

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

**REKABET KURULU KARARI**

**Dosya Sayısı** : 2006-1-165 (Önaraştırma)  
**Karar Sayısı** : 07-16/145-46  
**Karar Tarihi** : 22.2.2007

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

**Başkan** : Mustafa PARLAK  
**Üyeler** : Tuncay SONGÖR, Rıfki ÜNAL, Prof.Dr. Nurettin KALDIRIMCI,  
M. Sıraç ASLAN, Mehmet Akif ERSİN.

**B. RAPORTÖRLER:** İsmail Atalay YOLCU, Harun ULU,  
Cumhur Atalay HATİPOĞLU, Çiğdem ÜNAL

**C. BAŞVURUDA  
BULUNAN**

: - Milangaz LPG Dağ. Tic. ve San. A.Ş.  
- Güneşgaz Uluslararası Nak. Tic. ve San. A.Ş.  
- Likitgaz Dağıtım ve End. Tic. A.Ş.  
Şişhane Yokuşu Demirören Han. No:2 80020 Azapkapı/İstanbul  
Temsilcisi: Av. Ahmet Yavaşcı  
Meşrutiyet Cad. No:174 Anlar İşhanı Kat:5 Şişhane/İstanbul

**D. KARŞI TARAF**

: - Koç Holding A.Ş.  
Nakkaştepe Azizbey Sok. No:1 34674 Kuzguncuk/İstanbul  
- TÜPRAŞ Türkiye Petrol Rafinerileri A.Ş.  
P.K. 211 41002 İzmit/Kocaeli  
- Aygaz A.Ş.  
Büyükdere Cd. N:145/1 Aygaz Han 80300 Zincirlikuyu/İstanbul  
- Migros Türk T.A.Ş.  
Turgut Özal Bulvarı No:6 Ataşehir/İstanbul  
- Yapı ve Kredi Bankası A.Ş.  
Yapı Kredi D Blok Plaza Büyükdere Cad.  
Levent 34330 Beşiktaş/İstanbul

**E. DOSYA KONUSU:** Koç Holding A.Ş. (Koç Holding), Migros Türk T.A.Ş. (Migros), Aygaz A.Ş. (Aygaz), TÜPRAŞ Türkiye Petrol Rafinerileri A.Ş. (Tüpraş) ile Yapı ve Kredi Bankası A.Ş. (YKB ) hakkında rafinaj ve LPG dağıtım pazarlarına yönelik faaliyetleri nedeni ile 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun kapsamında soruşturma açmaya gerek olup olmadığının tespiti.

**F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Şikayet dilekçesinde özetle; Tüpraş'ın Aliğa'daki limanını, 21.10.2005 tarih, 05-71/981-270 sayılı Kurul kararına uymayarak, ithalat yapmak isteyen LPG dağıtım şirketlerine kullandırmadığı; Aygaz'ın İzmir İli çapında gerçekleştirdiği Tansaş kampanyasının, "Paro" uygulaması ile Koç Holding bünyesindeki şirketlerden yapılan alışveriş karşılığında 12 kg'lık Aygaz LPG tüplerin maliyetinin altında satılmasının ve YKB'nin Worldcard'ı ile Aygaz tüplerinin taksitli satılmasının hakim durumun kötüye kullanılması niteliğinde olduğu iddia edilmektedir.

**G. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 17.11.2006 tarih ve sırasıyla 7677, 7678, 7679 ve 7680 sayılar ile intikal eden başvurular üzerine, konuyla ilgili olarak hazırlanan 22.12.2006 tarih ve 2006-1-165/İİ-06-İAY sayılı ilk inceleme raporu

Rekabet Kurulu'nun 28.12.2006 tarihli toplantısında görüşülerek 06-95/1203-M sayılı ile Öneriştirme yapılmasına karar verilmiştir. Anılan Kurul Kararı uyarınca raportörler tarafından düzenlenen 14.2.2007 tarih, 2006-1-165/ÖA-06-İAY sayılı Öneriştirme Raporu, 19.2.2007 tarih ve REK.0.05.00.00-110/26 sayılı Başkanlık önergesi ile 07-16 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

#### **H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda;

- 1- Aygaz'ın tüplü LPG pazarında, İzmir ilinde Tansaş ile birlikte kampanya yapmasının, YKB'nin kredi kartı ile taksitli satış kampanyası yapmasının, paro uygulaması kapsamında 20 YTL indirimle satış yapmasının Koç Grubu şirketleri tarafından, tüplü LPG pazarına yönelik olarak yürütülen bir işbirliği olarak değerlendirilebileceği; söz konusu uygulamaların kapsamı, süresi, pazarın özellikleri ve rakiplerin konumu dikkate alındığında, bu işbirliğinin 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi bakımından ihlal teşkil etmediği, bu nedenle Aygaz, Koç Holding, Migros ve YKB hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığı,
- 2- Tüpraş Türkiye Petrol Rafinerisi'nin Milangaz LPG Dağ. Tic. ve San. A.Ş. (Milangaz)'nin Ege Bölgesi ihtiyacının tamamen ithal LPG'den karşılanması talebini reddetmesinin 4054 sayılı Kanun kapsamında bir ihlal oluşturmadığı, Aliağa Rafinerisi'ndeki LPG iskelesinin LPG dağıtım şirketlerinin kullanımına açılmasıyla ilgili süreçte Milangaz'ın Aliağa Geçiş Anlaşması'nı imzalamamasında Tüpraş'ın kusuru bulunmadığı; bununla birlikte Aliağa Geçiş Anlaşması'nın 03.01. maddesinin, her ay için Tüpraş ve Aygaz dışında kalan kullanıcılara 5'er günlük üç laycan ayrılarak, Kullanıcıların getirecekleri gemilerin laycanını ait olduğu aydan iki önceki ayın en geç 25'ine kadar Tüpraş'a bildirmesi, Tüpraş ve Aygaz'ın da geri kalan laycanlara nomine edilmesi şeklinde düzenlenmesinin Tüpraş'a bildirilmesi gerektiği

ifade edilmektedir.

#### **I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME**

##### **I.1. Taraflar**

##### **I.1.1. Koç Holding**

1926 yılında kurulmuş olan Koç Holding; otomotiv, dayanıklı tüketim, gıda, perakendecilik, enerji, finansal hizmetler, turizm, inşaat ve bilgi teknolojileri sektörlerinde faaliyet göstermektedir. 19 şirketinin hisseleri, İMKB'de işlem görmekte olan Koç Topluluğu, 119 şirkete sahip bir gruptur.

##### **I.1.2. Tüpraş**

Ana faaliyet konusu, sahibi olduğu rafinerilerde hampetrol işleyerek petrol ürünlerini sağlamak olan Tüpraş'ın ayrıntılı faaliyet konuları; hampetrol tedarik etmek, hampetrol rafine etmek, petrol ürünleri ihraç ve ithal etmek, petrol rafinerileri veya yeni üniteler kurmak, satın almak, devralmak ve işletmek, petrokimya sanayi alanında fabrikalar, tesisler kurmak işletmek ve bu maddelerin yurtiçi ve yurtdışı ticaretini yapmak, her türlü enerji ve enerji ile ilgili sanayi alanında santraller, tesisler kurmak ve işletmek, her türlü petrol ürünleri, LPG ve Doğal gazın yurt içi, yurt dışı, toptan ve perakende pazarlanması ve dağıtımını yapmaktır.

##### **I.1.3. Aygaz**

1961 yılında kurulan Aygaz, LPG'nin temini ve stoklanması, tüp, valf, regülatör, LPG tankları, soba ve palmiye ısıtıcıların üretimi ile tüm bunların yurtiçi ve yurtdışında pazarlanması faaliyetleri ile işigal etmektedir.

#### I.1.4. YKB

28.9.2005 tarihinde Koçbank A.Ş. tarafından YKB hisselerinin %57.4'lük kısmının satın alınması ile başlayan bu süreçte Koçbank A.Ş., YKB'de sahip olduğu hissedarlık oranını %57.4'ten %67.3 düzeyine çıkarmıştır. Bu süreç sonunda, Koçbank A.Ş. ile YKB, 2.10.2006 tarihinde yasal birleşmelerini tamamlamış olup ortaya çıkan yeni oluşum Yapı Kredi ismiyle faaliyetine devam etmektedir.

#### 100 I.1.5. Migros

Perakende sektöründe faaliyet gösteren Migros, geniş kullanım alanına sahip mağazalarında, gıda ve ihtiyaç maddelerinin yanı sıra kırtasiye, züccaciye, beyaz eşya, kitap, kaset ve konfeksiyon gibi bölümlerde çeşitli ürünlerin satışını yapmaktadır. Koç Holding ve Migros, Tansaş'ın % 78.1 oranındaki hissesini 2005 yılı içerisinde satın almıştır. Böylece, Migros, Tansaş'la birlikte yurtiçinde toplam 717 mağazada hizmet vermeye başlamıştır.

#### I.2. İlgili Pazar

##### I.2.1. İlgili Ürün Pazarı

110 Kurul'un Tüpraş özelleştirmesine ilişkin Kararı'nda rafinaj pazarı ve LPG piyasası ile ilgili bilgi ve değerlendirmelere yer verilmiştir. Dolayısıyla, ilgili ürün pazarına ilişkin ayrıntılı bir tanımlama yapma gereği bulunmayıp söz konusu Kurul Kararı ile yapılan değerlendirmeler ve varılan sonuçlar şu şekilde özetlenebilir:

120 LPG dağıtımı, hane ve işyeri yakıtları ile otogaz ayrı ayrı olmak üzere etkilenen pazarlar olarak ele alınmış, içinde LPG'nin de bulunduğu tüm akaryakıt ürünleri ise "rafinaj" pazarı kapsamında değerlendirilmiş ve Tüpraş'ın bu pazarda hakim durumda olduğu belirtilmiştir. Bu çerçevede, OPET ve Aygaz'ın da eklenmesiyle ortaya çıkan dikey bütünleşik yapının, hakim durumun güçlendirilmesine yol açacağı sonucuna ulaşılmıştır. Ardından LPG tedarik faaliyetlerine ilişkin unsurlar ele alınmış ve devir işleminin birlikte gündeme gelen hakim durumun güçlenmesi olgusunun, en çok Ege Bölgesi LPG tedariki ve dağıtımı faaliyetlerini etkileyeceği belirtilmiştir.

Tüpraş özelleştirmesine ilişkin Rekabet Kurulu Kararı, şikayet konuları ve Tüpraş ile Aygaz'ın faaliyet alanları göz önünde bulundurulduğunda ilgili ürün pazarları "*rafinaj*" ve "*LPG dağıtım*" pazarları olarak tespit edilmiştir.

##### I.2.2. İlgili Coğrafi Pazar

İlgili ürün pazarlarının bölgesel tanım gerektirmeyen yapısı ve daha önceki Kurul kararları göz önüne alındığında ilgili coğrafi pazar "*Türkiye Cumhuriyeti Sınırları*" olarak tespit edilmiştir.

#### I.3. Şikayetler Hakkındaki Değerlendirme

Dosya konusu iddialar dört başlık altında toplanabilmektedir. Buna göre;

- 130
- Tüpraş'ın Aliğa'daki limanını, 21.10.2005 tarih, 05-71/981-270 sayılı Kurul kararına uymayarak, ithalat yapmak isteyen LPG dağıtım şirketlerine kullandırmadığına,
  - Aygaz'ın İzmir İli çapında gerçekleştirdiği Tansaş kampanyasının yıkıcı fiyat uygulaması niteliğinde olduğuna,
  - YKB'nin Worldcard'ı ile Aygaz tüplerinin taksitli satılması uygulamasının hakim durumun kötüye kullanılması niteliğinde olduğuna,

- "Paro" uygulaması ile Koç Holding bünyesindeki şirketlerden yapılan alışveriş karşılığında 12 kg'lık Aygaz LPG tüplerinin maliyetinin altında satılması uygulamasının rekabeti engellediğine

140 ilişkin iddialara yönelik tespit ve değerlendirmelere aşağıda yer verilmektedir.

### I.3.1. Tüpraş'ın Aliğa'daki İthalat Limanını Kullandırmamasına İlişkin Şikayet

#### I.3.1.1. Şikayetin Özeti

Kurum kayıtlarına 17.11.2006 tarih ve 7678 sayı ile giren dilekçede;

- Türkiye LPG dağıtım sektöründe 50'ye yakın şirketin faaliyet gösterdiği,
- Türkiye'deki en büyük LPG şirketinin Aygaz olduğu ve %35 civarında pazar payına sahip olduğu,
- LPG dağıtım sektöründeki şirketlerin büyük kısmının Tüpraş'tan ikmal yaparken, 2-3 şirketin doğrudan ithalat yapma imkanına sahip olduğu,
- Aygaz'ın Tüpraş'la bağlantısı dikkate alındığında, bu şirketin Ege Bölgesi'nde tek tedarik imkanına sahip şirket olduğu,
- Rekabet Kurulu'nun özelleştirme sırasında Tüpraş'ın bu bölgedeki tesislerin pazarda faaliyet gösteren diğer şirketlere kullandırması ve aynı hizmeti sunması şartını getirdiği,
- Ancak Tüpraş'ın, Aygaz'ın LPG pazarındaki rakibi olan Milangaz'ın 2007 yılındaki LPG ihtiyaçlarını ithalat yoluyla karşılamayacağını yazılı olarak bildirdiği,

150

ifade edilerek,

Tüpraş'ın ithalatın engellenmesi ile ilgili eylemleri ile Aygaz ve Tüpraş arasındaki ticari ilişkiler hakkında inceleme yapılarak soruşturma açılması ve 4054 sayılı Kanun'un ilgili maddeleri gereğince anılan şirketlerin cezalandırılmaları talep edilmiştir.

160

#### I.3.1.2. Tüpraş'ın LPG Satışları

Dağıtım şirketleri Tüpraş'tan yıllık anlaşmalara bağlı olarak LPG temin etmektedirler. Bu anlaşma tek tip olup, dağıtım şirketlerinin talep etmesi halinde süresi her yıl uzatılmaktadır. "LPG Alım Satım Anlaşması" isimli bu anlaşmaya göre alıcının bir sonraki yıla ilişkin talep miktarını aylar, ikmal noktaları ve ürün çeşitlerine göre (otogaz-mix LPG) içinde bulunulan yılın Eylül ayının 30'una kadar Tüpraş'a bildirmesi gerekmektedir. Anlaşma maddelerine göre belirli şartlar altında alıcı talep miktarlarını üç aylık ve aylık periyotlarda revize edebilecektir. Tüpraş, yıllık LPG üretim ve ithalat planlarını LPG dağıtım şirketlerinin bildirdikleri talepleri dikkate alarak hazırlamaktadır. Tüpraş'ın tedarik noktaları itibarıyla yıllık üretim ve ithalat miktarlarına aşağıda yer verilmiştir:

170

**Tablo 1 - Tüpraş'ın Yıllık Üretim ve İthalat Miktarları**  
**Aliğa+Yarımca+Kırıkkale+Dört Yol**

Yıl	Üretim	İthalat	Toplam Satış (1000 ton)
1998	(.....)	(.....)	(.....)
1999	(.....)	(.....)	(.....)
2000	(.....)	(.....)	(.....)
2001	(.....)	(.....)	(.....)
2002	(.....)	(.....)	(.....)
2003	(.....)	(.....)	(.....)
2004	(.....)	(.....)	(.....)
2005	(.....)	(.....)	(.....)
2006	(.....)	(.....)	(.....)

Aliağa Bölgesindeki Tüpraş satışlarına aşağıdaki tabloda yer verilmiştir:

**Tablo 2 - Tüpraş'ın Aliağa Bölgesindeki Yıllık Üretim ve İthalat Miktarları**

Yıl	Üretim	İthalat	Toplam Satış (1000 ton)
1998	(.....)	(.....)	(.....)
1999	(.....)	(.....)	(.....)
2000	(.....)	(.....)	(.....)
2001	(.....)	(.....)	(.....)
2002	(.....)	(.....)	(.....)
2003	(.....)	(.....)	(.....)
2004	(.....)	(.....)	(.....)
2005	(.....)	(.....)	(.....)
2006	(.....)	(.....)	(.....)

### I.3.1.3. Aliağa Rafinerisi ve 1992 Yılında Yapılan Protokol

1992 yılına kadar LPG ithalatı sadece Tüpraş Yarımca Rafinerisi'nden yapılmakta, bölgelerdeki LPG arzı açığı buradan kapatılmaktaydı. LPG ihtiyacının artması nedeniyle Aliağa Rafinerisi'nde de bir ithalat altyapısı oluşturulması düşünülmüş ve buna yönelik olarak Tüpraş ile LPG dağıtım şirketleri arasında bir Protokol yapılmıştır. 22.6.1992 tarihinde imzalanan bu Protokolün 2. maddesinde; LPG dağıtım şirketlerinin sadece İzmit Tüpraş tesislerinden tedarik yapabildiği, bunun problemlere yol açtığı, bu nedenle LPG ithalatı için ikinci bir kapı olarak İzmir rafinerisinde yatırım yapmaya karar verildiği, bu bölgede her şirketin iskele yapma imkanı olmadığından LPG dağıtım şirketlerinin bu yatırıma ortak bir şekilde katılmayı kabul ettiği belirtilmektedir.

Protokolün 2. maddesi uyarınca; Aliağa Rafinerisi'ne bir tahliye hattı, iki adet 5.000 metreküplük LPG depolama küre tankları ile bunların mütemmim cüzlerinin yapılması kararlaştırılmıştır.

Protokolün 5. maddesinde, söz konusu tesisin Tüpraş arazisi üzerinde yapılması nedeniyle, projenin inşaatı ve tesisin işletilmesinin Tüpraş'a ait olacağı belirtilmiştir.

Protokolün 10. maddesinde ise, katılımcı şirketlerin Aliağa rafinerisinden süresiz olarak gerek üretimden gerekse ithalattan LPG alım hakkı kazandığı, Tüpraş'ın bu şirketlerden LPG bedeli dışında (kara dolum ücreti hariç) hiçbir bedel almayacağı belirtilmiştir.

Bu protokol ile Tüpraş katılımcı dağıtım şirketlere süresiz olarak ihtiyaç duyulan miktarda LPG sağlama yükümlülüğü altına girmiştir. Bu çerçevede, Tüpraş Ege Bölgesine yönelik olarak dağıtım şirketlerini taleplerini almakta, toplam talebin Aliağa Rafinerisinin üretimi geçen kısmını ithalat yoluyla karşılamaktadır. Aliağa'dan tedarik edilen ürünün satıldığı iller; Afyon, Aydın, Balıkesir, Çanakkale, Denizli, İzmir, Kütahya, Uşak, Manisa, Muğla ve Antalya'dır.

Tüpraş özelleştirmesine ilişkin 21.10.2005 tarih, 05-71/981-270 sayılı Rekabet Kurulu Kararı'nda, Tüpraş'ın Koç-Shell ortaklığı tarafından devralınmasına, devir işlemi sonucunda LPG piyasasında çıkacak olan rekabet problemlerinin, *Tüpraş ile LPG şirketleri arasındaki protokolün uygulanmasına ilaveten*, 3 yıl boyunca LPG şirketlerinin doğrudan ithalat yapabilmesine imkan tanıyacak şekilde Tüpraş Aliağa Tesisleri'nin bu şirketlerin kullanımına açılması koşuluyla izin vermiştir. Başka bir ifade ile, belirsiz süreli olarak imzalanan ve dağıtım şirketlerinin özelleştirme sonrası uygulanmaya devam edilip edilmeyeceği konusunda bazı çekinceler taşıdığı Protokolün uygulanmaya devam edilmesi koşulu getirilerek, ileride ortaya çıkacak hukuki belirsizlikler ve rekabet sorunları ortadan kaldırılmıştır.

Yukarıda yer verilen şikayet dilekçesinde ve Kurum kayıtlarına 27.11.2006 tarihinde intikal eden dosyada, Milangaz'ın Tüpraş'la yaptığı yazışmalara yer verilmiştir. Bu yazışmalardan, Milangaz'ın Tüpraş'tan 2007 yılı Ege Bölgesi LPG ihtiyacının tamamının "field grade" LPG'den (ithalattan) karşılanması yönünde talepte bulunduğu, Tüpraş'ın Milangaz'a yönelik 21.11.2006 tarihli yazısında ise bu talebin tamamının ithal LPG'den karşılanması taahhüdünün verilmeyeceği bildirilmiştir. Tüpraş bu yazısında, LPG ithalatının arz/talep dengesine göre yapıldığını, 2007 yılında bölgenin ihtiyaçları ve üretim miktarları dikkate alındığında, ithalat yapılmasını gerektirecek bir durum olmadığını belirtmiştir.

Milangaz'ın Ege Bölgesindeki ihtiyacının tamamen ithal LPG'den karşılanmasının reddedilmesiyle ilgili hususun Protokol kapsamında değerlendirilmesi gerekmektedir. Söz konusu Protokol ile Tüpraş, dağıtım şirketlerinin Ege Bölgesindeki taleplerinin tamamını karşılama yükümlülüğü altına girmiştir. Bu yükümlülüğün içerisinde isteyen şirkete talebinin tamamını ithalattan veya üretimden karşılayacağı ile ilgili bir kayıt bulunmamaktadır. Bugüne kadar olan uygulamalarda Tüpraş, ilk olarak Aliağa Rafinerisi'nde ürettiği LPG'yi satmaya öncelik vermiştir. Bu kapsamda Tüpraş şirketlerin taleplerini toplayarak bu taleplerin ay içerisinde üretim miktarını aşan kısmını ithalat yoluyla karşılamıştır. İthalat yapıldığında ise iskeledeki gemiden duruma göre ya Tüpraş'ın depolama tesislerine ya da o gün için ikmal yapılacak şirketlerin depolarına doğrudan ikmal yapılmıştır.

Bu açıklamalar ışığında, Tüpraş'ın Milangaz'ın LPG ihtiyacının tamamen ithal üründen karşılanması talebini reddetmesinin Protokol'ün ihlali veya 4054 sayılı Kanun'a aykırılık oluşturduğunu iddiası yerinde görünmemektedir.

#### **I.3.1.4. Tüpraş Özelleştirmesi ve Rekabet Kurulu'nun Getirdiği Koşul**

Tüpraş özelleştirmesine ilişkin 21.10.2005 tarih, 05-71/981-270 sayılı Rekabet Kurulu Kararı'nda, Tüpraş'ın Koç-Shell ortaklığı tarafından devralınmasına, devir işlemi sonucunda LPG piyasasında çıkacak olan rekabet problemlerinin, Tüpraş ile LPG şirketleri arasındaki protokolün uygulanmasına ilaveten, *3 yıl boyunca LPG şirketlerinin doğrudan ithalat yapabilmesine imkan tanıyacak şekilde Tüpraş Aliağa Tesisleri'nin bu şirketlerin kullanımına açılması koşuluyla* izin vermiştir

Rekabet Kurulu'nun bu kararıyla, protokolün uygulanmasının yanında, talep gelmesi halinde belirli bir süre için Aliağa Rafinerisi'ndeki ithalat altyapısının dağıtım şirketlerinin kullanımına doğrudan açılması koşulu getirilmiştir. Bununla, şirketlerin piyasadaki daha ucuza temin ettikleri LPG'yi Tüpraş'a bağımlı olmaksızın almalarına olanak sağlamak, bir başka ifadeyle LPG tedarikinde rekabeti tesis etmek amaçlanmıştır. Bu Karar'da sürenin 3 yıl olarak belirlenmesinin nedeni Ege Bölgesi'nde Demirören Grubu'nun münferiden, Aygaz, İpragaz ve Pegagaz tarafından da ortak olmak üzere ithalata yönelik iki ayrı alt yapı kurma çalışmalarının devam etmesi ve bunun 3 yıla kadar bitirilmesinin öngörülmüş olmasıdır.

Aliağa İskelesi'nin dağıtım şirketlerinin kullanımına açılması konusu, ilgili Kurul Kararı'ndan önce de Tüpraş tarafından gündeme getirilmiştir. Özelleştirme öncesi dönemde, Tüpraş yönetimi LPG dağıtım şirketlerine 20.12.2004 tarihli yazıyla belirtilen koşullar ve geçiş ücretleri çerçevesinde Aliağa İskelesi'ni kullanarak ithalat yapabileceklerini tebliğ etmiştir. Tüpraş'ın Aygaz, Bp Gaz, Habaş, İpragaz ve Total Gaz'a gönderdiği 20.6.2005 tarihli yazısında ise gelen talepler üzerine Aliağa Rafinerisi'ndeki iskeleden ithalat yapmak isteyen şirketlere belirli şartlar dahilinde hizmet verilebilmesi ile ilgili taslak anlaşmanın ekte yer aldığı belirtilerek, bu konuda 1.7.2005 tarihinde Tüpraş Genel Müdürlüğü'nde yapılacak toplantıya katılımın sağlanması istenmiştir. Bu yazının ekinde yer alan "Aliağa LPG Geçiş Anlaşması"

başlıklı anlaşma taslağında iskele kullanımıyla ilgili temel şartlar ve ücretler belirtilmiştir. Anlaşmanın 02.02. maddesinde, kullanıcı şirketlerin 2003 ve 2004 yıllarında Aliağa Rafinerisi'nden aldıkları LPG miktarının ortalamasına muadil bir miktarı 2006-2010 yılları arasındaki 5 yıl boyunca Aliağa Rafinerisi'nden alma ve ithalat miktarının Aliağa Rafinerisi'nden alınan ürün miktarını geçmeme koşulu getirilmiştir. Öte yandan anlaşmanın 06.01. maddesinde 0-40.000 ton/yıl arası ithalat için ton başına 8 \$/ton, 40.001 ton/yıl üstündeki ithalat içinse 6 \$/ton geçiş ücreti alınacağı belirtilmiştir.

270 Tüpraş tarafından önerilen bu anlaşma, özelleştirme sonrası durumun ne olacağının bilinmemesi ve özellikle anlaşmanın 02.02. maddesinde yer alan Aliağa Rafinerisi'nden alım yükümlülüğü nedeniyle dağıtım şirketleri tarafından kabul görmemiş ve şirketler anlaşma imzalamamıştır.

Tüpraş'ın özelleştirilmesinin ardından, yeni yönetim tarafından, Aygaz, Total Gaz, İpragaz, Milangaz, Erciyegaz, Ergaz, Bp Gaz, Shell, Akcagaz ve Anadolu Gaz'a gönderilen 10.3.2006 tarihli yazılarda 16.3.2006 tarihinde Tüpraş Genel Müdürlüğü'nde yapılacak ve ikmal koşullarının değerlendirileceği toplantıya katılımın sağlanması istenmiştir.

280 10.5.2006 tarihinde Tüpraş tarafından 50 LPG dağıtım şirketine gönderilen yazıda; Aliağa LPG İskelesi'ni kullanmak isteyen şirketlerle anlaşma yapılacağı bildirilmiştir.

29.5.2006 tarihindeki yazıyla Tüpraş; Aliağa İskelesi'nin kullandırılmasıyla ilgili olarak hazırlanan "LPG Geçiş Anlaşması" ve "Teknik Şartname"yi Milangaz, Totalgaz, İpragaz ve Aygaz'a göndermiştir.

Aygaz, Aliağa LPG Geçiş Anlaşması'nı ve Teknik Şartnamesini 4.10.2006 tarihinde imzalamıştır. Aygaz'ın sözleşmeyi, Tüpraş'ın göndermesinden 4 ay sonra imzalamasının sebebi bu süre boyunca diğer şirketlerin önerileri doğrultusunda Tüpraş'ın hazırladığı taslak anlaşmada değişikliklerin olması ve Tüpraş'ın dağıtım şirketleriyle tek tip anlaşma imzalama isteğinden kaynaklanmıştır.

290 Tüpraş'ın anlaşma imzalamaya davet ettiği şirketlerle raportörlerce görüşülmüştür. Bu şirketlerden BP Gaz ve Totalgaz Ege Bölgesinde ithalat yapma ihtiyacı duymadıkları için bu davete karşılık vermediklerini belirtmişlerdir. Görüşme yapılan Habaş yetkilileri ise anlaşma örneğinin kendilerine gönderilmediğini, Ege Bölgesinde ithalat ihtiyacı duymadıkları için de bu konuda bir girişimde bulunmadıklarını ifade etmişlerdir. Yapılan bu görüşmelerde Aliağa İskelesi'ni kullanmak istemeyen şirketlerin yetkilileri İzmir bölgesinde tüketimin düşmesi nedeniyle ithalat ihtiyacının azaldığını, küçük miktarda ithalat yapmanın maliyetinin yüksek olduğunu, ancak birkaç ithalatçının bir araya gelerek ortak bir kargo alması halinde ithalatın rasyonel olacağını belirtmişlerdir.

300 Milangaz ve İpragaz geçiş anlaşmasını imzalamaktan bazı gerekçelerle imtina etmiş olup bununla ilgili açıklama ve değerlendirmeler aşağıda yer almaktadır.

### **1.3.1.5. Milangaz ile Tüpraş Arasındaki Yazışma ve Görüşmeler**

Tüpraş'tan alınan belgelerden, Milangaz'ın 2.5.2006 tarihli yazı ile "LPG Geçiş Anlaşması" ve "Teknik Şartname"nin karşılıklı değerlendirilmesini teminen bir toplantı yapmasını Tüpraş'tan talep ettiği, Tüpraş'ın da 8.5.2006 tarihli yazı ile 10.5.2006 tarihinde bu kapsamda bir toplantı yapılmasını kabul ettiğini Milangaz'a bildirdiği anlaşılmaktadır.

Bu toplantının ardından, Milangaz'ın 26.5.2006 tarihli yazısında Geçiş Anlaşması ve Teknik Şartname'nin belirli maddelerinde daha geniş kapsamlı bir toplantı

310 yapılmasına ihtiyaç duyulduğunu belirtmesi üzerine Tüpraş, 7.6.2006 tarihli yazı ile 8.6.2006 tarihinde bu toplantının yapılacağını Milangaz'a bildirmiştir.

Tüpraş, Milangaz'a gönderdiği 13.6.2006 tarihli yazısında, 26.5.2006 tarihli yazısında belirttiği hususlarla ilgili olarak ve özellikle Geçiş Anlaşması'nın 04.01. ve 11. maddeleri hakkındaki önerilerini yazılı olarak bildirmesini talep etmiştir.

320 Milangaz Tüpraş'a gönderdiği 19.6.2006 tarihli yazısında; anlaşmanın 04.01. maddesinde yer alan ücretlendirmenin ton başına 6,5 USD/ton olmasını ve 11. maddeye de "İşbu devir, hiçbir surette kullanıcının diğer LPG ana dağıtım şirketleri ile beraber 22.6.1992 tarihinde Tüpraş ile imzaladığı bir tahliye hattı, iki adet 5000 m<sup>3</sup>lük LPG depolama küre tankları ile bunların mütemmim cüzlerinin yapılması işi ile ilgili protokolün şartlarını değiştirmeyecektir" şeklinde bir ifadenin konulmasını teklif etmiştir.

Bu yazıya cevaben Tüpraş'ın 27.6.2006 tarihinde Milangaz'a gönderdiği yazıda, anlaşmanın 4. maddesinde yer alan kademeli fiyat uygulamasından öneri doğrultusunda vazgeçildiği ve fiyatın 7 USD/ton olarak kararlaştırıldığı, ancak 11. madde ile ilgili önerinin, 22.6.1992 tarihli protokol ile LPG Geçiş Anlaşması arasında bir bağlantı olmaması nedeniyle kabul edilmediği belirtilmiştir. Bu yönde anlaşmada tadiller yapan Tüpraş anlaşmanın son halini 31.7.2006 tarihinde Milangaz'a göndermiştir.

330 Tüpraş 27.7.2006 tarihinde Milangaz'a gönderdiği yazısında, anlaşmanın 11. maddesine yönelik önerinin tekrar değerlendirilerek kabul edildiğini ve Milangaz'ın isteği yönünde bu maddeye ilave yapılacağı belirtilmiş ve bu doğrultuda yaptığı değişikliklerle birlikte 31.7.2006 tarihli yazı ile LPG Geçiş sözleşmesi'nin son halini imzalanmak üzere Milangaz'a göndermiştir.

31.7.2006 tarihli yazıya Milangaz'ın cevap vermemesi üzerine Tüpraş, 28.8.2006 ve 19.9.2006 tarihli Milangaz'a yönelik yazılarında 31.7.2006 tarihinde gönderilen anlaşma ve eklerinin imzalanıp imzalanmayacağı hususunda bilgi verilmesini istemiştir. Eldeki bilgi ve belgelere göre Milangaz, Tüpraş'ın bu yazılarına cevap vermemiştir.

340 Tüpraş yetkilileri ile yapılan görüşmede, Milangaz ile Aliağa Geçiş Anlaşması'nın koşulları üzerine uzun toplantılar yapıldığı, Milangaz'ın çekincelerinin giderildiği, en son Milangaz'ın anlaşmanın 4. maddesinde yer alan kademeli fiyat uygulamasından vazgeçilmesi ve anlaşmanın 11. maddesine protokol ile kazanılan hakların kaybolmayacağına ilişkin madde konulması yönünde öneride bulunduğu, bunun üzerine kademeli fiyat indiriminden vazgeçildiği ve protokol ile ilgili kaydın anlaşmaya eklenerek şirketin bütün taleplerinin yerine getirildiği, daha sonra iki defa imzaya çağırılmasına rağmen Milangaz'ın anlaşmayı imzalamadığı belirtilmiştir.

350 Milangaz'ın başvurusunda; Tüpraş'ın Aygaz'la ortak ithalat yaptığı, bu durumun şirkete avantaj sağladığı, Tüpraş'ın Aliağa İskelesi'nde 200 ton/saat tahliye imkanı veren boru hattı ile Aygaz'a hizmet sunarken, Aygaz dışındaki şirketlere 135 ton/saat tahliye gerçekleştirecek boru hattının kullanılmasına izin verdiği, bu durumun maliyeti artırdığı ifade edilmiştir.

Tüpraş'ın Aliağa LPG İskelesi'nde iki yanaşma platformu bulunmakta, bunların birine 44.000 ton kapasiteli gemiler yanaşabilirken diğerine 5.000 ton kapasiteli gemiler yanaşmaktadır. Tüpraş'ta bu gemilerin tahliyesi için bir boru hattı bulunmakta olup bu hat 1710 metre uzunluğunda ve çapı 10" (inch)dir. Bu ana tahliye boru hattından iki şekilde dağıtım şirketlerinin depolarına ikmal yapmak olanaklıdır. İlk olarak ana tahliye hattı üzerinden ürün Tüpraş'ın içerisinden geçerek depolama küreleri ve



sayaçlardan geçerek dağıtım şirketlerinin depolarına ulaşır. Bu hattı Tüpraş kendi üretiminden ve ithalatından dağıtım şirketlerine ikmal yapmakta kullanmaktadır. Bu hat üzerinde yer alan sayaçların ikmal hızını düşürmesi nedeniyle 2006 yazında Tüpraş Aliğa Geçiş Anlaşması kapsamındaki faaliyetleri kolaylaştırmak amacıyla ana tahliye borusundan dağıtım şirketlerinin borularına doğrudan bir bağlantı sistemi yapmıştır (bypass). Bu bypass sistemi ile dağıtım şirketlerinin gemilerden daha hızlı ikmal yapması sağlanmıştır.

LPG dağıtım şirketlerinin ana tahliye borusuna bağlanan boru hatlarının çapı ise farklılık arz etmektedir. Örneğin, İpragaz'ın boru hattı 8", Pegagaz'ın 4", Totalgaz'ın 6", Aygaz'ın 8" ve Milangaz'ın 6" dir. Yapılan görüşmelerde, teknik olarak tahliye sürelerinin ikmal yapılacak geminin ve dağıtım şirketlerinin depolarının basıncına bağlı olmakla birlikte, Tüpraş'ın iskeledeki 10" boru hattının yaklaşık 250-280 ton/saat tahliye kapasitesine sahip olduğu, İpragaz'ın ve Aygaz'ın 8" lik boru hattının yaklaşık 220 saat/ton tahliye kapasitesine sahipken, 6" lik boru hattına sahip Milangaz'ın 170 ton/saat tahliye kapasitesine sahip olduğu ifade edilmiştir. Bu durum Aliğa İskele ve tahliye planından da anlaşılmaktadır. Bu çerçevede, alt yapı bakımından Aygaz'ın tahliye süresinin Milangaz'inkinden daha kısa olması doğaldır. Bu çerçevede Milangaz'ın, Aygaz lehine ayrımcılık yapıldığı iddiasının, alt yapının özellikleri dikkate alındığında, dayanağı olmadığı düşünülmektedir.

Öte yandan, 13.12.2006 tarihli, "Aygaz A.Ş. Yönetim Kurulu Toplantısı" başlıklı sunuşun 15. sayfasında, "2006 yılında Tüpraş'ın 180 bin tonluk ithalatı Aygaz tarafından yapılmış olacaktır. Tüpraş'ın diğer ithal kargolarından Aygaz olarak da alım yapılarak ilave maliyet oluşması önlenmiştir. 2007 yılı için her iki şirketin ithalat ihtiyaçları koordine edilmelidir" şeklinde ifadeler yer almaktadır. Buradan Tüpraş ve Aygaz'ın LPG ithalatını koordineli yürüttükleri anlaşılmaktadır. Bu koordinasyon ise Samsun, Dört Yol, Yarımca ve Aliğa için de geçerlidir. Öte yandan, Tüpraş'ın bu noktalarda Aygaz'ın depolama ve diğer alt yapısını ücret karşılığı kullandığı görülmektedir. Milangaz'ın şikayet dilekçesinde, Tüpraş'ın ihale açmaksızın bu ticareti Aygaz ile yürütmesinin diğer şirketlere karşı bir haksız rekabet oluşturduğu ileri sürülmektedir. Aygaz ve Tüpraş'ın aynı ekonomik birliğe ait şirketler olduğu ve Protokol'ün yürürlükte olduğu dikkate alındığında, ithalat ihtiyaçlarını koordineli yürütmeleri, 4054 sayılı Kanun kapsamında bir ihlal oluşturmayacaktır.

### **I.3.1.6. İpragaz'ın Aliğa Geçiş Anlaşması İle ilgili Görüş ve Çekinceleri**

Önaraştırma döneminde, LPG Dağıtım şirketlerinden İpragaz ile raportörler Aliğa Geçiş Anlaşması ile ilgili olarak görüşme yapmıştır. Bu görüşmede İpragaz yetkilileri Tüpraş tarafından istenen geçiş ücretinin yüksek olduğu ve nominasyon ile maddelerin belirsizliğe yol açtığını, bu nedenle sözleşmeyi imzalamadıklarını belirtmişlerdir. Bu durum İpragaz'ın Tüpraş'a gönderdiği taslak anlaşmada da yer almaktadır.

Aliğa Geçiş Anlaşması'nda ücret 7 USD/ton olarak belirlenmiştir. Öte yandan İpragaz Yarımca'da Aygaz'ın alt yapısını kullanarak ithalat yapmakta olup bunun karşılığında Aygaz'a 4 USD/ton ücret ödemektedir. Bu iki fiyat karşılaştırıldığında Tüpraş'ın Aliğa'da 3 \$/ton daha yüksek fiyat talep ettiği görülmektedir. Özelleştirme öncesi hazırlanarak şirketlere gönderilen geçiş anlaşmasında geçiş ücreti 0-40.000 ton/yıl arası ithalat için ton başına 8 USD/ton, 40.001 ton/yıl üstündeki ithalat içinse 6 USD/ton olarak belirlenmiştir. Aynı şartlar özelleştirme sonrası yönetim tarafından hazırlanan anlaşmada aynen korunmuş ancak Milangaz'ın kademeli fiyata itiraz ederek ton başına ücretin 6,5 USD/ton olarak belirlenmesini istemesi üzerine ücret Tüpraş tarafından ton başına 7 USD/ton olarak belirlenmiştir. Öte yandan Tüpraş'ın

belirlediği bu ücrete İpragaz 16.6.2006 tarihli yazısında itiraz ederek 0-20.000 ton arası ithalata 6 USD/ton, 20.001-40.000 ton arası için 5 USD/ton, 40.001 ton üzeri içinse 4 USD/ton olarak uygulanmasını önermiştir.

410 Tüpraş yetkilileri ile yapılan görüşmede Milangaz'ın ve İpragaz'ın önerdiği ücretlendirmenin farklı olması nedeniyle tarafların her birine ayrı uygulamanın yapılamayacağını, bu nedenle tek tarifeli bir ücretlendirmede karar kılındığı ifade edilmiştir.

420 Sonatrach'ın Şubat ayı için açıkladığı LPG fiyatı FOB 483 USD/ton olup, bunun Türkiye teslimi fiyatı 528 USD/ton'a karşılık gelmektedir. 794 YTL/ton ÖTV, %18 KDV, %3 gelir payı eklendiğinde LPG'nin rafineri satış fiyatı yaklaşık 1.260 USD/ton'a karşılık gelmektedir. Bu veriler ışığında bakıldığında 7 USD/ton'luk bir geçiş ücretinin ürünün dünya piyasasındaki CIF fiyatının % 1,3'ü, rafineri satış fiyatının %0,5'ine, 36 YTL'den satılan 12 kg.'lık ev tüpünde ise 11 Ykr'a (8,5 cent) karşılık gelmektedir. Şirketlerin dağıtım marjları da dikkate alındığında, ikmal noktası bulunmayan bir bölgede ithalat imkanına kavuşulması karşılığında uygulanan 7 USD/ton geçiş ücretinin anlaşma yapmayı engelleyecek derecede yüksek olmadığı kanaati oluşmuştur.

Nominasyon konusuna gelindiğinde, nominasyon, liman işletmeciliğinde hangi şirketin gemisinin ne zaman gelip iskeleyi kullanacağına ilişkin sıralamanın belirlenmesi işlemidir. Nominasyon ile limanda gemilerin çakışması önlenmekte ve bu alıcı ile satıcıların ikmal programlarını yürütebilmesi için hayati önem taşımaktadır. Nominasyon her sektörde farklı şartlar altında yapılmakta olup bu ürünün niteliği ve pazarın şartlarına göre değişmektedir.

430 LPG sektöründe şirketler ikmal yapmak istedikleri aydan iki ay öncesinde LPG üreticisi ile anlaşarak ikmalın yapılacağı ayda teslimat için 5 günlük bir aralık belirlemektedirler. Örneğin, ülkemizde Sonatrach'tan mart ayında alım yapmak isteyen bir LPG dağıtım şirketinin Ocak ayının sonuna kadar Sonatrach'la Mart ayında hangi laycan'da (geminin iskeleye yanaşma ve ayrılma süresi olup ilk etapta 5 günlük bir aralık olarak belirlenmektedir) geminin iskeleye geleceği konusunda anlaşması gerekmektedir. Bu laycan genelde, ikmalın yapılacağı aydan bir ay öncesinde üç güne çekilmektedir.

440 Aliağa Geçiş Anlaşması'nın 03.01 ve 03.02. maddelerinde nominasyonun nasıl yapılacağı belirtilmektedir. Buna göre Tüpraş, kendi ihtiyacı için getireceği gemileri 5'er günlük geliş aralıklarında (laycan), laycanın ait olduğu aydan bir önceki ayın 15'inde kullanıcıya yazılı olarak bildirecek, kullanıcı ise Tüpraş'ın gemi programını aksatmayacak şekilde 5 günlük laycanlarını Tüpraş'a bildirecektir. Dağıtım şirketlerinin üreticilerle ikmalın yapılacağı aydan iki ay önceden alım yapmaları gerekliliğine karşın, anlaşmada nominasyonun ikmalın yapılacağı aydan bir ay önce belirleniyor olması, dağıtım şirketinin aldığı laycan ile Tüpraş'ın kendisine ayırdığı laycanların çakışması ihtimalini doğuracaktır. Tüpraş yetkilileri ile yapılan görüşmede, LPG dağıtım şirketleriyle imzalanan tedarik anlaşmaları kapsamında bir ay sonraya ilişkin talepleri her ayın 5'ine kadar topladıklarını, bu nedenle bir sonraki aya ilişkin ithalat gereksinimi olup olmadığının ancak içinde bulunulan ayda anlaşılabilirdiğini bu nedenle nominasyonun bu şekilde belirlendiğini ifade etmişlerdir. Öte yandan yetkililer, Aliağa İskelesi'nde trafiğin yoğun olmadığını, laycanların çakışma ihtimalinin çok düşük olduğunu, buna rağmen gelecek öneriler doğrultusunda nominasyon şeklini değiştirmeye hazır olduklarını ifade etmişlerdir.

Bu çerçevede, Aliağa Rafinerisi'ndeki LPG iskelesinin, 21.10.2005 tarih ve 05-71/981-270 sayılı Kurul kararına uygun bir şekilde, LPG dağıtım şirketlerince yararlanılmasını sağlayacak düzenlemelerin Tüpraş tarafından yapılarak uygulamaya konulmasının yerinde olduğu kanaati oluşmuştur.

### I.3.2. Aygaz'ın Tansaş Kampanyasına İlişkin Şikayet

#### I.3.2.1. Şikayetin Özeti

- 460 Kurum kayıtlarına 17.11.2006 tarih ve 7677 sayılı ile intikal eden dilekçede;
- Aygaz'ın ve Migros kontrolündeki Tansaş'ın Koç Grubu'na bağlı olduğu,
  - 13.11.2006 tarihinden itibaren Tansaş'ın İzmir'deki mağazalarından 50 YTL ve üzeri alışveriş yapanlara, Aygaz markalı 12 kg'lık tüplerde 10 YTL'lik indirim kuponu dağıtılmaya başlandığı,
  - İzmir'de 12 kg.'lık LPG tüpünün ortalama perakende satış fiyatının KDV dahil 35 YTL olduğu, bir tüpün maliyetinin 24-25 YTL civarında olduğu,
  - Bu uygulamanın İzmir piyasasında faaliyet gösteren müvekkil şirketler dahil 10 şirketi etkilediği ve bunların pazar dışına çıkmasına sebep olacağı belirtilerek,
- 470 öncelikle, Aygaz ve Migros'un (Tansaş) İzmir'de başlattıkları yıkıcı fiyat uygulamasının durdurulması ve bu şirketler hakkında 4054 sayılı Kanun'un ilgili maddeleri gereğince işlem yapılması talep edilmektedir.

Şikayet dilekçesinin ekinde yer verilen bilgiler ve kampanyaya ilişkin belgelere göre 13.11.2006-13.12.2006 tarihleri arasında İzmir'deki Tansaş mağazalarından 50 YTL ve üzeri her bir alışveriş için 12 kg'lık Aygaz tüplerinde geçerli olacak 10 YTL değerinde kupon verilmekte olup, bu kuponların 28.2.2007 tarihine kadar kullanılması gerekmektedir.

#### I.3.2.2. Kampanyanın Oluşumu ve Kampanya Süreci

480 Dosya konusu kampanya başlamadan önce kampanyanın ne şekilde gerçekleştirileceğine, nasıl finanse edileceğine ve nerelerde uygulanacağına ilişkin Aygaz yetkilileri arasında fikir alışverişi ve çeşitli senaryolar üzerinde değerlendirmeler yapıldığı görülmektedir.

Bu hususta yapılan değerlendirmeleri gösteren ilk belge Aygaz Pazarlama ve Satış Müdürü Rıdvan Uçar'ın 7.4.2006 tarihinde Aygaz Üst Yönetim ve Deniz Köseğolu'na gönderdiği "Tansaş'ın Kampanya Teklifi" konulu elektronik postadır. Bu elektronik postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

490 *"Bayi toplantısından önce Migros'tan bize 'Mayıs ayında Tansaş'tan 50 YTL'lik alışverişe Aygaz tüpünde %50 indirim yapılınsın ve bunu ulusal medyada duyuralım' teklifi gelmişti. Tüm masraflarında yarı yarıya paylaşılması teklif edilmişti. Bayi toplantısı sonrasında değerlendirme yapacağımızı ve geri döneceğimizi bildirmiştik. Bu konuda aşağıda özetlediğimiz çalışmayı yaptık. Ancak tüpte %50 indirim yerine 10 YTL Aygaz hediye çeki verilmesi ve bu miktarın %60 Tansaş, %25 Aygaz ve %15 Bayilerimiz tarafından verilmesini öngörerek bu çalışmayı yaptık.*

*Ekteki dosyada Migros'tan bize iletilen muhtemel işlem adetlerini görebilirsiniz. Bu işlem adetlerine göre ve 1 aylık kampanya süresince indirim çeklerinin %20 ile %50 arasında kullanılması durumunda Aygaz'a maliyetlerini tahmin etmeye çalıştık.*

*Buna göre çeklerin %40'ının kullanılması durumunda (kampanya 1 aylık olmasına rağmen, çeklerin Eylül sonuna kadar geçerli olması planlanmıştır) kampanyadan yaklaşık 223.000 kişi yararlanmış olmaktadır. Tansaş'ın toplam 219 mağazasının bulunduğu bölgede Aygaz olarak konut payımızın %(....) olduğu için 223.000 kişinin*

500 rakip kullanıcı olduğu, her hanede de 4 kişinin yaşadığı varsayımı ile de toplam 29.000 yeni abone kazanabileceğimizi tahmin ettik. Kampanyanın Aygaz'a maliyeti olan yaklaşık 473.000 YTL'nin kazandığımız 29.000 abonenin ilk alımlarından sonra 4 kez tüp alımı ile geri kazanmış olabileceğiz. Bu takibin yapılabilmesi için ESS olmayan bayilerimizde, hediye çekinin arkasına yazılan müşteri bilgileri ile takip etmeye çalışacağız. Tansaş'ın bu kampanyaya verdiği destek ise 1.135.000 YTL olacaktır.

*Bu masraflar dışında toplam 500.000 USD'lik bir duyurum yapılması ve bu masrafın da yarı yarıya Tansaş ile paylaşılması öngörülmüştür.*

510 Kampanyayı Tansaş'ın en fazla hakim olduğu Ege bölgesinde yararlı olacağı için (toplam mağaza sayısının %62'si Ege Bölgesinde) Mete ile paylaştım. Mete kampanyanın çok işe yarayacağı ve yapılmasını çok isteyeceklerini belirtti. Bayileri ile yaptığı ilk görüşmelerde de KDV dahil 1,5 YTL'lik desteği verebileceklerini söyledi. Ama Özgür İstanbul'da Tansaş'ın yaygınlığı az olduğu için (50 mağaza, %22) kendi bölgesinde bu kampanyanın çok ses getirmeyeceğini söyledi. Ayrıca Rinso kampanyası ile çakışmasının da kötü bir tesadüf olacağını belirtti. Orta Anadolu Bölge için de Erdoğan Çorum ve Niğde'de işe yarayacağını söyledi. Marmara bölgesinde %4 mağaza olduğu için Birol'u aramadım ama bu bölgede olmayacaktır. Yani bu kampanya sadece Ege bölgesinde işe yarayacaktır ama özellikle yaz ayı öncesinde oldukça etkili bir sonuç alabiliriz. Marmaris gibi sıkıntı yaşadığımız yerlerde de yaz sezonu öncesinde olabileceğini düşünüyorum.

520 Migros bu hafta birkaç kez arayarak düşüncemizi sordu ve bizden gelecek cevaba göre kendi kampanyalarını şekillendireceklerini söyledi. Genellikle bu tür kampanyalarda kendi hediye çeklerini verdiklerini, ilk kez başka bir marka ile bu derece büyük bir kampanya yapmak için çalıştıklarını belirttiler.

Ben iki Koç Grubu şirketi arasında böyle bir kampanyanın çok büyük bir ses getirebileceğini düşünüyorum. Migros ile Opet arasındaki işbirliğinden sonra, Aygaz ile Tansaş arasında ulusal medyada yapılacak bu kampanyanın rakiplerimizin ulaşması zor bir kampanya olduğunu düşünüyorum. Tüpte indirim verilmesinin hassas olduğunu biliyorum ama bunu tamamıyla Tansaş tarafından verilen bir hediye çeki gibi göstererek tüpte bir indirim verilmediğini söyleyebiliriz. İpragaz'ın ve Demirören'in bu kampanyadan rahatsız olacağı açık ama benzer bir kampanyayı Carrefour/ Gima ile yapmaları gerekir ve bu firmalar Tansaş'ın yaklaşımını göstermezse oluşan yükün altından kalkmaları da zor olabilir. Yukarıdaki hesaplamalara göre yaklaşık 30.000 yeni abonemiz olacak ve bunların %30'unu uzun dönemli olarak elde tutmayı başarsak bu müşterilerden elde edeceğimiz yıllık brüt gelir yaklaşık 300.000 USD, bayilerimizin elde edeceği ek ciro ise yaklaşık 2 milyon USD olmaktadır.

530 Migros bizden olumlu, olumsuz veya hangi şartlarda böyle bir kampanyayı yapabileceğimize dair cevap bekliyor. Pazartesi günü yönetim toplantısında bu konuda bir karar verilebilirse çok iyi olacak. Olumsuz da olsa cevap vermemiz gerekiyor.

540 Saygılarımla,  
Rıdvan UÇAR”

Yukarıda yer alan ifadeler çerçevesinde söz konusu kampanyaya ilişkin planlamanın 2006 yılının ilk çeyreğine kadar geriye gittiği anlaşılmaktadır. Kampanyanın yalnızca İzmir değil belgede ifade edilen farklı yerler açısından da düşünüldüğü ancak Tansaş'ın daha yaygın olduğu Ege Bölgesi'nde de başarılı olabileceği sonucuna ulaşıldığı anlaşılmıştır. Belgenin devamında yer alan hesaplamalardan da görüldüğü üzere kuponların geri dönüş oranı baz alınmak suretiyle üç ayrı senaryodan hareket

edilmiştir. En iyimser senaryoya göre 29.000, en olumsuz senaryoya göre ise 14.500 yeni müşteri kazanılabileceği öngörülmüştür.

550 Ayrıca, kampanyanın rakiplere etkisi hakkında fikir vermesi bakımından belgede yer alan şu ifadelere dikkat çekilmesi gerektiği düşünülmektedir: “Ben iki Koç Grubu şirketi arasında böyle bir kampanyanın çok büyük bir ses getirebileceğini düşünüyorum. Migros ile Opet arasındaki işbirliğinden sonra, Aygaz ile Tansaş arasında ulusal medyada yapılacak bu kampanyanın rakiplerimizin ulaşması zor bir kampanya olduğunu düşünüyorum. Tüpte indirim verilmesinin hassas olduğunu biliyorum ama bunu tamamıyla Tansaş tarafından verilen bir hediye çeki gibi göstererek tüpte bir indirim verilmediğini söyleyebiliriz. İpragaz’ın ve Demirören’in bu kampanyadan rahatsız olacağı açık ama benzer bir kampanyayı Carrefour/ Gima ile yapmaları gerekir ve bu firmalar Tansaş’ın yaklaşımını göstermezse oluşan yükün altından kalkmaları da zor olabilir.”

560 Belgeden anlaşıldığı üzere indirim esas itibarıyla tüp fiyatında indirim mahiyetinde olmakla birlikte hediye çeki görüntüsü verilmek istenilmektedir. Buradan, 1,5 YTL’lik bayi finansmanı hariç tutulacak olursa toplam 8,5 YTL’lik indirimin finansmanının kolay olmamakla birlikte aynı grup şirketlerinin ortak hareket etmelerine bağlı bulunduğu, böyle bir olanağın diğer şirketler bakımından söz konusu olmadığı ya da uygulanmasının zor olduğu anlaşılmaktadır.

570 Karşılıklı fikir alışverişi mahiyetinde bilgiler içeren bu yazışmanın ardından, 10 YTL’lik indirim uygulamasına karar verildiğini gösteren, Aygaz A.Ş. Pazarlama Grup Müdürlüğü tarafından 10.11.2006 tarihinde Mete Muratoğlu, Murat Gürtekin ve Aygaz Ege Bölge Muhasebe Bölümü’ne gönderilen ve Aygaz Üst Yönetimi, Oğuz Akyıldız ve Hakan Saygon’a bilgi verilen “İzmir Tansaş İndirim Çeki Kampanyası” konulu elektronik postada şu ifadeler yer almaktadır:

“Tansaş ile yaptığımız görüşmeler sonucunda 13 Kasım - 13 Aralık tarihleri arasında İzmir Tansaş mağazalarında 10 YTL üzeri alışveriş yapan müşterilere, her alışverişte 1 tane olmak üzere, Aygaz mutfak tüpünde ve Mavi Aygaz’da geçerli 10 YTL hediye çeki kampanyası yapılmasına karar verilmiştir.

Kampanya çerçevesinde İzmir Tansaşlarda Ek 2’de göreceğiniz indirim çekleri, Tansaş kasiyerleri tarafından hak kazanan müşterilere verilecektir.

580 Kampanyanın duyurusu yerel TV, radyo ve gazetelere verilecek ilanlar ve Tansaş mağazalarına ve durak raketlerine asılacak posterle (Ek 3) yapılacaktır. Medya planını Ek 4 ve uygulamanın geçerli olacağı Tansaş mağaza listesini ise Ek 5’de bulabilirsiniz.

Kuponların bayilerimiz tarafından kabulünde bir sorun çıkmaması için bayilerimize gerekli bilgilendirmenin (Ek 1 Tamim ) yapılmasını rica ederiz.

Saygılarımızla,

Ek1: Tamim

Ek 2:İndirim çeki görseli

Ek 3: İlan görseli

Ek 4: Medya Planı

590 Ek 5: Uygulamanın yapılacağı Tansaş listesi”

Söz konusu kampanyanın uygulama esasları ilgili yazı ekinde şu şekilde belirtilmiştir:

“1) 13 Kasım-13 Aralık 2006 tarihleri arasında listesi Ek 5’te iletilen Tansaş mağazalarında, 50 YTL ve üzerinde alışveriş yapan müşterilere Aygaz 12 kg’lık

ev tüpünde ve Mavi Aygaz'da geçerli olacak 10 YTL değerinde hediye çeki verilecektir.

2) İzmir Tansaş mağazalarının verileri ile yapılan analizde 1 aylık süre içerisinde yaklaşık 150.000 tüketicinin 50 YTL ve üzeri alışveriş yapması öngörülmektedir.

3) Kampanya çerçevesinde verilecek olan indirim ekleri 28 Şubat 2007 tarihine kadar geçerli olacaktır.

600 4) Her 1 indirim çeki 1 adet 12kg'lık mutfak tüpü veya Mavi Aygaz alımında kullanılabilir.

5) Yapılan kampanya ilgili olarak geri dönüşlerin ölçülebilmesi için diğer kampanyalarımızda olduğu gibi indirim eklerine barkod basılacaktır. Bayilerimizden Bölge Müdürlüğümüze iletilen çeklerin barkod okuyucu ile okutulması geri dönüşü doğru bir şekilde  l lemek için önem taşımaktadır. Bunun yanı sıra kampanyanın esas amacı rakip marka abonesi kazanmak olduğu için indirim çeklerinin üzerine tüplügaz markasının da yazılması gerekmektedir.

610 6) Sadece İzmir ve ilçelerindeki Tansaş mağazalarında dağıtılacak olan 10 YTL indirim çekleri yine sadece İzmir ve ilçelerindeki Aygaz bayilerimizde geçerli olacaktır.

7) Aygaz bayinin, konuyla ilgili faturalama işlemleri aşağıdaki gibi gerçekleşmelidir:

- T keticimiz 10 YTL indirim ile bayimize geldiğinde, bayimizin müşterimize keseceği fatura  rneği aşağıdaki gibi olmalıdır:

(27.10.2006 İzmir fiyat yapısı göz önüne alınarak yapılmıştır. Faturanın kesileceği tarihteki ilgili bölge güncel fiyatlar dikkate alınmalıdır)

Gaz Bedeli 36 YTL

İndirim Bedeli 10 YTL

Ara Toplam 26 YTL

620 KDV Bedeli 3,97 YTL

Toplam Bedel 26 YTL

Bayilerimiz kampanyaya KDV dahil 1,5 YTL katılım yaptıkları için kullanılmış her bir kupon için Aygaz'a 7,2+KDV fatura keseceklerdir.

8) Kuponların arkasındaki bilgiler kontrol amacıyla kullanılacağı ve ESS verileri ile kontrol ve takip edileceğinden mutlaka doldurulmalıdır. Müşterilerin hepsi aranacak ve kampanya hakkında fikirleri alınacaktır. Bu nedenle kuponların arkasında bilgi olmayan veya yanlış/eksik bilgi olan kuponlar ödenmeyecektir.

9) Bayilerin Aygaz'a kesecekleri faturada açıklama kısmına 'Tansaş İndirim eki Kampanyası' yazmaları gerekmektedir."

630 10.11.2006 tarihli bu belgeden anlaşıldığı üzere 13.11.2006-13.12.2006 tarihleri arasında gerçekleştirilecek olan kampanyanın uygulama esasları her açıdan net olarak belirlenmiştir ve yazının ekinde yer alan Tamim vasıtasıyla da söz konusu uygulama esasları bayilere açıklanmıştır.

Uygulama esaslarını gösteren bu belgenin önem arz eden bölümlerini kısaca özetlemek gerekirse; Aygaz'ın İzmir ili genelini kapsayan kampanyasında, Tansaş'tan 50 YTL ve üzerinde alışveriş yapan her müşteriye 12 kg'lık Aygaz LPG tüpü (t p) indirimli alabilmelerini sağlayan 10 YTL'lik bir kupon verilmiştir. 150 YTL'lik bir alışveriş de bir kupon alma hakkı verilmektedir. 13.11.2006 tarihinde başlayan söz konusu 50 YTL'lik alışverişe 10 YTL'lik indirim kuponu kampanyası (kampanya) 640 13.12.2006 tarihine kadar sürmüştür. Ancak 13.12.2006 tarihinde sona eren işlem yalnızca kupon dağıtma işlemidir. Dağıtılan kuponların t p alımlarında kullanılabilme

imkanı 28.2.2007 tarihine kadar devam edecektir. Tüp alımındaki 10 YTL'lik indirim ise Aygaz, Tansaş ve Aygaz Bayileri tarafından aşağıdaki şekilde finanse edilmektedir:

**Tablo 3 – Aygaz, Tansaş ve Bayilerin Kampanyaya Katkıları**

	KDV Dahil (YTL)	KDV Hariç (YTL)
<b>Bayi</b>	1.5	1.27
<b>Aygaz</b>	4.5	3.81
<b>Tansaş</b>	4.0	3.39
<b>TOPLAM</b>	10.0	8.47

Aygaz Genel Müdürlüğü ve Ege Bölge Satış Müdürlüğü'nde yapılan yerinde incelemelerde alınan belgelerde, kampanyanın uygulanma sürecini ve takibini gösteren bilgiler yer almaktadır. Söz konusu bilgiler aşağıdaki gibidir:

28.11.2006 tarihinde Aygaz Ege Bölge Satış Müdürlüğü Tüplügaz Satış Yöneticisi Murat GÜRTEKİN'den Aygaz Genel Müdür Yardımcısı Semih GENÇ'e gönderilen "Tansaş-Aygaz Çek Kampanyası Hk." konulu elektronik postada aynen aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

660 *"Tansaş Kampanyası kupon dönüşlerinde bugün sabah itibariyle 4.209 adete ulaştık. Bu tutarın %88'ini Aygaz, kalan % 12'sini ise diğer markalar oluşturmaktadır. Tüm kupon bilgilerinizi oluşturduğumuz program ile kaydediyoruz. Pazarlama Grup Müdürlüğü ile yabancı marka kullanıcılarına, kişi adına düzenlenmiş Aygaz kart (mektup ve paro kampanyası broşürleri ile) göndermeyi planlıyoruz. Bunun yanı sıra, potansiyel abonenin bayimize ulaşımını kolaylaştırabilmek adına (YKB ve Tansaş Kampanyaları etkisi ile) İzmir il ve ilçe bayilerimizin listesini insert ya da gazete ilanı şeklinde yayınlamak için de hazırlık yapıyoruz.*

670 *İpragaz'ın kupon uygulamasını İzmir merkez bayileri Aygaz kuponları anlamında kabul etmiyorlar. Konuyla ilgili firmanın bayilerini bu yönde uyarmış olduğunu hissediyoruz. Birkaç noktadan bu bilgileri almaya çalıştık ama net sonuç alamadık. Daha çok bu ilanı şirket kendi kuponlarımız için verdi şeklinde açıklama yapıyorlar. Fakat servis görevlilerine sorulduğunda Aygaz kuponları aldıklarını öğrenmek mümkün oluyor. Fakat bazı İpragaz bayilerinin ise bu uygulamadan gerçekten haberi yok (Örnek:Selçuk/İzmir). Katılan bayilerin muhasebeleştirme biçimini öğrenmek üzere girişimimiz sürüyor. Sonuç alır almaz size raporlayacağız."*

5.12.2006 tarihinde Aygaz Ege Bölge Satış Müdürlüğü Tüplügaz Satış Yöneticisi Murat GÜRTEKİN'den Aygaz Ege Bölge Müdürü Mete MURATOĞLU'na gönderilen "TANSAŞ KAMPANYASI DEĞERLENDİRME RAPORU" konulu elektronik postada aynen aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

680 *"Mete Bey,  
4 Kasım 2006 tarihi itibariyle İzmir il ve ilçelerinde bulunan 93 Tansaş Mağazasından müşterilerine teslim edilen kupon sayısı 137.582 adettir. Bugün itibariyle bize ulaşan toplam kupon sayısı 10.611 iken, bu kuponların 9.898 adedi (% 93) Aygaz kullanıcıları, kalan 715 adedi ise (%7) diğer marka kullanıcıları tarafından teslim edilmiştir. Böylelikle tüketicideki kuponların bayilerimize dönüş oranı % 9 seviyesindedir. 13 Kasım tarihinde dağıtılmaya başlanan kuponların dönüş hızının ortalama tüketim süresi olan 40 günlük periyotta daha fazla hızlanacağı öngörülebilir. Bu anlamda Aralık ayının ikinci yansından sonra kupon dönüş hızının artacağı tahmin edilmektedir."*

690 12.12.2006 tarihinde Aygaz Ege Bölge Satış Müdürlüğü Tüplügaz Satış Yöneticisi Murat GÜRTEKİN'den Aygaz Ege Bölge Müdürü Mete Muratoğlu, Hakan Çelik, Okran

ERTAN, Yavuzhan Çetin ve Oya ANGÜN'e gönderilen "04-10 Aralık Haftalık Faaliyet Raporu-TÜPLÜGAZ" konulu elektronik postada aynen aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

*"Kampanyalar:*

*İzmir ili ve ilçelerinde başlayan Tansaş kampanyasında 10.12.2006 tarihi itibariyle 17.486 adet kupon elimize ulaşmış, bunların 16.457 adedi (% 94) Aygaz müşterisi 1.029 (% 6) adedi rakip müşteridir."*

700 20.12.2006 tarihinde Aygaz Ege Bölge Satış Müdürlüğü Tüplügaz Satış Yöneticisi Murat GÜRTEKİN'den Aygaz Ege Bölge Müdürü Mete MURATOĞLU'na gönderilen "TANSAŞ KAMPANYASI DEĞERLENDİRME RAPORU (20 Aralık 06)" başlıklı elektronik postada aynen aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

*"13 Kasım 2006 tarihinde başlayan Tansaş kampanyamızda kupon dağıtımı 13 Aralık 2006 günü son bulmuştur. Bu tarih itibariyle kasalardan teslim edilen toplam kupon adedi 196.467'dir."*

20.12.2006 tarihinde Murat HASKAN'dan Rıdvan UÇAR'a gönderilen "TANSAŞ KAMPANYASI DEĞERLENDİRME RAPORU (20 Aralık 06)" başlıklı elektronik postada aynen aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

710 *"Aygaz olarak 150 milyar harcamışız. Gelenleri kaybetmezsek, senede 58 milyar kazanacağız. 3 yılda geri döner. (Bayi transferleri genelde 6 ayda geri ödüyor) Bayiler için de 1 yıl geri dönüş süresi oluşacak. Sistemin ortalaması yaklaşık 2 yıl... Herhalde ilk varsayımlarımız daha iyi idi."*

21.12.2006 tarihinde Aygaz Genel Müdür Yardımcısı Semih GENÇ'ten Murat HASKAN ve Rıdvan UÇAR'a gönderilen "TANSAŞ KAMPANYASI DEĞERLENDİRME RAPORU (20 Aralık 06)" başlıklı elektronik postada aynen aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

*"Şubat sonuna kadar asgari 1000 adet değişim daha bekliyorum, olması gereken 1800 adet bayimiz için 1 yıl geri dönüş süresi kötü değil, bizde reklamımızı ve bu kampanyayı denemiş olduk, başarısız bir deneyim olarak değerlendirmiyorum. En azından 10 YTL'nin tüplügaz kullanıcısı için önemli tutar olduğunu geri dönüşten somut olarak anlıyoruz."*

720 25.12.2006 tarihinde Aygaz Ege Bölge Satış Müdürlüğü Tüplügaz Satış Yöneticisi Murat GÜRTEKİN'den Aygaz Ege Bölge Müdürü Mete MURATOĞLU'na gönderilen "HAFTALIK FAALİYET (18-22 Aralık 2006)" konulu elektronik postada aynen aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

*"...*

*Kampanyalar:*

730 *İzmir ili ve ilçelerinde başlayan Tansaş kampanyasında 23.12.2006 tarihi itibariyle 45.674 adet kupon elimize ulaşmış, bunların 43,662 adedi (% 96) Aygaz müşterisi, 1977 (% 4) adedi diğer marka kullanıcılarından sağlanmıştır. Bu kuponların maliyetleri incelendiğinde şirketimize yansıyan kısmı 174.000 YTL, bayimize yansıyan kısmı ise 58.000 YTL'dir. Kazanılan 1.977 tüpün getirişinin 142 Ton/yıl, yaratacağı dağıtım payının ise şirketimiz için 63.000 YTL/yıl, bayilerimiz için ise 61.000 YTL/yıl olduğu öngörülmektedir..."*

Aygaz Ege Bölge Satış Müdürlüğü'nden alınan tarihsiz belgede aynen aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

*...Kampanyalar:*

- İzmir ili ve ilçelerinde 13 Kasım 2006 tarihinde başlayan Tansaş kampanyasında*



740 kupon çıkışları 13 Aralık 2006 tarihi itibarıyla son bulmuştur. Kampanya kapsamında dağıtılan toplam kupon adedi 196.467'dir. 31.12.2006 tarihi itibarıyla 58.457 adet kupon elimize ulaşmış (dağıtılan kuponların %30'u), bunların 56.096 adedi (%96) Aygaz müşterisi, 2.361 (%4) adedi diğer marka kullanıcılarından sağlanmıştır. Bu kuponların maliyetleri incelendiğinde şirketimize yansıyan kısmı 223.000 YTL, bayimize yansıyan kısmı ise 74.000 YTL'dir. Kazanılan 2.361 tütün getirisinin 170 ton/yıl, yaratacağı dağıtım payının ise şirketimiz için 75.000 YTL/yıl, bayilerimiz için ise 73.000 YTL/yıl olduğu öngörülmektedir..."

18.1.2007 tarihinde Aygaz Ege Bölge Satış Müdürlüğü Tüplügaz Satış Yöneticisi Murat Gürtekin'den Aygaz Pazarlama ve Satış Müdürü Rıdvan UÇAR'a gönderilen "TANSAŞ PROJEKSİYON" konulu elektronik postada aynen aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

"Rıdvan Bey,

750 Toplam teslim edilen kupon: 196.467  
Şu ana kadar bize dönen: 89.304

15 Aralık-15 Ocak arasında 1 ayda dönen: 53.500  
15 Ocak- 28 Şubat dönmesi muhtemel: 70.000

Böylece 28 Şubat tarihinde toplam dönen: **160.000** olur.

Son 70.000 adet için yabancı oranı: % 2 olur ise

Bu 70.000 için değişim 1.400 adet

Bugün itibariye değişim: 3.066

Kampanya sonu değişim tahmini: **4.500**

Kümülede oran: **% 2.8** olabilir."

760 20.1.2007 tarihinde Aygaz Ege Bölge Satış Müdürlüğü Tüplügaz Satış Yöneticisi Murat GÜRTEKİN'den Yavuz ÇETİN'e gönderilen "15-20 Ocak 2007 haftalık faaliyet notları – SON–" konulu elektronik postanın "Kampanyalar" başlıklı bölümünde aynen aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

"...Kampanyalar:

770 • İzmir ili ve ilçelerinde başlayan Tansaş kampanyasında 20.01.2007 tarihi itibarıyla 91.133 adet kupon elimize ulaşmış, bunların 88.036 adedi (% 96,6) Aygaz müşterisi, 2,836 (% 3,4) adedi diğer marka kullanıcılarından sağlanmıştır. Bu rakamlarla güncel olarak kampanyanın şirketimize maliyeti 347.541YTL, bayjlerimize ise 115.847 YTL olmuştur. Kazanılan 4.500 tütün yıllık tonaj getirisi 324 Ton, bu tonajın bayilerimiz tarafında yaratacağı gelir 139.000 YTL, şirketimiz için ise 145.300 YTL seviyesindedir..."

Aygaz A.Ş. Ege Bölge Müdürlüğü'nden alınan Ocak 2007'ye ait bir haftalık raporun "Kampanyalar" başlıklı bölümünde ise aynen aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

" İzmir ili ve ilçelerinde başlayan Tansaş kampanyasında 20.01.2007 tarihi itibarıyla 91.133 adet kupon elimize ulaşmış, bunların 88.036 adedi (%96,6) Aygaz müşterisi, 3097 (%3,4) adedi diğer marka kullanıcılarından sağlanmıştır. Bu rakamlarla güncel olarak kampanyanın şirketimize maliyeti 347.541 YTL, bayilerimize ise 115.847 YTL olmuştur. Kazanılan 3.097 tütün yıllık tonaj getirisi 222 ton, bu tonajın bayilerimiz tarafında yaratacağı gelir 95.250 YTL, şirketimiz için ise 99.500 YTL seviyesindedir."

780 Kampanya başlamadan önceki Aygaz yetkililerinin senaryoları ile kampanyanın 20.1.2007 tarihine kadar olan gerçekleşmiş durumu karşılaştırıldığında en kötümser senaryoda bile 14.500 müşteri kazanılabileceği hesaplanırken kampanyanın 20.1.2007 tarihi itibarıyla gelinen noktasında yalnızca 3097 müşteri kazanılabildiği görülmektedir. Bununla birlikte, Aygaz Ege Bölge Satış Müdürlüğü Tüplügaz Satış

Yöneticisi Murat Gürtekin'den Aygaz Pazarlama ve Satış Müdürü Rıdvan UÇAR'a gönderilen "TANSAŞ PROJEKSİYON" konulu elektronik postadan kampanya sonunda beklenen toplam yeni müşteri sayısının 4.500 olduğu görülmektedir. Kampanyanın Aygaz tarafından beklenen sonucu verememesinin en önemli nedeni olarak rakiplerin (Milangaz ve İpragaz) de karşı kampanyalar düzenleyerek Aygaz'ın kampanyasının etkilerini azaltması gösterilebilir. Nitekim, 13.11.2006 tarihi itibarıyla başlayan Tansaş kampanyasına Milangaz ve İpragaz ise yaklaşık olarak 10 gün sonra başlayan kampanyalar ile karşılık vermiştir. Milangaz ve İpragaz'ın kampanyalarında Aygaz tüp alımında kullanılabilen Tansaş indirim kuponları da kabul edilmekte olup bu kupon indirimi yanında her iki şirket de seramik tabak ve bardak gibi ek hediyeler vermektedir. Demirören Şirketler Grubu Ege Bölge Müdür Yrd. ile yapılan görüşmede kendisi tarafından şu bilgiler verilmiştir:

"...Aygaz'ın Tansaş ile yaptığı kampanyaya karşı Demirören Grubu (Milangaz-Likidgaz) tarafından ev tüpünde her türlü indirim kuponunu kabul eden İzmir genelindeki bir karşı kampanya, Aygaz kampanyasından yaklaşık 10 gün sonra düzenlemiştir. 28.2.2007'ye kadar devam edecek olan bu karşı kampanyada şu ana kadar yaklaşık 4100 adet Aygaz kuponu bize ulaşmıştır. Aygaz kampanyasıyla, bize ulaşan indirim kuponları haricinde, ne kadar tüplü abone kaybettiğimizi tam olarak tahmin edememekteyiz..."

Yukarıdaki ifadelerden, Aygaz tarafından yapılan kampanyaya Milangaz tarafından karşı kampanya ile cevap verilmesi neticesinde şu ana kadar yaklaşık 4.100 Demirören Grubu müşterisinin Aygaz'a geçmesinin önlendiği anlaşılmaktadır.

Diğer taraftan, İzmir ilinde faaliyet gösteren LPG dağıtım şirketlerinin yetkilileri tarafından çeşitli yöntemlere göre hesaplanan İzmir ili çapındaki müşteri sayısı 900.000 ile 1.250.000 arasında değişmektedir<sup>1</sup>. Bu hesaplara göre, Aygaz tarafından kazanılması öngörülen müşteri sayısının (4.500), İzmir ili genelindeki müşteri sayısının %0,36 ile %0,5'i arasında bir yüzdeye tekabül ettiği hesaplanmaktadır.

### I.3.2.3. 12 kg'lık LPG Tüpün Maliyetine ve Kampanyaya İlişkin Veriler

Yerinde incelemeler sırasında Aygaz yetkilileri tarafından verilen 12 kg tüpün birim maliyet yapısına ilişkin tablolar aşağıda yer almaktadır:

**Tablo 4 – Aygaz A.Ş. Türkiye Geneli Ev Gazı Birim Maliyet Çalışması**

	<b>KASIM 2006</b>	<b>ARALIK 2006</b>
<b>SATIŞ MİKTARI KG</b>	<b>(.....)</b>	<b>(.....)</b>
Lpg Bedeli	(.....)	(.....)
İşçilik	(.....)	(.....)
Güm	(.....)	(.....)
Amortisman	(.....)	(.....)
<b>SINAI MALİYET YTL</b>	<b>(.....)</b>	<b>(.....)</b>
<b>EV GAZI BİRİM MALİYET (12 KG)</b>		
Lpg Bedeli	(.....)	(.....)
İşçilik	(.....)	(.....)
Güm	(.....)	(.....)
Amortisman	(.....)	(.....)

<sup>1</sup> Her evde 2,4 tüp olduğu ve bir tüpün yılda 4 kez döndüğü varsayımı altında, bir abonenin yılda 120 kg tüplü gaz kullandığı kabul edilebildiği gibi bir evde yılda 6 tüp kullanıldığı varsayımından da hareket edilebilmektedir.

<b>SINAI MALİYET YTL (12 KG İÇİN)</b>	(.....)	(.....)
Tüplügaz Satış Nakliye Giderleri	(.....)	(.....)
Tüplügaz Satış Giderleri	(.....)	(.....)
Tüplügaz Yönetim Giderleri	(.....)	(.....)
Tüplügaz Pazarlama Giderleri	(.....)	(.....)
Tüplügaz Operasyon Giderleri	(.....)	(.....)
<b>Faaliyet Giderleri YTL 12 KG</b>	(.....)	(.....)
<b>TİCARİ MALİYET YTL 12 KG</b>	(.....)	(.....)

Tablo 5 – Aygaz A.Ş. İzmir İli Ev Gazı Birim Maliyet Çalışması

820

**KASIM 2006**                      **ARALIK 2006**

**SATIŞ MİKTARI KG**                      (.....)                      (.....)

Lpg Bedeli	(.....)	(.....)
İşçilik	(.....)	(.....)
Güm	(.....)	(.....)
Amortisman	(.....)	(.....)
<b>SINAI MALİYET YTL</b>	(.....)	(.....)
	(.....)	(.....)
<b>EV GAZI BİRİM MALİYET (12 KG)</b>	(.....)	(.....)
Lpg Bedeli	(.....)	(.....)
İşçilik	(.....)	(.....)
Güm	(.....)	(.....)
Amortisman	(.....)	(.....)
<b>SINAI MALİYET YTL (12 KG İÇİN)</b>	(.....)	(.....)
Tüplügaz Satış Nakliye Giderleri	(.....)	(.....)
Tüplügaz Satış Giderleri	(.....)	(.....)
Tüplügaz Yönetim Giderleri	(.....)	(.....)
Tüplügaz Pazarlama Giderleri	(.....)	(.....)
Tüplügaz Operasyon Giderleri	(.....)	(.....)
<b>Faaliyet Giderleri YTL 12 KG</b>	(.....)	(.....)
<b>TİCARİ MALİYET YTL 12 KG</b>	(.....)	(.....)

Tablo 6 - İzmir İli Ev Gazı Fatura Satış Kampanya Kıyaslama (12 Kg )

	<b>KASIM 2006</b>	<b>ARALIK 2006</b>
İzmir İli Birim Satış Fiyatı (Bayiye Satış Aygaz Marjı Dahil)	(.....)	(.....)
Toplam Ticari Maliyet Aygaz	(.....)	(.....)
Aygaz Karı (12 Kg için)	(.....)	(.....)
Kampanya Birim Maliyeti (Bayiye Geri Ödenen)	(.....)	(.....)
<b>Kampanyalı Satış Birim Faaliyet Karı</b>	(.....)	(.....)

Tablo 7 - Aralık 2006 Ev Gazı Maliyeti

	<b>Kampanya Dönemi Fiyat Yapısı</b> <b>(9 Kasım 2006-8 Aralık 2006)</b>	<b>Aralık Fiyat Yapısı</b> <b>(9 Aralık 2006-31 Aralık)</b>
Rafineri Satış Fiyatı	(.....)YTL	(.....)YTL
Nakliye	(.....)YTL	(.....)YTL
Şirket Marjı	(.....)YTL	(.....)YTL
Bayi Marjı	(.....)YTL	(.....)YTL
KDV	(.....)YTL	(.....)YTL
Perakende Satış Fiyatı	(.....)YTL	(.....)YTL

Tablo 8 - İzmir İli Fiyat Yapısı (12 kg tüp için)

	Kampanya Dönemi	Mevcut Fiyat Yapısı
	(9 Kasım-8 Aralık)	(9 Aralık- )
Tüpraş	(.....)YTL	(.....)YTL
ÖTV	(.....)YTL	(.....)YTL
Nakliye	(.....)YTL	(.....)YTL
Aygaz	(.....)YTL	(.....)YTL
Bayi	(.....)YTL	(.....)YTL
KDV	(.....)YTL	(.....)YTL
Toplam	36.00 YTL	36.00 YTL

### 830 I.3.3. 12 Kg'lık Aygaz Tüpün Yapı Kredi Bankası Vasıtasıyla Taksitli Satılmasına İlişkin Şikayet

#### I.3.3.1. Şikayetin Özeti

17.11.2006 tarih 7680 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal eden 3. dilekçede;

- Aygaz ve YKB'nin Koç Grubu'na bağlı şirketler olduğu,
- Türkiye'deki en büyük LPG şirketinin Aygaz olduğu ve %35 civarında pazar payı bulunduğu,
- LPG dağıtım sektöründeki şirketlerin büyük kısmının Tüpraş'tan ikmal yaparken, 2-3 şirketin doğrudan ithalat yapma imkanına sahip olduğu,
- Tüpraş'ın dağıtım şirketlerine LPG'yi peşin olarak sattığı,
- 840 - YKB'nin Aygaz tüplerine 2 World taksit ve 2 kat World puan uygulaması başlattığı,
- Peşin olarak LPG alan şirketlerin 40-45 gün vadelerde satış yapmasının çok zor olduğu,
- Aygaz tüplerine sağlanan bu satış avantajının Tüpraş ve YKB'nin bu şirkete sunduğu olanaklardan ileri geldiği ve bu uygulamanın pazarda faaliyet gösteren 50'ye yakın şirketin pazar dışına çıkmasına neden olacağı

850 ifade edilerek Aygaz ve YKB'nin başlattığı, Aygaz tüpüne 2 World taksit ve 2 kat world puan uygulamasının durdurulmasına; Aygaz, Tüpraş ve YKB hakkında inceleme yapılarak 4054 sayılı Kanun'a aykırı eylemleri nedeniyle cezalandırılmaları talep edilmiştir.

#### I.3.3.2. Taksitli Satışın Maliyeti ve Finansman Koşulları

Aygaz kredi kartı ile tüplü gaz satışı ile ilgili olarak; 2002 yılında YKB ile, 2004 yılında ise Akbank ile bir dizi görüşmelerde bulunmuş, ancak mutabakat sağlanamamıştır.

860 Aygaz ve YKB arasında 29.5.2006 tarihinde imzalanmış olan "Worldcard Kredi Kartı Programı Protokolü"ne istinaden lansmanı 15.11.2006 tarihinde yapılmış olan ve Aygaz yetkilileri tarafından "Tüplü gaz sektöründe kredi kartı kullanımını sistematik hale getirmek amacıyla, tüplü gaz teslimatı sırasında kredi kartı ile ödeme imkanı veren ve tüm kredi kartlarının kullanılabilceği bir kampanya" olarak nitelendirilen YKB ile yürütülen bu kampanyada Aygaz bayilerinin YKB ile çalışma koşulları aşağıdaki gibidir:

**Tablo 9 – Aygaz Bayilerinin YKB İle Çalışma Koşulları**

	Ertesi Gün Ödeme İçin Komisyon Oranı	%0 Komisyon İçin Bekleme Günü
<b>TEK ÖDEME</b>		
YKB Kartları	%(....)	(....)
Diğer Banka Kredi Kartları	%(....)	(....)
<b>2 TAKSİT (YKB KARTLARI)</b>	%(....)	(....)

Bu koşulları iyileştirebilmek için Aygaz, YKB'ye komisyon ödemesi yapmakta ve bayilerin aşağıdaki koşullarda çalışması sağlanmaktadır:

**Tablo 10 – Aygaz'ın Katkısı Sonucu Bayilerin YKB İle Çalışma Koşulları**

	Ertesi Gün Ödeme İçin Komisyon Oranı	%0 Komisyon İçin Bekleme Günü
<b>TEK ÖDEME</b>		
YKB Kartları	%(....)	(....)
Diğer Banka Kredi Kartları	%(....)	(....)
<b>2 TAKSİT (YKB KARTLARI)</b>	%(....)	(....) gün + %(....)Komisyon

870 Ayrıca YKB kartları için müşterilere tek ödeme için verilen %1 ve taksitli alışveriş için verilen %0,5 puan 2006 yılında Aygaz ve YKB tarafından yarı yarıya karşılanmakta iken, 2007 yılı için Aygaz tarafından karşılanacaktır.

Bir tüpün YKB kredi kartı ve tek ödeme ile alınması durumunda oluşan maliyet aşağıda özetlenmiştir:

Tüp Fiyatı (KDV Dahil) 36,00 YTL  
 Müşteriye Verilen Puan (%1) 0,36 YTL (Aygaz tarafından karşılanıyor)  
 KK Komisyonu ((....)) (....) YTL ((....)YTL Bayi, (....)YTL Aygaz tarafından karşılanıyor.)

880 Yukarıda görüldüğü üzere, 36,00 YTL'ye satılan 12 kg'lık tüpün kredi kartı ile tek ödemede satılması durumunda toplam (....) YTL'lik bir ilave maliyet söz konusu olmakta, bu ilave maliyetin (....) YTL'si bayi tarafından, (....) YTL'si ise Aygaz tarafından karşılanmaktadır.

Aygaz YKB Üye İşyerlerine ilişkin olarak yapılan 2.8.2006 tarihli sunumda yukarıdaki hesaplamalara esas tutulan varsayımlar şu şekilde özetlenmiştir:

“ Kredi Kartı Kullanım Oranı:

- İlk ay %10
- İkinci ay %20
- Üçüncü ay %30
- Dördüncü ay %40
- Beşinci ay ve sonrası %50

Worldkart sahip olma oranı: %30

890 Tercih edilen ödeme yöntemleri:

- Tek ödeme (%75)
- Taksitli ödeme (%25)

Kampanyaya katılan bayi adetleri:

Eylül Sonu: 400 bayi (ESS kullanan bayilerin World Üye İşyeri olması koşulu ile)

Yine aynı sunumda “Projenin Analizi” başlığı altında aşağıda yer alan ve bu varsayımlar ışığında hazırlanan tabloya yer verilmiştir:

Tablo 11 – Taksitli Satış Uygulamasının Maliyet Analizi

21.08.2006 YKB Oranlarına Göre	
<b>KK SATIŞLAR İÇİN TÜP BAŞINA KK MALİYETLERİ</b>	<b>YTL/Tüp</b>
Aygaz	(....)
Bayi	(....)
Toplam	(....)
<b>TÜM SATIŞLAR İÇİN TÜP BAŞINA KK MALİYETLERİ</b>	<b>YTL/Tüp</b>
Aygaz ilk günden tüp başı maliyet (Puan +Komisyon)	(....)
Aygaz ilk günden tüp başı prim maliyeti (PP>%50 %50 Katılım 16,5 Ykr/tüp)	(....)
Bayi ilk günden tüp başı maliyet	(....)
İlkgünden tüp başına maliyet	(....)
<b>TOPLAM PROJE MALİYETLERİ</b>	<b>YTL</b>
Aygaz KK Maliyeti (Puan+Komisyon)	(.....)
Aygaz KK Maliyeti (PP>%50 25 Ykr/Tüp)	(.....)
Bayi KK toplam maliyeti	(.....)
KK projesinin toplam maliyeti	(.....)
<b>Projenin geri dönüşü için</b>	
Gerekli ilave tonaj	(.....)
Gerekli ilave tonaj %	(.....)
Gerekli yeni müşteri sayısı	(.....)
Tüm değerler KDV hariç değerlerdir.	

900 Bu tablodan, yukarıda belirtilen varsayımların gerçekleşmesi halinde YKB vasıtasıyla uygulanan taksitli satış projesinin geri dönüşü için %(...) 'ye tekabül eden ilave (.....) ton satış yapılması gerektiği, bunun da ancak (.....) abone ile mümkün olabileceği anlaşılmaktadır.

Ancak, Aygaz'dan alınan bilgilere göre 31.12.2006 itibarı ile Aygaz'ın toplam tüplü gaz satışlarının %75'ini gerçekleştiren 675 bayi kredi kartı kampanyasına katılmıştır. Bu bayilerin kendi satışları içinde kredi kartlı satış oranı %9 düzeyindedir. Ayrıca, kredi kartlı satışların toplam Aygaz tüplü gaz satışları içindeki oranı ise %7'dir. Kredi kartı ile yapılan satışların %15'inde tüketiciler taksitli seçeneği tercih etmektedirler. Kısacası Aygaz'ın toplam satışlarının sadece %1,05'inde taksit uygulamasından yararlanılmıştır.

910 Ayrıca şikayetçinin, Kurumumuza sunmuş olduğu belgeler arasında yer alan ve Akbank Axess Kart, İş Bankası Maksimum Kart ve Garanti Bankası Bonuskart için bu bankalarca önerilen kampanya koşullarını içeren belge incelendiğinde tek ödeme uygulaması için 12 kg'lık tüp'te söz konusu olacak maliyetin (puan maliyeti dahil) sırasıyla (.....) YTL, (...) YTL ve (.....) YTL olduğu görülmüştür. Aynı maliyet ise YKB'nin Aygaz'a uyguladığı Protokol şartları ile (.....) YTL'dir.

### I.3.4. Paro Uygulamasına İlişkin Şikayet

#### I.3.4.1. Şikayetin Özeti

Kurum kayıtlarına 17.11.2006 tarih, 7679 sayı ile intikal eden 4. dilekçede ise;

- Koç Grubu tarafından çıkarılan ve tamamı Koç Grubu'na ait üye işyerlerinde geçerli olan ve belli bir puanlama sistemi altında indirim uygulanan "PARO" adında bir kampanya başlatıldığı,
- Bu uygulamanın Koç Grubu'nun finansal ve teknolojik avantajlarını kullanarak birçok sektörde rekabeti bozmayı amaçladığı,

- Örneğin, Koç Grubu'na ait Tansaş'ta alışveriş yapan bir müşterinin yine Koç Grubu'na ait Aygaz'ın LPG tüplerinde 10 YTL veya 20 YTL indirim alabileceği, bu indirim sonucu LPG tüpünün fiyatının maliyetinin çok altına ineceği,
- bu örneğin yapılan uygulamalardan sadece biri olduğu

930 ifade edilerek Koç Grubu şirketleri arasında uygulanan ve bir şirketin yardımıyla diğerinin pazarındaki rekabeti bozmaya yönelik olan "Paro" uygulaması hakkında gerekli incelemenin yapılarak, bu uygulamaya katılan şirketler hakkında soruşturma açılması ve 4054 sayılı Kanun'un ilgili hükümlerine aykırı eylemleri nedeniyle cezalandırılmaları talep edilmiştir.

#### 1.3.4.2. Paro Uygulamasının İşleyişi ve Aygaz Satışlarına Etkisi

940 Paro uygulamasına Koç Grubu'na bağlı Arçelik, Aygaz, Beko, Fiat, Ford, Migros, Opet, Divan ve Koçtaş markaları dahildir. Haziran 2006 yılında uygulanmaya başlayan kampanyaya göre müşteriler öncelikli olarak üye işyerlerinden bir "paro kart" edinmektedir. Daha sonra üye işyerinde yaptıkları harcamaları bu karta kaydettirmektedirler. Bu kartta biriken harcamaların ertesi yılın 31 ocak tarihine kadar kullanılması gerekmektedir. Bu kampanyada yer alan teşebbüslerin bulunduğu piyasalar, LPG ile kıyaslandığında daha rekabetçi bir görünüme sahiptir.

Paro kampanyası kapsamında, harcamalar her zaman paro karta kaydedilmekle birlikte bunların kullanılması belirli tarihlere bağlanmaktadır. Örneğin 14.11.2006 tarihli Hürriyet gazetesinde yer verilen reklamda, 17.12.2006 tarihine kadar paro üyesi en az iki işyerinden toplam 500 YTL alışveriş yapan müşterilere, Aygaz'ın 12 kg.'lık tüplerinde 20 YTL indirim yapılacağı ilan edilmiştir. Paro uygulaması kapsamında, tüketiciler bu tarihler arasındaki harcamalarına karşılık 12 kg.'lık Aygaz tüpünü 20 YTL indirimli olarak 31.1.2007 tarihine kadar alabileceklerdir.

950 Yerinde incelemeler sırasında Aygaz yetkilileri ile raportörlerce yapılan görüşmede, Paro uygulaması hakkında aşağıdaki bilgiler verilmiştir:

*"...Paro, üye işyerlerinde aynı özelliklere sahip 9 adet kart ile özel avantajlardan yararlanmayı sağlamaktadır. Bu 9 kart (Arçelik Kart, Aygaz Kart, Beko Kart, Divan Kart, Fiat Kart, FordClub Kart ve Koçtaş Kart, Migros Club Kart, Opet Kart) ilgili firmalar tarafından dağıtılmakta ama hepsi farklı işyerlerinde aynı avantajları sunmaktadır.*

*Paro'lu kartlar kullanılarak müşteri kendisini tanıttığı zaman, tüm alışverişi üzerinden %1 tutarında Paro Puan kazanmakta, biriktirdiği puanları da yine istediği üye işyeri alışverişinde kullanabilmektedir.*

960 *Paro aynı zamanda izinli iletişim yapılabilmesi konusunda izin veren müşterilere çapraz kampanyalar yapılabilmesini sağlayan bir CRM altyapısı sunmaktadır. Yani, üye işyerlerinden birinde kendini tanıtan bir müşteri, kendisine kampanya yapılmasını kabul etmişse, başka bir firmanın özel avantajına sahip olabilmektedir. Aslında, temel olarak her zaman yapılan çapraz kampanyaların belirli bir veritabanı üzerinden yapılmasını ve takip edilmesini sağlayan bir altyapı sağlamaktadır.*

970 *Paro'nun tanıtım kampanyası 13 Ekim 2006 tarihinde başlamıştır ve markanın duyurusunun yapılabilmesi için özel bir kampanya düzenlenmiştir. Bu kampanyaya göre üye işyerlerinden en az 500 YTL tutarında alışveriş yapan müşterilere, istedikleri üye işyerinde harcayabilecekleri Paropuan kazanabilme şansı verilmiştir. Ayrıca, 1.000 YTL ve 3.000 YTL'lik baremlere ulaşan müşteriler içinde farklı farklı avantajlar tanınmıştır. Tanı A.Ş.'nin kampanya ile ilgili hazırladığı, ekte sunulan tanıtım broşürlerinden detaylar incelenebilir. Kampanyanın iletişim ve fayda maliyetleri üye işyerleri arasında şirketin yaygınlığı, kullanım potansiyeli gibi kriterlere*

*göre paylaştırılmıştır. Kampanya süresinde yaklaşık 90.000 kişi en az 500 YTL'lik limite ulaşarak, özel indirimlerden yararlanmışlardır. Bu kişilerden toplam 376 kişi Paropuanını Aygaz ürünlerini satın alırken kullanmışlardır. Bu tüketicilerden kaç tanesinin rakip ürün kullandığı, kaç tanesinin de Aygaz müşterisi olduğu bilinmemektedir. Ancak, bu kampanyanın daha çok mevcut müşteriler tarafından yararlanıldığı ve müşteri memnuniyetini sağladığı bilinmektedir.”*

### **I.3.5. Tansaş Kampanyası, Taksitli Satış ve Paro Uygulaması Hakkında Toplu Değerlendirme**

980

Şikayetler arasında dört farklı konu yer almakla birlikte Tüpraş İzmir Rafinerisi'nde ithalat tesislerinin kullanılmasına ilişkin hususlar hariç olmak üzere diğer üç konu Koç Grubu şirketlerinin ortak satış ve pazarlama politikaları çerçevesinde ele alınabilecek türden olup birbirine yakın hususları içermektedir. Aliağa Rafinerisi'ndeki ithalat tesislerinin kullanımı hususundaki tespit ve değerlendirmeler, yukarıda yer almaktadır. Dolayısıyla bu bölümde tekrar edilmesine gerek görülmemiştir.

Gerek İzmir'deki indirim kampanyası gerekse Paro ve YKB tarafından girişilen taksit uygulaması Aygaz'ın LPG pazarındaki payını artırmaya yönelik uygulamalar olduğundan, söz konusu şikayetler birlikte değerlendirilecektir.

990

Tüplü LPG pazarında bir tür abonelik sistemi mevcut olup tüketicilerin bir markadan diğerine transfer edilmesi önemli bir husustur. Abone transferini daha önemli hale getiren diğer husus ise LPG sektörünün diğer enerji kaynaklarından ve özellikle doğalgazdan kaynaklanan rekabetten dolayı daralan bir yapıya sahip olmasıdır.

Diğer taşıt yakıtları ile rekabet halinde olan otogaz sektöründe belirli bir büyüme görülmekle birlikte, LPG sektörünün geneline bakıldığında daralan bir pazar yapısıyla karşılaşılmaktadır. Doğal olarak bu husus, Aygaz tarafından da görülmüş ve değerlendirilmiş olup Aygaz'ın 2000 yılından sonra yurtdışında ve özellikle Avrupa'da şirket satın alma politikası güttüğü ve bu yolla büyüme çabasında olduğu görülmüştür. Ancak bu girişimlerden çeşitli nedenlerle sonuç alınamamış, yeniden yurtiçi pazara odaklanılmış ve yurtiçi tüketicilerin kazanılması, bu yolla büyüme gerçekleştirilemese bile mevcut pazar payının korunması önemli bir satış ve pazarlama politikası haline dönüşmüştür. Daralan bir pazar yapısı ile karşı karşıya olunduğu da dikkate alındığında abone transferinin önemi daha da artmaktadır. Bu veriler çerçevesinde, LPG pazarında son yıllarda ortaya çıkan kampanyaların sayısı ve süresinin arttığı gözlenmektedir. Nitekim, yukarıda diğer şirketlerin satış ve pazarlama faaliyetlerine ilişkin bölüme bakıldığında çok sayıda indirim ve kampanya uygulaması olduğu görülecektir. Yalnızca Aygaz tarafından düzenlenen çapraz kampanyalara bakıldığında çok sayıda kampanya düzenlendiği görülmektedir. Şikayete konu olan Paro, YKB tarafından girişilen taksit kampanyası ve Tansaş'ın indirim kampanyasının bu kapsamda ele alınması gerekmektedir.

1000

1010

Ancak bu kampanyalardan olan paro uygulamasının, etkili bir sonuç doğurmadığı, yukarıda yer alan bilgiler çerçevesinde, çok az sayıda tüketicinin LPG tüpü satın alımında paro uygulamasından yararlandığı görülmekte olup bu tüketicilerin ise ne kadarının rakip şirketlerin abonesi olduğu hususunda net bir bilgi bulunmamaktadır. Tüm kullanıcıların rakip şirketlerin abonesi olduğu kabul edilse bile 376 abonenin pazarda önemli bir etkisi olmadığı açıktır. Ancak, yapılan 20 YTL'lik indirimle birlikte ortaya çıkan 16 YTL'lik fiyatın, LPG'nin KDV'li rafineri çıkış fiyatının (22 YTL) dahi altında olduğu ve kampanyadan yararlanma oranının artabileceği dikkate alındığında, bu uygulamanın uzun dönemde LPG pazarında rekabet sorunlarına yol açabileceği de gözden kaçırılmamalıdır.

1020



YKB tarafından yürütülen taksit kampanyası da esas itibarıyla LPG tüp fiyatı ile doğrudan bağlı bir husus olmadığı gibi diğer şirketler de önaraştırma kapsamında kredi kartı uygulamaları hakkında olumsuz bir fikir beyan etmemişlerdir. Keza, 31.12.2006 tarihi itibarıyla Aygaz'ın satışlarının sadece %5,95'i kredi kartı ile tek ödemede, %1,05'i ise kredi kartına iki taksit ile gerçekleşmiştir. Ayrıca, önaraştırma kapsamında yapılan ve yukarıda yer verilen tespitlere göre de YKB tarafından uygulanan komisyon oranları, bloke gün sayısı gibi hususlarda, diğer bankalardan önemli bir farklılık bulunmamaktadır.

1030 Tansaş ile ortaklaşa yürütülen kampanyada uygulanan indirim miktarının rekabet mevzuatı çerçevesinde yıkıcı fiyata yol açtığı ileri sürülmüş, bu çerçevede öncelikle Aygaz'ın maliyetleri incelenmiştir. Ayrıntılı maliyet tablolarına yukarıda yer verilmiş olup Kasım 2006 itibarıyla işçilik, genel üretim maliyeti ve amortisman dahil olmak üzere İzmir ili için Aygaz'ın Tüpraş'tan 12 kg'lık LPG alım maliyeti, bir başka ifade ile sınıai maliyet (.....) YTL'dir. Satış, nakliye, yönetim, pazarlama ve operasyon giderleri de eklendiğinde ticari maliyetin (.....) YTL olduğu, nakliye giderleri dikkate alındığında Türkiye genelinde ortalama birim maliyetin de (.....) YTL seviyesinde olduğu gözlenmektedir.

1040 Yukarıda kampanya çerçevesinde yapılan indirimin ne şekilde finanse edildiği açıklanmış bulunmaktadır. Aygaz'dan alınan bilgi ve belgeler çerçevesinde 12 kg LPG'nin Tüpraş'tan alım maliyeti esas itibarıyla (.....) YTL olup geriye kalan (.....) YTL'yi ÖTV teşkil etmektedir. İzmir ili için (.....) YTL'lik nakliye masrafı ortaya çıkmakta olup (.....) YTL'lik dağıtım şirketi marjı ve (.....) YTL'lik bayi marjı eklendiğinde KDV hariç (.....) YTL'lik fiyat düzeyine ulaşılmaktadır. Buna %18 KDV de eklendiğinde 12 kg'lık tüpün nihai satış fiyatı 36 YTL olarak oluşmaktadır. Kampanya çerçevesinde 36 YTL'lik tüpün 26 YTL satılması öngörülmüş, bayi tarafından karşılanan 1,5 YTL'lik indirim hariç tutularak geri kalan 8,5 YTL'nin Aygaz'a fatura edilmesi ve bunun 4 YTL'sinin de Tansaş tarafından karşılanması kararlaştırılmıştır. KDV de dikkate alındığında söz konusu indirim neticesinde Aygaz, Tansaş ve bayiler bakımından oluşan kar ve zarar ayrı ayrı ele alındığında şu sonuçlar ortaya çıkmaktadır: (.....) 1050 YTL'lik bayi marjına göre (.....) YTL'lik indirim neticesinde bayilerin yaklaşık (.....) YTL'lik karını koruduğu görülmektedir. Kampanya çerçevesinde Aygaz tarafından uygulanan bayiye satış fiyatı (.....) YTL olup, bayiye geri ödenen (.....) YTL düşüldüğünde toplam ticari maliyet üzerinden (.....) YTL'lik kar oluştuğu görülmektedir. Aynı yöntem ile Aralık 2006 itibarıyla hesaplanan karının (.....) YTL olarak gerçekleştiği görülmektedir. Aygaz tarafından sunulan maliyet rakamlarının dışında yerinde incelemede doğrudan alınan maliyet verilerine göre de Eylül ayı itibarıyla Ege Bölge Satış Müdürlüğü'nde KDV dahil 12 kg'lık tüpün başa baş noktası (.....) YTL olarak oluşmaktadır. Bu itibarla, *salt Aygaz açısından bakıldığında* başa baş noktasına yakın bir fiyattan satış yapıldığı ve bunun yıkıcı fiyat olarak değerlendirilemeyeceği 1060 anlaşılmaktadır.

Bununla birlikte, Tansaş tarafından bayiye ödenen KDV hariç (.....) YTL'lik indirimle birlikte bakıldığında tüp başına yaklaşık (.....) YTL'lik zarar oluştuğu görülmektedir. Bu noktada gerek ticari maliyetin gerekse sınıai maliyetin altına inen bir fiyatlandırma söz konusu olup, *sadece fiyat ve maliyet verileri dikkate alınacak olursa* yıkıcı fiyatlandırma sonucuna da varılabileceği düşünülmektedir..

Aygaz yetkilileri ile maliyet ve fiyatlara ilişkin bu veriler üzerinde yapılan görüşmelerde, söz konusu fiyatlandırmanın yalnızca kampanyaya özgü olduğu, dolayısıyla kapsam ve süre bakımından sınırlı olduğu ifade edilmiştir.

## 07-16/145-46

1070 Bu noktada öncelikle, “Bir firmanın fiili ve potansiyel rakiplerini fiyat indirimi yoluyla elimine etmek, disipline etmek veya piyasaya giriş teşebbüslerini caydırmak suretiyle pazar gücü elde ettiği bir strateji” olarak tanımlanan yıkıcı fiyat uygulamasının bazı unsurlarına değinmek gerekmektedir. Bu unsurlar;

- yıkıcı fiyat uygulamasına girişen teşebbüsün, ortaya çıkacak zarara rakiplerinden daha uzun süre dayanabilmesini sağlayacak iktisadi üstünlük
- makul sayılmayacak ölçüde düşük fiyat (genelde fiyatın maliyetin altına kaydığı noktada bir rekabet ihlali oluşabileceği düşünülmektedir.)
- yıkıcı fiyat uygulamasıyla rakipleri piyasa dışına itme ve daha sonra fiyatı yükseltme amacı
- uygulama döneminde maruz kalınan zararları kapatıp, uzun vadede kar elde etme olanağı (hasat)

1080

olarak sayılmaktadır.

Burada yer alan birinci ve ikinci unsurlar, Aygaz’ın Koç Grubu bünyesinde yer alan bir teşebbüs olması ve kampanya çerçevesindeki fiyatlandırmanın gerek ticari gerekse sınai maliyetin altında olması nedeniyle sağlanmış olup üçüncü koşul üzerinde daha ayrıntılı bir değerlendirme yapılması gerekmektedir.

1090

Kampanyaya ilişkin olarak verilen bilgiler çerçevesinde özetlemek gerekirse kupon dağıtımı bir ay sürmüş olup bu kapsamda 196.467 adet kupon dağıtılmış, 20.1.2007 tarihi itibarıyla 91.133 adet kupon geri dönmüş, bunlardan 88.036 adeti Aygaz müşterilerinden, 3.097 adedi ise rakiplerin müşterilerinden gelmiştir. Kampanya sonu itibarıyla Aygaz yetkilileri tarafından 4.500 yeni müşterinin gelmesi öngörülmektedir. Hemen akabinde İpragaz ve Demirören Grubu tarafından karşı kampanyalar düzenlenmiş, bu kapsamda Demirören Grubu’na yaklaşık 4.100, İpragaz’a ise yaklaşık 500 müşteri dönmüştür. Dolayısıyla, söz konusu kampanyanın yaklaşık 9-10 bin müşteriyi etkilediği görülmektedir. Yukarıda yer alan hesaplamalar çerçevesinde İzmir’deki abone sayısının 900.000 ile 1.250.000 arasında olduğu dikkate alındığında kampanyanın, rekabet bakımından İzmir Bölgesi’ndeki müşterilerin yalnızca %1’e yakın bir bölümünü etkilediği, diğer müşterilerin ise halihazırda Aygaz tüpü kullandıkları ve bu çerçevede 200.000’e yakın müşterinin ucuz fiyattan yararlandığı anlaşılmaktadır.

1100

LPG piyasasında fiyatlandırmaya bakıldığında 1.1.2005 tarihinden itibaren serbest fiyatlamaya geçildiği ve gerek dağıtım şirketlerinin gerekse bayilerin kar marjlarının önceki döneme kıyasla önemli ölçüde yükseldiği, buna karşılık alternatif yakıtlar nedeniyle LPG piyasasının daralan bir yapıya sahip olduğu, bu nedenle dağıtım şirketlerinin kısa ve orta vadeli hedeflerinin büyüme ve pazar payını artırmadan ziyade ilk öncelik olarak mevcut pazar payını korumak ve karını maksimize etme doğrultusunda olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, büyüme beklenmeyen bir pazarda şirketlerin sürekli olarak makul olmayan ölçülerde fiyat indirimine gitmeleri ve bunu uzun süre uygulamaları rasyonel görünmemektedir. Şirket yetkilileri ile yapılan görüşmelerde, yıl öncesinde şirketin pazar payı, satış tonajı ve kar miktarına ilişkin hedefler koyduğu, bu hedefleri tutturmak için diğer bir hedeften taviz verilebildiği, örneğin satış miktarı hedefi için karlılıktan belirli bir ölçüde vazgeçilebildiği ifade edilmiştir.

1110

LPG’nin tüketici gözünde önemli ölçüde homojen bir ürün olmasına bağlı olarak, teşebbüsler bakımından rasyonel olmadığı halde zaman zaman bölgesel olarak fiyat rekabeti ile karşılaşmaktadır. Nitekim, yukarıda yer alan Aygaz’ın İzmir’deki rakiplerinin faaliyetlerine ilişkin bölüm incelendiğinde ihaleli alımlarda münferit de olsa önaraştırma konusu olan 26 YTL’lik fiyatın da altında fiyatlama yapılabildiği

1120 görülmektedir. Ancak, bu belgelerde yer alan verilerin geneli dikkate alındığında indirimli satışların yaklaşık 29-30 YTL seviyesinden gerçekleştiği görülmektedir. Nitekim, önaraştırma konusu kampanya kapsamında uygulanan 26 YTL'lik fiyata Tansaş'ın katkısıyla karşılanan KDV hariç 3,39 YTL eklendiğinde, Aygaz ve bayilerinin birlikte uygulayabileceği indirimli satış fiyatının da 29-30 YTL düzeyine tekabül ettiği görülmektedir.

1130 Bu noktada, Aygaz ve bayilerin, başka bir şirketin katkısı olmadan hangi seviyeye kadar rekabetçi bir fiyatlandırma yapabilecekleri hakkında kesin bir öngörude bulunmak mümkün olmamakla birlikte, önaraştırma konusu kampanyalar kapsamında Aygaz'ın diğer grup şirketlerinin desteğini aldığı açıkça görülmektedir. 4054 sayılı Kanun çerçevesinde, aynı grup içinde yer alan şirketlerin birlikte hareket ederek fiyatlandırma açısından bir rekabet avantajı ortaya çıkarmalarının önünde bir engel bulunmamaktadır. Aksine, kar marjlarının yüksek olduğu bazı sektörlerde grup şirketlerinin birlikte hareket etmek yoluyla fiyat rekabeti yaratmalarının 4054 sayılı Kanun çerçevesinde rekabet ile ulaşılmak istenen bir amaç olduğu açıktır. Ancak bu tür uygulamaların neticede yıkıcı fiyata dönüşmesi riski de göz ardı edilmemelidir. Yıkıcı fiyat çerçevesinde, grup şirketlerinin birlikte davranışlarının değerlendirilmesinde ise pazarın yapısının ve özellikle de kar marjlarının dikkate alınması gerekmektedir.

1140 Yukarıda, LPG dağıtım şirketlerinin, mevcut kar marjları haricinde genelde olumsuz pazar koşullarıyla karşı karşıya buldukları ve tek başlarına hareket ederek uzun süre düşük fiyat uygulamalarının zor olduğu, buna karşın LPG'nin tüketici gözünde homojen bir ürün olması nedeniyle mecburen fiyat rekabetine girdikleri açıklanmıştır. Bu çerçevede, yıkıcı fiyata ilişkin olarak yukarıda yer verilen dördüncü unsurun sağlanmasının, LPG piyasasında rasyonel bir değerlendirme çerçevesinde zor olduğu, bir başka ifadeyle, rakiplerin pazar dışına itilebilmesi ve bu süreçte uğranılan zararların telafi edilebilmesi için uzun süreli ve sık tekrarlanan kampanyalar gerekmekte olup bu süreçte kampanyayı düzenleyen şirketin de ciddi boyutlarda zarara uğrayabileceği görülmektedir.

1150 Nitekim, önaraştırma kapsamında teşebbüslerde yapılan görüşmelerde sektörde sık sık tekrarlanan bu ve benzeri kampanyaların şirketler bakımından ve sektörün geneli itibarıyla olumsuz sonuçlara yol açtığı ifade edilmiştir. Mevcut koşullar çerçevesinde, LPG piyasasının küçülen bir yapıya sahip olduğu da dikkate alındığında, bu tür kampanyaların pazar payını artırmaktan çok korumaya yönelik olduğu ancak bu süreçte yapılan indirimlerden tüketicilerin istifade ettiği belirtilmiştir.

Kampanyanın İzmir İli'nde ortaya çıkardığı bu sonuçlar dikkate alındığında, Demirören Grubu, İpragaz, BP Gaz, Totalgaz gibi büyük grupların, sadece söz konusu uygulama sonucunda pazar dışına itildiği sonucuna ulaşmak mümkün görünmemektedir.

1160 Ancak, düşük fiyat politikasının LPG piyasasındaki şirketler bakımından rasyonel olmadığı ve uğranılan zararların telafisinin uzun süre gerektirdiği görülmekle birlikte, grup şirketlerinin birbirini desteklemek suretiyle diğer rakipler üzerinde uzun süreli ve kapsamlı bir rekabetçi baskı yaratabileceği de gözden kaçırılmamalıdır. Bu tür bir uygulama ile sürekli olarak "maliyetin altında" bir fiyatlandırma politikası güdümediği sürece münferit kampanyalardan hareketle yıkıcı fiyat uygulandığı sonucuna ulaşmak mümkün görünmemektedir.

**J. SONUÇ**

Düzenlenen rapora ve dosya kapsamına göre;

- 1170 1- Aygaz A.Ş.'nin tüplü LPG pazarında, İzmir ilinde Tansaş ile birlikte kampanya yapmasının, Yapı Kredi Bankası'nın kredi kartı ile taksitli satış kampanyası yapmasının, paro uygulaması kapsamında 20 YTL indirimle satış yapmasının Koç Grubu şirketleri tarafından, tüplü LPG pazarına yönelik olarak yürütülen bir işbirliği olarak değerlendirilebileceği; söz konusu uygulamaların kapsamı, süresi ve pazardaki etkileri ile pazarın özellikleri ve rakiplerin konumu dikkate alındığında, bu işbirliğinin 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi bakımından ihlal teşkil etmediğine, bu nedenle Aygaz A.Ş., Koç Holding A.Ş., Migros Türk T.A.Ş. ve Yapı Kredi Bankası A.Ş. hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığına,
- 1180 2- Tüpraş Türkiye Petrol Rafinerisi'nin Milangaz A.Ş.'nin Ege Bölgesi ihtiyacının tamamen ithal LPG'den karşılanması talebini reddetmesinin 4054 sayılı Kanun kapsamında bir ihlal oluşturmadığına, Aliağa Rafinerisi'ndeki LPG iskelesinin LPG dağıtım şirketlerinin 21.10.2005 tarih ve 05-71/981-270 sayılı Kurul kararında ifade edildiği şekilde yararlanmasını sağlayacak şekilde düzenleme yapılarak uygulamaya konulmasına

OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.