

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

**REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2005-3-104 (Soruşturma)  
Karar Sayısı : 07-02/28-8  
Karar Tarihi : 11.1.2007

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

10 Başkan : Mustafa PARLAK  
Üyeler : Prof. Dr. Zühtü AYTAÇ, Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI,  
M. Sıraç ASLAN, Süreyya ÇAKIN, Mehmet Akif ERSİN

**B. RAPORTÖRLER:** Burak BÜYÜKKUŞOĞLU, Onur Yelda YÜKSEL,  
Zeynep MADAN, Çağlar Deniz ATA

**C. ŞİKAYET EDEN :** İhbar

**D. HAKKINDA SORUŞTURMA YAPILANLAR**

20

1. Kavmar Gıda Pazarlama A.Ş. (Kavmar)  
Tunus Caddesi No:88/4 Kavaklıdere Ankara

Temsilcisi: Av. Demet USLU, Av. Önder KIRDÖK  
Tunus cad. No:88/4 Kavaklıdere Ankara

2. Doluca Şarapçılık Pazarlama ve Ticaret A.Ş. (Doluca)  
Barbaros Plaza Kat:9 Emirhan Cad. No:145/C İstanbul

30

Temsilcisi: Av. Tolga İŞMEN  
Büyükdere Cad. Maya Akar Center No:100-102 Kat :19  
34394 Esentepe İstanbul

**E. DOSYA KONUSU:** Kavaklıdere ve Doluca markalarıyla şarap üretimi ve satışını gerçekleştiren teşebbüslerin satış noktalarını birbirleriyle imzaladıkları tek satıcılık anlaşmaları ile kapattıkları iddiası.

40

**F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Kavaklıdere Şarapları A.Ş. (Kavaklıdere) tarafından üretilen şarapların satışı ve pazarlanması konusunda tek yetkili firma olan Kavmar, Doluca ve bar, restoran işletmecisi Antik Turizm Sanayi ve Dış Ticaret A.Ş. (Reina) unvanlı teşebbüsler arasında imzalanan üç taraflı bir sözleşme ile iki rakip teşebbüsün yatay anlamda bir araya gelerek 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'u ihlal ettikleri iddia edilmektedir.

50

**G. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurumu'na bir ihbar vasıtasıyla intikal eden, tarafları Kavaklıdere tarafından üretilen şarapların satışı ve pazarlanması konusunda tek yetkili firma olan Kavmar ile Doluca ve bar restoran işletmecisi Reina unvanlı teşebbüsler olan sözleşme incelenmiş ve 7.10.2005 tarih ve 2005-3-104/İİ-05-AİÇ sayılı ilk inceleme raporu hazırlanmıştır.

Söz konusu İlk İnceleme Raporu'nun görüşülmesi sonucunda Kurul 20.10.2005 tarih ve 05-70/961-M sayılı kararı ile; Kavaklıdere, Kavmar ve Doluca firmalarının iddia konusu eylemlerine yönelik olarak 4054 sayılı Kanun'un 40. maddesinin birinci fıkrası gereğince önaraştırma yapılmasına karar vermiştir.

60 Yapılan önaraştırma üzerine hazırlanan 2.1.2006 tarihli ve 2005-3/104/ÖA-06-BB sayılı Önaraştırma Raporu, 2.1.2006 tarih ve REK.0.07.00.00-110/1 sayılı Başkanlık önergesi ile Kurul'a sunulmuştur. Kurul söz konusu Önaraştırma Raporunu görüşerek 26.1.2005 tarih ve 06-04 sayı ile Kavaklıdere ve Doluca teşebbüslerinin şarap piyasasında rekabeti engellemeye yönelik davranışları olduğuna dair belirtiler tespit edildiğinden 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca Kavmar ile Doluca firmaları hakkında soruşturma açılmasına karar vermiştir.

70 10.2.2006 tarihinde, Kanun'un 43. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca ilgililere soruşturma açıldığına dair bildirimde bulunularak kendilerinden 30 gün içinde ilk yazılı savunmalarını göndermeleri istenmiştir. Hakkında soruşturma yürütülen Kavmar ve Doluca teşebbüslerinin ilk savunmaları sırasıyla 13.3.2006 tarih, 1559 sayı ve 19.4.2006 tarih, 2378 sayı ile süresi içinde Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.

Görevli raportörlerce yürütülen soruşturmada hazırlanan 26.7.2006 tarih ve SR/06-16 sayılı Soruşturma Raporu Kanun'un 45. maddesinin birinci fıkrası ve Rekabet Kurumu Çalışma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik'in 62. maddesi gereğince, taraflara 26.7.2006 tarihinde tebliğ edilmiş ve teşebbüslerden savunmaları istenmiştir.

80 Kavmar 1.8.2006 tarih, 5284 sayı ve Doluca ise 2.8.2006 tarih, 5329 sayı ile Kurum kayıtlarına giren yazılarında savunmalarının hazırlanması için ek süre talebinde bulunmuşlardır.

Kurul 3.8.2006 tarih ve 06-57/763-M sayılı kararı ile her iki teşebbüsün savunma sürelerinin 30'ar gün uzatılmasına karar vermiştir. Taraf savunmaları 25.9.2006 tarihinde süresi içinde Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.

90 Soruşturma Heyeti'nin hazırladığı 9.10.2006 tarihli "Ek Yazılı Görüş", Kanun'un 45. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca, 10.10.2006 tarihinde tüm Kurul Üyeleri ve taraflara tebliğ edilmiştir. İlgili teşebbüslerin ek görüşe karşı cevapları yasal süreleri içinde en son 10.11.2006 tarihinde olmak üzere Kurumumuza intikal etmiştir.

Kurul'un 15.11.2006 tarih ve 06-84 sayılı toplantısında, yürütülen soruşturma ile ilgili olarak 9.1.2007 tarihinde sözlü savunma toplantısı yapılmasına, sözlü savunma toplantısına soruşturma kapsamındaki teşebbüslerin davet edilmesine karar verilmiştir. Sözlü savunma toplantısı davetiyeleri, Kanun'un 46. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca ilgililere gönderilmiştir.

100 9.1.2007 tarihinde sözlü savunma toplantısı yapılmıştır. Rekabet Kurulu 11.1.2007 tarihinde 07-02/28-8 sayılı nihai kararını vermiştir.

## H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili Rapor'da;

- Kavmar Gıda Pazarlama A.Ş. ve Doluca Şarapçılık ve Pazarlama A.Ş.'nin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine aykırı eylemler gerçekleştirdikleri,
- Bu nedenle hakkında soruşturma yürütülen teşebbüslerin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal etmeleri karşısında, Kanun'un 16. maddesinin 2. fıkrası gereğince cezalandırılmaları gerektiği,
- Ancak cezanın tespitinde, eylemlerin az sayıda nokta ile sınırlı kalması, başlangıç aşamasında olması, pazarın geneline yansımış yaygın bir etkiye yol açmaması gibi hafifletici unsurların dikkate alınmasının yerinde olacağı,
- Diğer yandan Kavmar Gıda Pazarlama A.Ş. ve Doluca Şarapçılık ve Pazarlama A.Ş. tarafından yerinde tüketim noktalarıyla yapılan tek satıcılık sözleşmelerinin, dolayısıyla rekabet yasağının belirsiz süreli olmaması için rekabet yasağının en fazla 5 yıl süreyle sınırlandırılacak şekilde düzenlenmesi gerektiği,

ifade edilmektedir.

## I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

120

### I.1. İlgili Pazar

#### I.1. 1. Sektöre İlişkin Bilgiler

Şarap, yalnız taze üzüm veya şirasının fermantasyonu ile elde edilen alkollü içkiye verilen addır. Şaraplar üzümün rengine göre beyaz, kırmızı ve pembe, içerdikleri şeker miktarına göre sek, dömisek ya da tatlı olarak sınıflandırılmaktadır.

130

Şarap sektörü, 4250 sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İhisarı Kanunu'nun 1. maddesinde yer alan "Bira, her türlü şarap ve meyve şaraplarının yapılması ve satılması serbesttir" hükmü çerçevesinde uzun yıllardır özel sektörün faaliyette bulunduğu bir alandır. Hatta TEKEL'in özelleştirilmesinden önce dahi ülkemizde çok sayıda özel şarap üreticisi faaliyet göstermiştir. Nitekim ülkemizde üzüm tarımının yaygın olması ve şarap üretiminin teknoloji yoğun bir üretim gerektirmemesi, şarabın irili-ufaklı birçok işletme tarafından üretilebilmesi sonucunu doğurmuştur. Tütün Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu (TAPDK) tarafından üretim izni verilen şarap üreticisi sayısı 68 olup bu sayı bira için 7 ve yüksek alkollü içkiler için 12'dir. Ancak pazarda oldukça yaygın olan kayıtdışı üretim nedeniyle şarap üreticilerinin sayısının söz konusu rakamdan daha yüksek olduğu sektörde dile getirilmektedir.

140

Şarap pazarı genel itibarıyla rekabetçi bir pazar olarak bilinmekle birlikte pazarın ülkemizdeki şarap üreticisi sayısı ile orantılı bir şekilde rekabetçi olduğu söylenemez. Zira şarap üretimi için izin alan pek çok teşebbüs ülke çapında faaliyet göstermeyen, yerel ölçekte çalışan görece küçük işletmelerden oluşmaktadır. Kayıtdışı ekonominin yaygın olduğu pazarda 1-4 YTL civarında fiyatla satılan şarapların haksız rekabet yarattığı ifade edilebilecek olup ağırlıklı olarak kayıtdışı çalışan üreticiler arasındaki rekabetin yoğun olduğu söylenebilir. Nitekim sektör temsilcileri ile yapılan

150

görüşmelerde kabaca 5-6 YTL'den ucuz şarapların kayıtdışı olduğu ifade edilmiştir. Diğer yandan kalite şarap olarak adlandırılan ve 6-7 YTL'nin üzerinde fiyata sahip şarapların olduğu piyasada ülke çapında faaliyet gösteren az sayıda teşebbüs bulunduğu görülmektedir. Bu teşebbüsler arasında Kavaklıdere, Doluca, Mey, Turasan, Pamukkale, Sevilen, Yazgan, Kutman, Diren'in sayılması mümkündür. Yine benzer şekilde yerinde tüketim pazarında da görece az sayıda üretici tarafından üretilen ürünlerin tüketildiği görülmektedir. Bunun en önemli nedenlerinden birisi yaygın ve etkin dağıtım ağı gerekliliğidir. Etkin dağıtım ağından kasıt ürünlerin zamanında ve talep edildiği zaman satış noktasına hızlı ve bozulmadan ulaştırılması ve bu kapsamda satış noktasının güvenini kazanmak olduğu dikkate alındığında konunun önemi anlaşılmaktadır. Bu kapsamda yerinde tüketim kanalında özellikle küçük perakende kanallarında olduğu gibi kayıtdışı şarap yaygın değildir.

Yıllar boyunca ithalatın kısıtlı olduğu pazarda TAPDK tarafından hazırlanan ve 6.6.2003 tarih ve 25130 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Alkol ve Alkollü İçkilerin İç ve Dış Ticaretine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik" ile alkol ve alkollü içkilerin ithalatı, dolayısıyla şarabın ithalatı da serbest hale gelmiştir. Bu bilgiler ışığında ülkemizde üretilen, ithal ve ihraç edilen şaraplara ilişkin bilgiler Tablo-1'de gösterilmektedir.

Tablo 1: Şarap Sektörüne Ait Pazar Bilgileri

	Üretim (lt)	İthalat (lt)
Şarap (2004)	27.961.641	54.953
Şarap (2005)	26.004.883	825.485
Şarap (2006)*	3.629.764	237.692

(\* Bu veriler 2006 yılının ilk 3 ayını içermektedir.

Ülkemizde farklı fiyatlardan şarap üretilmekle birlikte üretilen bu şaraplar sektör temsilcileri tarafından fiyatlarına göre 5 farklı kategoriye ayrılmaktadır. Bunlar ucuz, temel, popüler, üst ve premiumdur. Ucuz şaraplar genellikle 6 YTL'ye kadar nihai tüketicilere satış fiyatı olan ve fiyata duyarlı düşük gelir seviyesindeki tüketicilere hitap eden ürünlerden oluşmaktadır. Ucuz gruptaki şaraplar sofran şarabı, diğer gruplardaki şaraplar ise kalite şarabı olarak bilinmektedir. Temel gruptaki şaraplar 6-9 YTL, popüler segmentte yer alan şaraplar 9-13.50 YTL, üst grupta yer alan şaraplar 13.50-17 YTL, premium grupta yer alan şaraplar ise fiyatı 17 YTL ve üstü fiyatlardan satılmaktadırlar<sup>1</sup>.

Dosya mevcudu bilgi ve belgeden; şarap üretiminin son derece kolay olması nedeniyle pazarda kayıtdışı üretimin yaygın olduğu sektördeki toplam üretimin yalnızca 1/3'ünün kayıtlı olduğunun öne sürüldüğü anlaşılmaktadır. Nitekim 0,70 lt.lik şişelerdeki sofralık şarapların ÖTV (Özel Tüketim Vergisi) miktarı 2,30 YTL olup buna % 18 KDV, ana bayi ve perakende kanalı kârı ilave edildiğinde, maliyet dahil en ucuz 6 YTL civarında bir fiyatla şarap satılması gerekirken 1 YTL'den başlayan fiyatlarla şarap satışının olduğu sektör temsilcilerince de tespit edilmektedir. Kalite şaraplarda ise maliyet değerinin 5,25 YTL.'yi geçmesi halinde %63,3 oranındaki yüksek nispi vergi uygulaması yapılmaktadır.

<sup>1</sup> Söz konusu fiyatlar tavsiye edilen perakende satış fiyatlarıdır.

200 Kayıtdışı üretimin büyük çoğunlukla üretimin yapıldığı yöredeki bakkal gibi geleneksel perakende kanallarında satıldığı, zincir marketlerde ise kayıt altındaki ürünlerin bulunduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. İlave olarak üst gelir grubuna hitap eden yerinde tüketim noktaları başta olmak üzere yerinde tüketim noktalarında genelde, kayıt içinde kalan üreticilerin ürünlerinin bulunduğu ifade edilebilir.

210 Bu aşamada şarap sektöründeki dağıtım ve satış faaliyetlerine değinmek yerinde olacaktır. Alkol ürünleri piyasasında dağıtım oldukça önemlidir. Piyasaya yeni girecek olan bir markanın imaj sahibi olması ya da bilinirliğe kavuşması için gerekli olan reklâm imkanlarının sınırlandırılması, söz konusu piyasa açısından dağıtımı önemli kılan unsurdur. Nitekim 4250 sayılı Kanun'da değişiklik yapan 11.1.2001 tarih ve 4619 sayılı yasanın 3. maddesine göre "...Alkol, bira ve şarap dahil her çeşit alkollü içkinin televizyon, kablolu yayın, radyo ve kamu yayın araçlarıyla reklamının yapılması, ayrıca, içki satış yerleri ile tüm ticari ve kamuya açık yerlerde, tüketilmek veya beraberinde götürülmek üzere 18 yaşından küçüklere alkollü içecek satılması veya sunulması yasaktır..." Görüldüğü üzere reklam kısıtlarının var olduğu piyasada teşebbüsler ürünlerinin satıldığı yerinde tüketim noktalarına dolap, stant, tabela gibi çeşitli görsel malzemeler vererek ürün ve markalarının tanıtımını yapmaya çalışmaktadırlar. Bu çerçevede nihai satış noktalarında yer alamayan ya da tüketiciye yaygın bir dağıtım ağı ile ulaşmayan şarapların, tüketici tarafından fark edilmesi ve buna bağlı olarak tüketilmesi oldukça güçtür. Bu yönüyle piyasaya yeni girecek bir şarap üreticisi açısından, tüketici nezdinde bilinirliğe sahip olmanın ve buna bağlı olarak orta ve uzun vadede piyasada tutunmanın en önemli unsurlarından biri etkin ve yaygın bir dağıtım ağına sahip olmaktır. Nitekim tüketimin oldukça yaygın olduğu yerinde tüketim kanallarında nokta sahiplerinin bir kısmının fazla stok bulundurmamak istememeleri ve ürünler bitince sipariş verme yolunu tercih etmeleri hızlı bir dağıtım ağını gerekli kılan bir başka husustur.

230 Tüketim noktalarına göre şarap pazarı yerinde tüketim (on trade) ve evde tüketim (off trade) olarak ikiye ayrılmaktadır. Yerinde tüketim noktaları, şarap tüketicilerinin şarabı buldukları yerde tükettikleri, evde tüketim noktaları ise tüketicilerin şarabı aldıkları yer ile tükettikleri yerlerin farklı olması durumunda şarabın satın alındığı kanala verilen addır.

Şarap pazarında ev tüketimi kanalına yönelik 2004 yılına ait litre ve ciro bazında pazar paylarına aşağıda yer verilmektedir.

Tablo:2 2004 Yılı Şarap Ev Pazarına Ait Ciro ve Litre Bazında Pazar Payları (%)

Teşebbüs	K.dere	Doluca	Gürkan	Sevilen	Yazgan	Mey	P.Kale	Diğer <sup>2</sup>
Ciro Bazlı	20-25	20-25	10-15	10-15	5-10	5-10	5-10	11
Litre Bazlı	10-15	10-15	20-25	10-15	10-15	5-10	0-5	18

240 Yerinde tüketim noktaları daha çok, şarabın yanında başka servislerin verildiği, şarabın açık veya kapalı (kadeh veya şişe) olarak satıldığı otel, restoran, bar, kafe gibi mekanlardır. Evde tüketim noktaları ise tüketicilerin

<sup>2</sup> Diğer içerisinde Medele, Osman Latif Aral, Talay, Kutman, Bortaçına ve Birecik teşebbüsleri yer almaktadır.

şarabı başka yerde tüketmek için kapalı olarak aldıkları bakkal, büfe, market gibi noktalardır.

250 Şarap pazarında yerinde tüketim kanallarının önemi yüksektir. Konuya ilişkin olarak Raportörler tarafından sektör temsilcileri ile yapılan görüşmelerde şarabın yaklaşık olarak %50 oranında yerinde tüketim kanallarında tüketildiği bilgisi edinilmiştir. Dolayısıyla yerinde tüketim noktaları şarap üreticisi teşebbüsler için önem taşımakta ve söz konusu noktalarda bulunabilirlik hem satışların artması hem de firma ve marka prestiji açısından gerekli görülmektedir. Bu açıdan ele alındığında şarap üreticisi teşebbüsler için anılan noktalarda ürün bulundurmaya adına bir rekabet yaşanmaktadır. Özellikle A tipi olarak nitelenen görece yüksek gelir grubuna hitap eden ve şarap tüketimi kapsamında önem taşıyan noktalarda yer almanın yukarıda belirtilen prestij unsurunu pekiştirdiğini belirtmek gerekmektedir. Üstelik reklam kısıtının olduğu pazarda ülkemizde şarabın yeni yeni gelişmeye başladığı dikkate alındığında bu noktalardaki tanıtımın önemi artmaktadır. Ayrıca bu noktalarda bulunmanın ev tüketimi kanalındaki tüketimi de tetiklediğini söylemek mümkündür. Bu unsurlar bazı yerinde tüketim noktalarına şarap üreticisi teşebbüsler karşısında zaman zaman pazarlık gücü sağlayabilmektedir.

260

Yerinde tüketim noktaları marka bazında incelendiğinde sektördeki en büyük iki firma olan Kavaklıdere ve Doluca'nın pazar paylarının sırasıyla %45-50 ve %35-40 civarında olduğu görülmektedir. Sektördeki geri kalan firmaların ise pazar payları %5'in altındadır. Bu bilgiler Tablo 3'deki gibi özetlenebilir;

Tablo 3: Teşebbüslerin Pazar Payları<sup>3</sup> (%)

	K.dere	Doluca	Sevilen	Kutman	Pamukkale	Diğer
Pazar Payı	<b>45-50</b>	<b>35-40</b>	<b>0-5</b>	<b>0-5</b>	<b>0-5</b>	<b>8,1</b>

270 Dosya mevcudu bilgi ve belgelerden Kavaklıdere ve Doluca'nın toplam pazar payının yerinde tüketim kanallarında %80-90 olduğu görülmektedir.

270

Yerinde tüketim noktalarının sektör için öneminden dolayı üreticilerin bir kısmı satış noktalarına belli avantajlar sağlamak suretiyle söz konusu noktalarda münhasır anlaşmalar yapmaktadır. Teşebbüsler tarafından anılan işletmelerle akdedilen münhasır anlaşmalar genel olarak üç farklı türde yapılmaktadır. Bunlar noktaya rakip ürün veya rakip yerli ürün girmemesi için yapılan "münhasır anlaşmalar", noktada kadehte satılan şarapların yalnızca belli bir markanın şarapları olması için yapılan ve "kadeh anlaşmaları" olarak adlandırılan anlaşmalar ile noktada yapılan tanıtım, toplantı, düğün, davet gibi etkinliklerde yalnızca belli bir markanın şaraplarının servis yapılması için yapılan ve "banket anlaşmaları" olarak nitelendirilen anlaşmalardır.

280

Son iki yıldır ülkemizde geçmiş yıllara kıyasla daha fazla şarap ithal edilmektedir. 2005 yılı verilerine göre resmi üretimin yaklaşık %3'ü kadar şarap ithal edilmişken bu oran 2006 yılının ilk 3 ayında %6,5 oranındadır. Bu tabloda her ne kadar düşük döviz kurunun etkisi olmuş olsa da şarap ithalatının daha da artması beklenmektedir. Nitekim TAPDK'ya kayıtlı 80'in

<sup>3</sup> Anketteki pazar payları Eylül 2004-Eylül 2005 dönemini kapsayacak şekilde 1 yıllık olarak alınmıştır. Söz konusu anket İstanbul, Ankara, İzmir dahilinde yapılmıştır.

290 üzerinde içki ithalatçısı olması da bu konuda önem taşımaktadır. Bu ithalatçılar arasında yerli şarap üreticileri olduğu gibi yalnızca ithalatla iştirak eden teşebbüsler de bulunmaktadır. Geçtiğimiz yıllarda yerli şaraba göre oldukça yüksek fiyattan satılan ithal şarapların önemli bir kısmı artık yerli şaraplara yakın fiyatlarla satılmaya başlanmıştır. Bu ise pazardaki rekabetçi süreci artırıcı etkide bulunmuştur. Bu bağlamda ithalatçılar daha etkin hale geldikçe, tüketici ithal şarabı tanıdıkça geçtiğimiz yıllarda gerek çok az tüketilmesi gerekse fiyatlarının yüksek olması nedeniyle yerli ürünlere rakip olarak görülmeyen ithal şarapların önümüzdeki dönemde pazar payını artırması beklenmektedir. Dolayısıyla henüz daha yeni yeni yerli şaraba kısıtlı bir şekilde rakip olan ithal şaraplar, şarap ithalatına doğrudan veya dolaylı bir engel gelmemesi durumunda, önümüzdeki yıllarda önemini artıracaktır.

300 Pazardaki rekabetçi süreci artıran bir başka unsur geçtiğimiz yıllarda sofr şarabı üreten yerli üreticilerin günümüzde kalite şarap üretimine yönelmeleridir. Önceden bu alana yatırım yapan teşebbüsler ağırlıklı olarak Doluca ve Kavaklıdere olmasına karşın sektördeki pek çok üreticinin kaliteli şarap üretimine yönelmeleri pazardaki rekabetçi yapıyı artırmaktadır.

310 Pazarın rekabetçi yapısı ile ilgili olarak söylenebilecek bir başka husus sektörde son yıllarda hızla çoğalan butik üreticilerdir. Bu üreticiler kalite şarabı düşük tonajlarda üreterek bu ürünleri yüksek fiyata satmaktadırlar. Birçoğu henüz daha pazara tam anlamıyla nüfuz edemese ve tüketici tarafından tanınıp benimsenemese de bu teşebbüslerin orta vadede pazarın rekabetçi yapısına olumlu katkıda bulunacakları öngörülebilir. Ülkemizde son yıllarda şaraba olan talebin ve ilginin artması ve sektörün gelişmeye başlamasının yanısıra yukarıda yer verilen gelişmelerin önümüzdeki dönemde pazarın rekabetçi yapısını artıracacağı beklenmektedir.

### **I.1.2. İlgili Ürün Pazarı**

320 Belirli bir ürün ve onunla yüksek ikame edilebilirliği olan diğer ürünlerden oluşan pazar ilgili ürün pazarını oluşturmaktadır. Bir ürünün diğer bir ürünle aynı pazarda yer alabilmesi için bu ürünlerin tüketici gözünde nitelikleri, kullanım amaçları ve fiyatları açısından benzer olmaları ve birbirleriyle ikame edilmeleri gerekmektedir.

330 Alkollü içecekler girdi ve üretim süreçlerindeki farklılıklar gözönüne alınarak, distile ve fermente içecekler, fermente içecekler ise bira ve şarap olmak üzere iki başlık altında incelenmektedir. Bunlardan distile içecekler; rakı, votka, kanyak, cin, likör, brendi, vermut ve viski ürünlerini kapsamaktadır. Bununla birlikte, genel olarak tüm alkollü içecekleri, alkollü içkiler pazarı başlığı altında değerlendirmek mümkün görünse de böyle bir genelleme içkiler arasındaki fiyat farklılıkları ve bazı içkilerin tüketici taleplerinin diğerlerinden farklılaştığı dikkate alındığında rekabet hukuku bağlamında yapılacak ilgili ürün pazarı tanımlamasına uymayacaktır.

Konu talep ikamesi yönünden değerlendirildiğinde, yukarıda yer verilen distile/fermente ayrımının ötesine geçmek zorunluluğu doğmaktadır. Esas olarak alkollü içecekler pazarını sağlıklı bir şekilde alt pazarlara ayırabilmek

340 için temel olarak fiyat ve tüketici tarafından öngörülen kullanım biçimlerini dikkate almak gerekmektedir. Bununla birlikte fiyat yönünden ikame edilebilirlik, tüketicilerin gelir ve kültür seviyeleri dikkate alınarak değerlendirilmelidir.

350 Ülkemizdeki alkollü içki tüketicisi profili dikkate alındığında alkollü içecekler, öncelikle, düşük ve yüksek derecede alkol içeren ürünler olmak üzere iki ana bölüme ayrılmalıdır. Yüksek alkollü içecekler, daha çok ev pazarında, görece düşük miktarlarda tüketilmektedir. Düşük alkollü içecekler ise, yüksek alkollü içeceklerle oranla ev dışı pazarda daha çok tüketilmektedir. Bu ürünler tüketilirken kişilerin eğlenme veya vakit geçirme düşüncesi ve amacı ön planda olabilmektedir. Bununla birlikte, yüksek alkollü içeceklerin ise ev dışı pazarda ve eğlenmek amacıyla tüketimi söz konusu olduğu gibi, düşük alkollü içeceklerin de ev pazarında keyif almak amacıyla tüketildiği ileri sürülmektedir. Ancak buradaki temel yaklaşım, alkollü içecekleri ağırlıklı tüketim amaçları yönünden bir ayırma tabii tutmaktır.

360 Yüksek alkollü içki tüketenler bu ürünleri tüketme gerekçeleri olarak günün yorgunluk ve stresinden sıyrılmak ve/veya keyiflenmek olduğunu belirtmektedirler. Bu nedenle yüksek alkollü içkilerin tüketiminde alkol tüketmek öncelikli amaç olarak değerlendirilebilir. Öte yandan düşük alkollü içkilerin tüketiminde temel amacın, eğlenmek, arkadaş ortamında vakit geçirmek, içkinin yemeğe eşlik etmesi, ya da bira tüketiminde olduğu gibi bütün bu hususların yanısıra bir noktaya kadar susuzluğu gidermek olduğu ifade edilmektedir. Burada alkol tüketimi anılan amaçların gerçekleştirilmesinde pekiştirici rol oynayan ikincil nitelikli bir eylem olarak nitelendirilebilir. Nitekim bunda ürünün alkol seviyesinin düşük olması da önemli bir etmendir. Bu ayırım esas alındığında ortaya çıkan tabloda, rakı, votka, kanyak, cin, rom, likör, tekila ve viski yüksek alkollü içecekler grubunda, şarap ve bira ise düşük alkollü içecekler grubunda yer almaktadır.

370 Öte yandan yüksek alkollü içkiler grubunda yer alan bazı içki türleri özellikle kültürel unsurların ve alışkanlıkların etkisiyle grubun diğer ürünlerinden ayrılmaktadır. Bu nedenle söz konusu ürünler ile diğer ürünler arasındaki ikame edilebilirlik oranı düşüktür. Belirtilen ürünlerden rakı bu yönüyle diğer yüksek alkollü ürünlerden farklılık göstermektedir. Bilindiği gibi rakı, ülkemize özgü bir içki konumundadır. Diğer yüksek alkollü içkilerin aksine yemekle birlikte tüketilmektedir. Diğer yüksek alkollü içkiler yemekten önce aperatif (ön içki) olarak ya da yemekten sonra tüketilmektedir. Rakı esas itibarıyla ağırlıklı olarak grup halinde tüketilen bir içki türüdür. Rakı tüketiminde ortam önemli bir unsurdur. Aynı zamanda rakı ağırlıklı olarak belli bir meze ve sofranın kültürünü de beraberinde getirmektedir. Türk tüketicisi için bütünüyle ayrı bir tüketim özelliği gösteren ve milli içki konumunda olan ürünün bu özelliklerinden dolayı 380 diğer yüksek alkollü içeceklerden ayrı bir ürün pazarı olarak değerlendirilmesi yerinde olacaktır.

Düşük alkollü içkiler grubunda ise bira ve şarabın yine nitelikleri ve kullanım amaçları bakımından birbirinden ayrıldığı anlaşılmaktadır. Bira, genel olarak yemekle birlikte tüketilen bir içecek niteliği göstermemektedir. Çoğunlukla ev dışı pazarda düşük oranlı alkollü içki niteliğine uygun biçimde yüksek



390 miktarlarda ve kuruyemiş gibi atıştırılabilir yiyeceklerle tüketilmektedir. Bununla birlikte özellikle yaz aylarında bir noktaya kadar susuzluk giderici veya serinletici yönünün tüketimde önem kazandığı belirtilmektedir. Özellikle genç nüfus tarafından tercih edilen ürünün tüketimi, yaş ortalaması ilerledikçe düşmektedir. Bu nedenle ürünün diğer içkilerden ayrı bir tüketim kültürü taşıdığı görülmektedir. Nitekim Kurul tarafından alınan konuya ilişkin kararlarda (15.12.2003 tarih ve 03-797965-396 sayılı Tekel Özelleştirme Nihai Devir, 22.4.2005 tarih ve 05-27/317-80 sayılı Efpa Bimpaş Muafiyetin Geri Alınması, 14.11.2002 tarih ve 02-70/843-347 sayılı Efes- Miller, 31.3.2005 tarih ve 05-20/234-69 sayılı Foster's, 12.6.2003 tarih ve 03-42/463 sayılı Efes Miller, 13.7.2005 tarih ve 2004-3-43 sayılı Efpa soruşturma, 4.5.2006 tarih ve 06-32/393-103 sayılı Martini Pazarlama ve Tic. A.Ş.'nin Mey İçki San. ve Tic. A.Ş. hisselerini devralması) bira ayrı bir ürün pazarı olarak değerlendirilmiştir.

400 Öte yandan şarap, daha çok yemekle birlikte tüketilen bir ürün olup aynı zamanda kendine özgü ayrı bir kültürün ögesi durumundadır. Özellikle ev pazarında yemekle tüketilen ürünün düşük alkollü olması nedeniyle bayanlar tarafından da tercih edildiği sektör temsilcilerince belirtilmektedir. Ürünün yemeğe iyi bir şekilde eşlik etmesinin şarabı diğer içkilerden ayıran bir özellik olduğu söylenebilir. Ev dışı pazarda ise yine ağırlıklı olarak restoranlarda tüketilen ürün kullanım amacı ve nitelik olarak diğer alkollü içkilerden farklılaşmaktadır. Nitekim biranın aksine şarap tüketimi, yaş ortalamasının yükselmesiyle artmaktadır. Anılan nedenlerle şarabın ayrı bir ürün pazarı olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Nitekim Kurul adı geçen özelleştirmeye ilişkin devir kararında da şarabı ayrı bir ürün pazarı olarak nitelendirmiştir.

410 Ancak mevcut dosya bağlamında şarap pazarının tek bir pazar altında değerlendirilmesi yerinde tüketim ve ev tüketimi ayrımını dikkate alınca mümkün görülmemektedir. Bunun nedeni ise alkollü içkiler pazarında ev ve yerinde tüketim kanallarının ayrı tüketim özellikleri taşımasından kaynaklanmaktadır. Hotel, restoran, kafe, bar gibi yerinde tüketim noktalarında şarapla birlikte başka hizmetlerin sunulduğu görülmektedir. Nitekim çoğu kez tüketiciler bu noktalara salt şarap veya içki içmek amacıyla gitmemektedir. Tüketici, bu noktalarda bulunan ve müşteriye sunulan müzik dinlemek, iyi ve kaliteli bir yemek yemek, sosyal bir ortamda bulunmak gibi başka hizmetlerden de yararlanmak amacıyla, anılan mekanları tercih etmektedir. Bu noktalarda tüketici şarabı yemekle birlikte tüketebildiği gibi yemek yemeden de şarap içmeyi tercih edebilmektedir. Üstelik bu noktalarda satın alınan ürünlere perakende kanalındaki fiyatın en az 2-3 katı fiyat ödenmektedir. Bu fiyat makası noktanın lüks tüketim noktası olmasıyla daha da açılmaktadır. Buna karşılık şarabı evde tüketmek için perakende kanallardan satın alan tüketicinin yerinde tüketim pazarında bu ürünü tüketen tüketiciyle benzer bir amacının olmadığı ileri sürülebilir. Diğer yandan yerinde tüketim noktalarında satılan ürünlerin fiyatlarında artış görülürse tüketicilerin ürünleri perakende kanallarından tedarik etmeyeceği açıktır. Fiyatın ilgili ürün pazarının tespitinde son derece önemli bir unsur olduğu dikkate alındığında yerinde tüketim kanalının ayrı bir pazar olarak tespit edilmesi zorunluluk olarak belirmektedir. Dolayısıyla pazarda ev tüketimi ile yerinde tüketimin ayrı olarak

440 değerlendirilmesi gerekmektedir. Nitekim Efpa-Bimpaş Muafiyetin Geri Alınması kararında Kurul bu şekilde bir ayrımı benimsemiştir. Yine benzer şekilde 6.11.2003 tarih ve 03-71/867-371 sayılı Karar'da da bira pazarı yerinde tüketim (açık), ve ev tüketimi (kapalı) olarak iki ayrı pazar olarak değerlendirilmiştir.

450 Ancak bu noktada yerinde tüketim kanallarından her şey dahil sistemiyle çalışan otellerin çıkartılması gerekmektedir. Şöyle ki bu tip otellerdeki tüketim anlayışının yukarıda yer verilen restoran ve cafe tipi yerlerden farklı olduğu görülmektedir. Tüketici cafe/restorana gittiği zaman münüden çeşitli şaraplar arasından istediği şarabı seçebilmektedir. Oysa bilindiği gibi bu tip otellerde böyle bir seçim şansı olmamaktadır. Maliyet minimizasyonu dürtüsüyle hareket eden otellerin birçoğu kendilerine en uygun şartları sağlayan şarap markasını tek marka olarak tesisinde satışa sunmaktadır. Tüketici de gün boyunca şarabı istediği kadar içebilmekte ve tüketim saikı restorana göre farklılık arz etmektedir. İlave olarak tüketicinin restoranda aldığı hizmetle bu noktada aldığı hizmet farklılaşmakta hatta ürünün kullanım amacı da değişebilmektedir. Bu tip otellerdeki fiyatlama anlayışları da farklılık içermekte çoğu kez restorandaki ortalama bir şişe şarabın fiyatına otelden her şey dahil sistemi kapsamında tüm gün yararlanabilmektedir. Sonuç olarak bu kanalların, tüketim olarak diğer kanallardan farklılaşması gerçeğinden hareketle yukarıdaki tanımdan çıkartılmalı ve pazar tanımı restoran, cafe, bar, pub, birahane gibi noktalarla sınırlandırılmalıdır.

460 Diğer yandan sektöre ilişkin bilgiler bölümünde de değinildiği gibi her ne kadar geçmişte ithal şaraplar yerlilere kıyasla yüksek fiyatla satılıyor olmalarından dolayı yerli şaraplarla rekabet halinde olmamışsa da mevcut durumda fiyatların düşmesi ve pazarda yaygınlaşmaya başlamalarıyla bu ürünlerin yerli şaraplara rakip olarak değerlendirilebileceği, yerli ve ithal ürünlerin aynı pazarda yer alması gerektiği anlaşılmaktadır.

470 Bu bilgilerden hareketle ilgili ürün pazarı "herşey dahil sistemiyle çalışan oteller hariç şarap yerinde tüketim pazarı" olarak tespit edilmiştir.

### 470 **I.1.3. İlgili Coğrafi Pazar**

Şarap ürünü açısından pazara giriş, arz kaynaklarına ulaşma, üretim, dağıtım, pazarlama ve satış şartlarının bölgesel bir farklılık göstermediği göz önüne alınarak ilgili coğrafi pazar "*Türkiye Cumhuriyeti sınırları*" olarak belirlenmiştir.

## **I.2. Haklarında Soruşturma Yürütülen Taraflar**

### 480 **I.2.1. Kavaklıdere Grubu/ Kavmar Gıda Pazarlama A.Ş. (Kavmar)**

1929 yılında kurulan Kavaklıdere şirketi tarafından üretilen şarapları 1994 yılından itibaren münhasıran pazarlayan Kavmar'ın yurt geneline yayılmış 12 bölge müdürlüğü bulunmakta olup, ürün dağıtımı bu teşebbüsce yapılmaktadır. Kavmar tarafından pazarlanan ürünler arasında Kavaklıdere Şarapları A.Ş.'ce üretilen şaraplardan Öküzgözü, Boğazkere, Kalecik Karası, Selection, Ancyra, Cabernet Sauvignon, Cabernet Sauvignon & Merlot,

490

Carignan & Alicante Özel, Yakut, Angora, Premier, Dikmen, Kavak, Selection, Narince, Emir & Sultaniye Özel, Sauvignon Blanc & Sultaniye, Angora, Muscat, Çankaya, Primeur, Lal, Sultaniye, Rosato, köpüklü şaraplardan ise Altın Köpük, Pembe Köpük, İnci Damlası ve firma tarafından ithal edilen çeşitli şaraplar bulunmaktadır. Kavmar'ın 2003, 2004 ve 2005 yıllarında elde ettiği net satış tutarları sırasıyla (.....) YTL, (.....)YTL ve (.....) YTL olup şirketin hissedarlık yapısı aşağıda verilmektedir.

Tablo: 4 Kavmar Hissedarlık Yapısı

Hissedarlar	Oranı (%)
Tunalı Turizm ve Ticaret A.Ş.	35.0000
Kavaklıdere Şarapları A.Ş.	5.0000
And T.T.S. A.Ş.	52.9000
Sevgi Başman	0.0016
Murat A. Başman	0.0016
Oktay Ersan	0.0016
Oğuz İmregün	0.0016
Derya Özalp	0.0016
Mustafa Saraçoğlu	5.0000
Cevdet Düşmez	0.0016
Can Tunay	0.0100

500

Teşebbüsün yönetim kurulu Mehmet A. Başman (Başkan), Murat Başman (Yönetim Kurulu Murahhas Aza) Sevgi Başman (Başkan V.), Ali N. Başman (Üye), A. Oktay Ersan (Üye), Vedat Naşit Mimaroglu (Üye) ve S. Berna Tunalı Mimaroglu'ndan (Üye) oluşmaktadır.

### I.2.2. Doluca Şarapçılık Pazarlama ve Ticaret A.Ş. (Doluca)

510

1926 yılından beri şarap üretimi işiyle iştigal eden Doluca Şarapçılık ve Bağcılık A.Ş. tarafından üretilen ürünler Doluca tarafından pazarlanmaktadır. Söz konusu ürünler arasında Doluca tarafından üretilen Dlc Kalecik Karası, Dlc Cabernet Sauvignon-Merlot, Dlc Sultaniye Emir, Dlc Öküzgözü, Sarafin Cabernet Sauvignon, Sarafin Merlot, Sarafin Chardonnay, Sarafin Sauvignon Blanc, Sarafin Fume Blanc, Karma Cabernet Sauvignon-Öküzgözü, Karma Merlot-Boğazkere, Karma Gamay-Boğazkere, Villa Neva, Villa Doluca, Doluca, Antik, Kav, Nevşah, Moskado, Riesling, Moskado, Dömisek, Safir, köpüren şaraplar arasında ise Tradokya, Rosaline, Bianca ve yine teşebbüs tarafından ithal edilen çeşitli şaraplar bulunmaktadır. Doluca'nın 2003, 2004 ve 2005 yıllarına ait net satışları sırasıyla, (.....), (.....) ve (.....) YTL olup, şirketin hissedarlık yapısına aşağıda yer verilmektedir.

520

Tablo:5 Doluca'nın hissedarlık yapısı

530

Hissedarlar	Oranı (%)
Ali Ahmed Kutman	90,0
Ali Emin Kutman	4,5
Sibel Kutman	4,5
Etselle Susan Kutman	0,9
Murat Oral	0,1
Toplam	100,0

Doluca'nın yönetim kurulu Ali Ahmed Kutman (Başkan), Murat Oral ve Estelle Susan Kutman'dan oluşmaktadır.

### I.3. Tespit ve Deliller

540

550

560

İhbar kapsamında bir örneği gönderilen, Kavaklıdere, Doluca ve Reina isimli gece kulübü ve restoranın taraf olduğu sözleşme hakkında bilgi verilmesi gerekmektedir. Reina, İstanbul Boğazi'nde yer alan son derece popüler bir gece kulübüdür. Mekanda 8 restoran ve 1 bar olup, restoranlar Antik A.Ş. tarafından İstanbul'da isim yapmış restoranlara kiralanmaktadır. Bar ise yine Antik A.Ş. tarafından işletilmektedir. Önaraştırma döneminde yapılan yerinde incelemede Doluca'dan bir örneği alınan sözleşmenin altında Kavmar, Doluca ve Reina'nın işletmeci teşebbüsü olan Antik Turizm A.Ş. ibareleri bulunmaktadır. Dolayısıyla Kurum'a yapılan ihbar bu kapsamda teyid edilmiştir. Bu noktada öncelikle belirtilmesi gereken husus, rakiplerin taraf olduğu bir dikey anlaşma niteliğinde olması nedeniyle sözleşmenin 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamına girmemesidir. Nitekim sözleşmenin Tebliğ kapsamında yer alabilmesi için üretim veya dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren taraflar arasında bir dikey ilişki olması gerekmektedir. İki rakip üreticinin bir yeniden satıcıyla imzaladığı böylesi bir anlaşmanın rekabet hukuku uygulamalarında sık karşılaşılan bir sözleşme niteliği taşımadığı açıktır. Sözleşmenin konusu, anılan yerinde tüketim noktasında yalnızca sponsor olarak ifade edilen Doluca ve Kavmar tarafından pazarlanan ve dağıtılan ürünlerin satılmasını ve bu ürünlere rakip bir yerli şarabın satılmamasını içermektedir. İthal şarap olarak da Kavaklıdere ve Doluca'nın ithal ettiği şarapları bulunduracak olan noktaya başka ithalatçılara ait sadece 2 adet kırmızı, 2 adet beyaz şarap satma izni verilmektedir. 24.5.2005 tarihinde kota taahhütlü imzalanan sözleşme her iki teşebbüsten (.....)'şer adet 75 cl.'lik şarap satılıncaya kadar devam edecektir. Sözleşmeye göre her iki firma (.....)'er ABD \$'ı tutarında bir meblağı 3 taksit halinde 31.5.2005, 31.7.2005, 31.9.2005 tarihlerinde ilgili işletmeye ödeyecekler ve açılış için toplam (.....)'er adet bedelsiz ürünü Reina'ya vereceklerdir.

Sözleşmede görüldüğü üzere 2 rakip teşebbüs bir araya gelmek suretiyle bir satış noktasıyla dikey bir sözleşme imzalamışlardır. Sözleşme şartları iki rakip teşebbüsçe görüşülmüştür. Doluca, Kavaklıdere ve Reina yetkilileri ile yapılan görüşmelerde söz konusu sözleşmenin imzalandığının teyidi alınmıştır.

570 Sözleşme hakkında Doluca yetkilileri ile yapılan görüşmede 2004 yılında yerli şarap üreticisi olarak Reina'da münhasır olarak çalıştıkları ancak münhasırlık için 2005 yılı kapsamında istenen meblağın artması nedeniyle bu miktarı karşılayamayacaklarını bildirdikleri ve bunun üzerine Reina tarafından Kavaklıdere'ye aynı teklif yapıldığı, Kavaklıdere'den de aynı yanıtın alınması üzerine adı geçen işletme tarafından mekanda ortak olarak bulunulmasının teklif edildiği belirtilmiştir. Doluca yetkilileri tarafından verilen bilgiye göre 2004 yılında Doluca'nın (.....) YTL (Yaklaşık (.....) ABD \$'ı.) vererek ve yerli üretici olarak münhasır bulunduğu Reina, bu sene itibarıyla (.....) ABD \$'ı talep etmiş ve Doluca bu meblağı karşılayamayacağını belirtmiştir. (Doluca yetkilileri bu anlaşma nedeniyle ticari anlamda zarar edildiğini, zararın ise pazarlama bütçesinden karşılandığını ifade etmişlerdir.) Bunun üzerine Reina yetkilileri tarafından Kavaklıdere'ye aynı teklif iletilmiş, Kavaklıdere yetkililerinden de aynı yanıtın alınması üzerine noktada birlikte bulunulmaya başlanmış, talep edilen miktar iki teşebbüs tarafından paylaşılmış ve sözleşme 24 Mayıs 2005 tarihinde imzalanmıştır. Kavmar yetkilileri ile yapılan görüşmede de benzer hususlara değinilmiş, 2003 yılında da Kavaklıdere ve Doluca'nın ayrı ayrı (.....) ABD \$'ı ödemek suretiyle noktada birlikte yer aldıkları ifade edilmiştir.

### 590 I.3.1. Belgeler ve Belgelerde Adı Geçen Teşebbüslere Yönelik Tespitler

#### I.3.1.1. Reina

##### I.3.1.1.1. Reina'ya İlişkin Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Belgeler

• Murat Başman'dan (Kavmar Murahhas Azası) Sibel Kutman'a (Doluca Pazarlama Müdürü) 8.8.2003 tarihinde gönderilen e-posta:

600 *"Reina'nın alımlarını ve cirolarını müşteri bazlı yollamaktayım. Lütfen sizden de Doluca'nın satışlarını yollamanızı rica ediyorum (cirolar iskonto edilmemiştir)..."*

Bu e-postaya Sibel Kutman (Doluca) tarafından aynı gün verilen yanıt:

• *"...Ekte Reina'nın satışlarını gönderdim. Zarifi ve Dragon'da kesinlikle ortak çalışalım. Henüz ikisinden de gelmiş bir şey yok. Haberleşelim."*

610 • *16.8.2005 tarihinde İstem Akkoyunlu (Doluca Yerinde Tüketim Kanalları Müdürü) ve Hakan İlkutlu'ya (Doluca Pazarlama Müdürü) gönderilen e-posta; "...19 Ağustos 2005 Cuma akşamı Reina'da F1 açılış partisi gerçekleşecek...Burada da stand kurmaya çalışıyoruz. Kavaklıdere'den Sıtkı, Lebriz'i (Doluca çalışanı) aramış, herhangi bir destek yapmayacaklarını söylemiş. Ama yine de biz bir destek yaparsak beraber hareket etmek için öğrenmek istediklerini söylemiş..."*

• *9.6.2005 tarihli "Memorandum 2" başlıklı Reina Müdüriyeti tarafından hazırlanan ve Reina çatısı altında yer alan tüm işletme sahiplerine hitaben yazılan belge:*

*"... Kavaklıdere ve Doluca haricinde başka yerli şarap, mekanlarda kesinlikle bulundurulmayacaktır..."*

620 **I.3.1.1.2. Reina Sözleşmesi**

Sözleşme Süresi	Nakit Taviz	Bedelsiz	Münhasırlık
Kavaklıdere ve Doluca ile 24.5.2005 tarihinde üç taraflı olarak tek bir sözleşme imzalanmıştır. Sözleşme her iki firmanın ayrı ayrı (.....) şişe şarabı satılincaya kadar devam edecektir.	Kavaklıdere ve Doluca (.....)'er bin ABD \$'ı verecektir.	Her iki teşebbüs (....)'er adet bedelsiz ürün verecektir.	İşleticinin mekanda işlettiği bar ve restoranlarda, Kavaklıdere ve Doluca'ya rakip başka yerli şarap bulundurulamaz. İthal şarapta iki firmanın ithal ettiği şaraplar dışında dört adet ithal şarap satılabilir.

**I.3.1.2. CHANGA****I.3.1.2.1. Changa'ya İlişkin Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Belgeler**

- 4.10.2005 tarihinde Sibel Kutman'dan (Doluca) Murat Başman'a (Kavmar) giden e-posta:

630 *“Changa'nın sözleşmesi OK mi, eğer sizin için de uygunsa gönderelim artık. Ekteki noktalar bize teklif için bastırmakta eğer çift marka düşünüyorsak beraber hareket edelim, hepsi teklif için bastırıyorlar...”*

- Avni Başman'dan (Kavmar) Sibel Kutman'a (Doluca) gönderilen yanıt:  
*“...Changa: Sözleşmeyi Kavaklıdere formatına getirdik. Yolladık. Sizin Sarafin-Karma grupları biz de 5 çeşidimizi %(....) bedelsiz dışında tuttuk. Diğer 3 müşterinin sözleşmeleri Aralıkta bitecek. Biz görüşmelere daha başlamadık. Fakat sizin elinizde bulunan ve anlaşması bitecek 6 işletme de var nasıl bir yol izlese?...”*

**I.3.1.2.2. Changa Sözleşmesi**

640

Sözleşme Süresi	Bedelsiz	Vade
Doluca:17.10.2005-(.....)	(...) şişe Tradokya ve ayda bir net cironun % (..)'i	(...) gün
Kavaklıdere: 20.10.2005-(.....)	Satışın % (..)'i	(...) gün

**I.3.1.2.3. Teşebbüs Yetkilisi İle Yapılan Görüşme**

Teşebbüs yetkilisi tek marka çalışırken iki firmanın ayrı ayrı çok ciddi indirimlerde bulduklarını, çift marka satarken de aynı indirimleri almak istediğini teşebbüslere ilettiğini ve bunun üzerine Sibel Kutman (Doluca) ve Murat Başman'ın (Kavmar) birlikte Changa'ya geldiğini ifade etmiştir.

650 Noktanın mönüsünde % 80 üzerinde Doluca ve Kavaklıdere'nin ürünlerinin yer aldığı ve sözleşmelerin hemen hemen birbirlerinin aynısı olduğu görülmüştür.

**I.3.1.3. FİSHMEKAN****I.3.1.3.1 Fishmekan'a İlişkin Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Belgeler**

- 9.11.2005 tarihli İstem Akkoyunlu'dan (Doluca) Soner Aşık'a (Doluca) gönderilen e-posta:

660 “...Bugün Kavaklıdere Şakir Bey ile Fishmekan ortaklarından Çetin Bey ile görüşme yaptık... İkinci konu çift marka olarak yapacağımız sözleşme idi. Bu sözleşmeyi (.....) kota, girişte (.....) YTL’lik bedelsiz ürün, iki ayda bir cironun %(...)’si cariden mahsup olan) yapmıyoruz. YTF’leri iptal edeceğiz. Bunun yerine Kavaklıdere’nin şu anki çalışma koşulu olan %(...) iskonto (Kav, DLC, Sarafin ve Karma hariç) ve yıl sonunda toplam cirosunun %(...)’u (Sarafin Karma hariç) kadar bedelsiz ürün vererek anlaşacağız...”

### I.3.1.3.2. Fishmekan Sözleşmesi

Sözleşme Süresi	Nakit Taviz	Iskonto	Bedelsiz	Vade	Münhasırlık
Kavaklıdere ile 1.2.2006 tarihinde (.....) şişelik kotalı anlaşma (Kotada Yakut, Öküzgözü, Selection Kırmızı ve Kalecik Karası alımları sayılacaktır.).	(.....) YTL	(.....)	(.....) şişe alımına (.....) şişe.	(.....) gün	-

### I.3.1.3.3. Teşebbüs Yetkilisi İle Yapılan Görüşme

670 Teşebbüs yetkilisi Doluca ve Kavaklıdere’nin birlikte gelerek 3 taraflı sözleşme yapmak istediklerini, bu talebin kendilerinden gelmediğini, teklifte sadece Doluca ve Kavaklıdere şaraplarını satmalarının istendiği ve iki firmanın iskontolarının aynı olduğunu belirtmiştir.

Noktada yapılan incelemede sadece Kavaklıdere ve Doluca ürünlerinin mönüde yer aldığı ve teşebbüsler arasındaki iletişime paralel sonuçların ortaya çıktığı görülmüştür.

### 680 I.3.1.4. SUSHICO

#### I.3.1.4.1. Sushico’ya İlişkin Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Belgeler

- Avni Başman’dan (Kavmar) Sibel Kutman’a (Doluca) 7.10.2005 tarihinde gönderilen ve ekinde Sibel Kutman’dan Murat Başman’a (Kavmar) 5.10.2005 ve İstem Akkoyunlu’nun (Doluca) Sibel Kutman, Hakan İlkutlu (Doluca) ve Soner Aşık’a (Doluca) 4.10.2005 tarihinde gönderilen e-postadaki İstem Akkoyunlu tarafından gönderilen yazışma:

“Sibel Hanım,

690 Sushi Co, Mori Grup ve Kaşibeyaz’ın Kavaklıdere ile anlaşmaları bitmek üzere. Bu üç firmanın yetkilileri tek marka anlaşması için bizden teklif istediler ve görüşmelere başladık. Kavaklıdere firması ile beraber bu üç noktaya girmemiz konusunda yardımlarınızı rica ederiz...”

- 21.11.2005 tarihinde İstem Akkoyunlu’dan (Doluca) Sibel Kutman (Doluca) ve Hakan İlkutlu’ya (Doluca) gönderilen e-posta:

“...Kavaklıdere koordinatörü Şakir Bey ile bugün saat 12.00 de Midpoint, 15.00’de Sushi Co ile görüşmemiz var. Sushi Co için hazırladığımız teklif; Toplam (.....) şişe kota ((.....) şişe Doluca, (.....) şişe Kavaklıdere)...”

700





### I.3.1.6. ÇIRAĞAN

#### 740 I.3.1.6.1 Çırağan'a İlişkin Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Belgeler

- 18.10.2005 tarihinde Murat Başman'dan (Kavmar) Sibel Kutman'a (Doluca) gönderilen e-posta:

*"...Çarşamba günü gelemiyorum, 25.10 günü gelebileceğim. Bu arada haberleşmemiz gerekirse, telefondan ulaşabilirsiniz. Müşterileri de tarıyoruz, iki firmanın da anlaşması bitecek müşterileri. Çırağan konusunda gelişmeleri bildirirseniz sevinirim...."*

- Sibel Kutman'dan (Doluca) Murat Başman'a (Kavmar) 20.10.2005 tarihinde gönderilen e-posta:

*"...Az önce (.....) (Çırağan Otel Genel Müdürü) ile yemekten döndüm.. Kendisi ile uzun uzadıya görüştüğümüzden sonra ve o da benim argümanlarımı dinledikten sonra aslında en adil olanın %50-%50 çift marka olması gerektiğine kani oldu. İkimizin beraber gidip benzer satış koşullarında çift marka olmak istiyoruz dediğimizde takdirle memnun olacağını ve de tercih edeceğini belirtti. Ben haftaya sizinle zaten (...) bir toplantımız olacağını, bu fikri gündeme getireceğimi, gelişmelerden de kendisini bilgilendireceğimizi söyledim. Herhangi bir söz vermedim. Ama çift marka kapısını aralamış oldum...."*

- Pazartesi gelebilecek misiniz? Bir an önce görüşmemizde fayda var. Böyle bir operasyona girecekseniz herhalde ikimiz açısından da en adil formül İstanbul'daki tüm 5 yıldızlılarda anlaşma bitimleri itibarıyla çift marka teklif vereceğiz diye bir karara varmak olacaktır. Yoksa her birinde ayrı ayrı savaş başlayacak. Önce Çırağan ardından Swiss, Marmara, Hilton derken bir de Mey tavizler iyicene fahiş boyuta gelebilir. Ne düşünüyorsunuz? Ne zaman bir araya gelelim? Görüştüğümüzde gündemdeki diğer restoranları da bir karara bağlarız. Haberlerinizi bekliyorum..."

- Sibel Kutman'dan (Doluca) Murat Başman'a (Kavmar) 11.11.2005 tarihinde gönderilen e-posta:

*"...Otelleri ne yapıyoruz? Nokta başına litre satışları paylaşacak mıyız? Önümüzdeki hafta beraber (.....)'ı (Çırağan'ın yetkili kişisi) ziyaret edelim mi?... Oradaki gelişme sonucunda da Swiss Oteli planlarız. Onlara da beraber gidebiliriz..."*

- Sibel Kutman'dan Murat Başman'a 16.11.2005 tarihinde gönderilen e-posta

*"Swiss: Çırağan'ın gelişmesini takiben isterseniz ben genel müdürden bir randevu alıp hal hatır sonrası teklif verme aşamasında olduğumuzu Çırağan'la da yaptığımız uygulama gibi acaba kendileri çift marka bir teklife sıcak bakarlar mı ve en iyisinin bu şekilde olacağını belirten bir görüşme gerçekleştireyim."*

780

**I.3.1.6.2. Çırağan Sözleşmesi**

Sözleşme Süresi	Nakit Taviz	Iskonto	Münhasırlık
Doluca ile 1.2.2005 –(.....) arası.	(.....) ABD \$'ı	Nevşah, Antik kırmızıda %(...) DLC'ler için %(...), diğerleri için %(...)	-
Doluca ile 1.3.2006- (.....) arası. Kavaklıdere ile 1.3.2006- (.....) arası.		Doluca: Nevşah ve Antik kırmızıda %(...), DLC'lerde %(...), diğerlerinde %(...) Kavaklıdere: Angora beyaz, Carignan Alicante %(...), Çankaya ve Angora kırmızı %(...)diğerleri için %(...)	-

Sözleşmelerin şartları incelendiğinde teşebbüsler arasındaki iletişimin hayata geçtiği görülmektedir.

**I.3.1.7. GO MONGO****I.3.1.7.1. Go Mongo'ya İlişkin Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Belgeler**

■Sibel Kutman'dan (Doluca) Murat Başman'a (Kavmar) 8.9.2005 tarihinde gönderilen e-posta:

*"...Go Mongo: Asya Bölge müdürlüğümüzden görüşme ve teklif talebinde bulunmuş. Yarına randevu almışız. O zaman ben tek marka değil çift marka görüşmeleri konusunda ekibi yönlendiriyorum."*

**I.3.1.7.2. Go Mongo Sözleşmesi**

Sözleşme Süresi	Nakit Taviz	Iskonto	Bedelsiz
Doluca: 7.10.2005 tarihli (.....) şişe yerli ürün kotalı.	(.....) YTL	-Kadehte kullanılacak ürünlerde %(...), -Antik-Kav-DLC, köpüren şaraplarda %(...) -İthal ürünlerde Valdivieso ürünlerine %(...)	(.....) şişe Villa Doluca 75 cl
Kavaklıdere 7.10.2005 tarihli (.....) şişe yerli ürün kotalı.	(.....) YTL	-Çankaya - Lal- Muskat - Angora Kırmızı-Beyaz ürünlerinde %(...), -Narince- Emir & Sultaniye –Carignan & Alicante - Cabernet Sauvignon %(...)	(.....) şişe

**I.3.1.7.3. Teşebbüs Yetkilisi İle Yapılan Görüşme**

Teşebbüs yetkilisi sözleşmenin yapılması aşamasında iki taraftan birinin çok iyi teklif vermesi durumunda münhasırlığı tercih edeceğini, ancak iki teşebbüsten de böyle bir teklif gelmediğini ve her iki firmanın da tekliflerinin hemen hemen aynı olduğunu belirtmiştir.

Bu bilgilerden hareketle belgelerdeki iletişimin hayata geçtiği sonucuna ulaşılmaktadır.

820 **I.3.1.8. SHIP AHOY**

**I.3.1.8.1. Ship Ahoy'a İlişkin Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Belgeler**

- İstem Akkoyunlu'dan (Doluca) 30.05.2006 tarihinde Hakan İlkutlu (Doluca) ve Sibel Kutman'a (Doluca) gönderilen e-posta:

*"...Sibel Hanım, Dün Ship ahoy'a çift marka bedelsiz ürün teklifi verdik. Cemal bu teklifi istemedi. Tek marka teklifi istediğini söyledi. Elindeki 200 koli K.Dere ürününü dışarıya satabileceğini söylüyor. Biz sizle noktayı ziyaret ettikten sonra Zafer Bey ile görüşüğünü ve tek marka teklif istemeye karar verdiklerini düşünüyoruz..."*

830

**I.3.1.8.2. Teşebbüs Yetkilisi İle Yapılan Görüşme**

Teşebbüsün yetkilisi senelerdir Kavaklıdere ve Doluca tekliflerinin birbirlerine çok yakın olduğunu, son iki yıl Doluca ile münhasır çalıştıklarını, bu sene ise işletmede Kavaklıdere ve Doluca'nın birlikte bulunduğunu, ikisinden birinin daha iyi teklif vermiş olması durumunda o firma ile münhasır çalışacağını, ancak tekliflerin hemen hemen aynı olması nedeniyle münhasır çalışmayı kârlı bulmadığını belirtilmiştir.

840 Bu bilgilerden hareketle teşebbüsler arasındaki iletişimin hayata geçtiği görülmüştür.

**I.3.1.9. DRAGON**

**I.3.1.9.1. Dragon'a İlişkin Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Belgeler**

- Murat Başman'dan (Kavmar) Sibel Kutman'a (Doluca) 8.8.2003 gönderilen yazışma:

850 *"Dragon Çin'de tek firma çalışmak isteyecek. Yine ortak girelim. Zaten Diren gibi ürünler de satıyordu. Doluca + Kavaklıdere ve ileride importlar dahil 2 firma ortak girelim derim."*

- Bu e-postaya Sibel Kutman tarafından aynı gün verilen yanıt:

*"...Zarifi ve Dragon'da kesinlikle ortak çalışalım. Henüz ikisinden de gelmiş bir şey yok. Haberleşelim..."*

860 Dragon'un herhangi bir teşebbüsle yazılı anlaşması bulunmamaktadır. Noktanın mөнüsünde yerli şarap olarak Kavaklıdere ve Doluca yer almaktadır. Dragon teşebbüsler arasındaki iletişimin hayata geçtiği bir başka nokta olarak ele alınmıştır.

**I.3.1.10. Yunan Restoran**

- Sibel Kutman'dan (Doluca) Murat Başman'a (Kavmar) 26.8.2003 tarihinde gönderilen ve ekinde Murat Başman'dan Sibel Kutman'a 22.8.2003 tarihinde gönderilen e-postanın bulunduğu yazışma:

870 *".... Yunan Restoran: Bülent Gergin ve Metin Terzi'nin mekanı. (Yaz başında telefonda görüşmüştük) 10 Eylül'de açılacak. Konuştuklarım(.....) + KDV (iki firmanın toplam vereceği) sadece Kavaklıdere + Doluca. İportları biz vereceğiz, daha ithal etmedik ise de piyasadan alıp vereceğiz. Kesinlikle*

*başka şarap firmasını devreye sokmamak için... Anlaşma taslağını yollayacağım..."*

### I.3.1.10.1. Teşebbüs Yetkilisi İle Yapılan Görüşme

880 Yunan Restoran'ın belgelerin söz konusu olduğu dönemdeki işletmecisi (.....), o tarihte Kavaklıdere ve Doluca'nın sunduğu taviz ve indirimlerin birbirine paralel olduğunu ve yerli şarap olarak Kavaklıdere ve Doluca'yı birlikte sattığını ifade etmiştir. Bu kapsamda anılan noktada da teşebbüs yetkilileri arasındaki görüşmelerin noktaya yansıdığı görülmüştür.

### I.3.1.11. TİKE

#### I.3.1.11.1. Tike'ye İlişkin Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Belgeler

- 17.10.2005 tarihinde Şakir Akışık'tan (Kavmar) Murat Başman'a (Kavmar) gönderilen e-posta:  
*"...Tike'nin sözleşmesi bitti yeni sözleşme yapıyorlar. Biz de devreye girdik. %(...) iskonto alıyorlar... Doluca ile anlaşacaklarını ifade ediyorlar. Bizden de bu teklife cevap bekliyorlar. ... Bence Doluca'ya bu noktaya birlikte girelim diyelim biraz rahatsız olsunlar..."*
- Murat Başman'ın ilgili e-postaya yanıtı:  
*"bizden de teklif almadan hareket etmesinler Doluca ile bu sabah konuştum..."*
- 18.10.2005 tarihinde Murat Başman'dan (Kavmar) Sibel Kutman'a (Doluca) gönderilen e-posta:  
*"...Tekrar yazıyorum. Tike teklif bekliyor bugün. Ben sizinle görüşmeden teklif vermek istemiyorum. Siz teklifi sunmuşsunuz (Güray Bey'e) Lütfen teklifinizi bir şekilde durdurunuz. Çünkü bir noktayı konuşmamız gerekiyor..."*
- 16.11.2005 Sibel Kutman'dan Murat Başman'a gönderilen e-posta:  
*"...Tike: Zaten kotası ve sözleşmesi devam ediyor..."*

#### I.3.1.11.2. Tike Sözleşmesi

Sözleşme Süresi	Nakit Taviz	Iskonto	Bedelsiz	Vade	Münhasırlık
Doluca ile 1.2.2003 tarihinde (...) yıllık imzalanmıştır.	(.....) YTL (3 ayda bir ciro üzerinden %(...) oranında ciro primi)	Antik %(...)	-		Yerlide Doluca
5.10.2005 (.....) şişelik satış kotası dolana kadar	(.....) YTL	Antik %(...), ithal ürünlerde Valdivieso'ya %(...), diğer ithallerde %(...)	-	(...) gün	Yerli ve ithalde Doluca

### I.3.1.11.3. Teşebbüs Yetkilisi İle Yapılan Görüşme

Tike yetkilisi Kavaklıdere ve Doluca'nın noktada bulunduğunu, ancak kotalı anlaşmasının Doluca ile olduğunu, bu nedenle Doluca satılmasını tercih ettiğini belirtilmiştir. Dolayısıyla Tike iletişimin hayata geçtiği bir başka nokta olarak değerlendirilmiştir.

#### I.3.1.12 BTA

##### I.3.1.12.1 BTA'ya İlişkin Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Belgeler

920

- Murat Başman'dan (Kavmar) Sibel Kutman'a (Doluca) 11.7.2005 tarihinde gönderilen e-posta:

*"...BTA için sizin sorumlu kişi ile bizim İsmail Bey 13.7.2005 Çarşamba saat 11.00 randevu alsınlar mı? Görüşmeye gitsinler mi? Her iki firma olarak teklifimiz (önerim): (...) yıllık, (.....) litre kota, fatura altı iskonto %(...), (.....) YTL bütçe (partiler halinde)*

*Ben (.....) YTL taviz verdim derken iskontolar dahil edilmişti. (.....) YTL iskonto + (.....) YTL maddi destek partiler halinde verilmişti. 2 firma aynı şartlarla gitmeli. Öneriniz varsa yazın lütfen. Bizler gitmiyoruz..."*

930

- Sibel Kutman'ın (Doluca) bu e-postaya aynı gün içerisinde verdiği yanıt:

*"...Çarşamba 11 uygun. Teklif de uygun. Bizden Serdar Aslan ve İstem Hanım katılacaklar. Bilgisini verdim. BTA Deniz Bey'den randevu alınacak herhalde. Sizden İsmail Bey ile nasıl irtibata geçsinler? Hadi hayırlısı inşallah olumlu geçer. Onlar toplantıdayken biz de gerekirse irtibat kurabilecek durumda olalım birbirimizle anlık bir karar durumu söz konusu olursa diye..."*

940

- 18.11.2005 tarihli Kavaklıdere şirket içi yazışmada Şakir Akışık tarafından yapılan ve Murat Başman tarafından onaylanan öneri:

*"...2-3 senaryoda Doluca ile konuşulması faydalı olabilir. İkimiz de taviz verelim. Mey ile anlaşmasını engelleyemiyoruz. Engellemiyor isek yalnız bırakalım. Sadece Mey ile nasıl gidiyor görmeleri lazım. (.....). Mahzen vererek işlerini kolaylaştırıyoruz. Mahzen bizden. Kalite! Ve sofraya Mey'den. BTA için süper sonuç. Bence Doluca ile konuşalım .....(TİCARİ SIR.....)"*

950

Bu bilgilerden hareketle BTA da işbirliği hayata geçirilmeye çalışılmakla birlikte noktaya rakip Mey'in daha iyi teklif vererek ürün sağlamayı başardığı anlaşılmıştır.

### I.3.1.13. Diğer Satış Noktalarına İlişkin Tespitler

#### I.3.1.13.1 Swisotel, The Marmara Oteli, Hilton Otele İlişkin Tespitler

##### I.3.1.13.1.1. Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Belgeler

960

Sibel Kutman'dan Murat Başman'a 20.10.2005 tarihinde gönderilen Çırağan Otel hakkındaki e-posta :

“...Az önce (.....) (Çırağan Otel Genel Müdürü) ile yemekten döndüm. Aynı size aktardığı gibi bana da önümüzdeki sene Kavaklıdere’ye bir şans vermek istediğini benden de bu konuda anlayış ve kibarca izin beklediğini ilettiler. Kendisi ile uzun uzadıya görüştüğümüzden sonra ve o da benim argümanlarımı dinledikten sonra aslında en adil olanın %50-%50 çift marka olması gerektiğine kani oldu. İkimizin beraber gidip benzer satış koşullarında çift marka olmak istiyoruz dediğimizde takdirle memnun olacağını ve de tercih edeceğini belirtti. Ben haftaya sizinle zaten (.....) bir toplantımız olacağını, bu fikri gündeme getireceğimi, gelişmelerden de kendisini bilgilendireceğimizi söyledim. Herhangi bir söz vermedim. Ama çift marka kapısını aralamış oldum. (.....TİCARİ SIR.....).

970

Pazartesi gelebilecek misiniz? Bir an önce görüşmemizde fayda var. Böyle bir operasyona girecekseniz herhalde ikimiz açısından da en adil formül İstanbul’daki tüm 5 yıldızlılarda anlaşma bitimleri itibarıyla çift marka teklif vereceğiz diye bir karara varmak olacaktır. Yoksa her birinde ayrı ayrı savaş başlayacak. Önce Çırağan ardından Swiss, Marmara, Hilton derken bir de Mey tavizler iyicene fahiş boyuta gelebilir. Ne düşünüyorsunuz? Ne zaman bir araya gelelim? Görüştüğümüzde gündemdeki diğer restoranları da bir karara bağlarız. Haberlerinizi bekliyorum...”

980

- Sibel Kutman’dan Murat Başman’a 11.11.2005 tarihinde gönderilen e-posta ;

“...Otelleri ne yapıyoruz? Nokta başına litre satışları paylaşacak mıyız? Önümüzdeki hafta beraber (.....)’ı (Çırağan’ın yetkili kişisi) ziyaret edelim mi? Bence en iyisi ikimizin kendisiyle görüşmesi olacaktır. Oradaki gelişme sonucunda da Swiss Oteli planlarız. Onlara da beraber gidebiliriz...”

- Sibel Kutman’dan Murat Başman’a 16.11.2005 tarihinde gönderilen e-posta ;

990

“...Swiss: Çırağan’ın gelişmesini takiben isterseniz ben genel müdürden bir randevu alıp hal hatır sonrası teklif verme aşamasında olduğumuzu Çırağan’la da yaptığımız uygulamaya gibi acaba kendileri çift marka bir teklife sıcak bakarlar mı ve en iyisinin bu şekilde olacağını belirten bir görüşme gerçekleştireyim.

- Sibel Kutman’dan Murat Başman’a gönderilen 30.11.2005 tarihli e-posta “...1.Swiss Otel için bir gelişme var mı? Bize baskı yapıyorlar ve bugün teklif isterler “

1000

### **I.3.1.13.1.2. The Marmara Hotel Yetkilisi İle Yapılan Görüşme**

The Marmara Hotel yetkilisi ile yapılan görüşmede Kavaklıdere ve Doluca ile çalışılmasının nedeninin müşteriden gelen talep olduğu, bu iki firmadan gelen tekliflerin aynı olmasındaki nedenin otelin pazarlık gücünden kaynaklandığı ve anılan teşebbüslerin bir iletişim içinde olduğuna dair bir duyularının olmadığı belirtilmiştir. Noktanın Kavaklıdere ile imzaladığı bir önceki sözleşme ile Doluca’nın otelle hâlihazırda geçerli olan sözleşmesinin farklılaştığı görülmektedir.

1010

### I.3.1.13.1.3. Hilton Hotel Teşebbüs Yetkilisi İle Yapılan Görüşme

Hilton Oteli yetkilisi ile yapılan görüşmede bankette sadece tek bir firma ile çalışmayı tercih ettiklerini, Kavaklıdere ile Doluca'dan ayrı ayrı teklif istediklerini ve mevcut durumda Kavaklıdere ile çalıştıklarını ifade etmiştir. Hilton minibar ve bankette Kavaklıdere ile münhasır çalışmakta olup sözleşme Kavaklıdere ile Doluca arasındaki iletişime paralellik arz etmemektedir.

### I.3.1.13.1.4. Swisotel Teşebbüs Yetkilisi İle Yapılan Görüşme

1020

Doluca Swisotel ile imzaladığı sözleşme kapsamında minibar ve bankette münhasır çalışmaktadır. Sözleşme incelendiğinde noktada Kavaklıdere ile Doluca arasındaki iletişime paralellik arz eden bir durum tespit edilememiştir.

### I.3.1.14. Midpoint

#### I.3.1.14.1. Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Belgeler

1030

• 2.11.2005 tarihinde Şakir Akışık'tan Murat Başman'a gönderilen şirket içi yazışma :  
“...Mid Point ile ilgili Doluca bize bir bilgi döndü mü? Bizim noktaya bir teklif yapmamız lazım..” ifadesinin ardından Murat Başman “...Yazı yazacağım. Doluca ne konuşmuş?..” sorusunu sormaktadır. Bunun üzerine Şakir Akışık “...Doluca henüz bir görüşme yapmadı. İşi bizim netleştirmemiz lazım. Doluca ile mutabık kalıp bizim çift kalem teklif götürmemiz gerekiyor...” ibaresini kullanmaktadır. Murat Başman ise “...Doluca ile beraber taktik geliştirelim ve beraber girelim derim. Tek firma teklifi vermeyelim. Doluca da vermesin zaten...” demektedir.

1040

• Sibel Kutman'dan Murat Başman'a 16.11.2005 tarihinde gönderilen e-posta ;  
“...Mid Point ve Sushico: Nasıl bir teklif düşünürsünüz. Kaçar şişe kota koyacağız? (Evet ikisinin de eşit olması önemli) ve ne taviz vereceğiz? Biz mutabık kalalım sonra elemanlar görüşme yapabilirler....”

1050

• 21.11.2005 tarihinde İstem Akkoyunlu'dan Sibel Kutman ve Hakan İlkutlu'ya gönderilen e-posta :  
“...Kavaklıdere koordinatörü Şakir Bey ile bugün saat 12.00 de Midpoint, 15.00'de Sushi Co ile görüşmemiz var. Midpoint için hazırladığımız teklif; Toplam (.....) YTL ciro ((.....)YTL Doluca (.....) YTL Kavaklıdere)...”  
Söz konusu e-postaya yanıt olarak Hakan İlkutlu, “...kolay gelsin, inşallah biter” ifadesini kullanmaktadır.

• Murat Başman'ın Sibel Kutman'a gönderdiği 26.11.2005 tarihli e-posta :  
“...Midpoint, Sushico iki firma olarak girmemiz iyi fakat (.....)...”

1060

• 29.11.2005 tarihli Kavaklıdere şirket içi yazışma şu şekildedir :  
“...Mid point çift kalem sözleşme... Doluca randevu tarihi...”

- Sibel Kutman'dan Murat Başman'a gönderilen 30.11.2005 tarihli e-posta:  
“... 2. Mid Point 2 firmayı ayırmaya kararlı. Siz de ortak tavizin üstüne çıkmayın lütfen.  
3. Sushi Co ortak bitti Midpoint'te de ortak bitmeli diye düşünüyorum. 4. Migros için bir aksiyonda bulunmuyoruz. Hesap kitap yapmadan extra taviz istiyorlar...”

Murat Başman tarafından bu e-postaya verilen yanıtta aşağıda yer verilmiştir.  
“...Midpoint'te ortak teklifte devam ediyoruz. Çırağan'ı yarına, Swiss'i de Ankara durumuna göre önümüzdeki hafta başına almayı planlıyorum. Sushi Co hayırlı olsun...”

1070

### **I.3.1.14.2. Teşebbüs Yetkilisi İle Yapılan Görüşme**

Midpoint yetkilisi yapılan görüşmede noktada Kavaklıdere ürünlerinin satılmadığı, Doluca satılmasının nedeninin Doluca'nın şartlarının Kavaklıdere'den daha iyi olması olduğu belirtilmiştir. Midpoint Doluca ile münhasır çalışmakta olup Kavaklıdere ile Doluca arasındaki iletişimin bu noktada sonuç vermediği görülmektedir.

1080

### **I.3.1.15. Mori**

#### **I.3.1.15.1. Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Belgeler**

- Avni Başman'dan Sibel Kutman'a 7.10.2005 tarihinde gönderilen ve ekinde Sibel Kutman'dan Murat Başman'a 5.10.2005 ve İstem Akkoyunlu'nun Sibel Kutman, Hakan İlkutlu ve Soner Aşık'a 4.10.2005 tarihinde gönderilen e-postada İstem Akkoyunlu tarafından gönderilen yazışma şu şekildedir:

“Sibel Hanım,

Sushi Co, Mori Grup ve Kaşibeyaz'ın Kavaklıdere ile anlaşmaları bitmek üzere. Bu üç firmanın yetkilileri tek marka anlaşması için bizden teklif istediler ve görüşmelere başladık. Kavaklıdere firması ile beraber bu üç noktaya girmemiz konusunda yardımlarınızı rica ederiz...”

1090

- 25.10.2005 tarihinde İstem Akkoyunlu'dan Sibel Kutman'a gönderilen e-posta:

“...Bizim ortak çalışmak istediğimiz Kavaklıdere anlaşmalı noktalar; Sushi Co, Mori, Kaşibeyaz, İstanbul Caz Bar (.....), Planet (Bağdat cad.-Nişantaşı).

1100

### **I.3.1.15.2. Teşebbüs Yetkilisi İle Yapılan Görüşme**

Mori'nin yetkilisi (.....) ile yapılan görüşmede 2000 yılından beri Kavaklıdere ile çalışılmakta olduğu, söz konusu tarih itibarıyla son sözleşmenin yeni sona erdiği ifade edilmiştir. Mori Kavaklıdere ile münhasır çalışmakta olup Kavaklıdere ile Doluca arasındaki iletişim bu noktada sonuç vermemiştir.

1110



### I.3.1.16. Planet

#### I.3.1.16.1. Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Belgeler

- 25.10.2005 tarihinde İstem Akkoyunlu'dan Sibel Kutman'a gönderilen e-posta:  
“...Bizim ortak çalışmak istediğimiz Kavaklıdere anlaşmalı noktalar; Sushi Co, Mori, Kaşibeyaz, İstanbul Caz Bar (.....), Planet (Bağdat cad.-Nişantaşı)...”

1120

#### I.3.1.16.2. Teşebbüs Yetkilisi İle Yapılan Görüşme

Planet yetkilisi ile yapılan görüşmede noktanın 5 senedir Kavaklıdere ile münhasır çalıştığı, Doluca ile hiç çalışılmadığı ifade edilmiştir. Yapılan incelemelerde Planet'in Kavaklıdere ile münhasır çalışmakta olduğu ve iki teşebbüs arasındaki iletişimin bu noktada sonuç vermediği görülmüştür.

### I.3.1.17. İstanbul Jazz Bar

1130

#### I.3.1.17.1. Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Belgeler

- Sibel Kutman'dan Murat Başman'a 16.11.2005 tarihinde gönderilen e-posta ;  
“...(.....): *Bildiğim kadarıyla İstem ve Sıtkı beraber görüşüyorlar. (.....TİCARİ SİR.....). Devam edelim...*”
- 25.10.2005 tarihinde İstem Akkoyunlu'dan Sibel Kutman'a gönderilen e-posta:  
“...Bizim ortak çalışmak istediğimiz Kavaklıdere anlaşmalı noktalar; Sushi Co, Mori, Kaşibeyaz, İstanbul Caz Bar (.....), Planet (Bağdat cad.-Nişantaşı).

1140

#### I.3.1.17.2. Teşebbüs Yetkilisi İle Yapılan Görüşme

İstanbul Jazz Bar yetkilisi ile yapılan görüşmede soruşturma konusuna yönelik bir bilgilerinin olmadığı ve mevcut durumda hiçbir teşebbüsle yazılı sözleşmesinin bulunmadığı belirtilmiştir. Yapılan incelemede noktanın ağırlıklı olarak ithal şarap sattığı görülmüştür.

### I.3.1.18. Mirror

1150

#### I.3.1.18.1. Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Belgeler

- Sibel Kutman'dan Murat Başman'a 8.9.2005 tarihinde gönderilen e-posta  
“Mirror Asya: (.....) Asya'da açacağı noktada Kavaklıdere ile çalışmayı düşünmediğini ve bizimle tek marka çalışmak istediğini söylemiş. Bizimkiler de görüşmüş ancak oldukça yüksek meblağlar istediği için sonuçsuz kalmış. Ne yapalım? Nasıl yönlendirelim ekipleri?..”

1160

### I.3.1.18.2. Teşebbüs Yetkilisi İle Yapılan Görüşme

Mirror yetkilisi ile yapılan görüşmede yerli şarap olarak Kavaklıdere ile çalışıldığı, her iki firmanın vermiş olduğu tekliflerin birbirlerinden farklı olduğu ve Kavaklıdere ile Doluca arasında yoğun bir rekabet olduğu belirtilmiştir. Yapılan incelemede Mirror'ın iki restoranında Kavaklıdere, bir restoranında ise Doluca ile münhasır çalışmakta olduğu görülmekle beraber Kavaklıdere ile Doluca arasındaki iletişimin bu noktada sonuç verdiğine yönelik herhangi bir tespit yapılmamıştır.

1170

### I.3.1.19. Sky 360

#### I.3.1.19.1. Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Belgeler

- Murat Başman'a 5.10.2005 tarihinde Şakir Akışık (Kavaklıdere Bölge Satış Koordinatörü) tarafından gönderilen şirket içi yazışma :

*"Sky 360 takip ediyorum. Kotası bu aralar bitmek üzere. Ekim sonu Kasım başı gibi biter. Mekan ile ilgili ne düşünüyorsunuz?"*

*1) Tek kalem için bastırabiliriz. Maliyeti yüksek olabilir*

1180

*2) Doluca ile birlikte girebiliriz. Doluca'ya sorarsanız burası benim mekanım siz girmeyin diyebilir*

*3) Doluca ile konuşmadan biz çift kalem olmak için teklif verebiliriz*

*Benim önerim 3. tercihten yana. Biz çift kalem olmaya uğraşalım. Olamaz isek Doluca ile konuşuruz..."* şeklindeki yazışmaya Murat Başman "2 firma için gidelim" yanıtını vermiştir.

Şakir Akışık ardından ilgili restorana çift firma teklifi sunulduğunu belirterek aşağıda yer alan ifadeleri kullanmaktadır:

*"...ya da bu aşamada Doluca ile konuşup birlikte girmeye ikna edilebilir. En karlı durum bu.... İki firma da kazanır. Doluca'ya çift girelim diye teklif götürürsek ve reddederse bir daha çift kalem için görüşmeye gidebilir miyiz?.."*

1190

Yapılan incelemede noktanın Doluca ile münhasır çalışmakta olduğu görülmüş Kavaklıdere ile Doluca arasındaki iletişimin bu noktada sonuç vermediği anlaşılmıştır Nitekim münhasır Doluca ürünleri dışında yalnızca Umurbey firmasının bir şarabı bulunmakta olup Doluca oranlarının %80'nin üzerinde olduğu kolaylıkla söylenebilir.

1200

### I.3.1.20. Zoe

#### I.3.1.20.1. Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Belgeler

- 2.12.2005 tarihinde Gülsün Gencer'den Soner Aşık'a gönderilen, Zoe isimli mekan hakkında Doluca çalışanları arasındaki e-posta :

*"...ayrıca işletmenin 2. alternatif olarak düşündüğü Kavaklıdere ile ortak çalışma önerisine sıcak baktığımız ifade edilmiştir. Her 2 firma ile çalışılması halinde temel ve popülerde % (...), üst grupta %(.....) uygulanacağı bildirilmiştir ..."*

1210

### I.3.1.20.2. Teşebbüs Yetkilisi İle Yapılan Görüşme

Zoe yetkilisi ile yapılan görüşmede Zoe açılma aşamasındayken Doluca ve Kavaklıdere elemanlarının ayrı ayrı gelip tekliflerini sundukları, ilk tekliflerinin münhasır olarak çalışmak üzerine olduğu, ancak istenirse birden fazla markayı da satış noktasında bulundurabileceği belirtilerek buna yönelik tekliflerini de sundukları ifade edilmiştir. Bu aşamada Doluca'nın sponsorluk tekliflerinin daha iyi olması nedeniyle Doluca'ya yönelindiği belirtilmiştir. Yapılan incelemede noktada Doluca'nın münhasır olduğu görülmüştür.

1220

### I.3.1.21. Divan Ümraniye Pub

#### I.3.1.21.1. Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Belgeler

- Kavmar'a ait iç yazışma olan üzerinde "Şubat 3. Hafta Raporu" başlığı olmakla birlikte tarih olmayan belgenin "Müşteri Bilgileri" başlıklı bölümü şu şekildedir :

*"...Divan Ümraniye Pub müdürü (.....) ve yardımcısı (.....) menülerindeki Turasanlar ve bir çok firmanın şarabını çıkaracaklar. Sadece Kavaklıdere ve Doluca olacak. Fenerbahçe Klübü tesislerindeki ve Kalamış Marinadaki Divan menülerini de Pubların menü dizaynı şeklinde hazırlayacaklar..."*

1230

#### I.3.1.21.2. Teşebbüs Yetkilisi İle Yapılan Görüşme

Divan yetkilisi ile yapılan görüşmede iki firma arasında rekabet olduğu, teşebbüse ait publarda çok çeşitli şarap bulunduğu, soruşturma konusu kapsamında herhangi bir bilgisinin olmadığı belirtilmiştir. Yapılan incelemelerde Kavaklıdere ile Doluca arasındaki iletişimin bu noktada sonuç vermediği görülmüştür.

1240

### I.3.1.22. Zarifi

#### I.3.1.22.1. Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Belgeler

- Sibel Kutman'dan Murat Başman'a 8.8.2003 tarihinde gönderilen e-postanın ekinde yer alan ve Murat Başman'dan Sibel Kutman'a aynı gün içerisinde gönderilen yazışma şu şekildedir :

*... Zarifi Ankara: Bizden ciddi bütçe istediler (?). İstanbul'dan da Ankara için sizden isteyecekler. (ortak girelim, importlar dahil) ....*

1250

Bu e-postaya Sibel Kutman tarafından aynı gün verilen yanıt ise şu şekildedir:  
*"...Ekte Reina'nın satışlarını gönderdim. Zarifi ve Dragon'da kesinlikle ortak çalışalım. Henüz ikisinden de gelmiş bir şey yok. Haberleşelim. Dün (.....) (Reina'nın sahibi) aradı. Safran Bodrum'a (.....)\$ değerinde (....) alın der ve cevap bekler. Nasıl hareket edelim?..."*

- Sibel Kutman'dan Murat Başman'a 26.8.2003 tarihinde gönderilen ve ekinde Murat Başman'dan Sibel Kutman'a 22.8.2003 tarihinde gönderilen e-postanın bulunduğu yazışma şu şekildedir :

*"... 1) Ankara'da açılacak Zarifi için firma sahipleri ile görüştüm. Beklentileri çok yüksek, bütçe konusuna giremedim.*

1260

Yapılan incelemede belgelerde ismi geçen Zarifi Ankara'nın şu anda faal olmadığı, İstanbul Zarifi'nin ise Doluca ile münhasır çalıştığı görülmüştür. Dolayısıyla soruşturma konusu eylemin mevcut nokta bazında hayata geçirilmediği sonucuna ulaşılmıştır.

### **I.3.1.23. Uludağ Et Lokantası**

#### **I.3.1.23.1. Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Belgeler**

1270

- 13.9.2005 tarihli Doluca çalışanlarından Gülsün Gencer'den Lebriz Volkan ve Zeynep Pala'ya giden e-posta :  
“...Uludağ Et Lokantasında 2 gün arka arkaya eğitim düzenlemesine talep etmekteyiz. K.dere ile ortak çalıştığımız noktanın eğitim talep formu ektedir...”

#### **I.3.1.23.2. Teşebbüs Yetkilisi ile Yapılan Görüşme**

1280

Uludağ Et Lokantası yetkilisi ile yapılan görüşmede noktada Doluca, Kavaklıdere ve ithal şarapların satıldığı bilgisi edinilmiştir. Bu kapsamda yapılan incelemelerde soruşturma tarafı teşebbüslerden herhangi bir yönlendirme gelmeden noktanın bu iki ürünü birlikte bulundurduğu kanaati edinilmiştir.

### **I.3.1.24. Hayal Kahvesi**

#### **I.3.1.24.1. Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Belgeler**

1290

- 29.11.2005 tarihli Kavaklıdere şirket içi yazışma şu şekildedir :  
“...Mid point çift kalem sözleşme... Doluca randevu tarihi... Hayal Kahvesi, yeni yer, tek kalem veya ortak teklif...”

#### **I.3.1.24.2. Teşebbüs Yetkilisi ile Yapılan Görüşme**

1300

Hayal Kahvesi yetkilisi ile yapılan görüşmede noktada Kavaklıdere, Doluca ve Adco'nun ürünlerinin bulunduğu, ayrıca teşebbüsün mevcut durumda hiçbir şarap üreticisi ile yazılı bir sözleşmesi olmadığı ifade edilmiştir. Noktanın mönüsünde yukarıda adı geçen üç teşebbüse ait ürünlerin bulunduğu görülmüştür. Noktayla yapılan görüşme sonucunda iki teşebbüs arasındaki iletişimin nokta bazında sonuç doğurmadığı kanaati edinilmiştir.

### **I.3.1.25. Mio**

#### **I.3.1.25.1. Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Belgeler**

1310

- 29.9.2005 tarihinde Murat Başman'dan Sibel Kutman'a gönderilen Mio isimli restoran hakkındaki e-posta :  
“...(.....) (Ritz altı eski Chocolate, yıkılan mekanın geri kalan kısmı diye düşünüyorum.) (.....), yıllardır sizle çalışmış ama bu sefer bizle çalışmak istemiş. (.....) YTL ister gibi. Bence mal fazlası ile çalışırsa iki firma ile girelim diye düşünüyorum...” Sibel Kutman bu e-posta üzerine

Soner Aşık (Doluca Bölge Müdürü) 'tan bilgi istemiş ve Soner Aşık henüz daha noktayla anlaşma yapılmadığını belirtmiştir.  
Yapılan incelemede noktada sadece ithal şarap satıldığı görülmüştür.

### I.3.2. Diğer Belgeler

• Doluca Antalya Bölge Müdürlüğü'nde satış personeli Nazan Bakırcı tarafından hazırlanan 21-26/02/2005 tarihli "Haftalık Faaliyet Raporları" başlıklı belgedeki Kavaklıdere hakkındaki ifadeler şu şekildedir:  
1320 "...Restoranlara bakan personeliyle yaptığım görüşmede müşterilerinin taviz ve iskonto konusunda birbirimizden haberimiz olmadığını düşünerek karşı karşıya getirmeye çalıştıklarının farkına vardık. Bundan sonra önemli yerlerde paslaşmaya kararlaştırdık."

• 4.2.2005 tarihli ÖTV geçişi ile birlikte alınan "Kararlar" başlıklı Kavmar belgesi:

"...KARAR 2

1330 *Bu karar alınırken pazardaki rakiplerimize (Sevilen, Pamukkale, Yazgan, Turasan, Mey) aynı uygulamayı yapacaklarını ama özellikle Doluca ile bu konuda bizle paralel ve aynı şartlarda çalışacağı hususunda ortak karar alınmıştır. Fakat bu konuda gözümüz açık olup müşterilerde uyguladıkları özel durumlar takip edilip merkeze günlük yazılı bildirilmelidir. Yazılı bildirilecek bilgilerin somut, net bilgiler olması gerekmektedir... Toplantıda Doluca'nın Gima'da aksiyonu olduğu ve bu aksiyonun 20 Şubata kadar devam edeceğini öğrendik. Bunun dışında aksiyonlar varsa bildiriniz..."*

• 8.2.2005 tarihinde Sibel Kutman'dan Hakan İlkutlu'ya gönderilen ve içinde Murat Oral (Doluca Kurumsal İşler Direktörü)'dan Hakan İlkutlu ve Sibel Kutman'a 7.2.2005 tarihinde gönderilen e-posta yer alan e-posta şu şekildedir:

1340 "Hakan bey;

*Murat Başman bu sabah saat 9'da beni arayarak Rasim bey 2 müşteriye zam ile ilgili Kavaklıdere'yle anlaşma yaptığımız halde Dikmen Kavaklarında yaptıkları zamlarla bize kelek yaptılar demiş. M. Başman bu gibi konuşmalar bizi üzmektedir" dedi.*

*Ayrıca Marmaris Ahmet Özcan'a uzun vadeli istediği kadar malı eski fiyatla verebileceğimiz söylenmiş. Müşteri Kavaklıdere'yi arayarak aynı şartlarla verirse onlardan da mal alabileceklerini belirtmiş. Murat Başman en azından vadeyi geri çekelim diyor.*

1350 *Kendisine bizim (...) gün vade verdiğimiz ve bu teklifimiz kabul edilmediği için mal teslim etmediğimizi söyledim. Murat Başman bu şartlarla mal verecek olursanız bize de haber verin ki biz de aynı şartlar ile bir miktar mal verelim dedi ..."*

• 12.2.2005 tarihinde Murat Oral'dan Hakan İlkutlu ve Sibel Kutman'a gönderilen e-posta şu şekildedir:

"Hakan Bey,

1360 *Bu akşam Murat Başman ile yaptığım görüşmede kendisi İstanbul teşkilatı ile bugün Ankara'da toplantı yaptığını, bizim piyasaya uzun vadeyle ve çok miktarda eski fiyatla mal verdiğimizizi, kendilerinin veremediğini, müşterek*

*çalışılan noktalarda kendilerinin mal vermemesi dolayısıyla zor durumda kaldıklarını, Kosova gibi birkaç noktaya bu günlerde eski fiyatla mal vermek zorunda kaldıklarını, bu bilgilerin bize ulaşmadan bildirmek istediğini, 100 şişe yeni fiyatla satıyorsa 1-2 şişe eski fiyatla mecbur olduğum için mal verdiğini ve vereceğini söyledi.*

*Ayrıca bizim tek çalıştığımız hiçbir noktaya gitmediklerini bizimse onların tek çalıştığı 2-3 noktaya eski fiyatla mal teklif ettiğimizi belirtti.*

1370 *Ben 7 Şubat Pazartesi gününden itibaren gelen tüm siparişlerde yeni fiyat uyguladığımızı, eski fiyat taleplerini anında reddettiğimizi, 7 Şubattan itibaren yeni fiyatla fatura kestiğimizi, şu anda kendilerinin yaptığı uygulamayla 7 şubattan sonra bizden mal isteyip vermediğimiz müşteri olursa bizim güç durumda kalacağımızı, 2-3 günlük eski fiyatlı mal siparişlerinin tüm piyasayı kapsamasının mümkün olmadığını, buna devam etmeleri durumunda yeni fiyata geçişi zorlaştıracacağını, onun için uygulamanın hemen sona ermesinde fayda olduğunu, yoksa müşterinin her iki firmayı da kullanarak zammı sabote edeceğini, bizim yaptığımız uygulamanın Ahmet Bey'in Ali Başman ile yaptığı görüşmedeki sınırlar içerisinde kaldığını ve bu görüşmenin dışında bir uygulamamızın olmadığını bildirdim.*

1380

*Ayrıca Alanya'da (.....)'e (...) koli uzun vadeli mal faturası kestiğini, bu malın Otele değil de Mepaşa teslim edilmiş olduğunu bir söylentiye göre de oradan da İzmir'e spot piyasaya gittiğinin duyumunu aldığını bildirdi... “*

• Doluca Antalya Bölge Müdürlüğü'nde satış personeli Nazan Bakırcı tarafından hazırlanan 21-26/02/2005 tarihli “Haftalık Faaliyet Raporları” başlıklı belgedeki Kavaklıdere hakkındaki ifadeler şu şekildedir:

1390

*“...Restoranlara bakan personeliyle yaptığım görüşmede müşterilerinin taviz ve iskonto konusunda birbirimizden haberimiz olmadığını düşünerek karşı karşıya getirmeye çalıştıklarının farkına vardık. Bundan sonra önemli yerlerde paslaşmaya kararlaştırdık.”*

• Doluca Antalya Bölge Müdürlüğü'nde satış personeli Nazan Bakırcı tarafından hazırlanan 28/3/2005 tarihli “Haftalık Faaliyet Raporları” başlıklı belgedeki Kavaklıdere hakkındaki ifadeler şu şekildedir:

1400

*“...Bu hafta Fatih'le görüşmemizde sürekli paslaşacağımızı ve beraber hareket etme kararı aldık. Bundan sonra anlaşmasız olan restoranlara (...) iskonto verecekler. Her hafta (Yakut hariç) bir üründe kampanya yapıp piyasaya sunacaklar...”*

• 6.4.2005 tarihinde Melek Apak (Doluca çalışanı)'tan Tahsin Karakurt (Tansaş Kuru Gıda)'a gönderilen ve Hakan İlkutlu ile İlkay Tutucu (Doluca çalışanı)'ya bilgi verilen e-posta şu şekildedir:

*“...Tahsin Bey merhaba, 11.4.2005 Pazartesi günü için Doluca Hakan İlkutlu, Kavaklıdere Murat Başman, Sevilen Enis Güner, Sayın Can Özbay'ın katılacağı bir görüşme talebinde bulunmak istiyorum. Uygun olan saat konusunda yazılı olarak bize dönebilir misiniz?..”*

- 1410 • Ali Başman'dan Mehmet Başman ve Murat Başman'a 31.5.2005 tarihinde gönderilen "Mey İşbirliği" konulu ve üzerinde "Doluca'nın hazırladığı yazıdır." ibaresi bulunan e-posta:

*"...Son bir iki yıl içinde meydana gelen bir takım gelişmeler, zaten artan bir rekabet ve gerileyen kar marjları içine girilmiş olan şarap sektörü için ciddi tehditler oluşturmaktadır. Bu gelişmeleri kısaca özetlemekte yarar vardır;*

- 1) *Peş peşe arttırılan ÖTV oranları, hem ürünlerimizin fiyatlarında istenmeyen artışlara neden olmuş, hem de kayıt dışı çalışanlara büyük avantajlar yaratan haksız bir rekabet ortamını olağanüstü bir şekilde körüklemiştir.*

- 1420 2) *İthal şaraplar eskisine nazaran çok daha büyük bir serbestlik içinde iç piyasada satılmakta ve pazardan giderek daha fazla pay almaktadır. Mevzuat boşlukları ve denetim yetersizlikleri yurda bol miktarda kaçak şarabın girmesine de olanak vermektedir.*

3) *Hızla gelişmekte olan zincir mağazalar, büyük satış potansiyellerini kullanarak dağınık haldeki şarap sektörünü manipüle edebilmekte satış koşulları üreticiler için git gide daha olumsuz hale gelmektedir.*

4) *Tekel'in özelleştirilmesi sonucu doğan Mey içki büyük kapasiteli ve güçlü bir kuruluş olarak piyasadaki arzın ve dolayısı ile rekabetin daha da artmasına sebep olabilecektir...*

- 1430 *...Bu durumda şarap sektörünün önde gelen firmalarının yukarıda sıralanan tehditler karşısında bir aksiyon planı geliştirmelerinde büyük yarar vardır.*

*"...Aksiyon planımızın ikinci ayağını ise, piyasamızdaki başıbozuk uygulamalara bir düzen getirmeye, içinde çalışacağımız rekabet ortamının bir çerçevesini belirlemeye dönük çalışmalar olmalıdır. Bu alanda acilen el atılabilecek konu başlıkları şunlar olabilir;*

- 1) *Horeca (hotel-restoran-cafe) gruplarına yapılan fahiş ödemeler,*  
2) *Özellikle zincir mağazalarda ve piyasa genelinde çok uzun süreye çıkmış satış vadeleri,*  
3) *Turistik bölgelerde gerçekleştirilecek büyük ölçekli satışlara uyulacak satış ilkeleri*

- 1440 4) *Hammaddemiz olan üzümün alımında özellikle kalite-fiyat kriterlerinin belirlenerek, alım esnasında bu kriterlerin uygulanabilmesi,*

*Sektörün önde gelen kuruluşlarında bu konularda gerekli işbirliğinin geliştirilmesi için ciddi bir istek mevcuttur. Ancak uygulamada karşı karşıya kalınan sorunların giderilmesi için detaylı ve sürekli bir çalışmaya ihtiyaç vardır. Üzerinde mutabık kalınan konulara ne derece uyulduğunu kontrol edebilmek için bugün olduğundan çok daha fazla şeffaflığa dayanan bir iç denetim mekanizması geliştirilmektedir.*

- 1450 *Şarap sektörünün geleceği bakımından acilen ele alınması gereken girişimlerin bir özeti olan bu dokümanın olumlu sonuçlar doğurmasını dileriz..."*

• Ali Başman'dan Murat Başman'a 8.6.2005 tarihinde gönderilen e-posta:  
*"...Doluca ile satış ve pazarlamada müşterek çalışma prensiplerimizin ana maddeleri tespiti konusunda ilavelerini bir an önce yaparsan onlara bu prensipleri yollarız:*

#### ANA PRENSİPLER

#### Sözleşmesi olan müşteriler:

Devam edenler;  
1460 Sözleşme bitim tarihleri ve kotaları son duruma göre bilgilendirilir ve bu tip müşterilerle müşterek çalışma yapısı hazırlanır.

Hemen yenilenmesi gerekenler;  
Devam edenlerin müşterek çalışma yapısı hazırlanana kadar mutabık kalacağımız süre veya kotalı kısa vadeli uzatma yapılıır.

Yeni açılan ve sözleşme yapmak isteyen müşteriler;  
Müşterek teklif verilir.

1470 Müşterek çalıştığımız sözleşmeli müşteriler;  
Müşterek çalışma devam eder ve yenilemelerde müşterek yapılır.

Müşterek çalıştığımız sözleşmesiz müşteriler;  
Müşterek sözleşmeler yapılarak uzun vadeli rekabet problemleri sınırlanır.

Sadece bir firma ile sözleşmesiz çalışan müşteriler;  
Müşterek sözleşmeler yapılır.

Hipermarketler  
1480 Müşterek genel politika tarafların ve olan ilişkilerini zedelemekten tespit edilir.”

### **I.3.3. Doluca ve Kavaklıdere Teşebbüsleri Arasındaki Rekabetçi Belgeler**

Doluca ve Kavaklıdere arasındaki yoğun iletişimi gösteren ve yukarıdaki bölümde yer verilen belgelerin yanı sıra yine yerinde incelemelerde elde edilen ve iki teşebbüs arasındaki rekabeti destekler nitelikte içerikleri olan belgeler bulunmaktadır.

• 14.2.2005 tarihli “İzmir Bölge Ziyaret Raporu” başlıklı Doluca belgesi:  
1490 “...*Bölge satış ekibince belirtilen Kavaklıdere'nin agresif satış politikası ziyaretler sırasında da gözlemlenmiştir. İzmir'de restoran olarak en iyi iş yapan yerlerden biri olan (.....) ile Doluca tek marka anlaşmasına rağmen kendilerine aşağıda detayını göreceğimiz cazip teklifi götürmüştür... Kavaklıdere satış ekibi, geçen sezon Doluca'nın (.....) başarısının tekrarını önlemek ve avantajı kendi taraflarına çevirmek adına şimdiden çok yoğun (.....) ziyaretlerine başlamışlardır...*”

• Ali Toron'dan (Doluca) Hakan İlkutlu'ya (Doluca) 1.4.2005 tarihinde gönderilen mailde şu ifadeler geçmektedir:  
1500 “...(.....): *2 nolu ytf de amaç Kavaklıdere'yi devre dışı bırakarak Antalya bölgede kalite ürün çekişleri çok iyi olan oteli münhasır almak...*”

• Suat Yargıç'tan (Doluca) Hakan İlkutlu'ya 14.4.2004 tarihinde gönderilen e-posta :  
“...*Kavaklıdere'nin bölgemizde uygulamakta olduğu ve hedeflerinin bizi neredeyse tüm satış noktalarında devre dışı bırakacak boyutlara ulaşan tavizleri konusunda sizleri bilgilendirmek istedim. Özellikle tek satıcı olduğumuz satış noktalarında ve de ortak çalıştığımız noktalarda hiç gereği*



1510 yokken (.....) %(...) ve üzeri iskontolar veya bedelsizler (.....TİCARİ SIR.....) bu niyetlerini açıkça sergilemektedirler... (.....TİCARİ SIR.....) İzlemiş oldukları bu agresif tutum tüm hızıyla devam etmektedir...”

• 9.5.2005 tarihli “Ankara Bölge Ziyaret Raporu” başlıklı Doluca belgesi; “...(.....) Kavaklıdere’nin tek marka olarak yaptığı anlaşmalar halen devam etmektedir. Kavaklıdere’nin tek marka yaptığı anlaşmalara rağmen Doluca ürünlerinin penetrasyonunun bölgede arttığı gözlemlenmiştir... Bölge satış ekibince belirtilen Kavaklıdere’nin agresif satış politikası ziyaretler sırasında da gözlemlenmiştir... (.....)’lar ile tek marka anlaşmalı olduğumuz halde kadehte Kavak ve Dikmen servisi yapıyor...(.....): ... Nokta Kavaklıdere’nin grup ile olan anlaşması kapsamında. Kısıtlı sayıda Doluca ürünleri menüde yer almakta... (.....): İşletme sahibi menüde yer almamız konusunda menülerine ilan ve bedelsiz verme talebi doğrultusunda yapılan görüşmede, işletme sahibinin Kavaklıdere ile olan anlaşmasından dolayı menüye reklam alamayacağını (.....) belirtti. ...(.....): Kavaklıdere ile olan kotalı anlaşmaları (.....) kadar devam ediyor. Kavaklıdere anlaşma bitiş tarihi kontrol edilmesi gereken kalite puanı yüksek noktalardan bir tanesi...”

1530 • 5.8.2005 tarihli Kavaklıdere iç yazışma : “...(.....) ile görüştük. Doluca’dan 3 kişi gelmişler ve noktaya (.....) vermişler. Sözleşmemiz devam ettiği için bir problemimiz yok...”

• 9.8.2005 tarihli Kavaklıdere iç yazışmada Doluca ile çalışmaya son verip Kavaklıdere ile çalışmaya başlayan noktalar, Kavaklıdere ile çalışmaya son verip Doluca ile çalışmaya başlayan noktalar ile Kavaklıdere’nin münhasıran çalıştığı noktalar yer almaktadır.

1540 • 15.8.2005 tarihli Kavaklıdere iç yazışma : “...Doluca’nın sürekli tacizinde bulunan işletmeden problemleri dolabın alınarak yerine yenisinin verilmesi için konuyu bilgilerinize sunarım...”

Teşebbüsler arasındaki rekabeti gösteren çok sayıda benzer içerikli belgenin bulunduğu raportörlerce yerinde incelemelerde görülmüştür.

#### I.4. Rakiplerle Yapılan Görüşmeler

1550 İncelemeler kapsamında Mey, Turasan, Diren, Yazgan, Sevilen, Gülor, Pamukkale, Adco ve Karagözoğlu firmalarıyla görüşmeler yapılmış olup rakiplerin büyük kısmı Kavaklıdere ve Doluca arasında koordinasyon olduğuna dair herhangi bir gözlemlerinin olmadığını belirtmişlerdir. Bazı teşebbüsler ise tek satıcılık anlaşmalarının pazarda önemli bir giriş engeli yarattığını ileri sürerken bu görüşte olmayan rakipler de bulunmaktadır.

## I.5. Savunmalar ve Değerlendirilmesi

1560 Tarafların önaraştırma ve soruşturmaya ilişkin tüm savunmaları, ek savunmaları ve sözlü savunma tutanakları incelenerek aşağıda değerlendirilmiştir. Tekrardan kaçınmak için tarafların benzer savunmaları birlikte değerlendirilmiş, teşebbüslerin varsa kendilerine özgü savunmaları ayrıca ele alınmıştır.

### I.5.1.Yeterli Evrak Gönderilmediği İddiası

1570 Doluca savunmasında, kendilerine soruşturma hakkında yeterli bilgi verilmediğini ve dosyaya erişim haklarının engellendiğini belirtmektedir. Doluca'ya göre Rekabet Kurumu ilk yazılı savunmasını temellendirmek için yeterli bilgiyi göndermemiş, dosyaya erişim taleplerini reddetmiştir. Kavmar da benzer şekilde, 4054 sayılı Kanun'un 44/2. maddesi uyarınca Önaraştırma Raporu'nun kendilerine gönderilmiş olması gerektiğini ifade ederek, ilk yazılı savunmalarındaki taleplerine rağmen halen Önaraştırma Raporu'nun kendilerine verilmediğini, bu durumun Kanun'un amir hükmüne aykırı, usuli bir eksiklik olduğunu ileri sürmektedir.

1580 4054 sayılı Kanun'un 43/2. maddesinde "*Taraflara tanınan ilk yazılı cevap süresinin başlayabilmesi için Kurul'un bu bildirim yazısı ile birlikte, iddiaların türü ve niteliği hakkında yeterli bilgiyi ilgili taraflara göndermesi gerekir*" denilmektedir. Bu gereklilik doğrultusunda, Doluca ve Kavmar firmalarına gönderilen soruşturma tebligatı yazılarında önaraştırmada tespit edilen ve soruşturma açılmasına dayanak oluşturan hususlara ilişkin açıklamalar yapılmıştır.

1590 Bu yazılar çerçevesinde, Doluca ile Kavmar yetkilileri arasında rekabetçi konularda görüşmeler yapıldığına yönelik bulgulara rastlandığı, özellikle e-posta aracılığıyla yapılan iletişimin koordinasyon yaratıcı sonuçlara yol açabileceğinin görüldüğü, söz konusu unsurların, yerinde tüketim noktalarında her iki teşebbüsün de yer alması için birlikte teklif verilmesi, tekliflerin ve çalışma koşullarının beraber tespit edilmesi ve bu noktalara yönelik ortak politikalar belirlenmesi olarak ifade edilebileceği, bunun ise noktaya girmek için rekabetten kaçınma olarak da değerlendirilebileceği belirtilmiştir. Ayrıca söz konusu iki teşebbüsün belli noktalarla, bu noktada üçüncü bir marka şarabın satılmasını engelleyen ortak sözleşmeler imzaladığı bulgusuna ulaşıldığı ifade edilerek, söz konusu teşebbüslerin ortak politikalarla birlikte girmeye çalıştıkları yerinde tüketim noktalarından 7'si örnek olarak verilmiştir. İlgili teşebbüsler arasındaki birlikteliğin hangi dönemde başladığının ve hangi dönemde hız kazandığının düşünüldüğü de bu yazılar çerçevesinde her iki firmanın da bilgisine sunulmuştur.

1600 Soruşturma bildirim yazılarında, teşebbüslerin hangi somut uygulamalarının soruşturma açılmasına dayanak oluşturduğu açıkça ifade edilmiştir. Teşebbüslerin 4054 sayılı Kanun'a aykırı olabileceği düşünülen, iddia konusu uygulamalarının neler olduğu sayılarak genel olmaktan çok uzak, öznel bilgiler sunulmuştur.

1610 4054 sayılı Kanun'un 43/2. maddesi, Kurum bünyesinde hakkında soruşturma açılmış teşebbüs ile ilgili olarak düzenlenmiş her türlü evrak ve mümkünse elde edilmiş her türlü delilin bir nüshasının teşebbüse gönderilmesini, ilk yazılı savunmanın hazırlanabilmesi için gerekli görmemekte, iddiaların türü ve niteliği hakkında yeterli bilginin gönderilmiş olmasını yeterli bulmaktadır. Kanun'un 43/2. maddesinin gerekçesinde de belirtildiği üzere, bununla haklarında soruşturma başlatılmış teşebbüslerin ne tür bir iddia ve şikayet ile itham edildiklerinin en kısa zamanda kendilerine bildirilmesi amaçlanmaktadır. Kanun bu bilgileri ilk yazılı savunma için yeterli görmektedir.

1620 Yukarıda da açıklandığı üzere taraflara ilk yazılı savunmalarını hazırlayabilmelerini sağlayacak yeterlilikte bilgi gönderilmiş olup, Kanun'un 43/2. maddesinin gereği yerine getirilmiştir. Üstelik teşebbüslerde yapılan yerinde incelemeler sonucunda alınan belgelerin birer nüshası teşebbüs yetkililerine bırakılmıştır. Dolayısıyla teşebbüslerin elinde soruşturma raporunda yer verilen pek çok belge zaten mevcuttur. Sonuç olarak savunmalarına esas teşkil edebilecek bilgi ve belgeler teşebbüsün elinde hiç yokmuşçasına bir tutum ve endişe içinde olunması yerinde değildir.

1630 4054 sayılı Kanun'da tanımlanan soruşturma safhası bir süreçtir. Teşebbüslerin Kanunu ihlal edip etmediklerine, hangi uygulamalarının bu Kanuna aykırılık oluşturduğuna ilişkin kanı ancak bu sürecin sonunda oluşmaktadır. Bu süreçten önceki önaraştırma dönemi sonunda ve soruşturma kararının bildirildiği dönemde hakkında soruşturma açılan teşebbüslere yöneltilen iddialara ilişkin ancak ham seviyede denilebilecek bir fikre sahip olunmaktadır. Önaraştırma süreci iddiaların daha derinlemesine araştırılmasına ihtiyaç duyulup duyulmadığının anlaşılmasına yönelik bir süreçtir. Nitekim soruşturma sürecinin ilerlemesiyle birlikte kimi iddiaların yerinde olmadığı görülebilmekte ya da mevcut iddialara başkalarının eklenmesi mümkün olabilmektedir. Hakkında soruşturma yürütülen taraflara ilişkin ileri sürülen iddialar ancak soruşturma raporunun tamamlanması ile net bir şekilde ortaya konulabilmekte ve rapor ile birlikte teşebbüslere yansıtılmaktadır.

1640 Böylesi bir süreçte asıl olan, 4054 sayılı Kanun'un 44/3. maddesinde de belirtildiği üzere, Kurul'un tarafları bilgilendirmediği ve savunma hakkı vermediği konuları nihai kararına dayanak yapmamasıdır. Nitekim kanun koyucu'nun 44/2. madde ile amaçladığı temel unsur, tarafların ummadıkları herhangi bir sürprizle karşılaşmalarının teminidir. Bu amaçla soruşturma safhasının sonunda hazırlanan rapor, dosya kapsamındaki belge ve delillerle birlikte teşebbüslere gönderilmektedir. Dolayısıyla taraflar Kurulca kendileri ile ilgili düzenlenmiş dosya kapsamındaki evrak ve delilleri, sözlü savunma aşamasından çok daha önce, soruşturma raporunun gönderilmesi aşamasında zaten almaktadırlar. Bu aşamadan sonra teşebbüslerin iki yazılı bir sözlü olmak üzere 3 savunma hakları daha bulunmaktadır. Açıklamalar çerçevesinde, birinci yazılı savunmasını hazırlamak için kendilerine Kanunun bu savunmalarının hazırlanabilmesi için öngördüğü yeterli bilgi sunulmuş olan teşebbüslerin, soruşturma raporuyla birlikte yeterli bilgi ve evrakı, 3. kişilerin ticari sırlarının korunması gerekliliğinin izin verdiği ölçüde aldığı, bunlar üzerine ayrıca 2 yazılı bir sözlü olmak üzere toplam üç savunma hakkına

daha sahip oldukları düşünülürken, teşebbüslerin savunma haklarına hiçbir şekilde hâle gelmediği açıktır.

- 1660 Diğer yandan Danıştay 13. Dairesinin 2006/891 Esas Nolu dosyaya ilişkin verdiği 24.5.2006 tarihli kararında şu ifadeler bulunmaktadır; “...haklarında soruşturma açıldığı bildirilenler tarafından, 4054 sayılı Kanun’un 44. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca, sözlü savunma hakkının kullanılması taleplerine kadar Kurum bünyesinde kendileri ile ilgili düzenlenmiş her türlü evrakın ve mümkünse elde edilmiş olan her türlü delilin bir nüshasının verilmesinin istenebileceği, isteme hususunda bir sınırlama bulunmamakla birlikte, Kurum tarafından her başvurunun soruşturmanın sürecini olumsuz yönde etkileyip etkilemeyeceği değerlendirilmeleri yapılarak, gerekçeleri belirtilmek suretiyle bir işlem tesis edilebileceği...”
- 1670 Kararda ayrıca; “Bu istemin Kurul’ca kabul edilmesi gerekmekte ise de, Kurul’un olayın özelliğini dikkate alarak hukuki gerekçelerini belirtmek suretiyle, istemi reddetmesi de olanaklıdır.” denmektedir. Danıştay’ın bu kararı, teşebbüslerin evrak taleplerinin reddi konusunda Rekabet Kurumu’nun bir takdir yetkisinin bulunduğunu ve bu yetkiyi dosyanın özelliklerini dikkate alarak kullanabileceğini belirtmektedir.

- 1680 Ayrıca iddia konusu ihlale ilişkin deliller, sözleşme, yönetim kurulu kararı, teşebbüs birliği kararı, yayınlanmış fiyat listeleri ya da faturalar gibi yok edilmesi görece daha güç olan deliller değildir. İlgili dosya bakımından delillerin hemen hemen tamamı, iki rakip teşebbüsün arasındaki iletişimden kaynaklanan ve karartılmaları çok daha kolay olan e-posta mesajları ve yazışmalardan oluşmaktadır. Daha önce de belirtildiği üzere, soruşturma safhası bir süreçtir ve bu süreçte delil arayışı devam etmektedir. Nitekim tarafların İzmir, Muğla, Antalya ve Bodrum ofislerinde soruşturma bildiriminden sonra da yerinde incelemeler yapılmış, çeşitli belgeler alınmıştır. Bu nedenle, delil arayışının sürdüğü bir dönemde, delillerin karartılmasını kolaylaştırabileceği düşüncesi ve kamu faydasının zarar göreceği endişesiyle, soruşturmanın evrak talebine konu başlangıç aşamasında gönderilmiş olanlar dışındaki evrak talebi yerinde bulunmamıştır.
- 1690

- 1700 Diğer yandan, Kanun’un 44/2. maddesi tarafların Kurum bünyesinde kendileri ile ilgili düzenlenmiş her türlü evrakın ve mümkünse delilin bir nüshasının kendilerine verilmesini isteyebilir hükmünü amir olmakla birlikte, Kanun’da bu belgelerin taraflara ne zaman verileceği konusuna yönelik herhangi bir düzenleme yapılmamış ve yalnızca son tarih olarak sözlü savunma toplantısı belirlenmiştir. Rekabet Kurumu soruşturma raporu ile birlikte bilgi ve belgelerin önemli bir kısmını taraflara tebliğ etmekte, yine de sonrasında teşebbüslerden talep gelmesi halinde bu talepleri ticari sırların korunması gerekliliğinin izin verdiği ölçüde karşılamaktadır. Nitekim Doluca’nın soruşturma raporunun tebliğinin hemen sonrasındaki, Kavmar’ın ise ikinci yazılı savunmasındaki evrak talebi ticari sırların korunması gerekliliği gözetilerek karşılanmıştır.

### **I.5.2. Kavaklıdere ve Doluca'nın Reina ile Akdettikleri Sözleşmenin Reina'nın Talebi Üzerine Gerçekleştirilmesi Nedeni ile Rekabet İhlali Olmadığına İlişkin Savunma**

- 1710 Doluca tarafından Kavaklıdere ile birlikte Reina için akdedilen sözleşmenin hangi süreçlerden geçilerek yapıldığına ilişkin gönderilen savunmada Doluca'nın 2005 yılında Reina'da Doluca markalı şarapların satışları için bir anlaşma yapmak istediği, bunun üzerine Reina'nın Doluca'dan (.....) A.B.D. \$'ı tutarında bir sponsorluk ücreti talep ettiği, ancak Doluca Pazarlama Müdürü Sibel Kutman'ın bu oranda bir sponsorluk ücreti ödeyemeyeceklerini belirttiği ve bunun üzerine Reina'nın aynı teklifi Kavaklıdere firmasına da yapması karşısında bu teşebbüsten de red cevabı aldığı ileri sürülmektedir. Bu gelişmelerin ardından Reina'nın iki teşebbüse (.....) A.B.D. \$'lık sponsorluk ücretinin eşit şekilde paylaşılması teklifini götürdüğü ve teklifin
- 1720 sadece Kavaklıdere ve Doluca'ya götürülmesinin bu iki şirketin ürünlerinin piyasada en çok rağbet gören ürünler olması nedeniyle olduğu belirtilmiştir. Benzer bir yaklaşım Kavmar tarafından da sergilenmiş, ayrıca Kavmar'ın Doluca'yla birlikte sadece Reina ile üç taraflı bir sözleşme akdettiği, bunun dışında üç taraflı herhangi bir sözleşme imzalanmadığı, söz konusu sözleşmenin Reina'nın isteği üzerine gerçekleşmesi nedeniyle Kavaklıdere ve Doluca firmalarının rekabet ihlali gerçekleştirdiğinin ileri sürülemeyeceği, sözleşmede yer alan 3. bir şarap üreticisi firmanın mallarının Reina'da satılmayacağına ilişkin hükmün Reina tarafından anlaşmaya konulduğu ve noktaya yapılan satışların toplam satışları içinde son derece küçük bir orana tekabül ettiği ileri sürülmüştür.
- 1730

Kavaklıdere ve Doluca ile Reina arasında 24.5.2005 tarihinde imzalanan sözleşmeye göre her bir firma Reina'ya (.....) A.B.D. \$'ı sponsorluk ücreti ödemeyi kabul etmektedir. Buna karşılık Reina ise sadece Kavaklıdere ve Doluca'nın ayrı ayrı (.....) adet şişe şarabını satmayı bu miktar şarap satılincaya kadar başka bir markanın şarabını satmayacağını taahhüt etmektedir. Söz konusu sözleşme hakkında Reina yetkilileri ile yapılan görüşmede yine Doluca'nın savunmasında yer verdiği hususlara benzer ifadeler yer almaktadır.

- 1740 Söz konusu anlaşmanın değerlendirilmesinde ilk olarak bu anlaşmanın rakip olmayanlar arasında dikey bir anlaşma olup olmadığının tespiti gerekmektedir. Bir anlaşmanın 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında olabilmesi için anlaşmaya taraf olan teşebbüslerin üretim ve dağıtımın farklı seviyelerinde faaliyet göstermeleri gerekmektedir. Ancak anılan sözleşmenin bütün tarafları dağıtımın farklı seviyesinde faaliyet gösteren teşebbüsler değildir. Bu nedenle Kavaklıdere, Doluca ve Reina arasında akdedilen sözleşme 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında grup muafiyetinden yararlanmamaktadır. Ayrıca aşağıda da ayrıntılı olarak incelendiği üzere söz konusu işbirliği 4054 sayılı Kanun'un
- 1750 5. maddesinde yer verilen ve muafiyeti sağlayan şartları da taşımamaktadır. Dolayısıyla Kavmar, Doluca ve Reina arasında akdedilen anlaşmanın 4054 sayılı Kanun'u ihlal eden bir anlaşmadır.

Tüm bunlarla birlikte düşünüldüğünde, söz konusu anlaşmanın Reina tarafından her iki tarafa da önerilmiş olması, anlaşmanın Kanun'u ihlal ettiği

1760 gerçeğini değiştirmemektedir. Rekabet hukukuna göre ihlal niteliği taşıyan bir anlaşmanın kimin tarafından önerildiği veya talep edildiğinin bir önemi bulunmamaktadır. Önemli olan anlaşmanın ilgili taraflarca kabul edilip edilmediğidir. Nitekim Kurul 4.5.2004 tarih ve 04-32/377-95 sayılı Frito Lay kararında “Rekabet Hukuku kapsamında teşebbüslerin müşterilerinden talep gelmesi sonucunda yaptığı uygulamaların ihlal olarak değerlendirilmesi önünde bir engel olmayacağını” belirtmiştir.

1770 Son olarak üç tarafı olan bir başka sözleşmeye önaraştırma ve soruşturma süresince rastlanılmamakla birlikte teşebbüs yetkililerinin benzer şekilde nokta bazında ortak stratejilerini görüştüğü birçok belge bulunmuştur. Dolayısıyla ortak strateji izlemenin yalnızca Reina ile sınırlı kalmadığı ve başka noktalara da sirayet ettiği görülmüştür. Bu noktaya yapılan satışların teşebbüsün toplam satışları içinde düşük bir orana tekabül ettiği bilinmekle beraber, bu durum rakip teşebbüsler arasında ortak strateji oluşturulduğu gerçeğini değiştirmemektedir

### **I.5.3. İlgili Ürün Pazarı Tespitine Yönelik İtiraz**

1780 Kavaklıdere ve Doluca teşebbüslerinin yaptığı savunmalar arasında ortak olan konu başlıklarından biri ilgili ürün pazarına yönelik itirazlardır. Bu kapsamda Doluca vekili tarafından, Rekabet Kurulu’nun Tekel Özelleştirilmesi, Diageo/Ursus, Martini Pazarlama/Mey İçki kararlarında ilgili ürün pazarının “şarap ve vermut” pazarı olarak tanımlandığı ve yerinde tüketim/evde tüketim ayrımı yapılmadığı vurgulanmaktadır. Ayrıca Kavaklıdere/Doluca I Kararında soruşturma konusunun yerinde tüketimi içermesine karşın pazarın mevcut soruşturmada olduğu gibi bir ayrıma tabi tutulmadığı belirtilmiştir. Bu hususlara ilave olarak Kavmar, ilgili ürün pazarı tanımlanırken fiyat unsurunun dikkate alındığını, ancak kendilerinin ev tüketimi ve yerinde tüketim kanallarına yaklaşık olarak aynı fiyattan ürün sattıklarını, perakende satış fiyatının iki kanal arasında farklılık göstermesinin noktaların tercihinden kaynakladığını ileri sürmüştür.

1790 Bir ürünün diğer bir ürünle aynı pazarda yer alabilmesi için bu ürünlerin tüketici gözünde nitelikleri, kullanım amaçları ve fiyatları açısından benzer olmaları ve birbirleriyle ikame edilmeleri gerekmektedir. Bu noktada hemen vurgulanmalıdır ki söz konusu üç unsurdan birinin farklılık arz etmesi iki ürünün ayrı pazarlarda değerlendirilmesi için genellikle yeterlidir. Bir başka deyişle kıyaslanan iki ürünün nitelikleri ve kullanım amaçları aynı olsa bile fiyatları arasında önemli bir fark olması bu iki ürünün farklı pazarlarda değerlendirilmesi gerektiğinin önemli bir göstergesidir. Dolayısıyla iki ürünün aynı pazarda yer alması için tüketicinin iki ürün arasında kayıtsız kalması gerekmektedir. Bu nedenle dikkate alınacak kriter talep ikamesidir. Sonuç olarak mevcut soruşturmada da pazar bu gerçeğin ışığında değerlendirilmiştir.

1800 Tüketici bakış açısıyla konu incelendiğinde görülecektir ki burada önemli olan tüketici tercihleri olduğundan tüketicinin ürüne ödediği fiyat önem kazanmaktadır. Bu nedenle ürünün fabrika çıkış fiyatı, dağıtıcıya satış fiyatı gibi ara fiyatlar değil tüketicinin ödediği fiyat önem kazanmaktadır. Ürünü kullanan ve ürüne olan talebi şekillendiren unsur tüketici olduğundan yukarıda dile getirilen bakış açısı geçerliliğini korumaktadır.

Diğer yandan rekabet hukuku uygulamalarında dosyanın veya ihlalin niteliğine göre farklı pazar tanımlamaları yapılabilmektedir. Doluca vekili tarafından örnek olarak gösterilen dosyaların hiçbiri soruşturma kapsamında yapılan incelemeler olmayıp ağırlıklı olarak birleşme/devralma dosyalarını içermektedir. Kavaklıdere-Doluca I kararı ise bir ilk inceleme dosyasıdır ve mevcut dosyada yapılan değerlendirmelerin daha detaylı olduğu açıktır. Üstelik o kararda pazarın “şarap pazarı” olarak tespit edilmesinin hukuki bağlamda soruşturma heyetinin daha önceki önaraştırma ve soruşturmalarda ortaya konan tespitlerle bağlı kalmak gibi bir zorunluluğu bulunmadığı gerçeği doğrultusunda değerlendirilmesi gerekmektedir.

İlave olarak Kurul Efpa-Bimpaş Muafiyetin Geri Alınması kararında bu şekilde bir ayrımı benimsemiş ve pazarın yerinde tüketim ve ev tüketimi çerçevesinde iki farklı ürün pazarı olarak değerlendirilmesi gerektiği sonucuna ulaşmıştır. Yine benzer şekilde 6.11.2003 tarih ve 03-71/867-371sayılı Efes Pazarlama ve Dağıtım Ticaret A.Ş. hakkında yürütülen önaraştırmaya ait kararda da bira pazarı yerinde tüketim (açık), ve ev tüketimi (kapalı) olarak iki ayrı pazar olarak değerlendirilmiştir. Dolayısıyla bira pazarında Kurul söz konusu ayrımı benimsemiştir. Bu noktada ilgili pazar tespitinde Kurul’un hangi amaçla söz konusu ayrıma yöneldiğine ilişkin gerekçe Karar’da aşağıdaki gibi belirtilmektedir.

*“...Açık veya kapalı satış yapan noktalarda tüketicilerle buluşan bira, teknik özellikleri bakımından aynı nitelikte olmasına rağmen, açık satış yapan noktalarda bira ile birlikte başka hizmetler de tüketiciye sunulmaktadır. Sağlayıcılar bakımından aynı nitelikte olan bira, açık ve kapalı satış yapan noktalardaki müşteriler gözünde farklı niteliktedirler. Daha açık ifade etmek gerekirse, bar, otel ve lokanta gibi açık satış yapan noktalarda satışa sunulan biranın fiyatının önemli miktarda yükselmesi durumunda müşteriler, kapalı satış yapan bakkal, market ve büfe gibi kapalı satış noktalarına yönelmeyeceklerdir. Halen açık ve kapalı satış noktalarında satışa sunulan bira fiyatlarında çok önemli farklılıkların görülüyor olması da, iki farklı pazarın varlığını göstermektedir. Dolayısıyla, biri bar, otel ve lokanta gibi açık bira satışı yapan noktalardan oluşan; diğeri ise bakkal, market ve büfe gibi kapalı bira satışı yapan noktalardan oluşan iki farklı ilgili ürün pazarı bulunmaktadır...”*

Bu yaklaşımın şarap pazarı için de geçerli olduğundan hareketle ve yukarıda verilen diğer başka argümanlarla birlikte şarap pazarına yönelik tespit, yerinde tüketimin ev tüketiminden ayrı olarak değerlendirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu noktaya gelinmesinde soruşturma sürecinde pazarda yapılan incelemeler ve ihlal olduğu düşünülen eylemin etki ettiği alanın değerlendirilmesi başat rol üstlenmiştir. Nitekim adı geçen diğer incelemelerden farklı olarak pazarın ayrıntılı olarak incelenmesi soruşturma süresinin izin vermiş olduğu 6 aylık süre sayesinde bu dosyada mümkün olmuştur.

Bu bağlamda yukarıda ev tüketimi ve yerinde tüketimde tüketim kalıplarının farklılaştığı ve ürün fiyatlarının ev tüketimine yönelik satış noktalarıyla

1860 kıyaslandığında en az 2-3 kat farklılık arz ettiği vurgulanmıştır. Ayrıca gerek önaraştırma-soruşturma döneminde yapılan incelemelerde gerekse yerinde incelemelerde yerinde tüketim noktalarının üreticiler için ayrı bir önemi olduğu ve üreticilerin bu noktalara karşı ev tüketim noktalarına kıyasla daha farklı bir yaklaşım sergilediği tespit edilmiştir.

Bütün bu hususların yanı sıra tüketim kalıplarının gerek ev tüketimi gerekse diğer yerinde tüketim noktalarıyla benzeşmediği, her şey dahil sistemiyle çalışan otellerin pazar tanımının dışında tutulması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

1870 Ayrıca Doluca vekili tarafından yapılan savunmada ilgili ürün pazarı tespitinin bu aşamada fazla öneminin kalmadığı, Doluca'nın hakim durumda olduğuna yönelik raporda tespit yapılmadığı, ilgili ürün pazarının raporda belirlenenden farklı bir şekilde tespit edilmesinin pratik bir yararı bulunmadığı ifade edilmiştir. Bu yoruma katılmakla birlikte 4. madde kapsamında yapılan soruşturmalarda da pazar tanımı, eylemin pazarda etkisinin ölçülmesi adına önem arz etmektedir. Pazar payı düşük olan iki teşebbüsün bir pazarda yapmış olduğu fiyat tespiti anlaşması ile pazar payı yüksek olan iki teşebbüsün aynı eylemi, etki ve sonuçları bakımında farklılık doğurabilecektir. Ancak mevcut soruşturmanın yapısı açısından, yerinde tüketim pazarında Kavmar ve Doluca'nın yüksek pazar payları olmasına karşın, etki bazlı değerlendirme nokta bazında yapılmış ve etkinin sınırlı noktada görülmesi sebebiyle ihlalin kısıtlı bir etki yarattığı belirtilmiştir.

1880 Bu kapsamda ilgili pazarda Kavmar ve Doluca'nın %80'in üzerindeki pazar payına sahip olduğu tespitinin doğru olmadığı öne sürülmektedir. Ancak soruşturma döneminde raportörlerce yazılı ve sözlü olarak birçok kez taraflara yerinde tüketim pazar payları sorulmasına karşın bu şekilde bir çalışmanın ellerinde olmadığı vurgulanmıştır. Bu doğrultuda yapılan incelemede bağımsız ve güvenilir bir araştırma şirketi olan Retailing Institute tarafından yapılan çalışmanın şarap pazarında yerinde tüketime ait tek çalışma olduğu görülmüş ve söz konusu şirket tarafından yapılan çalışma tarafsız bir şekilde kullanılmıştır.

1890

#### **1.5.4. Reina Sözleşmesinin ve Diğer Sözleşmelerin Rekabetçi Oldukları Savunması**

1900 Teşebbüslerin yaptığı savunmada ortak bir başka nokta Reina sözleşmesi örneğinden yola çıkarak öne sürülen söz konusu sözleşmelerin münhasır anlaşmalara göre daha rekabetçi olduğu iddiasıdır. Nitekim Reina'da olduğu gibi önceden tek marka ürün satılan noktalarda bu anlaşmalar sayesinde iki rakip üreticiye ait ürünler satılmaktadır. Dolayısıyla bu anlaşmaların daha rekabetçi olduğu ileri sürülmektedir. Ayrıca Doluca vekili, anılan yerinde tüketim noktalarında yer alırken amacın o noktaya rakibi sokmamak değil, ev tüketimini de etkileyen bu tür mekânlarda bulunma isteği olduğunu belirtmektedir. Kavaklıdere vekili ise benzer hususların yanı sıra tarafların Reina ile iki ayrı matbu sözleşme imzalamış olması durumunda herhangi bir sorun yaşanmayacağını, anlaşma şartlarının ise Reina tarafından belirlendiğini ifade etmektedir.



1910 Bu savunmalara yönelik olarak öncelikle dile getirilmesi gereken husus, söz konusu soruşturma konusuna geniş bir bakış açısıyla bakılması gerektiğidir. Nitekim atipik bir nitelik taşıyan bu eylemin etkisi adı geçen (BTA'nın da dahil edilmesi durumunda) 12 noktada da aynı şekilde oluşmamıştır. Etkinin kapsamının nakit, iskonto, bedelsiz gibi alt başlıklardan oluşan tavizlerin ortak olarak belirlenmesini de içerdiği ve anılan tavizlerin her birinin, satış şartları olarak değerlendirilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Dolayısıyla ortada satış koşullarını oluşturan tavizlerin koordine edilmesi şeklinde bir yansıması bulunan iki rakip teşebbüsün yerinde tüketim noktalarına birlikte girmek üzere anlaşmak suretiyle işbirliği yapmalarından oluşan bir ihlal bulunmaktadır. Söz konusu durumun bu şekilde değerlendirilmesi olayın açıklığa kavuşturulması adına gereklidir.

1920 Bu kapsamda yapılan savunmalarda öne çıkan olgu; Reina sözleşmesinin tek satıcılık anlaşmalarına göre daha rekabetçi olduğudur. Teşebbüs vekillerine göre Reina'da soruşturma konusu anlaşma yapılmamış olsaydı, o takdirde geçmiş yıllardaki gibi tek bir firma ile münhasır anlaşma yapılacak ve noktada tek bir markaya ait şarap bulanacaktı. Öncelikle vurgulanmalıdır ki soruşturma konusu eylem yalnızca Reina ile imzalanan sözleşme değildir. Reina ile imzalanan sözleşme anlaşma olarak nitelenen eylemin bir halkası durumundadır. Söz konusu anlaşmanın çerçevesi ise, eylemin ilk emarelerinin 2003 yılında görülmesine karşın, Doluca tarafından yazılan 31.5.2005 tarihli "Mey İşbirliği" başlıklı ve 8.6.2005 tarihli Kavmar belgelerinde çizilmektedir.

1930 Nitekim 31.5.2006 tarihli ilk belgenin hazırlanmasından 8 gün sonra Ali Başman'dan Murat Başman'a gönderilen e-postada bu işbirliğinin detayları belli olmaktadır. Dolayısıyla Doluca tarafından hazırlanan yazıda öngörülen yaklaşım Kavmar tarafından benimsenmiş, 8.6.2005 tarihli belgeyle de ayrıntılandırılmış ve 2003 yılında ilk belirtileri görülen ancak o tarihlerde fazla uygulanmayan işbirliği, Mey'in pazara girmesiyle de birlikte yoğunluk ve etkinlik kazanmıştır. Bu kapsamda 31.5.2005 tarihli belgede ne yapılabileceği araştırılmış, 8.6.2005 tarihli belgede de her noktaya ortak girme düşüncesi oluşturulmuştur. Nitekim bu belgede, sözleşmesi olan müşteriler, yeni açılan ve sözleşme yapmak isteyen müşteriler, müşterek çalışılan sözleşmeli müşteriler, müşterek çalışılan sözleşmesiz müşteriler, sadece bir firma ile sözleşmesiz çalışan müşteriler başlıkları altında noktalar değerlendirilerek bu mekânların tümünde birlikte yer almanın planlandığı görülmektedir.

Her iki belgenin yanı sıra anılan tarihten sonra teşebbüslerin bu belgeler doğrultusunda hareket etmiş olması ve yerinde incelemelerde bulunan diğer belgeler hem Doluca'nın hem Kavmar'ın bu işbirliğine uygun davrandıklarını göstermektedir. Bu ise her iki tarafın satış noktalarına ortak girme ve bu noktalara girişte rekabet etmeme konusunda "anlaşma" yaptıkları sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla Reina sözleşmesi bu kapsam içinde değerlendirilmeli ve bütünün bir parçası olarak yorumlanmalıdır.

1950

Bu bağlamda geçtiğimiz yıllarda yalnızca bir yerli marka şarap satılmasına karşın bu sözleşme vasıtasıyla Reina'da iki yerli şarap markasının satıldığı doğrudur. Ancak aynı anlaşma ithal marka şaraplara yönelik bir kısıtlama da getirmekte, ithal şarapları iki adet beyaz ve iki adet kırmızı şarapla sınırlı

tutmakta ve bunun dışındaki ithal şarapların Doluca ve Kavmar'ın portföyünde yer alan şaraplar olacağı belirtilmektedir. Oysa bu anlaşmanın olmaması durumunda ithal şaraplarda bu şekilde bir kısıtlama olmaması muhtemeldir.

- 1960 Diğer yandan mevcut soruşturma değerlendirilirken iktisatta oyun teorisi denilen teorinin gerçek hayata yansıdığı görülmektedir. Başlıca iki rakip olan Kavmar ve Doluca arasındaki rekabetten yararlanmak isteyen satış noktaları, noktaya giriş bedeli isteyebilmekte ve kendisine bu parayı veren teşebbüse münhasırlığın da içinde olabileceği belli avantajlar sağlayabilmektedirler. Bu tip noktalar özellikle üreticilerin bulunmak için önem atfettiği "A" tipi noktalar olduğundan üreticiler bu noktalarda ürün bulundurmak için, ikinci yazılı savunmalarda da belirtildiği gibi, istekli olmaktadır. Bu kapsamda satış noktası belli bir taleple Doluca ve Kavmar'a yöneldiği takdirde teşebbüs o noktanın talebini karşılamak veya rakibin o talebi karşılamasıyla noktada yer
- 1970 alamama riskiyle karşı karşıya kalmaktadır. Ancak rakibiyle anlaşma yapması durumunda ve onun da bu teklifi kabul etmeyeceğini bilen üretici söz konusu talebi kolaylıkla geri çevirebilmekte ve tavizi düşürme yoluna gidebilmektedir. Yerinde incelemeler ve piyasa aktörleri ile yapılan görüşmeler sonucunda mevcut durumun bu şekilde özetlenmesinin mümkün olduğu görülmektedir.

- Dolayısıyla Reina tarafından istenen tavizin çok yüksek olması ve kendi bütçelerini aşması nedeniyle teşebbüsler tarafından Reina'nın talebi üzerine ortak sözleşme imzalandığı yorumu kabul edilse dahi mevcut sözleşme imzalanmasaydı noktada en azından başka ithalatçılara ait daha çok marka şarabın olması beklenebilecektir. Belki de diğer yerli üreticilerden bir veya birkaç şarap münadesi kendisine yer bulabilecekti. Ayrıca Reina'da olan söz konusu sözleşme imzalandıktan yaklaşık 4 ay sonra düzenlenecek olan F1 açılış partisine ilişkin olan e-posta, eylemin detayları hakkında bilgi verici niteliktedir. 16.8.2005 tarihinde İstem Akkoyunlu'dan (Doluca Yerinde Tüketim Kanalları Müdürü) Sibel Kutman (Doluca Pazarlama Müdürü) ve Hakan İkkutlu'ya (Doluca Satış Müdürü) gönderilen e-posta şu şekildedir:
- 1980

- "...Reina: 19 Ağustos 2005 Cuma akşamı Reina'da F1 açılış partisi gerçekleşecek. Parti 5000 kişilik. Burada da stand kurmaya çalışıyoruz. Kavaklıdere'den Sıtkı Lebriz'i (Kavaklıdere çalışanı) aramış, herhangi bir destek yapmayacaklarını söylemiş. Ama yine de biz bir destek yaparsak beraber hareket etmek için öğrenmek istediklerini söylemiş..."*
- 1990

- Bu e-posta teşebbüsler arasındaki iletişimi gösterdiği gibi teşebbüslerin noktaya girmek amacıyla işbirliği içerisinde bulunmalarının yanında başka konularda da ortak politika yürüttüklerine işaret etmektedir. Bir başka deyişle birlikteliğin yalnızca yüksek nakit taviz isteyen noktalara girebilmek adına oluşturduğu savı geçerliliğini yitirmektedir. Nitekim raporda yer verilen birçok belgeden de görüldüğü üzere, Reina gibi yüksek nakit taviz talep etmeyen
- 2000 birçok noktada da beraber hareket edilmesi teşebbüslerce yapılan savunmayı desteklememektedir. Ayrıca bu belge yukarıda yer verilen ve oyun teorisi merkezli yapılan yorumları da doğrulamaktadır. Nitekim bu e-posta doğrultusunda Kavmar ve Doluca teşebbüsleri noktada yer almamışlar ancak diğer teşebbüsün de hareketinden önceden haberdar olmak gereği

duymuşlardır. Bu gelişmeler sonucunda söz konusu etkinlik kapsamında Reina'da anılan özel gecede Mey ürünleri satılmıştır.

2010 Teşebbüsler asıl amaçlarının noktada yer almak olduğunu ve noktaya hiçbir üreticinin girmemesi yönünde bir yaklaşımlarının bulunmadığını belirtmişlerdir. Ancak Reina sözleşmesinde iki marka haricinde başka yerli üreticinin mekânda yer almayacağı hükmünün yanı sıra ithal ürünlere getirilen kısıtlama da bulunmaktadır. Amacın yalnızca mekânda yer almak olduğu varsayılırsa anılan hükümlere sözleşmede ihtiyaç duyulmayacaktır. Nitekim 9.6.2005 tarihinde Reina tarafından satış noktasındaki işleticilere yönelik yayınlanan memorandumda rakip ürünlerin noktada kesinlikle bulundurulmayacağı, her iki teşebbüsün de Reina depolarını kontrol etme yetkilerinin olduğu ve depolarda bulunabilecek bir tek şişe başka firmaya ait Türk şarabının Reina işletmesini zor durumda bırakacağı ifade edilmektedir. Yine benzer şekilde, eylemin etki gösterdiği noktalardan Kaşibeyaz, Sushico, Tike gibi noktalarda her iki taraf 2020 ürünlerinin de satılıyor olmasına karşın rakip ürün satılmamasına yönelik sözleşme hükümleri bulunmaktadır.

2030 Mevcut yapı dikkate alındığında ve Reina sözleşmesinin bu yapının bir halkası olduğu göz önünde bulundurulduğunda, Reina'nın yine aynı şartlarda Doluca ve Kavmar ile iki ayrı sözleşme imzalaması durumunda da eylemin ihlal olarak nitelendirileceği belirtilmelidir. Nitekim soruşturma konusu eylem Reina ile 2002/2 sayılı Tebliğ'e aykırı olarak imzalanan üç taraflı sözleşme değil, iki firmanın noktaya birlikte girmek için işbirliği yapmaları ve bunun sonucunda tavizleri koordine etmeleri ile Kanun'un 4. maddesinin ihlal edilmesidir. Bu eylem diğer başka noktalarda olduğu gibi Reina'da da yansıma bulmuştur. Sonuç olarak iki en büyük rakip olan ve yerinde tüketim pazarındaki pazar payları %80'in üzerinde bulunan Kavmar ve Doluca teşebbüslerinin bu birlikteliğinin rekabet ruhuna ve 4054 sayılı Kanun'un özüne aykırı olduğu ortadadır. Nitekim diğer unsurlar bir an için göz ardı edilse dahi Çırağan, Changa, BTA, Fishmekan gibi noktalara, güç birliği oluşturacak şekilde birlikte gidilmesinin dahi ihlal niteliği taşıdığı açıktır.

#### **I.5.5. Amacın Rekabeti Kısıtlamak Olmadığına Yönelik Savunma**

2040 Doluca savunmasında, Doluca ile Kavmar arasındaki iletişimin rekabeti kısıtlamak amaçlı olmadığını, bunun iki firmanın kıyasıya bir rekabet içinde olduklarını gösteren ve savunmada yer verilen belgelerden de anlaşılabileceğini ifade ederek, Kavmar ile Reina gibi birkaç yerinde tüketim noktasına birlikte girmeyi kabul etmelerinin nedeninin yerinde tüketim noktalarının herhangi bir hesaba uymayan taviz taleplerini karşılamak olduğunu ileri sürmektedir. Ayrıca Doluca'nın Reina gibi mekanlardaki ana stratejisinin diğer üretici ve markaların bu tipteki noktalara girmesini engellemek değil o noktada bulunmak olduğu ifade edilmektedir.

2050 Kavmar da benzer şekilde, iki firma arasındaki rekabete işaret eden ve Soruşturma Raporunda da yer verilen bazı belgelere atıfta bulunarak, iki firmanın rekabeti engellemek amacıyla olmaları durumunda bu belgelerde yer aldığı şekilde davranmayacakları savında bulunmaktadır. Bununla bağlantılı olarak Kavmar, aleyhlerine olan az sayıdaki belgenin bazı yerinde

tüketim noktalarından gelen ve tek bir firmanın karşılayamayacağı düzeylere ulaşan taleplerinden ve her iki firmanın da bu noktalarda kendi ürünlerini bulundurma saikinden kaynaklandığını belirtmektedir.

2060 Bu savunmalar karşısında öncelikle belirtilmelidir ki, Doluca ve Kavmar firmalarının birbirleriyle yerinde tüketim noktalarına girmek konusunda rekabet içinde olduklarını gösteren birçok belgeye yer verilmiştir. Ancak bu tür rekabetçi belgelere karşın, tarafların bazı yerinde tüketim noktalarına birlikte girmek üzere işbirliği yaptıklarını gösterir nitelikteki belgelerin de bulunduğu göz ardı edilmemesi gerekmektedir. İşbirlikçi belgelerin konu aldığı nokta sayısı tüm yerinde tüketim noktalarının sayısı ile karşılaştırıldığında oldukça düşüktür. Bununla bağlantılı olarak soruşturmanın yapıldığı dönem itibarıyla pazarın geneline yansımış bir işbirliği iddiasında bulunulmamaktadır. İşbirliğine yönelik iletişimin 2005 yılında yoğunluk kazanması, öncelikle her iki taraf için de önemli olan "A" tipi noktaların bir kısmını konu alması, rekabetçi belgeler de dikkate alınarak değerlendirilmiş ve işbirliğinin henüz başlangıç aşamasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca ulaşılmasında etkili olan faktörlerden biri de yukarıda yer verilen 8.6.2005 tarihli Ali Başman'dan Murat Başman'a gönderilen e-postadır. Dolayısıyla bu belge henüz başlangıç aşamasında olan ve oldukça sınırlı sayıdaki yerinde tüketim noktalarını konu alan işbirliğinin aslında aşamalı olarak tüm yerinde tüketim noktalarına yaygınlaştırılmasının planlandığını göstermesi bakımından önemlidir. Bu nedenle tarafların incelemenin yapıldığı dönem itibarıyla bazı yerinde tüketim noktaları bakımından rekabet içinde olmaları rekabeti ihlal etmek amaçlı davranmadıklarının göstergesi değildir.

2080 Yukarıdaki açıklamalarla bağlantılı olarak değinilmesi gereken diğer bir nokta da tarafların rekabeti kısıtlamak amacından çok, bir takım yerinde tüketim noktalarından gelen ve tek bir firmanın karşılayamayacağı düzeyde olan talepleri karşılamak amacıyla işbirliğine gittikleri savıdır. Bu görüşe karşı öncelikle yine yukarıda değinilen 8.6.2005 tarihli e-postanın dikkate alınması gerekmektedir. Bu e-postanın içeriğinden, taraflar arasındaki işbirliğinin, yerinde tüketim noktalarından gelen taviz taleplerinden bağımsız olarak, tüm noktalara yaygınlaştırılmasının planlandığı görülmektedir. Bu metinde, A tipi olsun veya olmasın, yüksek seviyelerde taviz talebi olsun ya da olmasın, herhangi bir ayırım yapılmaksızın, tüm noktaların işbirliği için hedeflendiği anlaşılmaktadır. Ayrıca söz konusu metinde geçen;

"...Müşterek çalıştığımız sözleşmesiz müşteriler;  
Müşterek sözleşmeler yapılarak uzun vadeli rekabet problemleri sınırlanır...."  
ifadesi müşterek sözleşmelerin Kavaklıdere tarafından, Kavaklıdere'nin Doluca'yla ya da Kavaklıdere ve Doluca'nın üçüncü firmalarla yaşayabileceği rekabet problemlerinin sınırlandırılmasının bir aracı olarak gördüğünü ve amacının bu olduğunu ortaya koymaktadır.

2100 Diğer yandan taraflar arasındaki işbirliğinin hiç nakit taviz verilmemiş olan noktaları da kapsadığı görülmektedir. Diğer bir deyişle tarafların işbirliğine konu olan ancak sadece her türden noktaya verildiği gibi çeşitli iskonto ve bedelsiz ürün verilmiş noktalar da bulunmaktadır. Bunlara örnek olarak Changa ve Sushi Co. verilebilecektir. Ayrıca nakit taviz verilmiş bazı

2110 noktalar da bu tavizlerin oldukça düşük olduğu görülmektedir. Bu duruma örnek olarak verilebilecek noktalar ise Fishmekan ve Go Mongo'dur. Bu noktalardan Fishmekan'a Kavmar (.....) YTL nakit taviz verirken, Go Mongo'ya her iki firma da (.....)'şer YTL olmak üzere toplam (.....) YTL nakit taviz vermişlerdir. Dolayısıyla tarafların hiç nakit taviz verilmeyen ya da verilen ancak nakit tavizin oldukça düşük olduğu noktalar bakımından da işbirliği içinde buldukları görülmektedir. Bu tavizlerin ise tarafların tek başlarına karşılayamayacakları düzeyde olduğunu kabul etmek mümkün değildir. Dolayısıyla taraflar arasındaki işbirliğinin amacının tek başlarına karşılayamayacakları tavizleri karşılamak, böylelikle o nokta bulunabilirliklerini sağlamak olduğunu kabul etmek de mümkün görünmemektedir. İki firmanın da bu tür noktalarda bulunmak istedikleri bilinmektedir. Ancak firmalar bu amaçla rekabet etmek yerine ortak strateji oluşturmayı tercih etmişlerdir.

2120 Ayrıca konuya ilişkin olarak Sibel Kutman'dan Murat Başman'a gönderilen 20.10.2005 tarihli e-postaya da değinilmelidir. Söz konusu e-postada, *"Pazartesi gelebilecek misiniz? Bir an önce görüşmemizde fayda var. Böyle bir operasyona girecekseniz herhalde ikimiz açısından da en adil formül İstanbul'daki tüm 5 yıldızlılarda anlaşma bitimleri itibarıyla çift marka teklif vereceğiz diye bir karara varmak olacaktır. Yoksa her birinde ayrı ayrı savaş başlayacak. Önce Çırağan ardından Swiss, Marmara, Hilton derken bir de Mey tavizler iyicene fahiş boyuta gelebilir. Ne düşünüyorsunuz? Ne zaman bir araya gelelim? Görüştüğümüzde gündemdeki diğer restoranları da bir karara bağlarız. Haberlerinizi bekliyorum..."* ifadeleri yer almaktadır. Bu ifadeler çeşitli 5 yıldızlı otellerin ne kadar taviz isteyeceklerinden ya da isteyecekleri bu tavizlerin tek bir firma tarafından karşılanıp karşılanamayacağından bağımsız olarak tüm 5 yıldızlı otellere çift marka teklif verilmesi niyetini içermektedir. Tüm 5 yıldızlı otellere çift marka teklif verilmesinin amacı ise aksi takdirde her birinde ayrı ayrı başlayacak savaşın engellenmesidir. Belge, tarafların böyle bir savaş ihtimali ve pazara Mey'in girmesiyle birlikte pazardaki rekabetin ve verilen tavizlerin artacağı endişesi içinde hareket ettiklerini göstermektedir. Nitekim 31.5.2005 tarihli "Mey işbirliği" başlıklı belgeye de bu endişe yansımaktadır.

2140 Ayrıca Doluca ve Kavmar'ın toplam pazar payları % 80'in üstündedir ve yeterince güçlü rakipleri bulunmamaktadır. Her bir satış noktasının toplam şarap alımları içindeki payı ise çok düşüktür. Bu nedenle iki firmanın belli bir yerinde tüketim noktası karşısında bu derece zayıf kalarak bir güç birliğine gitme ihtiyacı içinde kaldıklarını kabul etmek mümkün değildir. Soruşturma döneminde nokta yetkilileri ile yapılan görüşmelerde birçok nokta, Doluca ya da Kavaklıdere şaraplarından en az birini mөнülerinde bulundurmadıkları takdirde sorun yaşayacaklarını dile getirmişlerdir. Bununla anlatılmak istenen, taraflar gerçekten noktalardan gelen talepleri karşılamak konusunda bir imkânsızlık içinde olsalardı bu imkânsızlığın piyasanın arz talep dengesinin işleyişiyle hemen ortadan kalkacak olmasıdır. Nitekim böylesi bir durumda normal olan, söz konusu imkânsızlık nedeniyle her iki firmanın da noktaya ürünlerini arz etmemesidir. Doluca ya da Kavaklıdere markalarından herhangi birini satamayan nokta ise talep ettiği tavizi düşürmek durumunda kalacaktır. Bir başka ifadeyle piyasanın işleyişi taviz düzeyini Kavmar ya da Doluca firmalarından en az birinin karşılayabileceği düzeye zaten indirecektir. Ancak

2150

bu durumda da tarafların noktaya girmek konusunda birbirleriyle rekabet etmeleri gerekecektir. Oysa tarafların diğerinin o noktaya tek başına girmeyeceği güvencesiyle hareket ettikleri, diğer bir deyişle aralarındaki rekabeti ortadan kaldırma amacıyla işbirliğine yöneldikleri görülmektedir.

- 2160 Açıklamalar çerçevesinde taraflar arasındaki işbirliğinin amacı, tavizleri ödemeyi mümkün kılmak değil, tavizleri iki firma arasındaki bir savaşı engelleyerek mümkün olduğunca düşük tutmaktır.

### **1.5.6. İşbirliğinin Etki Doğurmadığına Yönelik Savunma**

- 2170 Doluca savunmasında, Soruşturma Heyetinin tavizlerde azalma olduğu yönündeki tespitinin doğru olmadığını, yerinde tüketim noktalarının elde ettikleri tavizlerde 2005-2006 yıllarında belirgin bir azalmanın olmadığını ileri sürmektedir. Doluca bu savını iletişime konu olan noktalara, genel olarak 2004, 2005 ve 2006 yıllarında nokta bazında verilen toplam tavizler ile şişe başına tavizleri içeren bir tabloya dayandırmaktadır. Diğer yandan Doluca bu savını temellendirmek üzere sözlü savunmada sunduğu grafiklerde ise 2004 yılının ortasından 2005 yılının ortasına kadar olan dönemi, 2005 yılının ortasından 2006 yılının ortasına kadar olan dönemle karşılaştırmaktadır. Doluca ayrıca Soruşturma Heyetinin tavizlerin azalması konusunda Çırağan örneğine dayandığını ancak savunmanın ekinde gönderilen faturadan da anlaşılacağı üzere 1.3.2006 tarihinde Çırağan'a (.....) ABD doları tutarında bir ödemenin yapıldığını ifade etmektedir. Dolayısıyla rekabetin kısıtlanması etkisinin doğmadığı ileri sürülmektedir.

- 2180 Kavmar ise benzer şekilde iddia edilen koordinasyonun piyasada etkisinin bulunmadığını, bunun rakiplerin raportörlere söz konusu iki firma arasındaki işbirliğine yönelik herhangi bir gözlemlerinin olmadığını belirtmelerinden anlaşılabileceğini, raporda bahsi geçen işletmelerin cirolarının Kavmar'ın cirosuyla karşılaştırıldığında yok denecek düzeyde olduğunu, işbirliğini gösterdiği iddia olunan yazışmaların rekabetin engellenmesi ya da kısıtlanması sonucunu doğuracak hiçbir yanının ve etkisinin bulunmadığını ileri sürmektedir.

- 2190 Taraflar arasındaki işbirliğinin amacı aralarındaki taviz savaşını engelleyerek tavizleri mümkün olduğunca düşük seviyede tutmaktır. Bununla anlatılmak istenen, tarafların işbirlikleriyle, tavizlerin aralarında rekabet olduğu durumda oluşacak düzeyine müdahale ettikleridir. Bu bağlamda, tavizlerde iddia edildiği gibi belirgin bir azalmanın olmadığı kabul edilse bile, bu durum tavizlerin tarafların işbirliği olmasaydı yükseleceği seviyeden daha düşük bir seviyeye yükselmediğini, ya da daha düşük bir seviyede kalmadığını göstermemektedir. Sorun tarafların işbirliğine girerek ve bunun sonucunda tavizleri koordine ederek tavizlerin normalde oluşacak düzeyine müdahale etmeleridir ve etki de bu noktada doğmaktadır.

- 2200 Yukarıda yapılan açıklama, tarafların işbirliklerini 11 noktada hayata geçirdikleri ve bu noktalardan 8'inde verdikleri tavizleri koordine ettikleri yönündeki tespitlerle birlikte değerlendirildiğinde tarafların işbirlikleri

sonucunda rekabeti kısıtlayıcı bir etkinin hiç ortaya çıkmadığının kabul edilmesi mümkün görülmemektedir.

2210 İkinci aşamada yapılması gereken değerlendirme ise ortaya çıkan etkinin boyutlarının tespit edilmesidir. Konu bu yönüyle değerlendirildiğinde, tarafların işbirliklerine konu olan ve işbirliklerini hayata geçirdikleri nokta sayısının toplam nokta sayısı ile karşılaştırıldığında çok düşük düzeyde olması nedeniyle, ihlalin etkilerinin oldukça kısıtlı olduğu ve pazarın geneline yansımadağı görülmüştür. Kavmar'ın işbirliğinin hayata geçirildiği noktaların cirosunun Kavmar'ın cirosu içindeki (bu amaçla Kavaklıdere'nin cirosu yerine tüm noktaların ciroları toplamı da dikkate alınabilecektir) payının çok düşük olduğu yönündeki belirlemesi, işbirliğinin etkilerinin sınırlı kaldığı yönündeki düşüncüyü desteklemekte ancak etkinin hiç doğmadığını göstermemektedir. Ayrıca Kavmar'ın, rakiplerin iki firma arasındaki işbirliğine yönelik herhangi bir gözlemlerinin olmamasının işbirliğinin herhangi bir etki doğurmadığına işaret ettiği yönündeki savunmasının, bu iki unsur arasında doğrudan bir neden sonuç ilişkisi kurulması mümkün olmadığından ve rakiplerin böyle bir gözlemlerde bulunmamış olmalarının birçok nedeni olabileceğinden, kabul edilmesi güçtür.

2230 Diğer yandan ortaya çıkan etkinin boyutlarının tespit edilmesinde, tarafların pazar gücü, noktalar karşısındaki konumları ve diğer rakiplerin yarattığı rekabetçi baskının derecesi gibi unsurların da dikkate alınması gerekmektedir. Kavaklıdere ve Doluca firmalarının birlikte sahip oldukları % 80'in üzerindeki pazar payı, marka bilinirlikleri, hizmet ve dağıtım kaliteleri, ürün portföylerinin genişliği, diğer yerli şarap üreticilerinin bu unsurlar bakımından iki firmayla aynı güçte ve talep edilirlilik düzeyinde olmamaları, ithal şarapların mevcut durumda ancak bir ölçüde rekabetçi baskı yarattıkları, bununla birlikte yerli şarap üreticilerinin iki firmanın uygulamaları üzerinde ciddi bir rekabetçi baskı yaratmaktan uzak olmaları gibi faktörler göz önünde bulundurulduğunda, işbirliğinin belli bir nokta bazında rekabeti ciddi anlamda kısıtlama etkisine sahip olduğu görülmektedir. Bu çerçevede tarafların işbirliği sonucunda rekabeti kısıtlayıcı bir etkinin doğmadığı savunmalarını kabul etmek mümkün değildir. Ayrıca konu işbirliğinin muhtemel etkileri bakımından değerlendirildiğinde, işbirliğinin tüm yerinde tüketim noktalarına yaygınlaştırılması başarılı olsaydı, tarafların birlikte sahip oldukları pazar gücü ve yukarıda değinilen diğer unsurlar dikkate alındığında, pazar genelinde rekabetin ciddi anlamda kısıtlanması sonucunu doğuracağına kabulü gerekmektedir.

2250 Bu noktada Doluca'nın tavizlerde belirgin bir azalmanın olmadığı yönündeki savını dayandırdığı tablo ve grafiklere değinmekte fayda bulunmaktadır. Tablo temel alınarak 2005 ve 2006 yılları 2004 yılıyla, grafiklerde ise 2005 yılı ortasından önceki dönem, sonraki dönemle karşılaştırılmaktadır. Oysa karşılaştırılması gereken dönemler noktanın tarafların ortak girmek konusundaki iletişimlerine konu olduğu dönem (ve bu dönemin ardından yapılan sözleşme/anlaşma) ile bundan önceki dönemdir (ve bu dönemde yapılmış olan sözleşme/anlaşmadır). Nitekim noktalarla yapılan anlaşmaların dönemleri takvim yılıyla uyuşmamaktadır. Ayrıca taraflar arasındaki iletişim 2005 yılında hız kazanmakla birlikte, işbirliğini hayata geçirmek üzere o

2260 dönemde sözleşmesi ya da anlaşması devam eden noktaların anlaşma ya da sözleşmelerinin bitmesinin beklenmesi gerekmiş, dolayısıyla işbirliği ancak iletişimin gerçekleştiği dönemden sonraki ilk sözleşme ya da anlaşma dönemine yansiyabilmiştir ki, birçok örnekte bu süreç 2005 yılının sonlarını ya da 2006 yılının başlarını bulmuştur. Ayrıca noktaya taraflar arasındaki iletişime konu olmasından hemen sonra anlaşma yapıldığı varsayılsa bile, iletişime ilişkin belgeler 2005 yılının çeşitli dönemlerine yayılmakta, dolayısıyla 2005 yılı nokta özelinde tarafların işbirliği içinde olmadıkları ve oldukları iki ayrı dönemi kapsamaktadır. Bu çerçevede hem tablodaki gibi yıl bazında hem de grafiklerdeki gibi 2005 yılının ortası temel alınarak karşılaştırma yapılması çok da sağlıklı sonuçlar vermeyecektir.

2270 Noktanın taraflar arasındaki iletişime konu olmasından sonraki dönemle, önceki dönem bazında bir karşılaştırma yapıldığında ise, işbirliğinin hayata geçtiği noktalar arasında en sağlıklı karşılaştırma yapılabilecek olanı Reina'dır. Bunun nedenlerinden biri tabloda yer verilen sözleşmesiz müşteriler için anlaşma başlangıç ve bitiş tarihlerinin bulunmaması ve yine yukarıda belirtildiği üzere takvim yılıyla anlaşma dönemlerinin uyuşmamasıdır. İkinci bir neden ise taraflar arasındaki iletişime konu olduktan sonra kendisiyle sözleşme yapılmış noktaların bu sözleşmelerinin savunmanın hazırlandığı dönem itibarıyla halen sürmekte olmasıdır. Bu yönüyle sözleşmeli olup da sözleşmesi henüz bitmemiş noktalar bakımından Reina örneğinde olduğu netlikte olmasa da kabaca bir karşılaştırma yapılabilecektir.

2280 Taraflar arasındaki işbirliğine konu olduktan sonra imzaladığı sözleşme uyarınca aldığı tavizin görülebildiği ve bu işbirliği sonucunda imzalanan sözleşmesi bitmiş olan tek örnek olan Reina'ya verilen şişe başına tavizin tarafların bu noktaya 3'lü bir sözleşme yaptıkları dönemde azaldığı görülmektedir. Ayrıca yukarıda belirtilen nedenlerle kabaca karşılaştırma yapılabilecek 3 nokta daha bulunmaktadır ki, bunlar Çırağan, Changa ve Tike'dir. Taraflar arasındaki iletişime 2005 yılının 10. aylarında konu olan Çırağan'la, bu dönemden sonraki ilk sözleşme döneminde, diğer bir deyişle 1.3.2006 tarihinde yapılan sözleşme uyarınca, bu noktaya verilen şişe başına tavizin azaldığı görülmektedir. 2005 yılının sonlarında taraflar arasındaki iletişime konu olan Tike'ye verilen şişe başına taviz ise bir önceki sözleşmedeki şişe başına tavize çok yakın olmakla birlikte artmıştır.

2290 Changa'da ise 17.10.2005 tarihinde yapılan sözleşmeyle şişe başına taviz önceki döneme göre azalmıştır.

2300 Şişe başına tavizlerin gelişimini gösteren grafiğe bakıldığında ise, öncelikle işbirliğinin hayata geçmediği noktaları da içerdiği görülmektedir. Bununla birlikte, yine yukarıda açıklanan nedenlerle çok da sağlıklı bir karşılaştırma olanağı sağlamayan grafikte yer verilen ve taraflar arasındaki işbirliğinin hayata geçtiği 4 nokta da (Changa, Fishmekan, Çırağan ve Dragon), şişe başına verilen tavizlerde 2005 yılının ortasından itibaren azalma olduğu gözlenmektedir.

Diğer yandan Doluca'nın bu tablo ve grafikler çerçevesinde tavizler konusunda çok net bir karşılaştırma yapmanın mümkün olmadığı, bu konuda taviz miktarında mekanda satılan şişe sayısı, satılan şarapların fiyatları gibi



unsurların da etkili olduğu yönündeki saptamaya da katılmaktadır. Ayrıca tabloda yer verilen taviz tutarlarının YTL olarak hesaplandığı, bu yönüyle enflasyon etkisini de içerdiği göz ardı edilmemelidir.

2310 Çırağan'la ilgili olarak ise, her iki firmanın da bu otelle yaptıkları 1.3.2006 tarihli sözleşmelerinde herhangi bir nakit taviz görünmemekle birlikte, Doluca'nın savunmasının ekinde sunduğu 1.3.2006 tarihli fatura dolayısıyla bu firmanın Çırağan'a (.....) ABD Doları+KDV tutarında bir ödeme yaptığı öğrenilmiştir. Çırağan Otel'i'nin Muhasebe Müdürü ile yapılan görüşme sonucu, Çırağan'ın Kavmar'dan da ödeme aldığı ve bu ödemenin Doluca'dan alınan ile aynı civarda olduğu bilgisi edinilmiştir. Bu bilgiler çerçevesinde, Çırağan'da tavizlerin koordine edildiği yönündeki değerlendirmede herhangi bir değişiklik olmamaktadır. Ayrıca tablodaki bilgilere göre Çırağan'a Doluca tarafından verilen şişe başına tavizin önceki döneme göre yine de azaldığı görülmektedir.

### 2320 **I.5.7. Tavizlerin Benzer Olmasına Yönelik Savunma**

Doluca tarafından yapılan bir başka savunma, bazı noktalara verilen tavizlerin birbirine yakın olmasının altında yatan başlıca sebebin söz konusu iki firmanın tek gelirlerinin şarap olması, aynı üreticilerden üzüm, şişe gibi girdiler almaları ve yaptıkları işin her aşamasını faturalı gerçekleştirmeleri olduğu ileri sürülmüştür. Kavmar ise bazı noktalara verilen tavizlerin benzer olmasının noktanın bu koşulları firmalara dikte ettirmesinden kaynaklandığını ileri sürmektedir.

2330 Doluca'nın bu görüşüne ilişkin olarak bazı belgelerin dikkate alınması gerekmektedir. 18.10.2005 tarihinde Murat Başman'dan Sibel Kutman'a gönderilen e-posta'da; "...Tekrar yazıyorum. Tike teklif bekliyor bugün. Ben sizinle görüşmeden teklif vermek istemiyorum. Siz teklifi sunmuşsunuz (Güray Beye) Lütfen teklifinizi bir şekilde durdurunuz. Çünkü bir noktayı konuşmamız gerekiyor..." ifadeleri yer almaktadır.

2340 Yine Sibel Kutman'dan Murat Başman'a gönderilen 30.11.2005 tarihli e-postada "...Mid Point 2 firmayı ayırmaya kararlı. Siz de ortak tavizin üstüne çıkmayın lütfen..." ifadelerinin bulunduğu görülmektedir. Benzer şekilde Murat Başman'dan Sibel Kutman'a 11.7.2005 tarihinde gönderilen e-posta ise "...BTA için sizin sorumlu kişi ile bizim İsmail Bey 13.7.2005 Çarşamba saat 11.00 randevu alsınlar mı? Görüşmeye gitsinler mi? Her iki firma olarak teklifimiz (önerim): (...) yıllık, (.....) litre kota, fatura altı ıskonto %(...), (.....) YTL bütçe (partiler halinde.) Ben (.....) YTL taviz verdim derken ıskontolar dahil edilmişti. (.....) YTL ıskonto + (.....) YTL maddi destek partiler halinde verilmişti. 2 firma aynı şartlarla gitmeli. Öneriniz varsa yazın lütfen. Bizler gitmiyoruz..." şeklindedir.

2350 Yukarıda yer verilen belgeler, Doluca ve Kavmar firmalarının noktalara birlikte girme stratejileri sonucunda verecekleri tavizlere ilişkin iletişimde bulduklarını bu amaçla ortak teklifler hazırladıklarını ve tavizleri koordine ettiklerini göstermektedir. Bu belgeler ışığında tavizlerin benzer olmasının

savunmalarda yer verilen nedenlerden kaynaklandığını kabul etmek mümkün değildir.

### I.5.8. Teşebbüslere Özgü Savunmalar

Teşebbüslerin kendilerine özgü savunmaları ve bunların değerlendirilmesine aşağıda yer verilmiştir.

2360

• Doluca tarafından Doluca'nın tek başına veya Kavaklıdere ile birlikte ilgili ürün pazarında (şarap pazarı) hakim durumda bulunmadığına ilişkin yapılan savunmada rekabet hukuku uygulamalarında hakim durumdaki firmalara özel bir sorumluluk yüklendiğinin bilindiği, ancak Rekabet Kurulu'nun Kavaklıdere/Doluca I kararında Doluca ve Kavaklıdere'nin pazar paylarının sırasıyla %5-10 ve %5-10, toplamda ise 10-20 olduğunun belirtildiği, bu nedenden dolayı Doluca'nın tek başına veya Kavaklıdere ile birlikte hakim durumda bulunmadığının açık olduğu ve söz konusu soruşturma kapsamında Doluca ve Kavaklıdere firmalarının birlikte hakim durumlarını kötüye kullandıkları kararına varılması durumunda ise bu firmalara geriye dönük olarak özel sorumluluk yüklenmesinin uygun olmayacağı, dolayısıyla Doluca ve Kavaklıdere firmalarının şarap pazarında hakim durumda bulunmadıkları yönünde karara varılmasının uygun olacağı belirtilmiştir.

2370

Doluca ve Kavaklıdere teşebbüsleri hakkında yürütülen soruşturma 4054 sayılı Kanun'un 4. ve 6. maddeleri çerçevesinde açılmıştır. Her ne kadar soruşturma başlangıçtaki emaralar nedeniyle 4054 sayılı Kanun'un 4. ve 6. maddeleri çerçevesinde açılmışsa da, soruşturmanın ilerleyen safhalarındaki tespitlere paralel olarak raporda Doluca ve Kavaklıdere hakkında yer verilen iddialar sadece 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi çerçevesinde ihlal niteliği taşıdığı düşünülen eylemlere ilişkindir.

2380

• Doluca tarafından bayilik/distribütörlük sözleşmelerine ilişkin yapılan savunmada, bu sözleşmelerin 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında dikey sözleşmeler oldukları ve söz konusu sözleşmelerin sürelerinin 5 yılı aşmaması veya belirsiz süreli olmamaları nedeniyle 2002/2 sayılı Tebliğ çerçevesinde Kanun'un 4. maddesinin uygulanmasından muaf tutulmaları gerektiği belirtilmektedir. Ayrıca bu sözleşmelere 2002/2 sayılı Tebliğ'ce tanınan muafiyetin; Kavaklıdere ve Doluca'nın pazar payının Kavaklıdere/Doluca I kararında da belirtildiği üzere, toplam %15-20 olması, pazarın yoğunlaşmamış olması, TAPDK verilerine göre pazarda 61 üretici firmanın bulunması, girişlerin kolay olması, Doluca ve Kavaklıdere arasında iletişim olduğunu gösteren belgelerde yer alan noktalara yapılan satışların Doluca'nın toplam cirosunun %(...)'üne, toplam şarap pazarının ise %(...)'sine karşılık gelmesi dolayısıyla Doluca ve Kavaklıdere arasındaki iletişimin pazarda göz ardı edilebilecek bir etkisinin olması gibi nedenlerle geri alınmaması gerektiği ifade edilmektedir.

2390

Kavaklıdere/Doluca-I kararında şikayet kapsamında bir ihlal tespiti olmamasından hareketle, derinlemesine bir incelemeye gerek duyulmaksızın TEKEL özelleştirmesindeki pazar tanımı doğrultusunda ilgili pazar "şarap pazarı" olarak benimsenmiştir.

2400

2410 Doluca ile distribütörleri arasında akdedilen anlaşmalar dikey nitelikli anlaşmalar olup bu anlaşmalar 2002/2 sayılı Tebliğ'e uygun sözleşmelerdir. Bununla birlikte Kavaklıdere ile Doluca arasındaki iletişimin varlığını gösteren belgeler yatay anlaşma niteliğindedir. Kaldı ki bu yatay anlaşma pazardaki en büyük iki rakip arasında yapılmış ve özü itibarıyla Kanun'un 4. maddesini ihlal edici niteliktedir. Üstelik burada söz konusu noktaların pazar içindeki payı dikkate alınırken yerinde tüketim kanalı dikkate alınmalı ve bu kapsamdaki ciro hesaplanmalıdır. Ancak teşebbüs tarafından dikkat çekilen hususlar bütünüyle göz ardı edilmemekte, eylemin yaygınlığı ve etkinliği değerlendirilirken dikkate alınmaktadır. Nitekim teşebbüs vekilinin belirttiği gibi eylemin çok yaygınlaşmadığı ve sınırlı bir etki bıraktığı kabul edilmektedir.

2420 Belirtilmesi gereken bir başka husus, soruşturmanın konusunu Doluca ve Kavaklıdere'nin aralarında işbirliği yapmak suretiyle eylemlerde bulunmalarının oluşturduğudur. Dolayısıyla, Doluca ve Kavaklıdere'nin aralarında koordinasyon olduğunu gösterir nitelikteki belgelerde adı geçen satış noktalarıyla akdedilen tek satıcılık sözleşmeleri 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında Kanun'un 4. maddesinin uygulanmasından muaftır. Ancak bu noktalarla anlaşma yapılmadan önce rakiplerle görüşmek, noktaya yönelik ortak strateji oluşturmak ve bu noktaya verilecek tavizleri birlikte kararlaştırmak Kanun'un 4. maddesinin ihlali anlamına gelmektedir. Ayrıca dikey anlaşmaların grup muafiyeti kapsamında değerlendirilmesi için ön koşul, sözleşmenin rakip olmayan tarafları arasında dikey ilişki olması gerekliliğidir. Oysa Reina sözleşmesi nokta ile iki rakip teşebbüs olan Kavaklıdere Doluca arasında imzalanmıştır.

2430 • Doluca, 2005 yılında Doluca ve Kavmar hakkında yürütülen "önaraştırma" ile ilgili Kurul kararında Doluca ve Kavmar'ın faaliyetlerinin 4054 sayılı Kanun'u ihlal etmediğinin belirtilmesinin, teşebbüslerin o gün itibari ile yürürlükteki davranışlarının hukuka uygun olduğu yönünde bir intiba yarattığını ve bu önaraştırmadan 6 ay sonra yine aynı teşebbüsler hakkında yapılan ikinci önaraştırmanın ilk önaraştırma döneminde yapılan eylemler ileri sürülerek soruşturmaya dönüştüğünü ileri sürmektedir.

2440 Doluca ve Kavmar hakkındaki Kavaklıdere/Doluca I kararı, önaraştırmaya değil, yapılan bir ilk inceleme sonuçlarına ilişkindir. İkinci olarak söz konusu ilk inceleme, mevcut soruşturmanın konusu olan Doluca ve Kavmar'ın aralarında anlaşmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edip etmediğinin tespiti değil, Doluca ve Kavmar'ın nihai satış noktalarıyla akdettikleri anlaşmaların pazarı kapatıp kapatmadığının tespit edilmesi hakkındadır. Kaldı ki bu hususa mevcut soruşturma kapsamında da değinilmiş ve anılan ilk inceleme kararında da belirtildiği gibi herhangi bir değerlendirmenin bu aşamada yapılmasına gerek olmadığı kanaatine ulaşılmıştır. Doğaldır ki anılan ilk inceleme kararı neticesinde Doluca'nın ilk incelemede şikayete konu olan faaliyetlerinin Kanun kapsamında ihlal olmadığına kanaat getirilmesi teşebbüsün varsa başka ihlal niteliğinde olan faaliyetlerini devam ettirmesini gerektirmemektedir. Bu bağlamda Doluca'nın, daha önceki bir incelemeye konu olmuş olan bazı faaliyetlerinin Kanun kapsamında ihlal olmadığına ilişkin alınan bir kararı yanlış yorumlayarak, karara kadar sürdürdüğü faaliyetlerine

devam etmesi, bazı başka faaliyetleri ile Kanun'u ihlal etmesine bir mazeret olarak görülemez.

- Doluca tarafından, pek çok noktaya ilişkin eksik veya yanıltıcı bilgilerle soruşturmanın yürütüldüğü ileri sürülerek eksik olduğu belirtilen bazı bilgilere savunmayla beraber yer verilmiştir.

2460 Söz konusu bilgi ve belgeler yerinde incelemelerde elde edilen bilgilerin yanı sıra teşebbüslerden elde edilen bilgilerden oluşmaktadır. Doluca tarafından gönderilen ve eksiklikleri giderdiği iddia edilen bilgiler incelendiğinde, bu bilgilerde değerlendirmeyi etkileyecek veya değiştirecek hiçbir yenilik ve unsura rastlanmamıştır.

- Doluca savunmasında "A" grubu yerinde tüketim noktalarına verilen tavizlerin tüketiciye yansımadağını, bu tavizlerin tüketiciye yansıdığı varsayılabilir bile bu tarz mekanların standartlarındaki müşteriye, diğer bir deyişle fiyat ne olursa olsun zevkine hitap eden şarabı tüketmeye devam edecek müşteriye yansıtacağını, ancak verilen tavizler neticesinde şarap fiyatlarının yükselmesinden etkilenebilecek tüketici grubunun bu tavizlerden herhangi bir fayda sağlayamayacağını ileri sürmektedir.

2480 Doluca veya diğer şarap üreticileri tarafından yerinde tüketim noktalarına verilen tavizler her zaman için tüketicilere ürünlerin fiyatlarındaki düşüş bakımından yansımayabilmekte, bu taviz belli başka amaçlar için de kullanılabilir. Nitekim noktaya verilen tavizler neticesinde, noktanın tüketiciler için bir cazibe merkezi haline gelmesi ya da hizmet kalitesini artırmak için yapılan harcamalar, diğer bir ifade ile yerinde tüketim noktasının tüketicilerin beğenisini kazanması için noktaya yapılan yatırımlar finanse edilebilmektedir. Böylelikle yerinde tüketim noktasını kullanan tüketicilerin elde ettikleri fayda artmaktadır. Nitekim 5.5.2006 tarihinde görüşülen Zoe adlı teşebbüsün yetkilisinin, "...Bu mekana çok büyük yatırımlar yaptık. Bu nedenle bize verilen sponsorluk bizim için olabildiğince önemli. Daha yapmayı düşündüğümüz çok yatırım var. Uzun vadeli düşünüyoruz, bu nedenle sponsorluk bizim için çok önemli..." şeklindeki ifadesinden de, yerinde tüketim noktalarına verilen tavizlerin her zaman için tüketicilere fiyat olarak yansımalarının gerekmediği, yerinde tüketim noktalarına verilen tavizlerin tüketiciye sunulan hizmetlerin ve kalitenin artırılması için yapılacak yeni yatırımlarda da kullanıldığı görülmektedir. Diğer yandan verilen ıskontolar, bedelsiz ürünlerin kalitesi görece düşük yerinde tüketim noktalarında noktanın satış fiyatlarına yansiyabilecektir

- Doluca, Doluca ve Kavaklıdere için son derece önemli olan ve Reina'nın en prestijli konuklarını ağırladığı F1 gecesinde, Mey'in şaraplarına stant kurdurulmasına engel olunmamasının Reina'da münhasırlığın ciddi anlamda uygulanmadığının bir göstergesi olduğunu ifade etmektedirler.

2500 F1 gecesine ilişkin 16.8.2005 tarihli e-postadan da görüldüğü üzere Doluca ve Kavaklıdere firmaları beraber hareket ederek söz konusu gecede stant kurmamışlardır. Her iki firmanın da stant kurmaması üzerine Reina'nın 3. bir firmaya yönelmek durumunda kaldığı anlaşılmaktadır. Bu tür

organizasyonlarda firmalar reklam amacıyla stant kurarak bedelsiz ürünler dağıtmaktadırlar. İki firmanın stant kurup kurmamak konusunda birbirlerine danışarak beraber hareket etmeleri, sadece Reina'ya girişte aralarındaki rekabeti elimine etmediklerini, aynı zamanda nokta içindeki rekabetçi davranışlarını da koordine ettiklerini göstermektedir. Dolayısıyla, Doluca ve Kavaklıdere için son derece önemli olan ve Reina'nın en prestijli konuklarını ağırladığı F1 gecesinde sadece Mey'in stant kurması, münhasırlığın ciddi şekilde takip edilmemesinden çok iki firmanın bu konudaki işbirliğinin sonucudur. Ayrıca 9.6.2005 tarihli yazı Reina'daki münhasırlığın iki firma tarafından ne kadar ciddi bir şekilde takip edildiğini ortaya koymaktadır.

2510

- Doluca, Ali Başman'dan Mehmet Başman'a giden "Sektörel İşbirliği İlkeleri" başlıklı yazının Doluca tarafından sadece Kavaklıdere'ye değil Mey'e ve Sevilen'e de gönderildiğini, bu nedenle bu yazışmanın Mey'e karşı işbirliği olarak değil de Mey'in piyasaya girişiyle arz artışının dile getirildiği şeklinde algılanması gerektiği ifade edilmiştir. Bu savlarını desteklemek amacıyla Ahmet Kutman'dan (Doluca) Galip Yorgancıoğlu'na (Mey) giden ve ekinde "Sektörel İşbirliği İlkeleri" başlıklı doküman bulunan yazışma gönderilmiştir.

2520

Yerinde incelemelerde elde edilen ve Ali Başman'dan Mehmet Başman'a giden yazının başlığı "Mey İşbirliği"dir. Bu yazının bütünü dikkate alınarak Mey'e karşı doğrudan bir işbirliğini içermediği düşünülebilecek olmakla birlikte, yazıda Mey'in piyasaya girişiyle rekabetin artacak olmasının sektöre yönelik tehditler arasında sayıldığına da göz ardı edilmemesi gerekmektedir. Sonuçta yazının ilgili kısmı Mey'in pazara girmesi dolayısıyla artacak olan rekabetten duyulan endişeyi yansıtmaktadır. Diğer yandan bu yazının önemli bir yönü "horeca" (hotel-restoran-cafe) grubuna yapılan fahiş ödemelerden kaynaklanan rahatsızlığın ve buna karşı bir aksiyon planının geliştirilmesi gerekliliğinin dile getirilmiş olmasıdır. Doluca tarafından gönderilen Ahmet Kutman'dan (Doluca) Galip Yorgancıoğlu'na (Mey) giden yazışmanın ekindeki "Sektörel İşbirliği İlkeleri" başlıklı dokümana ulaşamadığı için yerinde incelemelerde elde edilen "Mey İşbirliği" konulu mailin Doluca'nın ileri sürdüğü gibi Mey'e de gönderildiğine ilişkin sav desteklenememiştir.

2530

- Kavaklıdere tarafından söz konusu soruşturmanın Kavmar hakkında açılmasına rağmen 21.2.2006 tarihinde bu şirket dışındaki bir teşebbüste (Kavaklıdere) yerinde inceleme yapılmasının 4054 sayılı Kanun'un 15. maddesinde belirtilen yerinde inceleme yetkisini aşan bir uygulama olduğu ve Kanun'a aykırı bir şekilde elde edilen delillerin aleyhlerinde kullanılmaması gerektiği belirtilmiştir.

2540

4054 sayılı Kanun'un 15. maddesinde "Kurul, bu Kanunun kendisine verdiği görevleri yerine getirirken gerekli gördüğü hallerde, teşebbüs ve teşebbüs birliklerinde incelemelerde bulunabilir. Bu amaçla teşebbüslerin veya teşebbüs birliklerinin (a) defterlerini, her türlü evrak ve belgelerini inceleyebilir, (b) belirli konularda yazılı veya sözlü açıklama isteyebilir ve (c) teşebbüslerin her türlü malvarlığına ilişkin mahalde yerinde incelemeler yapılabilir..." denilmektedir. Bu çerçevede Raportörlerce Kavmar ve Kavaklıdere'de yerinde inceleme yapılmıştır. Her ne kadar Kavaklıdere Şarapları A.Ş. hakkında soruşturma açılmamış olsa da, Kavaklıdere Şarapları A.Ş. ve Kavmar Pazarlama A.Ş.'nin

2550

2560 aynı gruba ait olmaları ve Kavmar Pazarlama A.Ş.'nin yönetim kurulu üyesi olan Ali Başman'ın ofisinin Kavaklıdere Şarapları A.Ş.'de olması nedeniyle ilgili teşebbüste yerinde inceleme yapılmıştır. Ayrıca Kavaklıdere Şarapları A.Ş.'de yapılan yerinde incelemenin sadece Ali Başman'ın ofisi ve sekreteryasıyla sınırlı kalması, söz konusu yerinde incelemede 4054 sayılı Kanun'un Raportörlere verdiği yetkilerin iddia edildiği gibi aşılmadığının bir göstergesidir. Zaten raportörlerin yetki belgesinde, yerinde inceleme sırasında Raportörün yalnızca soruşturma açılan teşebbüsle sınırlı olduğuna dair herhangi bir ifadeye yer verilmemiş, yerinde incelemenin gerekli görülen teşebbüs ve teşebbüs birliklerinde yapılabileceği belirtilmiştir. Sonuç olarak Kavaklıdere ve Kavmar rekabet hukuku kapsamında aynı ekonomik bütünlük içinde yer alan teşebbüsler olduğundan, savunmada konuya ilişkin hususlara katılmak mümkün değildir. Üstelik Kavaklıdere'nin merkezinde Ali Başman'ın ofisinde yapılan yerinde inceleme sonucunda alınan belgelerin hiçbiri kullanılmamıştır.

2570 • Kavaklıdere, şarap sektöründe kayıtdışı üretimin diğer sektörler göre çok fazla olduğunu, piyasaya giriş engeli bulunmadığını, sektörde çok sayıda üretici firmanın faaliyet gösterdiğini, ithalatın serbest olması ve Tekel'e ait olan alkollü içki üretim bölümünün özelleştirilmesi nedeniyle sektördeki rekabetin çok arttığını belirterek, sektördeki payı %10-20'yı aşmayan iki firmanın pazarı etkileyecek büyüklükte bir rekabet ihlali gerçekleştirmelerinin mümkün olmadığını ileri sürmüştür.

2580 Kayıtdışı üretimin sektör üzerinde olumsuz etkilerinin olduğu, sektörde çok sayıda üreticinin faaliyet gösterdiği, pazara giriş engelini bulunmadığı, ithalatın yerli üreticiler üzerinde baskı yaratmaya başladığı ve özelleştirme sonrası Mey'in sektördeki rekabeti artırdığı bilinmekte, geçtiğimiz yıllara göre rekabetin önümüzdeki dönemde daha da artması beklenmektedir. Ancak yukarıda da gerekçeleriyle birlikte belirtildiği üzere, şarap üretimi yapmanın kolay olmasına karşın yurt genelinde faaliyet gösteren ve bütün şarap çeşitlerini üreten büyük çapta fazla teşebbüsün olmadığı ve yerinde tüketimde bu değişimin zaman alacağı vurgulanmalıdır. Bu noktadan hareketle ilgili ürün pazarında ülke genelinde etkin bir şekilde faaliyet gösteren teşebbüs sayısının şarap üreticilerinin sayısı ile kıyaslandığında oldukça az olduğu görülmüştür. Elde olan pazar payı verileri dikkate alındığında yerinde tüketim noktalarında Kavaklıdere ve Doluca'nın önemli pazar paylarına (%80-90) sahip olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla savunmada iddia edildiği gibi iki teşebbüsün son derece düşük pazar payıyla bir araya gelerek pazarı etkilemelerinin mümkün olmadığı tezi gerçeği yansıtmamaktadır. Bununla beraber, eylemin pazara etkisi sınırlı boyutta kalmıştır. Ayrıca teşebbüsler arasında yapılan rekabeti kısıtlayıcı anlaşmaların 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal etmeleri için ilgili ürün pazarında önemli etki(ler) doğurmasına gerek bulunmamaktadır. Bu husus ancak idari para cezası verilmesi durumunda cezanın miktarının belirlenmesi bakımından bir önem taşımaktadır

2600 • Kavmar belgelerde yer alan görüşmelerin pazardaki alıcıların güçlü konumda olmalarından kaynaklandığını, alıcıların bu güçlü konumları nedeniyle baskıcı bir yöntemle kendilerine yönelik yoğun taleplerinin bulunduğunu ileri sürmektedir. Kavmar'ın amacının diğer firmaların bu

noktalara şarap satmasını engellemek değil, müşteri kaybetmemek olduğu ve taleplerin alıcılar tarafından geldiği belirtilmektedir. Ayrıca bu noktalarda satılan şarapların toplam şarap pazarı içindeki payının çok düşük olduğu ve tüm bu nedenlerden dolayı Kavmar tarafından piyasayı etkileyecek büyüklükte herhangi bir rekabet ihlali gerçekleştirilmediği öne sürülmektedir.

2610 Kavaklıdere ile Doluca hakkında yürütülen soruşturmanın konusu, iki firmanın aralarında, noktalara birlikte girmek amacıyla işbirliği yaparak ortak teklifler sunmalarındır. Kavmar ve Doluca'nın ortak stajerejileri sonucunda birlikte girdikleri bazı noktalarda üçüncü bir yerli marka şarabın satılması doğrudan ya da dolaylı olarak engellenmiştir Söz konusu eylemlerin satış noktalarının baskısı ve isteği üzerine yapıldığı varsayılsa bile, bu durum Kavmar'ın 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettiği gerçeğini değiştirmemektedir. Kaldı ki tüm noktalar benzer bir yaklaşım sergilememektedir. Ayrıca tek başlarına noktaların, pazarın % 80'inden fazlasına sahip lider iki firma karşısında iddia edildiği kadar güçlü konumda olduklarını kabul etmek de güçtür.

2620 Bunun yanında Kavmar ve Doluca'nın ilgili ürün pazarında önemli pazar payına sahip oldukları görülmektedir. Dolayısıyla bu iki teşebbüsün pazarda rekabeti bozan anlaşmalar akdetmelerinin pazar kapsamında bir etki yaratmadığını söylemek mümkün değildir. Yukarıda belirtildiği ve aşağıda da ayrıntılı olarak inceleneceği üzere eylemlerin pazarda etkisi olduğu görülmüş ancak bunun sınırlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

• Kavaklıdere tarafından Doluca ve Kavaklıdere firmalarının birbiriyle kıyasıya rekabet ettikleri ve bu rekabet nedeniyle de birbirleri hakkında bilgi topladıkları ve iki firma arasında bir iletişim olduğunu gösteren belgelerin de bu türden belgeler olduğu ifade edilmektedir.

2630

Doluca ve Kavaklıdere firmaları arasında bir iletişim olduğunu gösteren belgelere yukarıda yer verilmiştir. İddia edildiği gibi bu belgelerin rakip faaliyetlerinin ne olduğunun öğrenilmeye çalışıldığı belgeler olmadıkları, söz konusu belgelerin rakibiyle birlikte hareket ederek belli bir noktanın pazarlık gücünü kırmaya çalışan ve bazı durumlarda 3.bir firmanın noktaya girmesini önleyecek sonuçlar doğuran, 2 lider firmanın birbiriyle olan iletişimini gösteren belgeler olduğu net bir şekilde görülmektedir. Kaldı ki rakibi hakkında bilgi toplamanın yolu rakiple koordinasyon doğurucu görüşmeler yapmaktan geçmemektedir.

2640

Ancak şunun da altı çizilmelidir ki, bu teşebbüslerin bütün satış noktaları bazında bir iletişim içerisinde olduklarına dair bir tespit yapılamamıştır. Kavmar ve Doluca'nın aynı zamanda rekabet içerisinde olduğu da görülmektedir. Ancak aşağıda da ayrıntılı olarak değinileceği üzere bu iki teşebbüs öncelikle "A" tipi nokta olarak adlandırılan ve pazar kapsamında tüketimi uyarıcı ve reklam adına önem taşıyan noktalara girerken soruşturma konusu eylemlerde bulunmuşlardır.

• Kavmar, Rekabet Kurulu'nun Kavmar ve Doluca hakkında açtığı soruşturma kararında bulunan 2 Rekabet Kurulu Üyesinin karşı oy gerekçelerinin kendilerine tebliğ edilmemesinin Kanun'un 52. maddesine

2650

aykırı olduğunu ve Danıştay'ın bu konu hakkında verdiği kararlardan bilindiği üzere karşı oyların bulunmasının gerektiğini belirtmektedir.

2660 4054 sayılı Kanun'un 52. maddesi Rekabet Kurulu tarafından verilen kararlar için hazırlanan gerekçeli kararlarda bulunması gereken unsurları düzenlemektedir. Bu maddede unsurları düzenlenen husus nihai kararlardır. Ara karar niteliğindeki Doluca ve Kavaklıdere'ye soruşturma açılması kararı için ayrıca bir gerekçeli karar hazırlanmamaktadır. Nitekim Danıştay tarafından bu nedenle bozulan Kurul kararlarının hepsi karşı oy gerekçelerine yer verilmeyen nihai kararlar olup ara kararlar değildir. Ayrıca ara kararlarda önemli olan, kararın hangi yönde alındığıdır. Dolayısıyla Kavmar hakkındaki soruşturma kararında kullanılan karşı oyların gerekçelerinin gönderilmemesinin bir usul hatası olduğu iddiasına katılmak mümkün değildir. Bununla beraber Soruşturma Raporu'nun ek dizininin 2. sırasında sehven "önaraştırma kararı" şeklinde belirtilerek yer verilmiş olan soruşturma açılmasına dair 26.1.2006 tarih ve 06-04/63-M sayılı karar ek görüşün tebliğinin akabinde talep edilen eklerden gönderilmesi uygun bulunanlarla beraber tekrar gönderilmiştir.

- Kavmar tarafından savunmada yer verilen başka bir görüş, kendilerine tebliğ edilen Soruşturma Raporu'nda Kavmar hakkındaki bir kısım bilgiler ve değerlendirmelerin ticari sır oldukları gerekçesiyle silinmiş olmasının (pazar payları gibi) bunlara karşı savunma yapılmasını engellediği iddiasıdır.

2680 Taraflara tebliğ edilen Soruşturma Raporu'nda Kavmar'ın savunma yapmasını engelleyecek herhangi bir yaklaşıma girilmemiş, ticari sır niteliğinde olmayan ve Kanun'a aykırı davranıldığı isnat edilen her türlü bilgi ve belge gönderilmiştir. Üstelik bilindiği gibi Kurul Kanun'un 44. maddesi gereği savunma hakkı vermediği unsurlara yönelik karar alamamaktadır. Bir kısım bilgilerin ticari sır gerekçesiyle çıkartılmış olması, Kavmar'ın bunlara karşı savunma yapamayacağı anlamına gelmemektedir. Bu silinen bilgiler arasında tarafların yaptığı iskontolar, pazar stratejileri gibi hususlar bulunmaktadır. Kavmar'ın silindiğini söylediği pazar payı bilgileri ise silinmemiş, bu bilgilere aralık olarak yer verilmiştir. Kaldı ki Kavmar ve Doluca'nın ilgili pazardaki toplam pazar paylarının yaklaşık ne olduğu bilgisi de verilmiştir. Diğer yandan bu yönde bir yöntem benimsenmemiş olsaydı teşebbüslerin Kanun'un 25. maddesine aykırı davranılması suretiyle ticari sırlarının açıklandığı şeklinde bir savunma yapacak olmaları da oldukça muhtemeldir.

- Kavmar Kaşibeyaz gibi pek çok nokta ile tek satıcılık anlaşması imzalamış olmasına ve sözleşmelerinde açık bir şekilde ceza-i şart içermesine karşın müşterileri ile olan ileriye dönük ilişkilerini bozmamak gibi stratejiler ve ticari kaygılar gereği hukuki bir yaptırım uygulama tarzını benimsemediklerini ve bu nedenle Kavmar'ın Doluca'nın o noktada bulunmasını kabullenmelerinin "göz yummak" olarak değerlendirilemeyeceğini ifade etmişlerdir.

2700 Yerinde incelemelerde elde edilen belgelerde Kavaklıdere ile sözleşmesi bitmekte olan Kaşibeyaz'da, yeni dönemde çift marka yer almak için Doluca ve Kavaklıdere'nin görüşmeler yaptıkları ve teşebbüslerin bu amaçla 5.10.2005 tarihinde başlayan yazışmalarda buldukları görülmektedir. Bunun



2710 sonucunda da Kaşibeyaz 1.1.2006 tarihinde Kavmar ile münhasırlık içeren bir sözleşme imzalamıştır. Ancak söz konusu sözleşmenin fiili durumda uygulanmadığı, 8.5.2006 tarihinde raportörlerin Kaşibeyaz yetkilisi (.....) ile yaptıkları görüşmede tespit edilmiştir. Bu görüşmede mönüde her iki firmanın ürünlerinin bulunduğu ve her iki firmadan da mahzen grubu dışındaki şaraplarda %(...) iskonto alındığı ifade edilmiştir. Kaşibeyaz'a birlikte girmenin hedeflendiğini gösteren belgeler, Kavmar'ın Kaşibeyaz ile cezai şart içeren münhasır anlaşması olmasına rağmen Doluca ürünlerinin mönüde yer alması ve Kavmar'ın buna karşı herhangi bir eylemde bulunmamasıyla birlikte değerlendirildiğinde Doluca ile Kavmar arasındaki iletişimin sonuç verdiği kanaatini perçinlemiştir. Nitekim benzer şekilde Tike ile Doluca'nın münhasır anlaşması olmasına karşın bu noktada Kavaklıdere ürünlerinin satıldığı belirtilmelidir. Ayrıca söz konusu noktalarda anılan iki teşebbüs dışında başka bir yerli üreticinin mönüde yer almaması dikkat çekicidir. Bu soruşturma çerçevesinde teşebbüslerin davranışlarına bir bütün olarak bakılması gerekmektedir. Bu bütünlük içinde bakıldığında teşebbüslerin Kaşibeyaz'da sergiledikleri tutum belgelerle ortaya konan işbirliğine uygun davrandıklarının bir göstergesidir.

2720

- Kavmar tarafından, soruşturmada yer verilen belgelerin nitelikleri itibarıyla ihlale yönelik delil oluşturamayacağı öne sürülmüştür.

2730 Rekabet ihlalinin ortaya konmasında kullanılabilecek belge ve deliller bu hukuk dalına özgü bir niteliğe sahiptir. İhlalin ortaya çıktığına dair çeşitli delil ve emareler, ekonomik gerçeklerle bütünlük oluşturacak şekilde bir bütün olarak değerlendirilerek göz önüne alınmaktadır. Bu doğrultuda örneğin, 4. madde kapsamında bir ihlalin araştırılmasında sadece teşebbüsler arasında işbirliğini doğrudan ortaya koyacak belgeler değil bu işbirliğinin varlığına emare oluşturabilecek belgeler de kullanılabilir. Sonuçta aleyhte ve lehte delil ve belgeler hem kendi içlerinde hem de birbirleriyle bir bütün olarak değerlendirilerek sonuca ulaşılmıştır.

2740

## J. GEREKÇE VE HUKUKİ DAYANAK

### J.1. Teşebbüsler Arasındaki İletişimin Boyutu

2740 Doluca ve Kavmar'ın üst düzey yetkilileri arasındaki e-posta trafiğine ilişkin yerinde incelemeler kapsamında tespit edilen ilk belgeler 2003 yılının Ağustos ayına aittir. Bu yazışmalarda iki teşebbüsün üst düzey yetkilileri olan Murat Başman ve Sibel Kutman'ın Zarifi Ankara, Yunan Restoran, Dragon gibi noktalara ortak girme konusunda anlaştıkları, Reina'da yer alan işletmelere yapılan satış bilgilerini birbirleriyle paylaştıkları ve aynı zamanda bazı rekabetçi konularda bilgi alışverişinde buldukları görülmektedir. Şöyle ki Murat Başman tarafından Sibel Kutman'a 8.8.2003 tarihli e-posta metni ile Zarifi ve Dragon için yaptığı "ortak girelim" teklifine, Sibel Kutman tarafından aynı gün Murat Başman'a gönderilen e-posta metnindeki "Zarifi ve Dragon'da kesinlikle ortak çalışalım." ifadeleriyle yanıt verilmesi, tarafların sayılan noktalara birlikte girmek konusundaki mutabakatlarını ve karşılıklı irade açıklamalarını ortaya koymaktadır. Bu e-posta metninin ekinde Kavaklıdere ve Doluca firmalarının Reina'da yer alan bazı yerinde tüketim noktalarına kaç

2750

şişe şarap sattıklarına ve bu noktalardan ne kadar ciro elde ettiklerine ilişkin bilgileri birbirlerine gönderdikleri anlaşılmaktadır. Bu noktada belirtilmesi gereken husus ağırlıklı olarak iki teşebbüsün adı geçen iki yöneticisinin e-posta aracılığıyla iletişime geçtiği ve anılan şahısların sürecin yönlendiricisi olduğudur.

2760 2003 yılına ait ve iki yetkilinin iletişimini gösteren 2 belge bulunmaktadır. 2004 yılına ait de belge vardır. Antalya Bölge Müdürü'nün Doluca Satış Müdürü'ne göndermiş olduğu bu e-postadan "Hamam Bistro" isimli restorana Kavaklıdere ile birlikte teklif verdikleri ve tekliflerinin birbirlerine yakın olduğu görülmektedir. Her ne kadar dosya kapsamında 2003 yılına ait 3 adet belge ve 2004 yılına ait 1 belge olsa da, iletişim ağırlıklı olarak 2005 yılının ilk dönemlerinde söz konusu olmuş, yılın ortasına doğru hız kazanmış ve rekabetçi yapıyı etkilemiştir. Bu belgeler genel olarak ele alındığında, hem taraflar arasındaki işbirliğinin boyutlarının ve genel prensiplerinin belirlenmesini, hem yerinde tüketim noktalarına birlikte girme stratejisinin teker teker belli bazı yerinde tüketim noktaları bazında uygulanmasının ayrıntılarını içerdikleri görülmektedir.

2770 Nitekim 4.2.2005 tarihli Kavmar'a ait belgede Doluca ile paralel ve aynı şartlarda çalışılacağı hususunda ortak karar alındığı belirtilmektedir. Yine 8.2.2005 ve 12.2.2005 tarihli belgelerden bu sefer Murat Başman ve Doluca Kurumsal İşler Müdürü Murat Oral'ın telefon görüşmeleri yaptığı, görüşmelerde müşterilere uygulanacak fiyat ve şartların görüşüldüğü, ayrıca fiyat geçişlerinin biran önce gerçekleştirilmesinin talep edildiği anlaşılmaktadır.

2780 24.5.2005 tarihinde Reina ile sözleşme imzalanmasını takiben Doluca tarafından hazırlanan "Mey İşbirliği" başlıklı 31.5.2005 tarihli yazı ile iki teşebbüs arasındaki işbirliğinin boyutlarının çizilmeye başlandığı görülmektedir. Bu yazıda önde gelen şarap üreticisi firmaların piyasadaki "başıbozuk" uygulamalar nedeniyle rahatsız oldukları ve rekabet ortamının çerçevesini belirlemeye dönük düzenlemeler içerisinde buldukları ifade edilerek üzerinde mutabık kalınan konulara ne derece uyulduğunun tespiti amacıyla şeffaflığa dayanan bir iç denetim mekanizmasının geliştirilmesinin gerektiği belirtilmektedir. İlave olarak 8.6.2005 tarihli iki teşebbüsün müşterek çalışma prensiplerine ilişkin belge ile bu işbirliğinin ayrıntılarının oluşturulmaya başlandığı görülmektedir. Şöyle ki müşteriler "Sözleşmesi olan müşteriler", "Yeni açılan ve sözleşme yapmak isteyen müşteriler", "Müşterek çalıştığımız sözleşmeli müşteriler", "Sadece bir firma ile sözleşmesiz çalışan müşteriler" gibi gruplara ayrılmış ve sözleşmesi olsun ya da olmasın tüm müşterilerle Kavmar ve Doluca firmalarının müşterek sözleşme yapmaları öngörülerek, gruplara göre ne zaman ve nasıl müşterek sözleşmeler yapılacağına kuralları belirlenmiştir. Burada dikkat çekici nokta, 31.5.2005 tarihli belgenin Doluca, daha çarpıcı olduğu düşünülen 8.6.2005 tarihli belgenin ise Kavaklıdere tarafından hazırlanmasıdır. 8.6.2005 tarihli yazıda her bir noktaya ortak girme konusunda prensipler belirlenmektedir. Bunun ardından, önemli bir yerinde tüketim noktası olan İstanbul-Hava Limanı tedarikçisi BTA ile ilgili görüşmeleri hakkında Murat Başman ve Sibel Kutman arasındaki e-posta görüşmelerinde olup bu yazışmada teşebbüsler, noktaya ilişkin ortak tekliflerini görüşmekte ve

strateji oluşturmaktadır. Ayrıca belgeden BTA ile yapılan görüşmeye iki teşebbüsün yetkililerinin birlikte katılacağı anlaşılmaktadır.

2810 Bunlara ilave olarak 8.9.2005 tarihli belgede iki restorana yönelik olarak hakkında ortak plan geliştirildiği görülmektedir. Changa Restoran'la yapılan görüşmeleri gösteren 22.9.2005, 7.10.2005 ve 13.10.2005 tarihli belgeler de iletişimin boyutlarını sergilemektedir. 29.9.2005, 5.10.2005, 7.10.2005 17.10.2005, 18.10.2005, 16.11.2005, 18.11.2005, 26.11.2005, 29.11.2005 ve

2820 30.11.2005 tarihli belgelerde Murat Başman ve Sibel Kutman'ın birçok nokta hakkında görüştüklerinin tespiti yapılmıştır. Ayrıca adı geçen şahısların Çırağan Oteli hakkında görüştükleri ve Çırağan Oteli yetkililerini çift marka bulundurmak konusunda ikna ettikleri 18.10.2005, 20.10.2005, 11.11.2005, 16.11.2005 ve 29.11.2005 tarihli yazışmalarında yer almaktadır. Murat Başman ve Sibel Kutman'ın 20.10.2005 tarihli yazışmalarında İstanbul'daki tüm beş yıldızlı otellere birlikte çift marka teklifi verilmesinin iki taraf açısından da adil olacağı, aksi takdirde her otelde "ayrı ayrı savaş" başlayacağı, Mey'in de girmesiyle tavizlerin artabileceği belirtilmektedir. Bu kapsamda Sibel Kutman ayrıca, bir araya gelerek diğer restoranları da bir karara bağlamayı teklif etmektedir. 11.11.2005 tarihli yazıda da "Swiss Oteli planlarınız" ve "nokta başına litre satışları paylaşacak mıyız" ifadelerinin yer alması; ilave olarak 16.11.2005 ve 29.11.2005 tarihli belgelerde anılan otele yönelik ifadeler, beş yıldızlı otellere ilişkin ortak stratejinin başladığını göstermektedir. Hatta 18.10.2005 tarihli belgede iki firmanın sözleşmesi bitecek müşterilerinin tarandığı belirtilmektedir. Ayrıca 7.10.2005 tarihli Carrefour-Gima, 29.11.2005 tarihli Migros içerikli belgeler teşebbüslerin zincir marketler hakkında da görüştüklerini göstermektedir. Bu kapsamda 26.11.2005 tarihli belgede Migros-Tansaş konusunda işbirliği yapılması gerekliliği Murat Başman'dan Sibel Kutman'a iletilmektedir. Yukarıda yer verilen belge ve bulgular Doluca ve

2830 Kavaklıdere teşebbüsleri arasında rekabetçi davranışların koordine edilmesi amaçlı yoğun bir iletişim olduğunu göstermekte ve bu iletişimin kanallar bazında yayılmaya başladığı izlenimini yaratmaktadır.

Diğer yandan bu iletişimin yalnızca anılan iki kişi arasında sınırlı kalmadığı, 16.8.2005 tarihli belgede de görüldüğü üzere, Kavaklıdere bölge satış koordinatör yardımcısı olan Sıtkı Sırtanadolu'nun Doluca'nın Yerinde Tüketim Kanalı (On Trade) Müdürü İstem Akkoyunlu ile rekabetçi konularda karşılıklı görüştüğü anlaşılmaktadır. Bu bilgilere ilave olarak, 9.11.2005 tarihli belgede Fishmekan isimli restoranla görüşmeye Kavaklıdere'den Bölge Satış

2840 Koordinatörü (Şakir Akışık) ve Doluca Yerinde Tüketim Kanalı Müdürü İstem Akkoyunlu'nun birlikte gittikleri tespit edilmektedir. Ayrıca 21.11.2005 tarihli belgede de görüldüğü üzere söz konusu iki yöneticinin Murat Başman ve Sibel Kutman'ın bilgisi dahilinde birlikte teklif hazırlayarak Midpoint ve Sushi-Co unvanlı restoranlarla beraber görüşmeye gideceklerinin bilgisine ulaşılmaktadır. İki yöneticinin yoğun ve koordineli iletişimlerini gösteren bir başka belge 10.10.2005 tarihli belgedir. Ayrıca 17.3.2005 tarihli belgede Kavaklıdere ve Doluca satış temsilcilerinin birbirleriyle rekabetçi konularda görüşmüş olduklarının tespiti yapılmıştır. Bu belgeler görüşmelerin yalnızca Sibel Kutman ve Murat Başman arasında olmadığını, diğer yöneticiler arasında da

2850 iletişim bulunduğunu gösterir niteliktedir. Diğer yandan Murat Başman ve Sibel Kutman arasında rekabetçi konularda iletişim olduğuna dair bilgi daha alt

kademedeki yöneticilerce de bilinmektedir. Nitekim İstem Akkoyunlu tarafından yazılan 21.10.2005 tarihli belgede Sibel Kutman'ın İstanbul Jazz Club'a Kavaklıdere ile birlikte davranma konusunda Kavaklıdere'ye mesaj atması önerilmektedir.

2860 Bunların yanı sıra, daha alt kademedeki çalışanlar arasında iletişim olduğunu gösteren belgeler de yerinde incelemelerde elde edilmiştir. Nitekim Doluca Muğla Bölge Müdürü tarafından yazılan şirket içi e-postadan Kavaklıdere Bölge Koordinatörü ile karşılaşmasında iki nokta hakkında görüştükleri bilgisi edinilmektedir. Ayrıca Doluca Antalya bölgesi eski satış personeli Nazan Bakırcı tarafından verilen haftalık raporlarda bu husus görülmektedir. Nitekim 21-26/2/2005 haftasına ait belgede Kavaklıdere'nin personeli ile yaptığı görüşmede "önemli yerlerde paslaşmayı kararlaştırdıklarını" iletmektedir. Aynı kişi 16. ve 17. haftaya yönelik değerlendirmelerinde de Kavaklıdere ekibiyle iletişim içinde olduğunu ve iki tarafın bazı rekabetçi konuları görüştüğünü belirtmektedir.

2870 Sonuç olarak ağırlıklı üst düzey yöneticiler olmak üzere her iki teşebbüs çalışanlarının birbirleriyle rekabetçi konularda iletişim içinde oldukları, yerinde inceleme sırasında elde edilen belgelerden görülmektedir.

## J.2. Soruşturma Konusu Eylem ve Eylemin Hukuki Boyutu

2880 Kavmar ve Doluca teşebbüsleri hakkında yürütülen soruşturmanın konusunu oluşturan eylem adı geçen teşebbüslerin bazı yerinde tüketim noktalarına birlikte girmek için işbirliği içinde bulunmaları olup, eylemin bu yapısıyla atipik bir nitelik taşıdığı söylenebilecektir. Tanımlanan ilgili ürün pazarı çerçevesinde, "her şey dahil sistemiyle çalışan oteller hariç şarap yerinde tüketim pazarı" ağırlıklı olarak otel, restoran, bar, cafe gibi noktalardan oluşmaktadır. Her noktanın kendi müşteri kitlesi ve ticaret anlayışına göre şarap satın alırken farklı stratejileri bulunmaktadır. Bu noktalardan bazıları teşebbüsten alacağı sponsorluk veya tek satıcılık bedeli karşısında yerli şarapta tek bir marka şarap satmaktadır. Bu noktalardan bazıları aynı teşebbüsle ithal şarap için de anlaşırken bazı noktalar ithal şarabı başka bir teşebbüsten almayı tercih edebilmektedir. Bazı noktalar ise iki yerli markayı noktasında bulundurmamak istemektedir. Yine bu noktaların bir kısmı söz konusu iki yerli markanın ithal ettiği şarapları alırken diğer bir kısmı üçüncü bir firmadan ithal şarap portföyünü oluşturmaktadır. Geriye kalan diğer noktalar 2890 ise birçok şarap markasını müşteriye sunmaktadır. Ancak ikiden fazla yerli şarap üreticisi ile çalışan satış noktalarının pazarda az sayıda olduğu görülmektedir.

2900 Bu kapsamda yerli şarap üreticileri noktalarda yer alabilmek için önemli bir rekabet içindedirler. Şarap pazarının yaklaşık olarak yarısını yerinde tüketimin oluşturduğu dikkate alındığında bu pazarın piyasa için önemi ortaya çıkmaktadır. Tek bir marka şarap üreticisi ile çalışmak isteyen teşebbüsler bu noktada kendilerine en iyi tavizi veren üreticiyi tercih etmektedirler. Ancak birçok restoran ki bunların içinde "A" tipi restoranların önemli bir kısmı bulunmaktadır, Kavaklıdere veya Doluca dışında üçüncü bir yerli üreticiyle çalışmayı belli sebeplerle istememektedirler. Dolayısıyla bu noktalar ağırlıklı

olarak anılan iki teşebbüse yönelmek suretiyle bu iki firmanın verebileceği en yüksek tavizi almaya çalışmakta ve bu kapsamda her iki teşebbüs arasındaki rekabetten faydalanmaktadır.

2910 Bu aşamada pazarda rekabetin oluştuğu alana kısaca değinmek gerekecektir. Bilindiği gibi her pazarda pazarın kendi dinamikleri çerçevesinde rekabetin farklı boyutları önem taşımaktadır. Birçok pazarda ürün fiyatı en önemli rekabet etme aracıyken, bazı pazarlarda satış sonrası hizmet, teslim şartları, servis gibi fiyat dışı unsurlar da büyük rol oynayabilmektedir. Dolayısıyla teşebbüslerin bu unsurlardan hangilerini bir anlaşma veya uyumlu eylem yoluyla tespit etmelerinin rekabeti daha fazla kısıtlayıcı olduğunun değerlendirilmesi somut olayın özellikleri dikkate alınarak yapılmalıdır.

2920 Bu noktada, teşebbüslerin ne tür araçlar kullanarak birbirleriyle rekabet ettiklerinin şarap yerinde tüketim pazarı bakımından değerlendirilmesinde fayda bulunmaktadır. Şarap yerinde tüketim pazarında, "taviz" olarak nitelendirilen unsurun önemli bir rekabet etme aracı olduğu görülmektedir. Özellikle Doluca ve Kavaklıdere firmaları gibi belli bir ürün kalitesi bulunan, benzer marka imajı, ürün portföyü ve ürünün arzı ve dağıtımı yönünden eşdeğer hizmet kalitesine, benzer kurumsallaşma düzeyine sahip iki firma bakımından tavizler başlıca rekabet etme araçlarından biridir. Bir başka deyişle tavizler, ürünün satış koşulları anlamı taşımakta olup eşdeğer iki üretici arasından karar vermek durumunda olan alıcı için esaslı unsurdur. Nitekim yerinde tüketim noktası hangi firmanın ürünü alacağına karar verirken hangi firmanın daha avantajlı taviz teklif ettiğini göz önünde bulundurmaktadır. Dolayısıyla her iki firmanın da kendi ürünlerinin daha fazla satılmasını ve daha fazla sayıda noktada yer almasını sağlamak üzere birbirleriyle rekabet ederken verdikleri tavizleri bir araç olarak kullanmaları gerekmektedir.

2940 Taviz kavramı ise bu pazarda birkaç alt unsurdan oluşmaktadır. Bunlar; nakit tavizler, ıskonto, bedelsiz ürün ve cari hesaptan mahsup şeklinde sıralanabilir. Alt unsurların yerinde tüketim noktasına verilen teklifin içindeki ağırlıklarının temelde noktadan noktaya ve yerinde tüketim noktasının niteliğine göre farklılaştığı görülmektedir. "A sınıfı" olarak nitelendirilen yerinde tüketim noktalarına teşebbüsler ıskonto, bedelsiz ürün gibi tavizlerin yanı sıra nakit taviz de verebilmektedirler. Nakit tavizler özellikle şarabın o yerinde tüketim noktasında satılmasının marka imajına olumlu katkıda bulunduğu noktalara verilmektedir. Ancak bu pazarda noktada yer almakla taviz iç içe geçmiş iki kavramdır. Birçok nokta şarap satın almadan önce teşebbüslerden taviz talebinde bulunmaktadır.

2950 Yukarıda da belirtildiği gibi noktalar farklı sayıda üreticiyle çalışmayı tercih edebilmektedirler. Bu kapsamda bazı noktalar çeşitli nedenlerle tek bir marka ile çalışmak isteyebilmektedirler. Bu noktada yer almak isteyen teşebbüsler birbirleriyle "pazar için rekabet"e girmekte ve böylece verilen tavizleri artırmaktadırlar. Bu tip noktaların önemli bir kısmı tedarikçi olarak Kavmar veya Doluca'yı istemekte, Kavmar ve Doluca ise noktayı diğerinden kapmak için çaba göstermekte, nokta ise bunu bir rekabetçi araç olarak kullanmaktadır. Noktanın tercihi doğrultusunda, noktada tek olmak için yapılan

rekabetten nokta sahibi ve bazı durumlarda da tüketici fayda sağlayabilmektedir. Ancak Kavmar ve Doluca teşebbüslerinin noktalara birlikte girmek yönündeki işbirlikleri sonucunda her iki teşebbüs noktaya girmekte ancak aralarında rekabet olmadığı için rekabetin olduğu duruma göre daha az taviz vermektedirler. Üstelik bu tavizler işbirliğinin bir sonucu olarak birbirlerine paralel veya benzer olarak belirlenmekte olup bu noktalara örnek olarak, Çırağan, Reina, Go Mongo verilebilir. Reina , bu örneklerle bir aşamaya kadar benzetmekle birlikte istediği nakit tavizi elde etmesinden dolayı bu noktalardan ayrılmaktadır. Ancak bu, Reina'nın bu pazar kapsamında çok önemli ve prestijli bir nokta olmasından kaynaklanmaktadır. Bu kapsamda noktalara verilen tavizlerin taraflarca koordine edilmesine yönelik olarak verilebilecek bir başka örnek Changa'dır. Sibel Kutman'ın "Changa'nın sözleşmesi OK mi, eğer sizin için de uygunsa gönderelim artık ..." şeklindeki sorusuna, Avni Başman tarafından verilen yanıtta yer alan "Sözleşmeyi Kavaklıdere formatına getirdik. Yolladık. Sizin Sarafin-Karma grupları biz de 5 çeşidimizi %(...) bedelsiz dışında tuttuk." ifadelerinden anlaşılmaktadır. Diğer bir belge ise, Changa'nın ortaklarından (.....) tarafından da dile getirildiği üzere, Murat Başman ve Sibel Kutman'ın sözleşme ile ilgili görüşmeye birlikte gittiklerini göstermektedir. Bu işbirliğinin sonucu olarak taraflar paralel dönemlerde Changa ile ayrı ayrı sözleşme imzalamışlardır. Her iki sözleşmedeki tavizlere bakıldığında, her iki firmanın da temel olarak satışın ya da net cironun % (...) oranında bedelsiz verdikleri, bu çalışma koşulunun ise hem birbirleriyle hem de tarafların ortak teklifindeki tavizle paralel olduğu görülmektedir. Dolayısıyla Changa, tarafların noktalara birlikte girme stratejilerinin, tavizlerin, satış koşullarının birlikte belirlenmesi sonucunu beraberinde getirdiğinin örneğini oluşturmaktadır. Aynı zamanda Changa örneği tarafların bir nokta ile ayrı ayrı sözleşme imzalamalarının işbirliklerini hayata geçirmedikleri anlamına gelmeyeceğini göstermesi bakımından da önemlidir.

Yine tek marka çalışmak isteyen ancak Kavmar veya Doluca dışında üçüncü bir teşebbüsle de anlaşabileceğini belirten noktalar açısından durum biraz daha farklılaşabilmektedir. Bu noktalara örnek ise BTA'dır. BTA kendisine en uygun tavizi vereceğini belirttiği teşebbüsle anlaşacağını bildirmiş ve üreticilerden teklif almaya başlamıştır. Kavmar ve Doluca bu noktaya birlikte girmek istemiş ve taviz koşullarını aralarında anlaşmak suretiyle ve bir çeşit güç birliği içinde birlikte belirlemişlerdir. Nitekim 11.7.2005 tarihli Sibel Kutman ve Murat Başman arasındaki e-posta yazışmasında "...Çarşamba 11 uygun. Teklif de uygun. Bizden Serdar Aslan ve İstem Hanım katılacaklar. Bilgisini verdim. BTA Deniz Bey'den randevu alınacak herhalde. Sizden İsmail Bey ile nasıl irtibata geçsinler? Hadi hayırlısı inşallah olumlu geçer. Onlar toplantıdayken biz de gerekirse irtibat kurabilecek durumda olalım birbirimizle anlık bir karar durumu söz konusu olursa diye..." ifadeleri yer almaktadır.

Ancak BTA'ya Mey tarafından verilen tavizlerin daha uygun olması nedeniyle teşebbüsler iskonto oranını %(....)'dan %(....)'e yükseltmişler ancak buna karşın nokta Mey ile anlaşmıştır. Bu anlaşmanın bir yansıması da noktaya teklif aşamasında Mey'in maliyetlerinin yükseltilmesi olup birliktelik olmaması durumunda Mey'in daha düşük bedelle noktaya girmesi muhtemeldir.

Bazı noktalar ise yukarıda ifade edildiği gibi birden fazla teşebbüsle çalışmayı tüketiciye seçim imkanı vermek adına tercih etmektedirler. Bu noktaların büyük kısmı genelde de çift marka olarak Kavaklıdere ve Doluca'yı tercih etmekle birlikte bu iki üretici arasındaki rekabetten yararlanmak suretiyle daha fazla taviz almaktadırlar. Ancak, doğal olarak iki teşebbüsün bir araya gelmesi ve tavizler üzerinde mutabakat sağlamaları rekabetçi süreçten kendilerini korumak ve aralarında rekabet olsaydı vereceklerinden daha az taviz vermek gibi sonuçları beraberinde getirmektedir.

3010

Bu yapı iki teşebbüs arasındaki rekabeti bu alanda ortadan kaldırdığı gibi belli durumlar bağlamında üçüncü teşebbüslerin noktaya girmesini engelleyecektir. Nitekim BTA örneğinde olduğu gibi, bu durum başka bir teşebbüsün maliyetlerini artırıcı da olabilmektedir. 31.5.2006 tarihinde Doluca tarafından hazırlanan "Mey İşbirliği" başlıklı belgede Mey'in güçlü finansal yapısıyla pazara girmesinin rekabetin daha da artmasına neden olacağı belirtilmekte, yerinde tüketim noktalarına yapılan fahiş ödemeleri de kapsayan hususlar konusunda işbirliği ve bir iç denetim mekanizmasının geliştirilmesinin gerekli olduğu vurgulanmaktadır.

3020

Yukarıda yer verilen belgeler, Doluca ve Kavaklıdere firmalarının yerinde tüketim noktalarına birlikte girmek amaç ve girişimlerini ortaya koymaktadır. Taraflar bu amaçla yoğun bir iletişimde bulunmakta, yerinde tüketim noktalarına birlikte girmek üzere uzlaşmakta, birlikte girmeye karar verdikleri noktalara sunacakları nakit taviz, iskonto, bedelsiz, cari hesaptan düşme gibi unsurlardan oluşan tavizleri birlikte belirlemektedirler. Soruşturma konusu teşebbüslerin yerinde tüketim noktalarına birlikte girme stratejilerinin hemen görülebilir ilk sonucu, tarafların birlikte girmeye karar verdikleri o yerinde tüketim noktası, diğer bir deyişle o müşteri için artık birbirleriyle rekabet

3030

etmemeleridir. Taraflar bu strateji sayesinde, diğerinin o müşteriyle çalışmak amacıyla yaratacağı rekabetçi baskıyı da ortadan kaldırmaktadırlar. Birbirlerine, belli bir müşteriyle birlikte çalışmak yönünde güvence veren tarafların, artık yerinde tüketim noktasına daha avantajlı bir teklif vererek o noktayı kendisine bağlamak ya da rakibini o noktada devre dışı bırakmak için rekabet etmek gibi bir güdüsü kalmamaktadır. Dolayısıyla esas unsur iki teşebbüsün noktada birlikte yer almak üzere işbirliği yapmalarıdır. Anılan işbirliğinin ilk emareleri 2003 yılında Reina'ya ilişkin belgede görülmekle birlikte bu eylemin ana hatları Doluca tarafından yazılan 31.5.2005 tarihli "Mey İşbirliği" başlıklı ve 8.6.2005 tarihli Kavmar belgelerinde çizilmektedir. Nitekim

3040

31.5.2006 tarihli ilk belgenin hazırlanmasından 8 gün sonra Ali Başman'dan Murat Başman'a gönderilen e-postada bu işbirliğinin detayları belli olmaktadır. Dolayısıyla Doluca tarafından hazırlanan yazıda öngörülen yaklaşım Kavmar tarafından benimsenmiş, 8.6.2005 tarihli belgeyle de ayrıntılandırılmış ve 2003 yılında ilk belirtileri görülen ancak o tarihlerde fazla uygulanmayan işbirliği, Mey'in pazara girmesiyle de birlikte hayata geçmiş, yoğunluk ve etkinlik kazanmıştır. Bu kapsamda 31.5.2005 tarihli belgede ne yapılabileceği araştırılmış, 8.6.2005 tarihli belgede de her noktaya ortak girme yaklaşımı kağıda dökülmüştür. Her iki belgenin yanı sıra anılan tarihten sonra teşebbüslerin bu belgeler doğrultusunda hareket etmiş olması ve yerinde

3050

incelemelerde bulunan diğer belgeler hem Doluca'nın hem Kavmar'ın bu işbirliğine uygun davrandıklarını göstermektedir. Bu ise her iki tarafın satış

3060 noktalarına ortak girme ve bu noktalarda rekabet etmeme konusunda "anlaşma" yaptıkları sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Bir başka deyişle noktaya girmek için taraflar arasında yapılan her görüşmenin ayrı bir anlaşma olarak değil ilk belirtilerini 2003 yılında gösteren ancak 2005 yılının ortalarında sınırları belirginleştirilip yoğunluk kazandırılan tek bir anlaşma olarak değerlendirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Bilindiği gibi rakipler arasında olan ve rekabeti engelleyen anlaşmalar Kanun'un 4. maddesi kapsamında değerlendirilmekte olup bu madde uyarınca "Belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemleri hukuka aykırı ve yasaktır." Bu Kanun maddesinden yola çıkarak, söz konusu anlaşmanın anılan 4. madde kapsamında değerlendirilmesi gerekmektedir.

3070 Söz konusu anlaşmanın hukuki yönden tespit edilen yansımalarından biri ise kısaca tavizlerin belirlenmesi olarak nitelenebilecektir. Nokta sağlayıcısını tercih ederken bu tavizler önem kazanmakta ve tavizler rekabet ortamında artabilmektedir. Teşebbüsler noktalara birlikte girerek ve bununla bağlantılı olarak verilecek tavizleri ortaklaşa belirleyerek aralarındaki rekabetten kaçınmaktadırlar. Bu ise Kanun'un 4. maddesinin (a) bendi kapsamına girmektedir. Bu bentte "mal veya hizmetlerin alım ya da satım fiyatının fiyatı oluşturan, maliyet kar gibi unsurlar ile her türlü alım yahut satım şartının tespit edilmesi" yasaklanmıştır. Bu yasaklamanın amacı anlaşma tarafı teşebbüslerin ilgili bentte sayılan unsurları tespit etmek suretiyle aralarındaki rekabeti kısıtlamalarının engellenmesidir. Adı geçen tavizlerin her biri satış şartları olarak değerlendirilmelidir. Dolayısıyla ortada satış koşullarını oluşturan tavizlerin koordine edilmesi şeklinde bir yansıması da bulunan iki rakip teşebbüsün yerinde tüketim noktalarına birlikte girmek üzere anlaşmak suretiyle işbirliği yapmalarından oluşan tek bir ihlal bulunmaktadır.

3080 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamına giren anlaşma, uyumlu eylem ve kararların muafiyet için Kurul'a bildirilme yükümlülüğü 5388 sayılı Kanun ile ortadan kaldırılmıştır. Dolayısıyla, Kanun'un 4. maddesi kapsamında ihlal içeren anlaşma, uyumlu eylem ve kararlara Kurul'un re'sen muafiyet değerlendirmesi yapabilmesi mümkün olmuştur. Bu çerçevede, soruşturma kapsamındaki anlaşmanın muafiyet alıp alamayacağı değerlendirilecektir.

### 3090 **J.3. Muafiyet Değerlendirmesi**

Kanun'un 4. maddesi kapsamındaki anlaşma, uyumlu eylem ve kararlar, Kanun'un 5. maddesindeki koşulların varlığı halinde yasaklayıcı 4. maddenin uygulanmasından muaf tutulabilmektedir. Bu noktada vurgulanması gereken, muafiyet verilebilmesi için 5. maddedeki dört koşulun tamamının sağlanması gerektiğidir. Bu koşullardan herhangi birinin sağlanmaması durumunda, diğer koşullar sağlansa dahi muafiyet verilememektedir.

Bu kapsamda;

3100 a) Malların üretim veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması,



- b) Tüketicinin bundan yarar sağlaması,
  - c) İlgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması,
  - d) Rekabetin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlanmaması,
- muafiyet alınabilmesi için gereklidir.

3110 Soruşturma konusu anlaşmanın bireysel muafiyet alıp alamayacağı hususu değerlendirilirken öncelikle belirtilmesi gereken husus, Kavmar ve Doluca'nın şarap pazarında en yüksek pazar payına sahip 2 lider teşebbüs olmalarıdır. Nitekim her ikisinin ilgili ürün pazarı kapsamındaki toplam pazar payları %80'in üzerindedir. Pazarın en büyük iki üreticisi olan ve toplamda oldukça yüksek bir pazar payına sahip olan iki teşebbüsün yaptığı anlaşmanın yalnızca Reina sözleşmesi olarak nitelenmesi eksik bir değerlendirme olacaktır. Bu anlaşma 2003 yılında ilk emareleri görülen ancak 2005 yılının ortalarında çerçevesi çizilen ve bu tarihten sonra etkileri artmaya başlayan bir işbirliğidir. Reina sözleşmesi ise bu zincirin bir halkasıdır. Dolayısıyla bireysel muafiyet değerlendirilmesi yapılması gereken anlaşma üç taraflı Reina sözleşmesi değil satış noktalarına birlikte girme amaçlı anlaşmadır. Bir başka deyişle eylem Reina ile sınırlı kalmamış, teşebbüsler birçok noktada ortak ve koordineli hareket etme eğiliminde olmuştur.

3120 Rekabet hukukunda bir anlaşmanın yazılı veya sözlü olması arasında bir fark bulunmamaktadır. Dolayısıyla anlaşmanın sözlü olabileceğinin kabul edildiği gibi bu anlaşmalara muafiyet incelemesi yapılabileceği de kabul edilmelidir. Anlaşmanın ana hatları ise 8.6.2005 tarihli belgede çizildiği şekildedir. Anılan belgede sözleşmesi olan, yeni açılan ve sözleşme yapmak isteyen, halihazırda müşterek çalışılan sözleşmeli veya sözleşmesiz müşterilere ortak teklif verileceği ve birlikte çalışılacağı belirtilmektedir. Hatta müşterek çalışılan sözleşmesiz müşteriler için "sözleşmeler müşterek yapılarak uzun vadeli rekabet problemleri sınırlanır" ifadesi yer almaktadır.

3130 Bu kapsamda anlaşmanın Kanun'un 5. maddesi çerçevesinde incelenmesine geçildiğinde (a) bendi kapsamında bir iyileşme ve gelişme sağlanmadığı tespit edilmektedir. Nitekim her iki teşebbüsün o noktaya ortak girmesi veya girmemesi durumunda (a) bendinde aranan şartlar yerine gelmemektedir. Anlaşma (b) bendi açısından incelendiğinde noktada bir marka yerine birden fazla markanın bulunması tüketicinin seçim şansı açısından olumludur. Ancak tavizlerin düşmesi sonucu aldığı tavizlerin noktanın iyileştirilmesi ve güzelleştirilmesi için kullanılmaması (bazı noktalar özellikle nakit tavizleri noktada daha iyi hizmet verilebilmesi adına kullanılmaktadır), bu anlaşmanın tüketiciye olumlu sonuçlarla yansımaları engelleyebilecektir. Maddenin (c) bendi kapsamında öne sürülebilecek olgu, anlaşmanın pazara olan etkisi bölümünde de inceleneceği gibi, anlaşmanın henüz daha pazarın kısıtlı bir bölümünde sınırlı bir etki göstermesidir. Bu sınırlı etki ise pazar için önem taşıyan A tipi yerinde tüketim noktalarından ibaret olup bunlar dışındaki yerlerde bir etki tespit edilmemiştir. Ancak bu anlaşmaya izin verilmesi durumunda Kavmar ve Doluca özellikle yerinde tüketimde sahip oldukları pazar paylarının yanı sıra marka güçleri ve bilinirlikleri ile pazarın önemli bir bölümünü kapama yoluna gidebileceklerdir. Ayrıca bu anlaşma nedeniyle pazarın iki lider oyuncusu arasındaki rekabet kısıtlanmış olacaktır. Bu ise

muhtemel etkileri bakımından rekabetin önemli oranda ortadan kalkması sonucunu doğurabilecektir. Diğer yandan 5. maddenin (d) bendi kapsamında bir değerlendirme yapıldığında rekabet iki lider teşebbüsün bir araya gelmesi ile gereğinden fazla kısıtlanmıştır. Üstelik Kanun'un (a) bendi kapsamında herhangi bir iyileşme sağlanmadığı yukarıda ifade edilmiştir.

3160 Anlaşmanın filli etkileri bir yana teorik olarak yerinde tüketim pazarında lider olan, yüksek pazar payına sahip ve prensip olarak rekabet içinde olması beklenen iki teşebbüsün bir araya gelerek noktalara ortak teklifler vermesi pazardaki rekabetçi yapıyı bozacak bir girişimdir. Bu kapsamda teorik, fiili ve muhtemel etkileri dikkate alındığında Kavmar ve Doluca arasında yapılan anlaşmanın Kanun'un 5. maddesinde öngörülen şartları sağlamadığı gerekçesiyle bireysel muafiyetin söz konusu olamayacağı anlaşılmıştır.

3170 Sonuç olarak, Kavmar ile Doluca'nın 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine aykırı eylemler gerçekleştirdikleri, ayrıca Kanun'un 5. maddesindeki koşulların sağlanmaması nedeniyle muafiyetin söz konusu olamayacağı kanaatine ulaşılmıştır.

#### J.4. Eylemin Pazara Etkisi

Doluca ve Kavmar firmalarının yerinde tüketim noktalarına birlikte girme stratejilerinin ne derecede uygulandığı, pazar üzerinde ne tür etkiler yarattığı konusunun tartışılabilmesi amacıyla öncelikle belgelere konu olan yerinde tüketim noktalarındaki uygulamanın nasıl olduğuna bakılmalıdır.

3180 Bu noktalardan ilki Reina'dır. Reina ile 24.5.2005 tarihinde 3 taraflı bir sözleşme yapılmıştır. Sözleşmenin koşulları incelendiğinde Doluca ve Kavaklıdere firmalarının (...)’er bin ABD Doları nakit taviz verdikleri, her iki firma için de kotanın (.....) şişe olarak belirlendiği, her iki teşebbüsün de (...) adet bedelsiz ürün vereceği görülmektedir. Dolayısıyla Reina ile yapılan sözleşme taraflar arasındaki işbirliğinin yansımaları oluşturmaktadır. Bu sözleşme hem taraflar arasındaki satış noktalarına birlikte girme konusundaki işbirliğinin pazar davranışına dönüştüğünü diğer bir deyişle uygulandığını, hem de bu stratejinin bir parçası olarak Reina'ya yapılacak satışın koşullarının her iki teşebbüsçe paralel bir şekilde belirlendiğini göstermektedir. Diğer yandan bu sözleşmede işleticinin Doluca ve Kavaklıdere dışında başka bir yerli şarap satmamasına, ithal şarap olarak ise Doluca ve Kavmar'ın ithal ettiği şaraplar dışında dört adet ithal şarabın satabileceğine ilişkin bir düzenleme bulunmaktadır.

3190 Öte yandan 16.8.2005 tarihli belge, sadece tavizlerin taraflarca birlikte belirlenmediğini, bunun yanında Reina'daki organizasyonlar için yapılması düşünülen aktivitelerde de ortak hareket edildiğini göstermektedir. Bu belgeye göre, Doluca noktada stant kurmayı düşünürken Kavaklıdere'nin bu yönde bir niyetinin olmaması sonucunda, ortak hareket etme düşüncesi dolayısıyla söz konusu organizasyonda her iki firma tarafından da stant kurulmamış ve o gece anılan aktivite Mey tarafından gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla Reina'nın isteği üzerine sözleşme yapılması amacıyla bir araya gelindiği iddiası iki firma

3200

arasındaki koordinasyonun boyutlarının daha geniş olduğunu gösteren bu belgeyle geçerliliğini yitirmektedir.

3210 Bulunan belgelerde adı geçen diğer bir yerinde tüketim noktası Changa'dır. Changa ile ilgili belgeler tarafların Changa'ya % (...) bedelsiz şeklinde ortak bir teklif verdiklerini ve ortak bir sözleşme gönderdiklerini göstermektedir. Diğer bir belgeden ise Murat Başman ve Sibel Kutman'nın sözleşme ile ilgili görüşmeye birlikte gittikleri anlaşılmakta olup bu husus Changa'nın yetkilisi tarafından da açıkça ifade edilmiştir. Doluca ve Kavaklıdere firmalarının bu noktaya birlikte girmek yönündeki işbirlikleri, 17.10.2005 tarihinde Doluca'nın, 20.10.2005 tarihinde Kavaklıdere'nin noktayla ayrı ayrı sözleşme imzalamalarıyla hayata geçirilmiştir. Bu sözleşmelerde her iki firmanın da (...) gün vade ve satışın ya da net cironun %(...)'ı oranında bedelsiz şeklinde birbirlerine paralel koşullarla çalıştıkları, bu koşulların belgelerde geçen ortak teklifle aynı olduğu görülmektedir. Her iki teşebbüsün de noktayla ayrı ayrı imzaladıkları sözleşmelerde herhangi bir münhasırlık düzenlemesi bulunmamaktadır.

3220 Fishmekan tarafların birlikte girmek istedikleri bir başka noktadır. 9.11.2005 tarihli belgeden de anlaşıldığı ve nokta yetkilisinin de belirttiği üzere Doluca ve Kavmar yetkilileri bu noktayla görüşmeye birlikte gitmişlerdir. Noktanın yetkilisinden alınan bilgilere göre Doluca ve Kavmar üçlü bir sözleşme yapılmasını ve aynı ıskontoyu teklif etmişlerdir. Fishmekan 1.2.2006 tarihinde Kavmar ile bir sözleşme imzalamıştır. Bu sözleşmede münhasırlığa ilişkin herhangi bir hüküm bulunmamaktadır. Ayrıca noktanın mөнüsünde hem Kavaklıdere hem de Doluca şaraplarının bulunduğu görölmüştür. Dolayısıyla Fishmekan bakımından da tarafların birlikte girme stratejisi uygulamaya konulmuştur. Doluca'nın noktayla yazılı bir sözleşmesi olmaması dolayısıyla satış koşullarının Kavmar'ınkiyle karşılaştırılması mümkün olmamıştır.

3230 Tarafların birlikte girme girişiminde buldukları bir başka nokta Sushico'dur. 21.11.2005 tarihli belgeden anlaşılacağı üzere (.....) şişe Doluca, (.....) şişe Kavmar olmak üzere toplam (.....) şişe kotalı bir teklif yapılması planlanan noktayla, Doluca 15.12.2005, Kavmar ise 1.12.2005 tarihlerinde ayrı ayrı sözleşme imzalamışlardır. Bu sözleşmelerdeki koşullar karşılaştırıldığında her iki firmanın da (.....) şişe kota öngördüğü, aynı segmentlere denk gelen şaraplar için % (...) ve % (...) olmak üzere aynı ıskontonun verildiği, vadenin her iki firmanın sözleşmesinde de (...) gün olduğu ve verilen bedelsiz ürünlerin (her iki firmanın da sevgililer günü ve yılbaşı için verdikleri bedelsiz ürünleri de kapsamaktadır) hemen hemen aynı olduğu görülmektedir. Dolayısıyla Sushico, tarafların hem birlikte girerek işbirliklerini hayata geçirdikleri hem de satış koşullarını koordine ettikleri bir diğer noktadır. Bu noktayla ilgili olarak belirtilmesi gereken başka bir husus Kavmar'ın sözleşmesinde yer alan, noktanın Kavaklıdere ve tek bir yerli şarap dışında başka bir şarap satmayacağına ilişkin düzenlemedir. Kavmar'ın Sushico ile yaptığı sözleşmenin taslağı Kavmar'da yapılan yerinde incelemede tespit edilmiştir. Bu taslak sözleşmede, imzalanan sözleşmede geçen "bir yerli şarap firması dışında" ifadesinden farklı olarak "Doluca" dışında ifadeleri bulunmaktadır. Kavmar'ın bir noktayla yaptığı sözleşmede 3240 kendi ürünleri dışında tek bir yerli şarap firmasının ürünlerinin satışına izin 3250

vermesi, hatta taslak sözleşmeden anlaşıldığı üzere bu yerli firma ile aslında Doluca'nın kastedilmesi, noktayla her iki firma da ayrı ayrı sözleşme imzalamış olmasına karşın, taraflar arasındaki danışıklı ilişkiye işaret etmekte ve noktaya Doluca ve Kavmar ürünleri dışında herhangi bir şarap satmamasına yönelik bir münhasırlık uygulandığının kabulü gerekmektedir.

3260 Kaşibeyaz elde edilen belgelerde adı geçen diğer bir yerinde tüketim noktasıdır. Kaşibeyaz'ın 1.1.2006 tarihinde Kavmar ile yapmış olduğu bir sözleşme bulunmaktadır. Bu sözleşmede noktanın Kavaklıdere dışında başka bir yerli şarap satmayacağına ilişkin bir düzenleme bulunmasına karşın, Doluca'nın şarapları da işletmenin mөнüsünde yer almaktadır. Bu durum Kavaklıdere'nin söz konusu noktada Doluca'nın ürünlerinin de satılmasına göz yumduğuna ve bunun da taraflar arasındaki danışıklı ilişkinin bu nokta bakımından da fiiliyata yansıtıldığına işaret etmektedir. Kavmar'ın sözleşmesinde zaten bir münhasırlık koşulunun öngörölmüş olması dolayısıyla bu nokta Kavaklıdere ve Doluca ürünleri dışındaki yerli şarapları satmama yönünde bir münhasırlığa tabidir. Diğer yandan Kaşibeyaz'ın yetkilisinden alınan bilgilere göre her iki firmadan da mahzen grubu dışındaki şaraplarda %(...) ıskonto alınmaktadır. Kavaklıdere'nin sözleşmesinde de (.....) YTL değerinde bedelsiz ürünün dışında ıskonto olarak %(...)'i öngörölmüştür. Dolayısıyla bu nokta da tarafların satış koşullarını koordine ettikleri noktalar arasında sayılmaktadır.

3280 Çırağan Oteli de 20.10.2005 tarihli belgeden de göröleceği üzere tarafların bankete birlikte girmeye çalıştıkları noktalardan biridir. Doluca ve Kavaklıdere firmalarının Çırağan'da çift marka olarak benzer koşullarda çalışma amaçları her iki teşebbüsün bu otelle ayrı ayrı yaptığı sözleşmelerle hayata geçirilmiştir. Aynı tarihte başlayıp aynı tarihte sona eren her iki sözleşmede de Kavmar ve Doluca'nın aynı segmentlere denk gelen şarapları için aynı satış koşullarıyla çalıştıkları görölmektedir. Her iki firmanın da sözleşmesinde münhasırlığa yönelik bir hüküm bulunmamaktadır.

3290 Go Mongo ise 8.9.2005 tarihli belgede de göröldüğü üzere tarafların birlikte girmeyi amaçladıkları diğer bir yerinde tüketim noktasıdır. Go Mongo'nun yetkilisi iki taraftan birinin yeterince iyi bir teklif vermesi halinde münhasırlığı tercih edeceğini ancak iki teşebbüsten de böyle bir teklif gelmediğini ve her iki firmanın da tekliflerinin hemen hemen aynı olduğunu belirtmiştir. Doluca ve Kavmar'ın ayrı ayrı noktalarla yaptığı sözleşmeler incelendiğinde ikisinin de aynı gün (7.10.2005) yapıldığı, ve kotaların (..... şişe), nakit tavizlerin (.... YTL) ve ıskontoların (% .... ve % ...) aynı olduğu görölmektedir. Sadece bedelsiz ürün bakımından iki firmanın tavizlerinde ufak bir farklılık bulunmaktadır. Go Mongo tarafların noktaya birlikte girme stratejilerini hayata geçirerek satış koşullarını koordine etmeyi başardıkları diğer bir noktadır. Bu koordinasyon nedeniyle her iki firmadan da yeterince iyi bir teklif alamayan Go Mongo her iki teşebbüsle birlikte çalışmıştır. Anılan iki sözleşmede de münhasırlığa yönelik bir düzenleme bulunmamaktadır.

3300 BTA ise tarafların birlikte girmek istedikleri bir diğer noktadır. 11.7.2005, 10.10.2005 18.11.2005 tarihli belgelerden göröldüğü üzere tarafların tavizlerini koordine ettikleri BTA, Mey'in daha iyi tavizler vermesi nedeniyle

ortak girilemeyen bir noktadır. Bu kapsamda teşebbüsler teklifleri ortaklaşa belirlemişler, görüşmeye birlikte gitmişler ve Mey'in tekliflerinin daha iyi olması nedeniyle tekliflerini koordineli bir şekilde artırmışlar ancak noktaya girememişlerdir. Bu işbirliği nedeniyle Mey'in noktaya giriş maliyetinin arttığı görülmektedir.

3310 30.5.2006 tarihli belgede adı geçen Ship Ahoy ise tarafların işbirliklerinin sonuç verdiği noktalardan biridir. Nitekim nokta yetkilisinden alınan bilgilere göre her iki teşebbüsten de münhasırlık için yeterince iyi bir teklif almayan Ship Ahoy her iki firma ile birlikte çalışmaya yönlendirilmiş ve firmalardan hiçbiri diğerinden daha iyi bir teklif vermemiştir. Bu nedenle Ship Ahoy tarafların hem birlikte girmeyi başardıkları hem de çalışma koşullarını koordine ettikleri noktalardan biridir. Noktayla yazılı bir sözleşme yapılmadığından münhasırlığa ilişkin herhangi bir bilgi bulunmamaktadır.

3320 8.8.2003 tarihli belgeye konu olan Dragon'un herhangi bir teşebbüsle yazılı anlaşması bulunmamaktadır. Ancak yapılan inceleme sonucunda yerli şarap olarak Kavaklıdere ve Doluca satılan noktada tarafların işbirliklerini hayata geçirdiklerine yönelik kanaate ulaşılmıştır. Tarafların tavizleri koordine edip etmedikleri ve münhasırlığa yönelik bir bilgiye ulaşılamamıştır.

3330 26.8.2003 tarihli belgeden de görüldüğü üzere Yunan Restoran Doluca ve Kavmar'ın 2003 yılında birlikte girme kararı aldıkları bir yerinde tüketim noktasıdır. Noktanın belgelerde geçen dönemdeki işletmecisi o tarihte Kavaklıdere ve Doluca'nın sunduğu taviz ve indirimlerin birbirine paralel olduğunu belirtmiş ve yerli şarap olarak Kavaklıdere ve Doluca'nın birlikte satıldığını ifade etmiştir. Bu bilgiler doğrultusunda Doluca ve Kavmar'ın işbirliklerini bu nokta bakımından da uygulamaya koydukları görülmektedir. Ayrıca noktada o dönem itibariyle yerli şarap olarak Kavaklıdere ve Doluca'nın bulunması tarafların noktada sadece Kavaklıdere ve Doluca satılması yönündeki girişimlerinin hayata geçmiş olduğunu da düşündürmektedir.

3340 Tike ise taraflar arasındaki iletişime konu olan bir başka teşebbüstür. 5.10.2005 tarihinde Doluca ile imzalanan sözleşmede yerli ve ithal şarapta yalnızca Doluca ürünlerini satma yükümlülüğü olduğu halde, Tike'nin yetkilisinden alınan bilgilere göre noktada Kavaklıdere şarapları da satılmaktadır. Dolayısıyla bu durum, 18.10.2005 tarihinde Murat Başman'dan Sibel Kutman'a gönderilen e-postadan da anlaşıldığı üzere, Murat Başman'ın noktaya birlikte girme ısrarı üzerine, bu ısrarın olduğu dönemde Doluca ile sözleşme imzalamış bulunan noktanın, Kavaklıdere ürünlerini de satmasına göz yumulduğu şeklinde yorumlanmaktadır. Bu bağlamda taraflar arasındaki işbirliği Tike bakımından da hayata geçirilmiştir. Diğer yandan noktanın Kavaklıdere ile yazılı bir sözleşmesi olmaması dolayısıyla her iki firmanın tavizlerini birbirleriyle karşılaştırmak mümkün olmamıştır.

Elde edilen belgelerden Doluca ve Kavmar firmalarının birlikte girmeye çalıştıkları anlaşılan ancak bunu hayata geçiremedikleri yerinde tüketim noktaları da bulunmaktadır. Swisotel bunlardan biridir. Swisotel'in Doluca ile bir sözleşmesi bulunmakta ve bu sözleşme kapsamında minibar ve bankette

3350 münhasır çalışmaktadır. Dolayısıyla taraflar arasındaki işbirliğinin Swisotel’de uygulamaya girmemiştir.

Tarafların birlikte girmeye çalıştıkları diğer bir nokta Midpoint’tir. 21.11.2005, 26.11.2005, 30.11.2005 tarihli e-postalardan Midpoint’in istememesine karşın tarafların ısrarla ortak teklif vermeye devam ettiklerinin anlaşıldığı bu nokta Doluca ile sözleşme imzalamıştır. Midpoint yetkilisi ile yapılan görüşmeden bu noktada Kavaklıdere ürünlerinin satılmadığı öğrenilmiştir. Doluca ile münhasır çalışmakta olan bu nokta bakımından taraflar arasındaki işbirliği, taraflar bu işbirliğini söz konusu nokta bakımından ısrarla uygulamaya çalışsalar da, sonuç vermemiştir.

3360

7.10.2005, 25.10.2005 tarihli e-postalara konu olan Mori, tarafların ortak girmek niyetinde oldukları bir başka yerinde tüketim noktasıdır. Mori’nin yetkilisinden 2000 yılından beri Kavaklıdere ile çalışmakta oldukları, görüşmenin yapıldığı tarih itibariyle yeni sonlanmış olan bir sözleşme ile Kavaklıdere ile yerli şarapta münhasır çalışmakta oldukları öğrenilmiştir. Dolayısıyla Doluca ile Kavmar arasındaki işbirliğinin bu noktada sonuç vermemiştir.

3370

Planet de benzer konumdaki noktalardan biridir. 25.10.2005 tarihli e-postada adı geçen bu noktanın yetkilisi ile yapılan görüşmede noktanın 5 seneden beri Kavaklıdere ile münhasır çalıştığı, Doluca ile ise hiç çalışmadığı öğrenilmiştir. Bu nokta da taraflar arasındaki işbirliğinin sonuç vermediği noktalardandır.

İstanbul Jazz Bar ise 16.11.2005 ve 25.10.2005 tarihli e-postalara konu olmuştur. Nokta yetkilisinden noktanın her iki teşebbüsle de sözleşmesinin olmadığı ve ağırlıklı olarak ithal ürün sattığı öğrenilmiştir. Dolayısıyla bu nokta da işbirliğinin sonuç vermediği noktalardan biridir. 8.9.2005 tarihli e-postaya konu olan Mirror’da da taraflar arasındaki işbirliğinin hayata geçirildiği tespit edilememiştir.

3380

Sky 360 ise 5.10.2005 tarihli e-postadan anlaşılacağı üzere temelde Kavaklıdere’nin çift marka girmek istediği bir noktadır. Yapılan inceleme sonucunda noktanın Doluca ile münhasır çalıştığı, dolayısıyla taraflar arasındaki işbirliğinin bu noktaya yansımadağı görülmüştür. 2.12.2005 tarihli e-postadan Doluca’nın ortak girmek fikrine sıcak baktığının anlaşıldığı Zoe için ise her iki teşebbüsün önce ayrı ayrı teklif verdikleri, ancak istenirse birden fazla markanın da satış noktasında bulunabileceğini belirterek ayrıca tekliflerini sundukları öğrenilmiştir. Doluca’nın münhasır çalıştığına görüldüğü Zoe de işbirliğinin hayata geçirilmediği noktalardan biridir.

3390

“Şubat 3. Hafta Raporu” başlıklı belgede adı geçen Divan Ümraniye Pub da taraflar arasındaki işbirliğinin hayata geçmediği noktalardandır. Divan zinciri satın alma şefi ile yapılan görüşmede iki firma arasında rekabet olduğu ve “pub”larda çok çeşit şarap bulunduğu öğrenilmiştir. Zarifi ise 8.8.2003 tarihli e-postadan da anlaşıldığı üzere tarafların 2003 yılında birlikte girmeyi amaçladıkları bir noktadır. Yapılan incelemelerde belgede ismi geçen Zarifi Ankara’nın şu anda faal olmadığı, İstanbul Zarifi’nin ise Doluca ile çalıştığı anlaşılmıştır. Dolayısıyla bu nokta da işbirliğinin uygulamaya geçmediği noktalardan biri olarak kabul edilmiştir.

3400

Yukarıda sayılan ve tarafların birlikte girmeyi istedikleri, belgelerden doğrudan ya da dolaylı olarak anlaşıldığı noktalar dışında, yine belgelerde geçen ancak tarafların birlikte girmeyi istediklerinin tam olarak anlaşılamadığı noktalar da bulunmaktadır. Bunlar, The Marmara Hotel (Doluca ve Kavaklıdere'nin sözleşmelerindeki koşullar birbirlerinden çok farklıdır), Hilton Hotel (minibar ve bankette Kavaklıdere ile münhasır çalışmaktadır), Uludağ Et Lokantası (Doluca, Kavaklıdere ve ithal şarapları satıyor), Hayal Kahvesi (Kavaklıdere, Doluca ve Adco ürünleri bulunmaktadır)'dır.

3410

Ayrıca örneklem yoluyla seçilen bir kısım noktada da inceleme yapılmıştır. Bu noktalar; Dedeman Otel (bankette Doluca ile münhasır), Vogue (Doluca ile kotalı/sürelili yerli şarapta münhasır sözleşme), Feriye (birçok marka satmaktadır), Köşebaşı (Kavaklıdere ile münhasır), Park Şamdan (Kavaklıdere, Doluca ve ithal), Tuss (Kavaklıdere, Doluca ağırlıklı, az sayıda Corvus), Pucci (yerli şarapta Kavaklıdere ile münhasır), Cezayir (Kavaklıdere ile sözleşmesi var ancak sözleşme münhasır değil, noktada Kavaklıdere, Doluca, Adco'dan alınan ithal ürünler bulunmaktadır.), Sunset Restoran (birçok marka), Conrad Otel (sözleşmesi bulunmamaktadır), Kaya Ramada Hotel (münhasır sözleşmesi yoktur), Four Seasons Hotel (sözleşmesi bulunmamaktadır), Ritz Carlton (bankette Doluca ile münhasır), Grand Cevahir (bankette Kavaklıdere ile münhasır)'dir. Sayılan noktaların hiçbirinde Kavaklıdere ve Doluca firmalarının bu noktalara birlikte girmek üzere işbirliği yaptıklarına işaret eden bir bilgiye ulaşılamamıştır. Ayrıca söz konusu noktaların tamamı Kavaklıdere ve Doluca arasında bir iletişim olduğuna yönelik herhangi bir izlenim edinmediklerini belirtmişlerdir.

3420

3430

Yukarıda verilen bilgiler çerçevesinde Doluca ve Kavmar'ın yerinde tüketim noktalarına birlikte girmek konusundaki stratejilerini uygulamaya çalıştıkları toplam 22 yerinde tüketim noktası bulunmaktadır. Öncelikle belirtilmelidir ki Doluca ve Kavaklıdere firmalarının 2005 yılında satış yaptıkları yerinde tüketim noktası sayıları sırasıyla (.....) ve (.....)'dur. Dolayısıyla bu iki firmanın satış yaptıkları yerinde tüketim noktalarından sayıca oldukça sınırlı bir kısmının ilk planda işbirliklerine konu olduğu anlaşılmaktadır.

3440

Ancak bu noktaların sayılarının azlığına karşılık Doluca ve Kavaklıdere'nin buralarda mutlaka bulunma arzularının nedeninin iyi irdelenmesi gerekmektedir. Nitelikleri bakımından bu noktaların çoğunluğu "A tipi" olarak vasıflandırılan noktalardır. Doluca'nın yerinde tüketim noktaları sınıflandırmasında satış hacmi ve noktanın kalite puanı dikkate alınmaktadır. Bu sınıflandırmaya göre bir yılda (.....) şişe satış yapan yerinde tüketim noktaları "A tipi" olarak nitelendirilmektedir. Kalite puanına göre sınıflandırmada ise noktanın (.....TİCARİ SIR.....) gibi kriterler dikkate alınarak puanlama yapılmakta, belli bir puanın üstündeki yerinde tüketim noktaları "A tipi" olarak değerlendirilmektedir.

"A tipi" noktaların şarap firmaları bakımından önemi iki unsurdan kaynaklanmaktadır. Bunlardan ilki görece olarak daha yüksek gelir grubunda yer alan tüketicilere hitap eden bu noktalarda, daha kaliteli, daha üst kategorilerde yer alan şarapların daha fazla satılmasıdır. Bu tür noktaların

3450 satış hacimlerinin yüksek olması ve özellikle daha üst kategori şarap satışlarının bu noktalarda daha fazla olması nedenleriyle şarap firmalarının bu tür noktalara yaptıkları satışlardan elde ettikleri gelir daha yüksektir.

İkinci unsur ise bu tür noktaların reklâm değeri taşımaları yönüyle de şarap firmaları için oldukça önemli olmalarıdır. Bu tarz bir noktada bulunmak ve satılmak o şarabın marka imajına olumlu katkıda bulunmaktadır. Şarap gibi reklam imkanlarının sınırlı olduğu bir pazarda, bu tür yerinde tüketim noktalarında bulunmak bir tür reklam aracıdır. Diğer yandan A tipi noktaların taşıdıkları bu reklam gücü nedeniyle "trendmaker" olarak nitelendirildikleri görülmektedir. Bu nitelendirme bu tür noktalardaki tüketim trendlerinin diğer yerinde tüketim noktalarındaki hatta ev içindeki tüketim eğilimlerini etkilemesinden kaynaklanmaktadır. Nitekim Mirror Restoran yetkilisi ile yapılan görüşmede şarap firmalarının bu gibi noktaları reklâm amaçlı gördüğü belirtilmiştir. Benzer şekilde Yazgan Şarapçılık Pazarlama Ltd. Şti. ve Go Mongo ile yapılan görüşmelerde teşebbüs yetkilileri bu tip restoranlara girmenin diğer restoranlara ürün satarken referans niteliği taşıdığını ileri sürmektedir. Dolayısıyla Doluca ve Kavaklıdere firmaları arasındaki iletişime konu olan yerinde tüketim noktalarının sayısı sınırlı olmakla birlikte, tüm şarap firmalarının satış ve pazarlama faaliyetleri bakımından stratejik öneme sahip noktalar olduğu da özellikle belirtilmelidir.

8.6.2005 tarihli Doluca ile satış ve pazarlamada müşterek çalışma prensiplerini gösteren belge ile 20.10.2005 tarihli belgede görüldüğü gibi tarafların noktalara birlikte girmek stratejilerini tüm yerinde tüketim noktalarında ve 5 yıldızlı otellerde hayata geçirmek yönünde planlarının olmasına karşın, tarafların bu 22 nokta dışındaki otel ya da restorandan başka herhangi bir yerinde tüketim noktasına birlikte girmeye çalıştıklarına dair herhangi bir belge ya da bilgi tespit edilememiştir. Ayrıca tarafların zincir marketlere yönelik olarak da ortak bir strateji belirleme eğiliminde olduklarına dair belgeler olmasına karşın, bu kanallarda böyle bir işbirliğinin hayata geçirildiğine dair herhangi bir bulguya ulaşılamamıştır. Ayrıca, zincir marketlerin sahip oldukları satın alma gücü böyle bir işbirliğini yapılabilir kılmamaktadır.

Yukarıda anılan 22 yerinde tüketim noktası dışında kalan ve örneklem yoluyla seçilen noktalarda da raportörlerce yapılan incelemeler ve bu noktaların yetkililerinden alınan bilgilerden de bu yönde bir emareye ulaşılamamıştır. Ayrıca soruşturma raporunda da yer verilen ve bölge müdürlükleri de dahil yapılan yerinde incelemelerde gözlemlenen bir çok belge tarafların noktalara girmek için birbirleriyle rekabet ettiklerine işaret etmektedir.

Bu çerçevede, tarafların noktalara birlikte girme stratejilerini ilk planda kendileri için pazarlama stratejileri bakımından önem taşıyan A tipi noktalara uygulamaya çalıştıkları ve bu işbirliğinin, 8.6.2005 tarihli belgeden de anlaşıldığı üzere aşamalı olarak tüm yerinde tüketim noktalarını kapsamasının planlandığı görülmektedir. Ancak eylem yaygınlaşmadan, hatta başlangıç olarak nitelendirilebilecek bir aşamada durum Rekabet Kurumu gündemine gelmiştir.



3500 Taraflar arasındaki işbirliğinin tüm yerinde tüketim noktalarının çok sınırlı sayıdaki bir kısmını hedef alması nedeniyle etkileri de çok sınırlı kalmıştır. Bu yorum, işbirliğinin hedef aldığı nokta sayısının çok düşük olmasından, dolayısıyla aslında şarap yerinde tüketim pazarının çok ufak bir kısmında rekabetçi sürecin etkilenmiş olmasından kaynaklanmaktadır. Diğer yandan taraflar arasındaki işbirliği, 22 noktada hayata geçirilmeye çalışılsa da ancak 11 yerinde tüketim noktasında sonuç vermiştir. Dolayısıyla Doluca ve Kavmar arasındaki rekabetin fiili olarak sadece 11 yerinde tüketim noktasında sınırlandırıldığı tespit edilebilmiştir. 12. nokta olarak kabul edilebilecek BTA'da ise taraflar noktaya birlikte girmeyi başaramasalar da verdikleri tavizleri koordine etmişler ancak Mey'in verdiği tavizleri aşamamışlardır.

Söz konusu 11 yerinde tüketim noktasının 8'inde Doluca ve Kavmar firmaları işbirliklerinin bir parçası olarak noktaya verdikleri tavizleri diğer bir deyişle noktayla çalışma koşullarını koordine etmişlerdir. Kalan 3 noktada satış koşullarının koordine edilip edilmediği tespit edilememiştir. Açıklamalar çerçevesinde, taraflar arasındaki işbirliğinin pazarın geneline yansıyan satış koşullarının koordinasyonuna yol açtığını söylemek mümkün değildir.

3520 Ayrıca tarafların yerinde tüketim kanalı ya da market kanalı olsun genel anlamda ürünlerinin satış fiyatını ya da bunlara gelecek zamların miktarını ve zamanlamasını birlikte koordine edip etmediklerine değinmekte fayda bulunmaktadır. Bu amaçla firmaların fiyat listeleri, yeni fiyata geçiş tarihleri ve zam oranları teker teker her bir ürün bakımından incelenmiş, sayılan unsurlar bakımından iki firmanın uygulamaları arasında herhangi bir paralellik tespit edilememiştir. Dolayısıyla 8.2.2005 ve 12.2.2005 tarihli belgelerde ortaya çıkan şüphe doğrultusunda yapılan incelemelerde, tarafların pazar genelinde fiyatlar konusunda işbirliği içinde olduklarını söylemek mümkün değildir. Bu unsurun yanı sıra, tavizler konusundaki işbirliğinin az sayıda noktayla sınırlı kalması nedeniyle, ihlalin satış koşullarını oluşturan tavizlerin koordine edilmesi boyutunun etkileri de pazarın çok küçük bir kısmıyla sınırlı kalmıştır.

3530 Bu aşamada, soruşturma konusu teşebbüslerin birbirleriyle rekabet etmemelerinin, verdikleri tavizleri, teklifleri ortak bir şekilde belirlemelerinin yerinde tüketim noktası açısından bakıldığında ne tür etkilerinin olabileceği değerlendirilmelidir. Nitekim taraflar noktalara birlikte girmek stratejileri sonucunda noktaya verecekleri taviz bakımından birbirleriyle rekabet etmeyerek bu tavizleri ortak bir şekilde belirlemektedirler. Dolayısıyla sonuç yerinde tüketim noktasının iki firma arasında rekabet olduğunda aldıkları tavizlerden çok daha düşük tavizlerle çalışmak zorunda kalmalarıdır.

3540 Yerinde tüketim noktasının iki firma arasındaki rekabetin bu şekilde kısıtlanmasından ne kadar etkileneceği öncelikle tarafların pazar gücüne bağlıdır. Doluca ve Kavaklıdere firmaları Türkiye şarap pazarının lider iki oyuncusudur. Yerinde tüketim şarap pazarında Kavaklıdere ve Doluca'nın sahip oldukları pazar payları sırasıyla %45-50 ve % 35-40'dır. Dolayısıyla ilk planda bu iki firmanın bir noktaya ortak girme stratejisi içinde olmaları demek o nokta için pazarın % 80'inden daha fazlasında rekabetin ortadan kalkması demektir. Diğer yandan konunun iki teşebbüsün temsil ettikleri pazar payının büyüklüğünden farklı boyutları da bulunmaktadır. Bunların başında iki firmanın

- 3550 da sahip oldukları ürün portföylerinin genişliği gelmektedir. Nokta bu şarap firmalarından biriyle anlaştağında müşterilerinin talep edebileceği hemen her türlü şarabı sunma imkânına sahip olmaktadır. Ayrıca her iki teşebbüsün de marka bilinirlikleri son derece üst seviyelerdedir. Raportörlerce görüşülen yerinde tüketim noktalarının çok büyük bir kısmı alacakları şaraba karar verirken müşterilerinin şarap taleplerini dikkate aldıklarını ve müşterilerinin de Doluca ya da Kavaklıdere talep ettiklerini belirtmektedirler. Diğer yandan her iki firmanın da Türkiye'nin kurumsallaşmış şarap firmaları olmaları nedeniyle noktaların siparişlerini, istenilen anda istenilen ölçüde karşılamakta hiçbir sorunları bulunmamaktadır. Oysa Türkiye'de bu genişlikte bir ürün portföyüne sahip başkaca yerli firma bulunmamaktadır. Bunun yanı sıra raportörlerce görüşülen birçok nokta, diğer birçok şarap firmasının tüketiciler tarafından çok fazla talep edilmediğini, siparişleri gereği gibi karşılayamadıklarını, aynı ürünün farklı şişelerinden aynı kalitede şarap çıkmadığını, ürünlerin genellikle arkasının gelmediğini belirtmekte, bu ve benzeri sorunlar nedeniyle diğer firmalarla çalışmayı çok fazla tercih etmediklerini vurgulamaktadırlar. Bazı noktalar ise diğer şarap firmalarının noktaya gelip şaraplarını tanıtmaya ve noktaya teklif götürme gibi bir girişimde dahi bulunmadıklarını ileri sürmektedirler.
- 3560
- 3570 Bu açıklamalardan da anlaşılacağı üzere Doluca ve/veya Kavaklıdere'nin ürünlerini müşterisine sunabilmek nokta için çok büyük önem arz etmektedir. Nitekim görüşülen noktaların hemen hepsi (ki bu noktaların büyük çoğunluğu A tipidir) Kavaklıdere ve Doluca satamamaları durumunda ciddi anlamda sorun yaşayacaklarını belirtmişlerdir. Bu açıklamalar doğrultusunda, yerinde tüketim noktalarının Doluca ve Kavmar'ın işbirlikleri karşısında, 3. firmalara yönelerek bu işbirliğinin olumsuz etkilerini sınırlandırma şansına çok da fazla sahip değildirlir. Bu anlamda ithal şarapların bir ölçüde rekabetçi baskı yaratabileceği ancak yerli şarap üreticilerinin sayılan nedenlerle henüz bu iki firmanın işbirlikleri üzerinde ciddi bir rekabetçi baskı yaratmaktan uzak oldukları görülmektedir. Dolayısıyla söz konusu işbirliği, belli bir noktanın bireysel anlamda alımları bakımından rekabeti ciddi anlamda kısıtlama etkisine sahiptir. Bununla paralel olarak, söz konusu işbirliğinin tüm yerinde tüketim noktalarına yaygınlaştırılması başarılı olsaydı, işbirliği taraflarının birlikte sahip oldukları pazar gücü ve yukarıda değinilen diğer unsurlar dikkate alındığında, pazar genelinde rekabetin ciddi anlamda kısıtlanması sonucunu doğuracağı kabulü gerekmektedir. Bununla birlikte, işbirliğine konu nokta sayısının çok sınırlı kalması nedeniyle işbirliği, tek tek noktalar açısından bakıldığında rekabete aykırı etkiler doğurmuş olmakla birlikte, pazarın geneline yansıyan ve pazarın genelinde rekabeti ciddi anlamda kısıtlayan bir etkiye yol açacak düzeye ulaşmamıştır.
- 3580
- 3590

Bu noktada tarafların aralarındaki işbirliğinin tek başlarına olsa ödeyemeyecekleri çok yüksek seviyede olan nakit tavizleri ödeyerek tüketiciye ulaşma fırsatı verdiği, dolayısıyla olumlu etkileri olduğu yönündeki argümanlar dikkate değerdir. Bu amaçla öncelikle belirtilmelidir ki taraflar arasındaki işbirliğinin hiç nakit taviz verilmemiş olan noktaları da kapsadığı görülmektedir. Diğer bir deyişle tarafların işbirliğine konu olan ancak sadece her türden noktaya verildiği gibi çeşitli iskonto ve bedelsiz ürün verilmiş birçok nokta bulunmaktadır. Ayrıca geçmişte nakit taviz verilmiş ya da verilmekte olan

- 3600 noktalarla ödenen nakit tavizlerin çok düşük seviyede kaldığı, bu tür tavizlerin her iki firmanın da o noktaya girememesi gibi sonuçlara yol açması mümkün değildir. Dolayısıyla tarafların belki de iddia ettikleri gibi Reina işletmesinin veya benzer bir iki işletmenin istediği nakit tavizi tek başlarına ödemekte bir imkansızlık durumuyla karşı karşıya oldukları kabul edilse bile, bu iddiayı işbirliklerine konu olan diğer noktalar için ileri sürmeleri mümkün değildir. Bu çerçevede işbirliğinin, tavizleri ödemeyi mümkün kılmaya değil, tavizleri iki firma arasındaki bir savaşı engelleyerek mümkün olduğunca düşük tutmaya yönelik olduğu görülmüştür. Ayrıca işbirliğinin A tipi ya da değil, ciddi taviz talepleri olsun ya da olmasın her türlü yerinde tüketim noktasına yaygınlaştırılmasının planlanması da bu düşüncemizi desteklemektedir. Diğer yandan Doluca ve Kavaklıdere gibi pazarın % 80'inden daha fazlasına sahip ve yeterince güçlü rakipleri bulunmayan iki firmanın, toplam şarap satışları içindeki payı düşük olan söz konusu yerinde tüketim noktaları karşısında bu derece zayıf kalarak bir güç birliğine gitme ihtiyacı içinde kaldıklarını kabul etmek mümkün görülmemektedir. Ayrıca, 31.5.2005 tarihli belgeden de anlaşıldığı üzere pazara Mey'in girmesiyle birlikte tarafların pazardaki rekabetin ve verilen tavizlerin artacağı endişesi içinde işbirliğine yöneldikleri görülmektedir.
- 3610 Diğer yandan konunun iki firmanın ortak girdikleri noktalarda bir üçüncü yerli marka şarabın satılmasına engel olmaları yönüyle de değerlendirildiğinde, bu engellenmenin Reina sözleşmesinde olduğu gibi üçlü bir sözleşmede münhasırlık getirilmesi yoluyla doğrudan olabildiği gibi, Sushi Co örneğinde olduğu gibi noktayla sözleşme yapan tarafın belirli bir yerli firmanın daha o noktada satılmasına izin vermesi ya da firmalardan yalnızca birinin münhasır anlaşma yaptığı bir noktada diğer firma şarabının da satılmasına izin verilmesi yollarıyla dolaylı olarak da gerçekleştirildiği görülmektedir. Tarafların noktalarda birlikte girme stratejilerinin bir parçası olarak beraber girdikleri noktalarda iki firmanın birlikte münhasır olması durumu muhtemel etkileri bakımından değerlendirildiğinde, bu uygulamanın 3. firmalara pazarın kapanması ve rakiplerin dışlanması etkilerini doğurma potansiyeline sahip olduğu görülmektedir. Bu durum öncelikle yine tarafların birlikte sahip oldukları pazar gücünden kaynaklanmaktadır. Tarafların işbirliği içine girerek sanki tek bir firmaymış gibi dolayısıyla % 80'inden daha fazla bir pazar gücüyle yerinde tüketim noktalarına münhasırlık içeren hükümler getirmeleri rakipler üzerinde dışlayıcı etki yaratabilecek ve pazarı kapatabilecek niteliktedir. Bu durum özellikle tarafların söz konusu işbirliklerini yeterince yaygınlaştırmış olmaları halinde geçerlidir.
- 3620 Ancak tarafların birlikte girerek işbirliklerini hayata geçirdikleri noktalar içinde bu şekilde 3. bir yerli firmanın ya da ithal ya da yerli olsun üçüncü bir marka şarabın satılmasını doğrudan ya da dolaylı olarak engelledikleri nokta sayısı 5'dir. Bu sayının düşüklüğü dikkate alındığında tarafların rakiplerini pazar dışına itecek ya da onlara pazarı kapayacak bir etkiyi ortak stratejileriyle yarattıkları ileri sürülemez. Nitekim tarafların ortak stratejilerinin bir sonucu olarak kapanan bu 5 nokta tek başlarına diğer rakip firmalarının pazara girmeleri ya da girememeleri üzerinde etkili olmaktan uzaktır. Bu değerlendirme söz konusu noktaların A tipi nokta niteliğinde oldukları dikkate alındığında da değişmemektedir. Tarafların ortak bir şekilde kapadıkları A tipi

3650 nokta sayısı, toplam A tipi noktaların çok ufak bir kısmını oluşturmaktadır. Bu tür noktalar pazara giriş ve nüfuz etme bakımından özel bir önem taşısa dahi, eylem mevcut durumda pazar kapama etkisine yol açmamaktadır.

Bu aşamada ihlalin süresine değinmek gerekmektedir. Elde edilen belgeler doğrultusunda taraflar arasındaki işbirliği ilk olarak 2003 yılında ortaya çıkmış ancak bu işbirliği asıl olarak 2005 yılında hız kazanmıştır. Ayrıca birlikte girmek üzere 2005 yılının sonlarında taraflar arasındaki iletişime konu olan bazı yerinde tüketim noktaları ile 2006 yılının ilk aylarında bu işbirliğini yansıtan sözleşmeler imzalandığı görülmektedir. Buna örnek olarak, 1.3.2006 tarihinde Çırağan ile her iki tarafın ayrı ayrı yaptığı sözleşmeler verilebilecektir. 1.1.2006 tarihinde Kavmar'ın münhasır anlaşma imzaladığı Kaşibeyaz'da Doluca ürünlerinin de satılması da taraflar arasındaki işbirliğinin 2006 yılında da devam ettiğini ortaya koymaktadır. Benzer şekilde Fishmekan ile 2005 yılının son aylarında yapılan görüşmeler neticesinde 1.2.2006 tarihinde sözleşme imzalanmıştır. Ayrıca 30.5.2006 tarihli Ship Ahoy 'a ilişkin belge üzerine bu noktanın yetkilisinden alınan bilgiler de taraflar arasındaki işbirliğinin 2006 yılında da sürdüğünü destekler niteliktedir. Diğer yandan tarafların işbirlikleri sonucu 2005 yılında imzaladıkları sözleşmelerin (genellikle 1 yıllık bir dönemi kapsayarak bağitlandığı göz önüne alınarak), 2006 yılında da devam ediyor olduğu dikkate alındığında işbirliğinin etkilerinin 2006 yılına da taşındığı açıktır. Öneraştırmanın 2005 yılının Aralık ayında, soruşturma bildirimini ise taraflara 10.2.2006 tarihinde yapılmıştır.

Yukarıda yapılan tüm bu açıklamalar ve değerlendirmeler çerçevesinde Doluca ve Kavaklıdere firmalarının yerinde tüketim noktalarına birlikte girmek üzere işbirliği yaparak aralarındaki rekabeti kısıtladıkları, ayrıca bunun bir yansıması olarak satış koşullarını oluşturan tavizleri ortak bir şekilde belirledikleri görülmektedir. Söz konusu eylemler ise 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine aykırıdır. Bununla birlikte, eylemin oldukça az sayıda yerinde tüketim noktası ile sınırlı kalması, 2003 yılında ilk kez ortaya çıksa da aslında 2005 yılında hız kazanması nedeniyle başlangıç denilebilecek bir aşamada bulunulması ve bu etkenler nedeniyle pazarın geneline yansımış yaygın bir etkiye yol açmamış olması gibi hafifletici unsurların bulunduğu görülmektedir.

#### J.5. Tek Satıcılık Sözleşmeleri

Soruşturma kapsamında Kavmar ve Doluca'nın tek satıcılık anlaşmaları incelenmiş ve bu anlaşmaların anılan teşebbüsler arasında koordinasyon yaratılmasına zemin hazırlayıp hazırlamadığı veya Kavmar ve Doluca'ya, üçüncü bir teşebbüse kıyasla haksız bir avantaj sağlayıp sağlamadığı hususları değerlendirilmiştir (Nitekim yukarıda da görüldüğü üzere bazı noktalarla bir teşebbüsün münhasır anlaşması olmasına karşın diğer teşebbüse noktaya girmesi için izin verildiği görülmüştür.). Bu kapsamda Doluca (.....), Kavaklıdere ise (.....) noktayla münhasır anlaşmaları olduğunu beyan etmiştir.

Diğer yandan yukarıda da ifade edildiği gibi teşebbüslerin satış noktalarıyla imzaladığı sözleşmelerin, karşılıklı koordinasyon yaratıp yaratmadığının veya

3700 4. maddeye aykırılık taşıyıp taşımadığının tespiti amacıyla bu sözleşmelere yönelik değerlendirme aşağıda sunulmaktadır.

#### **J.5.1 Kavmar'ın Nihai Satış Noktaları ile İmzaladığı Sözleşmeler**

Kavmar tarafından yapılan sözleşmeler sınıflandırıldığında, bu sözleşmeler Kavaklıdere'nin şarapları dışında yerli şarap satılmasını engelleyen, yerli ve yabancı tüm rakip ürünlerin satılmasını önleyen, münhasırlık ve miktar taahhüdü içeren, kadeh ve banket satışlarında münhasırlık öngören sözleşmeler şeklinde değerlendirilebilir.

3710 Bu sözleşmelerin yanı sıra bir diğer sözleşme türü ise mönü sözleşmeleridir. Nitekim Kavaklıdere'nin (.....) ile imzaladığı sözleşmede "...İşletici şarap menüsünde Kavaklıdere şarapları dışında sadece 3 çeşit Sarafin ve 2 çeşit Mey şaraplarına ait ürünlerden bulunduracaktır..." şeklindeki hükümlerle mönüye konacak şarap markalarında sınırlama getirilmiştir. Bu tip sözleşmelerin yaygın olması ve Kavaklıdere'nin mönü anlaşmalarında Doluca'ya yer vermesi iki teşebbüs arasında koordinasyon olduğu şüphesi yaratabilecek olsa da her iki firmada da yapılan incelemelerde bu anlaşmaların sınırlı, görece yaygın olanlarının ise tek satıcılık sözleşmeleri olduğu görülmüştür. Üstelik mönülere başka marka ürünlerin girmesi muhtemelen işletme tarafından talep edilmekte ve noktada münhasırlığa göre daha rekabetçi bir yapı oluşturmaktadır. Bu aşamada bunun bir koordinasyon yaratıcı unsur olarak değerlendirilmemesi gerekmektedir.

#### **J.5.2. Doluca'nın Nihai Satış Noktaları ile İmzaladığı Sözleşmeler**

3730 Doluca tarafından yapılan sözleşmeler sınıflandırıldığında, bu sözleşmelerin Doluca şarapları dışında yerli şarap satılmasını engelleyen, yerli ve yabancı rakip tüm ürünlerin satılmasını önleyen, münhasırlık ve aynı zamanda miktar taahhüdü içeren, kadeh ve bankette münhasırlık öngören sözleşmeler olarak ayrıldığı görülmüştür.

Doluca'nın satış noktaları ile imzalamış olduğu sözleşmeler incelendiğinde Kavmar sözleşmelerinde olduğu gibi asgari satış yükümlülüğü getirilmekte ve bu yükümlülük tamamlanana kadar sözleşmenin yürürlükte olacağı belirtilmektedir. Bu ise yine yukarıda belirtildiği gibi sözleşmeyi belirsiz süreli kılmaktadır.

3740 Doluca da Kavmar gibi noktalarla zaman zaman mönü sözleşmeleri akdedebilmektedir. Doluca'nın "(.....)" ile imzalamış olduğu sözleşmenin "Münhasırlık" başlıklı kısmı şöyle düzenlenmiştir: "...Müşteri, işbu sözleşmenin yürürlük süresi boyunca, yerli şarap olarak yalnızca Doluca ve/veya Doluca grubunun satış ve dağıtımını yaptığı ithal ürünlerini ve sözleşmenin konu kısmında belirlenen ürünlerini işyerinde tek ürün olarak satmayı, Doluca haricinde hiçbir yerli şarap üreticisinin (kişi ve/veya kuruluşların) ürünlerini satmamayı ve teşhir etmemeyi, logolarını kullanmamayı kabul ve taahhüt eder. Bu maddenin istisnası olarak; müşteri işletmesinde Kavaklıdere Selection, Boğazkere, Kalecik Karası ve Turasan Seneler Boğazkere-Öküzgözü, Boğazkere olmak üzere 5 adet ürün

3750 *bulundurabilecektir. Bulundurulan bu ürünler menüde, tanzim ve teşhirde yer almayacaktır...". Bu sözleşmeye yönelik değerlendirme Kavmar'ın mönü sözleşmesine yapılan değerlendirmeye aynı doğrultudadır.*

### **J.5.3. Tek Satıcılık Anlaşmalarının Değerlendirilmesi**

3760 Yukarıda belirtilen Doluca veya Kavmar'ın tip sözleşmelerinde asgari satış yükümlülüğünün yerine getirilememesi halinde, sözleşmenin bu miktara ulaşıncaya kadar devam edeceği ifade edilmektedir. Tespit edilen miktara ise ne zaman ulaşılabileceğinin belli olmaması rekabet etmeme yükümlülüğü süresinin 5 yılı aşabileceğini göstermekte olup bu nedenle sözleşmeler belirsiz süreli olarak değerlendirilmiştir. Belirsiz süreli sözleşmelerde rekabet yasağı da belirsiz süreli ise o takdirde rekabet etmeme yükümlülüğü 2002/2 sayılı Tebliğ'den yararlanmayabilmektedir. Bununla birlikte Dikey Tebliğ'e ilişkin Kılavuz'da şu şekilde bir değerlendirme de bulunmaktadır:

3770 *"Tebliğ'de öngörülen limitlerin üzerinde bir süre için alıcıya rekabet etmeme yükümlülüğünün getirildiği ve bu yükümlülüğü içeren sözleşme maddesinin sözleşmenin diğer bölümlerinden ayrılabilirdiği tespit edilirse, Kurul, rekabet etmeme yükümlülüğünün süresini Tebliğ'de öngörülen azami hadde indirilmiş olarak değerlendirilebilecektir. Bu takdirde, şayet alıcı konumundaki teşebbüse getirilen rekabet etmeme yükümlülüğü henüz Tebliğ'de öngörülen limiti doldurmamış ise, alıcı bu kalan süre kadar, başka bir ifadeyle Tebliğ'deki üst sınır dolana kadar, rekabet etmeme yükümlülüğü altında kalacaktır. Şayet, bu üst sınırı geçen bir süredir rekabet etmeme yükümlülüğü altında ise rekabet etmeme yükümlülüğü geçersiz olacak ve alıcı konumundaki teşebbüs tamamen bağımsız kalacaktır..."*

3780 Bu bağlamda öncelikle belirtilmelidir ki bu sözleşmeler genellikle 1-2 yılı kapsayacak şekilde bağlanmaktadır. Bir diğer deyişle sağlayıcılar o noktanın gerek geçmiş performansı gerekse benzer noktaların satışlarını dikkate alarak nokta için yıllık tahmini bir satış miktarı öngörmekte ve sözleşmeyi bu öngörü çerçevesinde hazırlamaktadırlar. Pazarda yapılan incelemelerde mevcut durumda 5 yılı aşacak şekilde rekabet yasağı içeren bir sözleşme ile karşılaşılmamıştır. Kaldı ki söz konusu pazarın oldukça dinamik yapısı nedeniyle noktaların 5 yıl süresince faaliyet göstermeleri bir kesinlik taşımamaktadır. Dolayısıyla belirsiz süreli olmakla birlikte bu sözleşmelerin büyük çoğunlukla 1-2 yıl süresince imzalandığı görülmektedir. Bu nedenle yalnızca teorik olarak belirsiz süreli olmasından hareketle sözleşmelerin grup muafiyetinden yararlanamayacağını belirtmek doğru olmayacaktır. Bu bilgilerden ve Kılavuzun yukarıda alıntı yapılan yaklaşımından hareketle söz konusu anlaşmaların grup muafiyeti kapsamına girdiği, ancak 5 yılı aşan rekabet yasağı olması durumunda yasağın yalnızca söz konusu üst sınırı geçen kısmının geçersiz olacağı, geçmediği durumda ise rekabet yasağının geçerli olması gerektiği ve sözleşmelerin grup muafiyetinden yararlanabileceği belirtilmelidir. Ancak şu aşamada bu sözleşmeler grup muafiyetinden yararlanıyor olsa da sözleşmelerin, dolayısıyla rekabet yasağının belirsiz süreli olmaması için her iki teşebbüs tarafından bağlanan sözleşmelerde geçen rekabet yasağının en fazla 5 yıl süreyle sınırlandırılacak şekilde düzenlenmesi gerekmektedir.

3800 Diğer yandan Doluca'nın satış yaptığı (.....) civarında yerinde tüketim noktasından (.....)'i ile ve Kavaklıdere'nin satış yaptığı (.....) civarında yerinde tüketim noktasından (.....)'i ile imzalamış olduğu münhasır anlaşmaların piyasada ne gibi etkiler oluşturduğunu incelemek ve bazı küçük üreticilerin şikayetçi olduğu bu anlaşmalardan muafiyetin geri alınıp alınmamasına karar verebilmek için pazar dinamiklerine eğilmek gerekmektedir.

3810 Öncelikle belirtilmelidir ki Kavaklıdere ve Doluca bu pazara yıllardır yatırım yapan ülkenin en eski iki üreticisidir. Söz konusu üreticiler yıllardır gerek markalarına, gerek dağıtım ağlarına yatırım yapmalarının karşılığını bu pazarda almışlar ve almaktadırlar. Nitekim bu iki marka tüketiciler tarafından en çok bilinen şarap markalarıdır. Kişisel ilişkilerin çok önemli olduğu yerinde 3820 tüketim pazarında soruşturma tarafı teşebbüsler bu ilişkileri oldukça iyi kurmuşlardır. Ayrıca bu teşebbüslerin pazarı çok iyi bir şekilde takip ettikleri görülmektedir. Üstelik ürün kalitelerinin iyi olması, geniş bir portföye, yaygın ve etkin bir dağıtım ağına sahip olmaları hem satış noktaları hem de tüketiciler tarafından talep edilmeleri sonucunu doğurmaktadır. Ancak pazardaki diğer üreticilerin anılan unsurların bazılarında görece bu seviyede olmadıkları yapılan incelemelerde görülmüştür. Bu unsurlar ise noktaya girmek için önem arz etmektedir. Bununla bağlantılı olarak belirtilmesi gereken bir başka olgu, noktaların söz konusu her iki firmadan herhangi biriyle yazılı bir anlaşması bulunmamasına, dolayısıyla münhasırlıkla bağlı olmamasına rağmen kendi 3830 istekleriyle bu firmalardan bir veya ikisiyle de çalıştıklarının görülmüş olmasıdır.

Ayrıca şarap ithalatının serbestleşmesiyle ithalatçı sayısı da artmıştır. TAPDK'ya kayıtlı 80'in üzerinde içki ithalatçısının olması da bize bu konuda bir fikir vermektedir. Üstelik yerli tüketici, fiyatı yerli şaraba yakın olan ithal şarabı tanıdıkça da ithal şarap pazar payının artacağı öngörülmektedir.

3830 Diğer taraftan TEKEL'in özelleştirilmesi sonrasında piyasada aktif satış politikaları ile faaliyette bulunan Mey'in, büyük kapasite ve güçlü kuruluşu ile piyasadaki arzı ve dolayısıyla rekabeti daha da artırdığı dosya mevcudu bilgi ve belgelerden de görülmektedir. Mey'in şarap pazarındaki pazar payını kısa vadede artıracığı sektör temsilcilerince dile getirilmektedir. Ayrıca daha önce 3840 sofr şarabı ağırlıklı üretim yapan firmaların kaliteli şarap üretimine yönelmeleri ve butik şarapçılığın da artışı bu segmentte rekabeti iyice kızıştırmaktadır. Tüm bu gelişmelerle birlikte şaraba olan talebin, ilginin artması sonucu ülkemizde şarap sektörünün gelişmeye başlaması ile pazarın rekabetçi yapısının artacağı öngörülmektedir. Nitekim ülkemizde son yıllarda gelişen şarap pazarında tüketici bilincinin de artmasıyla mevcut olan tek satıcılık anlaşmalarının azalacağı öngörülmektedir. Bu nedenle Kavmar ve Doluca'nın nihai satış noktaları ile imzalamış oldukları tek satıcılık anlaşmalarına ilişkin 2002/2 Sayılı Tebliğ ile tanınan muafiyetin geri alınmasının gerekli olup olmadığına ilişkin değerlendirmeye şu aşamada ve bu pazar koşullarında gerek duyulmamaktadır.

**K. SONUÇ**

3850 26.1.2006 tarih ve 06-04/63-M sayılı Kurul kararı uyarınca yürütülen soruşturma ile ilgili olarak düzenlenen Rapora, toplanan delillere ve incelenen dosya kapsamına göre;

1. Kavmar Gıda Pazarlama A.Ş. ile Doluca Şarapçılık Pazarlama ve Ticaret A.Ş.'nin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiklerine OYÇOKLUĞU ile,

2. Bu nedenle 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca adı geçen teşebbüslerin idari para cezası ile cezalandırılmaları gerektiğine OYÇOKLUĞU ile,

3860

3. İdari para cezasının takdirinde eylemlerin az sayıda nokta ile sınırlı kalması,başlangıç aşamasında olması, pazarın geneline yansımış yaygın bir etkiye yol açmaması hususlarının hafifletici unsurlar olarak dikkate alınması sonucunda, 2005 yılı net satışlarının takdiren %0,2 (binde 2)'si oranında olmak üzere,

Kavmar Gıda Pazarlama A.Ş.'ye 206.553,54 YTL,  
Doluca Şarapçılık Pazarlama ve Ticaret A.Ş. 124.523,87 YTL

3870 idari para cezası verilmesine OYÇOKLUĞU ile,

4. 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal eden eylemlerinden dolayı, rekabetin tesisi ve ihlalden önceki durumun korunmasını teminen yerine getirilmesi veya kaçınılması gereken davranışların ve ihlale son verilmesi gereğinin, aynı Kanun'un 9. maddesi uyarınca ilgili teşebbüslere bildirilmesine OYÇOKLUĞU ile,

3880

5. Diğer yandan Kavmar Gıda Pazarlama A.Ş. ve Doluca Şarapçılık Pazarlama ve Ticaret A.Ş. tarafından yerinde tüketim noktalarıyla yapılan tek satıcılık sözleşmelerinin, rekabet yasağının süresinin 5 yılı aşmayacak şekilde tadil edilmesine, bunun için gerekli olan değişikliklerin 90 gün içinde yapılarak Rekabet Kurumu'na tevsik edilmesine, aksi takdirde 4054 sayılı Kanun çerçevesinde işlem yapılacağına adı geçen teşebbüslere bildirilmesine OYBİRLİĞİ ile,

karar verilmiştir.



Rekabet Kurulu'nun 11.1.2007 günlü ve 07-02/28-8 Sayılı Kararına

### KARŞI OY

Doluca ve Kavmar teşebbüslerinin satış noktalarına birlikte girmek üzere işbirliği yaparak şarap piyasasında rekabeti engellemeye yönelik davranışları olup olmadığının tespiti için soruşturma açılmıştır.

TAPDK tarafından üretim izni verilen 68 şarap üreticisi bulunduğu, sınırlı sayıda şarap firmasının ülke çapında yaygın ve etkin dağıtım ağına sahip olduğu (Kavaklıdere, Doluca, Mey) toplam üretimin 1/3 ünün kayıtlı olduğu, kayıtdışı üretimin bakkal gibi küçük perakendecilerde satıldığı, reklam kısıtı bulunduğu, şarap ithalatının 6.6.2003 tarihinde serbestleştirildiği, ithalatın giderek artmakta olduğu, ithal şarap fiyatlarının düşmekte olduğu, sofr şarabı üretenlerin kaliteli şarap üretimine de yöneldikleri, butik üretici sayısının arttığı soruşturma raporuyla tespitlidir.

Rekabet Kurulu'nun önceki kararlarında ilgili ürün pazarı "şarap pazarı" olarak belirlenmişken bu kez "her şey dahil sistemiyle çalışan oteller hariç, şarap yerinde tüketim pazarı" olarak belirlenmiştir.

Bu konuda evde tüketimin ve yerinde tüketimin farklı özellikler taşıdığı ; aynı şarabın yerinde tüketimde en az 2-3 kat daha pahalı olduğu, iki kanalda satılan şaraplar arasında ikame bulunmadığı hususları kriter olarak alınmıştır.

Oysa Doluca ya da Kavmar tarafından evde tüketim ve yerinde tüketim noktalarına aynı marka şarap için uygulanan fiyatlarda bir farklılık söz konusu değildir.

Dolayısıyla fiyat farklılığı neden gösterilerek ilgili ürün pazarının farklı tanımlanması ve soruşturmanın "her şey dahil sistemiyle çalışan oteller hariç şarap yerinde tüketim pazarı" ile sınırlanması hukuka uygun değildir.

Türkiye Cumhuriyeti sınırları içinde Doluca'nın (....) satış noktası ile çalıştığı, buna karşın soruşturma raporuyla 22 "yerinde tüketim noktasında" Kavpa'yla birlikte taviz verme konusunda anlaşmaları görülmüştür. 11 noktada bu eylemin etki gösterdiği, 11 inde etkisiz kaldığı, durumun Doluca'nın satışlarındaki oranının ise %(...) olduğu anlaşılmaktadır.

Benzer durum Kavpa için de geçerlidir.

Doluca ve Kavpa'nın aralarında 22 "yerinde tüketim noktası"na taviz vererek girmek için iletişimde buldukları tartışmasıdır. Ancak bu iletişim sonucunda rekabetin kısıtlandığından söz edilmesi mümkün değildir.

Kavpa, Doluca ve Reina (yerinde tüketim noktalarından biri) arasında 24.5.2005 tarihinde imzalanan sözleşmeye göre her bir firma Reina'ya (.....) US\$ sponsorluk ücreti (taviz) ödemeyi kabul etmişler, Reina ise sadece Kavaklıdere ve

**07-02/28-8**

Doluca'nın ayrı ayrı (.....) şişe şarabını satmayı, bu miktar şarap satılncaya kadar başka bir markanın şarabını satmayacağını taahhüt etmiştir.

Rakip iki büyük teşebbüs arasında bir tüketim noktasıyla birlikte yapılmış tavize ilişkin bir anlaşmanın şarap pazarında rekabeti kısıtladığından sözedilemez.

Bu anlaşma “birlikte taviz vermek” kapsamındadır ve rekabet ihlali içermez.

İki teşebbüsün birbirleriyle iletişimde bulunarak 11 yerinde tüketim noktasında tavizin miktarını düşürmeye çalışmaları da rekabetin kısıtlanması değil, ticari faaliyetlerini devam ettirme çabasıdır ki tüketiciye yansıyan olumsuz bir etki de yoktur.

Doluca veya Kavpa yerinde tüketim noktalarına (Reina gibi) 5 YTL'ye de satsa 50 YTL'ye de satsa o noktaların özelliği nedeniyle satış fiyatının etkilenmeyeceği görülmektedir.

Bu nedenlerle olayda rekabet ihlali bulunmadığı görüşüyle karara karşıyım.

Süreyya ÇAKIN  
Kurul Üyesi