

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

**REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2010-3-124 (Önaraştırma)  
Karar Sayısı : 10-56/1107-424  
Karar Tarihi : 26.8.2010

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

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

**B. RAPORTÖRLER:** Kürşat ÜNLÜSOY, Nilgün KOCADAĞ

**C. ŞİKAYET**

**EDEN** : Hulusi KESKİN  
K. Milliye Cad. 227/B Mersin

20 **D. HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA YAPILANLAR:**

Erdem Gıda Mad. San. Tic. Ltd. Şti.  
Yeni Hal Toptancılar Sitesi V. Blk. No:17 Mersin

**E. DOSYA KONUSU:** Çaykur Mersin Bayii Erdem Ticaret'in kendi işletmesi olan Beğeni Market'e piyasa fiyatlarından daha düşük fiyata çay satışı yaparak piyasadaki rekabeti bozduğu iddiası.

30 **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Yapılan başvuruda; Çaykur Mersin Bayii Erdem Gıda Mad. San. Tic. Ltd. Şti. (Erdem Gıda)'nin Çaykur ürünlerini kendine ait Beğeni Market'e düzenli olarak düşük fiyatlarla verdiği, Beğeni Market'in ise düşük maliyetle aldığı bu ürünleri başvuru sahibinin alım fiyatından %20-30 oranında düşük fiyatla satarak piyasadaki rekabetin bozulmasına neden olduğu belirtilerek gereğinin yapılması talep edilmiştir

40 **G. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 4.6.2010 tarih ve 4403 sayı ile giren başvuru üzerine hazırlanan 24.6.2010 tarih, 2010-3-124/İİ-10-177.KÜ sayılı İlk İnceleme Raporu, Rekabet Kurulu'nun 8.7.2010 tarih ve 10-49/904-M sayılı toplantısında görüşülmüş ve 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun çerçevesinde soruşturma açılmasına gerek olup olmadığının belirlenmesi amacıyla, Kanun'un 40/1. maddesi uyarınca önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. İlgili karar uyarınca yapılan inceleme sonucunda düzenlenen 17.8.2010 tarih ve 2010-3-124/ÖA-10-177.KÜ sayılı Önaraştırma Raporu 24.8.2010 tarih ve REK.0.07.00.00-110/351 sayılı Başkanlık önergesi ile 10-56 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

**H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili Raporda; Çaykur Mersin bayii Erdem Gıda Mad. San. Tic. Ltd. Şti.'nin kendi işletmesi olan Beğeni Market'e piyasa fiyatlarından daha düşük fiyata çay satışı yaparak piyasadaki rekabeti bozduğu iddialarına ilişkin olarak Erdem Gıda Mad. San. Tic. Ltd. Şti. hakkında 4054 sayılı Kanun'un 41.

50 maddesi uyarınca soruşturma açılmasına yer olmadığı ve dolayısıyla şikayetin reddinin gerektiği sonuç ve kanaatine ulaşıldığı ifade edilmiştir.

## I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

### I.1. Başvuruda Yer Alan İddialar

Söz konusu iddialar;

- Çaykur Mersin bayilerinden Erdem Gıda'nın kendine ait Beğeni Market'e düzenli olarak düşük fiyatla çay satışı yaptığı,
  - Beğeni Marketin ise bu çayları başvuru sahibine göre düşük fiyatlarla satarak başvuru sahibini mağdur ettiği
- 60 şeklinindedir.

### I.2. İlgili Pazar

#### I.2.1. İlgili Ürün Pazarı

İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz'da 1998/2, 1998/6 ve 2000/2 sayılı Rekabet Kurulu Tebliğleri ile Değişik 1997/1 sayılı Rekabet Kurulu'ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ'e atıfta bulunularak ilgili ürün pazarının tespitinde dikkate alınacak unsurlar belirtilmektedir. Buna göre ilgili ürün pazarının tespitinde tüketicinin gözünde fiyatı, kullanım amaçları ve nitelikleri bakımından aynı sayılan mal ve hizmetlerden oluşan pazar dikkate alınmakta, ayrıca tespit edilen ve pazarı etkileyebilecek diğer unsurlar da değerlendirmeye katılabilmektedir.

Gerek tüketici gözündeki özgün niteliği, gerek üretim sürecindeki önemli farklılıklar, çayın genel olarak içecek sektöründe ayrı bir pazar olarak belirlenmesini gerekli kılmaktadır. Öte yandan önaraştırmaya konu teşebbüsler sadece siyah çay satışı ile değil, yeşil çay satışı ile de iştigal etmektedir. Bir ürünün diğer bir ürünle aynı pazarda yer alabilmesi için bu ürünlerin tüketici gözünde nitelikleri, kullanım amaçları ve fiyatları bakımından benzer olmaları gerektiği dikkate alınarak siyah ve yeşil çay ayrımı incelenmiştir. Bu çerçevede yeşil çayın kullanım amacı ve tüketici gözündeki niteliği bakımından siyah çaydan ayrıldığı gibi, fiyat ve maliyetinin siyah çaya göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Sonuç olarak, yeşil çayın piyasada görece yeni bir ürün olması ve tüketiciler tarafından daha az tercih edilmesi nedeniyle siyah çay ile ikame olarak edilemeyeceği anlaşılmıştır. Dolayısıyla yeşil çayın ayrı bir ilgili pazar olarak belirlenmesi mümkün olmakla birlikte yeşil çay tüketiminin toplam pazar içerisindeki yerinin ihmal edilebilir ölçüde olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla ilgili ürün pazarının "siyah çay" olarak belirlenmiştir.

90

#### I.2.2. İlgili Coğrafi Pazar

Coğrafi pazar belirlenirken, özellikle ilgili mal ve hizmetlerin özellikleri ile tüketici tercihleri bakımından giriş engellerinin, ilgili bölge ile komşu bölgeler arasında teşebbüslerin pazar payları veya mal ve hizmetlerin fiyatları bakımından hissedilir bir farklılığın olup olmadığı gibi unsurlar dikkate alınır.

100 Başvuruda yer alan iddialar özel olarak Mersin ilindeki yetkili Çaykur bayilerinden Erdem Gıda'nın yine Mersin ilindeki satışlarına yönelik olduğundan dosya kapsamında ilgili coğrafi pazar "Mersin" olarak belirlenmiştir.

### I.3. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

#### I.3.1. Başvuru Sahibiyle Yapılan Telefon Görüşmesi

110 Yürütülen önaraştırma kapsamında 28.7.2010 tarihinde Raportörlerce başvuru sahibi Hulusi Keskin ile telefon görüşmesi yapılmıştır. Anılan görüşmede başvurunun yapıldığı tarihlerde Erdem Gıda'nın, kendisine ait Beğeni Market'e bazı Çaykur ürünlerini piyasaya göre daha düşük fiyatlara satmakta olduğu, Beğeni Market'in de bu maliyet avantajından faydalanarak bu ürünleri düşük fiyatla nihai tüketiciye satarak başvuru sahibinin mağduriyetine yol açtığı, ancak an itibarıyla bu durumun ortadan kalkmış bulunduğu ifade edilmiştir.

#### I.3.2. Hukuki Değerlendirme

120 Mersin'de yetkili üç Çaykur bayiinden biri olarak faaliyet gösteren Erdem Gıda'nın, yan şirketi olan Beğeni Market'e ucuz fiyatla çay satışı yaptığı, Beğeni Market'in de bu çayları başvuru sahibinin alım fiyatından daha düşük fiyatla nihai tüketiciye sattığı iddiası iki yönden Kanun kapsamında ele alınabilir:

##### I.3.2.1. Çaykur bayii Erdem Gıda'nın kendi marketine bazı Çaykur ürünlerini ucuz fiyattan satıp başvuru sahibine daha pahalı fiyattan sattığı iddiasının 4054 sayılı Kanun kapsamında "Ayrımcılık" olarak nitelendirilip nitelendirilemeyeceği yönünden değerlendirme

130 Ayrımcılık, Kanun'un hem 4. hem de 6. maddesinde ihlal olarak düzenlenmiş hususlardandır. Kanun'un 4. maddesine göre, *münhasır bayilik hariç olmak üzere, eşit hak, yükümlülük ve edimler için eşit durumdaki kişilere farklı şartların uygulanması*, ayrımcılık kabul edilerek yasaklanmıştır. Bu hüküm vasıtası ile işletmelerin aralarında anlaşarak ticari ilişkide buldukları taraflardan birini diğerine göre rekabette daha kötü duruma düşürmelerinin engellenmesi amaçlanmaktadır. Kanun'un 4. maddesi teşebbüsler arası anlaşma, uyumlu eylem veya teşebbüs birliği kararları vasıtasıyla yapılan rekabet ihlallerini kapsamaktadır. Dolayısıyla teşebbüslerin tek taraflı ayrımcılık uygulamalarının Kanun'un 4. maddesi bakımından ihlal olarak değerlendirilmesi mümkün gözükmemektedir. Başvurudaki iddialara göre Erdem Gıda'nın uygulamaları bireysel olup, herhangi bir başka teşebbüsle anlaşmalı olarak yapılmamaktadır. Bu bağlamda söz konusu iddianın Kanun'un 4. maddesi çerçevesinde "ayrımcılık" olarak değerlendirilebilecek hususlardan olmadığı açıktır.

140 Kanun'un 6. maddesinin (b) bendine göre ise, *eşit durumdaki alıcılara aynı ve eşit hak, yükümlülük ve edimler için farklı şartlar ileri sürerek doğrudan veya dolaylı olarak ayrımcılık yapılması*, kötüye kullanma hallerinden biridir. Bu hükme göre bir uygulamanın Kanun'un 6. maddesi kapsamında "ayrımcılık" olarak nitelendirilip yasaklanması için öncelikle uygulamayı yapan teşebbüsün hakim durumda bulunması gerekmektedir.

Ayrıca teşebbüs hakim durumda olsa dahi müşterilerine farklı fiyatlar uygulamasının doğrudan kötüye kullanma olduğundan söz edilemez. Zira hakim durumdaki

150 teşebbüsün muhataplarının eşit durumda olduklarının, teşebbüsün eşdeğer işlemlerle eşit koşullardaki muhataplarına farklı fiyatlar uygulamakta olduğunun ve bu suretle müşteriler arasında farklılıklar yaratıldığıının ispatlanması gerekir.

Kanun'un 3. maddesine göre hakim durum, *belirli bir piyasadaki bir veya birden fazla teşebbüsün, rakipleri ve müşterilerinden bağımsız hareket ederek fiyat, arz, üretim ve dağıtım miktarı gibi ekonomik parametreleri belirleyebilme gücünü*, ifade eder.

160 Erdem Gıda, yukarıda değinildiği gibi, Mersin ilinde yetkili Çaykur bayiliği yapan üç teşebbüsten biridir. Genel olarak siyah çay pazarında yoğun bir rekabetin yaşandığı önceki Kurul kararlarında da tespit edilmiştir<sup>1</sup>. Diğer yandan Çaykur bu pazarda %..... pazar payı ile lider konumundadır. Pazarda ayrıca Lipton, Doğuş, Ofçay gibi güçlü ve büyüyen teşebbüsler faaliyet göstermektedir. Pazardaki durumu Mersin özelinde değerlendirmek gerekirse, Mersin'de Erdem Gıda dışında iki Çaykur bayininin daha bulunması dolayısıyla müşterilerin Erdem Gıda'nın çay fiyatını yükseltmesi halinde diğer Çaykur bayilerinden çay temin imkanları bulunmaktadır. Birebir aynı ürünleri satan iki teşebbüsün daha bulunduğu bir pazarda bir teşebbüsün rakiplerinden ve müşterilerinden bağımsız hareket etmesi ancak bu teşebbüs lehine birtakım ayrıcalıklı hakların bulunmasına bağlıdır. Dosya mevcudundan, Erdem Gıda'nın bu tür bir hakkının olmadığı anlaşılmaktadır. Neticede Erdem Gıda'nın Mersin ilindeki çay pazarında hakim durumda bulunmadığı kanaatine varılmıştır. Dolayısıyla, hakim durumda olmayan Erdem Gıda hakkındaki başvuruda yer alan iddiaların Kanun'un 6. maddesi kapsamında ayrımcılık olarak nitelendirilmeyeceği sonucuna ulaşılmıştır.

### **1.3.2.2. Beğeni Market'in başvuru sahibinin çay alım fiyatından daha düşük fiyatla çay satışı yaptığı iddiasının 4054 sayılı Kanun kapsamında ihlal olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceği.**

180 Başvuruda esas olarak, şu an sonlandırılmış da olsa, Beğeni Market'in, başvuru sahibinin çay alım fiyatından daha düşük fiyatla çay satışı yaptığı iddia edilerek, bu durumdan kaynaklanan mağduriyetten yakınılmaktadır. Belirli bir piyasada bir teşebbüsün düşük fiyatlar uygulaması ancak belirli koşulların varlığı halinde Kanun'un 4. veya 6. maddesi kapsamında rekabet ihlali olarak nitelendirilebilir. Yukarıda da değinildiği üzere teşebbüslerin tek taraflı eylemlerine Kanun'un 4. maddesini uygulamak mümkün değildir. Dolayısıyla bir uygulamanın Kanun'un 4. maddesi kapsamında değerlendirilebilmesi için uygulamaya dahil olan birden fazla teşebbüsün varlığı aranmaktadır. Başvurudan Beğeni Market'in düşük fiyat uygulamasının çok taraflı bir uygulama olmayıp bireysel olduğu anlaşılmaktadır. Bu nedenle Beğeni Market'in düşük fiyatlarla çay satışı yaptığı iddiasının Kanun'un 4. maddesi kapsamında değerlendirilebilecek hususlardan olmadığı kanaatine varılmıştır.

190 Diğer yandan Kanun'un 6. maddesinin (a) bendine göre, *rakiplerin piyasadaki faaliyetlerinin zorlaştırılmasını amaçlayan eylemler*, kötüye kullanma olarak nitelendirilmiştir. Buna göre, bir teşebbüsün düşük fiyatlar uygulamak suretiyle rakiplerinin faaliyetlerini zorlaştırması, teşebbüsün hakim durumda olması halinde hakim durumun kötüye kullanması olarak değerlendirilebilir. Bu noktada Beğeni

<sup>1</sup> 18.6.2009 tarih, 09-29/604-144 sayılı Kurul kararında, Çaykur'un yüksek bir pazar payı ile pazar lideri olduğu ancak Unilever, Doğuş gibi güçlü rakipleri karşısında yıllar içinde pazar kaybetmekte olduğu tespiti yapılmıştır.

200 Market'in Mersin'deki çay pazarındaki konumunu değerlendirmek gerekmektedir. Mersin ilinde nihai tüketicilere siyah çay satışı yapan teşebbüsler arasındaki pazar payını tespit etmek çok zor olmakla birlikte, Mersinde birçok zincir market ve yerel market bulunduğu bilgisi elde edilmiştir. Beğeni market bu işletmeler arasında orta büyüklükte bir işletmedir. Hakim durumda olma ihtimali zayıf olan Beğeni Market'in hakim durumda olduğu varsayılsa dahi, çay satış fiyatının maliyetinin altında olmaması halinde uygulamanın kötüye kullanma olarak değerlendirilebilmesi mümkün değildir. Nitekim başvuru sahibi, Beğeni Market'in her defasında farklı aykur ürününü kendilerinin alım fiyatından daha düşük fiyatlarla sattığından söz etmiştir. Dosya mevcudu bilgi ve belgelerden, uygulamanın bütün aykur ürünlerine yönelik genel bir uygulama olmadığı yanı sıra, Beğeni Market'in sadece aykur ürünlerini değil aykur dışındaki teşebbüslerin çaylarını da sattığı anlaşılmaktadır.

210 Sonuç olarak bir teşebbüsün, bir ürünü rakibinin alım fiyatından daha düşük fiyatla satması bunun zararına satış (maliyet altı fiyatlandırma) olduğunu göstermediği gibi, dosya kapsamında elde edilen bilgilerden yola çıkarak, Beğeni market tarafından dönemsel olarak uygulanmış indirimlerin 6. madde kapsamında bir eylem olarak nitelendirilmesi mümkün değildir.

## J. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

220 Dosya konusu iddialara yönelik olarak 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığına, şikayetin reddine OYBİRLİğİ ile karar verilmiştir.