

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2010-2-122
Karar Sayısı : 10-52/ 986-353
Karar Tarihi : 5.8.2010

(Önaraştırma)

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

10

Başkan : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI
Üyeler : Doç. Dr. Mustafa ATEŞ, Mehmet Akif ERSİN,
İsmail Hakkı KARAKELLE, Doç. Dr. Cevdet İlhan GÜNAY,
Murat ÇETİNKAYA, Reşit GÜRPINAR

B. RAPORTÖRLER : Ümit Nevruz ÖZDEMİR, Ekrem SOLMAZ, Hatice YAVUZ

C. BAŞVURUDA BULUNAN : - Cumhur GÖZÜM
Çetin Emeç Bulvarı 1322. Cad. No:9/3 Öveçler/Ankara

20

D. HAKKINDA İNCELEME YAPILANLAR:

- Baştaş Çimento Sanayi A.Ş.
Ankara-Samsun Karayolu 35.Km 06780 Elmadağ/Ankara
- Çimsa Çimento San. ve Tic. A.Ş.
Karşıyaka Mah. Fırat Cad. No:3 06852 Lalahan/Ankara
- Set Çimento San. ve Tic. A.Ş.
Güvercinlik Mevkii 06562 Ankara
- Cimpor Yibitaş Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Hasanoğlan San. Böl. Bahçelievler Mah. Atatürk Cad. No:8
06540 Hasanoğlan/Ankara
- Bolu Çimento Sanayi A.Ş.
İstanbul Yolu 27.Km Sarayköy-Kazan/Ankara

30

E. DOSYA KONUSU: Ankara ve çevre illerde çimento satışı alanında faaliyet gösteren firmaların çimento fiyatlarını birlikte belirledikleri ve hazır beton firmalarını aralarında paylaştıkları iddiası.

F. İDDİALARIN ÖZETİ: Başvuruda özetle; Bugün Gazetesi'nde yayınlanan "Çimentoda Yeni Oyun" başlıklı yazıda yer alan iddiaların haklı bulunduğu ve ayrıca demir fiyatlarının artış gösterdiği bu dönemde Ankara'daki birçok demir bayisinin demir fiyatlarının devamlı artış göstereceği kanısıyla müteahhitlere demir satmadığı belirtilmiştir. Anılan gazete yazısında ise özetle;

40

- Ankara ve çevresine çimento satışı yapan dört çimento şirketi tarafından son on beş günde iki kez zam yapıldığı,
- Zamların ortak yapıldığını gizlemek ve Rekabet Kurumu'nu yanıltmak için her hafta farklı oranlarda zam yapıldığı,
- Buna karşılık İstanbul ve çevresinde çimento fiyatlarında herhangi bir artış olmadığı,

iddia edilmiştir.

50 **G. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 24.03.2010 tarih ve 2531 sayı ile intikal eden başvuru üzerine yapılan inceleme neticesinde hazırlanan 11.5.2010 tarih ve 2010-2-122/İİ-10-374.EÖK sayılı İlk İnceleme Raporu, 24.05.2010 tarih ve 10-37 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. İlgili karar uyarınca yapılan inceleme sonucunda düzenlenen 15.7.2010 tarih ve 2010-2-122/ÖA-10-372.ÜNÖ sayılı Önaraştırma Raporu 21.7.2010 tarih ve REK.0.06.00.00-110/351 sayılı Başkanlık önergesi ile 10-52 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

60 **H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda; dosya konusu iddialara yönelik olarak, İç Anadolu Bölgesi'nde faaliyet gösteren çimento firmalarının 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği yönünde herhangi bir bilgi ve belgeye ulaşılamadığından anılan teşebbüsler hakkında aynı Kanun 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığı ve şikayetin reddedilmesi gerektiği ifade edilmiştir.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. Hakkında Önaraştırma Yapılan Teşebbüsler

70 Şikayet dilekçesinde Ankara ve çevresine çimento satışı yapan dört çimento üreticisinin 2010 yılı Mart ayında çimento fiyatlarına birlikte zam yaptıkları ve hazır beton tesisleri ile çimento bayilerini aralarında paylaştıkları iddia edilmektedir. Ankara'da tüketilen çimentonun % 99'unun Baştaş Çimento Sanayi A.Ş. (Baştaş), Çimsa Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Çimsa), Set Çimento San. ve Tic. A.Ş. (Set Çimento), Cimpor Yibitaş Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Cimpor) ve Bolu Çimento Sanayi A.Ş. (Bolu Çimento)'nin Ankara'daki üretim tesislerinden sağlanması nedeniyle önaraştırma sürecinde yukarıda belirtilen beş teşebbüsün Ankara'da bulunan çimento üretim tesislerinde yerinde inceleme yapılmıştır.

I.2. İlgili Pazar

I.2.1. İlgili Ürün Pazarı

İlgili ürün pazarı "*çimento pazarı*" olarak belirlenmiştir.

I.2.2. İlgili Coğrafi Pazar

80 Dosya konusu iddiaların Ankara ve çevresine yönelik olması, 2009 yılında Ankara'da tüketilen çimentonun % 99'unun Ankara'da bulunan çimento üretim tesislerinden sağlanması ve çimento ürününün özellikleri dikkate alınarak dosya kapsamında ilgili coğrafi pazarı "*Ankara*" olarak belirlenmiştir.

I.3. Değerlendirme

90 Dosya konusu şikayetler temel olarak ilgili pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerin fiyatları birlikte belirledikleri ve müşteri paylaştıkları iddialarını içermektedir. Şikayetlerin değerlendirilmesi bakımından öncelikle ilgili pazarın yapısına ve işleyişine ilişkin bazı bilgilere yer verilecek, daha sonra yerinde incelemede elde edilen belgeler ve rakiplerden talep edilen bilgiler çerçevesinde dosya konusu iddialar değerlendirilecektir.

I.3.1. Pazarın Yapısı

Çimento üreticileri ürünün torbalı ya da dökme olmasına bağlı olarak ürünlerini müşterilerine farklı yöntemlerle ulaştırmaktadır. Set Çimento hariç olmak üzere,

Ankara ilinde faaliyet gösteren tüm çimento üreticileri torbalı çimentoyu kullanıcılarına bayi ya da dağıtıcı kanalıyla ulaştırmaktadır. Temel olarak hazır beton üreticileri ile endüstriyel müşterilere (karo, parke, büz, boru imalatçıları ve yapı kimyasalcıları gibi) sunulan dökme çimento ise genellikle söz konusu müşterilere doğrudan satılmakta, bu satışlarda herhangi bir aracı firma kullanılmamaktadır.

100 Çimento firmaları tarafından yapılan satışlar içerisinde ilk sırada genel olarak aynı ekonomik bütünlük içerisinde yer alan hazır beton tesisleri yer almaktadır. Ankara'da hazır beton tesisine sahip olmayan Çimsa'yı ve kendi hazır beton tesisine yaptığı satışı toplam satışları içinde (.....) sırada yer alan Cimpor'u bu duruma istisna olarak gösterebilmek mümkündür. Çimento üreticilerinin en büyük on müşterisi incelendiğinde, bağımsız hazır beton tesislerine yapılan satışların toplam satışlar içinde önemli bir paya sahip olduğu anlaşılmaktadır.

I.3.2. Yerinde İncelemede Elde Edilen Belgeler

110 Dosya kapsamında Baştaş, Çimsa, Set Çimento, Cimpor ve Bolu Çimento'nun Ankara'da bulunan çimento üretim tesislerinde raportörlerce yerinde inceleme yapılmıştır.

Yerinde incelemede elde edilen belgelerde genel olarak Ankara'da faaliyet gösteren teşebbüslerin, rakiplerinin çimento satış miktarları ve fiyatları konusunda bilgi sahibi oldukları görülmektedir. Buna karşın, teşebbüslerde yapılan yerinde incelemelerde teşebbüslerin birlikte fiyat belirledikleri veya Ankara'da bulunan hazır beton tesisleri ve çimento bayilerini veya teşebbüslerce satış yapılacak bölgeleri paylaştıklarını gösteren herhangi bir bilgi veya belgeye ulaşılamamıştır. Ayrıca, teşebbüslerin pazarda rekabet içerisinde olduğunu da gösteren çok sayıda belgeye ulaşılmıştır.

I.3.2.1. Baştaş

120 Baştaş'da yapılan yerinde incelemede, Ankara'da faaliyet gösteren rakip çimento üreticilerine ait Ankara merkez ve ilçeler bazında, torbalı ve dökme çimento olarak ayrılmış şekilde ayrıntılı pazar payı ve fiyat bilgilerine ulaşılmıştır. Belgelerde yer alan fiyatlar ve pazar payı bilgileri (.....) TL/ton, (.....) TL/ton, %(.....) gibi kesin ve net rakamlar içermektedir. Söz konusu bilgilerin genellikle aylık veya iki haftalık olarak hazırlandığı görülmektedir.

I.3.2.2. Çimsa

Çimsa'da yapılan yerinde incelemede, Cimpor, Baştaş ve Set Çimento'ya ait Ankara dökme ve torbalı çimento fiyat bilgilerinin olduğu "Tahmini Piyasa Bilgileri" başlıklı bir belgeye ulaşılmıştır.

I.3.2.3. Set Çimento

130 Set Çimento'da yapılan yerinde incelemede, Baştaş, Cimpor, Çimsa ve Bolu Çimento'ya ait Ankara dökme ve torbalı çimento fiyat bilgilerinin olduğu "Pazar Araştırma Raporu" başlıklı çok sayıda belgeye ulaşılmıştır. Söz konusu belgelerde rakip teşebbüslerin fiyatları Ankara ile Polatlı, Beypazarı ve Nallıhan ilçeleri bazında ayrı ayrı yer almaktadır ve raporlar genel olarak aylık veya iki haftalık aralıklarla hazırlanmıştır. Söz konusu raporlarda rakiplerin bant ve dökme çimento fiyatları ayrı ayrı yer almaktadır.

140 **I.3.2.4. Cimpor**

Cimpor'da yapılan yerinde incelemede, Baştaş, Set Çimento, Çimsa ve Bolu Çimento'ya ait Ankara merkez ve ilçelerin çimento fiyatlarının yer aldığı belgelere ulaşılmıştır¹.

Cimpor Ankara Bölge Müdürü'ne gönderilen 6.3.2010 tarihli ve "Ankara torbalı çimento pazarındaki son durum" başlıklı bir elektronik postada:

"... Benim birkaç gündür yaptığım pazar araştırmaları ve Özer'in cumartesi günü öğleden sonra yaptığı araştırmalara göre Ankara torbalı pazarındaki uygulamalar aşağıdaki gibidir.

150 (*.....TİCARİ SIR.....*)

..."

ifadeleri yer almaktadır. Bu elektronik postadan bir zam beklentisi olduğu ve bu beklentinin gerçekleşmediği anlaşılmaktadır.

Yine aynı kişi tarafından Cimpor Ankara Bölge Müdürü'ne gönderilen 4.4.2010 tarihli ve yine "Ankara torbalı çimento pazarındaki son durum" başlıklı elektronik postada: çeşitli illere ilişkin izlenimlere yer verilmekte ve

"...(*.....TİCARİ SIR.....*)"

160

Bu iki elektronik posta birlikte değerlendirildiğinde firmanın aylık olarak piyasayı takip ettiği anlaşılmaktadır.

(*.....TİCARİ SIR.....*)

170

Yerinde incelemede elde edilen belgelerde Cimpor ile Çimsa arasında klinker takası gerçekleştirildiği bilgisi yer almaktadır. Cimpor, Ankara'daki entegre tesisinden Çimsa'nın Ankara'da bulunan öğütme tesisine klinker sağlamakta, bunun karşılığında ise Nevşehir'de faaliyet gösteren öğütme tesisine Çimsa'nın Kayseri'de bulunan entegre tesisinden klinker almaktadır. Cimpor ile Çimsa arasındaki klinker takası uygulamasının teşebbüslerin çimento öğütme tesislerinin ihtiyacı olan klinkerin taşıma maliyetlerini düşürmek amacıyla yapıldığı anlaşılmaktadır.

¹ Ayrıca Cimpor Yibitaş'ın İç Anadolu, Karadeniz ve Doğu Anadolu Bölgeleri'nde faaliyet gösteren rakiplerinin fiyat bilgilerinin olduğu belgelere de ulaşılmıştır.

I.3.2.5. Bolu Çimento

Bolu Çimento'nun Ankara öğütme tesisinde raportörlerce yapılan yerinde incelemede herhangi bir belgeye ulaşılamamıştır.

I.3.2.6. Belgelere İlişkin Değerlendirme

180 Teşebbüslerde yapılan yerinde incelemelerde, teşebbüslerin rakiplerinin çimento satış miktarları ve fiyatları konularında ayrıntılı bilgilere sahip oldukları ve bu bilgiler doğrultusunda teşebbüs yetkililerinin analizler yaptığı görülmektedir. İlk bakışta bu durum teşebbüsler arası bir anlaşmanın şartlarına rakiplerce uyulup uyulmadığının kontrol edildiği bir mekanizmanın varlığının bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Ancak çimento sektörünün özellikleri dikkate alındığında çimento üreticilerinin, rakiplerinin satış bilgilerine belirli bir hata payı ile ulaşabilmeleri mümkün görülmektedir. Zira pazarda az sayıda teşebbüs faaliyet göstermekte ve bu teşebbüsler tarafından son derece homojen ürünler olan dökme ve torbalı olmak üzere iki çeşit çimento üretilmektedir. Bu durum rakiplerin takibini kolaylaştırmaktadır. Çimento üretim tesislerinin müşterileri olan hazır beton tesisleri ve çimento bayilerinin yüksek miktarlarda alım yapmaları ve sayılarının nispeten az olması da piyasanın şeffaflığını artırmaktadır.

190 Ayrıca yerinde inceleme aşamasında bir teşebbüs yetkilisi tarafından, fabrika çalışanları tarafından rakip üretim tesislerinden çıkan silo baz ve kamyonların not alındığı, bazı durumlarda bu araçların takip edilerek hangi çimento bayiine veya hazır beton tesisine çimento taşındığının tespit edildiği, bir silo bazın kapasitesinin belirli olduğu ve bir kamyonun taşıdığı torba çimentonun kolayca tahmin edilebildiği ifade edilmiştir.

Sonuç olarak, yapılan yerinde incelemelerde müşterilerin teşebbüsler tarafından paylaşıldığına dair herhangi bir belgeye ulaşılmamıştır.

I.3.3. Teşebbüslerden Talep Edilen Bilgiler Çerçevesinde Yapılan Tespitler

200 Pazarda faaliyet gösteren teşebbüsler tarafından fiyatların birlikte belirlendiği ve müşterilerin paylaşıldığına ilişkin iddiaların değerlendirilmesi bakımından teşebbüslerden talep edilen bilgiler önem taşımaktadır. Bu bölümde dosya kapsamındaki iddialar teşebbüslerden gelen bilgiler çerçevesinde değerlendirilmiştir.

I.3.3.1. Fiyatların Birlikte Belirlendiği İddiası

210 Bugün Gazetesi'nin 24.03.2010 tarihli haberinde yer alan Ankara ve çevresine çimento satışı yapan dört çimento şirketi tarafından son on beş günde iki kez zam yapıldığı yönündeki haberin değerlendirilebilmesi bakımından haklarında önaraştırma yapılan teşebbüslerce son on iki ay içerisinde uygulanan Ankara ili torbalı ve dökme çimento ortalama satış fiyatları talep edilmiştir. Elde edilen veriler ile oluşturulan torbalı çimentoya ve dökme çimentoya ilişkin grafikler sırasıyla aşağıda sunulmaktadır.

Şekil 1: Ankara İli Torbalı Çimento Ortalama Satış Fiyatları

(.....TİCARİ SIR.....)

Şekil 2: Ankara İli Dökme Çimento Ortalama Satış Fiyatları

220 (.....TİCARİ SIR.....)

Her ne kadar dökme çimento fiyatlarında belirli bir birlikte hareket görünmüyorsa da, torbalı çimento fiyatlarının birlikte hareket ettiği gözlemlenmektedir. Tüm teşebbüsler açısından fiyatlarının Haziran-Eylül 2009 arasında yükseldiği, bunun ardından Nisan 2010'a kadar azaldığı ve Mayıs 2010'da tekrar yükseldiği görülmektedir. Buna karşın, ortalama çimento fiyatları Mart 2010'da çimento firmaları tarafından fiyat artışına gidildiğini değil aksine fiyatlarda bir azalma meydana geldiğini göstermektedir.

230 Ancak fiyatların (en azından torbalı çimento fiyatlarının) birlikte hareket etmesi rekabet hukuku bakımından sorgulanması gereken bir unsur olarak görülmektedir. Fiyatların birlikte hareket etmesinin açıklanabilmesi amacıyla öncelikle ürüne olan talebin yapısı, pazar paylarının nasıl şekillendiği, fiyat uygulamaları ve teşebbüsler tarafından uygulanan fiyatların yeknesaklık gösterip göstermediği hususları dikkate alınmalıdır.

I.3.3.1.1. Talebin Yapısı

240 İlgili pazardaki talep yapısının anlaşılabilmesi amacıyla raportörlerce teşebbüslerden aylık toplam çimento satışlarına ilişkin bilgi talep edilmiştir. Aşağıdaki tabloda 2008 yılı başından itibaren Ankara çimento pazarında teşebbüslerce gerçekleştirilen toplam satış miktarları yer almaktadır.

Tablo 1: Ocak 2008-Haziran 2010 Arasında Ankara İlinde Gerçekleştirilen Toplam Çimento Satışı (ton)

	BAŞTAŞ	BOLU	ÇİMPOR	SET	ÇİMSA	TOPLAM
Ocak 08	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Şubat 08	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mart 08	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nisan 08	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mayıs 08	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Haziran 08	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Temmuz 08	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ağustos 08	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eylül 08	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ekim 08	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kasım 08	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Aralık 08	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ocak 09	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Şubat 09	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mart 09	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nisan 09	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mayıs 09	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Haziran 09	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Temmuz 09	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ağustos 09	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eylül 09	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ekim 09	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kasım 09	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Aralık 09	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ocak 10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Şubat 10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mart 10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nisan 10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mayıs 10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Görüldüğü gibi çimento satışları aylar itibarıyla büyük farklılıklar göstermektedir. Örneğin, pazarın en büyük oyuncularından biri olan Set Çimento'nun (.....) ton olan (.....) ayı satışı Mayıs 2008'de (.....) fazla bir artış göstererek (.....) tonu aşmıştır. Ancak bu aydan sonra satış miktarı sürekli bir biçimde azalmış ve yıl sonunda (.....) ton civarında gerçekleşmiştir. Benzer bir satış trendi 2009 ve 2010 yılları için de gözlemlenebilmektedir. Aşağıda yer alan ve aylar itibarıyla satış miktarlarını gösteren grafik çimento satışında yaşanan mevsimselliği daha açık bir şekilde ortaya koymaktadır. Buna göre, kış aylarında en düşük değerlerine gerileyen çimento satışı, baharla birlikte artmakta, yaz aylarında en yüksek değerine ulaşmakta ve yaz sonundan itibaren tekrar azalmaya başlamaktadır. Dolayısıyla, incelenen pazardaki talebin mevsimsel bir özellik gösterdiği anlaşılmaktadır.

Şekil 3: Ankara İlinde 2008-2010 Yıllarında Yapılan Toplam Çimento Satışı

(.....TİCARİ SIR.....)

I.3.3.1.2. Pazar Payları

270 Fiyat hareketlerinin rekabet hukuku açısından sakınca yaratıp yaratmadığını görebilmek için firmaların sahip olduğu pazar paylarının da incelenmesi yararlı olacaktır. Zira pazarda faaliyet gösteren firmaların pazar paylarının sabit bir seyir izlemesi ya da pazar payı bakımından pazardaki sıralarının değişmemesi gibi unsurlar pazarda bir anlaşmanın veya uyumlu eylemin varlığından şüphe edilmesine neden olabilecektir. Aşağıdaki grafikte Ankara ilinde faaliyet gösteren teşebbüslerin elde ettikleri pazar payları yer almaktadır.

Şekil 4: Ocak 2008-Mayıs 2010 Arasındaki Pazar Payları

280

(.....TİCARİ SIR.....)

Grafiğe göre, Ocak 2008'de (.....TİCARİ SIR.....)'nın %(.....)-(.....)aralığında pazar payı bulunmakta onları %(.....) civarındaki bir pazar payıyla (.....) ve %(.....)'lik bir pazar payıyla (.....) izlemektedir. Grafikte yansıtılan otuz aylık süreç incelendiğinde, pazarın lideri konumunda bulunan (.....)'un pazar payının Haziran 2010 itibarıyla %(.....) civarına gerilediği ve bunun sonucunda (.....)'un pazarda (.....) 290 sıraya düştüğü görülmektedir. Yine, pazarın lider oyuncularından olan (.....)'nun pazar payı Mart 2009'da %(.....)'e kadar gerilemiş, daha sonra Kasım 2010'da %(.....)'e kadar yükselerek o tarihteki en yakın rakibinden %(.....) kadar fazla bir orana ulaşmış, Mayıs 2010'da ise tekrar %(.....)'ye kadar gerilemiştir. Pazarın diğer büyük oyuncusu olan (.....)'un pazar payı hareketleri ise daha büyük aralıklarda gerçekleşmiştir. Ocak ayında yaklaşık %(.....) olan (.....)'un pazar payı sürekli bir azalma göstererek Haziran 2009'da dip seviyesi olan %(.....)'e kadar düşmüştür. Pazar payında daha sonra bir toparlanma olsa da Mayıs 2010'da, Ocak 2008'de kendisiyle hemen hemen aynı pazar payına sahip olan (.....)'un yaklaşık %(.....) gerisinde kalmıştır.

300 Pazarın daha küçük iki oyuncusundan biri olan (.....) ise Ocak 2008'de %(.....) civarında olan pazar payını Şubat 2010'da %(.....)'e kadar yükseltebilmiştir. Ancak pazar payını bu düzeyde tutmayı başaramamış ve pazar payı Mayıs 2010 itibarıyla %(.....) civarında kalmıştır. Ocak 2008'de yaklaşık %(.....) pazar payına sahip olan (.....)'nun pazar payı Temmuz 2008'e kadar sürekli azalarak %(.....)'e kadar gerilemiş, daha sonra 2009 sonuna kadar %(.....)-(.....) bandında hareket etmiş, Mart 2010'da %(.....)'ye kadar yükseldikten sonra Mayıs 2010'da %(.....) olarak gerçekleşmiştir.

İlgili pazarda ortaya çıkan pazar paylarının incelenmesi sonucunda, firmaların pazar paylarının ve pazar payı bakımından sıralarının büyük değişkenlik gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu durumun pazarda bir anlaşma olma ihtimalini azalttığı kanaatine ulaşılmıştır.

I.3.3.1.3. Fiyat Uygulamaları

Bu bölümde, ilgili pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerce uygulanan fiyatlar karşılaştırılarak fiyat hareketlerinin niteliği belirlenmeye çalışılmıştır. Bu bakımdan öncelikle belirgin bir birlikte fiyat hareketliliği olmayan dökme çimento fiyatları incelenmiş, daha sonra gözlemlenebilir bir birlikte fiyat hareketliliği olan torbalı çimento ürünü değerlendirilmiştir.

Tablo 2: Haziran 2009-Temmuz 2010 Arasındaki Dökme Çimento Fiyatları

Ay	En Yüksek Fiyat (A)	En Düşük Fiyat (B)	Ortalama Fiyat (C)	Oran (A/B) (%)
Haziran 09	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Temmuz 09	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ağustos 09	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eylül 09	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ekim 09	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kasım 09	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Aralık 09	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ocak 10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Şubat 10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mart 10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nisan 10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mayıs 10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Tablo'dan görüldüğü üzere, en yüksek ve en düşük fiyat arasındaki oransal farklılık % (.....) ile % (.....) arasında değişmektedir. Ortalama fiyat farklılığı oranı ise incelenen dönemde % (.....) olarak gerçekleşmiştir. Bir başka deyişle, ilgili pazardaki fiyatlar ortalama olarak % (.....)'lük bir bant aralığında gerçekleşmiştir.

Öte yandan, ilgili pazarda uygulanan en yüksek fiyat piyasa ortalamasından (.....) TL ile (.....) TL arasında yüksek iken ilgili pazarda uygulanan en düşük fiyat piyasa ortalamasından (.....) TL ile (.....) TL arasında daha düşük olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 3: Haziran 2009-Temmuz 2010 Arasındaki Torbalı Çimento Fiyatları

Ay	En Yüksek Fiyat (A)	En Düşük Fiyat (B)	Ortalama Fiyat (C)	Oran (A/B) (%)
Haziran 09	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Temmuz 09	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ağustos 09	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eylül 09	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ekim 09	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kasım 09	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Aralık 09	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Ocak 10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Şubat 10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mart 10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nisan 10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mayıs 10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

330 Torbalı çimento için uygulanan en yüksek ve en düşük fiyat arasındaki oransal farklılık % (.....) ile % (.....) arasında değişmektedir. Ortalama fiyat farklılığı oranı ise incelenen dönemde % (.....) olarak gerçekleşmiştir. Dolayısıyla, tüketicilerin ortalama olarak birbirinden % (.....) oranında farklı bir fiyatla ürün temin etmesi mümkün olmuştur.

Öte yandan, ilgili pazarda uygulanan en yüksek fiyat piyasa ortalamasından (.....) TL ile (.....) TL arasında yüksek iken ilgili pazarda uygulanan en düşük fiyat piyasa ortalamasından (.....) TL ile (.....) TL arasında daha düşük olarak gerçekleşmiştir.

340 Fiyat uygulamaları açısından değerlendirilebilecek bir diğer husus da fiyatların tüm müşterilere aynı şekilde uygulanıp uygulanmadığıdır. Teşebbüsler tarafından gönderilen bilgilerle oluşturulan ve Haziran 2009 ile Mayıs 2010 arasında teşebbüslerin en büyük müşterilerine yaptığı satışları özetleyen tablolar incelendiğinde aynı gün yapılan satışlarda bile büyük fiyat farklılıkları bulunduğu gözlemlenmektedir. Örneğin, 28.08.2009 tarihinde (.....) tarafından bir firmaya (.....) TL/ton fiyatla çimento satışı yapılmışken, başka bir firmaya (.....) TL/ton fiyattan satış gerçekleştirilmiştir. Bu örnekleri farklı günler ve farklı teşebbüsler açısından da çoğaltmak mümkündür. Bu bağlamda, ilgili pazarda aynı gün içinde farklı müşterilere farklı fiyatlardan çimento satılmasının son derece yaygın bir uygulama olduğu anlaşılmaktadır.

350 Teşebbüslerce uygulanan fiyatların karşılaştırılması sonucunda, birbiriyle paralel bir biçimde hareket ettiği gözlemlenen torbalı çimento fiyatlarının bile birbirinden oransal olarak % (.....) ile % (.....) arasında farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu durumun da teşebbüslerin aralarında anlaşarak fiyatları belirlediği iddiasının gerçek olma ihtimalini azalttığı sonucuna ulaşılmıştır.

1.3.3.1.4. Fiyatların Birlikte Belirlendiğine İlişkin Değerlendirme

Her ne kadar ortalama çimento fiyatları, iddia edildiği gibi çimento fiyatlarının Mart 2010'da arttığına değil aksine azaldığına işaret etse de torbalı çimento fiyatlarının birlikte hareket etmesi teşebbüslerden gelen bilgiler çerçevesinde de incelenmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda talebin mevsimsellik gösterdiği, pazar payları ile teşebbüslerin pazardaki sıralarının sıklıkla değiştiği ve uygulanan fiyatlarının birbirinden önemli ölçüde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Bu tespitler karşısında, teşebbüslerin bir anlaşma kapsamında fiyatlarını birlikte belirledikleri yönünde bir değerlendirme yapabilmek mümkün olmamıştır.

360 1.3.3.2. Müşterilerin Paylaşıldığı İddiası

Başvuru dilekçesinde çimento üreticilerinin Ankara ve civarındaki hazır beton bayilerini aralarında paylaştıkları ve bayilere çimento satışını engelledikleri iddiası da yer almaktadır.

Önaraştırma sürecinde beş çimento üreticisinden 2008-2009-2010 yıllarında çimento sattıkları hazır beton tesisleri ve çimento bayileri ile Haziran 2009-Mayıs 2010 tarihleri arasında en yüksek satış yaptıkları on müşteriye ait bilgiler talep edilmiştir.

370

Kuruma intikal eden bilgiler çerçevesinde çimento üreticisi teşebbüslerin anılan dönemde en yüksek satış yaptıkları on müşterisi ile tüm müşteriler karşılaştırılmıştır. Yapılan incelemede anılan beş teşebbüsün, aralarında hazır beton üreticilerinin de bulunduğu ilk on müşterisine diğer teşebbüsler tarafından da çimento satışı yapıldığı görülmüştür.

Aşağıdaki tabloda bir çimento üreticisinin ilk on müşterisi arasında yer alan firmaya satış yapan diğer çimento üreticileri gösterilmiştir:

Tablo 4: Birden Fazla Çimento Üreticisi tarafından Satış Yapılan Müşteriler

Teşebbüs	Müşteri	Satış Yapan Diğer Teşebbüs
Çimsa	(.....)	(.....)
Çimsa	(.....)	(.....)
Set Çimento	(.....)	(.....)
Cimpor	(.....)	(.....)
Bolu Çimento	(.....)	(.....)
Baştaş	(.....)	(.....)
Çimsa	(.....)	(.....)
Baştaş	(.....)	(.....)
Set Çimento	(.....)	(.....)

Yukarıdaki örnekler incelendiğinde, teşebbüslerin satışının büyük bir kısmını gerçekleştirdikleri en büyük on müşterisine bile rakip teşebbüslerce satış yapıldığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, hazır beton üreticilerinin paylaşıldığı ve bayilere çimento satışının engellediği iddialarını destekleyen herhangi bir bilgiye ulaşamamıştır.

380

J. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre; dosya konusu iddialara yönelik olarak 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığına, şikayetin reddine OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.