

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

**REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2014-5-59 (Önaraştırma)  
Karar Sayısı : 15-08/110-46  
Karar Tarihi : 19.02.2015

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

Başkan : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI  
Üyeler : Kenan TÜRK, Dr. Murat ÇETİNKAYA, Reşit GÜRPINAR,  
Fevzi ÖZKAN, Doç. Dr. Tahir SARAÇ

**B. RAPORTÖRLER:** M. Nazlı ÖNAL, Nazlı VAROL, Mustafa SOYDAN,  
Hasan ADIYAMAN

**C. BAŞVURUDA**

**BULUNAN** :- Düzce Cam Sanayi ve Tic. A.Ş.  
Yahya Kemal Mah. Ayazma Yolu Şair Sok. No:4 Kat:3  
Kâğıthane / İstanbul

**D. HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA YAPILAN:**

- Trakya Cam Sanayii A.Ş.  
Temsilcisi: Dr. Aydın ÖZTUNALI  
Mustafa Kemal Mah. 2146 Sok. Demirler Atlas Plaza No:14  
Daire:13-14 Çankaya / Ankara

- (1) **E. DOSYA KONUSU:** Türkiye Şişe ve Cam Fabrikaları A.Ş.'nin kaplamalı cam alanındaki avantajını kullanarak bir ürünün satışını diğer bir ürüne bağlamak suretiyle başlattığı yeni uygulama yoluyla 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettiği iddiası.
- (2) **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Düzce Cam Sanayi ve Tic. A.Ş. (Düzce Cam) tarafından yapılan başvuruda özetle;

- Düzce Cam'ın, renksiz düz cam ürünleri, lamine cam ve ayna üretimi ve satışı alanında faal olduğu,
- Kaplamalı cam olarak tabir edilen, camın üzerine mikron düzeyinde metal karışımli alaşımlar kaplanarak güneş ve ısı kontrolü sağlayan camların Düzce Cam tarafından üretilmediği, kaplamalı cam piyasasının talebinin Türkiye Şişe ve Cam Fabrikaları A.Ş. (Şişecam) tarafından üretilen veya ithal edilen camlarla karşılandığı,
- Şişecam'ın kaplamalı cam alanındaki avantajını kullanarak başlattığı yeni uygulama ile iki adet düz cam siparişi veren firmalara, kaplamalı camlara ve kaplamalı camlardan üretilen lamine camlara mevcut primlerinin dışında %10 ilave iskonto vereceğini açıklayarak Düzce Cam'ın renksiz düz cam satışını engellemeyi amaçladığı,
- Şişecam'ın bir ürünün satışını diğer bir ürüne bağlayarak pazardaki hâkim durumunu kötüye kullandığı

ifade edilerek 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun (4054 sayılı Kanun) uyarınca gereğinin yapılması talep edilmiştir.

- (3) **G. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 28.10.2014 tarih ve 6085 sayı ile giren başvuru üzerine hazırlanan 26.11.2014 tarih ve 2014-5-59/İİ sayılı İlk İnceleme Raporu'nun görüşülmesi sonucunda önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.
- (4) İlgili karar uyarınca düzenlenen 10.02.2015 tarih ve 2014-5-59/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (5) **H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda özetle; Trakya Cam Sanayii A.Ş. hakkında soruşturma açılmasına gerek bulunmadığı ve şikâyetin reddedilmesinin yerinde olacağı sonuç ve kanaatine ulaşıldığı ifade edilmiştir.

## I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

### I.1. Hakkında İnceleme Yapılan Taraf: Trakya Cam Sanayii A.Ş. (Trakya Cam)

- (6) 1978 yılında Şişecam tarafından kurulan ve Şişecam Grubu içinde düz cam alanındaki faaliyetleri yürüten Trakya Cam; temel camlar (düz cam, buzlu cam, ayna, lamine cam, kaplamalı cam, mimari projelere yönelik camlar), otomotiv camları ve diğer ulaşım araçları camları, enerji camları, beyaz eşya camları alanlarında faaliyet göstermektedir. Bu ürünlerin başlıca alıcıları inşaat, otomotiv, enerji, beyaz eşya, mobilya ve tarım sektörlerinde hizmet vermektedir.
- (7) Trakya Cam yedi adet "yüzdürme yöntemiyle üretim" (float) hattında, yıllık toplam 1,5 milyon ton kapasiteyle Türkiye'nin en büyük cam üreticisi olarak faaliyet göstermekte ve bu hatlarda üretilen mamullerle yurt içi piyasasına ve ihracata yönelik satış gerçekleştirmektedir. Trakya Cam, yurt dışında yer alan float hatları da hesaba katıldığında düz cam üretiminde dünyada altıncı, Avrupa'da ise üçüncü büyük firma konumunda olup, Şişecam'ın kontrolündedir. Şişecam ve bağlı şirketleri ilgili pazarda Trakya Cam haricinde faaliyet göstermemektedir.

### I.2. İlgili Pazar

#### I.2.1. İlgili Ürün Pazarı

- (8) Cam sektörü ana üretim alanlarına göre şu şekilde sınıflandırılmaktadır:
- Mimari Camlar: Düzcam, kaplamalı camlar, ısıtma işlem uygulanmış camlar, yalıtım camı üniteleri, laminasyonlu camlar, opaklaştırılmış camlar, buzlu camlar, aynalar, telli camlar, cam tuğla, cam parke
  - Otomotiv Camları: Lamine camlar, temperli camlar, özel camlar
  - Enerji Camları
  - Beyaz Eşya Camları
  - Cam Ev Eşyası
  - Cam Ambalaj
  - Cam Elyafı (cam yünü, cam keçe, fitil, iplik, kırılmış demet vb.)
  - Diğer (cam kırığı, cam bilya, cam ampuller, elektrik lambaları, katod ışın tüpleri, camdan iç gövdeler, sinyalizasyon camları ve camdan optik elemanlar, saat ve gözlük camları, cam tuğla, karo, kiremit, mozaik, camdan laboratuvar ve eczane eşyası, cam boncuk vb.).
- (9) Dosya mevcudu bilgi ve belgelerden, gerek başvuru konusu iddialar, gerekse Kurul'un geçmiş tarihli kararı<sup>1</sup> dikkate alınarak ilgili ürün pazarı "düz cam pazarı" olarak tanımlanabilecektir. Düz camın renksiz, yeşil, füme, bronz ve mavi olmak üzere renklerine ve her birinin ebadına göre alt ürün pazarlarını tanımlamak mümkünse de dosya özelinde

<sup>1</sup> 17.11.2011 tarih ve 11-57/1477-533 sayılı Kurul kararı

yapılacak değerlendirmeyi etkilemeyeceğinden, ayrıca alt ilgili ürün pazarları tanımı yapılmasına gerek görülmemiştir.

### **I.2.2. İlgili Coğrafi Pazar**

- (10) İlgili coğrafi pazar "Türkiye" olarak belirlenmiştir.

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

#### **I.3.1. Trakya Cam'a Yönelik Hâkim Durum Tespiti**

- (11) 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında incelenen bir davranışın ihlal teşkil edebilmesi için davranışı gerçekleştiren teşebbüsün ilgili pazarda hâkim durumda olması ve davranışın kötüye kullanma niteliği taşıması gerekmektedir. Bu çerçevede iddiaların Kanun'u ihlal niteliği taşıyıp taşımadığının incelenebilmesi için öncelikle Trakya Cam'ın ilgili pazarda hâkim durumda olup olmadığının tespit edilmesi gerekmektedir.
- (12) Hâkim durum kavramı, Kanun'un 3. maddesinde tanımlanmıştır. Bu tanım çerçevesinde, rekabetçi baskılardan belirgin şekilde bağımsız davranma gücüne sahip olan bir teşebbüsün hâkim durumda bulunduğu kabul edilmektedir.
- (13) Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Kötüye Kullanma Niteliğindeki Davranışlarının Değerlendirilmesine İlişkin Kılavuz'un (Kılavuz) 10. Paragrafında yer verildiği üzere, hâkim durum değerlendirilmesi yapılırken incelenen teşebbüsün ve rakiplerinin ilgili pazardaki konumu, pazara giriş ve pazarda büyüme engelleri ve alıcıların pazarlık gücü göz önünde bulundurulmuş temel unsurlardır.

#### **I.3.2. Trakya Cam'ın ve Rakiplerinin Pazardaki Konumu**

- (14) Pek çok ilgili pazar bakımından incelenen teşebbüsün ilgili pazardaki konumunun birincil göstergesi, teşebbüsün sahip olduğu pazar payıdır. Pazar payı, genellikle incelemeye konu olan faaliyetlerin niteliğine göre satışların parasal değeri veya satış miktarı üzerinden hesaplanmaktadır. 1981 yılında ilk float hattını devreye alan Trakya Cam, rakibi Düzce Cam'ın fiilen üretime başladığı tarih olan 2010 yılı Haziran ayına dek pazarda faaliyet gösteren tek yerli üretici konumunda bulunmuştur.
- (15) Trakya Cam ile Düzce Cam'ın ilgili pazarda son üç yılda gerçekleştirdikleri satış miktarları üzerinden hesaplanan pazar payları (her iki teşebbüste de ortak olarak bulunan düz cam ve lamine cam türleri) ele alındığında; Trakya Cam'ın Türkiye üretiminin (.....) aşan bir paya sahip olduğu, bununla birlikte, teşebbüslerin sağladığı tahmini ithalat verileri hesaba katıldığında, Trakya Cam'ın pazar payının (.....) üzerinde seyrettiği dosya içeriğinden anlaşılmıştır. Bu çerçevede Trakya Cam'ın rakibi Düzce Cam ve ithalatçılar ile arasında önemli oranda bir fark bulunduğu anlaşılmıştır. Dolayısıyla bu pazar payı verileri, Trakya Cam'ın pazar gücünün varlığını destekler niteliktedir.
- (16) Diğer yandan Trakya Cam, 1935 yılında kurulan Şişecam'ın düz cam alanındaki faaliyetlerini yürütmektedir. Şişecam Grubu'nun ana şirketi olan Şişecam'ın en büyük ortağı ise %65,47'lik hisse payı ile Türkiye İş Bankası A.Ş. olup, şirketin toplam hisse değeri 1,7 milyar TL'dir. Şişecam Grubu'nun 2013 yılı satış geliri yaklaşık 5,9 milyar TL, dönem karı 454 milyon TL'dir. Bu bağlamda Şişecam Grubu'nun sahip olduğu finansal güç ve kapasitenin, Trakya Cam'ın pazardaki konumunu güçlendiren unsurlardan biri olduğu söylenebilecektir.<sup>2</sup>
- (17) Portföy gücü; bir ürün gamını toplu olarak üretmekten ya da satış ve pazarlamasını yapmaktan kaynaklanan toplam pazar gücünün, portföyü oluşturan ürünlerin ayrı ayrı üretim satış ve pazarlamasında elde edilen pazar gücü toplamını aşması şeklinde

<sup>2</sup> Şişecam 2013 yılı faaliyet raporu

tanımlanmaktadır. Trakya Cam, oldukça geniş bir yelpazede hemen hemen tüm düz cam ürün gruplarını ve onların alt kırılımında yer alan ürünleri üretebilmektedir. Bu çerçevede Trakya Cam'ın sahip olduğu portföy derinliğinin teşebbüse önemli bir pazar gücü sağladığı değerlendirilmektedir. Buna karşın Trakya Cam'ın pazardaki tek rakibi konumundaki Düzce Cam'ın üretimi, çeşitli kalınlıklardaki renksiz düz cam, ayna, lamine cam ve hat üstü kaplama camların üretimi ile sınırlıdır.

- (18) Trakya Cam tarafından piyasaya sunulan ürünler arasında en önemlilerinden biri de, ısı yalıtımı ve güneş kontrol özelliklerini ayrı ayrı ya da bir arada sunan, iki veya daha fazla düz cam/kaplamalı camın birlikte kullanıldığı "Isıcam" markalı yalıtım camlarıdır. Trakya Cam yalıtım camını önceleri kendi bünyesinde üretmiş, daha sonra yalıtım camının en önemli girdisi olan düz cam plakalarını Isıcam markasıyla kurduğu ve franchise yoluyla üretim yetkisi verdiği Isıcam Yetkili Üreticiler (İYÜ) vasıtasıyla pazarlamaya başlamıştır. Trakya Cam, Isıcam markasıyla kurduğu franchise sistemi sayesinde yalıtım camı pazarında cam ve plaka tedarikçisi olarak rol oynamaktadır. Yalıtım camının ilk kez piyasaya sunulduğu dönemde, pazarda tek yalıtım camı markasının Isıcam olması, yalıtım camını adeta Isıcam markasıyla özdeşleştirmiş ve pazarda güçlü ve güvenilir bir marka imajı elde etmesine önemli katkı sağlamıştır. Isıcam markası, üreticiler nezdinde hala güçlü bir marka imajına sahiptir. Bu itibarla Isıcam markası, Trakya Cam'ın piyasadaki konumunu güçlendiren önemli etmenlerden biridir.
- (19) Özellikle yalıtımlı camların üretiminde kullanılan, kimi zaman diğer alanlarda da tercih edilebilen ürünlerden biri de kaplamalı camlardır. Kaplamalı camların kalite bakımından en üstün türlerinden olan ve hat dışı kaplamalı cam olarak adlandırılan kaplamalı cam ürününün Türkiye sınırları içerisindeki tek üreticisi Trakya Cam'dır. (.....)
- (20) Bu çerçevede Trakya Cam'ın gerek ilgili pazarda sahip olduğu (.....) üzerindeki pazar payı ve sahip olduğu portföy gücü, gerek yüksek finansal güce sahip Şişecam Grubu'nun bünyesinde faaliyet göstermesi, gerekse de pazarda Isıcam markasının bilinirliğinden kaynaklanan marka gücünün bulunması gibi sebeplerle pazarda güçlü bir konuma sahip olduğu kanaati oluşmuştur.

### **I.3.3. Pazara Giriş ve Pazarda Büyüme Engelleri**

- (21) Cam üretimi modern teknoloji, büyük ölçekli yatırım ve dolayısıyla önemli ölçüde finans kaynağı gerektiren, bir başka deyişle sermaye yoğun bir sektördür. Bu nedenle küresel cam sektöründe az sayıda büyük ölçekli teşebbüs baskın konumdadır. Nitekim Asahi, Pilkington, Saint Gobain ve Guardian firmalarının toplam üretimi dünya düz cam üretiminin %60'ını oluşturmaktadır.<sup>3</sup>
- (22) Tüketicilerin taleplerinin gerek üretim miktarı yönünden gerekse ürün çeşitliliği yönünden tam olarak karşılanabilmesi, ancak çok sayıda float hattına sahip olmakla mümkündür. İlave her bir float hattı, görece yüksek ilk yatırım maliyeti ve bu maliyeti karşılayacak finansman güce gereksinim duyulması anlamına gelmektedir. Düzce Cam'dan edinilen bilgiye göre kurulum ve işletme maliyetlerine bakıldığında, bir üretim bandı için kurulum maliyeti arsa payı hariç 100 milyon Euro civarında gerçekleşmektedir.
- (23) Düz cam pazarına giriş maliyetlerinin görece yüksek olması ve küresel piyasada faaliyet gösteren oyuncuların görece az olması; öte yandan Türkiye pazarında da hâlihazırda sektörde faaliyet gösteren yalnızca iki adet üretici olması (Trakya Cam ve Düzce Cam) ve Trakya Cam'ın pazarda marka bilinirliği nedeniyle güçlü konumda olması dikkate alındığında, düz cam üretim pazarına girmenin ve sonrasında pazarda yer edinmenin önünde belirli engellerin bulunduğu kanaati oluşmuştur.

<sup>3</sup> 17.11.2011 tarih ve 11-57/1477-533 sayılı Kurul kararı

- (24) Yukarıda yer verilen bilgiler ışığında; (.....) üzerinde seyreden pazar payı, piyasaya girişlerin zor olması ve yıllar içerisinde piyasaya yeni giriş olmaması, Şişecam Grubu bünyesinde bulunmaktan kaynaklanan yüksek finansal güç, Isıcam markasının güçlü imajı ve grubun uzun yıllar piyasada tek üretici olmasının getirdiği güvenilirlik gibi unsurlar birlikte değerlendirildiğinde ve 24.01.2013 tarih ve 13-07/73-42 sayılı Kurul kararında yapılan hakim durum tespiti dikkate alınarak Trakya Cam'ın düz cam pazarındaki hakim durumunu koruduğu ve pazarı kontrol edebilme yetisine sahip bir teşebbüs olduğu kanaati oluşmuştur.

### **I.3.4. Başvuru Konusu Uygulamaya Yönelik Tespitler**

#### **I.3.4.1. Yerinde İnceleme ve Görüşme Esnasında Elde Edilen Bilgi ve Belgeler**

- (25) Raportörlerce Düzce Cam ile yapılan görüşmede; gerek piyasadaki faaliyetleri ile ilgili, gerek başvuru konusu uygulama ile ilgili olarak bilgi alınmıştır. Teşebbüs yetkilisinin ifadelerinden, üretilen düz cam ürünlerinin tamamen homojen olduğu, bu çerçevede Trakya Cam ile fiyat bakımından rekabet ettikleri;(.....) ancak doğalgaz, elektrik, nakliye, soda ve kum gibi kalemlerden oluşan üretim maliyetlerinin hemen hemen aynı seviyede olduğu anlaşılmaktadır.
- (26) Teşebbüs yetkilisi tarafından Trakya Cam'ın indirim uygulamasının düz cam alana kaplamalı camda ilave iskonto yapma şeklinde hayata geçirildiği; bu uygulamanın 2014 yılının Ekim-Kasım dönemlerinde gerçekleştirildiği ve ellerindeki kaplamalı camın tükenmesi nedeniyle hâlihazırda uygulamanın devam etmediği ifade edilmiştir. Trakya Cam'ın satış yaptığı noktalar arasında bayilik verdiği müşterilerinin, ara toptancılarının ve yetkili Isıcam üreticilerinin bulunduğu, anılan iskontoyu bu kapsamdaki müşterilerine uyguladığı anlaşılmaktadır. 24.01.2013 tarih ve 13-07/73-42 sayılı Kurul kararı ile bireysel muafiyet tanınan Isıcam üretim sözleşmesi çerçevesinde Isıcam üretiminde yalnızca Trakya Cam tarafından sağlanan camların ve plakaların kullanılabileceği hükmü yer almaktadır. Düzce Cam'ın kaplamalı cam üretmediği için uygulamaya ancak fiyatlarını düşürerek karşılık verebildiği; müşterilerin ise kaplamalı cam elde edemeyeceği endişesiyle ürünü Trakya Cam'dan temin etmek istedikleri belirtilmiştir. Öte yandan söz konusu uygulama döneminde hem Düzce Cam hem de Trakya Cam'da fiyatların sınai maliyetin altına düşmediği ve Düzce Cam'ın söz konusu uygulama sonucunda herhangi bir müşteri ve/veya satış kaybı yaşamadığı da ifade edilmiştir.
- (27) Trakya Cam'da gerçekleştirilen yerinde inceleme esnasında teşebbüs yetkilileri ile yapılan görüşmede iddia konusu uygulamaya ilişkin olarak, uygulamanın 15-18 gün civarında kısa süreli olarak ilk kez hayata geçtiği; iskonto uygulamasını stok miktarlarında yaşanan artışı eritmek amacıyla yaptıkları; kısa süreli bir uygulama olması nedeniyle müşterilerine elektronik posta yoluyla duyuruda buldukları, söz konusu iskontoyu yetkili satıcılar (YES) ve İYÜ grubu müşterilerine uyguladıkları; Isıcam üretiminde kullanılan camların tercihine yönelik olarak öne sürdükleri koşullar haricinde yetkili müşterilerinin diğer ürünleri tercih etmelerine yönelik ya da ticari koşulları belirlemeye yönelik bir tutum içerisinde olmadıkları; anılan kampanyadan istenilen verimi alamamaları nedeniyle kısa sürede uygulamayı sonlandırdıkları ifade edilmiştir. Öte yandan sunulan kampanyaları tek bir ürün bazında gerçekleştirmedikleri; (.....); kimi zaman stokların eritilmesi ve ay/yıl bazlı hedeflerin gerçekleştirilmesi, kimi zaman ise direkt müşterilerden gelen talepler doğrultusunda dönemlik kampanyalar tasarladıkları; bu bağlamda müşterilerinden yeni ürün talepleri, miktar indirimleri ve fiyat indirimleri gibi talepler aldıkları ifadelerine de yer verilmiştir.
- (28) Bunun yanı sıra Trakya Cam'da yapılan yerinde inceleme esnasında başvuru konusu uygulamaya ve teşebbüsün uyguladığı diğer kampanyalar vb. faaliyetlerine yönelik olarak elde edilen bilgi ve belgeler aşağıda ele alınmıştır:

- (29) 'Jumbo DC' konulu 12 Kasım 2014 tarihli mailde; 17 Kasım tarihinden itibaren iddiaya konu olduğu düşünülen kampanyanın sonlandırılıp yeni bir kampanya uygulamasına geçileceği ifadesine yer verilmiştir. Söz konusu kampanyanın "Güncel Kampanya Tablosu" adlı belgede kampanya dönemi olarak 27 Ekim tarihinin gösterildiği, dolayısıyla başvuruya konu indirim kampanyasının 27 Ekim-17 Kasım 2014 tarihlerine karşılık gelen dönemde uygulandığı tespit edilmiştir. Bu tespit, görüşmelerde yer verilen kampanyanın kısa süreli uygulandığı ifadelerini doğrulamaktadır.
- (30) Teşebbüsten elde edilen "Güncel Kampanya Tablosu" adlı belgeden; teşebbüsle görüşme sırasında da ifade edildiği üzere, teşebbüsün tek bir ürün bazında kampanya yapmadığı, yıl içerisinde belirli dönemlerde bölge ve il bazında kısa aralıklarla, satış yapabildiği diğer ürün tiplerinde de düzenli olarak kampanya uyguladığı görülmektedir. Yine aynı tabloda teşebbüsün düz cam ürününe yönelik Ocak-Temmuz dönemlerinde uygulamaya koyduğu kampanyayı, ithalata karşı rekabet edebilmek amacıyla Marmara Bölgesi'ndeki müşterilere yönelik olarak gerçekleştirdiği anlaşılmaktadır. Bu durum, ithalatın sektör üzerinde belirli bölgelerde zaman zaman baskı oluşturabildiğini göstermektedir.
- (31) Yurtiçi Satış Müdürlüğü tarafından hazırlanan Kasım 2014 dönemine ait Aylık Rapor başlıklı belgede; "...(...)" ifadelerine rastlanmaktadır. Bu ifadeler teşebbüsün uyguladığı kampanyaların, özellikle kaplamalı cam satışlarını artırdığını göstermektedir.
- (32) .....(TİCARİ SIR).....
- (33) Yine anılan raporda (... ) ifadelerine yer verilmektedir. Teşebbüs tarafından da ifade edildiği gibi sektörde ithalatın baskısı son dönemlerde artan oranlarda hissedilmektedir.
- (34) .....(TİCARİ SIR)..... '
- (35) Yine aynı raporda '(.....)
- (36) Bunun yanı sıra raporda (... ) ifadeleri kampanyaların söylenenlerin paralelinde mevcut stokların eritilmesine yönelik yapıldığı görülmektedir. Yine "(.....)." ifadeleri teşebbüslerin rekabet içinde olduklarını, rekabetin de Düzce Cam ile yapılan görüşmede de ifade edildiği üzere sadece fiyat üzerinden gerçekleştiğini göstermektedir.
- (37) .....(TİCARİ SIR).....
- (38) .....(TİCARİ SIR).....

#### I.3.4.2. Teşebbüslerden Gelen Bilgiler

- (39) İlgili teşebbüs Trakya Cam ve başvuru sahibi Düzce Cam tarafından gönderilen veriler doğrultusunda uygulama öncesi, uygulama dönemi ve uygulama sonrası zaman diliminde gerçekleşen stok ve üretim miktarları ve bu değerlerde yaşanan değişim ele alınmıştır. Bu çerçevede öncelikle, teşebbüsün kampanyanın uygulanması ile ilgili olarak öne

sürdüğü sebep olan stok miktarındaki değişimler irdelenmiş ve ardından kampanya döneminde hem Trakya Cam'ın hem de Düzce Cam'ın satış miktarlarında yaşanan değişim incelenmiştir.

- (40) Trakya Cam tarafından üretilen düz cam ürününde aylık stok miktarının 2013 ve 2014 yılları içerisindeki seyrine bakıldığında; (.....)
- (41) Stok değerlerinin ardından, Trakya Cam tarafından üretilen düz cam ürününde 2013 ve 2014 yılları için aylık satış miktarları incelendiğinde; (.....)
- (42) Trakya Cam'ın daha ziyade kaplamalı cam stoklarını eritmek amacıyla bu kampanyayı uyguladığı dikkate alınarak, Trakya Cam'ın kaplamalı cam satışının 2013 ve 2014 yılları içerisinde aylara göre seyri de incelenmiştir. Buna göre (.....)
- (43) Düzce Cam'ın 2013 ve 2014 yılları içerisinde aylara göre satış grafiği izlenerek başvuru konusu kampanya uygulamasının teşebbüsün satışları üzerinde bir etki oluşturup oluşturmadığının gözlemlenmesi amaçlanmaktadır (.....).
- (44) Son olarak ilgili teşebbüslerin (.....) fiyat hareketleri incelendiğinde ise (.....).

### 1.3.5. Hukuki Değerlendirme

- (45) Kötüye kullanma, hâkim durumdaki teşebbüslerin sahip oldukları pazar gücünün avantajından faydalanarak doğrudan ya da dolaylı olarak tüketici refahını azaltması muhtemel davranışlarda bulunmaları olarak tanımlanabilir. Hâkim durumda bulunan bir teşebbüsün hâkim durumunu kötüye kullanması; genel olarak dışlayıcı, sömürücü ve ayrımcı nitelikteki kötüye kullanmalar şeklinde üçlü bir tasnif çerçevesinde ele alınmaktadır.
- (46) (.....) üzerinde seyreden pazar payı, piyasaya girişlerin zor olması, Şişecam Grubu bünyesinde bulunmaktan kaynaklanan yüksek finansal güç, sahip olunan portföy gücü, Isıcam markasının güçlü imajı ve grubun uzun yıllar piyasada tek üretici olmasının getirdiği güvenilirlik gibi unsurlar birlikte ele alındığında, Trakya Cam'ın düz cam pazarında hâkim durumda ve pazarı kontrol edebilme yetisine sahip bir teşebbüs olduğu değerlendirilmektedir.
- (47) Öte yandan başvuru dilekçesinde belirtilen ve Trakya Cam tarafından müşterilerine, bir ürünün kendilerinden temin edilmesi halinde, yurt içinde yalnız kendilerince üretilen diğer bir ürünün ilave iskontolu temin etme avantajı sunan uygulama, özü itibarıyla indirim sistemlerine benzerlik göstermekte ve dışlayıcı bir uygulama niteliği gösterebilmektedir. Dışlayıcı kötüye kullanmalar pazardaki etkin rekabeti olumsuz etkilemekte ve bu suretle tüketici refahının azalmasına neden olmaktadır. Bu tür kötüye kullanmalar, hâkim durumdaki teşebbüsün, rakip teşebbüslere yönelik davranışları sonucunda piyasadan dışlanmalarına neden olabileceği gibi hâkim durumdaki teşebbüsün kendisiyle rekabet içerisinde bulunmayan müşterilerine yönelik olan davranışları sonucunda alt pazardaki teşebbüslerin bir kısmının pazardan dışlanmasına da yol açabilmektedir.
- (48) Dışlayıcı davranışlara yönelik olarak yapılan değerlendirmenin esasını, hâkim durumdaki teşebbüs davranışının fiili veya muhtemel rekabet karşıtı piyasa kapamaya yol açıp açmadığının incelenmesi oluşturmaktadır. Rekabet karşıtı piyasa kapama, hâkim durumdaki teşebbüsün davranışları sonucunda tüketicilerin zararına olacak şekilde mevcut ya da potansiyel rakiplerin arz kaynaklarına veya pazarlara ulaşımının zorlaştırılması ya da engellenmesidir. Tüketici zararı, fiyat artışı, ürün kalitesindeki ve



yenilik düzeyindeki düşüşler, mal ve hizmet çeşitliliğinde azalışlar şeklinde gerçekleşebilir.

- (49) Rekabet karşıtı piyasa kapamanın varlığı incelenirken dikkate alınan başlıca hususlar arasında hâkim durumdaki teşebbüsün konumu, ilgili pazardaki koşullar, rakiplerin, müşterilerin ve sağlayıcıların konumu, eylemin kapsamı ve süresi, fiili piyasa kapamayla ilgili olası ve dışlayıcı stratejiye dair doğrudan veya dolaylı deliller yer almaktadır. Söz konusu hususlara atfedilecek önemin olay bazında ve incelenen davranışın niteliğine göre değişmesi mümkündür.
- (50) İnceleme konusu vakada, hâkim durumdaki teşebbüs Trakya Cam'ın gerek yüksek pazar payı gerekse sahip olunan portföy gücü, finansal güç ve marka bilinirliği gibi hususların varlığına paralel olarak bu teşebbüsün piyasadaki konumunun oldukça kuvvetli olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanında ithalat bir kenara bırakıldığında piyasada tek rakip konumundaki teşebbüs olan Düzce Cam'ın, Trakya Cam'a kıyasla oldukça küçük bir üretici olduğu, ithalatla birlikte dahi özellikle belli ürünlerde rekabetçi baskı uygulayabilmesinin mümkün olmadığı ve ürün farklılaştırmasının da büyük oranda kısıtlı olduğu piyasada yalnızca fiyat rekabeti gerçekleştirebildiği; ürünlerini Trakya Cam'a kıyasla (.....) civarında daha uygun fiyatlarla piyasaya sunduğu anlaşılmaktadır.
- (51) Müşterilerin piyasadaki konumları söz konusu olduğunda ise, 24.1.2013 tarih ve 13-07/73-42 sayılı Kurul kararıyla bireysel muafiyet tanınan ve Trakya Cam tarafından Isıcam üretiminde kullanılacak ürünlere ilişkin getirdiği sınırlama dışında, piyasada bulunan alıcıların münhasırlık vb. dikey sınırlamalarla karşılaştığına yönelik bir bulguya rastlanılmamıştır. Düzce Cam yetkilisi tarafından verilen bilgilerden de müşterilerle temas kurma ve ürün tedarik etme hususunda bir sorunla karşılaşmadıkları anlaşılmaktadır.
- (52) Başvuru ele alındığında, söz konusu uygulamanın hakim durumda bulunduğu tespit edilen Trakya Cam tarafından 27.10.2014-17.11.2014 tarihleri arasında uygulandığı, uygulama çerçevesinde iki birim düz cam temin edildiğinde kaplamalı ya da lamine camların bir birimine ilave %10 iskonto verildiği, bu kampanyanın müşterilere e-posta yoluyla duyurulduğu anlaşılmaktadır. Söz konusu uygulama, dışlayıcı uygulamalar arasında sayılan indirim sistemleri başlığı altında incelenebilecektir.
- (53) Kılavuz'un 5.5. kenar başlığı altında yer verildiği üzere indirim sistemleri, müşterilere belirli bir satın alma davranışında bulunmaları karşılığında sunulan fiyat indirimlerini ifade etmektedir. İndirim sistemleri, ticari hayatın dinamik koşulları altında çok farklı görünümde ortaya çıkabilmekte yapıları, işleyişleri ve etkileri bakımından çeşitlilik arz etmektedir. İndirim sistemlerinin sınıflandırılmasında en temel ayırım, tek ürün indirimleri ile paket indirimleri arasında yapılabilir. Herhangi bir indirim sisteminde indirimin kazanılabilmesi, tek bir ürünün satın alınması koşuluna bağlanmışsa bu tür indirimler "tek ürün indirimleri" olarak kabul edilmektedir. Bununla birlikte, indirim sisteminde yer alan satın alma koşulu birden çok ürünü veya pazarı kapsıyorsa söz konusu indirimler "paket indirimleri" olarak nitelendirilmektedir. Trakya Cam tarafından uygulamaya konulan kampanyanın paket indirimleri tanımına uyduğu görülmektedir.
- (54) Yapılan uygulamanın rekabeti kısıtlayıcı etkiler doğurup doğurmadığının tespitine yönelik olarak öncelikle başvuru sahibi Düzce Cam yetkilisinden uygulamanın kendilerine etkileri ile ilgili olarak bilgi alınmış, sonrasında ise Trakya Cam'da gerçekleştirilen yerinde incelemeyle, uygulamanın hayata geçirilmesinin gerekçesinin tespitine çalışılmıştır. Bunları takiben her iki teşebbüsten istenen satış, fiyat, stok vb. verilerin uygulama dönemindeki seyri geçmiş yılların aynı dönemiyle karşılaştırılması yoluna gidilerek uygulamanın piyasaya olan etkisinin ortaya konulması amaçlanmıştır.



- (55) Söz konusu uygulamanın hayata geçmesi ile birlikte Düzce Cam, kaplamalı cam üretimi bulunmadığından, ancak fiyat indirimiyle müşteri kaybını önlediklerini ifade etmiştir. Trakya Cam'da gerçekleştirilen yerinde incelemede ise dönem dönem bütçe hedeflerinin tutturulması için veya müşteri talepleri doğrultusunda benzer kampanyaların hayata geçirildiği; başvuruya konu kampanyanın, geçmiş yıllara kıyasla oldukça yüksek seyreden stok miktarlarının eritilebilmesi amacıyla yapıldığı ve etkisinden memnun kalınmadığından kampanyaya kısa süre içerisinde son verildiği anlaşılmıştır. Yerinde incelemede elde edilen 'Jumbo DC' konulu e-postada da; 17 Kasım tarihinden itibaren başvuru konusu kampanyanın sonlandırılıp yeni bir kampanya uygulamasına geçileceği ifade edilmiş olup, kampanyanın kısa süreli uygulandığı ifadelerini doğrulamaktadır.
- (56) Trakya Cam yetkilileri tarafından ileri sürülen stok miktarlarının yüksek seyrettiği iddiasının incelenmesinden, kampanyanın başladığı 2014 yılı Ekim ayında düz cam ve kaplamalı cam stokunun 2013 yılı Ekim ayına kıyasla (.....) oranda arttığı anlaşılmaktadır. Bununla beraber, söz konusu uygulama düz cam stoklarında Ağustos ayından Ekim ayına dek görülen artış eğilimini yavaşlatmış olsa da, kuvvetli bir etki oluşturamamıştır. (.....).
- (57) Özellikle kaplamalı cam stok miktarlarının artışında 2013 yılı ortasında faaliyete alınan ve iç pazara da hizmet veren Bulgaristan fabrikasında kaplamalı cam üretiminin başlamasıyla birlikte toplam üretim miktarında yaşanan artışa bağlı olduğu değerlendirilmektedir.
- (58) Stok miktarlarının analizini takiben, söz konusu uygulamanın her iki teşebbüsün satışları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Trakya Cam ve Düzce Cam'ın 2013 ve 2014 yıllarındaki aylık satış miktarlarının seyrine dosya içeriğinde yer verilmiştir. Bu çerçevede, Trakya Cam satışlarına bakıldığında (.....), kaplamalı camda bir önceki yılın satış seyrini takip ettiği görülmekte, kampanyanın özellikle kaplamalı camlar açısından etkili olmadığı anlaşılmaktadır. Düzce Cam satışlarına bakıldığında ise 2013 yılının aynı dönemindeki düşüşün aksine, kampanya döneminde satışların sabit seyrettiği anlaşılmaktadır.
- (59) Düzce Cam tarafından uygulanan düz cam fiyatları, Trakya Cam tarafından sunulan fiyatlara kıyasla yaklaşık (.....) civarında düşük seyretmektedir. Söz konusu kampanyanın uygulamaya konmasının bu durumu değiştirmede, kaplamalı camlar için sunulan ilave %10 iskontoya Düzce Cam tarafından düz cam ürünlerinde fiyat indirimine gidilmesi yoluyla yanıt verildiği, bu sayede Düzce Cam'ın müşteri kaybını önlediği anlaşılmaktadır.
- (60) Her ne kadar stok değerlerinin yüksek seyretmesinin indirim sistemi uygulamasında başlı başına haklı bir gerekçe olarak kabul edilmesi mümkün değilse de, dosya kapsamında elde edilen bulgular çerçevesinde başvuruya konu kampanyanın çok kısa süreli uygulandığı, kaplamalı camda yapılan ilave iskontoya karşın özellikle basit düz cam ürünlerinde iki teşebbüs arasındaki fiyat farkının korunduğu, uygulamanın piyasada rakip teşebbüs Düzce Cam'ın satışlarının azalması, müşteri kaybetmesi, maliyetin altına düşülmesi ve pazar dışına çıkarılması gibi bir etkiye yol açmadığı değerlendirilmektedir.
- (61) Yapılan tespitler, elde edilen bilgiler ve değerlendirmeler ışığında Trakya Cam'ın, indirim sistemleri uygulamak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiği ve hâkim durumunu kötüye kullandığı yönünde bir bulguya rastlanılmamıştır.

**15-08/110-46**

**J. SONUÇ**

- (62) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre; 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca şikayetin reddi ile soruşturma açılmamasına OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.