hemen belirtmek gerekir ki, çimento yeniden satıcılarının kendi nakliye maliyetlerini belirlerken baktıkları yegane faktör, çift yönlü nakliye değildir. Daralma dönemlerinde, nakliye vasıtalarının boş kalmaması için, kar marjından fedakarlık edilerek nakliye yapılabilir:

1610

17. Set Afyon’dan 4.2.1999’da Set Group’a gönderilen yazıda, “*...Bölgeye nakliye fiyatımızın 1.700.000 TL/ton olması nedeniyle, bayimize 40 Ton çimentonun 10+10 gün vadeli, 10.500.000 TL/ton fiyatla verilebilmesi hususunu onaylarınıza arz ederiz*” ifadesi yer almaktadır. Set Group’tan verilen cevapta ise, “*Uygundur. Ancak bundan sonra nakliye fiyatlarını daha konservatif hesap edin. Bu kriz dönemlerinde bayi arabaları maliyetine çalışmalı*” denilmektedir.

- 1620 Yukarıdaki belgelerden çıkarılabilecek sonuç, asıl işleri nakliyecilik olan ya da kendilerine ait kamyonları ile aynı zamanda nakliyecilik de yapan çimento satıcılarının, formül ve diğer reel etkenlerden bir ölçüde bağımsız olarak nakliye maliyetlerini belirleyebildikleri ve bu sayede, uygun gördükleri bölgelere satış yapabilme imkanına, en azından teoride sahip olduklarıdır. Kaldı ki çimento satıcısı Ramazan AZBOZ'un tutanağa geçen "*Bölge dışına satışın güvenle ilgisi yok. Peşin para getiren herkese mal satılır. O yüzden güvenseniz de güvenmeseniz de bölge dışından gelen şahsa mal satılır; peşin para veriyorsa*" şeklindeki ifadesi düşünüldüğünde, bazı savunmalarda öne sürülen "bayilerin ticari kapasiteleri müsait değil" tezi de çürütülmektedir. Bu unsurlara, gerek yukarıda değinilen gerekse de örneğin BÇS'nin
- 1630 savunmasında, "*Bolu-Gerede'de bir ton çimento fiyatı 31 ABD doları iken, Marmara Bölgesi'nde 35-38 \$; Akdeniz Bölgesi'nde 35-42 \$'dır*" denilerek belirtilen bölgeler arası büyük fiyat farklılıkları eklendiğinde, paralel ticaret için gerekli bütün şartlar bir araya gelmiş demektir. Ancak bölgeler arası ticaretin, anlaşma ya da tek taraflı şirket politikaları neticesinde oluşan ve en başta da rakiplerin ana pazarına girilmemesi kuralının geldiği çeşitli pazar dengelerini bozacağı açıktır. Bu nedenle bayilerin satış bölgeleri kontrol altına alınmak istenmekte ve çoğunlukla da, Ankara'dan İstanbul'a çimento satışının varlığına rağmen BÇS'nin savunmasındaki ifade ile, "*Türkiye'nin başkenti ile en büyük şehrini bağlayan yolun ortasında bulunan Bolu-Gerede pazarında*",
- 1640 yine bizzat bu şirketin belgelerine göre %100'e yakın bir pay ortaya çıkabilmesini sağlayacak kadar başarılı olunmaktadır. Bu kontrol yeterince kurulamadığında ise, aşağıdaki durumlar meydana gelmektedir:

18. Oyak Genel Müdürlüğü'nden, BÇS'ye, 1.11.1999 tarihinde gönderilen 2000 yılı bütçe mesajı hakkında yazıda, "*...Rekabeti Koruma Yasası'na uygun olarak bayilik sistemlerinde denetim artırılacak ve fiyat rekabetine neden olan bölge dışına kaçış ve sızıntılar önlenecektir. Bayilik sözleşmeleri, bu amaçla gözden geçirilecek ve cezai yaptırımlar ağırlaştırılacaktır...*" ifadesi yer almaktadır.

1650

19. 7.10.1997 tarihli Eşçim III. Stratejik Planlama Komitesi Toplantı Raporu'nda, Genel Müdür Sadık AKALAN'ın, "*Afyon'un 1996 yılına göre 54.000 ton fazla satışı var. Denizli ve Afyon ucuz satışlarını kontrol edemiyor, normalde Antalya yöresine gönderiyor. Fakat bizim bölgemize kaçak girişler oluyor...Kütahya'da savaş etkili, Simav ve Tavşanlı'daki bayiler sadakatli davranıyorlar. Bir yolla müşterilerini tutmasını biliyorlar. Perakende satıcılar üç kağıtçı, güvensiz. Eskişehir'de de büyük bayiler iyi niyetli davrandı, küçük bayiler ise yabancı çimentoları şehir içine sokmadan inşaatlara direk boşaltma yaptılar...*" şeklindeki sözleri tespit edilmiştir.

1660

20. Raportörler tarafından yöneltilen "Diğer çimento şirketleri Eskişehir'de satış yapabiliyor mu?" sorusuna, Eşçim yetkilisi, "*Buraya gelecek olan fabrikanın örneğin Ankara'dan gelecek olan fabrikanın ton başına 5 milyon TL nakliyeyi fazladan öder. Bu nedenle gelmesi mantıklı değil ama bazen kaçaklar oluyor*" cevabını vermiştir. Bu sözler, 7.10.1997 tarihli rapordaki "*...küçük bayiler ise yabancı çimentoları şehir içine sokmadan inşaatlara direk*

1670 *boşaltma yaptılar...*” ifadesine anlam kazandırmaktadır. Küçük bayiler, sektörde “kaçak” olarak tanımlanan kontrol dışı çimentoları, yukarıda değinilen nakliye maliyetini etkileyen faktörler neticesinde zaman zaman Eskişehir’e getirmekte ve bu durum Eskişehir’de kurulmak istenen dengeleri bozmaktadır.

21. Set Ankara Satış ve Pazarlama 3 Yıllık Plan Güçlü ve Zayıf Noktalar Analizi’nde, “Fiyat” başlığı altında, zayıf yön olarak, *“rakip fabrikaların bayilerini kontrol edememeleri”* ifadesinin yer alması dikkat çekicidir.

1680 22. Set Ankara’nın rakiplerine ve pazarına ilişkin, 30.6.2000 tarihli çalışmada, Baştaş Fabrikası’nın zayıf yönlerine ilişkin olarak, *“baya yönetimi, teminatsız ve uzun vadeli satışları ile Ali Rıza Onat isimli bayiyeye teslimiyetli bir politika uygulaması”* değerlendirmelerinin yapılması dikkat çekicidir.

1690 23. Set Ankara’dan Set Group’a 8.4.1999’da gönderilen yazıdaki, *“Bartın, Karabük, Kastamonu, Çankırı bölgelerine yaşanan yoğun rekabet sonucu yükseltilmeye çalışılan fiyatlar tekrar düşüş kaydetmektedir. Yapılan tespitlerde, özellikle Çankırı ve Kastamonu bölgelerine Eryiğit Tic. (A.Rıza ONAT) çok düşük fiyatlarla girme mücadelesi vermektedir. Firmanın bilmediği bu bölgelere girmesi, piyasayı çok bozduğu gibi, satışlarımızı da olumsuz yönde etkilediği bir gerçektir”* ifadesi dikkat çekicidir. Bu noktada, Ali Rıza ONAT’ın, Baştaş’ın önemli miktarda alım yapan bir bayisi olduğunu hatırlatmakta fayda vardır. Baştaş’ın rakipleri tarafından bayilerini kontrol edememesinden dolayı eleştirildiği belgeler göz önünde bulundurulduğunda, büyük bir bayinin pazarda yaratacağı etkiler anlaşılabilir.

1700 24. Set Afyon’un rakiplerine ve pazarına ilişkin, 30.6.2000 tarihli çalışmada, Göltaş Fabrikası’nın zayıf yönlerinden birinin, *“Bölge fiyatı uygulayamaması, genel fiyatlarını düşürmesi karlılığını düşürmektedir”* şeklinde belirlenmesi dikkat çekicidir. “Tehditler” başlığı altında ise, *“Tüm bölgeler tek fiyatla çıkması, fiyatlarımızı olumsuz etkilemektedir¹¹”* ve *“Afyon’dan Antalya bölgesine Tuğla gitmesi nedeniyle, bölgemize çimento gelmesi bakımından uygun nakliye bulunması”* ifadeleri yer almaktadır. Görüldüğü üzere, bölge fiyatı uygulayamayan dolayısıyla yeniden satıcılarını yeterince kontrol etmeyen Göltaş’ın varlığı, Afyon’dan Antalya bölgesine tuğla gittiği için dönüşte çimento gelmesi imkanı ile birleşince, Set Afyon’un, Afyon’da oluşturmak istediği fiyatlar üzerinde olumsuz etki meydana gelmektedir.

Bu açıklamaların ardından, “Rekabet Kurumu’nun oluşturulmasının ardından rekabet mevzuatı ile bağdaşması mümkün olmayan bu davranışların giderilmesi ya da ‘saklanması’ için ne yapılmıştır?” sorusuna cevap verilmelidir. Bu noktada, yalnızca sektörün fotoğrafını doğru çekebilmek amacına yönelik olarak aşağıdaki yazıya değinmek yerinde olacaktır:

¹¹ Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde, Göltaş fabrikasının, Kütahya bölgesi hariç tüm bölgelere tek fiyatla satış yaptığı belirtilmektedir.

1710

25. ...'NİN HAZIRLAYIP ...'YA GÖNDERDİĞİ GÖRÜŞ:

“RAPOR

Rekabet Kanunu ve ilgili 1997/1 ve 1997/2 sayılı Grup Muafiyeti Tebliğleri'ne uyumlu yeni jenerasyon sözleşmelerin hazırlanmasına ilişkin çalışmaların birinci bölümü tamamlanmıştır. Bu çalışmalarda, ...'nın yeniden satışa konu olarak dağıtım sistemindeki bayileriyle akdettikleri sözleşmeler incelenmiştir. Öte yandan şirketlerin ayrı ayrı piyasa şartları, dağıtım sistemleri ve sözleşmeleri, ...'daki çalışma toplantılarında incelenmiş ve piyasaların özel şartları kapsamında faaliyetleri rekabet mevzuatı çerçevesinde niteliksel ve niceliksel olarak değerlendirilmiştir.

1720

Muafiyet rejiminin dahi, ... işletmelerinin mevcut uygulamalarını sürdürmelerine olanak tanımadığı tespit edilmiştir. Uyumlu olmadığı tespit edilen hususların re'sen veya şikayet ile Kanun'un 6'ncı maddesinin (a) ve (b) bentlerinde tanımlanan ihlaller olduğu iddia edilebilir. Meselenin hallinin sabit bant çıkış fiyatının tüm satışlara eşit olarak uygulanması olduğu bilinmektedir. Fakat bununla birlikte, bu uygulamaya derhal geçilemeyeceği, bu yönde bir uygulamanın başlaması için piyasaların eşit şart ve şekilde faaliyetlerini yeniden düzenlemeleri gerekliliği tarafınızdan belirtilmiştir.

1730

Bu durumda izlenebilecek yolun, piyasaların “mevzuatla uyumlu” satış prosedürlerini uygulamaya almalarına kadar geçecek süre içerisinde, ... işletmelerinin mevcut faaliyetlerinin “muafiyet rejimi” dahilinde yeniden düzenlenmesi olduğuna kanaat getirilmiştir. Bu itibarla bölgesel farklılıklar oluşturan fiyat yapılarını “gizlemek” için, muafiyet rejiminin tanıdığı Tek Elden Dağıtım Anlaşmaları (TEDA) ve Tek Elden Satın Alma Anlaşmaları (TESA) Grup Muafiyetleri ile, eş edimdeki alıcılara farklı fiyatlar uygulanması pratiğinin, edimleri farklılaştırıcı bir statü yaratılması cihetine gidilmiştir. Bu sistem ile, üretim tesislerine uzak mesafelerde bulunan alım merkezleri bölgesel sınır ile tefrik edilecek ve bu bölgeye TEDA çerçevesinde bir Dağıtıcı

1740

ihdas edilecek ve böylelikle düşük fiyatlı bant fiyatına karşın, edimlerin üretim tesisinin ana hinterlandı içerisinde yer alan TESA'lar ile farklılıkları ortaya koyulacaktır. Bu yöntemin kalıcı bir çözüm getirmesi beklenemez. Yalnızca piyasadaki hatalı uygulamaların birlikte sona erdirileceği tarihe kadar geçecek olan süre zarfında, ... işletmelerinin bayi satışları nedeni ile ceza almamasını temin edebilecektir. Bu itibarla biri TEDA diğeri TESA formatında iki tip sözleşme oluşturulmuştur. Bu sözleşmeler taslak niteliğinde olup işletmelere eş zamanlı olarak bildirilecektir. İşletmeler ferdi pazar şartlarından kaynaklanan prosedür farklılıklarını, diğer çekince, itiraz ve taleplerini de belirterek tarafımıza bildireceklerdir. Böylelikle sözleşmelere nihai şekil verilebilecek ve tensiplerinize arz edilebilecektir.

1750

Tarafınızdan uygulamaya alınması ön görülen ve tarafımızdan evveleimde uygulanabileceğine kanaat getirilen yegane yöntem niteliğindeki tip sözleşmeler eklidir. Bu sistemin kalıcı bir çözüme hizmet etmeyeceğini ve ihlallerin tek fiyat uygulamalarıyla durdurulmasının esas olduğunu birkez daha vurgulayarak durumu tensiplerinize arz ederiz.”

1760 Bu ve benzeri görüşler çerçevesinde, pek çok teşebbüs, Rekabet Kurumu öncesinde yukarıda değindiğimiz üç amacı tam olarak içeren bayilik sözleşmelerini, 2002/2 sayılı "Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği" hükümlerine uyumlu hale getirmeye; başka bir deyişle de, gizlemeye çalışmıştır. Aşağıda Rekabet Kurumu öncesi imzalanmış birkaç anlaşma örneği yer almaktadır:

26. BÇS ile Kenan SALINDIRMA arasında, 10.3.1997'de imzalanan anlaşmada aşağıdaki maddeler dikkat çekicidir:

1770 6. Madde : *Bayi satış ordinosu ve buna göre düzenlenen sevk irsaliyesinde belirtilen yer dışına sevk yaptığı takdirde, bayinin bayiliği iptal edilecek ve 1.000.000.000 TL tutarındaki şirkete verdiği ceza çeki ceza olarak tahsil edilecektir. Pazarlama Şefliğinin konu ile ilgili tespiti ve raporu esas kabul edilecek, bayinin savunması dikkate alınmayacaktır.*

7.Madde : *Bayinin şirketin uyguladığı bölgesel fiyatların altında bant teslimi veya şantiye teslimi (ilgili bölge ile Bolu arasındaki fiili nakliye fiyatları dikkate alınarak hesaplanacaktır) çimento satan bayi tespit edildiğinde, bayi şirketin yapacağı bu tespite itiraz edemeyecek ve kendisine bir defaya mahsus ilgili bölge fiyatıyla serbest satış fiyatı arasındaki farkın 3 misli para cezası verilecektir. Tekerrüründe bayiliği iptal edilerek, şirket nezdinde bulunan nakit teminatı ve ceza çeki tahsil edilerek irad kaydedilecektir."*

1780 BÇS ile Albayrak Ltd.Şti. arasında, 31.12.1996'da imzalanan anlaşmada, Kenan SALINDIRMA ile imzalanan bayilik anlaşmasının 6 ve 7. maddeleri, 7 ve 8. maddeler olarak yer almaktadır. BÇS ile Albayrak Ltd.Şti. arasında bu anlaşmaya ek olarak 14.3.1997'de protokol imzalanmıştır. Protokoldeki şu ifadeler dikkat çekicidir:

"2- SÜRE VE UYGULAMA : *İlgili bölgelerde çimento fiyatlarının istikrara kavuşması yolunda şirketin yapacağı tespitler doğrultusunda, şirket bu uygulamaya istediği zaman son verebilecektir.*

1790 4- CEZAI HÜKÜM : *Bayinin yukarıda belirtilen bölgelere pazarlamak üzere aldığı çimentoyu başka bir bölgeye sevkettiğinin şirket tarafından tespit edilmesi halinde; Bayinin ilgili bölgeye sevkıyatı sağlamasına rağmen, çimento boşaltıldıktan sonra tekrar başka bir araç bayi veya alıcı kişi tarafından farklı bir bölgeye nakledilmesi durumunda; Bayinin, şirketin ilgili bölgelerde diğer fabrikalar ile rekabet edebilmek amacıyla kendisine fiyatlarda sağladığı bu toleransı bir başka bayiye dolaylı olarak kullandığının tespit edilmesi durumunda;*

1800 *hiçbir savunma ve açıklamaya müsaade edilmeksizin Bayi'nin 1997 yılı bayilik sözleşmesi (Protokol) tek taraflı iptal edilecek, her iki protokol düzenlenirken kendisinden teminat için alınan açık çekler tahsil edilecek, vadesi gelen gelmeyen tüm borçları şirket nezdinde bulunan teminatlarından tahsil edilecek ve eğer varsa diğer teminatları da şirket lehine irad kaydedilecektir."*

1810 27. Konya Çimento'nun 29.4.1994'de Yusuf BULDUK ile imzaladığı Ambalajlı Çimento Bayilik ve Bağlantı Şartnamesi'ndeki, "Bayi, şirketin çimento alım ve satımı için koyacağı kurallara uymak zorunda olacaktır. Şirket ile bayilik sözleşmesini imzalayan satıcılar perakende satış yaptıkları takdirde, şirketle bayilik anlaşması olmayan diğer çimento satıcıları ile fiyat birliği içerisinde satış yapmaya gayret göstereceklerdir. Şirket dilerse bayinin perakende satış fiyatını belirleyebilir. Bayi bu konuya itiraz edemez..." ifadesi dikkat çekicidir.

Görüldüğü üzere, sektörde Rekabet Kurumu'nun kurulmasından önce kullanılan bayilik sözleşmeleri, genellikle 2002/2 sayılı Tebliğe uyum gösteren sözleşmelerle büyük farklılık göstermektedir. Ancak gerçek amaçlar değişmediğinden mevcut sözleşme yapısında çeşitli çelişkiler meydana gelmektedir. Her şeyden önce, bayilere imzaladıkları sözleşmeler verilmemekte ve içeriklerine ilişkin olarak eksik bilgi verilmektedir:

1820 28. Set Afyon, 1998 yılından beri bayileriyle "Tek Elden Dağıtım Anlaşması" başlıklı bir sözleşme imzalamaktadır. 2002/2 sayılı Grup Muafiyeti Tebliği'ne büyük ölçüde uyumlu olan bu sözleşmelerin uygulanmasına dair aşağıdaki olay kayda değerdir. Bölgesi dışına satış yapan Akşehir bayisi Yörükoğlu Ltd.Şti.ne, ceza faturası ile birlikte Set Afyon'dan gönderilen yazıda "Fabrikamızla yapmış olduğunuz Tek Elden Dağıtım Anlaşması'nın 2. Maddesinde açıkça belirtildiği gibi, bayi kendisine tanımlanan bölge dışında müşteri aramamak kayıt ve şartıyla satış yapabilir denmektedir. Ayrıca aynı durum sözleşmenin 4. Maddesinin c bendinde de belirtilmiştir. 05.06.1999 tarihinde şirketinize ait 03 EH 935 plakalı vasıta Akşehir bölgesi için almış olduğu çimentoyu Sultandağ ilçesindeki Aydoğmuş Ticaret'e boşalttığı tespit edilmiştir. Bu durum sözleşmenin yukarıda belirtilen maddelerine uymadığından, aynı sözleşmenin 10. maddenin a bendi tarafınıza uygulanmış ve ceza faturanız ekte sunulmuştur. Aramızdaki iyi ilişkilerin devamı bakımından, sözleşme şartlarına uyulmasını önemle rica eder, bilvesile hayırlı işler dileriz" denilmektedir. Yörükoğlu Ltd.Şti.'nden, Set Afyon'a, 10.06.1999'da gönderilen itiraz yazısındaki "İlgi yazınızda belirtilen Tek Elden Dağıtım Anlaşması bugüne kadar tarafımıza intikal ettirilmemiştir. Anlaşmanın 2. maddesinde belirtilen 'bayi kendisine tanımlanan bölge dışında müşteri aramamak kayıt ve şartıyla satış yapabilir' ibaresine firmamız bugüne kadar kesinlikle uymuştur. 05.06.1999 tarihinde şirketimize ait 03 EH 935 plakalı vasıta Akşehir Şubemize çimento götürmüştür. Yazıda söz konusu edilen Aydoğmuş Ticaret de Akşehir'deki şubemizden çimento satın almıştır. Bu çimentonun bir kısmını Akşehir'e yakın köylerden birine indirmiş, bir kısmını da deposuna götürdüğü tarafımızdan da tespit edilmiştir..." ifadesi bulunmaktadır.

29. OYSA Niğde'nin bayilik sözleşmelerinin uygulanmasına dair belgeler:

1) OYSA Niğde bayisi (.....), yapılan görüşmede, "OYSA Niğde Çimento San.Tic.A.Ş.'nin bayisi olduğunu, bayilik sözleşmesi yaptıklarını

1850 ancak sözleşmenin içeriğinin ne olduğu konusunda bilgilerinin olmadığını, hatta sözleşmelerinin yanlarında olmadığını” ifade etmiştir.

2) OYSA Niğde eski bayisi (.....)’un konuya ilişkin tutanakta yer alan ifadeleri, “1999 yılında OYSA Niğde Çimento bayiliğini bıraktım. Bayiliğim sırasında bölgem Ereğli idi. Bölgenin dışına mal satışı yasaktı. Cezası sözleşmede belirtilir. Ama sözleşme bize verilmez, orada kalır. Biz gideriz, önümüze ne konursa imzalarız. Bölgeler arası satışı engellemek için çimento torbalarının rengi değiştirilir... Yanlış hatırlamıyorsam 1998 yılında Antalya’da bir toplantı yapıldı. ‘Rekabet uzmanları gelirse sakın bundan bahsetmeyin’ denildi. Aynı uygulamayı Konya Çimento A.Ş.’de yapıyor... Konya da Niğde de (A.Ş.) farklı bölgelere satış yapılırsa, o bölgenin fiyatını uygulayarak ceza uyguluyor (malın dağıtıldığı bölgenin fiyatları). Eğer bölge ayrımı yapılmazsa; herkese aynı fiyat uygulanırsa bu bayiler için daha iyi olur. Daha sağlıklı bir sistem olur...Bölge dışına satışın güvenle ilgisi yok. Peşin para getiren herkese mal satılır. O yüzden güvenseniz de güvenmeseniz de bölge dışından gelen şahsa mal satılır; peşin para veriyorsa...1998 yılında Antalya’da yapılan toplantıda OYSA Niğde Genel Müd.Yrd.Şefik Bey; ‘Rekabet Kurulu kuruldu, dikkatli olun’ dedi” şeklindedir.

1870 3) OYSA Niğde bayisi (.....), “Ben Karaman’da satış yapıyorum. Karaman dışına satış yapmam fabrikayla (OYSA Niğde) yaptığımız bayilik anlaşmasına aykırı olur. Fabrika bize bayiliği verirken Karaman’da satış yapacaksın dedi, dışarıya satış yapmıyoruz bu yüzden. Yaptığımız bayilik anlaşmasını fabrikada parafladık, orda kaldı; bende bir örneği yok...1998 yılı sonlarında Antalya’da Oysa’nın yaptığı toplantıda bize Rekabet Kurumu’ndan bahsetmişlerdi. Bizim isteğimiz tüm bayilere aynı fiyattan satılsın” şeklinde ifadede bulunmuştur.

1880 1998 sonrası döneme ilişkin olarak yapılan TEDA bayilik sözleşmelerinde diğer bir ilginç nokta, sözleşmelerin konusu bir bölgede tek elden dağıtım olmasına rağmen, aynı bölgede birden fazla bayinin görevlendirilmesidir:

30. Set Ankara’nın hepsi 1.1.1998’de imzalanan tek elden dağıtım anlaşmalarında bölge tanımları şu şekilde yapılmıştır:

- Yalçın İnşaat Yapı Malz. Ltd.Şti.; Ankara Merkez, Sincan, Polatlı, Beypazarı.
- Cangül İnş. Malz. San. ve Ltd.Şti.; Ankara Merkez, Polatlı, Beypazarı, Ayaş.
- 1890 - Yıldırım A.Ş.; Ankara Merkez, Çubuk, Polatlı, Eskişehir.
- Evren Yapı Malz. İnş. Ltd.Şti.; Ankara Merkez, Çubuk, Gölbaşı.
- Kandemir İnş. San. ve Tic. Ltd.Şti.; Ankara Merkez, Gölbaşı.
- Söyler Ltd.Şti.; Ankara Merkez, Çubuk.
- Pelenkoğlu Nak. San. ve Tic. Ltd.Şti.; Ankara Merkez, Kızılcahamam, Çankırı, Kastamonu.

Buna karşılık, Gözde İnşaat Malzemeleri Ltd.Şti. ile 1.1.1998'de imzalanmış "Tek Elden Dağıtım Anlaşması"nda, bölge tanımının yapılmadığı tespit edilmiştir.

1900

İncelenen bayilik sözleşmeleri ve uygulamalarında, çok küçük bölgeler şeklinde yapay pazar tanımları ile tek elden dağıtım bölgeleri belirlemek, sözleşmelerle tek elden satın alma zorunluluğu getirilmesine rağmen sağlayıcı şirketin bilgisi dahilinde rakip teşebbüslerin çimentosunu satmak gibi, Grup Muafiyeti Tebliğlerinin ruhu ile bağdaşmayan pek çok uygulamaya rastlanmıştır. Bunlara da, taraflara ilişkin değerlendirmelerde ayrıntılı olarak yer verilecektir.

1910

Bütün bu hususlar, çimento sektöründe uygulanmakta olan dikey kısıtlamaların amacına ve bunların gizlenmesine yönelik girişimlere dair tespitleri desteklemektedir.

I.2.5.2. Savunmalar ve Bu Savunmalara İlişkin Değerlendirmeler

Soruşturma kapsamındaki teşebbüslerin, yukarıda yer verilen tespitlere ilişkin olarak yaptıkları temel iktisadi savunma, *"fiyatların, malın gönderileceği bölgede hakim durumda olan çimento fabrikasıyla rekabet edebilmek için sübvansede edilerek belirlendiği; dolayısıyla buna yapılacak bir müdahalenin mevcut sistemle sağlanan rekabeti ortadan kaldıracığı"* şeklindedir.

1920

Kurul'umuz, yukarıdaki savunmanın aksine, teşebbüslerin, maliyet ve fiyat yapıları izin vermesine rağmen, anlaşma ya da misillemeye uğrama korkusuna dayanan tek taraflı şirket politikaları yüzünden rakip fabrikaların kurulduğu pazara girmediğini tespit etmiştir. Ancak 17.6.1999 tarih, 99-30/276-166 sayılı Ege Bölgesi Çimento kararında da belirtildiği gibi, *"...iç talep açısından bakıldığında arz fazlası olan bir sektörde pazarın teşebbüsler arasında coğrafi olarak çok katı bir biçimde bölünmesi teorik olarak bile mümkün olmadığından, uygulama biraz yumuşatılarak, en azından fabrikaların yakın çevresindeki yoğun talep bölgelerinin münhasırlaştırılmasıyla birlikte, artan üretimin tampon bölgelerde, rekabete açık bölgelerde ve gerekirse dış pazarda, teşebbüsler açısından en karlı olacak şekilde değerlendirildiği görülmektedir. Uygulamayı mümkün kılan da, satış merkezleri itibariyle uygulanan farklı fiyatlar ve satış ağı üzerindeki katı denetim mekanizmasıdır... Kaldı ki; ortak bölgelerde yaşanan rekabetin de sağlıklı bir rekabet olduğunu söylemek mümkün değildir..."* Dolayısıyla mevcut sistem, teşebbüslerin iddia ettiği gibi pazara rekabet getirmemektedir.

1930

1940

Keza, Kurul'umuz yaptığı incelemeler ve 6.4.2001 tarih ve 01-17/150-39 sayılı Belko kararında da kullandığı "fiyatların nispeten rekabetçi pazarlarla kıyaslanması" şeklindeki analiz yöntemi çerçevesinde, rakip teşebbüslerin karlı olduğu halde anlaşma veya tek taraflı şirket politikasına bağlı olarak girmediği fabrika çevresinde, elde edilen hakim durum veya pazar gücüne bağlı olarak yüksek-rekabetçi olmayan fiyat uygulandığını tespit etmiş; bu gücün azaldığı ya da olmadığı pazarlardaki fiyatların ise, maliyetin altına

1950 düşmediğini saptamıştır¹². Nitekim bu husus da Ege Bölgesi Çimento kararında “Fabrikaların farklı fiyat uygulamasına ilişkin olarak yaptıkları savunmalarda, her fabrikanın bir merkeze uygulayacağı fiyatını, diğer fabrikaların ve kendisinin oraya olan uzaklığını göz önüne almak suretiyle tespit ettiği ve diğerine daha yakın olan yere yapacağı satışlarını artırmak için ‘nakliyeti sübvansede ettiği’ belirtilmiştir. Hatta nakliyenin sübvansede edilmesi suretiyle diğerine daha yakın olan bölgelere satış yapma olanağının sağlandığı ve sistemin daha rekabetçi bir yapı gösterdiği ileri sürülmüştür. Ancak, buradaki asıl sorun, çimentonun uzak yerlere satılması değil, fabrika merkezi ve yakın çevresine, anlaşmayla sağlanan korumanın sonucu olarak pahalıya satılmasıdır” şeklinde ifade edilmiştir. Dolayısıyla zaten rekabetçi olmayan fiyattan indirim yapıldığı da unutulmamalıdır.

1960 Kaldı ki, fiyat politikalarının rekabetçi olduğunu düşünen teşebbüsler, bunu, 4054 sayılı Kanunu ihlal etmeyen yöntemlerle de (sübvansede edildiğini ileri sürdükleri fiyatları, tüm bölgelere uygulamak gibi) sürdürebilirler.

İşte bu noktada, “sisteme yapılacak müdahalenin rekabeti ortadan kaldıracığı” şeklindeki savunmanın, “teşebbüslerin lehlerine olan bu duruma neden itiraz ettiği” sorusunu da gündeme getirdiği söylenmelidir. Bu soruya verilecek cevap, mevcut uygulamaların iktisadi etkinliği ortadan kaldırıcı niteliğini daha da açıklayıcı olacaktır. Bu çerçevede öncelikle savunmalardan yapılacak çeşitli alıntılara yer verilmelidir:

1970 Baştaş’ın savunmasında, “Bir an için dağıtım ve fiyatlandırma sisteminin değiştirilerek fabrika çıkışı tek bir fiyat belirlenmesi ihtimali düşünüldüğünde, bu halde fabrikalar sadece kendi hinterlandlarında satış yapabilecek, daha uzak mesafelere yani rakip fabrikaların hinterlandlarına gidemeyecek ve ellerindeki arz fazlasını tüketemeyeceklerdir. Bilindiği gibi, çimento sektörünün yapısı gereği fabrikaların üretim kapasitelerini kısmaları mümkün değildir. Bir fabrikanın kapanması ise, çalışmasından daha maliyetlidir. Dolayısıyla bu tür bir sistem değişikliğinde fabrikanın üretim kapasitesini kısmak suretiyle, arz fazlasını önleyebilmesi mümkün olmayacaktır. Bu durumda teşebbüslerin aralarında, Ege bölgesinde faaliyette bulunan Çimentocular ile ilgili kararda olduğu gibi, ihracat karteline girmeleri veya damping gibi uygulamalara yönelmeleri kaçınılmaz hale gelecektir” ifadesi yer almaktadır.

1980 Çimsa’nın savunmasında, “Renkli torba sistemi üretim kapasitesini kullanmak amacı ile müşterinin (münhasır bayinin veya yeniden satıcının) satış pazarının bulunduğu yere farklı fabrika çıkış fiyatı uygulaması yapılması zaruretinden kaynaklanmaktadır. Zira tek ve standart bir fabrika çıkış fiyatı uygulandığında belli bir yarıçapın ötesine satış yapmak imkansızdır. Bu durumda coğrafi satış pazarının sınırları daralarak üreticiler arası rekabet daha da kısıtlanacak ve sınırlar daha belirgin hale gelecektir. Bu açıdan, malı uzak mesafeye nakledecek ve uzak pazarlarda pazarlayacak olan yeniden satıcıya nakliye fiyatını telafi edecek şekilde, daha düşük bir çıkış fiyata satış yapmak kaçınılmazdır. Burada amaç, üretim kapasitesinin kullanımını sağlamaktır.

¹² Nitekim bu saptama çerçevesinde, çeşitli teşebbüslerin yıkıcı fiyat uygulamalarına maruz kaldığı iddiaları da kabul edilmemiştir.

Kapasite kullanılmadığı takdirde sabit maliyetler sebebi ile karlı bir faaliyette bulunulması zorlaşacaktır...” ifadesi yer almaktadır.

- 2000 BÇS'nin savunmasında, *“BÇS'nin TEDA anlaşmaları, potansiyel rekabet ile şekillenen yakın hinterland içinde oluşan piyasa fiyatı ile üretim maliyeti arasındaki farktan kaynaklanan kar marjı ile üretilen çimentonun azami kapasite kullanımı sağlanarak birim maliyetinin düşürüleceği miktarlarda satılması için oluşturulan marj dahilinde azami uzaklığa kadar çevre bölgelere çimento satılabilmesi için uygulanmaktadır. TEDA anlaşması imzalayan bayinin muafiyet rejimine uygun olarak bölge dışına aktif satışta bulunmama yükümlülüğü vasıtasıyla, sübvansede edilerek kapasite kullanım oranına bağlı olarak maliyeti daha da düşürülen çimentonun satılması mümkün olmaktadır. Arzın artması ile fiyatların daha da düşmesi sonucu doğmakta, ayrıca benzer ekonomik süreçlerin etkisi altındaki rakiplerin de kapasitelerine bağlı olarak uzak bölgelere daha düşük fiyatla çimento sevk edebilmeleri mümkün olmaktadır. Bu denge, potansiyel rekabetin önemini artırmakta, üretim kapasitelerindeki yükseklik ise hem üretimi hem de uzak bölgelere yapılacak satışları vazgeçilmez kılmakta ve artan kapasitelere bağlı olarak satış miktarlarını da artırmaktadır. Aynı ekonomik döngü tekrar etkisini göstermekte, gidilen uzak bölgeler bir başka üreticinin ana hinterlandı olduğu için o bölgede ‘uzaklara taşıma fonunu oluşturacak piyasa fiyatı fırsatını’ baskı altına almakta, sonuç olarak ekonominin tüm dinamiklerinin olumlu etkisi altında rekabet şekillenmektedir. Yani uzak bölgelere çimento satma zorunluluğu, piyasa ekonomisinin doğal bir zorunluluğu olduğu gibi, rekabet kuralları bakımından da bölgesel hakimiyetlerin oluşmaması önünde doğal kontrol ve baskı süreçlerini oluşturmakta ve potansiyel rekabet bakımından önem taşımaktadır...” ifadesi yer almaktadır.*
- 2010 Çimento sektöründe ortalama sabit ve toplam maliyetlerin düşürülebilmesi için kapasite kullanım oranlarının artırılması gereklidir. Ancak üretim ve satış miktarının yani arzın artması, ekonominin temel prensipleri çerçevesinde, genel olarak fiyatların da düşmesine yol açar. Bunu bir ölçüde engelleyerek karlılığı azaltmamanın yolu ise; hakim durumda bulunan veya pazar gücüne sahip olunan pazarlar ile diğer piyasalar arasında fiyat farklılaştırması yapılmasıdır. Mevcut sistem, yukarıda değinilen diğer amaçlar yanında, bu hedefe de hizmet etmektedir. Bu durumu Ege Bölgesi Çimento kararında da Kurul’umuz saptamış olup, konuya ilişkin olarak Baştaş savunmasında, *“bilindiği gibi, çimento sektörünün yapısı gereği fabrikaların üretim kapasitelerini kısımları mümkün değildir. Bir fabrikanın kapanması ise, çalışmasından daha maliyetlidir. Dolayısıyla bu tür bir sistem değişikliğinde fabrikanın üretim kapasitesini kısmak suretiyle, arz fazlasını önleyebilmesi mümkün olmayacaktır. Bu durumda teşebbüslerin aralarında, Ege bölgesinde faaliyette bulunan Çimentocular ile ilgili kararda olduğu gibi, ihracat karteline girmeleri veya dumping gibi uygulamalara yönelmeleri kaçınılmaz hale gelecektir”* demiştir. Çimento sektörünün yapısı gereği, kapasiteler kısılanmayacağından, oluşacak arz fazlası, ya Baştaş’ın ileri sürdüğü teşebbüsler arası anlaşmalara konu olacak ya da mevcut koşullar çerçevesinde rekabetçi fiyat oluşumunu sağlayacaktır. Hemen belirtmek gerekir ki teşebbüsler arasındaki arz miktarının kontrolü ve benzeri anlaşmalar 4054 sayılı Kanun ile yasaklanmıştır. Dolayısıyla ulaşılabilecek sonucun rekabetçi
- 2020
- 2030
- 2040

fiyat oluşumu olduğu söylenebilir. Kaldı ki mevcut sistem, D.E. Waldman'ın 1988 tarihli makalesinde¹³ ayrıntılı biçimde ortaya koyduğu üzere, kapasitelerin kontrolsüz biçimde artışını teşvik edici niteliktedir. Kurul kararı sonrasındaki beklenen gelişmeler arasında, iktisadi etkinlikten uzaklaşmaya yol açan bu durumun sona ermesi de bulunmaktadır.

2050 Soruşturma kapsamındaki teşebbüslerin, yukarıda yer verilen tespitlere ilişkin olarak yaptıkları savunmalarını dayandırdıkları hukuki argümanlar ise aşağıdaki şekilde özetlenebilir:

2060 Teşebbüslere göre, *“fiyatın diğer bölgelere göre düşük olduğu bir pazarda satılacağı belirtilerek alınmış olan bir ürünün, daha yüksek fiyatların olduğu bir bölgede satılması, ilgili alıcıya haksız bir kazanç sağlayacaktır. Bu eylem, alıcılar arasında “aldatıcı hareket veya hüsnüniyet kaidelerine aykırı sair suretlerle iktisadi rekabetin her türlü suistimali” şeklinde tanımlanan bir haksız rekabet yaratacaktır. Üreticiyi hileye düşürmek sonucu elde edilen ve nadir de olsa bazı hallerde, eğer unsurları varsa, ‘dolandırıcılık’ dahi sayılıp cezalandırılabilir bu haksız kazancı hukukun koruması da mümkün değildir. Hemen belirtmek gerekir ki, üretici teşebbüsler ile bayiler arasında iki tür hukuki ilişki bulunmaktadır. Bunlardan ilki ve temel olanı, üretici ile bayi arasındaki bayilik anlaşması-çerçeve anlaşmadır. 4054 sayılı Kanun’un alanına girebilecek olan da bu sözleşmelerdir. İkincisi ise, bayi ile üretici arasında her sipariş ve teslimat ile tekrar eden satım anlaşmalarıdır. Bu satım anlaşmaları, malın alındığı bölgeye sevk edilmesi, bedelinin üreticiye ödenmesi gibi hususlarda bayiyi borç altına sokmaktadır. Diğer bir deyişle, üreticinin satım anlaşmasına konu mal üzerindeki hakkının ortadan kalkması için, ilgili ürünün satış akdi uyarınca anlaşmaya varılan bölgeye sevk edilmesi, doğan borcun ödenmesi gibi edimlerin ifası gerekmektedir. Bir bayinin mal bedelini üreticiye ödememesi ile taahhüt ettiği bölgeye söz konusu malı sevk etmemesi arasında doğurulan zarar ve sözleşmeye riayetsizlik açısından fark yoktur. Her ikisi de, akit serbestisi içinde belirlenen biçimde cezai yaptırıma tabi tutulabilir. Bunun ise rekabet kuralları açısından doğurduğu bir sakınca yoktur. Yukarıda ifade edilen hile sonucu üretici tarafından haklı olarak iptal edilebilecek olan sözleşmenin, 4054 sayılı Kanuna aykırı olacağı düşünülmektedir. Kaldı ki, 4054 sayılı Kanuna aykırı olması nedeniyle satım sözleşmesi geçersiz olsa bile, üreticilerin, hileye maruz kalmış olmaları nedeniyle, Borçlar Kanunu m.41 uyarınca haksız fiil hükümlerinden yararlanmaları da mümkündür.”*

2080 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanunda belirlenen temel prensiplerden biri, alıcılara, satın aldıkları malların yeniden satımına ilişkin olarak bölgesel sınırlamalar getirilememesi; daha açık bir deyişle, satın alınan malların istenilen yerde satılması suretiyle sağlanacak rekabetin engellenememesidir. Ancak yasa koyucunun 4054 sayılı Yasa'nın 5. maddesinde verdiği yetkiye dayanarak, Kurul, ilgili maddede belirtilen şartların tamamının varlığı halinde, bu kurula bireysel veya grup olarak muafiyet tanınmasını sağlayabilir. Nitekim Kurul'umuz, iktisat biliminden de yararlanılarak hazırlanan Avrupa Birliği uygulamalarını da göz önünde

¹³ WALDMAN, D.E. (1988), “The inefficiencies of ‘unsuccessful’ price fixing agreements”, The Antitrust Bulletin, Spring 1988, s.67-93.

- 2090 bulundurup, konumuzla ilgili temel belge olarak kabul edilebilecek 2002/2 sayılı “Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği”ni yayımlamıştır. Bu Tebliğin kurucu unsuru, sağlayacağı çeşitli etkilerle (“free rider”ın azaltılması vb.), nihai tahlilde daha olumlu bir iktisadi sonuç oluşacağı için, münhasır bölgelerin varlığına izin vermesidir. Bu izne getirilen temel sınırlama ise, tek elden dağıtıcı üzerine, anlaşmada belirlenen bölge dışında anlaşma konusu mallarla ilgili olarak, müşteri aramama, şube açmama ve dağıtım deposu kurmama, yükümlülüklerinden başka rekabet sınırlamaması yüklenmemesidir. Tek elden dağıtıcı üzerine, “aktif satış” olarak tanımlanan bu kısıtların getirilmesine izin verilirken, bunlar dışında kalan her türlü satış
- 2100 “pasif” olarak değerlendirilmekte ve yapılacak engellemeler, 4054 sayılı Yasa’nın ihlali olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla bir alıcı, diğer bölgelerden gelecek talepleri, bu bölgelerde, müşteri aramamak, şube açmamak ve dağıtım deposu kurmamak koşuluyla dilediği gibi karşılayabilir. Hemen belirtmek gerekir ki, tek elden dağıtım bölgeleri belirlenmemişse (birden fazla yeniden satıcının bir pazarda görevlendirilmesi gibi), ilgili Tebliğ’in dayanak noktasını oluşturan ve korunması gereken bir çıkar da kalmamış demektir. Dolayısıyla böyle bir durumda, ilgili Tebliğ’in müsaade ettiği “aktif satışların engellenmesi”nin bile imkanı bulunmamaktadır.
- 2110 Teşebbüsler arasındaki tüm hukuki ilişkiler, bayilik anlaşması, çerçeve anlaşma, satım sözleşmesi gibi isimler taşıması farketmeksizin, yukarıda belirtilen ilkelere uygun olmalıdır. Bu ilkelere aykırı sözleşmelerin, “hile, dolandırıcılık, haksız fiil” gibi kavramlar çerçevesinde 4054 sayılı Yasa kapsamı dışına çıkarılması kabul edilemez. Çünkü, anılan Yasa’nın 4. maddesinde, dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama etkisi doğurabilecek nitelikteki teşebbüsler arası anlaşma ve uyumlu eylemler bile hukuka aykırı kabul edilip yasaklanmıştır. Bundan farklı bir yorum, 4054 sayılı Yasa’yı ihlal eden anlaşmalara, yatay veya dikey nitelik taşıması farketmeksizin, müdahale edilememesi sonucunu doğurabilir. Örneğin “bir teşebbüsün, X malının tedarikini, ‘alıcının, Y asgari fiyatından satış yapması’ şartına bağlaması”nın savunmalarda belirtilen gerekçeler çerçevesinde kabulü, mezkur Yasayı ihlal eden “asgari satış fiyatının tespiti”ne izin verilmesi anlamına gelmektedir.
- 2120

Bu açıklamalar çerçevesinde, “bir bayinin mal bedelini üreticiye ödememesi ile taahhüt ettiği bölgeye söz konusu malı sevk etmemesi arasında doğurulan zarar ve sözleşmeye riayetsizlik açısından fark yoktur” şeklindeki savunmaya da cevap verilebilir. Aradaki fark, ikinci durumda, yukarıda yapılan açıklamalarla ortaya konulduğu üzere, rekabetin bozulması; dolayısıyla, 4054 sayılı Kanun’un ihlal edilmesidir.

2130

1.2.6. Değerlendirmelere İlişkin Açıklamalar

Çimento homojen bir maldır ancak aşağıdaki belgelerde belirtilen etkenler tüketici tercihleri üzerinde etkili olarak fiyat farklılıkları meydana getirmektedir:

2140 1. OYSA Niğde bayisi (.....)'ın, "...Karaman'da Konya çimento da satılıyor ama bizim fiyatımız biraz daha ucuzdur. Çünkü bizim çimentonun rengi biraz açıktı önceden. Şimdi düzeldi ama kalite olarak düşük olduğu düşünülüyor, bu yüzden Konya çimentodan biraz daha ucuza satıyoruz..." şeklinde bir ifadesi bulunmaktadır.

2150 2. Raportörler tarafından yöneltilen "Aynı tip çimentoda, üreticilere bağlı olarak kalite farkı söz konusu mudur? Tüketicilerin tercihlerine bağlı olarak fiyat farklılıkları oluşabilir mi?" sorusuna YLOAÇ yetkilisi, "Hiçbir çimento üreticisi belirlenmiş standartların altında üretim yapamaz; ancak bazı fabrikalar hiçbir dalgalanma olmadan, bu asgari standartların üzerinde üretim yapmaktadır. Bu tüketici tercihlerini etkileyen bir faktördür. Bilimsel olmamakla beraber çimentonun açık ya da koyu renk olması da, özellikle kırsal kesimde tercihleri etkilemektedir. Bu bölgelerde, hammaddesi nedeniyle daha koyu renk olan çimentolar tercih sebebidir. Benzer şekilde, hemşehricilik de tüketici tercihlerini etkiler. Bu nedenle örneğin Ankara'da, Baştaş ve Set en azından geçmiş senelerde daha çok tercih edilirdi. Keza, tüketicilerinize verdiğiniz hizmet ve bu sayede oluşan marka imajı da önemlidir. Örneğin, Şirketimiz, 1999'da 'Müşteri Teknik Hizmetler Servisi (Gezer Laboratuvar)' kurmuştur. Bu gezer laboratuvarla tüketicilerin teknik sorunlarına çözüm üretilmeye çalışılmaktadır. Bu laboratuvar, müşteri talebinin Şirketimize yönelmesi ve böylece, bir dahaki siparişini bize vermesi amacıyla yönelik bir pazarlama aracıdır. Ayrıca belediyeler, üniversiteler, kamu kuruluşları ve sanayi ve ticaret odaları ile birlikte tüketicileri bilinçlendirmek için, çimento ve beton yapımı, bakım ve kullanım koşullarını içeren seminerler düzenlenmektedir. Bunlar, Şirketimizin pazara ve tüketicilere verdiği önem çerçevesinde, tüketicilerin bilinçlendirilmesi ve bu sayede fabrikalarımız çimentosuna yönelik ilave bir talep sağlanabilmesi için yapılan uygulamalardır. Bütün bunlar tüketici tercihlerinde ve dolayısıyla fiyat üzerinde etkilidir. Başka bir deyişle, aynı fiyat koşullarında bazı üreticilerin çimentoları tercih konusu olmaktadır" cevabını vermiştir¹⁴.

2170 3. Eşçim Ticaret Müdürü Nafi Makaroç'un ajandasınının 26.6.1999 tarihli sayfasında:

"Çifteler (Cönger Ticaret)

- 1) Duranlar Tic. Bursa
- 2) Tuncer Tic. Bursa
- 3) Mustafa Kocayayla Bursa

Bant 750.000, 13.000, + KDV

Şantiye 900.000, -

Çiftelerde tonda 500.000 TL/Ton fark olursa yine Eskişehirli tercih ediyorlar."

2180 ibaresi bulunmaktadır.

¹⁴ Benzer cevaplar, Konya Çimento, OYSA Niğde, Çimsa Kayseri, BÇS, Set Ankara ve Baştaş'ta hazırlanan tutanaklarda da yer almaktadır.

4. Set Afyon Pazarlama ve Satış 3 Yıllık Plan Sunumu-Kuvvetli ve Zayıf Yönler Analizi'nde, "Ürün" başlığı altında, zayıf yönler olarak belirtilen hususlardan biri; "pazarda koyu renkli çimento talep edilmesine rağmen üretilen çimento renginin açık olması"dır.

2190 Yukarıdaki belgeler tüketicilerin bir dereceye kadar marka tercihinin olduğunu ortaya koymaktadır; başka bir deyişle belli bir fiyat marjına kadar bazı üreticilerin ürünleri tercih edilmektedir. Bu durum, aynı pazarda yer alan teşebbüsler arasında fiyat farklılıklarına neden olabilmektedir. Keza, nakliye ve dikey kısıtlamalara ilişkin analizlerde değinildiği üzere, bu maliyetin hesaplanmasında pek çok faktör etkili olmakta ve yaklaşık değerler bulunabilse bile kesin bir miktar söylemek imkanı bulunmamaktadır. Bu nedenlerle fiyat analizleri, nakliye dahil fiyatlar üzerinden değil, fabrikaların çıkış fiyatları üzerinden ve fiyat artış tarihleri itibarıyla yapılacaktır. Bunun dışında, gerekli görülen yerlerde diğer açıklamalara da yer verilecektir.

2200 I.2.7. KONYA ÇİMENTO SANAYİİ A.Ş.

I.2.7.1. Konya Çimento ile OYSA Niğde'nin Karaman PKÇ 32,5 Torbalı Çimento Pazarında Fiyat Tespiti Konusunda Uyumlu Eylem İçinde Oldukları İddiası

17.12.1996'daki bir toplantıda yapıldığı anlaşılan ve 1997 yılında, İç Anadolu pazarında faaliyet gösteren üreticilerin kendi bölgeleri içinde ve dışında ne kadar satış yapacaklarının tespit edildiği "1997 Yılı Üretim ve Satış Projeksiyonu Bölgelerarası Toplantı Programı" başlıklı belgede şu ifadeler yer almaktadır:

2210

"B) İÇ ANADOLU BÖLGESİ

Satış

Fabrika	Miktarı (Ton)
SET ANKARA	636.000
BAŞTAŞ	640.000
NİĞDE	480.000
KONYA	880.000
ESKİŞEHİR	710.000
AFYON	463.000
YOZGAT	345.000
SİVAS	370.000

TOPLAM	4.524.000
--------	-----------

b) Bölge dışı fabrikaların bölge içine aşağıdaki miktarları sattıkları tespit edilmiştir.

BOLU (Ankara)	240
ÇORUM (Ankara, Çankırı)	70
GÖLTAŞ (Afyon, Akşehir, Konya)	100
TOPLAM	410

2220 Bölge dışından gelen miktarları ve bölgedeki satış fiyatlarını fabrikalar kendi arasında tespit edeceklerdir.”

2230 Akçansa’da bulunan yukarıdaki içeriğe sahip anlaşmaların, 1998 yılına kadar yapıldığının soruşturma kapsamındaki teşebbüslerin bazıları tarafından kabul edildiğinin tespiti “Sektöre İlişkin Genel Bilgiler” başlığı altında yapılmıştı. Nitekim Kurul’umuz da Ege Bölgesi Çimento Kararı’nda benzer nitelikteki belgeleri anlaşma olarak kabul etmiştir. Ancak bu belgeyi destekleyici başka bir delil bulunamamıştır. Analizi yapılan 1998-1999 döneminde Konya Çimento ile OYSA Niğde’nin fiyat hareketlerinin genellikle uyumlu olmadığı da tespit edilmiştir. Dolayısıyla bu belge ve analizlerin, Konya Çimento ile OYSA Niğde’nin fiyat tespiti konusunda uyumlu eylem içinde buldukları iddiasını ispatlamaya yeterli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

1.2.7.2. Konya Çimento ile OYSA Niğde’nin Çimento Arzının Kontrolü Konusunda Uyumlu Eylem İçinde Oldukları İddiası

2240 Konya Çimento ile OYSA Niğde arasında çimento arzının kontrolü konusundaki uyumlu eylem iddiasına ilişkin olarak, “1997 Yılı Üretim ve Satış Projeksiyonu Bölgelerarası Toplantı Programı” başlıklı belge bulunmuştur. Ancak, yukarıda yapılan açıklamalar çerçevesinde, bu belgenin iddiayı ispatlamak bakımından yeterli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

1.2.7.3. Konya Çimento ile Set Afyon’un Akşehir PKÇ 32,5 Torbalı Çimento Pazarında Fiyat Tespiti Konusunda Uyumlu Eylem İçinde Oldukları İddiası

2250 Set Afyon Pazarlama ve Satış Müdürü Güvenç CEYHAN’ın 1999 yılı ajandasının 3.5.1999 tarihli sayfasında, “Göltaş 20’sine kadar zam yapmayacak (Konya-Çimsa-Ado); Nafi Bey’le görüşülecek; Fatih Bey’le görüşülecek; İbrahim Bey’le görüşülecek; Cahit Bey’le görüşülecek; Basri Bey’le görüşülecek”; 20.5.1999 tarihli sayfasında ise, “Konya’ya çimento kesinlikle gönderilmeyecek. İstanbul fabrikaları cezalandırmak için oraya çimento gönderilmek isteniyor. (anlaşılamayan bir cümle). Kesinlikle olmaz” ifadeleri bulunmaktadır. Ancak analizi yapılan 1998-1999 döneminde Konya Çimento ile Set Afyon’un fiyat hareketlerinin genellikle uyumlu olmadığı tespit edilmiştir. Bu çerçevede, yukarıdaki belge ve analizlerin, Konya Çimento ile

Set Afyon'un fiyat tespiti konusunda uyumlu eylem içinde buldukları iddiasını ispatlamaya yeterli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

2260 **I.2.7.4. Konya Çimento ile Set Afyon'un Pazar Paylaşımı Konusunda Uyumlu Eylem İçinde Oldukları İddiası**

2270 Bu iddiaya ilişkin olarak, Güvenç CEYHAN'ın 1999 yılı ajandasında yer alan yukarıdaki notlar dışında, "Çimento Sektöründe Nakliye Maliyetleri" başlığı altında değinilen, üretim ve nakliye maliyetleri ile birlikte mikro marketler ölçeğinde Set Afyon ve rakiplerinin değerlendirildiği çalışma bulunmuştur. Yapılan analizler, Konya Çimento ile Set Afyon'un 36 ABD Doları/tona varan karlarla girebilecekleri birbirlerinin ana hinterlandlarına satışlarının bulunmadığını göstermektedir. Ancak bu belge ve analizlerin, Konya Çimento ile Set Afyon'un pazar paylaşımı konusunda uyumlu eylem içinde buldukları iddiasını ispatlamaya yeterli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

I.2.7.5. Konya Çimento'nun, Bayilerinin Bölgeler Arası Ticaretini Engellemesi İddiası

I.2.7.5.1. Delil ve Tespitler

2280 1. Konya Çimento'nun 1998 ve 1999 yılı ambalajlı çimento bayilik şartnamelerinde, "*Bayi şirketin çimento alım ve satımı için koyacağı kurallara uymak zorunda olacaktır*" ve "*Şartnamede yer almayan konularda şirketin görüşü doğrultusunda hareket edilir. Şirket şartnamede belirtilen herhangi bir maddenin bayi tarafından ihlal edilmesi durumunda bayilik hakları iptal edilebilir*"; 2000 yılı şartnamesinde ise, "*Fiyat, Vade, Ödeme ve Satış koşullarını ŞİRKET tespit eder. BAYİ bunlara uymakla yükümlüdür*"; "*ŞİRKET gerektiğinde pazarı kontrol amacıyla malını ŞANTIYE TESLİMİ olarak satar. Bayi bu uygulamalara uymak zorundadır*" ve "*Sözleşmede yer almayan konularda ŞİRKET'in görüşü doğrultusunda hareket edilir*" ifadeleri bulunmaktadır.

2290 2. Konya Çimento'da yapılan yerinde incelemede, 1998 yılında bayiler tarafından imzalanmış 37 adet taahhütname bulunmuştur. 28 taahhütname aşağıdaki şekilde kaleme alınmıştır:

"KONYA ÇİMENTO SANAYİİ A.Ş. MÜDÜRLÜĞÜNE,

Aşağıda belirtilen bölgeler için fabrikanızdan aldığım TORBALI ÇİMENTO'ları sadece o bölgelerde satacağımı, bu malları kesinlikle Konya içine veya bayiliğim harici bölgelere satmayacağımı, böyle bir satışın tespit edilmesi halinde satılan malın değerinin iki katı cezaya katlanacağımı, ve tekrarında tek tarafı olarak KONYA ÇİMENTO SANAYİİ A.Ş. tarafından bayiliğimin iptal edilmesini kabulleneceğimi taahhüt ederim.

2300 Saygılarımla

BÖLGELER:..."

9 taahhütnamede ise şu ifadeler yer almaktadır:

“KONYA ÇİMENTO SANAYİİ A.Ş. MÜDÜRLÜĞÜNE,

2310 *Fabrikanızdan KONYA-Merkez dışındaki aşağıda belirtilen bölgeler için aldığım TORBALI ÇİMENTO'ları sadece o bölgelerde satacağımı, bu malları kesinlikle Konya içine veya diğer bölgelere satmayacağımı, böyle bir satışın tespit edilmesi halinde satılan malın değerinin bir katı cezaya katlanacağımı, ve tekrarında tek taraflı olarak KONYA ÇİMENTO SANAYİİ A.Ş. tarafından tarafıma uygulanacak cezai müeyyideleri şimdiden kabul ve taahhüt ederim.*

Saygılarımla

BÖLGELER:...”

2320 **3.** Raportörler tarafından yöneltilen “Bölgelere göre çimentoyu farklı ambalajla satma uygulaması ne zaman başladı? Bu uygulama nasıl ve neden yapılmakta?” sorusuna, Konya Çimento yetkilileri “Bölgelere göre çimentoyu farklı ambalajla satma uygulaması, yaklaşık 4-5 yıl önce başladı. Bundan önce satışlar çoğunlukla FOT olarak yapılıyordu ve fiyatlar şimdiki kadar farklı değildi. Fiyatların farklılaşmasına paralel olarak farklı ambalaj uygulaması başladı. Her bölge için belirli bir ambalaj rengi olmamakla beraber, genel olarak, Konya'ya kırmızı; Antalya'ya yeşil; Karaman'a mavi renkli ambalaj uyguluyoruz. Bu uygulamanın amacı, farklı bölge bayileri arasında haksızlığı önlemektir. Örneğin düşük fiyatla mal alan Antalya bayisi, çimentoyu Konya'da satarsa, yüksek fiyatla mal alan Konya bayilerine haksızlık olur. Bunun için çimentonun hangi bölge için satılmışsa o bölgeye gitmesi için azami çabayı gösteriyoruz” cevabını vermiştir.

2330 **4.** Konya Çimento'da yapılan yerinde incelemede bulunan bir belgede yer alan aşağıdaki ifadeler ise, bayiler üzerindeki kontrolün önemini ve bölgeler arası ticaretin engellenebilmesi için farklı ambalaj uygulamasını destekleyici nitelikte yapılanları ortaya koymaktadır:

“BAĞLANTI

Bayileri yaptığı bağlantıdan dolayı malı çekmeye zorlamak bu malların başka yörelere kaymasına sebep oluyor.

Bağlantıların mümkün olduğu kadar az tonajlarda yapılması bağlantının bitmesi halinde yeni bağlantı yapılması.

2340 *Fazla tonajlı bağlantılarda bayii uzun vadeli kazanç amacı güttüğünden malı çok ileriki tarihlerde çektiğinden o tarihte piyasada fiyat bozukluğuna yol açıyor.*

Bağlantılarda mutlaka mal çekme süresi verilmeli.

Bağlantı mallarını her bayi kendi aracı ile çekecek.

PARTİ MAL SATIŞI

Verilen mallar şantiyede kontrol edilecek.

RENKLİ TORBA

Renkli torba mal alan bayilerin bölgelerindeki kapasiteleri tespit edilecek.

Pazardaki fazla mal başka yerlere kaçır mantığına dayanarak talep tarafımızca tespit edilmeli.

2350 *Renkli torba mal alan bayilerin kapı çıkışları aradan seçme metodu ile günlük taranacak.*

Kaçak mal tespitinde uygulanacak cezai yaptırımlar tespit edilecek.

Bölgede tüketicilere karşı suni mamül farklılaştırılması uygulanabilir...”

Belgelerin ardından, Konya Çimento'nun satış sisteminin değerlendirilmesine geçilebilir:

2360 Konya Çimento bir bölge fiyatıyla alınan malın mutlaka o bölgede satılmasını istemekte (kural); bunun denetimi için başta farklı ambalaj olmak üzere çeşitli kontrol vasıtaları kullanmakta (denetim); bunlara rağmen malın alındığı bölge dışına satılması halinde de, bayiliğin iptaline varan müeyyideler uygulamaktadır (yaptırım). Konya Çimento'nun satış sisteminin, tek elden dağıtım bölgeleri belirlenmediği için 2002/2 sayılı Tebliğ'den yararlanması mümkün değildir. Kaldı ki, mevcut sistemde, alıcılar üzerine, aktif-pasif satış ayrımı gözetmeksizin malın yalnızca satın alındığı bölgede satılması yükümlülüğünün getirilmesi, 2002/2 sayılı Tebliğ'in de izin verdiğinin ötesinde bir sınırlamadır ve önemli bir rekabet ihlali teşkil etmektedir.

2370 Konuya ilişkin nihai değerlendirmenin ise, aşağıdaki analizlerden sonra yapılması doğru olacaktır. Konya Çimento'nun satış sisteminin şu iki amacı gerçekleştirdiği düşünülmektedir:

2380 Yapılan incelemeler neticesinde Konya Çimento'nun en yüksek pazar payının Konya'da olduğu tespit edilmiştir. Bu pazar payına bağlı pazar gücü ve sektörde uygulanan fiyat sistemine bağlı olarak Konya Çimento'nun en yüksek fiyatla satış yaptığı dolayısıyla en büyük kar marjına sahip olduğu bölge Konya pazarıdır. Mevcut dikey kısıtlamalar, Konya Çimento'nun pazar gücünün olduğu piyasa ile bu gücün azaldığı ya da olmadığı piyasalar arasında fiyat farklılaştırması yapabilmesine imkan sağlamaktadır. Bu durum iktisadi etkinlikten uzaklaşılmasına yol açmaktadır.

İkinci amaç ise, yukarıda açıklandığı üzere, bayiler vasıtasıyla sektöre gelebilecek rekabetin engellenmesidir.

Bu noktada değinilmesi gereken, ikinci amaçla da ilişkili bir husus, Konya Çimento'nun rakip fabrika merkezlerine girebilme olanağına rağmen bunu kullanmamasıdır. Bu durum, "Konya Çimento'nun satış sisteminin, sektöre getirdiği rekabetçi etkiler dolayısıyla hoşgörülebileceği" şeklinde bir değerlendirme yapılmasına engeldir.

2390

I.2.7.5.2. Savunmalar ve Bu Savunmalara İlişkin Değerlendirmeler

Konya Çimento'nun, yukarıda yer verilen tespitlere ilişkin olarak yaptığı savunmalar, "I.2.5. Çimento Sektöründe Dikey Kısıtlamalar" başlığı altında değerlendirilmiştir.

Bu belge ve analizler çerçevesinde, Konya Çimento'nun bayilik anlaşmalarının ve uygulamalarının, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde yasaklanan bayilerin bölgeler arası ticaretini engelleyici rekabet ihlalleri olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

2400

I.2.8. ADO ÇİMENTO SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

I.2.8.1. Ado Çimento, Batıçim Çavdır, Çimsa Antalya, Denizli Çimento ve Göлтаş'ın Antalya PKÇ 32,5 Torbalı Çimento Pazarında Fiyat Tespiti Konusunda Uyumlu Eylem İçinde Oldukları İddiası

Bu iddiaya ilişkin olarak aşağıdaki belgeler tespit edilmiştir:

2410

1. Göлтаş'tan alınan bir belgede şu ifadeler yer almaktadır:

			<u>01.07.1998 Fiyatları</u>
"	Göлтаş	118,650 ton	
	Afyon	52,000 ton	
	Denizli	88,000 ton	Batıçim İzmir 12,500-13,000
	Eskişehir	79,000 ton	13,000
Konya		111,671 ton	Batisöke 12,500
	B.Çim	126,000 ton	Denizli 12,500-13,000
	B.Söke	90,000 ton	Afyon 13,500 Merkez
	Çimentaş	133,000 ton	13,000 Çay ile ilçeler
	Niğde	70,000 ton	12,500 Uşak-Kütahya
	Ado	20,044 ton	Eskişehir 12,500 Merkez
	Çimsa	97,200 ton	Çimentaş 12,000 İzmir

* 02.07.1998 İzmir Batıçim'de Bölge fiyatlarının tesbiti ile ilgili toplantı var. Saat 10. -- "

Bölge 10.250.000

Batı Akdeniz pazarında faaliyet gösteren teşebbüslere ilişkin satış miktar ve fiyatlarının gerçeği yansıttığı Kurul tarafından tespit edilmiştir.

2. Eşçim Satış Müdürü Nafi Makaroç'un ajandasının 14-15-16.05.1999 tarihli sayfalarında şu ifadeler yer almaktadır:

- 2420 "1) Göltaş fb.çıkış 16.000 TL/Ton
60 gün vade
peşin yatırmaları halinde %18 indirim uyguluyor
Dökme: KÇ 14.600 PÇ 16.600
2) İzmir Merkez 17.000,
Taşra 15.000,
Alınan Karar 30 gün vade 17.000,
İndirim + - ilave veya indirme %8
TÇ-KÇ Farkı 500.000 TL
...0 gün Dökme 30 gün Torbalının fiatında
- 2430 ...alamana göltaş 16.600 şantiye teslimi
Göltaş ADO'ya 28 USD klinker veriyor
- 1) **BATI ÇİM**
Necip Bey Genel Md.
Hakan Bey Genel Md.Yrd.
Cavit Bey Pazarlama Md.
Seyhan Bey Pazarlama Md.Yrd.
- 2) **ÇİMENTAŞ**
Ergun Bey Genel Md.
Ali Bey Genel Koordinatör
- 2440 Bahri Bey Pazarlama Md.
(0.232.4362445-4362462)
- 3) **Göltaş**
Yılmaz Kasap Genel Md.
Cahit Bey Pazarlama Md.
Nuri Bey Pazarlama Şefi
- 4) **Denizli**
Mehmet Bey Genel Md.
İbrahim Bey Tic. Md.
- 5) **ADO Çim.**
- 2450 Cem Sak Patron
Tarık Bey Tic. Md.
- 6) **Balıkesir Çim.**
Satış Md. Yalçın Bey

7) Afyon Çim.

Satış Md. Güvenç Bey

8) Eskişehir Çim.

N. Makaroç

NİSAN 99 Ayı Satışları

Batı Çimento 87.000 TON

2460 Çimentaş 97.000 TON

Göлтаş 80.000 TON

Denizli 68.000 TON

Söke 66.000 TON

Eskişehir 67.000 TON”

Batı Akdeniz pazarında faaliyet gösteren teşebbüslere ilişkin satış miktar ve fiyatlarının gerçeği yansıttığı Kurul’umuz tarafından tespit edilmiştir.

2470 3. Ado Çimento Genel Müdürü Cem Sak'ın 28.7-6.12.1999 tarih aralığına ait notlarında şu ifadeler yer almaktadır:

"Tem

Gölt 83,500

D Ç 58,200

Çiment 98,000

Bat 98,000

Söke-... 60,000

Afyon 42,000

Konya 126,000"

2480

Batı Akdeniz pazarında faaliyet gösteren teşebbüslere ilişkin satış miktarlarının gerçeği yansıttığı Kurul tarafından tespit edilmiştir.

4. Ado Çimento Genel Müdürü Cem Sak'ın 28.7-6.12.1999 tarih aralığına ait notlarında şu ifadeler yer almaktadır:

"Zam – 1,000,000 TL/ton -Yılmaz Külcü¹⁵ 11.10.1999

- Çavdır ✓

- Göлтаş ✓

2490 - Ado ✓

- Mersin ? "

Batiçim Çavdır'ın 11.10.1999'da; Göлтаş'ın 12.10.1999'da; Çimsa Antalya'nın 13.10.1999'da; Ado Çimento'nun 14.10.1999'da; Denizli Çimento'nun da ilgili fatura dönemi içerisinde fiyatlarını 1.000.000 TL/ton artırdığı tespit edilmiştir.

¹⁵ Çimsa Genel Müdürü.

5. Ado Çimento'nun T. Garanti Bankası A.Ş.'ye yönelik 14.1.2000 tarihli yazısında, "Antalya Merkezi Fabrikaların Pazar Paylaşımları (1999 yılı)" başlıklı şu tablo yer almıştır:

2500

	1999 yılı tahmini satışları		Antalya merk.		Antalya merk. dışı
	Fabrika	ton/yıl	yıl	%	yıl
1	Göлтаş	1,000,000	185,000	27	815,000
2	Ado	230,000	230,000	34	-
3	Çimsa	201,000	120,000	18	81,000
4	Çavdır	250,000	50,000	7	200,000
5	Özgür	150,000	88,000	13	62,000
6	Konya	-	-	-	-
7	Adana	-	-	-	-
		1,831,000	673,000	100	1,158,000
			2,243.33	ton/gün	

Batı Akdeniz pazarında faaliyet gösteren teşebbüslere ilişkin satış miktarlarının gerçeği yansıttığı Kurul'muz tarafından tespit edilmiştir.

6. Antalya Ticaret ve Sanayi Odası (ATSO) Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa İssi, "Antalya'ya yönelik satış yapan çimento fabrikalarının çimento fiyatlarını ortak belirleyip, satış yaptıklarını, fiyat listeleri incelendiğinde, fiyatların birbirine çok yakın olduğunun görüleceğini; çimento firmalarının aralarında fiyat anlaşması imzaladıklarına dair bilgileri olduğunu, ancak söz konusu anlaşma belgesine henüz ulaşamadıklarını" ifade etmiştir.

2510

7. Tüketicuyu Koruma Derneği (TÜKODER) Antalya Şubesi Merkez Yönetim Kurulu Üyesi Ali Ulvi BÜYÜKNOHUTÇU ile yapılan görüşmede, anılan şahıs tarafından;

"- Antalya iline satış yapan çimento fabrikalarının kendi aralarında fiyat karteli oluşturdukları, bu şekilde Antalya çimento pazarında rekabeti ortadan kaldırdıkları,

2520

- ATSO'da 1998 yılı ilkbaharında, ATSO'nun talebi üzerine çimento üreticilerinden Çimsa, Göлтаş, Ado Çimento ve adının hatırlanamadığı dördüncü bir firma, TÜKODER ve Antalya'da bulunan iki büyük yapı kooperatifinin katılımı ile bir toplantı düzenlendiği, söz konusu toplantıda TÜKODER ve Antalya'da bulunan iki büyük yapı kooperatifince, çimento ve hazır beton piyasasında rekabetin bozulduğu, fiyatların ortak tespit edildiği ve bölgesel pazar paylaşımı yapıldığı hususlarının dile getirildiği ve firmalardan bu duruma son verilmesinin istenildiği ifade edilmiş, firma temsilcilerinin rekabetin bozulduğunu kabul ettikleri ancak, kış aylarında düzenlenen kampanyalarla rekabet ettiklerini, çimentonun yoğun olarak satıldığı yaz döneminde ise rekabet etmediklerini, buna ihtiyaç duymadıklarını ileri sürdükleri, hatta söz konusu firmaların bölgesel pazar paylaşımını kabul ettikleri, bunu da nakliyeye bağladıkları, nakliyenin eklenmesi durumunda dışarıdan gelen ürünün aynı fiyata geldiğini söyledikleri,

2530

- Toplantıya katılan dernek ve birlik temsilcilerince, çimento ve hazır betonda, ortak fiyat tespiti ve coğrafi pazar paylaşımına son verilerek rekabetin tesis edilmemesi durumunda, bu ürünlerin bir ay süre ile boykot edileceğinin belirtilmesi üzerine, firma temsilcilerinin böyle bir boykotun önemini ya da etkisinin olamayacağını, çimentonun inşaatlar için zaruri olduğunu, alternatif

2540 *temin kaynağının bulunmadığından böyle bir boykotun inşaatların durmasından başka bir sonuca yol açmayacağını söyledikleri,*
- *Firmaların genel müdürler düzeyinde temsil edildiği bu toplantının istenilen etkiyi doğurmaması üzerine, Antalya'daki müteahhitlerce bir ay boyunca boykot yapılarak çimento alınmadığı, bunun sonucunda fiyatların çok az bir düşüş gösterdiği, ancak bu düşüşün dahi çimento üreticisi firmaların ortak hareket etmeleri ile birlikte gerçekleştirildiği, kısa bir süre sonra da tekrar birlikte yükseltildiği,”*

hususları ifade edilmiştir.

2550 **8.** Antalya İnşaat Müteahhitleri Derneği Başkanı Faruk SAYIN ile yapılan görüşmede söz konusu şahıs;

2560 *“- ATSO'da 1998 yılı ilkbaharında ATSO'nun talebi doğrultusunda Çimsa, Göлтаş ve Ado Beton'la birlikte Tükoder ve Antalya'da bulunan iki büyük yapı kooperatifinin dahil olduğu (Antkoop'dan Şekip Dinçer, ATSO 26. Meslek Grubundan Mustafa İssi) toplantıda, çimento ve hazır beton piyasasında rekabetin bozulduğu, fiyatların ortak tespit edildiği ifade edilerek firmalardan buna son verilmesinin talep edildiği,*

2560 *- Firma temsilcilerinin ise rekabetin bozulduğunu kabul etmekle birlikte, kış aylarında düzenlenen kampanyalarla rekabet ettiklerini ileri sürdükleri, çimentonun en çok satıldığı yaz dönemlerinde rekabet etmediklerini, buna ihtiyaç da duymadıklarını ifade ettikleri, aynı zamanda bu toplantıda bölgesel pazar paylaşımını kabul ederek, bunu da nakliyeye bağladıkları, nakliye maliyeti eklendiğinde dışarıdan gelen ürünün aynı fiyata geldiğinin belirtildiği,*

2570 *- Toplantıya katılan birlik ve dernek temsilcilerince, çimento ve hazır betonda, ortak fiyat tespiti ve coğrafi pazar paylaşımına son verilerek rekabetin tesis edilmemesi durumunda, bu ürünlerin bir ay süreyle boykot edileceğinin ifade edilmesi karşılığında firma temsilcilerinden, böyle bir boykotun önem arz etmeyeceği, çimentonun inşaatlar için zaruri olduğu, alternatif temin kaynakları olmadığından, bu durumun inşaatların durmasından başka bir şeye yol açmayacağı şeklinde cevap aldıkları,*

2570 *- Firmaların genel müdürlerinin katıldığı bu toplantının etkili bir sonucunun olmadığı, bunun üzerine bir aylık bir boykot yapıldığı, boykot sonucunda fiyatların çok az düştüğü, ancak rekabeti getirmediği, firmaların ortak harekete devam ettikleri,”*

hususlarını ifade etmiştir.

2580 **9.** İsminin gizli tutulmasını talep eden bir bayi ile yapılan görüşmede anılan bayi;

2580 *“- Fabrikaların önceki yıllarda uygulayacakları fiyat politikasını, aralarında aleni bir şekilde anlaşarak belirledikleri, ancak Ege Bölgesi'ndeki fabrikaların ceza almasından sonra, bir araya geldiklerinin açıkça duyulmadığı,*

2580 *- Geçen yıl verilen cezadan sonra fiyatların biraz düşme eğilimine girdiği, ancak yılbaşına kalmadan tekrar artmaya başladığı,*

- 2590 - Yılbaşından hemen önce ve ona yakın dönemde fabrikaların kar edemedikleri gerekçesiyle fiyatları önemli oranda artırdıkları, ancak bunun arkasında yatan asıl nedenin, istikrar programları çerçevesinde 2000 yılındaki fiyat artışlarının yüksek görünmemesi kaygısı olduğu, böylelikle yeni yıla yüksek fiyatlarla girildiğinden yapılacak yeni artışların fazla büyük olmasına gerek kalmayacağı,
- Önceki dönemlerde, fabrika müdürlerinin her zam öncesi sırasıyla birinin fabrikasında toplanıp karar aldıkları, hatta bunu fabrika müdürlerinin bayilere açıkça söyledikleri, ancak verilen cezadan sonra, bu tür duyumların kesildiği, fakat her şeye rağmen fabrikaların aralarında bir şekilde anlaştıklarının piyasada gözlemlenen koşullardan belli olduğu,”

hususlarını ifade etmiştir.

- 2600 **10.** Antalya İnşaat Müteahhitleri Derneği'nden gelen bir dilekçede, Antalya ve çevresinde çimento firmalarının, aralarında anlaşarak 1999 yılının son döneminde önemli fiyat artışlarına gittikleri, fiyatta kartel oluşturdukları ifade edilmiştir.

Ancak yukarıdaki belge ve analizlerin, Ado Çimento, Batıçim Çavdır, Çimsa Antalya, Denizli Çimento ve Göлтаş'ın Antalya PKÇ 32,5 torbalı çimento pazarında fiyat tespiti konusunda uyumlu eylem içinde oldukları iddiasını ispatlamaya, analizi yapılan 1998-1999 döneminde fiyat hareketleri genellikle uyumlu olmadığı için, yeterli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

2610

I.2.8.2. Ado Çimento ile Denizli Çimento Arasında Akdedilen Fason Üretim Anlaşmasının 4054 Sayılı Kanun'un 4. Maddesi Kapsamında Olduğu İddiası

Bu iddiaya ilişkin olarak aşağıdaki belgeler tespit edilmiştir:

- 2620 **1.** 25.6.1997'de Ado Çimento ile Denizli Çimento arasında bir protokol imzalanmıştır. Bu protokole göre, Denizli Çimento ton fiyatı KDV hariç (....) ABD Doları bedelle yılda (.....) ton klinkeri, Ado Çimento fabrikasında teslim etmek suretiyle vermeyi; Ado Çimento ise bu miktardaki klinkeri almayı taahhüt etmiştir. Taraflar, daha sonra aralarında yapmış oldukları sözleşmelerle klinker bedelinin Ado Çimento tarafından çimento olarak ödenmesi konusunda anlaşmışlardır. Her yıl yenilenen sözleşmelerden 2001 yılına ait olanında yer alan bazı maddeler aşağıdadır:

"2. İşin Konusu:

- 2630 *Fabrika¹⁶ Firmaya¹⁷ Antalya'da ayda satacağı çimento miktarına denk gelecek miktarda klinkeri nakliye dahil firma tesislerinde kamyon üzerinde teslim edecektir. Firma ise bu klinkeri TSE Standartları çerçevesinde katkısını koyarak öğütecek ve yine fabrikanın verdiği torbalara koyarak müşteri kamyonlarına teslim edecektir.*

3. Klinkerin Miktarı, Cinsi ve Kalitesi:

¹⁶ "Fabrika" ifadesi ile "Denizli Çimento" kastedilmektedir.

¹⁷ "Firma" ifadesi ile "Ado Çimento" kastedilmektedir.

- a) Ayda (.....) ton ila (.....) ton arasında klinker fabrika opsiyonunda toleranslı olarak firmaya teslim edilecektir.
- b) Firma beher ton klinker başına (.....) kg PKÇ/32.5 çimentoyu paketli veya dökme olarak (fabrika opsiyonunda) fabrikanın belirteceği kamyonlara araç üzerinde teslim edecektir.
- 2640 c) Satılacak klinker T.S. 3441 Standartlarında hiçbir yabancı madde ihtiva etmeyecek (kalker, tras vs.) ve aşağıda verilen kimyasal özelliklere haiz portland çimento klinkeri olacaktır...
4. Teslim Şekli ve Fiyatı:
- a) Fabrika, Antalya firma tesislerinde kamyon üzerinde teslim edeceği 1 ton klinkere (....)\$/ton +KDV (fatura tarihi Merkez Bankası Döviz Satış kuru üzerinden) fatura kesecek, karşılığında firmadan kamyon üzerinden teslim alacağı PKÇ/B 32.5 çimento için (....)\$/ton +KDV (fatura tarihi Merkez Bankası Döviz Satış kuru üzerinden) fatura alacaktır...
- 2650 d) Firma aylık (.....) ton ila (.....) ton arası klinkere karşılık gelecek çimentoyu fabrikanın günlük piyasasının ihtiyacını karşılayacak tonajlarda öğütülmüş ve paketlenmiş veya dökme olarak müşteri kamyonları üzerinde teslim edecektir.
- e) Firma mal veremeyerek veya çok geç vererek Fabrikanın pazarının ve piyasalarının olumsuz yönde etkilenmesine kesinlikle neden olmayacaktır.
7. Satış fiyatı Antalya piyasasındaki rayiç fiyat olacaktır.
10. İş bu sözleşme 1 yıllık olup 01/01/2001 tarihinde başlar ve 31/12/2001 tarihinde biter. Taraflar karşılıklı görüşme sonucu süreyi uzatabilirler."

2. Denizli Çimento'nun Antalya'daki tek bayisi (.....),
2660 "...Torbali çimento Ado tesislerinden Denizli Çimento torbası ile alınmakta ve Denizli Çimento adına satılmaktadır. Ado Çimento ile Denizli Çimento'nun fiyatları aynıdır. Çoğu zaman fiyat Ado Çimento'dan alınarak Denizli Çimento'ya bildirilir, Denizli Çimento'nun da onayı alınarak satılır..." şeklindeki ifadesi ilgili tutanakta yer almaktadır.

- Aynı pazarda faaliyet gösteren rakip teşebbüsler arası fason üretim anlaşmaları, koordinasyon doğurma riski nedeniyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamındadır. Ancak yukarıdaki belge ve analizlerin, Ado Çimento ile Denizli Çimento arasında akdedilen fason üretim anlaşmasının 4054 sayılı Kanun'un 4 üncü maddesi kapsamında olduğu iddiasını ispatlamaya, söz konusu anlaşmaların ticaretin temel kuralları çerçevesinde akdedilen basit bir karşılıklı satış anlaşması olduğu göz önünde bulundurularak, yeterli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.
- 2670

I.2.8.3. Ado Çimento'nun, Bayilerinin Bölgeler Arası Ticaretini Engellemesi İddiası

I.2.8.3.1. Delil ve Tespitler

1. Ado Çimento'da yapılan yerinde incelemede bulunan, "Ado Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş. Çimento Satış Politikası" başlıklı belgede "Her bayi öncelikle kendi bölgesinde satış yapacaktır. Çok mecbur kalmadıkça veya
- 2680

fabrika tarafından görevlendirilmedikçe dış bölgelerde satış yapmayacaktır” ifadeleri yer almaktadır.

2690 2. Ado Çimento Satış yetkilisi konuya ilişkin olarak, *"Bayilerin sattıkları bölgelere göre tek bir fiyat belirlenmekte. Fiyat peşin veya 60 gün vadeli olarak da değişebilmektedir. Eğer herhangi bir bayimiz daha uzaktaki bir bölgeye satmak üzere düşük fiyatla aldığı malı merkezde satarsa, bu durumda faturayı kendisine, daha yüksek olan merkez fiyatından yazarız. Ayrıca uyarıda da bulunuruz. Bu tür problemleri genelde ikili görüşmelerle halletmeye çalışmaktayız. Bayimiz bu tür davranışları alışkanlık haline getirirse bayiliğini iptal edebiliriz. Böyle durumlarda uygulayabileceğimiz ceza ise söz konusu bayiye bir iki hafta mal vermemek şeklinde de olabilmektedir"* demiştir.

2700 Ado Çimento, bir bölge fiyatıyla alınan malın mutlaka o bölgede satılmasını istemekte (kural); bunun denetimi için çeşitli kontrol vasıtaları kullanmakta (denetim); bunlara rağmen malın alındığı bölge dışına satılması halinde de, bayiliğin iptaline varan müeyyideler uygulamaktadır (yaptırım). Ado Çimento'nun satış sisteminin, tek elden dağıtım bölgeleri belirlenmediği için 2002/2 sayılı Grup Muafiyeti Tebliği'nden yararlanması mümkün değildir. Kaldı ki, mevcut sistemde, alıcılar üzerine, aktif-pasif satış ayrımı gözetmeksizin malın yalnızca satın alındığı bölgede satılması yükümlülüğünün getirilmesi, 2002/2 sayılı Tebliğ'in de izin verdiğinin ötesinde bir sınırlamadır ve önemli bir rekabet ihlali teşkil etmektedir.

Konuya ilişkin nihai değerlendirmenin ise, aşağıdaki analizden sonra yapılması doğru olacaktır. Ado Çimento'nun satış sisteminin şu iki amacı gerçekleştirmeye yönelik olduğu düşünülmektedir:

2710 Yapılan incelemeler neticesinde Ado Çimento'nun en yüksek pazar payının Antalya'da olduğu tespit edilmiştir. Bu pazar payına bağlı pazar gücü ve sektörde uygulanan fiyat sistemine bağlı olarak Ado Çimento'nun en yüksek fiyatla satış yaptığı dolayısıyla en büyük kar marjına sahip olduğu bölge Antalya pazarıdır. Mevcut dikey kısıtlamalar, Ado Çimento'nun pazar gücünün olduğu piyasa ile bu gücün azaldığı ya da olmadığı piyasalar arasında fiyat farklılaştırması yapabilmesine imkan sağlamaktadır. Bu durum iktisadi etkinlikten uzaklaşılmasına yol açmaktadır.

2720 İkinci amaç ise, yukarıda açıklandığı üzere, bayiler vasıtasıyla sektöre gelebilecek rekabetin engellenmesidir.

1.2.8.3.2. Savunmalar ve Bu Savunmalara İlişkin Değerlendirmeler

Ado Çimento'nun, yukarıda yer verilen tespitlere ilişkin olarak yaptığı savunmalar, "1.2.5. Çimento Sektöründe Dikey Kısıtlamalar" başlığı altında değerlendirilmiştir.

2730 Bu belge ve analizler çerçevesinde, Ado Çimento'nun, 4054 sayılı Kanun'un 4'üncü maddesinde yasaklanan bayilerinin bölgeler arası ticaretini engelleyici uygulamalarda bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

I.2.9. NUH ÇİMENTO SANAYİ A.Ş.

I.2.9.1. Nuh Çimento, Akçansa, Bursa Çimento, Lafarge Aslan, Marmara Çimento, Rota, Set Çimento ve Set Anadolu'nun Marmara Bölgesi Pazarının Bölüşülmesi ve Arz Miktarının Kontrolü Konusunda Anlaşma İçinde Oldukları İddiası

Bu iddiaya ilişkin olarak aşağıdaki belgeler tespit edilmiştir:

2740

1. Akçansa'da yapılan yerinde incelemede bulunan, 4.11.1996 tarihli, Marmara Bölgesi'ndeki teşebbüslerin iç satış mutabakatına ilişkin belge:

• Aşağıda yazılı Marmara Bölgesi üretici fabrikalarının aralarında mutabık oldukları yaklaşık 11 Milyon Ton/yıl iç satış hesabına göre 1997 yılı için pazar payları aşağıdaki gibidir:

	Pazar Payı	Zorunlu İhracat (000 ton)
Akçansa	35.4 %	630
Nuh	21.3 %	275
Darıca	13.4 %	
Anadolu	5.3 %	
Pınarhisar	7.9 %	
Balıkesir	4.3 %	
Bursa	12.4 %	340

** Mevsime bağlı tonaj değişiklikleri ve yıllık bölge tüketim değişimlerinde her üretici yüzdeleri oranında satış yapacaktır.

2750

*** Bu durumda iç tüketimden doğan fazlalık fabrikalarca tespit edilecek esaslar dahilinde ihraç edilecektir.

**** Dışarıdan klinker alımı olmayacağı kabul edilmiştir.

***** Her yıl için halen artmış klinker kapasiteleri % 25 esasına göre ilave edilmektedir.

***** Bolu ve Rota için sirkülasyon yapılacaktır. %4'ü Boluya

11 Milyon Ton/yıl esasına göre:

440

Bolu'nun 400,000 ton/yıl

Rota'nın 510,000 ton/yıl

Bölgede satış yapacakları esas alınmıştır.

2760

Bölgedeki iç tüketim artış ve azalışında bu rakam aynı oranda değişecektir.

(000 ton)	Satış	İkmal	
Bolu	400 440	250 ton PÇ 42.5 Rota'ya 290	150 ton PÇ 42.5 Direk Bölgeye
Rota	510	250 ton PÇ 42.5 Bolu'dan	260ton TÇ32.5/CÇ32.5 Bölgede üretici fabrikadan

Bölge üreticileri 260,000 ton/yıl (TÇ 32.5 veya CÇ 32.5) çimentoyu kapasiteleri oranında aşağıdaki miktarlarda vereceklerdir:

	1997 yılı için iç sirkülasyon hesaplama detayları		
	1997 Üretim Kapasitesi	Ürt. Kapasitesine Göre Pay %	Fab. Başına TÇ 32.5+CÇ 32.5 İç Sirkülasyon Tonajı
Akçansa	3,900	42.5 %	110
Nuh	2,350	25.6 %	67
Darıca	1,470	16.1 %	42
Anadolu	580	6.3 %	16
Pınarhisar	870	9.5 %	25
Toplam	9,170	100.0 %	260 220

2. Akçansa'da yapılan yerinde incelemede bulunan "MARMARA KASIM TOPLANTI NOTLARI" başlıklı metin:

	Kapasite	Genel Pazar Payı	1997 Marmara İç Pazar		1997 Marmara İç Pazar Payı	1997 Fazla Klinker	Zorunlu İhraç Çim.	1997'de Beklenen Satış Miktarına Göre	
			Klinker	Çimento				İç Satış	İlave İhracat
Akçansa	3,300	35.9 %	2,925	3,900	35.4 %	600	630	3.470	430
Nuh	2,010	21.9 %	1,763	2,350	21.3 %	262	275	2.087	263
Darıca	1,100	12.0 %	1,100	1,470	13.4 %			1.313	157
Anadolu	430	4.7 %	430	580	5.3 %			519	61
Pınarhisar	650	7.1 %	650	870	7.9 %			774	96
Balıkesir	350	3.8 %	350	470	4.3 %			421	49
Bursa	1,35	14.7 %	1,030	1,375	12.4 %	320	340	1.215	160
Toplam	9,190	100.0 %	8,248	11,015	100.0 %	1.182	1.245	9.800	1.216
Bolu				440				392	48
Toplam				11,455				10,192	1,264

1997 % 5 artışına göre toplam ihracat: 1.245 + 1.264 = 2.509 tondur.

* Artan kapasiteler her sene % 25 esasına göre pazara verilecektir.

** İç tüketim fazlası kapasite oranları da birlikte tespit edilecek esaslar ile ihraç edilecektir.

2770

3. Akçansa'da yapılan yerinde incelemede bulunan, 11.12.1996 tarihli bir toplantıda yapıldığı anlaşılan, "1997 Yılı Üretim ve Satış Projeksiyonu Bölgelerarası Toplantı Programı" başlıklı metin:

A) MARMARA BÖLGESİ

a) Satış

	Fabrika	Pazar Payı (%)	Satış Miktarı (Ton)
2780	AKÇANSA	35.4	3,505
	NUH	21.3	2,110
	DARICA	13.4	1,327

05-81/1118-320

ANADOLU	5.3	525
PINARHİSAR	7.9	780
BALIKESİR	4.3	425
BURSA	12.4	1,230
TOPLAM	100	9,902

b) Bölge dışı fabrikaların, bölge içinde aşağıdaki miktarları sattıkları tespit edilmiştir.

2790	BOLU	440*	396,000	Sakarya
		410*	368,000	İstanbul
	ESKİŞEHİR	220*	220,000	Bilecik, Sakarya
	TOPLAM	1,012,000		

1070...

4. Akçansa'da yapılan yerinde incelemede bulunan "Marmara Bölgesi" başlıklı metin:

	Pazar Payı	Satış 11,455,00 0 olursa	Kendi İhracat	Satış 10,400 olursa	+ İlave İhracat	1996 Beklenen Satış	1997 +%5 Satış	+ İlave İhracat	Toplam İlave İhracat
Akçansa	35.4 %	3,900	630	3,540	360	3,200	3,470	70	430
Nuh	21.3	2,350	275	2,130	220	1,700	2,087	43	263
Darıca	13.4	1,470	-	1,340	130	1,200	1,313	27	157
Anadolu	5.3	580	-	530	50	530	519	11	61
Pınarhisar	7.9	870	-	790	80	680	774	16	96
Balıkesir	4.3	470	-	430	40	450	421	9	49
Bursa	12.4		340	1,240	1350	1,250	1,215	25	160
		<u>1,375</u>							
		11,015	1,245	10,000		9,010	9,800		
						+100			
Bolu		<u>440</u>		<u>400</u>	<u>40</u>	<u>+200</u>	<u>392</u>	<u>8</u>	<u>48</u>
		11,455		10,400	1,055	9,330	9,800	209	1,264

1997

% 5 satış artışına göre

Σ İHRACAT 1,245 + 1,264 = 2,509"

2800

5. Akçansa'da yapılan yerinde incelemede bulunan pazar paylaşımı ve uygulamalarına ilişkin açıklamaların yer aldığı bir başka tablo:

	Klinker Kapasitesi	Çimento Üretim Kapasitesi	Pazar Payı	Zorunlu İhracat PÇ
Akçansa	3,750	5,000 (3,900)	35.4 %	630
Nuh	2,010 (1,760)	2,680 (2,350)	21.3 %	275
2810 Darıca	1,100	1,470	13.3 %	
Anadolu	430	580	5.3 %	

05-81/1118-320

Pınarhisar	650	870	7.9 %	
Bursa	1,350	1,800	12.5 %	340
	(1,030)	(1,375)		
Balıkesir	350	470	4.3 %	
Toplam		11,015	100.0 %	

Pazar ~ % 10 Düşerse

	<i>İç Satış</i>	<i>İhracat</i>
2820 Akçansa	3,540	360
Nuh	2,130	220
Darıca	1,330	140
Anadolu	530	50
Pınarhisar	790	80
Bursa	1,250	125
Balıkesir	430	40
Toplam	10,000	

*11.015 tonluk toplam satış dağılımı üzerinden pazar payları yukarıdaki gibidir. Yukarıdaki Akçimento değeri Akçimento toplam iç satışından Ege satışı düşülmüş değerdir.

2830 * Bolu ve Rota:

Bolu ve Rota için hesaplanan 400 ve 500 tonluk değerler toplam 11.015 ton satış dağılımına göre hesaplanmıştır. Değerler aşağı veya yukarı oynayabilir.

Bolu 150 Bölgeye + 250 PÇ 42.5 Rota'ya = 400

Rota 510 Satış, 250 Rota + 260** = 510

(**) İç satışlardan 260,000 ton TÇ 32.5 sirkülasyon prensibine göre fabrika başına düşen tonajlar aşağıdaki gibidir.

1997 Yılı İçin İç Sirkülasyon Hesaplama Detayları

	1997 Üretim Ürt. Kapasitesine	Göre Pay %	Fab. Başına TÇ 32.5 +
	Kapasitesi		CÇ 32.5 İç Sirk. Tonajı
2840 Akçansa	3,900	42.5	110
Nuh	2,350	25.6	67
Darıca	1,470	16.1	42
Anadolu	580	6.3	16
Pınarhisar	870	9.5	25
Toplam	9,170	100.0	260

Diğer Prensipler:

1. İhracatta yardımlaşma
2. İthal ve dışarıdan klinker alımı yok
- 2850 3. Fiat >= 50-55 \$ esaslı"

6. Akçansa'da yapılan yerinde incelemede bulunan "1997 VE 1998 YILI MARMARA BÖLGESİ TÜKETİMİ" başlıklı metin:

	1996	1997	% Artış
TEMMUZ KÜMÜLATİF	5,080,000	5,370,000	5.71 %
SON 5 Ay	4,420,000	4,641,000	5.00 %
Toplam	9,500,000	10,011,000	5.38 %

05-81/1118-320

* Rakamlardan tahmini beyaz çimento satışları düşülmüştür.

** 1997 Bolu tahmini satışı: 450,000 ton

* 1997 yılı tahmini Marmara tüketimi = 10,011,000 ton

*** % 5 artışla 1998 yılı tahmini Marmara tüketimi = 10,984,000 ton

1998 Yılı Mutabakat Dışı Satışlar

Lalapaşa	528,000
İkon	93,000
Marmara Çim.	225,000
Toplam	846,000

2860 ** Marmara Çim. İç sirkülasyon olarak satış yapacaktır.

** 1998 yılı mutabakattaki fabrikaların tahmini satışı = 10,984,000 – 846,000 = 10,138,000 ton

* Marmara Çimento'nun 225,000 tonluk satışı iç sirkülasyon şeklinde olacaktır.

1998 yılı Akçansa mutabakat pazar payı = % 34.26

** Akçansa'nın Marmara Çim.'e vereceği klinker karşılığı çimento = 225,000 * % 34.26 = 77,000 ton

Akçansa 1998 yılı Marmara Bölgesi satışı = (10,138,000 * % 34.26) + 77,000 = 3,550,000 ton

2870 Akçansa 1998 Marmara Bölgesi Satışı = 3,550,000 ton

7. Akçansa'da yapılan yerinde incelemede bulunan "1998 Marmara Pazarı" başlıklı belge:

1998 MARMARA PAZARI

	Kapasite	Genel Pazar Payı	1998 Yılı Marmara İç Pazar		1998 Marmara İç Pazar Payı	Bolu Dahil 1998 Marmara İç Pazar Payı	1998 Fazla Klinker	Zorunlu İhraç PÇ Çimento	1998'de beklenen satış miktarına göre (Marmara Çimento'nun 225.000 tonu hesaba katılarak)			
			Klinker	Çimento					İç Satış	Marmara Klinker	Çim.	PC İhracat
Akçansa	3.300	35,9%	3.050	4.067	35,58%	34,26%	350	368	3.550	58	347	
Nuh	2.010	21,9%	1.845	2.460	21,52%	20,73%	165	174	2.147	35	210	
Darıca	1.100	12,0%	1.100	1.470	12,86%	12,38%			1.283	21	126	
Set Ambarlı	430	4,7%	430	580	5,08%	4,89%			507	8	50	
Pınarhisar	650	7,1%	650	870	7,61%	7,33%			759	12	74	
Balıkesir	350	3,8%	350	470	4,11%	3,96%			411	7	39	
Bursa	1.350	14,7%	1.135	1.513	13,24%	12,75%	215	226	1.321	22	129	
Toplam	9.190	100%	8.650	11.429	100,00%	96,29%	730	768	9.977	162	976	
Bolu			330	440		3,71%			383	6	38	
Toplam			8.890	11.869		100,0%			10.360	169	1.014	

* 1998 yılında %5 satış artışına göre toplam ihracat : $768.000 + 1.014.000 = 1.782.000$ ton PÇ dir.

- 2880
1. Marmara Çimento'nun Ambarlı'da yapması beklenen 225.000 tonluk satışı için herkes pazar payı oranında klinker verecektir.
 2. Set Ambarlı Kartal fabrikasının kapasitesi kadar satacaktır.
 3. Artan kapasiteler her sene %25 esasına göre pazara verilmektedir.
 4. İç tüketim fazlası kapasite oranları da birlikte tespit edilecek esaslar ile ihraç edilecektir.
 5. Akçansa iç satışlarından Ege satış değerler düşülmüştür.
 6. Çimento üretim kapasiteleri 1/0.75 hesabına göre yapılmıştır.

2890 8. Nuh Çimento'ya ait 09.08.1999 tarihli bir iç yazışmada, "Görüşmeler sonucu elde edilen en önemli bilgi ise Set Çimento'nun İstanbul'a trenle getirdiği çimentonun miktarı olmuştur. Set'in sadece Afyon'dan değil, Ankara ve Balıkesir'den de Pendik'e çimento getirdiği bildirildi. Getirilen miktarın ise Set'ten Adnan İğnebekçili'nin belirttiği gibi 200 ton değil, günde 500-750 ton civarında 20-30 vagon yükü olduğu anlaşılmaktadır. Daha önce Tuzla'ya getirilmekte olan malın çok artması sonucu, Set Çimento TCDD'ye özel müracaat etmiş ve normalde yükleme boşaltmaya açık olmayan Pendik İstasyonu'nun yükleme boşaltmaya açılmasını sağlamış...Bu miktarın sağlıklı bir şekilde takip edilmesi ve fabrikalar arası satış miktarı hesaplarına dahil edilmesinin sağlanması yerinde olacaktır. Miktardan haberdar olduğumuzu da karşı tarafa bildirmeliyiz diye düşünüyorum. Önlem olarak malın geldiği Afyon ve Ankara'ya aynı şekilde mal gönderilmesi düşünülebilir. Özellikle Afyon'a gönderilecek az miktarda ucuz mal, Afyon ve civarını tekelinde bulunduran ve orada dar pazarda büyük ihtimalle yüksek fiyat uygulaması yapan Set'i olumsuz yönde etkileyecektir. Uygulama yapılmasa bile tehdit unsuru olarak kullanılabilir ve Afyon'dan İstanbul'a gönderdiği malı sınırlaması veya fiyatını yükseltmesi istenebilir" ifadeleri bulunmaktadır.

2910 Ancak yukarıdaki belge ve analizlerin, Akçansa, Bursa Çimento, Lafarge Aslan, Marmara Çimento, Nuh Çimento, Rota, Set Çimento ve Set Anadolu'nun Marmara Bölgesi pazarının bölüşülmesi ve arz miktarının kontrolü konusunda anlaşma içinde oldukları iddiasını ispatlamaya, Marmara Çimento ve Rota'nın belgelerin hazırlanması ve uygulanmasına katılmadığı; diğer teşebbüslerin gerçekleşen satış miktarlarının ise, belgelerde yer alan verileri kısmen yansıttığı göz önünde bulundurulduğunda, yeterli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

I.2.9.2. Nuh Çimento, Akçansa, BÇS, Bursa Çimento, Lafarge Aslan, Marmara Çimento, Rota, Set Çimento ve Set Anadolu'nun Birlikte Fiyat Tespit Ettikleri İddiası

Bu iddiaya ilişkin olarak aşağıdaki belgeler tespit edilmiştir:

2920 1. Set Group'da yapılan yerinde incelemede bulunan 03.06.1996 ve 22.06.1996 tarihli yazılar:

"1) 03-06-96 İTİBARIYLA , 10 GÜN ÖDEMELİ TORBA FİATLARI (TÇ+KÇ)

AK	3,250	PIN	3.150 (2.950)
CAN	3,250		
DAR	3,250 (3.150)		
AMB/SET	3,250		
KARTAL	3,300 (3.250) -? 3200		
NUH	3,170 (3.020)-? 3070		

(*) PARANTEZ İÇİ DEĞERLER TRAKYA ÇIKIŞ FİATIDIR
VADE FARKI HER 10 GÜN İÇİN İLAVE 100.000 TL

2930 2)DÖKME FİATLARI 03-06-96'Dan İTİBAREN
PÇ 42.5 + PÇ 32.5

AK	: 3.600	PIN	:3500 (3300)
CAN	: 3.600		
DAR	: 3.600 (3.500)		
KAR	: 3.650 (3.600) 3550		
AMB/SET	: 3,600		
NUH 3520	: 3.430 (3.280) 3420		

(*) PARANTEZ İÇİ DEĞERLER TRAKYA/İSTANBUL BATI YAKASI ÇIKIŞ FİATLARI VADE 45 GÜN. VADE FARKI BEHER 10 GÜN İÇİN 100,000 TL.

2940 3) 4 FİRMA SATIŞ PAYLARINA RİAYET EDİLECEK. UYGULAMA KESİNLİKLE 03-06-96 GÜNÜ BAŞLATILACAK.

4) UYGULAMADA RAHATSIZLIK DURUMUNDA MUTLAKA TOPLANTIYA ÇAĞRILACAK. BAYİ BİLGİLERİNE GÖRE RESEN HAREKET EDİLMEYECEK

5) 21 HAZİRAN 1996 GÜNÜ YENİDEN MUHASEBESİ YAPILACAK

5) 15-05-96 TARİHİNDEN İTİBAREN NUH'UN BOLU'YA GÖNDERDİĞİ GÜNLÜK AZAMI 500 TON TUTARINDAKİ MALZEME;

a- HERKEKE PAZAR NİSPETLERİNDE MAZ. YÜK DAĞITIMI İLE TELAFİ EDİLECEK

b- VEYA, BU TONAJ PAZAR PAYI HESABINDA DİKKAT ALINMAYACAK.

2950 6) DÖKME SATIŞLARINDA MÜŞTERİ TAHSİSİ YAPILACAK. YEK DİĞERİNİN MÜŞTERİSİNE KESİNLİKLE GİDİLMEYECEK.

1. 22.HAZ.1996 İTİBARIYLA , 10 GÜN ÖDEMELİ TORBA FİYATLARI (TÇ+KÇ)

AK	: 3.850
ÇAN	: 3.850
DAR	: 3.850
AMB/SET	: 3.850 (3.750)
KARTAL	: 3.900 (3.800)
NUH	: 3.770 (3.670)
PIN	: 3.750 (3.550)

2960 PARANTEZ İÇİ DEĞERLER TRAKYA GİRİŞ FİATLARIDIR VADE FARKI İLAVE HER 10 GÜN İÇİN 100.000 TL/10 gündür

2. DÖKME FİATLARI (PÇ 32.5+42.5)

AK	: 4.200
ÇAN	: 4.200
DAR	: 4.200 (4,100)
KART	: 4.250 (4 150)
AMB/SET	: 4.200
NUH	: 4.120 (4.020)
PIN	: 4.100 (3.900)

2970 PARANTEZ İÇİ DEĞERLER TRAKYA / İST BATI YAKASI FİATLARIDIR. VADE 45 GÜN. VADE FARKI BEHER 10 GÜN İÇİN 100.000 TL/10 günDÜR."

2. Akçansa'da yapılan yerinde incelemede bulunan 11.11.1996 tarih ve "1997 Fiat Prensibi" başlıklı belgede şu ifadeler yer almaktadır:

"PÇ-42.5 NET ≥ 59 \$

KÇ-32.5-CÇ 32.5 NET ≥ 53 \$

TÇ-32.5-CÇ 32.5 NET ≥ 50\$

* FİATLAR KUR DEĞİŞİMİNE BAĞLI HER AY AYARLANACAK

2980 **DÖKME VADE 45-60 GÜN
 TORBALI VADE 10 GÜN
 ***DARICA – AKÇANSA FİATLARIDIR
 DİĞER FABRİKALAR MEVCUT UYGULAMAYA GÖRE
 MİSAL : NUH BUNDAN 100.000 TL/TON EKSİK”

3. Eşçim Satış Müdürü Nafi MAKAROÇ’un ajandasının 25.3.1999 tarihli sayfalarında şu ifadeler yer almaktadır:

 “3- YALOVA (Nuh + Bursa beraber belirlediler)
2990 TÇ Torba = 14.000.- + KDV
 KÇ Torba = 14.500.-+ KDV
 PÇ Torba = 18.600.- + KDV
 60 gün Vade”

Analizi yapılan 1998-1999 döneminde, ilgili teşebbüslerin fiyat hareketlerinin genellikle uyumlu olmadığı tespit edilmiştir. Bu çerçevede, yukarıdaki belge ve analizlerin, Akçansa, BÇS, Bursa Çimento, Lafarge Aslan, Marmara Çimento, Nuh Çimento, Rota, Set Çimento ve Set Anadolu’nun birlikte fiyat tespit ettikleri iddiasını ispatlamaya yeterli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

3000

I.2.9.3. Nuh Çimento’nun, Bayilerinin Bölgeler Arası Ticaretini Engellemesi İddiası

I.2.9.3.1. Delil ve Tespitler

1. Nuh Çimento Pazarlama Müdürü Muzaffer KAYHAN’ın 06.09.2000 tarih ve “Bölge Torbası Uygulaması Başlangıcı” başlıklı yazısı:

3010 “08 Eylül 2000 Cuma günü saat 8’den itibaren Fabrikamız ‘Bölge Torbası’ uygulamasına geçecektir. Bu uygulama dahilinde Pazarlama Müdürlüğü tarafından belirlenecek bölgelere satılacak olan PKÇ-B 32.5R tipi çimentonun torbaları merkez olarak belirlenen bölgelerde satılan çimentonun torbalarının renginden olacaktır. Bayilere daha iyi hizmet vermek ve bayiler arası haksız rekabeti engellemek amacıyla başlatılacak bu uygulamanın esasları ve dikkat etmeniz gereken hususlar aşağıda belirtilmiştir:

1. ‘Bölge Torbası’ olarak satılacak PKÇ-B 32.5R torbasının sol ve sağ yanlarında yazan Nuh Çimento yazısı iki kalın kırmızı şerit içinde olacaktır. Bu torbadan numune ilgili kişilere birer adet gönderilecektir.

3020 2. ‘Bölge Torbası’ ancak belirlenen bölgenin bayileri tarafından Fabrikamızca istenilen evrakları getirdikleri takdirde yüklenebilecektir. ‘Bölge Torbası’ tüm paketleme ve yükleme işlemlerinde ayrı bir cins çimento gibi (Örneğin PÇ 42.5 veya PKÇ-A 42.5R gibi) işlem görecektir.

3. İlk aşamada, gerekli evrakları getirdikleri takdirde Bolu, Düzce ve Avrupa yakası bayileri ‘Bölge Torbası’ yükleyebilecektir. Bu bölgeler ve bayiler gerekli görüldüğü

taktirde değiştirilebilecektir. Bolu'da Özayanlar, Düzce'de Canpolatlar, Sözenler, Hatipoęlu, Avrupa'da ise Çelik Çini, Emek Yapı, Diztaş, Orhan Kurt, Aslan Kardeşler, Tokal, Temeltaş, Onur, Altuntaş ve Aka İnşaat aşıağıda yazılı evrakları olduğu sürece 'Bölge Torbası' yüklemesi yapabileceklerdir.

3030 4. Bu bayiler bölge dışına mal satabilmek için (Örneğin Avrupa yakası bayisinin İstanbul Anadolu yakasında bir müşterisine mal satması) ayrı bir sipariş açtırmaları ve ayrı bir sipariş numarası veya ayrı ordino almaları ve bu numarayı istek fişlerinde belirtmeleri gerekmektedir. 'Bölge Torbası' için alınmış bir sipariş numarasıyla veya ordinoyla merkez torbalarından veya merkez bölge için alınan sipariş numarası yazılı istek fişi veya ordinoyla da 'Bölge Torbası' yüklemesi kesinlikle yapılmayacaktır.

5. Bölge Torbalarının yüklemesi Çimento Üretim Müdürlüğü tarafından belirlenen kantar ve bağlı bantlardan yapılacaktır.

3040 6. Bölge torbası yükletebilmek için ordinoların ve istek fişlerinde 'Bölge Torba 1' ibaresi bulunacaktır. Ordinolar Nuh Çimento tarafından basılırken üzerlerinde bilgisayarla 'Bölge Torba 1' ibaresi yazılacaktır. İstek fişi kullanan bayilerin gönderdikleri istek fişlerinin üzerine bölge torbası için aldıkları sipariş numarasını ve 'Bölge Torbası' ibaresini muhakkak yazmaları gerekmektedir.

7. 'Bölge Torbası' olarak alınan malların hiç bir şekilde (dolaylı veya dolaysız) bölge dışına satılmaması gerekmektedir. Buna uymayan bayi ve haksız rekabet yaratan bayilere fabrikamız çeşitli müeyyideler uygulayacaktır.

8. Sevkiyat Memurluęu tarafından Bölge Torbası için verilecek olan Kapı Çıkış Fişlerinin üzerinde bilgisayardan yazılmış Bölge Torba 1 ibaresi bulunacak ve ayrıca yüklemeye gidecek sarı ve Kapıya verilecek olan yeşil nüshaya damgayla BÖLGE TORBASI yazısı basılacaktır.

3050 9. PÇ 42.5 ve PKÇ-A 42.5R tip torbalı çimentolarda 'Bölge Torbası' uygulaması bu aşamada kullanılmayacaktır. Uygulama sadece PKÇ-B 32.5R tipi torbalı çimentoda olacaktır..."

3060 2. Nuh Çimento Genel Müdür Yardımcısı Turgut ÇELİK ve Satış Müdürü Aytaç HAMŞİOğLU, "Bayilerimizle herhangi bir bayilik anlaşması imzalamıyoruz... Çimentonun satıldığı bölgeye gitmesini temin etmek ve bunu kontrol etmek amacıyla yaklaşık 6 aydır bölge torbası uygulaması yapmaktayız. Bu uygulama ile herhangi bir satış bölgesi fiyatı ile satılmış olan çimentonun o bölgeye gitmesi için çimento torbasına değişik renklerde şerit baskısı uygulamaktayız. Bu uygulama en çok PKÇB 32.5 torbalı çimento için geçerlidir. Genellikle bayilerimiz beyan ettikleri bölgelere satış yapmaktadır. Farklı bölgede satış yapılırsa diğer bayiler kanalıyla hemen haberimiz olur. Bu yüzden çimentoda bir otokontrol sistemi vardır. Bunu tespit ettiğimizde belirli ve kesin olmamakla birlikte, iki bölge arasındaki fiyattan oluşan farklılık kadar ya da örneğin iki katı kadar bayiye ceza kesiyoruz. Bu da caydırıcı nitelikte" şeklinde bir ifadede bulunmuştur.

Belgelerin ardından, Nuh Çimento'nun satış sisteminin değerlendirilmesine geçilebilir:

3070 Nuh Çimento, bir bölge fiyatıyla alınan malın mutlaka o bölgede satılmasını istemekte (kural); bunun denetimi için başta farklı ambalaj olmak üzere çeşitli kontrol vasıtaları kullanmakta (denetim); bunlara rağmen malın alındığı bölge dışına satılması halinde de, satılan bölgenin alış fiyatından fatura keserek ceza uygulamaktadır (yaptırım). Nuh Çimento'nun satış sisteminin, tek elden dağıtım bölgeleri belirlenmediği için 2002/2 sayılı Grup Muafiyeti Tebliği'nden yararlanması mümkün değildir. Kaldı ki,

mevcut sistemde, alıcılar üzerine, aktif-pasif satış ayrımı gözetmeksizin malın yalnızca satın alındığı bölgede satılması yükümlülüğünün getirilmesi, 2002/2 sayılı Tebliğ'in de izin verdiğinin ötesinde bir sınırlamadır ve önemli bir rekabet ihlali teşkil etmektedir.

I.2.9.3.2. Savunmalar ve Bu Savunmalara İlişkin Değerlendirmeler

3080

Nuh Çimento'nun, yukarıda yer verilen tespitlere ilişkin olarak yaptığı savunmalar, "I.2.5. Çimento Sektöründe Dikey Kısıtlamalar" başlığı altında değerlendirilmiştir.

Bu belge ve analizler çerçevesinde, Nuh Çimento'nun, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde yasaklanan bayilerinin bölgeler arası ticaretini engelleyici uygulamalarda bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

I.2.10. LAFARGE ASLAN ÇİMENTO A.Ş.

3090

I.2.10.1. Lafarge Aslan, Akçansa, Bursa Çimento, Marmara Çimento, Nuh Çimento, Rota, Set Çimento ve Set Anadolu'nun Marmara Bölgesi Pazarının Bölüşülmesi ve Arz Miktarının Kontrolü Konusunda Anlaşma İçinde Oldukları İddiası

Bu bölümdeki değerlendirmeler, "I.2.9.1." no'lu bölümde yapılmıştır.

I.2.10.2. Lafarge Aslan, Akçansa, BÇS, Bursa Çimento, Marmara Çimento, Nuh Çimento, Rota, Set Çimento ve Set Anadolu'nun Birlikte Fiyat Tespit Ettikleri İddiası

3100

Bu bölümdeki değerlendirmeler, "I.2.9.2." no'lu bölümde yapılmıştır.

I.2.10.3. Lafarge Aslan'ın, Bayilerinin Bölgeler Arası Ticaretini Engelleme İddiası

I.2.10.3.1. Delil ve Tespitler

3110

1. Lafarge Aslan Marmara Bölgesi Satış Müdürü, "Torbalı çimentoyu bayilik sistemi ile satıyoruz. 52 tane bayimiz var. Hiçbirisi ile herhangi bir bayilik anlaşması veya sözleşmesi imzalamıyoruz. Sadece teminat mektubu alıyoruz...Hinterlandımız yaklaşık 100 km, alan olarak İzmit ve Kavacık arasındadır. İstanbul Anadolu Yakası (Ümraniye, Maltepe, Pendik, Kadıköy, Dudullu, Sultanbeyli) İzmit, Adapazarı, İstanbul Avrupa Yakası, Karamürsel ve Yalova'dır. Bu satış bölgelerinden farklı fiyat uyguladığımız Avrupa Yakası, Karamürsel ve Yalova'ya giden torbalı çimentoya yeşil

3120

şerit uyguluyoruz. Diğer bölgeler şeritsiz. Bunda amaç o bölgede satılan çimento miktarını öğrenmek ve o bölge fiyatı ile iskontolu çimento alan müşterilerin başka bölgelerde satış yapıp yapmadığını tespit etmek. Bunu piyasa kanalıyla hemen öğreniriz. Tespit ettiğimizde müşteriyi uyarıp, caydırıcı nitelikte “malın üç katı ceza alacağımızı” söyleriz. Ancak uygulamayız. En fazla aradaki fiyat farkını tahsil ederiz. Adapazarı, Şile ve Kandıra bölgelerine fiyat farkı olmamasına rağmen, o pazarlardaki satışları takip edebilmemiz için şeritli torba gönderiyoruz...” şeklinde ifadede bulunmuştur.

Belgenin ardından, Lafarge Aslan'ın satış sisteminin değerlendirilmesine geçilebilir:

3130

Lafarge Aslan, bir bölge fiyatıyla alınan malın mutlaka o bölgede satılmasını istemekte (kural); bunun denetimi için başta farklı ambalaj olmak üzere çeşitli kontrol vasıtaları kullanmakta (denetim); bunlara rağmen malın alındığı bölge dışına satılması halinde de, satılan bölgenin alış fiyatından fatura keserek ceza uygulamaktadır (yaptırım). Lafarge Aslan'ın satış sisteminin, tek elden dağıtım bölgeleri belirlenmediği için 2002/2 sayılı Grup Muafiyeti Tebliği'nden yararlanması mümkün değildir. Kaldı ki, mevcut sistemde, alıcılar üzerine, aktif-pasif satış ayrımı gözetmeksizin malın yalnızca satın alındığı bölgede satılması yükümlülüğünün getirilmesi, 2002/2 sayılı Tebliğ'in de izin verdiğinin ötesinde bir sınırlamadır ve önemli bir rekabet ihlali teşkil etmektedir. Lafarge Aslan'ın satış sisteminin, yukarıda açıklandığı üzere, “bayiler vasıtasıyla sektöre gelebilecek rekabetin engellenmesi” amacını gerçekleştirdiği düşünülmektedir. Nitekim, “fiyat farkı olmadığı zamanlarda dahi farklı ambalaj uygulamasının yapılması”, bu düşüncemizi desteklemektedir.

3140

I.2.10.3.2.Savunmalar ve Bu Savunmalara İlişkin Değerlendirmeler

Lafarge Aslan'ın, yukarıda yer verilen tespitlere ilişkin olarak yaptığı savunmalar, "I.2.5. Çimento Sektöründe Dikey Kısıtlamalar" başlığı altında değerlendirilmiştir.

Bu belge ve analizler çerçevesinde, Lafarge Aslan'ın, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde yasaklanan bayilerinin bölgeler arası ticaretini engelleyici uygulamalarda bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

3150

I.2.11. BURSA ÇİMENTO FABRİKASI A.Ş.

I.2.11.1.Bursa Çimento, Akçansa, Lafarge Aslan, Marmara Çimento, Nuh Çimento, Rota, Set Çimento ve Set Anadolu'nun Marmara Bölgesi Pazarının Bölüşülmesi ve Arz Miktarının Kontrolü Konusunda Anlaşma İçinde Oldukları İddiası

Bu bölümdeki değerlendirmeler, “I.2.9.1.” no'lu bölümde yapılmıştır.

3160 **I.2.11.2. Bursa Çimento, Akçansa ve Set Çimento'nun Güney Marmara Pazarının Paylaşımı Konusunda Anlaşma İçinde Oldukları İddiası**

I.2.11.2.1. Delil ve Tespitler

1. Akçansa'da yapılan yerinde incelemede bulunan 01.01.1997 tarihli belgede, Çanakkale, Balıkesir ve Bursa illerinden oluşan bir Güney Marmara haritası çizilmiş ve sınırlar yapılmak suretiyle pazar, Akçansa, Bursa Çimento ve Set Çimento arasında bölüşülmüştür. Set Çimento Yönetim Kurulu Başkanı Adnan İğnebekçili ve Bursa Çimento Genel Müdürü Burhan EVCİL'in imzalarının bulunduğu belgede şu ifadeler de yer almaktadır:

- “1. Her il oradaki fabrikanın
2. Ege, Çanak, Balıkesir
- Edremit
- Soma, Akhisar vs.
Tampon bölgeler mutabakatı
3. a) Bursa'nın Bandırma'da bir beton
b) Balıkesir, Bursa bir beton
Fabrikaların kendi ihtiyacı çimento verebilir.”

3180

2. Analizi yapılan 1997-2000 yıllarında, söz konusu anlaşmanın, Çanakkale-Balıkesir ve Balıkesir-Bursa il merkezleri birbirine çok yakın olmasına rağmen (sırasıyla 206 ve 146 km) katı biçimde uygulandığı saptanmıştır. Akçansa Çanakkale, Bursa Çimento ve Set Balıkesir, belgede belirlendiği üzere, rakip teşebbüslerin bulunduğu il merkezleri ve bazı ilçelerine, kendi beton tesisleri haricinde satış yapmamıştır; bu il merkezlerinde bayileri de bulunmamaktadır. Tek istisna, Akçansa'nın Bursa il merkezine yönelik, 1999 yılında (.....); 2000'de ise (.....) ton çimento satışlarıdır. Akçansa'nın TÇMB'ye gönderdiği verilere göre, 1999 yılı toplam yurt içi satışları, (.....) ton; 2000 yılı toplam yurt içi satışları ise, (.....) tondur.

3190

I.2.11.2.2. Savunmalar ve Bu Savunmalara İlişkin Değerlendirmeler

İlgili teşebbüslerin, yukarıda yer verilen delil ve tespitlere ilişkin olarak yaptığı savunmalardan ilki, “rakip teşebbüslerin bulunduğu illere yapılan satış miktarlarının Kurum uzmanlarına verildiği halde dikkate alınmadığı; bölgedeki bayiler aracılığıyla yapılan bu satışların yanında, diğer bayilerin de münferit satışlarının olduğu” şeklindedir.

3200 İlgili teşebbüslerin, Kurul'un bilgi isteme yazılarına cevaben gönderdiği hiçbir belgede, 1999 ve 2000 yıllarına ilişkin yukarıda değinilen istisna haricinde, rakip teşebbüslerin bulunduğu il merkezine satış gözükmemektedir. Savunmalara dayanak teşkil eden veriler, bu belgeler çerçevesinde incelenmiş ve rakip il merkezlerine yapıldığı iddia edilen satışların, bizzat anlaşmada belirlenen tampon bölgelere ve teşebbüslerin hazır beton santrallerine yapıldığı tespit edilmiştir. Başka bir deyişle,

1.1.1997 tarihli belgedeki anlaşma konusu satışların, “rakip il merkezine satış” şeklinde gösterilmesi yanlıtıdır.

3210 İlgili teşebbüslerin, rakip fabrikaların bulunduğu il merkezlerinde bayisinin olmadığı da, yine Kurul’un bilgi isteme yazılarına cevaben gönderilen belgelerden tespit edilmiştir. Dolayısıyla, “rakip il merkezindeki bayiler aracılığıyla satış yapıldığı” şeklindeki savunma da yanlıtıdır. “Diğer bayilerin münferit olarak satışlarının bulunduğu” yönündeki savunmanın kabulü ise, Akçansa ve Set Çimento’nun bayilerinin bölgeler arası ticaretini engelleyici nitelikteki anlaşma ve uygulamalarından dolayı, mümkün değildir. Daha da önemlisi, bayilerin münferit satışları, ilgili teşebbüslerin satışı olarak değerlendirilemez.

3220 Diğer bir savunma ise, *“İlgili teşebbüslerin 1.1.1997 tarihli belgede belirtilen pazarlara ekonomik ve karlı olduğu sürece satış yaptığı; kaldı ki yeni bir pazara girmek için karlılığın tek başına bir gösterge olamayacağı; zira teşebbüslerin bireysel hareketlerinin çimento gibi oligopol bir piyasayı doğrudan etkilediği; bu durumu dikkate alan firmaların, fiyat savaşına girmekten kaçınmak için bazı bölgelere girmek istememesinin doğal olduğu”* şeklindedir.

3230 Kurul, “oligopolistik bağımlılık” savunmasını kabul etmektedir. Zaten bu savunmayı kabul ettiğinden, rakip teşebbüslerin mevcut maliyet yapıları ve fiyat seviyeleri ile birbirlerinin ana hinterlandlarına satış yapabileceğini gösterdiği durumlarda bile, uyumlu eylem karinesine başvurmadan, teşebbüsler arasındaki koordinasyonu gösteren delillerin varlığını aramıştır. Başka bir deyişle, yalnızca iktisadi analizlerin bulunduğu durumlarda, “uyumlu eylem karinesi”ne bile başvurmadan, ihlalin bulunmadığı sonucuna ulaşmıştır. Buna karşılık, teşebbüsler arasındaki koordinasyonu gösteren yukarıdaki gibi açık belgelerin varlığında, “oligopolistik bağımlılık” savunması kabul edilemez; aksine, teşebbüslerin yaptıkları diğer savunmaların çürütülmesinde kullanılabilecek bir delil haline gelir.

Bu belge ve analizler çerçevesinde, Akçansa, Bursa Çimento ve Set Çimento’nun Güney Marmara pazarının paylaşımı konusunda anlaşma içinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

3240 **I.2.11.3. Bursa Çimento, Akçansa, BÇS, Lafarge Aslan, Marmara Çimento, Nuh Çimento, Rota, Set Çimento ve Set Anadolu’nun Birlikte Fiyat Tespit Ettikleri İddiası**

Bu bölümdeki değerlendirmeler, “I.2.9.2.” no.lu bölümde yapılmıştır.

I. GEREKÇE VE HUKUKİ DAYANAK

3250 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesinde, *“belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmaların hukuka aykırı ve yasak olduğu”* düzenlenmiştir. Bu hüküm, bütün teşebbüsler arası anlaşma, karar ve uyumlu eylemlere geniş bir şekilde

uygulanmakta olup, temel amacı, her bir teşebbüsün kendi ticari politikalarını ve piyasadaki faaliyetlerini tek başına, diğerlerinden bağımsız olarak belirlemesidir.

Rekabet Hukuku açısından fiyat tespitine ve pazar paylaşımına yönelik anlaşmalar en ciddi rekabete aykırılık halleri arasında değerlendirilmiş ve çok açık bir biçimde yasaklanmıştır.

3260 Bir anlaşmada, rekabeti sınırlama amacı açıksa, anlaşmanın kendisi veya en azından rekabeti bozucu hükümleri, "per se" bir rekabet ihlali oluşturur. Bu durumda anlaşmanın rekabet üzerindeki etkilerinin incelenmesine gerek yoktur. Rekabeti bozucu nitelikte olan anlaşmalar, tarafların kendi bağımsız rekabetçi faaliyetlerini ortak çıkarlar adına gözden çıkardıkları bir yapısal çerçeve yaratır. Bu sebepten dolayı, sadece rekabete aykırı bir anlaşmaya taraf olmak, anlaşma etkilerini gerçekleştirmemiş olsa dahi yasaktır.

3270 Öte yandan, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin gerekçesinde, *"Bu Kanunun amacı rekabetin korunması olduğuna göre, rekabeti engelleyici, kısıtlayıcı veya bozucu teşebbüsler arası anlaşma ve uygulamaların yasaklanması gerekir. Maddenin amacı bakımından anlaşma, hukuki şekil şartlarına uymasa bile tarafların kendilerini bağlı hissettikleri her türlü uzlaşma ya da uyuşma anlamında kullanılmıştır. Anlaşmanın yazılı veya sözlü olmasının önemi yoktur. Teşebbüsler arasında bir anlaşmanın varlığı tespit edilemese bile teşebbüsler arasında kendi bağımsız davranışları yerine geçen bir koordinasyon veya pratik işbirliği sağlayan, doğrudan veya dolaylı ilişkiler de, eğer aynı sonucu doğuruyorsa, yasaklanmıştır. Böylece teşebbüslerin Kanuna karşı hile yolu ile rekabeti sınırlayıcı uygulamaları meşru göstermeleri engellenmek istenmiştir"* denilerek, anlaşma kavramının, sözleşmelerden çok daha geniş bir irade birlikteliği niteliğinde olduğu açıklanmıştır. Sözleşme olmaksızın da rekabet ortamını bozan her türlü ilişkinin uygulamaya sokulması da anlaşma niteliğindedir. Ayrıca, rekabeti kısıtlayıcı, sınırlayıcı, ya da ortadan kaldırıcı etkileri nedeniyle, "centilmenlik anlaşmaları" ve "sözlü anlaşmalar" da 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında değerlendirilmektedir.

3280 Yukarıda yer verilen değerlendirmeler ışığında;

3290 - Bursa Çimento'nun Akçansa ve Set Çimento'yla Güney Marmara pazarının paylaşımı konusunda anlaşma içinde olduğu,
- Konya Çimento, Ado Çimento, Lafarge Aslan, ve Nuh Çimento'nun, bayilik anlaşmalarının ve uygulamalarının, bayilerinin bölgeler arası ticaretini engellediği,

3300 tespit edilmiş; bu eylemlerin, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar" başlıklı 4. maddesinin, *"Belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemleri hukuka aykırı ve yasaktır"* şeklindeki genel hükmünü ve özellikle de, *"Mal veya hizmetlerin alım ya da satım fiyatının, fiyatı oluşturan maliyet, kar gibi unsurlar ile her türlü alım yahut satım şartlarının tespit edilmesi"* hükmünü içeren (a) ve *"Mal veya hizmet piyasalarının bölüşülmesi ile her türlü piyasa kaynaklarının veya unsurlarının paylaşılması ya da kontrolü"* hükmünü içeren (b) bendini açıkça ihlal eder nitelikli olduğu, görüşüne ulaşılmıştır.

3310 4054 sayılı Yasanın 16. maddesinin ikinci fıkrası, “*bu Kanunun 4. ve 6. maddesinde yasaklanmış olan davranışları gerçekleştirdiği Kurul kararı ile sabit olanlarla bu Kanunun 11 inci maddesinin (b) bendinde yazılı davranışlarda bulunan teşebbüs niteliğindeki gerçek ve tüzel kişiler ile teşebbüs birlikleri ve/veya bu birliklerin üyelerinin bir yıl önceki mali yılsonunda oluşan ve Kurul tarafından saptanacak olan yıllık gayri safi gelirin yüzde onuna kadar para cezası verilebileceğini*” hükmüne bağlanmıştır. Bu bağlamda, Kurul tarafından takdir olunan idari para cezasının belirlenmesinde, ilgili teşebbüslerin, 1999 mali yıl sonunda oluşan yıllık gayri safi gelirleri esas alınmıştır.

3320 4054 sayılı Kanun’un, 13.7.2005 tarihinde yürürlüğe giren 5388 sayılı Kanun’la değişmesinden önceki “Anlaşma, Birleşme ve Devralmaların Kurula Bildirilmesi” başlıklı 10 uncu maddesinde yer alan, “*4 üncü madde kapsamına giren anlaşma, uyumlu eylem ve kararlar yapıldıkları tarihten itibaren bir ay içinde Kurula bildirilir*” ifadesi, bu tür anlaşmalara bildirim yükümlülüğü getirmekte; bildirilmemiş anlaşmalara 16. maddenin birinci fıkrası (c) bendi ve üçüncü fıkrası hükümleri uyarınca para cezası verilmesi öngörülmektedir. Ancak 5388 sayılı Kanun’un 2. maddesi ile 4054 sayılı Kanun kapsamında bulunan anlaşmaların bildirilmesi yükümlülüğü kaldırılmıştır.

I. SONUÇ

3330 Öneri araştırma ve soruşturmaya ait tüm savunma, ek savunma, sözlü savunma tutanakları, raporlar, Danıştay’ın iptal kararları, tüm dosya müdarecatında yer alan bilgi ve belgelerin incelenmesi sonucunda;

K.1. KONYA ÇİMENTO SANAYİİ A.Ş.

K.1.1. Konya Çimento Sanayii A.Ş.’nin bayilik anlaşmalarının ve uygulamalarının, 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesinde yasaklanan bayilerin bölgeler arası ticaretini engelleyici rekabet ihlalleri olduğuna,

3340 K.1.2. Bu nedenle, Konya Çimento Sanayii A.Ş.’ye, 4054 sayılı Kanun’un 16. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca, 1999 yılı net satışlarının takdiren %1’i oranında, 161,057,575,146.-TL idari para cezası verilmesi gerektiğine, ancak Rekabet Kurulu’nun vermiş olduğu 1.2.2002 tarihli ve 02-06/51-24 sayılı karar, Danıştay tarafından hakkında karar tesis edilen teşebbüs lehine bozulduğundan ve önceki kararda verilen para cezasından daha fazla miktarda para cezası verilemeyeceğinden, teşebbüse 1999 yılı net satışlarının binde ikisi oranında, 32,211,515,029.-TL idari para cezası verilmesine,

3350 K.1.3. 5388 sayılı Kanun’un 2. maddesi ile 4054 sayılı Kanun kapsamında bulunan anlaşmaların bildirilmesi yükümlülüğü kaldırıldığından, anlaşmaların bildirilmemesinden dolayı, Konya Çimento Sanayii A.Ş. ve bildirim yükümlülüğünün bulunduğu tarihte söz konusu teşebbüsün yönetim

organlarında görev alan M. Cemil ÖZGÜL, M. Nuri YILMAZGİL, Osman OKKA, Jacques MERCERON-VICAT, Dominique RENIE hakkında karar verilmesine gerek olmadığına,

K.2. ADO ÇİMENTO SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

K.2.1. Ado Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde yasaklanan bayilerin bölgeler arası ticaretini engelleyici anlaşma niteliğindeki uygulamalarda bulunduğuna,

3360

K.2.2. Bu nedenle Ado Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş.'ye, 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca, 1999 yılı net satışlarının takdiren %1'i oranında, 41,328,986,077.-TL idari para cezası verilmesi gerektiğine, ancak Rekabet Kurulu'nun vermiş olduğu 1.2.2002 tarihli ve 02-06/51-24 sayılı karar, Danıştay tarafından hakkında karar tesis edilen teşebbüs lehine bozulduğundan ve önceki kararda verilen para cezasından daha fazla miktarda para cezası verilemeyeceğinden, teşebbüse 1999 yılı net satışlarının binde ikisi oranında, 8,265,797,215.-TL idari para cezası verilmesine,

3370

K.2.3. 5388 sayılı Kanun'un 2. maddesi ile 4054 sayılı Kanun kapsamında bulunan anlaşmaların bildirilmesi yükümlülüğü kaldırıldığından, anlaşmaların bildirilmemesinden dolayı, Ado Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş. hakkında karar verilmesine gerek olmadığına,

K.3. NUH ÇİMENTO SANAYİ A.Ş.

K.3.1. Nuh Çimento Sanayi A.Ş.'nin, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde yasaklanan bayilerinin bölgeler arası ticaretini engelleyici anlaşma niteliğindeki uygulamalarda bulunduğuna,

3380

K.3.2. Bu nedenle Nuh Çimento Sanayi A.Ş.'ye, 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca, 1999 yılı net satışlarının takdiren %1'i oranında, 373,865,630,000.-TL idari para cezası verilmesi gerektiğine, ancak Rekabet Kurulu'nun vermiş olduğu 1.2.2002 tarihli ve 02-06/51-24 sayılı karar, Danıştay tarafından hakkında karar tesis edilen teşebbüs lehine bozulduğundan ve önceki kararda verilen para cezasından daha fazla miktarda para cezası verilemeyeceğinden, teşebbüse 1999 yılı net satışlarının binde ikisi oranında, 74,773,126,000.-TL idari para cezası verilmesine,

3390

K.3.3. 5388 sayılı Kanun'un 2. maddesi ile 4054 sayılı Kanun kapsamında bulunan anlaşmaların bildirilmesi yükümlülüğü kaldırıldığından, anlaşmaların bildirilmemesinden dolayı, Nuh Çimento Sanayi A.Ş. hakkında karar verilmesine gerek olmadığına,

- 3400 **K.4. LAFARGE ASLAN ÇİMENTO A.Ş.**
- K.4.1.** Lafarge Aslan Çimento A.Ş.'nin, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde yasaklanan bayilerinin bölgeler arası ticaretini engelleyici anlaşma niteliğindeki uygulamalarda bulunduğu,
- K.4.2.** Lafarge Aslan Çimento A.Ş.'ye, 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca, 1999 yılı net satışlarının takdiren %1'i oranında, 212,549,980,000.-TL idari para cezası verilmesi gerektiğine, ancak Rekabet Kurulu'nun vermiş olduğu 1.2.2002 tarihli ve 02-06/51-24 sayılı karar, Danıştay tarafından hakkında karar tesis edilen teşebbüs lehine bozulduğundan ve önceki kararda verilen para cezasından daha fazla miktarda para cezası verilemeyeceğinden, teşebbüse 1999 yılı net satışlarının binde ikisi oranında, 42,509,996,000.-TL idari para cezası verilmesine,
- 3410
- K.4.3.** 5388 sayılı Kanun'un 2. maddesi ile 4054 sayılı Kanun kapsamında bulunan anlaşmaların bildirilmesi yükümlülüğü kaldırıldığından, anlaşmaların bildirilmemesinden dolayı, Lafarge Aslan Çimento A.Ş. hakkında karar verilmesine gerek olmadığına,
- 3420
- K.5. BURSA ÇİMENTO FABRİKASI A.Ş.**
- K.5.1.** Bursa Çimento Fabrikası A.Ş., Akçansa Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş. ve Set Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin Güney Marmara pazarının paylaşımı konusunda anlaşma içinde olduklarına,
- K.5.2.** Bu nedenle Bursa Çimento Fabrikası A.Ş.'ye, 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca, 1999 yılı net satışlarının takdiren %3'ü oranında, 681,655,756,717.-TL idari para cezası verilmesi gerektiğine, ancak Rekabet Kurulu'nun vermiş olduğu 1.2.2002 tarihli ve 02-06/51-24 sayılı karar, Danıştay tarafından hakkında karar tesis edilen teşebbüs lehine bozulduğundan ve önceki kararda verilen para cezasından daha fazla miktarda para cezası verilemeyeceğinden, teşebbüse 1999 yılı net satışlarının %1'i oranında, 227,218,585,572.-TL idari para cezası verilmesine,
- 3430
- K.5.3.** 5388 sayılı Kanun'un 2. maddesi ile 4054 sayılı Kanun kapsamında bulunan anlaşmaların bildirilmesi yükümlülüğü kaldırıldığından, anlaşmaların bildirilmemesinden dolayı, Bursa Çimento Fabrikası A.Ş. ve bildirim yükümlülüğünün bulunduğu tarihte söz konusu teşebbüsün yönetim organlarında görev alan Ergun KAĞITÇIBAŞI, Ahmet M.UGUR, Metin KAVASOĞLU, Memduh GÖKÇEN, Bülent Selen SARPER, S.Feyha DURANER ve İrfan ÜNÜR hakkında karar verilmesine gerek olmadığına,
- 3440
- K.6.** 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesi uyarınca, yukarıda belirtilen ihlal eylemlerine son verilmesi ve ihlalden önceki rekabet ortamının sağlanması gereğinin, ilgili teşebbüslere bildirilmesine,

05-81/1118-320

3450 OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.