

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

**REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2020-3-019 (Soruşturma)  
Karar Sayısı : 21-53/747-360  
Karar Tarihi : 28.10.2021

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

Başkan : Birol KÜLE  
Üyeler : Şükran KODALAK, Ahmet ALGAN, Hasan Hüseyin ÜNLÜ,  
Ayşe ERGEZEN, Cengiz ÇOLAK

**B. RAPORTÖRLER :** Şamil PİŞMAF, İbrahim Hilmi KOÇAK, İbrahim ŞAHİN,  
Ahmet SAĞDUYU, Cihan TİGAN, Muhammed Ali BEKTEMUR,  
Büşranur ÖZCAN

**C. BAŞVURANLAR :** - Re'sen  
- Gizlilik Talebi Bulunmaktadır.  
- Gizlilik Talebi Bulunmaktadır.

**D. HAKKINDA SORUŞTURMA YAPILANLAR:**

- 1) BİM Birleşik Mağazalar A.Ş.  
Temsilcileri: Metin PEKTAŞ, Av. Deniz KIVANÇ,  
Av. Derviş Boran BEYSÜLEN  
19 Mayıs, Dr. Hüsnü İsmet Öztürk Sk. No:5 Şişli İSTANBUL
- 2) CarrefourSA Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş.  
Temsilcileri: Av. Şahin ARDIYOK, Av. Armanç CANBEYLİ  
Büyükdere Cad. Bahar Sok No: 13 River Plaza Kat 11-12 Levent, Şişli  
İSTANBUL
- 3) Çağrı Gıda Temizlik Maddeleri İnşaat Sanayi ve Ticaret A.Ş.  
Temsilcileri: Av. Veysel DAĞAŞAN, Av. Fatih YEL  
Tercüman Sitesi A-5 Blok Zemin Kat Daire:4 Cevizlibağ Zeytinburnu  
İSTANBUL
- 4) Metro Grosmarket Bakırköy Alışveriş Hizmetleri Tic. Ltd. Şti.  
Temsilcileri: Av. Şahin ARDIYOK, Av. Bora İKİLER, Av. Hazar BAŞAR  
Büyükdere Cad. Bahar Sok No: 13 River Plaza Kat 11-12 Levent, Şişli  
İSTANBUL
- 5) Migros Ticaret A.Ş.  
Temsilcisi: Av. Özlem TAVASLIOĞLU, Av. Elif Açılyla BALKI  
Atatürk Mahallesi, Turgut Özal Bulvarı, No:7 Ataşehir İSTANBUL
- 6) Şok Marketler Ticaret A.Ş.  
Temsilcisi: Av. Meryem Kübra ŞIVGIN  
Büyükdere Cad. Kaynak Apt. No:157/11 Zincirlikuyu Şişli İSTANBUL
- 7) Yeni Çağdaş İhtiyaç ve Gıda Maddeleri İnş. Tic. Ltd. Şti.  
Temsilcileri: Av. Hayrettin KENT, Av. H. Kübra KENT,  
Av. Ş. Kerem KENT, Av. Gülşah ALGIN  
Söğütözü Mah. 2176. Sok. Platin Tower İş Merkezi No:7/44 Kat:12  
Çankaya ANKARA
- 8) Yeni Mağazacılık A.Ş.  
Temsilcileri: Av. H. Emre ÖNAL, Av. Murat BALCI, Av. İpek İNCE

Büyükdere Cad. Bahar Sok. No:13 River Plaza Kat:17 Levent  
İSTANBUL

- 9) Yunus Market İşletmeleri Ticaret A.Ş.  
İstanbul Yolu 24. km Saray Mah. Aygersan Kavşağı 1023. Sok. No 3  
Saray Kazan ANKARA
- 10) Gratis İç ve Dış Tic. A.Ş.  
Temsilcileri: Av. Umut KOLCUOĞLU, Neyzar ÜNÜBOL,  
Av. Ali TUNÇSAV  
Sağlam Fikir Sok. Kelebek Çıkmazı No:5 Esentepe İSTANBUL
- 11) A.S. Watson Güzellik ve Bakım Ürünleri Tic. A.Ş.  
Temsilcileri: Bahadır BALKI, Ertuğrul Can CANBOLAT,  
Mustafa AYNA, Özlem BAŞIBÖYÜK  
Çamlıca Köşkü Tekkeci Sok. No:3-5 Arnavutköy Beşiktaş İSTANBUL
- 12) Banvit Bandırma Vitaminli Yem San. A.Ş.  
Temsilcileri: Dr. M Fevzi TOKSOY, Bahadır BALKI, Fırat EĞRİLMEZ,  
Seniha İrem AKIN  
Çamlıca Köşkü Tekkeci Sok. No:3-5 Arnavutköy Beşiktaş İSTANBUL
- 13) Beypi Beypazarı Tar. Ür. Paz. San. Tic. A.Ş.  
Temsilcisi: Av. Bülent Turhan GÜNDÜZ  
Şair Nazım Sokak No:5 Ayrancı ANKARA
- 14) Colgate-Palmolive Temizlik Ürün. San. ve Tic. A.Ş.  
Temsilcileri: Av. Gönenç GÜRKAYNAK, Av. Öznur İNANILIR,  
Av. Yeşim YARGICI  
Çitlenbik Sok. No:12 Yıldız Mah. Beşiktaş İSTANBUL
- 15) Dalan Kimya End. A.Ş.  
Temsilcileri: Av. Serkan MUTLUEL  
Ankara Cad. No:81 Bayraklı Tower K:14 D:97-98 Bayraklı İZMİR
- 16) Dentavit Sağlık Ürünleri Tic. Ltd. Şti.  
Temsilcileri: Av. Mehmet Burak KÜÇÜKİSLAMOĞLU  
19 Mayıs Mah. 19 Mayıs Cad. No:37 Ubm Plaza Kat:8/26 Şişli  
İSTANBUL
- 17) Eczacıbaşı Tüketim Ürün. San. ve Tic. A.Ş.  
Temsilcileri: Av. Prof. Dr. İ. Yılmaz ASLAN, Av. Orhan ÜNAL  
Gazi Umur Paşa Sok. Bimar Plaza 38/8 Balmumcu Beşiktaş  
İSTANBUL
- 18) Evpaş Evyap Paz. ve Tic. A.Ş.  
Temsilcileri: Av. Altuğ GÜZELDERE, Av. Tuğba VURAL  
İnönü Cad, 19/9-11, Dilaram Apt.- Gümüşsuyu, Taksim, İSTANBUL
- 19) Johnson and Johnson Sıhhi Malzeme San. ve Tic. Ltd. Şti.  
Temsilcileri: Av. Şahin ARDIYOK, Av. Bora İKİLER,  
Av. Sercan SAĞMANLIGİL  
Büyükdere Cad. Bahar Sok No: 13 River Plaza Kat 11-12 Levent, Şişli  
İSTANBUL
- 20) Karizma Beşler Et Gıda Sanayi Ve Tic. A.Ş.  
Temsilcileri: Dr. M. Fevzi TOKSOY, Bahadır BALKI,  
Ertuğrul Can CANBOLAT, Nabi Can ACAR, Burak Buğrahan SEZER  
Çamlıca Köşkü Tekkeci Sok. No:3-5 Arnavutköy Beşiktaş İSTANBUL

- 21) Katmer Un İrmik San. ve Tic. A.Ş.  
Sincan Organize Sanayi Bölgesi Kazakistan Cad. No:2 Sincan ANKARA
- 22) Küçükbaş Yağ ve Deterjan Sanayi A.Ş.  
Temsilcileri: Av. Prof. Dr. Vural SEVEN, Av. Bahadır DOĞANCI,  
Av. Giray TAMER, Av. Aydın UÇARKUŞ  
Cumhuriyet Bulvarı No:127 Çiftçi Apt. Daire:3 Alsancak İZMİR
- 23) Nestle Türkiye Gıda Sanayi A.Ş.  
Temsilcisi: Sezin ELÇİN CENGİZ  
Ferko Signature Büyükdere Cad. No:175 Kat:10 Levent İSTANBUL
- 24) Nivea Beiersdorf Kozmetik San. ve Tic. A.Ş.  
Temsilcileri: Av. Efser Zeynep ERGÜN, Av. Sibel YILMAZ ATİK  
İzzet Paşa Mah. Yeni Yol Cad. Nuro Tower No:3 Kat:2 Şişli İSTANBUL
- 25) Procter & Gamble Tüketim Malları San. A.Ş.  
Temsilcileri: Av. İlmutluhan SELÇUK, Av. Artun ATAK  
Ebulula Mardin Cad. No:57 Akatlar Beşiktaş İSTANBUL
- 26) Savola Gıda ve San. Tic. A.Ş.  
Temsilcileri: Av. Gönenç GÜRKAYNAK, Av. Sinem UĞUR,  
Av. Büşra KİRİŞÇİOĞLU  
Çitlenbik Sok. No:12 Yıldız Mah. Beşiktaş İSTANBUL
- 27) Söke Değirmencilik San. ve Tic. A.Ş.  
Temsilcileri: Dr. M. Fevzi TOKSOY, Bahadır BALKI, Mehmet SALAN,  
Umay RONA  
Çamlıca Köşkü Tekkeci Sok. No:3-5 Arnavutköy Beşiktaş İSTANBUL
- 28) Türk Henkel Kimya San. ve Tic. A.Ş.  
Temsilcileri: Av. Şahin ARDIYOK, Dilara YEŞİLYAPRAK, Av. Aslı AK  
Büyükdere Cad. Bahar Sok. No:13 River Plaza Kat:11-12 Levent Şişli İSTANBUL
- 29) Unilever Sanayi ve Ticaret Türk A.Ş.  
Temsilcileri: Av. Hakan ÖZGÖKÇEN, Av. Zümrüt ESİN,  
Av. Sinan DİNİZ, Av. Ceren SEYMENOĞLU, Av. Ceren GÖKTÜRK,  
Av. Cem BURAN  
Ebulula Mardin Cad. Gül Sok. No:2 Maya Park Tower Akatlar Beşiktaş İSTANBUL
- 30) Gıda Perakendecileri Derneği  
Ayazmadere Cad. No:12 Akşit Plaza Kat:7 Dikilitaş Beşiktaş İSTANBUL

- (1) **E. DOSYA KONUSU: COVID-19 salgını sürecinde, perakende gıda ve temizlik ürünleri ticareti ile iştigal eden zincir marketler ile bunların tedarikçileri konumunda olan üretici ve toptancı seviyesindeki teşebbüslerin fiyatlama davranışlarının incelenmesi.**
- (2) **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Perakende gıda ve temizlik ürünleri ticareti ile iştigal eden zincir marketler ile bunların tedarikçileri konumunda olan üretici ve toptancı seviyesindeki teşebbüslerin fiyatlama davranışları ile 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 4. maddesini ihlal ettikleri iddiası.
- (3) **G. DOSYA EVRELERİ:** Ülkemizde ilk COVID-19 vakasının duyurulmasının ardından gıda ve temizlik ürünleri ile koruyucu ürünlerde arz sıkıntıları ve/veya aşırı fiyat artışları

gözlenmiştir. Bu çerçevede, Kurumumuza yapılan şikâyetlerin yanında 27.03.2020 tarihinde Mali Suçları Araştırma Kurulu (MASAK), 23.03.2020 tarihinde tamamlanmış olan ve zincir marketlerin geriye doğru fiyat hareketlerinin geometrik ortalamalarının yer aldığı *Excel* çalışmasını Kurumumuza iletmiştir.

- (4) Bu gelişmeler üzerine düzenlenen 30.03.2020 tarih ve 2020-3-019/BN sayılı Bilgi Notu 31.03.2020 tarihli Kurul toplantısında ele alınmış, Rekabet Kurulunun (Kurul) 20-17/242-M sayılı kararı ile COVID-19 salgını sürecinde, perakende gıda ve temizlik ürünleri ticareti ile iştigal eden zincir marketler ile bunların tedarikçileri konumunda olan üretici ve toptancı seviyesindeki teşebbüslerin fiyatlama davranışları ile 4054 sayılı Kanun'un 4. ve 6. maddelerini ihlal edip etmediklerinin tespiti amacıyla önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.
- (5) Önaraştırma kararının ardından sektörde faaliyet gösteren; BİM Birleşik Mağazalar A.Ş. (BİM), CarrefourSA Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş. (CARREFOURSA), Çağrı Gıda Temizlik Maddeleri İnşaat Sanayi ve Ticaret A.Ş. (ÇAĞRI), Metro Grosmarket Bakırköy Alışveriş Hizmetleri Tic. Ltd. Şti. (METRO), Migros Ticaret A.Ş. (MİGROS), Şok Marketler Ticaret A.Ş. (ŞOK), Yeni Çağdaş İhtiyaç ve Gıda Maddeleri İnş. Tic. Ltd. Şti. (ÇAĞDAŞ), Yeni Mağazacılık A.Ş. (A101), Yunus Market İşletmeleri Ticaret A.Ş. (YUNUS), Gratis İç ve Dış Tic. A.Ş. (GRATİS) ve A.S. Watson Güzellik ve Bakım Ürünleri Tic. A.Ş.'den (WATSONS) bilgi ve belge talebinde bulunulmuş olup bu kapsamda teşebbüsler tarafından gönderilen cevabi yazılar çeşitli tarih ve sayılarla Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. Önaraştırma döneminde de ani ve yüksek fiyat artışlarına dair pek çok başvuru Kuruma gönderilmiştir.
- (6) Önaraştırma neticesinde elde edilen bilgi ve belgeler ışığında hazırlanan 04.05.2020 tarihli 2020-3-19/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu Kurulun 07.05.2020 tarihli toplantısında görüşülmüş;

- 1.BİM
- 2.CARREFOURSA
- 3.ÇAĞRI
- 4.METRO
- 5.MİGROS
- 6.ŞOK
- 7.ÇAĞDAŞ
- 8.A101
- 9.YUNUS
- 10.GRATİS
- 11.WATSONS
- 12.Karizma Beşler Et Gıda Sanayi ve Tic. A.Ş. (BEŞLER)
- 13.Türk Henkel Kimya San. ve Tic. A.Ş. (HENKEL)
- 14.Banvit Bandırma Vitaminli Yem San. A.Ş. (BANVİT)
- 15.Savola Gıda ve San. Tic. A.Ş. (SAVOLA)
- 16.Söke Değirmencilik San. ve Tic. A.Ş. (SÖKE UN)
- 17.Katmer Un İrmik San. ve Tic. A.Ş. (KATMER UN)
- 18.Evpaş Evyap Paz. ve Tic. A.Ş. (EVYAP)
- 19.Procter & Gamble Tüketim Malları San. A.Ş. (P&G)
- 20.Colgate-Palmolive Temizlik Ürün. San. ve Tic. A.Ş. (COLGATE PALMOLIVE)
- 21.Beypi Beypazarı Tar. Ür. Paz. San. Tic. A.Ş. (BEYPI)
- 22.Küçükbay Yağ ve Deterjan Sanayi A.Ş. (KÜÇÜKBAY)
- 23.Johnson and Johnson Sıhhi Malzeme San. ve Tic. Ltd. Şti. (J&J)

- 24.Unilever Sanayi ve Ticaret Türk A.Ş. (UNILEVER)
- 25.Nivea Beiersdorf Kozmetik San. ve Tic. A.Ş. (NIVEA)
- 26.Dentavit Sağlık Ürünleri Tic. Ltd. Şti. (DENTAVIT)
- 27.Eczacıbaşı Tüketim Ürün. San. ve Tic. A.Ş. (ECZACIBAŞI)
- 28.Dalan Kimya End. A.Ş. (DALAN)
- 29.Nestle Waters Gıda ve Meşrubat San. ve Tic. A.Ş. (NESTLE WATERS)

hakkında 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edip etmediklerinin tespiti amacıyla aynı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmıştır.

- (7) Ayrıca 07.05.2020 tarih ve 20-23/298-145 sayı ile; 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin dördüncü fıkrası uyarınca kısa kararın tebliğinden dosyaya ilişkin soruşturma süreci tamamlanana kadarki süre zarfında gıda ve temizlik ürünlerinde yapılacak tüm fiyat artışları hakkında Kurumun belirleyeceği format ve süre içinde Kurumun bilgilendirilmesi şeklinde tedbir uygulanması kararı alınmıştır<sup>1</sup>. Söz konusu tedbir kararının soruşturma tarafı teşebbüslere bildiri 05.06.2020 tarihli, 7121 sayılı yazıyla yapılmıştır. Geçici tedbir kararı kapsamında soruşturma tarafı teşebbüslerden gelen haftalık fiyat artış verileri, 22.10.2020 tarih ve 20-47/648-M sayılı Kurul kararıyla tedbir kararının kaldırılmasına kadar her hafta Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (8) Başkanlık Makamının 11.05.2020 tarihli ve 6141 sayılı Olur'u ile soruşturmayı yürütecek raportörler görevlendirilmiş, 16.09.2020 tarihli, 12580 sayılı ve 02.02.2021 tarihli, 20187 sayılı Başkanlık olurları ile ek görevlendirmeler yapılmıştır.
- (9) 12.05.2020 tarihli ve muhtelif sayılı Soruşturma Bildirimleri; 14.05.2020 tarihinde A101, BEŞLER, CARREFOURSA, COLGATE PALMOLIVE, ÇAĞDAŞ, ÇAĞRI, DALAN, DENTAVIT, EVYAP, GRATIS, KATMER UN, KÜÇÜKBAY, METRO, MİGROS, NIVEA, P&G, SAVOLA, ŞOK, UNILEVER ve WATSONS'a; 15.05.2020 tarihinde BİM, ECZACIBAŞI, HENKEL, J&J, NESTLE WATERS, SÖKE UN ve YUNUS'a; 18.05.2020 tarihinde BEYPI'ye ve 21.05.2020 tarihinde BANVİT'e tebliğ edilmiş, taraflardan soruşturma kapsamında bazı bilgiler istenmiş ve 30 gün içinde birinci yazılı savunmalarını göndermeleri talep edilmiştir.
- (10) Soruşturma bildiri ile istenen bilgilere ilişkin cevabi ve ek cevabi yazılar çeşitli tarih ve sayılarla Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. NESTLE WATERS'ın tüzel kişiliğinin sona erdiği anlaşıldığından, Kurulun 21.05.2020 tarih ve 20-25/352-153 sayılı kararı ile soruşturma kapsamından çıkarılmasına, akabinde 21.05.2020 tarih ve 20-25/325-M sayı ile Nestle Türkiye Gıda Sanayi A.Ş. (NESTLE) hakkında 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlal edilip edilmediğinin tespiti amacıyla soruşturma açılmasına ve bu soruşturmanın Kurulun 07.05.2020 tarih ve 20-23/298-M sayılı kararı uyarınca başlatılan soruşturma ile birleştirilerek yürütülmesine karar verilmiştir. İlgili soruşturma bildiri NESTLE'ye 21.05.2020 tarihinde tebliğ edilmiştir.

---

<sup>1</sup> METRO, Ankara 14. İdare Mahkemesinde 2020/980 E. numarasıyla açmış olduğu davada Kurulun 07.05.2020 tarih ve 20-23/298-145 sayılı kararının ve bu kararın uygulanmasına yönelik 12.05.2020 tarih, 5234 sayılı işlemin tedbire ilişkin kısmının iptalini istemiştir. Mahkeme 16.07.2020 tarih ve 2020/980 E. sayılı kararı ile yürütmenin durdurulması istemini reddetmiştir. METRO mahkemenin bu kararına itiraz etmiş, itiraz Ankara Bölge İdare Mahkemesi 8. İdari Dava Dairesinin 17.09.2020 tarih ve 2020/511 E. sayılı kararı ile reddedilmiştir. ÇAĞRI da Ankara 14. İdare Mahkemesinde 2020/1909 E. numarasıyla açmış olduğu davada 07.05.2020 tarih ve 20-23/298-145 sayılı Kurul kararının yürütmesinin durdurulmasını talep etmiştir. Mahkemenin 04.11.2020 tarih ve 2020/1909 E. sayılı kararı ile yürütmenin durdurulması talebi reddedilmiştir.

- (11) Kurulun 28.05.2020 tarihli ve 20-26/328-M sayılı kararı ile Gıda Perakendecileri Derneği (GPD) hakkında 4054 sayılı Kanun'un ihlal edilip edilmediğinin tespiti amacıyla soruşturma açılmış ve bu soruşturmanın 07.05.2020 tarih ve 20-23/298-M sayılı kararı uyarınca başlatılan soruşturma ile birleştirilerek yürütülmesine karar verilmiştir. İlgili soruşturma bildirimi GPD'ye 02.06.2020 tarihli, 6893 sayılı yazı ile yapılmıştır.
- (12) Gelir İdaresi Başkanlığından 10.06.2020 tarihli ve 7355 sayılı yazı ile talep edilen bilgiler kapsamında HENKEL, P&G, COLGATE PALMOLIVE, J&J, UNILEVER ve ECZACIBAŞI'nın 2019 yılı net satış rakamları istenmiş, Gelir İdaresi Başkanlığının cevabi yazısı 11.06.2020 tarih, 5658 sayılı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (13) Soruşturma kapsamında 28.05.2020 tarihinde A101, BİM, HENKEL ve ŞOK'ta, 29.05.2020 tarihinde GPD, GRATİS, MİGROS, P&G ve UNILVER'de, 09.06.2020 tarihinde CARREFOURSA, COLGATE PALMOLIVE, ÇAĞRI ve NESTLE'de, 10.06.2020 tarihinde METRO ve WATSONS'ta, 11.06.2020 tarihinde ECZACIBAŞI, J&J, NIVEA ve SAVOLA'da, 02.06.2020 tarihinde BEYPI ve EVYAP'ta, 30.09.2020 tarihinde ÇAĞDAŞ ve YUNUS'ta, 01.12.2020 tarihinde KÜÇÜKBAY'da, 02.12.2020 tarihinde DALAN, BEŞLER, DENTAVİT ve BANVİT'te, 03.12.2020 tarihinde KATMER UN ve SÖKE UN'da, 12.01.2021 tarihinde ŞOK, MİGROS, CARREFOURSA, A101 ve BİM'de, 13.01.2021 tarihinde COLGATE PALMOLIVE, UNILEVER, ECZACIBAŞI, P&G ve HENKEL'de, 14.01.2021 tarihinde EVYAP'ta, 04.03.2021 tarihinde SAVOLA'da, 19.03.2021 tarihinde ise P&G'de yerinde incelemeler gerçekleştirilmiştir.
- (14) Teşebbüslerin birinci yazılı savunmaları çeşitli tarih ve sayılarla süresi içinde Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. EVYAP ve GPD tarafından birinci yazılı savunma gönderilmemiştir.
- (15) Soruşturma kapsamında soruşturma tarafı zincir marketlerin 2019 Aralık ayından itibaren Türkiye İstatistik Kurumu Başkanlığı (TÜİK) ile paylaştıkları verilerin TÜİK tarafından Kurum ile paylaşılması için YUNUS, ŞOK, MİGROS, BİM, ÇAĞDAŞ, CARREFOURSA ve A101'den 25.06.2020 tarih ve 8128 sayılı yazı ile onay istenmiş ve onay cevabi yazıları Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. TÜİK uhdesinde bulunan bahse konu verilerin Kurumumuzla paylaşılması amacıyla TÜİK'ten bilgi belge talebinde bulunulmuştur. TÜİK'in cevabi yazısı 25.08.2020 tarih ve 9071 sayılı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (16) Soruşturma sürecinde soruşturma tarafı olan ya da olmayan bazı teşebbüslerden dönem dönem bilgi taleplerinde bulunulmuş, bu bilgi taleplerine verilen cevaplar süresi içinde Kurum kayıtlarına girmiştir. Ayrıca soruşturma tarafı perakendecilere ürün tedarik eden teşebbüslere ilişkin belirli ürünler açısından 01.01.2018-20.09.2020 tarihleri arasında gerçekleştiren haftalık satış miktarı ve haftalık satış geliri (KDV dâhil) ve aynı tarih aralığında ilgili ürünlere dair (KDV dâhil) birim fiyat bilgilerini konu alan 14.10.2020 tarih ve 14279-14282 sayılı bilgi ve belge talebi yazıları ile yaklaşık 130 teşebbüsten bilgi talebinde bulunulmuştur. Söz konusu bilgi taleplerine ilişkin cevabi yazılar süresi içinde Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (17) Kurulun 22.10.2020 tarihli toplantısında, 20-47/647-M sayılı karar ile 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesi uyarınca soruşturmanın süresi bitiminden itibaren 6 (altı) ay uzatılmıştır. Aynı toplantıda, 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin dördüncü fıkrası uyarınca geçici tedbir alınmasına ilişkin 07.05.2020 tarihli ve 20-23/298-145 sayılı Kurul kararının birinci maddesinin kaldırılmasına 22.10.2020 tarih ve 20-47/648-M sayılı ile karar verilmiştir.

- (18) Eksun Gıda Tarım San. ve Tic. A.Ş. ve Oba Makarnacılık San. ve Tic. A.Ş.'de yerinde inceleme yapılabilmesi için Kanun'un 15. maddesindeki yetkilerin verilmesi talebini içeren 06.01.2021 tarihli ve 2020-3-019/BN-06 sayılı Bilgi Notu Kurulun 07.01.2021 tarihinde yapılan toplantısında görüşülmüş ve 21-01/14-M sayı ile Kanun'un 15. maddesindeki yetkilerin kullanılmasına karar verilmiştir.
- (19) Soruşturma safhası sonunda hazırlanan 31.03.2021 tarihli ve 2020-3-19/SR sayılı Soruşturma Raporu, Kanun'un 45. maddesinin birinci fıkrası uyarınca 01.04.2021 tarihinde Rekabet Kurulu üyelerine ve posta veya elektronik tebligat yoluyla soruşturma taraflarına tebliğ edilmiştir.
- (20) İkinci yazılı savunma süreci içerisinde soruşturmaya taraf bazı teşebbüslerce savunmalarını sunmaları için 4054 sayılı Kanun'un 45. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca ilave süre tanınması talebinde bulunulmuş; bu doğrultuda 15.04.2021 tarihli ve 21-22/253-M sayılı Kurul kararı ile süre uzatım talebinde bulunan tüm taraf teşebbüslerin ikinci yazılı savunma süreleri 30 gün uzatılmıştır.
- (21) Teşebbüslerin ikinci yazılı savunmaları çeşitli tarih ve sayılarla süresi içinde Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. Ancak ÇAĞDAŞ, ÇAĞRI, BEYPİ, KÜÇÜKBAY, DENTAVİT, DALAN ve GPD tarafından ikinci yazılı savunma hakkı kullanılmamıştır.
- (22) Gönderilen ikinci yazılı savunmaların kapsamının geniş olması, savunmalarda öne sürülen iddialar hakkında soruşturma taraflarından ya da üçüncü kişilerden bilgi talebinde bulunulması ihtiyacının hasıl olması nedenleriyle 22.06.2021 tarihinde sona erecek olan ek yazılı görüş süresinin, 4054 sayılı Kanun'un 45. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca 15 gün uzatılması talebi Kurulun 17.06.2021 tarihli toplantısında görüşülerek 21-31/396-M sayıyla ek yazılı görüş süresinin bitiminden itibaren 15 gün uzatılmasına karar verilmiştir.
- (23) Ek yazılı görüş kapsamında değerlendirilmek üzere SAVOLA, Nielsen Araştırma Hizmetleri Ltd. Şti. (NIELSEN) ve Ipsos Araştırma ve Danışmanlık Hizmetleri A.Ş.'den (İPSOS) bilgi talebinde bulunulmuş, cevabi yazılar süresi içinde Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (24) Teşebbüslerin savunmaları üzerine hazırlanan 07.07.2021 tarih ve 2020-3-019/EG sayılı Ek Yazılı Görüş 4054 sayılı Kanun'un 45. maddesi çerçevesinde Kurul üyeleri ve teşebbüslere tebliğ edilmiştir. Teşebbüslerin üçüncü yazılı savunmaları çeşitli tarih ve sayılarla süresi içinde Kurum kayıtlarına girmiştir. Taraflardan BEYPİ, DENTAVİT, KÜÇÜKBAY, GPD, DALAN, ÇAĞDAŞ üçüncü yazılı savunma hakkını kullanmamıştır.
- (25) 4054 sayılı Kanun'un 46. maddesi uyarınca sözlü savunma toplantısı yapılması talebi 24.09.2021 tarihli Kurul toplantısında ele alınmış ve 21-45/654-M sayı ile yapılmasına karar verilen tarih olan 27.10.2021 tarihinde sözlü savunma toplantısı gerçekleştirilmiştir.
- (26) Yürütülen soruşturmaya ilişkin Rapor, Ek Görüş, toplanan deliller, yazılı, sözlü savunmalar ve incelenen dosya muhteviyatına göre nihai karar tesis edilmiştir.
- (27) **H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda;
- I.a) A101, BİM, CARREFOURSA, MİGROS ve ŞOK arasında doğrudan veya ortak tedarikçiler aracılığıyla dolaylı temaslar yoluyla fiyatların ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlandığı; yine doğrudan veya ortak tedarikçiler aracılığıyla geleceğe dönük fiyatlar, fiyat geçiş tarihleri, dönemsel aktiviteler ve kampanyalar gibi rekabete hassas bilgilerin paylaşıldığı; fiyat indirimine giden veya pazar genelinde fiyatların arttığı dönemde henüz fiyat artışı yapmayan teşebbüslerin

fiyatlarına tedarikçiler aracılığıyla müdahale edilmek suretiyle söz konusu fiyatların tüketiciler aleyhine yükseltilmesinin sağlandığı; rakip fiyatlarının yükselmemesi halinde ürün ve/veya bölge özelinde süratle hayata geçirilen fiyat indirimleri ve/veya tedarikçiye iade faturası kesmek gibi cezalandırma stratejileri yoluyla teşebbüsler arasındaki danışıklılığa uyumun sürekli olarak gözetildiği; böylelikle adı geçen teşebbüslerin satışa sundukları pek çok ürünün perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt (hub and spoke) özelliği de sergileyen kartel niteliğindeki anlaşma veya uyumlu eylemler yoluyla, anılan teşebbüslerin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini açıkça ihlal ettikleri,

- b) Yukarıda adı geçen teşebbüslerle birlikte soruşturma tarafı tedarikçilerden SAVOLA ve P&G'nin de kendi ürünleri bakımından söz konusu perakendeciler arasında raf fiyatları ve fiyat geçişleri konusunda danışıklılığın/koordinasyonun sağlanması ve bu danışıklılığın sürdürülmesi, yine bu çerçevede perakendecilerin geleceğe dönük fiyatları ve fiyat geçiş tarihleri gibi rekabete hassas bilgilerin paylaşımına aracılık etmeleri yönüyle açıkça perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip topla-dağıt (hub and spoke) kartel görünümünde ortaya çıkan anlaşmalar veya uyumlu eylemler yoluyla 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettikleri ve bu ihlal nedeniyle perakendeciler ile birlikte ve eşit derecede sorumlu oldukları,
- c) Bu çerçevede A101, BİM, CARREFOURSA, MİGROS, ŞOK, SAVOLA ve P&G hakkında 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca idari para cezası uygulanması gerektiği,

II.a) Sağlayıcı/tedarikçi konumundaki SAVOLA'nın perakende seviyesinde faaliyet gösteren teşebbüslerin yeniden satış fiyatlarını belirlemek suretiyle de 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği,

- b) Bu nedenle adı geçen teşebbüs hakkında "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar İle Hakim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik'nin (Ceza Yönetmeliği) 4. maddesinin birinci fıkrasının (a) bendi ve 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca ayrıca idari para cezası uygulanması gerektiği,

III.a) ÇAĞRI, METRO, ÇAĞDAŞ, YUNUS, GRATİS, WATSONS, BEŞLER, HENKEL, BANVİT, SÖKE UN, KATMER UN, EVYAP, COLGATE PALMOLIVE, BEYPİ, KÜÇÜKBAY, J&J, UNILEVER, NIVEA, DENTAVİT, ECZACIBAŞI, DALAN, NESTLE ve GPD tarafından 4054 sayılı Kanun'un ihlal edildiğine yönelik bulguya ulaşılamadığından, ilgili teşebbüsler hakkında idari para cezası uygulanmasına yer olmadığı,

- b) Bununla birlikte soruşturma tarafı tüm tedarikçiler ve perakendecilerin gerek kendi pazarlarındaki rakiplerine gerekse de dikey ilişkide bulunan tarafların birbirlerinin rakiplerine ilişkin rekabete hassas bilgilerin değişiminden kaçınmaları, dikey ilişkide buldukları taraflarla yalnızca kendilerine ait bilgileri paylaşabileceklerinin hatırlatılması, aksi halde haklarında soruşturma açılacağı yönünde soruşturma taraflarına görüş yazısı gönderilmesinin uygun olacağı

kanaat ve sonucuna ulaşılmıştır.



## **I. İNCELEME, GEREKÇE ve HUKUKİ DAYANAK**

### **I.1. Hakkında Soruşturma Yürütülen Teşebbüsler**

#### **I.1.1. Hakkında Soruşturma Yürütülen Perakendeci Teşebbüsler**

##### **I.1.1.1. A101**

- (28) Perakende, denizcilik, sağlık, tekstil ve yapı gibi alanlarla iştigal eden ve bünyesinde Memorial Sağlık Grubu, Aydın Örme, English Home gibi şirketleri barındıran Turgut Aydın Holding A.Ş. tarafından kontrol edilen A101, 2008 yılından bu yana perakende mağazacılık alanında faaliyet göstermektedir. Teşebbüsün Türkiye genelinde yaklaşık 10.000 mağazası bulunmaktadır.

##### **I.1.1.2. BİM**

- (29) Teşebbüs 1995 yılında 21 mağaza ile temel gıda ve tüketim malzemeleri alanında perakendecilik faaliyeti göstermeye başlamıştır. Halihazırda BİM'in, Türkiye çapında yaklaşık olarak 7600 mağazası (File<sup>2</sup> ile birlikte) bulunmakta olup ürün portföyünde yaklaşık 750 ürün mevcuttur.

##### **I.1.1.3. CARREFOURSA**

- (30) 1991 yılında kurulan teşebbüs 1993 yılından beri organize perakende sektöründe faaliyet göstermektedir. 1996 yılında Sabancı Holding ile Carrefour Grubu'nun gerçekleştirdiği ortaklık sonucunda ilk CARREFOURSA marketi Adana'da açılmıştır. 2005 yılında Gima ve Endi unvanlı marketleri devralan, 2015 yılında İsmar ve 1e1 unvanlı marketlerden toplamda 55 mağaza satın alan CARREFOURSA, ayrıca Kiler Alışveriş Hizmetleri Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin %85 hissesini satın almıştır. Türkiye çapında 52 ilde 647 mağazası bulunmaktadır.

##### **I.1.1.4. ÇAĞDAŞ**

- (31) 1996 yılında kurulmuş olan teşebbüs organize gıda perakendeciliği alanında faaliyet göstermektedir. ÇAĞDAŞ'ın Ankara ve Eskişehir illerinde toplam 112 mağazası bulunmaktadır.

##### **I.1.1.5. ÇAĞRI**

- (32) 1998 yılında İstanbul'da kurulan teşebbüs, perakende mağazacılık alanında faaliyet göstermektedir. 58 adet İstanbul'da ve dört adet Kocaeli'nde olmak üzere toplam 62 mağazası bulunan ÇAĞRI bir aile şirketi olarak faaliyetlerine devam etmektedir.

##### **I.1.1.6. METRO**

- (33) Dünyada 35 ülkedeki 760'tan fazla mağazası ile "toptancı market" konseptinde faaliyet gösteren uluslararası perakende şirketi METRO, Türkiye'deki ilk mağazasını 1990 yılında İstanbul'da açmıştır. Türkiye genelinde 21 ilde toplam 37 adet mağazası bulunmaktadır.

---

<sup>2</sup> BİM'e ait olup 2015 yılından itibaren faaliyete geçtiği anlaşılan, BİM markalı mağazalara kıyasla daha büyük alanlı ve daha fazla ürünün satışa sunulduğu FILE mağaza zinciridir.

### I.1.1.7. MİGROS

(34)

(.....TİCARİ SIR.....)<sup>3, 4</sup>

- (35) 2011 yılında MİGROS ve diğer hissedarlar tarafından Şok mağazaları, Yıldız Holding A.Ş. iştirakleri Gözde Finansal Hizmetler A.Ş. ve Bizim Toptan Satış Mağazaları A.Ş.'ye devredilmiştir<sup>5</sup>. 2015 yılındaki unvanıyla Anadolu Endüstri Holding A.Ş., MOONLIGHT kontrolündeki MH Perakendecilik ve TAŞ'nin (MH PERAKENDECİLİK) sermayesinin %(.....) satın alarak MİGROS'un kontrolünü dolaylı olarak devralmıştır<sup>6</sup>. Ardından 2017 yılında, Anadolu Endüstri Holding A.Ş. MH PERAKENDECİLİK sermayesinin kalan %(.....) de satın almıştır. MH PERAKENDECİLİK halihazırda MİGROS hisselerinin %(.....) sahiptir.

(36)

(.....TİCARİ SIR.....)<sup>7, 8</sup>

- (37) MİGROS gıda ve ihtiyaç maddelerinin yanı sıra, kozmetik, kırtasiye, züccaciye, elektronik, kitap ve tekstil gibi kategorilerde perakende mağazacılık sektöründe faaliyet göstermektedir. Mevcut durumda yurtiçinde 81 ilde, yaklaşık (.....) olmak üzere toplam yaklaşık (.....) mağazası bulunmaktadır.

### I.1.1.8. ŞOK

- (38) 1995 yılında kurulan ŞOK, ağırlıklı olarak gıda perakendeciliği alanında faaliyet göstermektedir. 2019 yılı sonu itibarıyla ŞOK'un Türkiye genelinde yaklaşık 6.500 mağazası ve 29.738 personeli bulunmaktadır. ŞOK'un üç bağlı ortaklığı bulunmaktadır. Bunlar; Taze Sebze Meyve Sanayi ve Ticaret A.Ş., Teközel Gıda Temizlik Sağlık Marka Hiz. San. ve Tic. A.Ş. (TEKÖZEL) ve UCZ Mağazacılık Ticaret A.Ş.'dir (UCZ). Perakende sektöründe faaliyet gösteren UCZ ve toptan seviyede satış yapan Bizim Toptan Satış Mağazaları A.Ş.'nin kontrolü dolaylı olarak ŞOK'un hissedarlarında bulunmaktadır.

### I.1.1.9. YUNUS

- (39) YUNUS 1989 yılından bu yana perakende mağazacılık alanında bir aile şirketi olarak faaliyet göstermektedir. Teşebbüsün Ankara, Çankırı, Çorum, Düzce, İzmit, Kırşehir, Sakarya, Sivas, Aksaray, Amasya, Tokat ve Yozgat illerinde toplam yaklaşık 100 mağazası bulunmaktadır.

### I.1.1.10. GRATİS

- (40) GRATİS kozmetik ve kişisel bakım ürünlerinin perakende satışı alanında 2009 yılından beri faaliyette bulunmaktadır. Teşebbüsün hisselerinin tamamı Sedes İç ve Dış Ticaret

---

<sup>3</sup> (.....)

<sup>4</sup> (.....)

<sup>5</sup> İşleme Kurulun 17.08.2011 tarih ve 11-45/1044-357 sayılı kararı ile izin verilmiştir.

<sup>6</sup> İşleme Kurulun 09.07.2015 tarih ve 15-29/420-117 sayılı kararı ile koşullu izin verilmiştir.

<sup>7</sup> (.....)

<sup>8</sup> (.....)

A.Ş.'e aittir. ACTERA<sup>9</sup> ve Demir SABANCI<sup>10</sup>; SEDES ve dolayısıyla GRATIS üzerinde ortak kontrol tesis etmiştir<sup>11</sup>.

#### **I.1.1.11. WATSONS**

- (41) Her türlü güzellik ve kişisel bakım ürünlerinin, araç-gereç ve aksesuarlarının perakende ticareti ile iştiğal eden teşebbüs, Türkiye'de 59 ilde 350'nin üzerinde mağaza ile faaliyetlerini sürdürmektedir.

#### **I.1.2. Hakkında Soruşturma Yürütülen Üretici/Tedarikçi Teşebbüsler ve GPD**

##### **I.1.2.1. BANVİT**

- (42) Faaliyetine 1968 yılında karma yem üreticisi olarak başlayan BANVİT, 1984 yılında piliç eti üretimine başlamıştır. Elazığ, İzmir ve Bandırma olmak üzere üç farklı lokasyonda üretim yapan teşebbüsün üretim portföyünde; çiğ piliç, hindi eti ürünleri, soslu ürünler grubu, tüketilmeye hazır pişmiş ürünler ve şarküteri ürünleri bulunmaktadır.

##### **I.1.2.2. BEŞLER**

- (43) Kırmızı et ve et ürünleri sektöründe faaliyet gösteren BEŞLER, 1945 yılında İstanbul'da kurulmuştur.

##### **I.1.2.3. BEYPİ**

- (44) Piliç eti üretimi ve satışı faaliyetinde bulunan BEYPİ 1986 yılında Bolu'da kurulmuştur. Teşebbüs üretimlerini entegre olarak gerçekleştirmekte ve bu kapsamda kuluçkalık yumurta, civciv, canlı piliç, yem ve yumurta üretimi ve satışı da yapmaktadır. BEYPİ'nin mevcut durumda (.....) ortağı vardır.

##### **I.1.2.4. COLGATE PALMOLIVE**

- (45) Başlıca olarak Colgate, Palmolive, Irish Spring, Hacışakir, Protex ve Lady Speed Stick markaları ile ağız bakım, kişisel bakım ve ev bakım ürünleri üretimi, pazarlanması, dağıtımı, ithalatı ve ihracatı alanlarında faaliyet gösteren COLGATE PALMOLIVE 1995 yılında İstanbul'da kurulmuştur.

##### **I.1.2.5. DALAN**

- (46) Kalıp ve sıvı sabun, şampuan, saç kremi, duş jeli, vücut yağı, vücut losyonu, el ve vücut kremi ve tıraş kremi gibi kişisel bakım ürünleri üretimi gerçekleştiren DALAN 1971 yılında İzmir'de kurulmuştur.

##### **I.1.2.6. DENTAVIT**

- (47) Başlıca olarak Rocs, Firefly, Flipper ve Steripod markaları ile diş macunu, diş fırçası, ağız çalkalama suyu, diş fırçası saklama kabı gibi ağız bakım ürünlerinin tedariki, dağıtımı ve pazarlanması alanlarında faaliyet gösteren DENTAVIT, 2011 yılında kurulmuştur.

---

<sup>9</sup> Kurumsal yatırımcıları bünyesinde barındıran bir özel sermaye şirketi olan ACTERA Türkiye'de reklamcılık, medya, spor kulübü işletmeciliği, havacılık yer hizmetleri, otomotiv yedek parça (sızdırmazlık profilleri), anne bebek ve çocuk ürünleri ve giyimi, ambalaj üretimi, kozmetik ve kişisel bakım ürünlerinin perakende satışı faaliyetlerinde bulunmaktadır.

<sup>10</sup> Demir SABANCI, kozmetik ve kişisel bakım ürünlerinin perakende satışı faaliyetlerinin yanı sıra plastik ve kauçuk bazlı paketleme malzemeleri ve sigorta acenteliği ve aracılık faaliyetlerinde de bulunmaktadır.

<sup>11</sup> İşleme Kurulun 14.12.2017 tarih ve 17-41/646-284 sayılı kararı ile izin verilmiştir.

### **I.1.2.7. ECZACIBAŞI**

- (48) Selpak, Solo ve Uni gibi markaları ile temizlik kağıtları, kişisel bakım ve kozmetik, bebek bakım, ev bakım, ev dışı (profesyonel) temizlik, hijyen ve gıda kategorilerindeki ürünlerin üretim, satış ve dağıtım alanlarında faaliyet gösteren ECZACIBAŞI 1969 yılında İpek Kağıt Sanayi ve Ticaret A.Ő. (teşebbüsün unvanı 2017 yılında deęiŐmiştir) unvanıyla kurulmuştur.

### **I.1.2.8. EVYAP**

- (49) Duru, Fax, Arko, Evy Baby, Emotion, Blade, Belissima ve Activex gibi markaları ile sabun ve kişisel bakım sektöründe faaliyet gösteren EVYAP 1976 yılında kurulmuştur.

### **I.1.2.9. HENKEL**

- (50) Başlıca olarak Persil, Vernel, Perwoll, Pril, Bref, Blendax, Gliss, Palette, Diadermine, Fa ve Pritt gibi markaları ile deterjan, ev bakım/temizlik, kişisel bakım ve yapıştırıcı kategorilerinde üretim, ithalat, satış ve pazarlama alanlarında faaliyet gösteren HENKEL, 1963 yılında kurulmuştur.

### **I.1.2.10. J&J**

- (51) Türkiye’de Johnson’s Baby, Neutrogena, Listerine, Le Petit Marseillias, Roc ve Ogx markaları ile ilaç, tıbbi cihaz, tüketici sağlığı (duş jeli, ıslak mendil, Şampuan, sıvı sabun vb.) ve göz sağlığı ürünlerinin imalatı, toptan ve perakende satışı, ihracatı ve ithalatı alanlarında faaliyet gösteren J&J, 1974 yılında kurulmuştur.

### **I.1.2.11. KATMER UN**

- (52) Buğday unu sektöründe faaliyet gösteren KATMER UN 1995 yılında kurulmuştur.

### **I.1.2.12. KÜÇÜKBAY**

- (53) Orkide, Ekiz ve Oba gibi markaları ile her çeşit yemeklik yağ üretimi ve satışı gerçekleştiren KÜÇÜKBAY, 1978 yılında kurulmuştur.

### **I.1.2.13. NESTLE**

- (54) Başta Şekerleme, kahve ürünleri, bebek beslenmesine yönelik ürünler, ev dışı ürünler, evcil hayvan yiyecekleri, kahvaltı gevrekleri, sütlü içecekler ve sağlıklı beslenme ürünleri dahil olmak üzere çeşitli yiyecek ve içecek ürünlerinin üretimi, pazarlanması ve satışı alanlarında faaliyet gösteren NESTLE, 1875 yılında kurulmuştur.

### **I.1.2.14. NIVEA**

- (55) NIVEA, Beiersdorf AG’nin sahip olduğu markaların kozmetik ürünlerinin Türkiye’de satışı, dağıtımı, geliştirilmesi ve pazarlanması alanlarında faaliyet göstermektedir. Teşebbüs 1993 yılında İstanbul’da kurulmuştur.

### **I.1.2.15. P&G**

- (56) Başlıca olarak Ariel, Alo, Prima, Gillette, Head &Shoulders, İpana, Oral-B, Pantene, Herbal Essences, Orkid ve Fairy markaları ile ev bakım/temizlik, kadın bakım, saç bakım, tıraş bakım ve cilt bakım gibi kategorilerde yer alan ürünlerin üretimi, ithalatı, satışı ve pazarlanması alanlarında faaliyet gösteren P&G, 1987 yılında İstanbul’da kurulmuştur.

### **I.1.2.16. SAVOLA**

- (57) Başlıca olarak Yudum, Sırma, Egemden ve Vala markaları ile ayçiçek yağı, zeytinyağı, margarin ve diğer yemeklik ve sofralık yağların üretimi ve satışı alanlarında faaliyet gösteren SAVOLA, 1985 yılında faaliyete başlamıştır.

### **I.1.2.17. SÖKE UN**

- (58) Buğday unu sektöründe faaliyet gösteren SÖKE UN 1963 yılında faaliyete geçmiştir. Teşebbüsün Aydın/Söke'de yer alan fabrikası (.....) ton/gün, Ankara'daki fabrikası ise (.....) ton/gün buğday kırma kapasitesine sahiptir.

### **I.1.2.18. UNILEVER**

- (59) Axe, Dove, Rexona, Signal, Clear, Elidor, Vaseline, Algida, Lipton, Knorr, Hellmann's, Calve, Domestos, Cif, Omo, Yumoş ve Rinso gibi markaları ile ev bakım/temizlik, kişisel bakım ve dondurma kategorilerinde faaliyet gösteren UNILEVER 1952 yılında İstanbul'da kurulmuştur.

### **I.1.2.19. GPD**

- (60) GPD, 2012 yılında İstanbul'da kurulmuştur. Ulusal ve yerel organize gıda perakendecileri ile gıda servis zincirlerinin temsilcisi konumundadır. Sektörün önde gelen tüm perakende kuruluşları ve gıda servis zincirleri GPD üyesidir.

## **I.2. İlgili Pazar<sup>12</sup>**

### **I.2.1. Pazarlar Hakkında Genel Bilgi**

#### **I.2.1.1. Perakende Pazarı Hakkında Bilgi**

- (61) Hızlı tüketim mamülleri (HTM) perakendeciliği, raf devir hızları yüksek, kısa süreli stoklanan ve sürekli tüketilen gıda, içecek, kişisel bakım ürünleri, kozmetik ve temizlik ürünleri gibi ürünlerin son kullanıcılara satışı hizmetidir. Büyük ölçekli HTM perakende mağazalarının bir kısmında aynı zamanda mobilya, elektronik gibi dayanıklı tüketim malları ve tekstil, cam gibi çeşitli ürünlerin satışı da yapıyor olmakla birlikte, bu sektörün cirosunun çok büyük bir bölümü HTM satışından elde edilmektedir. Dolayısıyla bu mağazaların tüketici gözünde asıl işlevi HTM satışlarıdır. HTM perakendeciliğinin temel aktörlerini hipermarketler, süpermarketler, orta ölçekli marketler, marketler, bakkallar, büfeler, ihtisas mağazaları (kasap, manav, kuruyemişi gibi) olarak sıralamak mümkündür.
- (62) Tablo 1'de ciro ve mağaza sayısı bazında geleneksel<sup>13</sup> ve organize<sup>14</sup> perakende kanalın büyüklüğü ile toplam HTM perakendeciliği pazarının büyüklüğüne yer verilmektedir. Tablodan görüleceği üzere, hem geleneksel hem de organize perakende kanalı ciro bazında büyüyerek toplam HTM perakendeciliği pazarının gelişimine katkı sağlamaktadır. Öte yandan, mağaza sayısı bazında ise geleneksel kanal küçülürken organize kanal büyümektedir. Organize kanaldaki mağaza sayısı artışı geleneksel kanaldaki mağaza sayısı düşüşünü de kapatarak HTM perakendeciliği pazarının mağaza sayısı bazında da büyümesini sağlamaktadır.

<sup>12</sup> Bu bölümün hazırlanmasında Türkiye HTM Perakendeciliği Sektör İncelemesi Ön Raporu'ndan faydalanılmıştır.

<sup>13</sup> Geleneksel kanal; bakkal, benzin istasyonu, kuruyemişi, büfe, eczane ve parfümerileri kapsamaktadır.

<sup>14</sup> Organize kanal; süpermarketleri, hipermarketleri ve indirim marketleri kapsamaktadır.

Tablo 1: 2017-2019 Dönemi HTM Perakendeciliği Pazarının Büyüklüğü

| Ciro (TL)                   | 2017    | 2018    | 2019    |
|-----------------------------|---------|---------|---------|
| Toplam HTM Perakendeciliği  | (.....) | (.....) | (.....) |
| Geleneksel Perakende Kanalı | (.....) | (.....) | (.....) |
| Organize Perakende Kanalı   | (.....) | (.....) | (.....) |
| Mağaza Sayısı               | 2017    | 2018    | 2019    |
| Toplam HTM Perakendeciliği  | (.....) | (.....) | (.....) |
| Geleneksel Perakende Kanalı | (.....) | (.....) | (.....) |
| Organize Perakende Kanalı   | (.....) | (.....) | (.....) |

Kaynak: NIELSEN

- (63) Aşağıdaki tabloda ise 2017 – 2019 dönemine ait yıllık bazda geleneksel ve organize perakende kanalının toplam HTM perakendeciliği pazarındaki payları gösterilmektedir. Son üç yılda organize kanalın payı gerek ciro gerekse mağaza sayısı bazında artmaktadır.

Tablo 2: 2017-2019 Dönemi HTM Perakendeciliği Pazarında Organize ve Geleneksel Kanalın Payları

| Ciro Bazında Payı (%)          | 2017    | 2018    | 2019    |
|--------------------------------|---------|---------|---------|
| Geleneksel Perakende Kanalı    | (.....) | (.....) | (.....) |
| Organize Perakende Kanalı      | (.....) | (.....) | (.....) |
| Toplam                         | (.....) | (.....) | (.....) |
| Mağaza Sayısı Bazında Payı (%) | 2017    | 2018    | 2019    |
| Geleneksel Perakende Kanalı    | (.....) | (.....) | (.....) |
| Organize Perakende Kanalı      | (.....) | (.....) | (.....) |
| Toplam                         | 100,0   | 100,0   | 100,0   |

Kaynak: NIELSEN

Tablo 3: 2017-2019 Dönemi HTM Perakendeciliği Pazarı Satış Alanı Büyüklüğüne Göre Mağaza Sayısı

|                  |   | 2017    | 2018    | 2019    |
|------------------|---|---------|---------|---------|
| Organize Kanal   | Hipermarket (m <sup>2</sup> ≥2500)                      | (.....) | (.....) | (.....) |
|                  | Süpermarket (1000< m <sup>2</sup> < 2499)               | (.....) | (.....) | (.....) |
|                  | Süpermarket (400< m <sup>2</sup> < 999)                 | (.....) | (.....) | (.....) |
|                  | Süpermarket (m <sup>2</sup> <400)                       | (.....) | (.....) | (.....) |
|                  | İndirim Marketleri (m <sup>2</sup> <400)* <sup>15</sup> | (.....) | (.....) | (.....) |
| Geleneksel Kanal |   | (.....) | (.....) | (.....) |
| Toplam           |   | (.....) | (.....) | (.....) |

Kaynak: NIELSEN

- (64) Her ne kadar organize kanalın ciro bazında pazar payı henüz geleneksel kanal payını geçememiş olsa da oldukça yakın düzeye geldiği, Türkiye'nin organize kanal büyüme spiralinin erken dönemlerinde yer aldığı ve gelişimini sürdürdüğü görülmektedir.
- (65) Aşağıda yer alan tablolarda toplam perakende pazarı ile organize perakende pazarında yer alan marketlerin büyüklüğü ayrı ayrı gösterilmiştir. Genelden özele gidilerek önce geleneksel ve organize dâhil toplam pazarın büyüklüğü ve yoğunlaşma oranları verilmektedir.

<sup>15</sup> \* A101, BIM ve ŞOK

Tablo 4: 2017-2019 Dönemi Toplam HTM Perakendeciliği Pazarında İlk 10 Teşebbüsün Payı (%) ve Yoğunlaşma Oranları (%)

|                | 2017    | 2018    | 2019    |
|----------------|---------|---------|---------|
| BİM            | (.....) | (.....) | (.....) |
| A101           | (.....) | (.....) | (.....) |
| Migros         | (.....) | (.....) | (.....) |
| ŞOK            | (.....) | (.....) | (.....) |
| Metro          | (.....) | (.....) | (.....) |
| Carrefoursa    | (.....) | (.....) | (.....) |
| Bizim Toptan   | (.....) | (.....) | (.....) |
| Çağdaş         | (.....) | (.....) | (.....) |
| Hakmar Express | (.....) | (.....) | (.....) |
| Gimsa          | (.....) | (.....) | (.....) |
| CR3            | (.....) | (.....) | (.....) |
| CR4            | 41,30   | 48,03   | 51,91   |
| CR10           | 51,74   | 59,24   | 63,47   |

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Bilgiler ve NIELSEN

- (66) Pazarın son üç yıllık seyrine bakıldığında BİM'in açık ara pazar lideri olduğu görülmektedir. 2017 yılında BİM'den sonra ikinci oyuncu konumunda olan MİGROS, bu yıldan sonra her ne kadar istikrarlı bir şekilde pazar payını artırsa da A101'in gerisinde kalmıştır. Pazarın yoğunlaşma seviyesine bakıldığında ise 2019 yılı itibarıyla ilk dört teşebbüsün pazar payları toplamı %50'yi geçmiştir. Pazardaki en büyük on oyuncunun toplam pazar payı ise yaklaşık %63 seviyelerine ulaşmaktadır. Marketlerin sadece HTM organize perakende kanalındaki paylarına ise aşağıdaki tabloda yer verilmektedir.

Tablo 5: 2017-2019 Dönemi Organize Perakende Pazarında İlk 10 Teşebbüsün Payı (%) ve Yoğunlaşma Oranları (%)

|                | 2017    | 2018    | 2019    |
|----------------|---------|---------|---------|
| BİM            | (.....) | (.....) | (.....) |
| A101           | (.....) | (.....) | (.....) |
| Migros         | (.....) | (.....) | (.....) |
| ŞOK            | (.....) | (.....) | (.....) |
| Metro          | (.....) | (.....) | (.....) |
| Carrefoursa    | (.....) | (.....) | (.....) |
| Bizim Toptan   | (.....) | (.....) | (.....) |
| Çağdaş         | (.....) | (.....) | (.....) |
| Hakmar Ekspres | (.....) | (.....) | (.....) |
| Gimsa          | (.....) | (.....) | (.....) |
| CR3            | (.....) | (.....) | (.....) |
| CR4            | 69,72   | 71,93   | 73,50   |
| CR10           | 87,36   | 88,73   | 90,05   |

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Bilgiler

- (67) Teşebbüslerin pazar paylarına ve pazardaki yoğunlaşma oranlarına HTM organize perakende pazarı özelinde bakıldığında, BİM'in pazar liderliği daha belirgin bir şekilde ortaya çıkmaktadır. BİM, 2019 yılı itibarıyla cüzi bir miktar pazar payı kaybı yaşasa da en yakın rakibinin yaklaşık (.....) puan üzerinde paya sahiptir. A101 ve ŞOK'un pazar paylarını yıllar itibarıyla artırdıkları görülürken ilgili tabloda yer alan diğer teşebbüslerden (.....) dışında kalanların tamamı pazar payı kaybı yaşamıştır. Bu durumsa halihazırda pazarın ilk sıralarında yer alan teşebbüslerden oluşan yoğunlaşma oranlarının artmasına neden olmaktadır.
- (68) Pazarda önemli derecede büyüme performansı gösteren teşebbüslerin yakalamış oldukları bu performansın detaylarına bakılmasının pazarın mevcut durumu ve geleceği açısından önemli olduğu değerlendirilmektedir.

Tablo 6: Teşebbüslerin Yıllar İtibarıyla Mağaza Sayıları

|                       | 2011         | 2012         | 2013         | 2014         | 2015         | 2016         | 2017         | 2018         | 2019         |
|-----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>A101</b>           | <b>1.287</b> | <b>1.768</b> | <b>2.665</b> | <b>4.028</b> | <b>5.373</b> | <b>6.362</b> | <b>7.113</b> | <b>8.005</b> | <b>9.132</b> |
| Adese                 | 140          | 140          | 135          | 142          | 150          | 155          | 151          | 103          | 81           |
| Akyurt                | 39           | 45           | 47           | 47           | 49           | 42           | 40           | 41           | 40           |
| Altunbilekler         | -            | -            | -            | 73           | 79           | 83           | 81           | 77           | 72           |
| Başgimpa              | 40           | 46           | 52           | 55           | 57           | 56           | 55           | 56           | 56           |
| Beğendik              | -            | -            | 45           | 45           | 44           | 44           | 38           | 28           | 28           |
| Bildirici             | 18           | 19           | 20           | 21           | 20           | 20           | 20           | 20           | 20           |
| <b>BİM</b>            | <b>3.315</b> | <b>3.670</b> | <b>4.000</b> | <b>4.497</b> | <b>4.980</b> | <b>5.623</b> | <b>6.123</b> | <b>6.733</b> | <b>7.530</b> |
| Bizim Toptan          | 124          | 137          | 152          | 153          | 156          | 162          | 176          | 174          | 175          |
| <b>Carrefoursa</b>    | <b>243</b>   | <b>243</b>   | <b>244</b>   | <b>333</b>   | <b>779</b>   | <b>656</b>   | <b>625</b>   | <b>596</b>   | <b>634</b>   |
| Çağdaş                | 61           | 68           | 74           | 79           | 87           | 95           | 101          | 108          | 115          |
| Çağrı                 | 27           | 36           | 39           | 41           | 43           | 49           | 54           | 60           | 61           |
| Çetinkaya             | 20           | 20           | 24           | 27           | 28           | 28           | 29           | 31           | 31           |
| Düzgün                | 8            | 11           | 11           | 11           | 11           | 11           | 11           | 14           | 17           |
| Esenlik               | 23           | 24           | 32           | 37           | 44           | 44           | 42           | 42           | 46           |
| Furpa                 | 13           | 19           | 22           | 27           | 31           | 41           | 42           | 46           | 47           |
| Gimsa                 | 9            | 9            | 9            | 9            | 9            | 9            | 10           | 11           | 11           |
| Groseri               | 18           | 18           | 20           | 21           | 22           | 22           | 25           | 26           | 27           |
| Hakmar                | 19           | 20           | 20           | 23           | 25           | 25           | 25           | 25           | 26           |
| <b>Hakmar Express</b> | <b>193</b>   | <b>218</b>   | <b>251</b>   | <b>279</b>   | <b>307</b>   | <b>378</b>   | <b>463</b>   | <b>518</b>   | <b>564</b>   |
| Kim                   | 60           | 71           | 75           | 79           | 78           | 82           | 85           | 91           | 105          |
| Metro                 | 26           | 29           | 29           | 31           | 32           | 38           | 39           | 40           | 40           |
| <b>Migros</b>         | <b>717</b>   | <b>851</b>   | <b>967</b>   | <b>1.154</b> | <b>1.363</b> | <b>1.566</b> | <b>1.858</b> | <b>2.059</b> | <b>2.153</b> |
| Mopaş                 | 83           | 84           | 98           | 100          | 104          | 102          | 102          | 106          | 108          |
| Onur                  | 43           | 54           | 57           | 71           | 77           | 136          | 142          | 147          | 147          |
| Özdilek               | 12           | 13           | 14           | 15           | 15           | 18           | 20           | 21           | 21           |
| Pehlivanoğlu          | -            | -            | -            | -            | 52           | 60           | 61           | 64           | 66           |
| Rammar                | 46           | 51           | 49           | 49           | 47           | 42           | 43           | 42           | 44           |
| Seyhanlar             | 17           | 34           | 57           | 68           | 85           | 103          | 109          | 125          | 127          |
| Sincap                | 26           | 31           | 32           | 34           | 32           | 30           | 26           | 31           | 29           |
| Soykan                | 41           | 40           | 43           | 45           | 52           | 56           | 52           | 34           | 31           |
| <b>ŞOK</b>            | <b>1.135</b> | <b>1.233</b> | <b>2.037</b> | <b>2.301</b> | <b>3.000</b> | <b>4.000</b> | <b>5.100</b> | <b>6.364</b> | <b>7.215</b> |
| Tespo                 | 15           | 15           | 15           | 18           | 19           | 20           | 20           | 21           | 21           |
| Yunus                 | 46           | 64           | 66           | 74           | 75           | 81           | 103          | 115          | 99           |

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Bilgiler

- (69) Tabloya bakıldığında, özellikle indirim marketlerinin mağaza sayılarındaki artışlar dikkat çekerken MİGROS ve CARREFOURSA gibi ulusal zincir marketlerin de mağaza sayılarını artırmaya devam ettiği görülmektedir. Pazarda faaliyet gösteren toptan marketler ile bölgesel/yerel marketlerin mağaza sayıları ise ya düşüş göstermiş ya da çok sınırlı bir artış performansı yakalayabilmiştir. Bununla birlikte indirim marketlerinin mağaza sayılarındaki artış pazarın geri kalanından önemli derecede ayrılmaktadır. Mağaza sayıları artan MİGROS ve CARREFOURSA gibi marketler yapmış oldukları yeni mağaza yatırımlarının yanında gerçekleştirmiş oldukları birleşme/devralma işlemleri ile pazarda büyüme göstermişlerdir. Buna karşılık pazarın büyümesinde öncü role sahip olan indirim marketleri ise herhangi bir birleşme/devralma işlemine girmeden sadece yeni mağaza yatırımları ile söz konusu büyüme rakamlarını elde etmiştir. Bu durumunsa indirim marketlerinin pazardaki konumunu ve gücünü göstermesi açısından son derece önemli olduğu değerlendirilmektedir.

### 1.2.1.2. Tedarik Pazarları Hakkında Bilgi

- (70) Organize HTM perakendeciliği, üretici/tedarikçiler tarafından sağlanan, yüksek oranda gıda ve temizlik/hijyen ana kategorilerinde yer alan ürünlerin nihai tüketicilere çeşitli



yollarla ulaştırılmasını sağlayan bir sektördür. HTM perakendeciliğinin ana unsuru perakende hizmetleri ve bu hizmetleri sağlayan perakende zincirleridir.

- (71) Bununla birlikte perakendeciler ile satışa sundukları ürünleri tedarik ettikleri üreticiler/tedarikçiler arasında ortaya çıkan dikey ilişki pazarın tedarik ayağını oluşturmaktadır. Ülkemizde tedarik pazarında, geniş ürün yelpazesine sahip uluslararası teşebbüslerin yanı sıra yerel, nispeten daha sınırlı üretim yelpazesine sahip olan teşebbüsler de bulunmaktadır.
- (72) Uluslararası üretici/tedarikçi teşebbüsler üretimlerini genellikle Türkiye sınırları içerisinde yapmakla beraber nihai ürünlerini doğrudan globalde bağlı buldukları ana teşebbüslerden ithal ederek de perakendecilere ürün tedarik edebilmektedirler. Diğer yandan yerel üretici/tedarikçilerse gerek markalı ürünlerin gerekse de özel markalı ürünlerin (private label) perakendecilere sağlanması alanında kendi ürün grupları ile bağlı kalacak şekilde faaliyet göstermektedirler. Üretici/tedarikçilerin alternatif ürünlerin üretimine geçişinin sınırlı olması ve perakende noktalarında satılan ürünlerin tamamını üretmemelerinin doğal bir sonucu olarak sektörde tek bir tedarik pazarından bahsedilememektedir. Bu kapsamda tedarik pazarları, tedarik edilen ürün grupları açısından gıda ve temizlik/hijyen olarak iki ana grup altında kategorize edilebilmektedir.
- (73) Gıda ana kategorisi altında içecek (gazlı içecek, gazsız içecek, çay, kahve, su, maden suyu vb.), süt ürünleri ve kahvaltılıklar (süt, peynir, yoğurt, tereyağ, margarin, yumurta, zeytin vb.), bakliyat ve unlu mamuller (makarna, bakliyat, un vb.), yağ (ayçiçek yağı, zeytinyağ vb.), et ve et ürünleri gibi alt kategoriler bulunmaktadır.
- (74) Diğer yandan temizlik/hijyen ana kategorisi temelde kişisel bakım ve temizlik olarak ikiye ayrılmaktadır. Kişisel bakım kategorisi de kendi içerisinde sa bakım (şampuan, sa kremi, sa köpüğü, sa spreyi, sa jölesi, saç boyası vb.), ağız bakım (diş fırçası, diş macunu, ağız bakım suyu vb.), vücut bakım (banyo köpüğü, sabun, duş jeli, kolonya, deodorant, parfüm vb.), tıraş bakım (tıraş köpüğü, tıraş kremi, tıraş bıçağı, tıraş makineleri vb.) ve kağıt ürünleri (bebek bezi, bebek mendilleri, temizlik kağıtları, hijyenik ped vb.) olarak ayrışmaktadır. Temizlik kategorisi ise kendi içerisinde bulaşık deterjanı, çamaşır deterjanı, ev temizleyici, çamaşır suyu ve diğer temizlik (yağ çözücü, streç film, alüminyum folyo, çöp poşeti, pişirme kağıdı, oda kokusu, çamaşır yumuşatıcısı, halı şampuanı vb.) olarak ayrışmaktadır. Soruşturma tarafı üretici/tedarikçi teşebbüslerin faaliyet gösterdikleri ana kategoriler sunulmaktadır:

Tablo 7: Soruşturma Tarafı Üretici/Tedarikçilerin Faaliyet Gösterdikleri Ana Kategoriler

| Gıda  | Temizlik/Hijyen   | Gıda ve Temizlik/Hijyen |
|---|-------------------|-------------------------|
| BANVİT                                      | COLGATE PALMOLIVE | UNILEVER                |
| BEŞLER                                      | DALAN             |                         |
| BEYPİ                                       | DENTAVİT          |                         |
| KATMER UN                                   | ECZACIBAŞI        |                         |
| KÜÇÜKBAY                                    | EVYAP             |                         |
| NESTLE                                      | HENKEL            |                         |
| SAVOLA                                      | J&J               |                         |
| SÖKE UN                                     | NIVEA             |                         |
|   | P&G               |                         |
| Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Cevabi Yazılar |                   |                         |

### I.2.1.2.1 Temizlik ve Hijyen Pazarı Hakkında Bilgi<sup>16</sup>

- (75) Türkiye’de temizlik ve hijyen ürünlerinin üretimi/tedariki alanlarında faaliyet gösteren teşebbüslerin 2016-2020 dönemine ilişkin kategori bazında tahmini pazar paylarına aşağıdaki tablolarda yer verilmektedir.

Tablo 8: Kişisel Bakım<sup>17</sup> Kategorisindeki Üretici/Tedarikçilerin 2016-2020 Pazar Payları

| Kişisel Bakım<br>Teşebbüs | Pazar Payı (%) |         |         |         |         |
|---------------------------|----------------|---------|---------|---------|---------|
|                           | 2016           | 2017    | 2018    | 2019    | 2020    |
| P&G                       | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| UNILEVER                  | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| ECZACIBAŞI                | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| HAYAT                     | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| EVYAP                     | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| COLGATE PALMOLIVE         | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| HENKEL                    | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| LOREAL                    | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| NIVEA                     | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| ERUSLU                    | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| DİĞER                     | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Cevabi Yazılar ve Raportör Hesaplamaları

Tablo 9-Saç Bakım<sup>18</sup> Kategorisindeki Üretici/Tedarikçilerin 2016-2020 Pazar Payları

| Saç Bakım<br>Teşebbüs | Pazar Payı (%) |         |         |         |         |
|-----------------------|----------------|---------|---------|---------|---------|
|                       | 2016           | 2017    | 2018    | 2019    | 2020    |
| UNILEVER              | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| P&G                   | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| HENKEL                | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| LOREAL                | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| COTY Inc.             | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| DİĞER                 | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Cevabi Yazılar ve Raportör Hesaplamaları

Tablo 10: Ağız Bakım<sup>19</sup> Kategorisindeki Üretici/Tedarikçilerin 2016-2020 Pazar Payları

| Ağız Bakım<br>Teşebbüs | Pazar Payı (%) |         |         |         |         |
|------------------------|----------------|---------|---------|---------|---------|
|                        | 2016           | 2017    | 2018    | 2019    | 2020    |
| GSK                    | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| COLGATE PALMOLIVE      | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| P&G                    | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| UNILEVER               | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| DİĞER                  | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Cevabi Yazılar ve Raportör Hesaplamaları

Tablo 11: Vücut Bakım<sup>20</sup> Kategorisindeki Üretici/Tedarikçilerin 2016-2020 Pazar Payları

| Vücut Bakım<br>Teşebbüs | Pazar Payı (%) |         |         |         |         |
|-------------------------|----------------|---------|---------|---------|---------|
|                         | 2016           | 2017    | 2018    | 2019    | 2020    |
| EVYAP                   | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| NIVEA                   | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| UNILEVER                | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |

<sup>16</sup> Kararın I.3.3.2.1. numaralı başlığında yer verilen değerlendirmeler bakımından zemin teşkil etmesi nedeniyle temizlik ve hijyen pazarlarının görünümü ayrı bir başlık halinde ele alınmıştır.

<sup>17</sup> Kişisel bakım ana kategorisi altında "Saç Bakım", "Ağız Bakım", "Vücut Bakım", "Tıraş Bakım", "Kâğıt Ürünleri" yer almaktadır.

<sup>18</sup> Saç bakım kategorisi altında "Saç Boyası", "Şampuan", "Saç Kremi", "Saç Köpüğü", "Saç Spreyi", "Saç Jölesi" yer almaktadır.

<sup>19</sup> Ağız bakım kategorisi altında "Diş Fırçası", "Diş Macunu", "Ağız Bakım Suyu" yer almaktadır.

<sup>20</sup> Vücut bakım kategorisi altında "Banyo Köpüğü", "Kolonya", "Sabun&Duş Jeli", "Ağda&Tüy Dökücüler", "Kondom", "Kadın Parfümleri", "Deodorant", "Cilt Bakım Ürünleri", "Bebek Pudrası", "Kayganlaştırıcı" yer almaktadır.

| Tablo 11'in devamı: |                |         |         |         |         |
|---------------------|----------------|---------|---------|---------|---------|
| Vücut Bakım         | Pazar Payı (%) |         |         |         |         |
| Teşebbüs            | 2016           | 2017    | 2018    | 2019    | 2020    |
| COLGATE PALMOLIVE   | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| LOREAL              | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| ECZACIBAŞI          | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| RB                  | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| HENKEL              | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| DİĞER               | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Cevabi Yazılar ve Raportör Hesaplamaları

Tablo 12: Tıraş Bakım<sup>21</sup> Kategorisindeki Üretici/Tedarikçilerin 2016-2020 Pazar Payları

| Tıraş Bakım | Pazar Payı (%) |         |         |         |         |
|-------------|----------------|---------|---------|---------|---------|
| Teşebbüs    | 2016           | 2017    | 2018    | 2019    | 2020    |
| P&G         | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| EVYAP       | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| NIVEA       | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| DİĞER       | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Cevabi Yazılar ve Raportör Hesaplamaları

Tablo 13: Kağıt Ürünleri<sup>22</sup> Kategorisindeki Üretici/Tedarikçilerin 2016-2020 Pazar Payları

| Kağıt Ürünleri | Pazar Payı (%) |         |         |         |         |
|----------------|----------------|---------|---------|---------|---------|
| Teşebbüs       | 2016           | 2017    | 2018    | 2019    | 2020    |
| HAYAT          | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| ECZACIBAŞI     | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| P&G            | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| ERUSLU         | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| DİĞER          | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Cevabi Yazılar ve Raportör Hesaplamaları

Tablo 14: Temizlik<sup>23</sup> Kategorisindeki Üretici/Tedarikçilerin 2016-2020 Pazar Payları (%)

| Temizlik     | Pazar Payı (%) |         |         |         |         |
|--------------|----------------|---------|---------|---------|---------|
| Teşebbüs     | 2016           | 2017    | 2018    | 2019    | 2020    |
| P&G          | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| UNILEVER     | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| HENKEL       | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| RB           | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| HAYAT        | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| KOROZO       | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| BEYAZ KAGIT  | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| ABC DETERJAN | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| PROVEL       | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| FATER        | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| ECZACIBAŞI   | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| DİĞER        | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Cevabi Yazılar ve Raportör Hesaplamaları

<sup>21</sup> Tıraş bakım kategorisi altında "Tıraş Kremi", "Tıraş Bıçağı", "Tıraş Makinesi" yer almaktadır.

<sup>22</sup> Kağıt ürünleri kategorisi altında "Bebek Mendilleri", "Temizlik Kağıtları", "Bebek Bezi", "Hijyenik Ped" yer almaktadır.

<sup>23</sup> Temizlik ana kategorisi altında "Yağ Çözücü", "Kimyasal Olmayan Temizleyici", "Streç Film&Alüminyum Folyo", "Çöp Poşeti&Pişirme Kağıdı", "Bulaşık Makinesi Temizleyici", "Çamaşır Suyu", "Bulaşık Makinesi Kokusu", "Oda Kokusu", "Çamaşır Yumuşatıcısı", "Ev Temizleyici", "Bulaşık Deterjanı", "Çamaşır Deterjanı", "Halı Şampuanı" yer almaktadır.

Tablo 15: Bulaşık Deterjanı Kategorisindeki Üretici/Tedarikçilerin 2016-2020 Pazar Payları

| Bulaşık Deterjanı | Pazar Payı (%) |         |         |         |         |
|-------------------|----------------|---------|---------|---------|---------|
| Teşebbüs          | 2016           | 2017    | 2018    | 2019    | 2020    |
| P&G               | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| RB                | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| HENKEL            | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| DİĞER             | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Cevabi Yazılar ve Raportör Hesaplamaları

Tablo 16: Çamaşır Deterjanı Kategorisindeki Üretici/Tedarikçilerin 2016-2020 Pazar Payları

| Çamaşır Deterjanı | Pazar Payı (%) |         |         |         |         |
|-------------------|----------------|---------|---------|---------|---------|
| Teşebbüs          | 2016           | 2017    | 2018    | 2019    | 2020    |
| P&G               | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| HENKEL            | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| UNILEVER          | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| HAYAT             | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| RB                | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| BEYAZ KAGIT       | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| ABC DETERJAN      | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| DİĞER             | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Cevabi Yazılar ve Raportör Hesaplamaları

Tablo 17: Ev Temizleyici Kategorisindeki Üretici/Tedarikçilerin 2016-2020 Pazar Payları

| Ev Temizleyici | Pazar Payı (%) |         |         |         |         |
|----------------|----------------|---------|---------|---------|---------|
| Teşebbüs       | 2016           | 2017    | 2018    | 2019    | 2020    |
| UNILEVER       | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| HENKEL         | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| RB             | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| HAYAT          | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| DİĞER          | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Cevabi Yazılar ve Raportör Hesaplamaları

Tablo 18: Çamaşır Suyu Kategorisindeki Üretici/Tedarikçilerin 2016-2020 Pazar Payları

| Çamaşır Suyu | Pazar Payı (%) |         |         |         |         |
|--------------|----------------|---------|---------|---------|---------|
| Teşebbüs     | 2016           | 2017    | 2018    | 2019    | 2020    |
| UNILEVER     | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| FATER        | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| HAYAT        | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| ABC DETERJAN | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| DİĞER        | (.....)        | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Cevabi Yazılar ve Raportör Hesaplamaları

Tablo 19: Diğer Temizlik<sup>24</sup> Kategorisindeki Üretici/Tedarikçilerin 2016-2020 Pazar Payları

| Diğer Temizlik | Teşebbüs Pazar Payı (%) |         |         |         |         |
|----------------|-------------------------|---------|---------|---------|---------|
| Teşebbüs       | 2016                    | 2017    | 2018    | 2019    | 2020    |
| KOROZO         | (.....)                 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| UNILEVER       | (.....)                 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| HENKEL         | (.....)                 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| PROVEL         | (.....)                 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| HAYAT          | (.....)                 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| RB             | (.....)                 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| ABC DETERJAN   | (.....)                 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| DİĞER          | (.....)                 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Cevabi Yazılar ve Raportör Hesaplamaları

<sup>24</sup> Temizlik ana kategorisinde olup da "Bulaşık Deterjanı", "Çamaşır Deterjanı", "Çamaşır Suyu" ve "Ev Temizleyici" kategorilerinde yer almayan "Yağ Çözücü", "Kimyasal Olm. Temizleyici", "Streç Film&Alüm. Folyo", "Çöp Poşeti&Pişirme Kağıdı", "Bulaşık Mak. Temizleyici", "Bulaşık Mak. Kokusu", "Oda Kokusu", "Çamaşır Yumuşatıcısı", "Halı Şampuanı" kategorilerine ilişkin bilgi bu kategori içinde sunulmaktadır.

- (76) Yukarıda yer alan tablolardan görüldüğü üzere, her bir temizlik ve hijyen ürünü kategorisi ile alt kategorilerinde çok fazla sayıda yerli ve uluslararası oyuncu yer almaktadır. Bununla birlikte birçok kategoride UNILEVER, P&G, ECZACIBAŞI, HENKEL, EVYAP, HAYAT gibi teşebbüslerin rakip olarak faaliyet gösterdiği görülmektedir. Tedarikçi teşebbüslerin ilgili kategorilerdeki konumları ve payları ise değişkenlik göstermekte olup, geniş bir aralıkta dalgalanmaktadır. Örneğin tıraş bakım kategorisinde %(.....) pay ile lider konumda olan P&G, bu kez kağıt ürünleri kategorisinde %(.....) pay ile kategorinin orta sıralarında yer almaktadır.
- (77) Öte yandan tabloların oluşturulmasında verilerinden faydalanılan NIELSEN tarafından yapılan açıklamalarda “Diğer” kapsamında kalan firmaların içinde de firma sayısı tespit edilemeyen bir “diğer” kategorisi bulunduğundan “Diğer” sınıfına ait firma sayısını tam olarak belirlemenin sistemselsel olarak mümkün olmadığı belirtilmektedir. Bununla birlikte belli bir paya ulaşabilmiş ve istatistiki olarak raporlanması mümkün olan firmaların sayısının kişisel bakım ürünleri kategorisinde 1.310, ev temizlik ürünleri kategorisinde ise 471 olarak tespit edilebildiği ifade edilmektedir.

### I.2.2. İlgili Ürün Pazarı

- (78) İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz’da (İlgili Pazar Kılavuzu) ilgili ürün pazarı, tüketicinin gözünde fiyatı, kullanım amaçları ve nitelikleri bakımından aynı sayılan mal ve hizmetlerden oluşan pazar olarak tanımlanmaktadır. Soruşturma bakımından gıda ve temizlik/hijyen ürünlerinin perakende satışı ile üretimini/tedarikini gerçekleştiren teşebbüsler hakkında inceleme yapılmaktadır. Alternatif ilgili ürün pazarları, “gıda ürünlerinin perakende satışı”, “temizlik/hijyen ürünlerinin perakende satışı”, “gıda ürünlerinin üretimi/tedariki”, “temizlik/hijyen ürünlerinin üretimi/tedariki” olarak tanımlanabileceği gibi, yukarıda sayılan her bir alt kategori bakımından perakende ve üretim/tedarik seviyelerinde de belirlenebilecektir. Nitekim Kurul kararlarına bakıldığında, hem her bir kategorinin ve hatta her bir kategori altında yer alan ürünlerin ayrı bir ilgili ürün pazarı olarak tanımlanabildiği<sup>25</sup>: hem de doğrudan ana kategorilerin birer ilgili ürün pazarı olarak tespit edilebildiği<sup>26</sup> görülmektedir.
- (79) Örneğin, buğday unları kapsamında unun kullanım alanları ve besin değerlerine göre birçok şekilde ayrıştırılabildiği görülmektedir. Bununla birlikte, buğday unlarını temel olarak ekmeklik ve özel amaçlı unlar olarak ikiye ayırmak mümkündür. Türkiye un üretiminin yaklaşık %80-90’ını teşkil eden ekmeklik buğday unu, teknolojik özellikleri ekmek yapımına uygun buğdayların öğütülmesiyle elde edilen buğday unu türü iken, özel amaçlı un ise baklava, börek, bisküvi, kek, pasta, yufka, lavaş, pizza, hamburger, francala, gevrek, simit, kurabiye, tahıllı ekmek ve tüm pastacılık ürünleri gibi direkt tüketilen ürünlerin ve katkı unlar, özel işlem görmüş unlar ve irmik altı unu gibi amaca yönelik mamullerin yapımına uygun buğday unlarıdır. Buğday unlarının akışkanlık (reolojik) özellikleri (rutubet, glüten, protein, direnç, kül miktarı vs.) nedeniyle kullanıcıların ekmeklik buğday unlarından baklava, börek gibi özel amaçlı unların kullanımını gerektiren ürünleri üretmesi, son ürünün kalitesini düşürerek istenen sonuca ulaşamamasına neden olabilmektedir.
- (80) Bununla birlikte, İlgili Pazar Kılavuzu’nun 20. paragrafında vurgulanan “*İnceleme konusu işlem gerek ürün gerekse de coğrafi açıdan olası alternatif pazar tanımları çerçevesinde rekabet açısından endişeler yaratmıyor ya da alternatif tanımlar açısından rekabeti bozucu bir etki söz konusu oluyorsa pazar tanımı yapılmayabilir*”

<sup>25</sup> 14.08.2008 tarih ve 08-50/722-282 sayılı Kurul kararı.

<sup>26</sup> 19.09.2018 tarih ve 18-33/556-274 sayılı Kurul kararı.

ifadesinden yola çıkılarak, dosya kapsamında ulaşılan sonucu değiştirmeyeceği için ilgili ürün pazarı tanımlaması yapılmamıştır.

### I.2.3. İlgili Coğrafi Pazar

- (81) Coğrafi pazar, teşebbüslerin mal ve hizmetlerinin arz ve talebi konusunda faaliyet gösterdikleri, rekabet koşullarının yeterli derecede homojen ve özellikle rekabet koşulları komşu bölgelerden hissedilir derecede farklı olduğu için bu bölgelerden kolayca ayrılabilen bölgelerdir. Soruşturma taraflarından perakende seviyesinde faaliyet gösteren teşebbüslerden bir kısmı ulusal çapta, diğer kısmı bir veya birden fazla ilde faaliyet gösteren zincir perakende satış noktalarıdır. Kurulun özellikle devralma konulu geçmiş kararlarında HTM perakende ve alt kırılımı olan HTM organize perakende pazarları kimi zaman il seviyesinde<sup>27</sup>, kimi zaman ilçe seviyesinde<sup>28</sup> incelenmiştir.
- (82) Diğer yandan soruşturma taraflarından üretim/tedarik seviyesinde faaliyet gösteren teşebbüsler ise Türkiye'nin hemen her bölgesindeki perakendecilere ürün tedariki gerçekleştirmektedir.
- (83) Bununla birlikte, İlgili Pazar Kılavuzu'nun 20. paragrafında yer alan hüküm karşısında, ilgili coğrafi pazarın yukarıda dile getirilen alternatif tanımlar çerçevesinde değerlendirilmesi sonucunda, işbu kararda ulaşılan sonucu değiştirmeyeceği için işbu dosya bakımından ilgili coğrafi pazarın tanımlanmasına gerek olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

## I.3. İNCELEME, TESPİT ve DEĞERLENDİRMELER

### I.3.1. A101, BİM, CARREFOURSA, MİGROS ve ŞOK Hakkında Yapılan Tespitler

#### TESPİT 1

- (84) SAVOLA'da yapılan yerinde incelemede elde edilen; SAVOLA çalışanı (.....) tarafından 28.05.2018 tarihinde BİM çalışanları (.....), (.....) ve (.....)'a gönderilen "RE: Bim&Savola/03 Temmuz afiş teklif" konulu e-postada;  
"Merhaba (.....) Bey,  
03 Temmuz afiş çalışmanız için katılmayı planladığımız ürünlerimizle ilgili Fiyat teklifimizi aşağıda bilgilerinize sunuyorum;  
<image001.png>  
Geri dönüşlerinizi rica ediyorum, iyi haftalar diliyorum..." ifadeleri yer almaktadır.
- (85) Söz konusu e-postaya cevaben BİM çalışanı (.....) tarafından 28.05.2018 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....) ve BİM çalışanları (.....) ile (.....)'a gönderilen e-postada;  
"(.....) bey,  
Hafta sonu 12,95'e yudum 2 vardı.  
Piyasadaki eski aksiyonlar, eski fiyatlı mallar ve onların fiyat algısı bitince bakalım bu konuya.  
Saygılarımla,  
..."

<sup>27</sup> Kurulun 17.06.2005 tarih ve 05-40/557-136 sayılı, 04.05.2006 tarih ve 06-32/392-102 sayılı, 18.12.2008 tarih ve 08-73/1158-452 sayılı, 15.04.2010 tarih ve 10-31/486-182 sayılı kararları.

<sup>28</sup> Kurulun 31.10.2005 tarih ve 05-76/1030-287 sayılı, 06.07.2006 tarih ve 06-47/632-180 sayılı, 05.04.2007 tarih ve 07-30/293-110 sayılı, 15.07.2009 tarih ve 09-33/728-168 sayılı, 23.02.2011 tarih ve 11-10/186-62 sayılı, 09.02.2012 tarih ve 12-06/185-47 sayılı, 09.02.2017 tarih ve 17-06/56-22 sayılı, 18.04.2018 tarih ve 18-11/204-95 sayılı kararları.

denilmektedir.

- (86) Aynı e-posta silsilesinin devamında SAVOLA çalışanı (.....) tarafından 28.05.2018 tarihinde BİM çalışanı (.....)'a gönderilen e-postada;  
"Nerede vardı ? Müdahale edelim Patroncuğum.."  
ifadesi yer almakta olup söz konusu e-postaya cevaben BİM çalışanı (.....) tarafından "C4"<sup>29</sup> cevabı verilmiştir.
- (87) SAVOLA'da yapılan yerinde incelemede elde edilen, SAVOLA çalışanı (.....) ile "Migros (.....)" olarak kayıtlı, MİGROS kuru gıda kategori müdürü (.....) olduğu anlaşılan MİGROS çalışanı arasında gerçekleşen Whatsapp görüşmesinde, 10.08.2018 tarihinde;  
"(.....): (Yudum Ayçiçek yağı 5 Lt ürününe ait etiket fiyatının 35,90 TL olduğu Nevgnos reyon görseli paylaşılmıştır.)  
Migros (.....): Guzel abi piyasa yükselirse sorun yok:  
Bu arada raf fiyatları salı gunu itibariyle yükselecek  
Ptesi organize olup herkesin salı gunune geçmesi gerekiyor  
(.....): P.tesi.39.95 TL raf fiyatına geçiyoruz.  
P.tesi sabah mail göndereceğiz size."  
11.08.2018 tarihinde;  
"Migros (.....): Ok salı gunu itibariyle gecmis oluruz"  
14.08.2018 tarihinde;  
"Migros (.....): Şok market fiyatları geçmemiş  
(.....): (...)  
("Şok market fiyatları geçmemiş" mesajına atfen): 1 lt var onuda geçecek merak etme"  
(...)  
ifadeleri yer almaktadır.
- (88) Aynı yazışmanın devamında 28.08.2018 tarihinde;  
"(.....): (CARREFOURSA'ya ait olduğu düşünülen çeşitli etiket görselleri paylaşılmıştır.)  
Carrefour  
Sizi bekliyoruz  
Şok 1 lt Yudum yarın 10.95TL rafta.yarın sizde geçin lütfen.(.....)<sup>30</sup> e onaylattık.  
Sıkıntı çıkmayacak.  
Yardımlını rica ediyorum kardeşim"  
29.08.2018 tarihinde;  
"(.....): *iletildi*(ŞOK'a ait olduğu anlaşılan ve içeriğinde "Yudum Ayçiçek Yağı 1 Lt" ürününe ait fiyatın 10,95 TL olarak yer aldığı kısmın kırmızı ile yuvarlak içine alındığı çeşitli etiket görselleri paylaşılmıştır.)  
Şok"  
denilmektedir.
- (89) Yine aynı yazışmanın devamında 21.09.2018 tarihinde;  
"(.....): *iletildi*(CARREFOURSA'ya ait olduğu düşünülen ve içeriğinde "Yudum Ayçiçek Yağı 5 Lt" ürününe ait, etiket fiyatının 42,90 TL olduğu raf görseli paylaşılmıştır.)  
*iletildi*C4 fiyat değişikliği

<sup>29</sup> CARREFOURSA'yı ifade etmektedir. Nitekim soruşturma kapsamında elde edilen pek çok belgeden görüleceği üzere HTM sektöründeki yazışmalarda teşebbüs genellikle C4 veya CRR şeklinde anılmaktadır.

<sup>30</sup> ŞOK üst yöneticisi (CEO)



*Migros (.....): İstanbul bölge için kasa fişi lazım abi*

*(.....): ("Yudum Ayçiçek Yağı 5 Lt" ürününe ait, fiyatın 42,90 TL olduğu CARREFOURSA kasa fişi görseli paylaşılmıştır.)*

*Migros (.....): Okdir"*

ifadeleri yer almaktadır.

- (90) 02.10.2018 tarihinde "Strategy team"<sup>31</sup> isimli Whatsapp grubunda SAVOLA çalışanları (.....) ve (.....) arasında gerçekleşen görüşmede;

*"(.....): (Carrefoursa sitesine ait olduğu düşünülen ve içeriğinde Yudum 2 Lt Ayçiçek yağının %28 indirimli fiyattan satıldığını gösteren ekran görüntüsü paylaşılmıştır.)*

*Düzeltilirim rica*

*(.....): Bugün gönderdin mi (.....)<sup>32</sup> ya Migros raf fiyatını (.....)? Göndermediysen yarın sabahdan gönderelim kardeşim ."*

ifadeleri yer almaktadır.

- (91) 03.10.2018 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....) ile "Migros (.....)" olarak kayıtlı MİGROS çalışanı arasında gerçekleşen Whatsapp görüşmesinde;

*"(.....): iletildi(MİGROS'a ait olduğu değerlendirilen ve içeriğinde Yudum Ayçiçek Yağı 2 Lt" ürününe ait etiket fiyatının 20,90 TL olduğu raf görseli paylaşılmıştır.)*

*iletildi Migros Snf 2 L 20.90 tl*

*Migros (.....): File fiyatı var dun paylasmistik*

*(.....): Yarın geçiyor File*

*Migros (.....): Fis geldiğinde biz de geçebiliriz"*

ifadeleri yer almaktadır. Yazışmada bahsi geçen "File", BİM'e ait olup 2015 yılından itibaren faaliyete geçtiği anlaşılan, BİM markalı mağazalara kıyasla daha büyük alanlı ve daha fazla ürünün satışa sunulduğu FILE mağaza zinciridir<sup>33</sup>. Yazışmanın devamında:

*"(.....): Eyvallah kardeşim benim.Çok teşekkür ediyorum. İyi geceler."*

ifadeleri yer almaktadır.

- (92) 08.11.2018 tarihinde "Strategy team" isimli Whatsapp grubunda, SAVOLA çalışanı (.....) tarafından "(.....) Carrefour" olarak kayıtlı, satın alma uzmanı (.....) olduğu anlaşılan CARREFOURSA çalışanı ile yapmış olduğu Whatsapp görüşmesine ilişkin ekran görüntüsü paylaşılmıştır. Söz konusu görüşmede;

*"(.....) Carrefour: (Migros Sanal Market'e ait olduğu düşünülen ve içeriğinde Yudum Ayçiçek Yağı 5 Lt Pet ve Teneke ürünlerinin indirimine girdiğini gösteren ekran görüntüsü paylaşılmıştır.)*

*(.....) bey bu fiyatlar nedir hayırdır bir durum mu oluştu bilmediğimiz. Hem zeytin yağı fiyatlarımı hemde Ayçiçek fiyatlarımı çekiyorum ve farkını kesiyorum.sonra bana niye böyle oluyor demeyin olurmu.*

*(.....): (.....) bilgimiz dışında olmuş bir destek vermedik Ayçiçek yağları için Zeytinyağı fiyatlarını da dizinle paylaştığımız fiyatlarını Migros ile mutabık kaldığımız"*

ifadeleri yer almaktadır.

- (93) 13.11.2018 tarihinde "Strategy team" isimli Whatsapp grubunda;

*"(.....): iletildi Merhaba (.....) bey endekste yudum teneke 5 lt teneke İstanbul onur market 34,95 tl geliyor acil kasa fişi rica ederim"*

<sup>31</sup> "Strategy team" isimli Whatsapp grubu, SAVOLA satış birimi yöneticileri (.....), (.....) ve (.....) arasında kurulmuştur ve anılan kişiler dışında gruba üye başka bir kişi bulunmamaktadır.

<sup>32</sup> CARREFOURSA Satın Alma Uzmanı (.....) kastedildiği anlaşılmaktadır.

<sup>33</sup> Bkz. <https://www.file.com.tr/Categories/12/file.aspx>



(.....) Bey

Migros yazmış yukardaki yazıyı.onur marketin kasa fişi istiyor.Fiyat yüksekse düşmeyecekler... (.....) a aldırırım mı kasa fişi? Bu fiyat doğrumudur?

(.....): onur mu

olamaz

onurda insertte komili

(.....): Yazdım (.....) tan istedim

iletildi(Yudum Ayçiçek Yağı 5 Lt ürününe ait fiyatın 39,95 TL olduğu Onur markete ait kasa fişi paylaşılmıştır.)

Gönderdim Migros a”

ifadeleri yer almaktadır.

(94) 26.01.2019 tarihinde “Strategy team” isimli Whatsapp grubunda;

“(.....): (.....) Müdür Acil olarak Erzurum depo siparişini girmen ve onaylaman gerekiyor. (.....) dan gelen mailde detay var.

Ayrıca Migros ve Crr<sup>34</sup> için planladığımız Şubat Mart aksiyon ürünlerini bana mail olarak gönderirsen A101 ile paylaşacağım.

Tşk

(.....): (Onay emoji)

(.....): Sisteme giremiyorum (.....) Bey”

ifadeleri yer almaktadır.

(95) 12.02.2019 tarihinde “Strategy team” isimli Whatsapp grubunda, SAVOLA çalışanı (.....) tarafından “A101 (.....)” olarak kayıtlı (.....)<sup>35</sup> olduğu değerlendirilen A101 çalışanı ile 11.02.2019 tarihinde<sup>36</sup> yapmış olduğu Whatsapp görüşmesine ilişkin ekran görüntüsü paylaşılmıştır. Söz konusu görüşmede;

“A101 (.....): Gelcek misiniz saat 3 te bugün? Selam

Şok fiyatını (.....) bey e de yazdım

Yarın öğlene kadar bilgi almamız lazım

Yoksa bozuyoruz fiyatı

(.....): Geliyoruz (.....) Bey”

ifadeleri yer almaktadır. Yukarıda yer verilen konuşmayı takiben “Strategy team” isimli Whatsapp grubunda 12.02.2019 tarihinde;

“(.....): (.....) yazmış. Bugün bilgi almamız gerekiyor Şoktan (.....)

(.....): Abi arıyorum cevap vermiyor şok a gidecek birazdan

Yarın fiyat artacak

Takip endeks 1'25 göre yaparız diyor

(.....): Gittin mi yoksa telefon mu?

(.....): Konuşmamız lazım senaryo değişti şimdi gidiyorum telefonda konuştum

(.....)'a söyleyebilirsiniz yarın 11.40 tl olacak ama

(.....): Eline sağlık teşekkürler”

ifadeleri yer almaktadır. Konuşmanın devamında SAVOLA çalışanı (.....) tarafından “A101 (.....)” olarak kayıtlı A101 çalışanı ile yapmış olduğu Whatsapp görüşmesine ait ekran görüntüsü paylaşılmıştır. Söz konusu görüşmede 12.02.2019 tarihinde;

“A101 (.....): Selam

Şok fiyatını görüşebildiniz mi?

<sup>34</sup> CARREFOURSA kastedilmektedir. Nitekim bu tespit altındaki yazışmalarda CARREFOURSA'nın genellikle “crr” ve “c4” şeklinde kısaltıldığı görülmektedir.

<sup>35</sup> A101 grup satın alma müdürü.

<sup>36</sup> İlgili ekran görüntüsünde tarih açık bir şekilde görülmesi de yapılan konuşmaların içeriğinden ve saat detaylarından konuşmanın 11.02.2019 tarihinde yapıldığı anlaşılmaktadır.

(.....): Yarın 11,40TL olacak (.....) Bey. Selamlar

A101 (.....): Süper

Yarın gol atmasınlarda

(.....): Yok yok atmazlar. Kaybedecekler yoksa olanı da”

ifadeleri yer almaktadır. Yukarıda yer verilen konuşmayı takiben “Strategy team” isimli Whatsapp grubunda 12.02.2019 tarihinde;

“(.....): beni de aramış

bilgi verin adama acil

yüksletti diye

(.....): Verdim ya Müdür.

Üstteki mesajda

(.....): ben şimdi okudum ok

yapıcı yazmış

hayırlı olsun

yarın 11.40olmazsa

(.....) sabah sen camlıcaya kosssss

bence

(.....): Sorun yok oldu

(.....): insallahhh

(.....): (.....) gidebildiğin mi bugün Şoka?

(.....): Gitmedim çünkü (.....)<sup>37</sup> bana yaptım dedi (.....)<sup>38</sup> de bu hafta içi görüşürüz dedi pl tarafı toplantıları varmış

(.....): Eyvallah”

ifadeleri yer almaktadır.

- (96) SAVOLA’da yapılan yerinde incelemede elde edilen, 12.02.2019 tarihinde A101 çalışanı (.....) tarafından SAVOLA çalışanı (.....)’a gönderilen ve bilgi kısmında SAVOLA çalışanları (.....), (.....)’nun ve A101 çalışanı (.....)’ün bulunduğu “ydm ayc fiyatlar” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“Merhaba,

Piyasadaki bozuk fiyat biran önce düzeltilmeli.

İyi Çalışmalar

...”

- (97) “Strategy team” isimli Whatsapp grubunda 13.02.2019 tarihinde;

“(.....): Sok fiyatı

cektibz mi

mağaza acildi

acil

foto

(.....): <sup>iletildi</sup>(Şok marketin bir şubesinde çekildiği değerlendirilen ve içeriğinde Yudum Ayçiçek Yağı 1 Lt ürününe ait etiket fiyatının 11,40 TL olarak yer aldığı bir görsel paylaşılmıştır.)

(.....): Eyvallah (.....)

(.....): Aferin sanaaaa

(.....): Rica ederim olması gereken n buydu”

ifadeleri yer almaktadır. Konuşmanın devamında SAVOLA çalışanı (.....) tarafından “A101 (.....)” olarak kayıtlı A101 çalışanı ile yapmış olduğu Whatsapp görüşmesine ait ekran görüntüsü paylaşılmıştır. Söz konusu görüşmede 13.02.2019 tarihinde;

<sup>37</sup> ŞOK kuru gıda satın alma yöneticisi (.....)’in kastedildiği anlaşılmaktadır.

<sup>38</sup> ŞOK kuru gıda satın alma yöneticisi (.....)’in kastedildiği anlaşılmaktadır.

“(.....): *iletildi*(Yukarıda yer verilen konuşmada (.....) tarafından paylaşılan ve içeriğinde Yudum Ayçiçek Yağı 1 Lt ürününe ait etiket fiyatının 11,40 TL olduğu fotoğraf A101 (.....)’a gönderilmiştir.)

A101 (.....): *Teşekkür ederim*

11,95 olacaktı

1,25 le neden eşityor?

(.....): *Rica ederim Müdürüm.11.40*

*konuştuk ya*

A101 (.....): *Hayır abi ya*

11.95

*Eşitlemiş adam*

(.....): *O şekilde rahatsız etmez dediniz*

*Gözünü seveyim bir nefes aldır bize*

A101 (.....): *Ya 11,95 e organize olduk biz*

*Yapmayın şunu ya*

*Adam avantajlı kaldı*

(.....): *Acil olarak (...) depo siparişlerini bekliyoruz*

A101 (.....): *11.95 değil mi bu adamın fiyatı?*

*Bizim başladığımızda öyleydi”*

ifadeleri yer almaktadır. Konuşmanın devamında yukarıda yer verilen görüşmelere atfen “Strategy team” isimli Whatsapp grubunda 13.02.2019 tarihinde;

“(.....): *Şimdide 11.95 istiyor*

(.....):*11.95 yaparız ama ufakta olsa adet başı destek istiyor*

(.....):*Ne alaka yaa*

(.....):*yav*

(.....):*d*

(...)<sup>39</sup>*cikarmasn*

*acil cokalazode yapsin*

*zaten 2490*

*10tl oluyor iste*

*cokalazode ypmasi acil olmasi için*

*bir sebep*

(.....):*Şu an zaten kardan zarar ediyor Şok.*

(.....):*yarina yayinlasin iste*

(.....) *mudur*

*sen de*

*SOKla konuş*

(.....): *Ok*

(.....): *Cokaazode basliyor mu simdi yarin*

*a101 2490*

(.....):*Dün baya konuştum (.....)te<sup>40</sup> orda telefonda (.....) sen Ülker'den bilmiyormusun 0,5 puan marj geriye gelse destek olmasan olmaz dedi 11,40 zor ikna ettim şu şartlarda yapmazlar*

*Ben dedim 36 marj yapıyorsunuz kendi marjınızı kendiniz geri çekiyorsunuz migros tüm piyasa 11,90 onlarda madem destek vermiyorsunuz biz marjımızdsn yiyeceksek o zaman 10,15 daha çok satar öyle devam ederiz falan geldiğimiz noktada (.....) dedi ufak bir destek olurda öyle içeri sunarız*

(.....): *a101 cokalaz ode yapsin*

<sup>39</sup> Argo ifade

<sup>40</sup> ŞOK ticaret direktörü

*acil*

*SOK a bakariz”*

ifadeleri yer almaktadır. Konuşmanın devamında ise SAVOLA çalışanı (.....) tarafından “A101 (.....)” olarak kayıtlı A101 çalışanı ile yapmış olduğu Whatsapp görüşmesine ait ekran görüntüsü paylaşılmıştır. Söz konusu görüşmede 13.02.2019 tarihinde;

*“A101 (.....): Şimdi fiyatı bozuyoruz*

*Geri geldiğimiz tutar fark*

*(.....): Hayır sakın yapmayın.çok sıkıntı olur.acil 24.95 ikili fiyat a çikalım*

*A101 (.....): Sıkıntıyı yapan şok biz değiliz*

*Biz toplantıda net ifade ettik*

*Bu oyunda yokuz*

*(.....): Ama dahil oluyorsunuz.*

*Berber hareket etmemiz gerekiyor*

*Onlar gel gel yapıyor siz oyuna giriyorsunuz. yapmayın*

*A101 (.....): 11,95 yaptığında problem yok*

*Biz eşit olmayacağız”*

ifadeleri yer almaktadır. Yukarıda yer verilen görüşmeye atfen “Strategy team” isimli Whatsapp grubunda 13.02.2019 tarihinde;

*“(.....):13.95 yapsin*

*ama ayrıca*

*cokalazode de baslatsib*

*önemli olan o*

*1.25*

*13.95*

*2li 2495*

*(.....):13.95 e adet başı fark döner”*

ifadeleri yer almaktadır. Konuşmanın devamında SAVOLA çalışanı (.....) tarafından “A101 (.....)” olarak kayıtlı A101 çalışanı ile yapmış olduğu Whatsapp görüşmesine ait ekran görüntüsü paylaşılmıştır. Söz konusu görüşmede 13.02.2019 tarihinde;

*“(.....): 1000 er ton sipariş desteğinizi bekliyoruz bugün.acil üretip dağıtırız*

*(...)*

*A101 (.....): Şok halledilmeden bi işlem yapamayız*

*(...)*

*1.25 teki durum şu*

*Şok cumaya kadar fiyatı yukarı atarsa rafı bozmuyoruz*

*Yukarı attığında 14,25 fiyatıyla 2\*1,25 aksiyon yapacağız”*

ifadeleri yer almaktadır. Yukarıda yer verilen görüşmeye atfen Strategy team isimli Whatsapp grubunda 13.02.2019 tarihinde;

*“(.....): ok*

*şokla konusn tsk*

*bugun csmba ana*

*ama*

*nasil olacak*

*biz zaman kaybedurz*

*cokalazode icib neden beklyrz*

*tekli fiyata bakarlar*

*sonra karar verirler*

*cokalazode baslasa hemen”*

ifadeleri yer almaktadır.

(98) “Strategy team” isimli Whatsapp grubunda 14.02.2019 tarihinde;

*“(.....): Şok tan yarın için 100 ton ve 11.95 onay dönüşü alabilecekmiz  
(.....): Az önce yine konuştum dışarda sahadalarmış bugün omlarda goya  
Ofiste kimse Yok akşam görüşelim dedim görüşürsek son noktayı koyarız inşallah  
(.....): Cuma sabah rafta fiyatı görmeliyiz.aman diyim  
(...)  
(.....): Cumaya fiyat olmaz şok fiyat geçişi Çarşamba yapıyor en erken olursa  
perşembe yansır olacak gibi  
(.....): Offf”*

ifadeleri yer almaktadır.

- (99) Aynı Whatsapp grubunda 15.02.2019 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....) tarafından “A101 (.....)” olarak kayıtlı A101 çalışanı ile yapmış olduğu Whatsapp görüşmesine ait ekran görüntüsü paylaşılmıştır. Söz konusu görüşmede;

*“A101 (.....): Günaydın*

*Yudum fiyatı arttı m?*

*(Yudum Ayçiçek Yağı1 Lt ürününe ait etiket fiyatınının 11,40 TL olarak yer aldığı ŞOK'a ait raf görseli paylaşılmıştır.)*

*Artmamış (.....) bey?”*

ifadeleri yer almaktadır.

- (100) 21.02.2019 tarihinde, “Strategy team” isimli Whatsapp grubunda;

...

*(.....): Migros yarın ödeme yapacak. (.....)<sup>41</sup> aradı.tutar belli değil fakat elimden geleni yaptım dedi.*

*Crr ve Çağdaş fiyatlarını düzeltmemiz gerektiğini hatırlattı yine*

*O iş bizde dedim Haftaya bir toplantı verecek.*

*Aksiyonlar mızı nerleştireceğiz*

*(.....): Mart sonu 5 lik Şok ok gibi orkideyi iptal etmişler*

*Ama 36.45 e göre teklif atmamız lazım*

*(.....): ok*

*(.....): Hafi hayırlısı*

*Sabahtan bakalım*

*(.....) ok verdimi? Yoksa (.....) nın dediğine göre mi?*

*(.....): daha once attık ya teklif*

*mayıs için ?*

*aynı fiyatı at iste*

*acil aksam gpndee*

*31.89 artı*

*gönder*

*cagdas fiyatı düzeldi bugün bu arada*

*bilginize*

*(.....): (.....) daha yüksek revize bir fiyat atalım diyor herhalde. Fiyat bozmasın diye...*

*Bence de biraz yukarı çekerek atabiliriz.risk almayalım*

*Yarın (.....) a Çağdaş ve Carrefour fiyatlarını göndereceğim”*

ifadeleri yer almaktadır.

- (101) SAVOLA'da yapılan yerinde incelemede elde edilen, 26.02.2019 tarihinde A101 çalışanı (.....) tarafından SAVOLA çalışanı (.....)'a gönderilen, A101 çalışanları (.....), (.....) ve SAVOLA çalışanı (.....)'ın bilgide olduğu “11 - 17 Mayıs 10 tl Kasa Akt. YUDUM EGEMDEN YALIN 1L” konulu e-postada;

<sup>41</sup> MİGROS Kuru Temel Gıda Ürün Grubu Müdürü (.....)'un kastedildiği anlaşılmaktadır.

"(...)

(...) tl + kdv net net maliyetten iletmiş olduğunuz Egemden Yalın 1l ürününü aktivite için onaylıyoruz.

İki taraf için de hayırlı olmasını dilerim.

11 – 17 Mayıs tarihli afiş için sevklerin en geç 1 hafta öncesinden tamamlanmış olması gerekmektedir.

Afiş tarihimizde ve afiş tarihimizden 3 hafta önce + 3 hafta sonrasını kapsayan dönemlerde bozuk fiyat olmaması gerekmektedir.

Belirtmiş olduğum tarih dönemlerinde bozuk fiyat tespit edilmesi durumunda yaşanacak zarar tarafınıza fatura edilecektir. Planlamalarınızı bu doğrultuda yapmanızı rica ederiz.

Bölgelerimizin siparişlerini haftaya iletmiş olacağız.

..."

ifadeleri yer almaktadır.

(102) 11.03.2019 tarihinde "Strategy team" isimli Whatsapp grubunda;

"(.....): A101 Omega 31t 18.20 TL ok

(...)

Onay yazısını ve tonaj yazısını yarın dönecek

(...)

4,5lt aksiyon onayım yarın topantıda var .orada alacaklar

Her depo kendisi sipariş verecek

Topnantıda sonrası aksiyon başlangıç tarihini bildirecekler

Sırma 4.5lt mısır için yarın aksiyonun başlaması sonrasında listeleme onayına sunacaklar

Teklif ettiğimiz fiyattan listeleme yapacaklarını belirtti

3lt riviera olmuyor.onlar 4lt Pl

yapıyorlar diye

1 25lt için acil olarak Şok 2lt rafı gösterip a101 raf fiyatını normale çekip bazı yükseltip sonrasında 24.90 tl ikili fiyat çıkabileceğimizi söyledi"

ifadeleri yer almaktadır.

(103) 08.04.2019 tarihinde "Strategy team" isimli Whatsapp grubunda SAVOLA çalışanı (.....) tarafından "A101 (.....)" olarak kayıtlı A101 çalışanı ile yapmış olduğu Whatsapp görüşmesine ait ekran görüntüsü paylaşılmıştır. Söz konusu görüşmede;

"A101 (.....): (.....) bey migros teneke fiyatı hala 39.90

5l pet satışı yok görünüyor

Cumaya kadar değişiklik olmazsa alış ve satış fiyatını geri çekeceğiz

(.....): 41.50 olacak

("5l pet satışı yok görünüyor" mesajını alıntılıyarak) Bunu anlayamadım

A101 (.....): 41,50 olmamış

5 L pet ürün fiyatı göremiyoruz

2 migrosta da 5 l yok

Sanal marketlerindedede yok

(.....): ("41,50 olmamış" mesajını alıntılıyarak) Olacaaakkk

Sıkıntı yok

A101 (.....): Sonrasında kavga etmeyelim de

(...)

Pet fiyatına yaptık

Teneke ile peti eşitledi



*Şimdi pet fiyatı yol*

*(.....): Bulup göndereceğim*

*Teneke 41.50 olacak dediğim gibi”*

ifadeleri yer almaktadır.

(104) 24.06.2019 tarihinde “Strategy team” isimli Whatsapp grubunda;

*“(.....): (.....) C4 fiyat*

*(.....)<sup>42</sup>*

*ne olacak*

*fiyat raf*

*arıyrm sızı*

*?*

*bıraksınlar artık Migros geçsin geceym muhabbetini*

*(.....): C4 halen Migros geçsin geçerim diyor ben olayın ciddiyetini anlattım .Şoka gelince evet komite öncesi görüşmek zor ama kahvaltıda zor olmadı sonrasında sürekli bir çok şey sordu telefonda bim 4 lt Dap attı 29.90 falan inşallah bakalım ikna etmeye çalışıyor içerde olacak . Şipariş günü bugün ben bilgisayarı açıp gireceğim sorun yok o iş bende”*

ifadeleri yer almaktadır. Konuşmanın devamında ise SAVOLA çalışanı (.....) tarafından “(.....) Carrefour” olarak kayıtlı CARREFOURSA çalışanı ile yapmış olduğu Whatsapp görüşmesine ait ekran görüntüsü paylaşılmıştır. Söz konusu görüşmede;

*“(.....) Carrefour: Tmm raf fiyatlarını migros düzeltti mi*

*(.....): Abi Migros inserti 39,45. Çıkacak siz düzeltmesenize rağmen*

*Ama artık her fiyatı Migros geçsin geçelim olayından çıkmamız lazım*

*(.....) Carrefour: Çıkamıyoruz ki*

*Orası holdinge bağlı ayrı bir birm oraya raporluyo*

*Sen yıllrdır çalışıyorsun abi sanki bilmiyormusun”*

ifadeleri yer almaktadır.

(105) SAVOLA’da yapılan yerinde incelemede elde edilen SAVOLA çalışanı (.....) tarafından 01.07.2019 tarihinde CARREFOURSA çalışanı (.....)’e gönderilen bilgi kısmında SAVOLA çalışanı (.....), (.....) ve CARREFOURSA çalışanı (.....)’ın bulunduğu “RE: Savloa17 Haziran Tavsiye Raf Satış Fiyatları Hk” konulu e-postada ürünün tavsiye raf satış fiyatını bulduran tablo ve aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

*“(.....) Bey merhaba,*

*Sistemsel tanımlamalar için destek ve dönüşlerinizi rica ederim.*

*...”*

(106) Aynı e-posta silsilesinin devamında 05.07.2019 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....) tarafından teşebbüs çalışanları (.....) ve CARREFOURSA çalışanı (.....)’e gönderilen, bilgi kısmında teşebbüs çalışanı (.....)’ın bulunduğu “RE: Savloa17 Haziran Tavsiye Raf Satış Fiyatları Hk” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

*“Bu is ne oldu hala degısmadı (.....)?”*

(107) Aynı e-posta silsilesinin devamında 05.07.2019 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....) tarafından teşebbüs çalışanı (.....) ve CARREFOURSA çalışanı (.....)’e gönderilen, bilgi kısmında teşebbüs çalışanı (.....)’ın bulunduğu “RE: Savloa17 Haziran Tavsiye Raf Satış Fiyatları Hk” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

*“(.....) Bey ,*

*Piyasa ile aynı zamanda 11 Temmuzda 13,95 TL olacak şekilde geçiş planlıyoruz.*

*...”*

<sup>42</sup> CARREFOURSA çalışanı (.....) olduğu değerlendirilmektedir.

(108) 01.08.2019 tarihinde "Strategy team" isimli Whatsapp grubunda:

"(.....): Beylr  
Mıgrs ve C4  
fiyat geçmedi?  
45  
2490  
36  
KU Omega vs  
ZY leri bilmiyrm zaten gectı mı geçmedi mı  
mal sevk edemyz  
bilginize  
A101 de sonra geçmeli  
3895  
gorup onları  
Ne yaptık bunun için uyarı verin (.....)<sup>43</sup>"

ifadeleri yer almaktadır.

(109) 08.08.2019 tarihinde "Strategy team" isimli Whatsapp grubunda SAVOLA çalışanı (.....) tarafından "(.....) Migros" olarak kayıtlı MİGROS çalışanı ile 07.08.2019-08.08.2019 tarihlerinde yapmış olduğu Whatsapp görüşmesine ait ekran görüntüsü paylaşılmıştır. Söz konusu görüşmede, 07.08.2019 tarihinde;

"(.....): (.....) selam şimdi A101 de toplantıda çıktım siz yarın yeni raf fiyatlarını tanımlarsanız  
Cuma sanal market rafa yansırsa A101 de Cuma tanımlayıp Cumartesi yansıyacak  
Atlamayalım abi araya bayram geçiyor önemli"

08.08.2019 tarihinde;

"(.....): Dostum günaydın bugün fiyat geçişi sistemsel tanımlanması çok önemli  
bayram öncesi cumada A101 kesin tanımlıyor  
Carrefourda bugün tanımlıyor aman atlamayın abi biteriz"

ifadeleri yer almaktadır. Yukarıda yer verilen görüşmeye atfen Strategy team isimli Whatsapp grubunda 08.08.2019 tarihinde;

"(.....): c4 tanımıyor çok yalan geldi  
onların pazarlanması bizim raf fiyatı  
hesabi için tez yazmış  
(.....): Yok gerçek (.....)<sup>44</sup> ile mutabık kaldık Abi"

ifadeleri yer almaktadır.

(110) 07.09.2019 tarihinde "Strategy team" isimli Whatsapp grubunda SAVOLA çalışanı (.....) tarafından "A101 (.....)" olarak kayıtlı A101 çalışanı ile yapmış olduğu Whatsapp görüşmesine ait ekran görüntüsü paylaşılmıştır. Söz konusu görüşmede;

"(.....): Günaydın Müdürüm.  
Migros raf fiyatı 5lt tnk 44.95TL oldu fiyat geçişi için sizi bekliyoruz.  
iti hafta sonları...

A101 (.....): Selam. 4 lt pet listelendi mi? Salı günü de fiyatlar değişmemiş olursa değişikliği yapanz. Öncesinde beklediğim aksiyon destekleri var

(.....): 4l pet nereye listelendi mi?  
Aksiyon tekliflerinizi gönderdik zaten.dönüş bekliyoruz

A101 (.....): Migrossa  
Raftaki ürünlerden aksiyon bekliyoruz

<sup>43</sup> MİGROS temel kuru gıda kategori sorumlusu (.....)'in kastedildiği değerlendirilmektedir.

<sup>44</sup> CARREFOURSA satın alma uzmanı (.....).



(.....): *Mail attım Müdür.onayını bekliyorum ayrıca 10lt snf ve z.yağında da acil akdiyon destek rica ediyoruz*” ifadeleri yer almaktadır.

- (111) 10.09.2019 tarihinde “Strategy team” isimli Whatsapp grubunda, SAVOLA çalışanı (.....) tarafından “(.....) Migros” olarak kayıtlı MİGROS çalışanı ile yapmış olduğu Whatsapp görüşmesine ilişkin ekran görüntüsü paylaşılmıştır. Söz konusu görüşmede;  
“(.....): *Dostum sen 44,95 TL'den çizikli ayçiçek 5 lt 39,95 tl 44,95 TL'den omega 38,95 tl tanımla teklif atacağım geç kalmayalım Bugün kesin atarım*  
(.....) Migros: *Toplantıdaydım tamimi geçirdik sen diğer tarafa mahçup olma 12 eylül organize olalım katalog başlangıçla beraber*  
(.....): *Sağol dostum yarın geçmesi lazım yarın ona göre o raf fiyatını gösterip A101 de geçecek aman*  
(.....) Migros: *Abi 12'sine yansıyor sen 12'sine organize ol*  
(.....): *Telefonda 11 dedin ne değişti*” ifadeleri yer almaktadır.
- (112) SAVOLA'da yapılan yerinde incelemede elde edilen, 23.10.2019 tarihinde A101 çalışanı (.....) tarafından SAVOLA çalışanı (.....)'a gönderilen “Re: Omega 3 3 | yeni maliyet hk” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:  
“(.....)  
*Aksiyon için ayrıca destek talebimiz olacak. Fiyat geçişlerini piyasa ile birlikte organize edeceğiz.*  
(.....)”
- (113) Söz konusu e-postaya cevaben SAVOLA çalışanı (.....) tarafından A101 çalışanı (.....)'e gönderilen e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:  
“(.....) Bey  
*Piyasa yarın fiyat geçiyor.*  
*Yarın aks.sip alırdıye konuşmuştuk toplantıda.*  
*Desteğinizi rica ediyoruz.*  
(.....)”
- (114) Ayrıca yukarıda bahsedilen e-postalara ilişkin olarak SAVOLA çalışanı (.....) tarafından SAVOLA çalışanı (.....)'a gönderilen iç yazışmada, “*tmm iste Migros yarın gecerse sahane olacak 45.90*” ifadeleri yer almaktadır.
- (115) 13.01.2020 tarihinde “Strategy team” isimli Whatsapp grubunda, SAVOLA çalışanı (.....) tarafından “(.....) Migros” olarak kayıtlı MİGROS çalışanı ile yapmış olduğu Whatsapp görüşmesine ait ekran görüntüsü paylaşılmıştır. Söz konusu görüşmede;  
“(.....): *(içeriğinde insert broşürü olan görsele atfen) 116-29 Ocak C4 insert. 16-17 Ocak Komili Riviera Kasa Aktivitesi -16,90 TL*  
(.....) Migros: *Abi şokta yudum ayç 2 a101'de 4,5'luk halletmen lazım Ondan sonra top bizde*  
(.....): *A101 de sorun yok 1.25 lt zaten şuan daha pahalı*  
*Şuam top tamamen sizde listede sadece 2 lt ayçiçek mi var Rica ediyorum ocak bitti fiyat geçemdiniz daha hiç bir plan yapamadık*” ifadeleri yer almaktadır.

- (116) 16.01.2020 tarihinde "Strategy team" isimli Whatsapp grubunda SAVOLA çalışanı (.....) tarafından "(.....) Migros" olarak kayıtlı MİGROS çalışanı ile yapmış olduğu Whatsapp görüşmesine ait ekran görüntüsü paylaşılmıştır. Söz konusu görüşmede, 15.01.2020<sup>45</sup> tarihinde;

"(.....): Birlikte organize edelim aynı gün en kötü siz gün söyleyin net  
Bu hafta kesin bitirmemiz gerekiyor

16.01.2020 tarihinde;

(.....) Migros: (.....) günaydın

Cuma gününe organize oluyoruz biz fiyat geçişinde sen a101 ve diğer tarafları organize eder misin ?

Cuma rafa yansıyacak

(.....): Günaydın tammadır

ifadeleri yer almaktadır. Yukarıda yer verilen görüşmeye atfen Strategy team isimli Whatsapp grubunda 16.01.2020 tarihinde;

"(.....): c4

(.....): Oda cuma tanımlayacak"

ifadeleri yer almaktadır.

- (117) 17.01.2020 tarihinde "Strategy team" isimli Whatsapp grubunda SAVOLA çalışanı (.....) tarafından "(.....) A101" olarak kayıtlı, (.....) olduğu anlaşılan A101 çalışanı ile yapmış olduğu Whatsapp görüşmesine ait ekran görüntüsü paylaşılmıştır. Söz konusu görüşmede, 17.01.2020<sup>46</sup> tarihinde;

"(.....) A101: 39.95e göre

(.....) bey bi mail attı

(.....): (.....) mail attı da aklam konuştuk dengeleri partie durumu 1 tl altına 40,45 tl

(.....) A101: 99 endeks çalışıyoruz biz normalde

39.95 üstüne atamıyoruz

(...)

99 endeks göre 40.15 oluyor.. fiyat saçma oluyor 39.95 raf için uygun bi fiyat

Siz değerlendirin kondisyonlari ona göre ilerleriz"

ifadeleri yer almaktadır. Yukarıda yer verilen görüşmeye atfen Strategy team isimli Whatsapp grubunda 17.01.2020 tarihinde;

(.....): Ben konuştum .Aradı beni (.....) . Ay sonuna kadar 39.95 sonrasında 40.15 TL yapalım diyorlar. 40.45 TL ye oturuyor dedim.Migros Crr<sup>47</sup> size bakıp yine düşer rafı bütün çabalarımız boşa gider dedim

14.30 a kadar dönüş bekliyorlar.İçeri fiyat verecekler"

ifadeleri yer almaktadır.

- (118) SAVOLA'da yapılan yerinde incelemede elde edilen; BİM çalışanı (.....) tarafından 03.02.2020 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....) ile BİM çalışanı (.....)'e gönderilen ve bilgi kısmında BİM çalışanı (.....)'ün bulunduğu "RE: Gelen Sevk hk" konulu e-postada;

"Merhaba,

(.....) bey,

Yarın itibari ile satış fiyatımız 40,95 olarak tanımlanmıştır,

Bilginiz olsun,"

ifadeleri yer almaktadır.

<sup>45</sup> İlgili ekran görüntüsünde tarih açık bir şekilde görülmesi de yapılan konuşmaların içeriğinden ve saat detaylarından konuşmanın 15.01.2020 tarihinde yapıldığı değerlendirilmektedir.

<sup>46</sup> İlgili ekran görüntüsünde tarih açık bir şekilde görülmemekle birlikte yapılan konuşmaların içeriğinden ve saat detaylarından konuşmanın 17.01.2020 tarihinde yapıldığı değerlendirilmektedir.

<sup>47</sup> CARREFOURSA

- (119) Söz konusu e-postaya cevaben SAVOLA çalışanı (.....) tarafından 03.02.2020 tarihinde BİM çalışanları (.....) ve (.....)'e gönderilen ve BİM çalışanı (.....)'ün bilgide bulunduğu e-postada;

*“Merhaba (.....) Bey,  
Ömerli Ve Akasaray bölgenizde Yudum 5lt yuvarlak pet ayçiçek yağımızı  
43,95TL'den satıyoruz.  
Sizinde bildiğiniz üzere teneke satış fiyatı petin 1TL üzerinde konumlanır.  
Piyasada raf fiyatımız 45,95TL.  
Bu çerçevede 40,95TL raf fiyatının çok düşük kaldığını ve yukarıya çekmenizin  
daha yerinde olacağını belirtmrktr fayda görüyor,  
İyi çalışmalar diliyorum.  
...”*

denilmektedir.

- (120) Aynı e-posta silsilesinin devamında BİM çalışanı (.....) tarafından 03.02.2020 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....) ile BİM çalışanı (.....)'e gönderilen ve BİM çalışanı (.....)'ün bilgide bulunduğu e-postada;

*“Merhaba,  
43,95 yaptım yarın itibari ile piyasada aşağı fiyat olmaması konusunda destek rica ederiz,”*

ifadeleri yer almaktadır.

- (121) Yukarıda yer alan e-posta silsilesinin devamı niteliğinde olan ve BİM çalışanı (.....) tarafından 17.02.2020 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....)'a gönderilen “RE: Bölgesel ürün teklif/BİM MERSİN&YUDUM” konulu e-postada;

*“Merhaba,  
(.....) bey,  
Yudun 5 lt fiyatını 43,95 çıktık fakat dediğiniz piyasa sözünü tutamadınız,  
39,90 da fiyat var 40,90 fiyat mevcuttur,  
Beni araya bilir misiniz,  
Size ulaşabileceğim başka bir tel varsa vermenizi rica ederim,”*

ifadeleri yer almaktadır.

- (122) 27.02.2020 tarihinde “Strategy team” isimli Whatsapp grubunda;

*“(.....): (.....)<sup>48</sup> aradı (.....).  
Carrefour 4lt fiyatını acil olarak 37.90 TL ye çıkarmamız gerekiyor.  
Yolsa 5lt tnk iptal olacak.  
(.....): raf mi  
(.....): Raf  
(.....): mogros da 35.50 den 33.90 yapti  
onu da diyin de  
migrs da  
ak kasik degil  
neden 37.90  
36.90 yeter  
o nereden carpili yapacak  
45.95 mi  
(.....): ...*

*Migros 4 lt Crr raf fiyatının 37.90 olmasını bekliyor (.....)”*  
ifadeleri yer almaktadır.

<sup>48</sup> MİGROS kuru temel gıda ürün grubu müdürü (.....)'un kastedildiği anlaşılmaktadır.

- (123) 10.03.2020 tarihinde “Strategy team” isimli Whatsapp grubunda SAVOLA çalışanı (.....) tarafından “(.....) Migros” olarak kayıtlı MİGROS çalışanı ile yapmış olduğu Whatsapp görüşmesine ilişkin ekran görüntüsü paylaşılmıştır. Söz konusu görüşmede;
- “(.....): Adamlar düşecek lütfen fiyatı düzeltin  
(.....) Migros: A101 4,5 lt 39,95 değil mi 4 lt parite 35,5 geliyor zaten  
(.....): Konuşalım fiyat geçişi Attım 5 lt 4 lt ler için A101 ilr birlikte Organzie etmemiz lazım  
Cuma kaçta gelelim  
(.....) Migros: Cuma 15 organize edelim  
(.....): Ok tamamdır  
...”

ifadeleri yer almaktadır.

- (124) SAVOLA’da yapılan yerinde incelemede elde edilen; SAVOLA çalışanı (.....) tarafından 25.03.2020 tarihinde A101 çalışanları (.....) ve (.....) ile SAVOLA çalışanı (.....)’a gönderilen “RE: Güncel mağaza sıfırları hk. (Sevk planı)/ACİİİLLL” konulu e-postada;
- “(.....) Bey,  
Vermiş olduğunuz eski fiyatlı siparişlerinizi olabildiğince hızlı depolarınıza sevk ediyoruz zaten..  
Fakat lütfen sizde fiyat geçişi konusunda bize yardımcı olun.  
Piyasa şartları ağırlaştı ve bu maliyetlerin üstesinden ancak işbirliğiniz ile kalkabiliriz.  
Tşk.  
...”

ifadeleri yer almaktadır.

- (125) Söz konusu e-postaya cevaben A101 çalışanı (.....) tarafından gönderilen 25.03.2020 tarihli e-postada;
- “Merhaba,  
Fiyat konusu bugün gündememizde olmalı size defalarca bozuk fiyatınız ile ilgili bilgi verdim. Bizden istenen destek nedir?  
Piyasaya paralel geçişimizi her zaman sağladık sağlayacağız.  
İyi Çalışmalar ...”
- denilmektedir.

- (126) Aynı e-posta silsilesinin devamında SAVOLA çalışanı (.....) tarafından 25.03.2020 tarihinde A101 çalışanı (.....)’e gönderilen ve A101 çalışanları (.....) ve (.....) ile SAVOLA çalışanları (.....) ve (.....)’nun bilgide bulunduğu e-postada;
- “acil C4 raf fiyatını 46.95yapın (.....) Bey! Beklyrm”
- ifadesi yer almaktadır.

- (127) SAVOLA’da yapılan yerinde incelemede elde edilen 30.03.2020 tarihinde A101 çalışanı (.....) tarafından SAVOLA çalışanı (.....)’a gönderilen ve bilgi kısmında A101 çalışanları (.....), (.....)’un ve SAVOLA çalışanları (.....), (.....)’nun bulunduğu RE: Yudum ayçiçek maliyet revize ve sipariş/A101/ACİİİLLL” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“ ...  
Piyasa fiyatınız bozukken fiyat geçiş organizasyonu yapamayacağımızı defalarca belirttik. Belirli bir endeks üstünde anlaştık. Bu şartların bozulmaması gerekiyor.  
...”

- (128) Aynı e-posta silsilesinin devamında 30.03.2020 tarihinde A101 çalışanı (.....) tarafından SAVOLA çalışanı (.....)'a gönderilen ve bilgi kısmında A101 çalışanları (.....), (.....)'un ve SAVOLA çalışanları (.....), (.....)'nun bulunduğu *RE: Yudum ayçiçek maliyet revize ve sipariş/A101/ACİİLLL*” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“ ...

*Fiyat geçiş organizasyonu için telefonda da belirttiğim gibi piyasayı bekleyeceğiz. Bu şartlar altında geçiş yapamayız. Anlaştığımız bir endeks var.*

...”

- (129) SAVOLA’da yapılan yerinde incelemede elde edilen, 01.04.2020 tarihinde A101 çalışanı (.....) tarafından SAVOLA çalışanları (.....) ve (.....)'a gönderilen, A101 çalışanı (.....)'ün bilgide olduğu *“RE: 9907 GOP Bölge teslimat bilgisi (Acil)”* konulu e-postada;

“ ...

*Maili atlamışım. Konferansta yapabiliriz ama öncesinde anlaştığımız konuları hatırlatmak istiyorum.*

...

*Fiyat geçişinde piyasa organize edilmedi. Üstüne aksiyon planladınız. İçerideki siparişlerimizi teslim edene kadar burayı da yönetilebilir hale getirebileceğinizi düşünüyoruz.*

...”

ifadeleri yer almaktadır.

- (130) Aynı e-posta silsilesinin devamında 01.04.2020 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....)'tan SAVOLA çalışanları (.....) ve (.....)'a gönderilen *“RE: 9907 GOP Bölge teslimat bilgisi (Acil)”* konulu e-postada;

“ ...

*125 bin adeti dağıttık gitti bile girilse oldu oluyor*

...

*fiyat gecislerini de org ettik migros 4lt ler Cuma gunu c4 5 lt yarın geciyor bunları acil yazar mısın*

...”

ifadeleri yer almaktadır.

- (131) 03.04.2020 tarihinde *“Strategy team”* isimli Whatsapp grubunda yapılan yazışmada;

*“(.....): Bugun BIM için son gun  
konfirmasyonu alıp hemen a101 ı org etmek lazım  
saat 0914  
12ye kadar vaktimiz var  
halletik mi beyelr  
ben takip edemyrö sunumlar vs  
fiyat gecisi var yine pztsoye  
zam yapicz  
hazırlınyrz  
sız halletınız mı son dirim  
durjm*

*(.....)<sup>49</sup>u a101 ve bım kac tl oldu”*

05.04.2020 tarihinde;

<sup>49</sup> A101 grup satın alma müdürü (.....)'ün kastedildiği anlaşılmaktadır.

“(.....): (.....)<sup>50</sup> ile konuştuk az önce  
Crr 5lt fiyatını 45.95 gönderdi. Gol attınız bize dedi  
Bende 7na 4lt ler gönderdim  
Sonra konuştuk piyasadan  
Crr P.tesi 47.95 TL yapacak merak etme dedim (.....)<sup>51</sup>. (.....)<sup>52</sup> ya fiyatı geçirmemiz  
şart oldu..”

ifadeleri yer almaktadır.

(132) 06.04.2020 tarihinde “Strategy team” isimli Whatsapp grubunda;

“(.....): (.....) Crr fiyat geçişi?  
(.....): Hangi üründe abi geçiş?  
1 lt mi  
(.....): 1lt,5lt,  
4lt sanalda yok fiyat geçti mi belli değil?  
(.....): Fiyatı geçmişti sorun yok  
(.....): Hangi?  
(.....): 5 lt geçmiyor kpnuştuk abi Migrosu bekliyor (.....) Bey dün (.....)<sup>53</sup> arayacam  
dedi ya  
4 lt pet teneke  
Geçti  
(.....): 1lt?2lt Dün konuştuk ya  
(.....) Bey de yazmış  
(.....): Abi konuştuk kesin değil daha geçsekmi emin değiliz daha ürün bazlı kaç tl  
olacaksa ona göre net kesin belirleyip geçelim haftalık günlük fiyat değiştiriyoruz  
(.....): 1lt 15.90 2lt 25.90  
(.....): Ok atarız müşterilere  
Yaptığımı iş değil o zaman dedim 1-2 lt de geçelim toplu yok dedik şimdi ürün ürün  
uğraşacağız süreç alacak boşuna 1-2 lt ayçiçek geçecekse o zaman omega  
kızartma ustasıda geçelim 1-2 lt ayçiçekten pahalı olmalı ya yoksa şok ürünlerde  
aktivitede maliyet yükseltmeyiz  
(.....): Bencede geçmemiz gerekiyor. Gelen uygulama daki  
fiyatlara bak uçmuş durumda. ..  
iletildi(Yudum Ayçiçek Yağı 4 Lt ürününe ait etiket fiyatının 35,50 TL olarak yer aldığı  
CARREFOURSA raf görseli paylaşılmıştır.)  
iletildi Crr  
iletildi Abi çarşambaya kadar organize edin ltf teşekkürler’  
(.....)<sup>54</sup> yazdı  
Şaka mı bu.Hani geçmişti Crr?  
(.....): Geçmişti gerimi çekmiş ya bu adam salak yeminle”

ifadeleri yer almaktadır. Konuşmanın devamında SAVOLA çalışanı (.....) tarafından  
“(.....) Carrefour” olarak kayıtlı CARREFOURSA çalışanı ile yapmış olduğu Whatsapp  
görüşmesine ait ekran görüntüsü paylaşılmıştır. Söz konusu görüşmede 06.04.2020  
tarihinde;

“(.....): Hatta 49,90 tl geçmeyi planlıyoruz

<sup>50</sup> BİM satın alma direktörü (.....)’in kastedildiği değerlendirilmektedir.

<sup>51</sup> SAVOLA çalışanı (.....).

<sup>52</sup> CARREFOURSA Satın Alma Uzmanı (.....)’in kastedildiği anlaşılmaktadır.

<sup>53</sup> CARREFOURSA Genel Müdür Yardımcısı (.....)’in kastedildiği anlaşılmaktadır.

<sup>54</sup> MİGROS Temel Kuru Gıda Kategori Sorumlusu (.....)’in kastedildiği anlaşılmaktadır.



((.....)) tarafından strategy team grubuna iletilen Yudum Ayçiçek Yağı 4 Lt ürününün etiket fiyatının 35,50 TL olarak yer aldığı CARREFOURSA raf görseli iletilmiş olup bu görsele atfen):

*Abi bu ne şakamısnız*

*Siz ya niye fiyatı geri çektiniz*

*Bu ay 1 adet üm sevk edemiyiz bilgine piyasadan haberin yok galiba sonra marjım düşük dersin*

*Sanal markettede kaldırmışın senin geçmen lazım*

*Adamalr geçti dediğim gün*

*((.....)) Carrefour: Bizde yükselttik senin söyleğin fiyatlara geçmiştik*

*Onlar geçneyine bizde geri çektik*

*Geçiriseniz bizde geöeriz*

*38,90 a 37,90 olmamış*

*((.....)): Ee sonra abi nasik geçmedi bakmryormusun o günden beri 0,40 krş düşük geçmişler sadece sende o fiyatlara geç*

*Niye 35,90 yapıyorusun*

*Birde sanaldan kaldınyorusn*

*işinize geldiği gibi siz bilirsiniz sorun yok istersen 10 tl ye satın stoklar bitince marj %5 düşünce o zaman bildiğini yaparsın eyvallah”*

ifadeleri yer almaktadır.

- (133) 07.04.2020 tarihinde “Strategy team” isimli Whatsapp grubunda SAVOLA çalışanı ((.....)) tarafından “((.....))”<sup>55</sup> olarak kayıtlı BİM çalışanı ile yapmış olduğu Whatsapp görüşmesine ait ekran görüntüsü paylaşılmıştır. Söz konusu görüşmede, 06.04.2020 tarihinde;

*((.....)): (Daha önce gönderilmiş fiyat bilgisi içeren bazı görsellere atfen):*

*Bunlarda Carrefour*

*5lt de bu hafta geçiyor 47.95 TL ye*

*4lt ler geçti gördüğün gibi*

*((.....)): Ne alakası var*

*Cebin çekmiyor*

*Sırma mısır 5 lt tnk veya DAP?*

*((.....)): Anlayamadım?*

*((.....)): Teklif*

*((.....)): Mısır yok ki”*

07.04.2020 tarihinde;

*((.....)): C4 değişmemiş”*

ifadeleri yer almaktadır. Yukarıda yer verilen konuşmayı takiben “Strategy team” isimli Whatsapp grubunda 07.04.2020 tarihinde;

*((.....)): Günaydın.*

*((.....)) yazmış ((.....)).*

*Çok büyük sıkıntı olacak*

*((.....)): a101*

*acil gönderim Itf<sup>56</sup>*

*((.....)): <sup>iletildi</sup> (Ayçiçek Yağı 5 Lt ürününün etiket fiyatının 39,95 TL olarak yer aldığı BİM raf görseli paylaşılmıştır)*

*((.....)): yes*

...

<sup>55</sup> BİM Satın Alma Direktörü ((.....)).

<sup>56</sup> Bu ifadenin siparişlerle ilgili olabileceği düşünülmektedir.

(.....): (.....) Crr yarın fiyat geçiyor mu?

(.....) e dönüş yapmamız gerekiyor

(.....): Cevap vermiyor (.....)

(.....): Raf fiyatını düşer sonra

(...)<sup>57</sup>”

ifadeleri yer almaktadır. Yukarıda yer verilen konuşmayı takiben SAVOLA çalışanı (.....) tarafından “(.....) Carrefour” olarak kayıtlı CARREFOURSA çalışanı (.....) ile yapmış olduğu Whatsapp görüşmesine ait ekran görüntüsü paylaşılmıştır. Söz konusu görüşmede;

“(.....): Kardeş bim petı geçti 5 lt sen bugün 5 lt teneke 47,90 tanımla haftaya piyasa geçince 49,90 geçeriz

Önemli bimde c4 geçmedi diyor geri çekemsin sonra siz 49,90 geçince oda 48,90 yapacak ama suaan 47,90 yap

Kardeş cevap vermedin bim fiyatı düşecek yarın yoksa

(.....) Carrefour: Yeni gördüm,

Migros geçmeden birşey yapamayız kardeş”

ifadeleri yer almaktadır. (.....)’den saat 19:35’te alınan yukarıdaki cevap üzerine saat 19:36’dan itibaren “Strategy team” isimli Whatsapp grubundaki yazışmalar şu şekilde devam etmektedir:

“(.....): (.....)<sup>58</sup> aryalım

(.....): 4lt ler ne oldu onları da geçmedi

(.....): 4 lt geçti abi

(.....): Yok abiciğim yok

Görsel rica ediyorum acil

(.....): Abi geçti niye yok diyorsun

(.....) iste abi

(.....): (.....)<sup>59</sup> gönderecğim”

- (134) Konuşmanın devamında SAVOLA çalışanı (.....) tarafından “(.....) Carrefour” olarak kayıtlı CARREFOURSA çalışanı ile yapmış olduğu Whatsapp görüşmesine ait ekran görüntüsü paylaşılmıştır. Söz konusu görüşmede yukarıda yer verilen konuyu takiben;

“(.....): 4 leri geçtin bugün değilmi

(.....) Carrefour: Evet geçtik”

ifadeleri yer almaktadır.

- (135) SAVOLA’da yapılan yerinde incelemede elde edilen, SAVOLA ve BİM çalışanları arasında geçen e-posta silsilesinde ilk olarak, 11.04.2020 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....) tarafından BİM çalışanları (.....) ve (.....)’ya gönderilen “Ömerli&Aksaray Bim Yudum 5lt yuv.pet /Mersin & Adana2 Yudum 5lt tnk snf /Uygulama ve tavsiye raf satış hakkında” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler ve ekran görüntüsüne yer verilen tablo bulunmaktadır:

“Merhaba (.....) Bey,

Artan yarı mamül maliyetleri sonrası 16 Nisan Perşembe günü itibariyle geçerli olacak yeni tavsiye raf satış ve maliyet uygulama çalışmamızı aşağıda bilgilerinize sunuyorum;

...

Onay geri dönüşlerinizi rica ediyor ,iyi çalışmalar diliyoruz. ...”

<sup>57</sup> Argo ifade

<sup>58</sup> CARREFOURSA genel müdür yardımcısı.

<sup>59</sup> BİM Satın Alma Direktörü (.....).



- (136) Söz konusu e-posta silsilesinin devamında 14.04.2020 tarihinde yine SAVOLA çalışanı (.....) tarafından BİM çalışanları (.....) ve (.....)'ya gönderilen "RE: Ömerli&Aksaray Bim Yudum 5lt yuv.pet /Mersin & Adana2 Yudum 5lt tnk snf /Uygulama ve tavsiye raf satış hakkında" konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:  
"Merhaba (.....) Bey,  
Öneri uygulama fiyat tablomuzun Perşembe günü hayata geçirilmesi konusunda yardımlarınızı rica ediyor,İyi çalışmalar diliyoruz. (...)"
- (137) Söz konusu e-posta silsilesinde son olarak 17.04.2020 tarihinde yine SAVOLA çalışanı (.....) tarafından BİM çalışanları (.....) ve (.....)'ya gönderilen "RE: Ömerli&Aksaray Bim Yudum 5lt yuv.pet /Mersin & Adana2 Yudum 5lt tnk snf /Uygulama ve tavsiye raf satış hakkında" konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:  
"Merhaba (.....) Bey,  
Yarın tüm piyasa fiyatlarımız revize olmuş olacaktır.  
Eş zamanlı olarak bir alt pozisyonun (aşağıda belirtilen öneri maliyet ve satış fiyatları) alınması konusunda  
Yardımlarınızı rica ediyor, iyi çalışmalar diliyoruz. ..."
- (138) 16.04.2020 tarihinde "Strategy team" isimli Whatsapp grubunda SAVOLA çalışanı (.....) tarafından "(.....) Migros" olarak kayıtlı MİGROS çalışanı ile yapmış olduğu Whatsapp görüşmesine ait ekran görüntüsü paylaşılmıştır. Söz konusu görüşmede;  
"(.....): Günaydın bugün yeni tavsiye raf fiyatlarını sisteme tanımladınız değil mi? C4 tanımladı aynı gün diye sorun olmasın teyit etmek istedim. (.....) Bey<sup>60</sup> bugün için tanımlanacak demişti piyasayı ona göre organize ediyoruz  
(.....) Migros: (.....) selam ok bizde sıkıntı yok fiyatlar yarına güncel  
Bizim için a101 önemli orayıda organize etmeniz gerekiyor  
(.....): Tamamdır onlarda Cumartesiye organize ediyoruz ikinci fiyat geçişi için  
5 lt pet tanımlandı mı fiyat güncellenmesi gereken birşey varsa destek olayım hemen  
(.....) Migros: 5 l pet tanımlandı fiyatı güncellenecek haftaya ptesi sipariş gelir"
- ifadeleri yer almaktadır.
- (139) 18.04.2020 tarihinde "Strategy team" isimli Whatsapp grubunda SAVOLA çalışanı (.....) tarafından "(.....) Carrefour" olarak kayıtlı CARREFOURSA çalışanı ile yapmış olduğu Whatsapp görüşmesine ait ekran görüntüsü paylaşılmıştır. Söz konusu görüşmede;  
"(.....): Kardeş günaydın niye geçiş yapmadın fiyatları bugün düzelttir lütfen tamam diyorsun birde Halen 1 lt sizde 13,90 şak gibi  
(Migros Sanal Market'e ait olduğu düşünülen ve içeriğinde Yudum yağlarına ait fiyat bilgilerinin olduğu görsel paylaşılmıştır.)"
- ifadeleri yer almaktadır.
- (140) 20.04.2020 tarihinde "Strategy team" isimli Whatsapp grubunda SAVOLA çalışanı (.....) tarafından "(.....) Migros" olarak kayıtlı MİGROS çalışanı ile yapmış olduğu Whatsapp görüşmesine ait ekran görüntüsü paylaşılmıştır. Söz konusu görüşmede;  
"(16.04.2020'de (.....) tarafından gönderilen "Günaydın bugün yeni tavsiye raf fiyatlarını sisteme tanımladınız değil mi ? C4 tanımladı aynı gün diye sorun olmasın teyit etmek istedim . (.....) Bey bugün için tanımlanacak demişti piyasayı ona göre organize ediyoruz" mesajına atfen):  
(.....) Migros: Burda tanımladı dedin siz geçmeyince o tarafı iptal ettik bilgisini vermedin haberimiz yok,biz ctesi fiyatı gösterdik adamlar geçmediler bugün ptesi

<sup>60</sup> MİGROS Kuru Temel Gıda Ürün Grubu Müdürü (.....)'un kastedildiği anlaşılmaktadır.

yarına yansır diyolar bir daha biz önce geçmeyeceğiz bilginiz olsun c4 bizden önce fiyatı gösterir biz ona göre geçeriz

Ok yarını bekleyelim.5 lt yarın rafa yansiyacak

(.....): Aynı güne organize ediyoruz geçiş olmuyor yada aynı fiyata geçiş olmayınca sorun yaşanıyor diye yoksa aynı gün onlarda tanımlamıştı hep Cuma yapsaydınız ok konuşuruz

Hafta sonu malum fiyat tanımlaması Yapılmıyor ya Cuma yansısaydı aynı gün olacaktı bu arada yarın için sorun yok bilgin olsun.”

ifadeleri yer almaktadır. Yukarıda içeriğine yer verilen ekran görüntüsünün hemen ardından paylaşılan ve içeriğinde SAVOLA çalışanı (.....) ile “(.....) Carrefour” olarak kayıtlı CARREFOURSA çalışanı arasında geçen konuşmanın olduğu ekran görüntüsünde;

“(.....): Günaydın bu fiyatları 4 lt tnk dahil ne zaman rafa yansiyacak . Teşekkürler

(.....) Carrefour: Günaydın yarın yansır

(.....): Bugün içinde sanal markette yansıtman lazım sıkıntı yaşıyoruz

Bak sorun hep hafta sonu yansısaydm bari bu arada yarın 5 lt Teneke fiyat geçiyor bugün onuda 49,95 tl olarak düzelt lütfen yarın rafa yansısın

(.....) Carrefour: Cumartesi kimse yapamazkı fiyatı dostum

(.....): Cumadan tanımlasaydın neyse ok sen bugün 1 lt dahil ve 5 lt teneke sisteme tanımlat yarın yansıtın yarında gol yersek artık bu işin içinden çıkamayız bil

(.....) Carrefour: Yazdım cumartesi

Çalışmadıkları için yapmadılar”

ifadeleri yer almaktadır.

(141) 20.04.2020 tarihinde “Strategy team” isimli Whatsapp grubunda;

“(.....): (.....)<sup>61</sup> aradı carrefour ve yerel fiyatları yarın geçmemiş olursa fiyatları aşağı çekmek zorunda kalırız dedi.Değişeceğini söyleyip bugün yarın bir şey yapmaması konusunda ikna ettim

(.....): yerel dediğin ne mudur

hangi yerel?

onu solesin

c4 da gecek zaten yarib

(.....): Ankara’dakiler ve İst onur özen

(.....): Sabah konuştuk abi (.....) ile yarın için mutabık kaldık

(.....): Tmm biraderim.Adam şimdi üzerine aradı.Bilgi verdim.

(.....): Abi bı fiyatlar nedir 4,5 lt 37,84 yudum 1,25 lt 12,04 tl olmuş”

ifadeleri yer almaktadır.

(142) SAVOLA’da yapılan yerinde incelemede elde edilen, SAVOLA ve BİM çalışanları arasında geçen ve yukarıda e-posta silsilesinin devamı niteliğinde olan diğer e-posta silsilesinde ilk olarak, 21.04.2020 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....) tarafından BİM çalışanları (.....) ve (.....)’ya gönderilen “EXT> Ömerli&Aksaray Bim Yudum 5lt yuv.pet /Mersin & Adana2 Yudum 5lt tnk snf /Uygulama ve tavsiye raf satış hakkında” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“Merhaba (.....) Bey,

<sup>61</sup> MİGROS Kuru Temel Gıda Ürün Grubu Müdürü (.....)’un kastedildiği anlaşılmaktadır.

*Artan yarı mamül maliyetleri sonrası 22 Nisan Çarşamba günü itibariyle geçerli olacak yeni tavsiye raf satış ve maliyet uygulama çalışmamızı aşağıda bilgilerinize sunuyorum;*

*(...)*

*Onay geri dönüşlerinizi rica ediyor ,iyi çalışmalar diliyoruz.*

*(...)"*

- (143) Söz konusu e-posta silsilesinin devamında BİM çalışanı (.....) tarafından SAVOLA çalışanı (.....) gönderilen e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

*"Merhaba,*

*Bölgelerimizin sattığı 5 lt teneke için lütfen onlar ile temasa geçer misiniz. Neticede alış-satış kararı onlardadır. (...) Ek olarak ithalat mevzuatındaki gelişmelerden dolayı fiyatların gevşediği ortamdayız.Neden zam yapıldığını yönetime izah edemiyoruz.*

*Ayrıca piyasada henüz tam geçiş yapılmadığını gözlemleyebiliyoruz. (...)"*

- (144) Söz konusu e-posta silsilesinde son olarak yukarıda yer verilen e-postanın teşebbüs içi değerlendirmesinin yapıldığı düşünülen ve SAVOLA çalışanı (.....) tarafından SAVOLA çalışanları (.....) ve (.....)'ya gönderilen e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

*"Bunnedemek şımdı*

*cevabı yazalım acil beklemeyelim*

*49.95 olmasa da 48.95 yapsın aımız herkes geçti o kaldı olur mu ole sey"*

- (145) SAVOLA'da yapılan yerinde incelemede elde edilen, 11.06.2020 tarihinde BİM çalışanı (.....) tarafından SAVOLA çalışanı (.....)'a gönderilen, BİM çalışanları (.....) ve (.....)'ın bilgide olduğu "ÇAĞDAŞ 5 LT TENKE FİYAT" konulu e-postada;

*"(...)*

*Çağdaş fiyatına müdahale eder misiniz ? yoksa 2 tl fark mı dönelim .*

*(...)"*

ifadeleri yer almaktadır.

- (146) Aynı e-posta silsilesinin devamında 11.06.2020 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....)'dan teşebbüs çalışanlarına gönderdiği anlaşılan e-postada;

*"(...)*

*Münferit olarak müdahale edebiliyormuyuz?*

*Yardıminızı rica ediyoruz.*

*(...)"*

denilmektedir.

- (147) Anılan e-posta silsilesinin devamı olarak, 11.06.2020 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....) tarafından teşebbüs çalışanı (.....)'a gönderilen (.....)'nun bilgide olduğu "RE: ÇAĞDAŞ 5 LT TENKE FİYAT" konulu e-postada;

*"(...)*

*münferit ne demek ? arkadaşlar sabah belirtti beraber uğraşıyorlar ancak rekabet kanunu gereği fark falan dönemez lütfen müşteriye yazılı uyarır mısın?*

*(...)"*

ifadeleri yer almaktadır.

- (148) SAVOLA'da yapılan yerinde incelemede elde edilen, BİM çalışanı (.....) tarafından 18.08.2020 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....)'a gönderilen "FW: yudum yağ rakip fiyatları" konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

*"Merhaba,*

*Mersin piyasa fiyatları*

*Carrefour teneke 45.90 pet 44.90*

*Migros 49.90”*

- (149) E-posta ekinde yer alan “jpg” formatındaki fotoğraflarda ise “Yudum Ayçiçek Yağı 5 lt” ürününün farklı marketlere ait olduğu anlaşılan fiyatları paylaşılmıştır. Söz konusu e-postaya cevaben 18.08.2020 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....) tarafından BİM çalışanı (.....)’e gönderilen “RE: yudum yağ rakip fiyatları” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

*“C4 1 ay önceden planlı aksiyon fiyatı.  
Önümüzdeki hafta 51,90 olacak raf fiyatları  
...”*

- (150) BİM’de yapılan yerinde incelemede elde edilen, 03.09.2020 tarihinde BİM çalışanı (.....) ile SAVOLA çalışanı (.....) arasında geçen Whatsapp görüşmesinde (.....) tarafından Yudum markalı çeşitli sıvı yağ çeşitlerine ilişkin olarak raf etiketlerinin yer aldığı bir fotoğraf paylaşılmış olup devamında aşağıdaki konuşmalar geçmektedir;

*“(.....): Migros değişen raf fiyatları  
Bilgin olsun  
Hayırlı günler  
(.....): 5 lt aynı kalmış  
(.....): Cuma rafa yansiyacak”*

- (151) Görüşmenin devamında (.....) tarafından içinde Komili marka ayçiçek yağı fiyatı olan MİGROS insert fotoğrafı paylaşılmış olup aşağıdaki konuşmalar geçmektedir:

*“(.....): Biliyorum Müdür  
Bir sonraki insert 17 eylülde Yudum 4lt DAP 40,45TL  
Sende kalsın  
(.....): Tebrikler  
(.....): 08 eylül %7 fiyat geçeceğiz  
Sende aynı şekilde ürün bağlıyorsun”*

- (152) 04.09.2020 tarihinde bu kez SAVOLA çalışanı (.....) tarafından MİGROS’un Yudum ayçiçek yağı 5 lt çeşitleri raf fiyatlarına ilişkin bir fotoğraf ve MİGROS şirket içi yazılımına ilişkin olduğu değerlendirilen bir ekran görüntüsü paylaşılmış olup;

*“(.....): Migros Fiyat Değişikliği Kırlangıç AÇ 2lt 25.45 → 27.45 Komili AÇ 2lt 25.90  
→ 28.90 Yudum AÇ 4lt pet 38.95 → 43.95 Yudum AÇ 5lt tnk 49.90 → 55.90  
Günaydıınn  
Hayırlı Cumalar”*

denilmektedir.

- (153) SAVOLA’da yapılan yerinde incelemede elde edilen; SAVOLA çalışanı (.....) tarafından 16.09.2020 tarihinde A101 çalışanı (.....)’ye gönderilen ve bilgi kısmında SAVOLA çalışanları (.....), (.....) ve A101 çalışanı (.....)’e gönderilen “Savola 21 Eylül Fiyat Geçiş Maliyetler Hk” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler ve ürünlerle ilgili bilgilerin bulunduğu tablo yer almaktadır:

*“(.....) Hanım merhaba,  
Artan hamyağ maliyetleri ile birlikte yarın itibari( 17.09.2020) ile şuan sisteminizde tanımlı olan maliyetlerden gelecek siparişleri karşılama şansımız yok.  
Yarın itibari ile gelen siparişlerin daha önce paylaştığımız maliyete göre sisteminizde revize etmenizi rica ederiz.  
21 Eylül tarihi mevcut ürünlerde net net maliyetlerimiz aşağıda bilgilerinize sunulmuştur.  
...”*

- (154) Aynı e-posta silsilesinin devamında 17.09.2020 tarihinde A101 çalışanı (.....) tarafından SAVOLA çalışanı (.....) ve A101 çalışanı (.....)'ye gönderilen bilgi kısmında SAVOLA çalışanları (.....) ve (.....)'nin bulunduğu "RE: Savola 21 Eylül Fiyat Geçişi Maliyetler Hk" konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

"Merhaba,  
Piyasa geçişleriniz ile birlikte geçişleri organize edebiliriz.  
..."

- (155) SAVOLA'da yapılan yerinde incelemede elde edilen; 21.10.2020 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....) tarafından A101 çalışanları (.....) ve (.....)'ye gönderilen ve bilgi kısmında A101 çalışanları (.....), (.....) ile SAVOLA çalışanları (.....), (.....) ve (.....)'nin bulunduğu "RE: GÜNCEL DEPO SIFIRLARI HK" konulu e-postada;

"Merhabalar,  
Geçen dönem fiyat geçiş süreci ve diğer malum süreçler nedeniyle siparişlerinizi yeniden düzenlediniz.  
Sonrasında tüm sevkiyat planlamalarını yaptık .  
Sevkiyatlar hızlıca yapılıyor.Bu süreçte ortaya çıkan aksaklık varsa durumdan sadece firmamız sorumlu değildir ...  
İş ortağımız olarak fiyat geçiş dönemlerinde bize destek olmanızı bekliyoruz.Geçiş sürecini uzattığınız sürece gecikmeler yaşanabilir.  
Bu nedenle ortaya çıkacak bir fatura firmamızca kabul edilmeyecektir.Zira mevcut mutabakatsızlığı arttırmaktan başka bir sonuç doğurmaz.  
İyi çalışmalar dileklerimizle.  
..."

ifadeleri yer almaktadır.

- (156) Söz konusu e-postaya cevaben A101 çalışanı (.....) tarafından 21.10.2020 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....) ile A101 çalışanı (.....)'ye gönderilen ve A101 çalışanları (.....), (.....) ile SAVOLA çalışanları (.....), (.....) ve (.....)'nin bilgide bulunduğu e-postada;

"Merhaba,  
Koşullarımızın sağlanmadığı noktada geçişi nasıl sağlayalım? Biz bu zamana kadar sorunsuz piyasa fiyatlarına göre konumlandırmamızı yaptık. Oyun planını değiştiren sizsiniz. Bizde bu duruma göre yeni konumlandırmamızı yapıyoruz.  
Sevk etmediğiniz süreler 15-20 gün bu bahsettiğiniz fiyatını açıklamıyor. Ciro kaybettiriyorsanız kaybını da telafi etmelisiniz. Dünden bugüne olan bir konu değil.  
Mutabakatsızlıkla ilgili de defalarca mail attık ve aksiyon çalışması yaptık. Adım atmayan ve dönüş yapmayan sizsiniz. Verdiğiniz sözleri tutun!  
İyi Çalışmalar  
..."

denilmektedir.

- (157) SAVOLA'da yapılan yerinde incelemede elde edilen, 21.10.2020 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....) tarafından ŞOK çalışanı (.....)'e gönderilen, ŞOK çalışanı (.....) ve SAVOLA çalışanları (.....)'nin bilgide olduğu "[EXTERNAL]RE: 2020-2021 ZEYTİNYAĞI TOPLAM BAĞLANTI HAKK" konulu e-postada;

"...  
En son Genel müdür seviyesinde yapılan toplantıda , markalı ürünlerde listelme , in&out planların olacağı paket bir ticaret modeli üzerinden antat kalınmıştı.  
Bu hafta Cuma yada önümüzdeki hafta Cuma günü müsaitliğinize göre (.....) Bey'inde katılacağı bir toplantı set etmek istiyoruz.  
Sizin ve (.....) Beyi'in müsaitlik durumuna göre bir araya gelip detaylı olarak Q4 ve 2021 stratejimizi değerlendirebiliriz.



*Geri dönüşlerinizi rica ederiz.*

...”

ifadeleri yer almaktadır.

- (158) Aynı e-posta silsilesinin devamında 21.10.2020 tarihinde ŞOK çalışanı (.....)'den SAVOLA çalışanı (.....) ve ŞOK çalışanı (.....)'e gönderilen, SAVOLA çalışanları (.....), (.....), (.....)'nin bilgide olduğu “[EXTERNAL]RE: 2020-2021 ZEYTİNYAĞI TOPLAM BAĞLANTI HAKK” konulu e-postada;

“ ...

*Böyle bir paket anlaşması yapmadık, yapılmayacak olmayacaktır. Böyle bir anlaşma yoktr. Piyasada fiyatlarınız düzelmedikçe bizimle çalışmanız zor*

...”

ifadeleri yer almaktadır.

- (159) SAVOLA'da yapılan yerinde incelemede elde edilen, 02.12.2020 tarihinde A101 çalışanı (.....) tarafından SAVOLA çalışanı (.....) ve A101 çalışanı (.....)'ye gönderilen, A101 çalışanı (.....), SAVOLA çalışanları (.....) ve (.....)'nin bilgide olduğu “RE: Savola 05 Kasım Fiyat Geçişi Hk” konulu e-postada;

“ ...

*Biz geçişlerimizde hep piyasa dinamiklerini gözeterek ilerledik fakat bizim 10 tl aktivitemiz bahane edilerek piyasada ucuz fiyat algısı yaratılması ve bu yüzden fiyatların geçilmemesini anlamıyoruz. Bu bir aksiyon, raf fiyatı değil. Güncel raf fiyatından çarpılarak ilerliyor.*

*Güncel yağ maliyetlerini bizlerde hassasiyetle takip ediyoruz. Son geldiğimiz noktada %60 a varan bir geçişiniz oldu. Piyasada şuan böyle bir geçiş oranı yok. Aksiyonlarınız artık %14 seviyelerinde raftan geri gelmeye başladı. Ayrıca hala bozuk fiyatlar var.*

(...)”

ifadeleri yer almaktadır.

- (160) SAVOLA'da yapılan yerinde incelemede SAVOLA çalışanı (.....)'in bilgisayarında elde edilen “NADISC. Takip Konular 04.12.2020” isimli sunum dosyasında;

*“... Fiyat geçiş zamanlamaları : A101 tarafında fiyat geçişleri Mgros ile eş zamanlı yapılmasına rağmen neden CM kaybı görünmüyor detayına bak?*

(...)”

ifadeleri yer almaktadır.

- (161) 08.02.2021 tarihinde SAVOLA çalışanları (.....) ve (.....) arasında gerçekleşen Whatsapp görüşmesinde aşağıdaki ifadelere yer verilmektedir:

*“(.....): Ben ofise geçecem abi şu btt mutabakt ve A101 zeytinyağı tanımı için bilgin olsun*

*Abi migrostan dönüş varmı A101 soruyor*

*Baskıya gidecekmiş (.....)<sup>62</sup> aradım açmadk*

*(.....): (.....)<sup>63</sup> da açmadı*

*(.....): (...) bunlar ya adamlar haber bekliyor*

*(.....): Konuştum Çarşamba sabah kesin*

*(.....): (...)lar*

*Niye salı olmuyormuş (...)*

*Bir zam daha geliyormuş zeytinyağına bu arada*

*İçeri öyle vermişler*

<sup>62</sup> MİGROS çalışanı (.....)

<sup>63</sup> MİGROS çalışanı (.....)

Daha önce  
Cuma günü  
Cumartesi alış geçti  
(.....): Komilimi geçiyor  
Bir daha  
Abi anlamadım  
(.....): Tümü . (.....) söyledi.Hammaddeye  
Markalı ya  
(.....): Bu (.....) (...)<sup>64</sup> kesin komiliyi ikinci zamı geçecek öyle bizi geçiyor  
Neyse hayırlısı  
(.....): Kesinlikle  
(.....)<sup>65</sup>a bunu da söyle  
Biliyordur gerçi  
(.....) etmesin”

(162) 17.02.2021 tarihinde SAVOLA çalışanları (.....) ve (.....) arasında gerçekleşen Whatsapp görüşmesinde;

“(.....): Abi konuşamdık ne oldu migros şimdi son durumda  
A101 nr yapıyoruz  
(.....): Hatuna<sup>66</sup> söyledim bu aya girmezse olmuyor ayrıca fiyat geçişi de aynı anda olmalı diye  
Yarın 11.00 de dönüş yapacak  
(.....): Tamam abi eline sağlık diğer ürünlerdendemi fiyat geçişi için konuştun zaten maliyetler artıyormuş  
Ek fiyat geçişi konuşuluyor  
(.....): Evet onun için konuştum  
(.....): en doğrusu abim”

ifadeleri yer almaktadır.

## TESPİT 2

(163) A101’de yapılan yerinde incelemede elde edilen, A101 İcra Kurulu Üyesi (.....) ile A101 Kategori Müdürü (.....) arasında geçen Whatsapp görüşmesinde, 03.04.2019 tarihinde;

“(.....): Bim/migros/şok ne yapıyor?  
(.....): (.....) bey  
Bim ile görüştük cumaya kadar bekleyelim denilmekte  
Şuan rakipler fiyat gecmedier”

(164) 04.04.2019 tarihinde:

“(.....): (.....) bey merhaba  
Tanzim ürünleri satış fiyatlarını İstanbul dışında tüm Türkiye’de yarından itibaren geçiyoruz.  
Patates 5  
Soğan 4  
Domates 7 TL diğer ürünler serbest İstanbul için önümüzdeki hafta başında geçmeyi düşünüyoruz. Bu şekilde bölgelere Bilgi geçiyorum.  
(.....): Neden?”

<sup>64</sup> Argo ifadeler.

<sup>65</sup> A101 çalışanı (.....)

<sup>66</sup> MİGROS çalışanı (.....)’un kastedildiği, sehven “Hatuna” şeklinde yazıldığı değerlendirilmektedir.



(.....): Geçiyoruz diye konuştuk  
 (.....): Kiminle?  
 (.....): Bim  
 (.....): Onlar yapsınlar görelim sonra yazarız  
 (.....): Bu gün tanımlayacaklar  
 Bizde tanımlayabiliriz  
 (.....): Tamam biz de tanımlayalım  
 Bölgelere bilgi geçebiliriz  
 (.....): Ok  
 İstanbul için haftaya geçelim denildi  
 (.....): İstanbulları ayrıca yazarız  
 Ama dile dikkat  
 Rakip demeyin  
 Üst yönetimce alınan karar demeyin  
 Dilkatli bir dille yazalım  
 (.....): Ok”

ifadeleri yer almaktadır.

- (165) Soruşturma taraflarının gönderdiği verilere göre, yukarıdaki belgede bahsi geçen patates, soğan ve domates ürünlerine ilişkin olarak ilgili tarihlerde gerçekleşen fiyat hareketleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

Tablo 20: Yazışmalara Konu Ürünlere İlişkin Fiyat (TL, KDV Dahil) Değişiklikleri

|               | Teşebbüs                  | ANKARA              |            |            | İSTANBUL   |            |            | İZMİR      |            |            |
|---------------|---------------------------|---------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
|               |                           | Tarih <sup>67</sup> | Eski Fiyat | Yeni Fiyat | Tarih      | Eski Fiyat | Yeni Fiyat | Tarih      | Eski Fiyat | Yeni Fiyat |
| Domates Kg    | BİM                       | 05.04.2019          | 4,00       | 6,95       | 05.04.2019 | 4,00       | 6,95       | 05.04.2019 | 4,00       | 6,95       |
|               | A101                      | 05.04.2019          | 3,00       | 7,00       | 12.04.2019 | 3,00       | 7,60       | 05.04.2019 | 4,00       | 6,99       |
|               | ŞOK                       | 06.04.2019          | 3,00       | 6,95       | 13.04.2019 | 3,00       | 6,95       | 06.04.2019 | 3,00       | 6,95       |
|               | CARREFOURSA               | 11.04.2019          | 3,00       | 6,95       | 11.04.2019 | 3,00       | 6,95       | 12.04.2019 | 4,00       | 5,99       |
|               | MİGROS                    | 09.04.2019          | 3,00       | 4,95       | 16.04.2019 | 3,00       | 5,95       | 06.04.2019 | 4,00       | 4,95       |
| Patates Kg    | BİM                       | 05.04.2019          | 2,90       | 4,97       | 05.04.2019 | 2,90       | 4,97       | 05.04.2019 | 2,90       | 4,97       |
|               | A101                      | 05.04.2019          | 2,00       | 5,00       | 12.04.2019 | 2,00       | 4,00       | 05.04.2019 | 2,90       | 5,00       |
|               | ŞOK                       | 06.04.2019          | 2,00       | 4,95       | 13.04.2019 | 2,00       | 4,13       | 06.04.2019 | 2,90       | 4,95       |
|               | CARREFOURSA <sup>68</sup> | 11.04.2019          | 2,90       | 6,75       | 11.04.2019 | 2,90       | 6,75       | 11.04.2019 | 2,90       | 6,75       |
|               | MİGROS                    | 09.04.2019          | 2,00       | 3,95       | 11.04.2019 | 2,00       | 2,90       | 06.04.2019 | 2,90       | 3,95       |
| Kuru Soğan Kg | BİM                       | 05.04.2019          | 2,25       | 3,97       | 05.04.2019 | 2,25       | 3,97       | 05.04.2019 | 2,25       | 3,97       |
|               | A101                      | 05.04.2019          | 2,00       | 4,00       | 12.04.2019 | 2,00       | 3,00       | 05.04.2019 | 2,75       | 4,00       |
|               | ŞOK                       | 06.04.2019          | 2,00       | 3,95       | 13.04.2019 | 2,00       | 3,00       | 06.04.2019 | 2,00       | 3,95       |
|               | CARREFOURSA               | 11.04.2019          | 2,00       | 3,00       | 11.04.2019 | 2,00       | 3,00       | 10.04.2019 | 2,75       | 3,00       |
|               | MİGROS                    | 09.04.2019          | 2,00       | 3,25       | 09.04.2019 | 2,00       | 2,75       | 08.04.2019 | 2,75       | 3,25       |

### TESPİT 3

- (166) CARREFOURSA’da yapılan yerinde incelemede CARREFOURSA Genel Müdür Yardımcısı (.....)’ın mobil cihazından alınan, “CarrefourSA İcra” isimli grupta 19.11.2019 tarihinde gerçekleştiği anlaşılan Whatsapp görüşmesinde aşağıdaki konuşmalar yer almaktadır:

“(.....):<sup>69</sup> BİM süt ürünlerinde fiyat geçişi yapmış

<sup>67</sup> Bu tablodaki ve aşağıdaki fiyat değişim tablolarındaki “Tarih” sütunları fiyat geçiş tarihlerini içermektedir.

<sup>68</sup> “Patates Kg” ürününe ilişkin İstanbul için CARREFOURSA tarafından sunulan etiket fiyatının 11.04.2019’de yalnızca bir günlüğüne 6,75’e yükseldiği, 12.04.2020’de 2 TL olduktan sonra bir sonraki yükselişin 16.04.2019’da gerçekleştiği ve fiyatın 6,75 seviyesine geldiği görülmektedir.

<sup>69</sup> CARREFOURSA İcra Kurulu Üyesi ve Genel Müdürü (.....).

Ne kadar olduğunu bir araştırır mısınız?

(.....): Bugün bimden fiyat aldırıyorum. Fiyat elime geçtiğinde paylasirim.

(.....): Benim bildiğim haftaya Salı günü geçecek Dün geçmemişti

Hergün düzenli baktırıyoruz

(.....): Bugün geçmiş, A101 (.....)'ın<sup>70</sup> keyfi yerindeydi. Onlar da şimdi geçiyorlarmış.

(.....): Hemen tekrar baktırıyorum

3.45 ve 3.75 olmuş geçiyoruz

Bir-kac mağazayı daha kontrol ediyoruz”

- (167) Soruşturma taraflarının gönderdiği verilere göre, belgeye konu olduğu anlaşılan özel markalı 1 lt tam yağlı ve yarım yağlı sütlere ilişkin olarak ilgili tarihlerde söz konusu teşebbüslerce gerçekleştirilen fiyat hareketleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

Tablo 21: Yazışmalara Konu Ürünlere İlişkin Fiyat (TL, KDV Dahil) Değişiklikleri

| Ürün                                | Teşebbüs    | Tarih      | Eski Fiyat | Yeni Fiyat |
|-------------------------------------|-------------|------------|------------|------------|
| PL <sup>71</sup> Tam Yağlı Süt 1 Lt | BİM         | 19.11.2019 | 3,25       | 3,75       |
|                                     | A101        | 20.11.2019 | 3,25       | 3,75       |
|                                     | CARREFORUSA | 20.11.2019 | 3,25       | 3,75       |
| PL Yarım Yağlı Süt 1 Lt             | BİM         | 19.11.2019 | 2,95       | 3,45       |
|                                     | A101        | 20.11.2019 | 2,95       | 3,45       |
|                                     | CARREFORUSA | 21.11.2019 | 2,95       | 3,45       |

#### TESPİT 4

- (168) BİM'de yapılan yerinde incelemede elde edilen, BİM Satın Alma Grup Müdürü Asistanı (.....) tarafından teşebbüs çalışanı (.....) ve Satın Alma Genel Müdürü (.....)'a gönderilen 10.04.2020 tarihli (saat 13:10) “FW: 14 Nisan Fiyat Önerileri” konulu e-postada;

“Merhaba (.....) Bey & (.....) Hanım

Salı günü itibari ile geçerli olacak şekilde önerilen fiyatlar ekte gibidir.

Bilgilerinize sunar değerlendirmelerinizi rica ederiz.

Saygılarımla,

(.....)”

ifadeleri yer almaktadır.

- (169) Söz konusu e-postanın devamı niteliğinde BİM Satın Alma Grup Müdürü Asistanı (.....) tarafından satın alma asistanlarına gönderilen 10.04.2020 tarihli (saat 14:47) “FW: 14 Nisan Fiyat Önerileri” konulu e-postada;

“Merhaba Arkadaşlar,

Fiyatlar (.....) Hanım ve (.....) Bey tarafından önerildiği şekilde uygun bulunmuştur.

En hızlı şekilde sisteme tanımlanmasını rica ederiz.

Saat 15:00 da aktarım yaptırılacaktır.

Bilgilerinize,

Saygılarımla,

(.....)”

ifadeleri yer almaktadır.

- (170) İlgili e-posta silsilesinin ekinde yumurta, tahin, ıslak havlu, tavuk but baget, cips ve sebze-meyve ürünlerine ilişkin olmak üzere, bazılarında aynı ürünlere dair rakip cari satış fiyatlarını da içeren Excel tabloları bulunmaktadır. Söz konusu e-posta ekinde yer alan “FRITOLAY GİRFORMA 09 04 2020 .xlsx” adlı Excel dosyasında aşağıdaki notun bulunduğu görülmektedir:

<sup>70</sup> İlgili tarihte A101 icra kurulu başkanıdır (CEO).

<sup>71</sup> “Özel markalı ürünler” (private label) ifadesinin kısaltmasıdır.

“Rakip fiyatları Pazartesi günü geçecektir.”

- (171) Bahse konu Excel dosyasında yer alan ve aşağıda özet halinde aktarılan, rakip cari fiyatlarını da içeren fiyat değişikliği formundan, FRİTO LAY<sup>72</sup> tarafından sağlanan Doritos, Ruffles ve Lays markalı çeşitli cips ürünlerinin fiyatının 4,25 TL'den 4,75 TL'ye yükseltilmesinin planlandığı anlaşılmaktadır.

| ÜRÜN                                     | MEVCUT       | TEKLİF       | ŞOK  | MIGROS | CARREFOURSA | A101 |
|--|--------------|--------------|------|--------|-------------|------|
|  | SATIŞ FİYATI | SATIŞ FİYATI |      |        |             |      |
| CİPS DORİTOS NACHO /TACO /EXTREME        | 4.25         | 4.75         | 4.25 | 4.25   | 4.25        | 4.25 |
| CİPS RUFFLES ORJ/PYNR SOĞAN/LAYS K/MEVYŞ | 4.25         | 4.75         | 4.25 | 4.25   | 4.25        | 4.25 |

- (172) ŞOK'ta yapılan yerinde incelemede elde edilen, 10.04.2020 tarihinde **(saat 14:55)** ŞOK Satın Alma Yöneticisi (.....) tarafından ŞOK Kampanya-Fiyatlandırma Yöneticisi (.....)'ya gönderilen, teşebbüs çalışanları (.....) ve (.....)'in bilgide olduğu “Fritolay - Satış Fiyat Değişikliği Hk.” Konulu e-postada:

“(.....)

Fritolay'ın satış fiyatlarını 13.04 Pazartesine gününe tanımlayacağız. Ancak telefonda bahsettiğim gibi senden ricam bu tanımlamayı Pazar günü yapman.

Rakip A ile eş zamanlı Pazartesi günü geçeceğiz. Aksi bir durumda Pazar günü tanımlamayacağız. Ben Pazar günü sana bilgi vereceğim.

Onaylı form ektedir.

(.....)”

ifadeleri yer almaktadır.

- (173) E-posta silsilesinin devamında 12.04.2020 tarihinde, ŞOK Satın Alma Yöneticisi (.....) tarafından ŞOK Kampanya-Fiyatlandırma Yöneticisi (.....)'ya gönderilen, teşebbüs çalışanları (.....) ve (.....)'in bilgide olduğu “FW: Fritolay -Satış Fiyat Değişikliği Hk.” konulu e-postada;

“Merhaba (.....)

Piyasa organize edildi. Ekte “sadece satış fiyatlarını” yarından itibaren geçerli olacak şekilde tanımlayabilir misin...”

ifadesi yer almaktadır.

- (174) Aynı e-posta silsilesinin devamında ŞOK Kampanya-Fiyatlandırma Yöneticisi (.....) tarafından “Merhaba, Kontrol rica olunur.” notu ile ŞOK Satın Alma Yöneticisi (.....)'e gönderilen, teşebbüs çalışanları (.....) ve (.....)'in bilgide olduğu e-postada, FRİTO LAY tarafından sağlanan Doritos, Ruffles, Lays, Çerezza ve Cheetos markalı çeşitli cips ürünlerinin fiyatlarının 13.04.2020 başlama tarihli olarak firma içi program ile tanımlanmasına yönelik ekran görüntüsü paylaşılmıştır. Söz konusu ekran görüntüsüne göre ilgili ürünlerin güncel satış fiyatları ile 13.04.2020'den itibaren geçilecek fiyat bilgilerine aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

| Ürün İsmi                | Güncel Satış Fiyatı (TL) | Satış Fiyatı (TL) |
|--------------------------|--------------------------|-------------------|
| RUFFLES ORİGINALS 107 GR | 4,25                     | 4,75              |
| DORİTOS TACO 121 GR      | 4,25                     | 4,75              |
| DORİTOS TURCA 113 GR     | 4,25                     | 4,75              |

<sup>72</sup> Frito Lay Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.

|   |      |      |
|---|------|------|
| LAY'S KLASİK 107 GR                     | 4,25 | 4,75 |
| LAY'S YOĞURT MEVSİM YEŞİLLİKLERİ 107 GR | 4,25 | 4,75 |
| ÇEREZZA 3'LÜ 103 GR                     | 3,25 | 3,50 |
| RUFFLES PEYNİR SOĞAN SÜPER BOY 107 GR   | 4,25 | 4,75 |
| DORITOS NACHO 121 GR                    | 4,25 | 4,75 |
| LAY'S BAHARATLI 107 GR                  | 4,25 | 4,75 |
| DORITOS HOT CORN 113 GR                 | 4,25 | 4,75 |
| CHEETOS 3'LÜ PAKET 43 GR                | 1,50 | 1,75 |
| RUFFLES KETÇAP AROMALI 107 GR           | 4,25 | 4,75 |

- (175) Bahse konu e-postaya cevaben, ŞOK Satın Alma Yöneticisi (.....) tarafından ŞOK Kampanya-Fiyatlandırma Yöneticisi (.....)'ya gönderilen, teşebbüs çalışanları (.....) ve (.....)'in bilgide olduğu e-postada "(...) Ok (.....), eline sağlık..." denilmektedir.
- (176) Soruşturma taraflarının gönderdiği verilere göre, yukarıdaki belgede bahsi geçen Doritos, Ruffles ve Lays markalı çeşitli cips ürünlerine ilişkin olarak ilgili tarihlerde söz konusu teşebbüslerce gerçekleştirilen fiyat hareketleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

Tablo 22: Yazışmalara Konu Ürünlere İlişkin Fiyat (TL, KDV Dahil) Değişiklikleri

| Ürün               | Teşebbüs    | Tarih      | Eski Fiyat | Yeni Fiyat |
|--------------------|-------------|------------|------------|------------|
| DORİTOS 113-121 GR | BİM         | 14.04.2020 | 4,25       | 4,75       |
|                    | A101        | 13.04.2020 | 4,25       | 4,75       |
|                    | ŞOK         | 13.04.2020 | 4,25       | 4,75       |
|                    | CARREFOURSA | 13.04.2020 | 4,25       | 4,75       |
|                    | MİGROS      | 13.04.2020 | 4,25       | 4,75       |
| LAYS 107 GR        | BİM         | 14.04.2020 | 4,25       | 4,75       |
|                    | A101        | 13.04.2020 | 4,25       | 4,75       |
|                    | ŞOK         | 13.04.2020 | 4,25       | 4,75       |
|                    | CARREFOURSA | -          | 5,25       | 5,25       |
|                    | MİGROS      | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok   |
| RUFFLES 107 GR     | BİM         | 14.04.2020 | 4,25       | 4,75       |
|                    | A101        | 13.04.2020 | 4,25       | 4,75       |
|                    | ŞOK         | 13.04.2020 | 4,25       | 4,75       |
|                    | CARREFOURSA | 13.04.2020 | 4,25       | 4,75       |
|                    | MİGROS      | 13.04.2020 | 4,25       | 4,75       |

## TESPİT 5

- (177) CARREFOURSA'da yapılan yerinde incelemede elde edilen, 25.03.2020 tarihinde CARREFOURSA Kuru Gıda Satınalma Uzmanı (.....) tarafından CARREFOURSA çalışanı (.....)'a gönderilen, CARREFOURSA çalışanları (.....) ve (.....)'in bilgide olduğu "Tarım Ürünleri Güncel Piyasa Bilgileri" konulu e-postada;

"Merhaba (.....) bey,

Tarım bazlı ürünlerde güncel bilgiler aşağıdaki gibi;

\*Ayçiçek yağında % 5 fiyat geçişi bekleniyor(Yudum ve Biryag açıkladı)

(...)

Bilginize,

Saygılarımla."

ifadeleri yer almaktadır.

- (178) Aynı e-posta silsilesinin devamında, 27.03.2020 tarihinde CARREFOURSA Kuru Gıda Satınalma Uzmanı (.....) tarafından CERREFOURSA çalışanı (.....)'a gönderilen, CARREFOURSA çalışanları (.....) ve (.....)'in bilgide olduğu "RE: Tarım Ürünleri Güncel Piyasa Bilgileri" konulu e-postada belirli ürünlerde BİM'in eski ve yeni fiyatlarını gösteren tablo ve bir sonraki hafta gerçekleştirmesi beklenen artışa ilişkin aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“Merhaba (.....) bey,  
Yeni gelen bilgilere göre fiyatlarla ilgili son durum aşağıdaki gibi.  
Saygılarımla,”

| Ürün  | Bim Eski fiyat | Bim Yeni fiyat (27 Mart)  | Geçiş oranı              |  |  |  |
|---|----------------|---------------------------|--------------------------|--|--|--|
| Kuru fasulye 1 KG   | 10,45          | 10,95                     | 5%                       |  |  |  |
| Bulgur 1 KG   | 3,95           | 4,25                      | 8%                       |  |  |  |
| Kırmızı mercimek 1 KG   | 5,95           | 6,75                      | 13%                      |  |  |  |
| Yeşil Mercimek 1 KG   | 5,95           | 6,95                      | 17%                      |  |  |  |
| Pirinç Osmançık 1 KG  | 8,5            | Aynı                      | Artış haftaya bekleniyor |  |  |  |
|   |                |                           |                          |  |  |  |
|   |                |                           |                          |  |  |  |
| Ürün  | Bim fiyat      | Önümüzdeki hafta Beklenti | Beklenti Geçiş Oranı     |  |  |  |
| Ayçiçek yağ   | 36,9           | 37,9                      | 3%                       |  |  |  |
| Rusya ve Ukrayna 20 gün ihracatı kapatma kararı almış ve şuan dışardan yağ alımı yapılamıyor.firmalar kotalı ürün sevkine |                |                           |                          |  |  |  |
| başladı(örnek:Trakyabirlik)   |                |                           |                          |  |  |  |

- (179) MİGROS'ta yapılan yerinde incelemede elde edilen, Tarım İşletmeleri Genel Müdürlüğü (TİGEM) bünyesinde rakip teşebbüs temsilcilerinin katılımıyla gerçekleştirildiği anlaşılan bir toplantıya ilişkin olarak 01.04.2020 tarihinde MİGROS çalışanı (.....) tarafından MİGROS çalışanı (.....)'a gönderilen “Fwd:” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“iPad’imden gönderildi

İleti başlangıcı:

**Kimden:** "(.....) (Migros)" (.....)

**Tarih:** 1 Nisan 2020 18:39:26 GMT+3

**Kime:** "(.....) (Migros)" (.....), "(.....) (Migros)" (.....),  
"(.....) (Migros)" (.....)

(.....) bey

Tigem başkanlığında yapılan toplantıda konuşanlar.

(Konuşmaları direkt yazıya döktüm hızlı şekilde anlam düşüklükleri için kusura bakmayın)

TMO pirinç ve çeltik satışına başlıyor.

BİM satışlarımız sakinleşti hala geçen seneden ileride dedi bakliyat ve kurugıdada Ayçiçekte Rusyadan dolayı %10 nun üzerinde zam bekliyorlar.Bügem süreci takip ediyorlar müdahale yapabilirler.Bim 43 tl olacak 5 lik ayçiçek yağı diyor.C4 de zam gelecek destek lazım diyor.

TMO makarnalık buğdayda %80 artış yapacak . Makarnada zam beklemiyorlar.

Limon konuşuldu ihracatı durduruldu.Sorun azalacak.

Yumurta

Bim talep düşüyor üreticilerin fiyatlarını düşürmedik geçen hafta.

Bu hafta çok düştü fiyat Başmakçıda 22 kuruş fiyat açıklamış.

Üreticiler fiyat bu hafta düşürecek bizde düşüreceğiz dedi.

Satışlar fena değil.

Normalin bir miktar üzerinde.

İyi akşamlar.

iPhone’umdan gönderildi”

- (180) CARREFOURSA'da yapılan yerinde incelemede elde edilen, 06.04.2020 tarihinde CARREFOURSA Kuru Gıda Satınalma Uzmanı (.....) tarafından CARREFOURSA çalışanı (.....)'a gönderilen, CARREFOURSA çalışanları (.....) ve (.....)'ın bilgide olduğu "Re:Tarım Ürünleri Güncel Piyasa Bilgileri" konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

"Merhaba (.....) bey,

\*Piyasada ayçiçek yağındaki belirsizlik halen devam etmektedir.

\*PL fiyatının birkaç gün içerisinde 40,90 seviyesine geleceği beklenmektedir.hamyag artış oranı geçen aya göre %12 artmış bu oranı birebir yansıtacak.beklenti bu yönde.

\*Bir yağ 2 hafta içerisinde 2. Listesini gönderdi(25 tonla sınırlandırdı) %8 bir fiyat geçişi oldu. Raf fiyatı şuan 43,45 oldu önüzdeki hafta 45,90 olacak.

(...)

Saygılarımla,"

- (181) BİM'de yapılan yerinde incelemede elde edilen, 06.04.2020 tarihinde BİM çalışanı (.....) tarafından "Satınalma Direktörleri"; "BimMSA"; "BimMSAAsistanları" gruplarına gönderilen, Satın Alma Genel Müdürü (.....)'ın bilgide olduğu "Fiyat Geçişleri - Önemli" konulu e-postada;

"Merhaba,

Yarın ve haftaya Salı gününe fiyat geçişi yapılacak ürünler için ürünlerin alış fiyat geçişlerini acil olarak ekteki tabloda belirtmenizi rica ederim.

Saygılarımla,

(.....)"

ifadeleri bulunmaktadır.

- (182) Aynı e-posta silsilesinin devamında, 06.04.2020 tarihinde (saat **16:25**) BİM Satınalma Direktörü (.....) tarafından BİM çalışanı (.....)'ya ve bilgi için (.....)'e gönderilen "FW: Fiyat Geçişleri - Önemli" konulu e-postada "Merhaba (.....) bu tabloyu hazırlayabilir misin" denilmekte; söz konusu e-posta ekinde yer alan "Fiyat Değişiklikler.xlsb" adlı Excel dosyasının "07.04" sekmesinde aşağıdaki bilgilerin bulunduğu görülmektedir:

| Artikel No |                            | Eski Fiyat | Yeni Fiyat |
|------------|----------------------------|------------|------------|
| (...)      | (...)                      | (...)      | (...)      |
| 900273     | AYÇİÇEK YAĞI PET 5 LT SOLE | 36.95      | 39.95      |
| 900308     | AYÇİÇEK YAĞI 1 LT SOLE     | 8.95       | 9.95       |
| 900313     | AYÇİÇEK YAĞI 2 LT SOLE     | 16.95      | 18.95      |

- (183) CARREFOURSA'da yapılan yerinde incelemede elde edilen, daha önce bahsi geçen e-posta silsilesinin devamında, 06.04.2020 tarihinde (saat **22:55**) CARREFOURSA Kuru Gıda Satınalma Uzmanı (.....) tarafından CARREFOURSA çalışanı (.....)'a gönderilen, CARREFOURSA çalışanları (.....) ve (.....)'ın bilgide olduğu "Re:Tarım Ürünleri Güncel Piyasa Bilgileri" konulu e-postada;

"(.....) bey yarınki bimin çıkacağı ayçiçek fiyatı geldi az önce.

36,90 dan 39,90 çıkıyor.

(.....) abilerle konuştum.

Biz fiyatı hemen organize ediyoruz."

ifadeleri yer almaktadır.

- (184) Soruşturma taraflarının gönderdiği verilere göre, yukarıdaki belgelerde bahsi geçen özel markalı ayçiçek yağı ürünlerine ilişkin olarak ilgili tarihlerde söz konusu teşebbüslerce gerçekleştirilen fiyat hareketleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

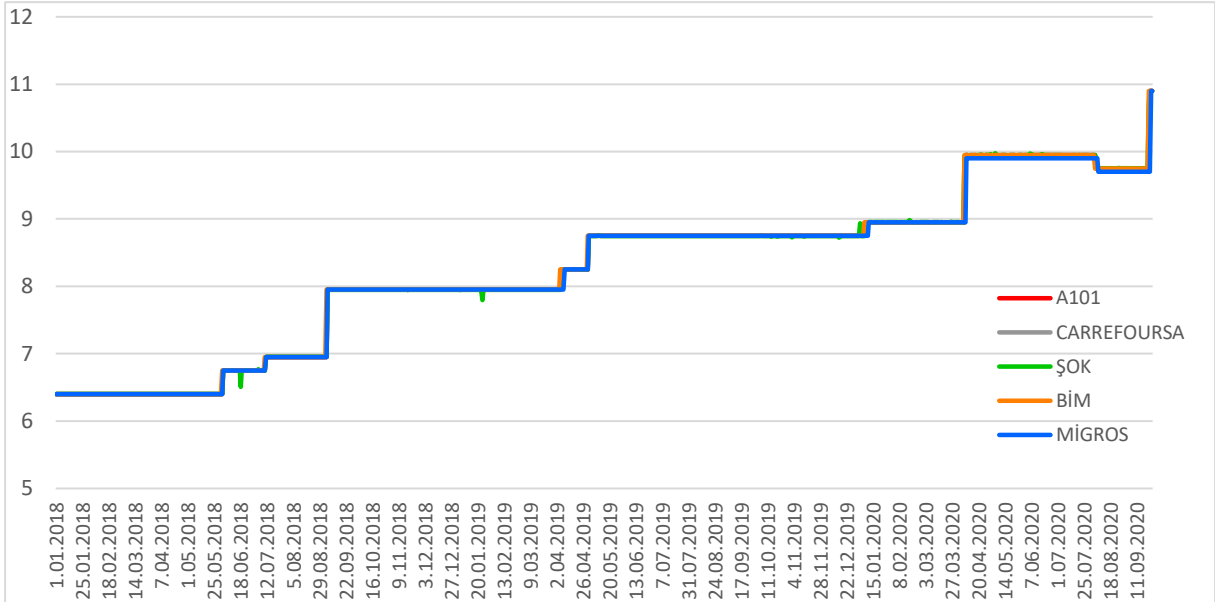


Tablo 23: Yazışmalara Konu Ürünlere İlişkin Fiyat (TL, KDV Dahil) Değişiklikleri

| Ürün                 | Teşebbüs           | Tarih      | Eski Fiyat | Yeni Fiyat |
|----------------------|--------------------|------------|------------|------------|
| PL Ayçiçek Yağı 1 LT | BİM                | 07.04.2020 | 8,95       | 9,95       |
|                      | ŞOK                | 07.04.2020 | 8,95       | 9,95       |
|                      | A101               | 08.04.2020 | 8,95       | 9,95       |
|                      | CARREFOURSA        | 08.04.2020 | 8,95       | 9,95       |
|                      | MİGROS             | 09.04.2020 | 8,95       | 9,90       |
| PL Ayçiçek Yağı 2 LT | BİM                | 07.04.2020 | 16,95      | 18,95      |
|                      | ŞOK                | 07.04.2020 | 16,95      | 18,95      |
|                      | A101               | 08.04.2020 | 16,95      | 18,95      |
|                      | CARREFOURSA        | 08.04.2020 | 16,95      | 18,95      |
|                      | MİGROS             | 09.04.2020 | 16,95      | 18,90      |
| PL Ayçiçek Yağı 5 LT | BİM                | 07.04.2020 | 36,95      | 39,95      |
|                      | ŞOK                | 07.04.2020 | 36,95      | 39,95      |
|                      | A101 <sup>73</sup> | 08.04.2020 | 36,95      | 39,95      |
|                      | CARREFOURSA        | 08.04.2020 | 36,95      | 39,95      |
|                      | MİGROS             | 09.04.2020 | 36,95      | 39,90      |

(185) Aşağıda ayrıca, A101, BİM, CARREFOURSA, MİGROS ve ŞOK tarafından 1, 2 ve 5 lt özel markalı ayçiçek yağı ürünlerine ilişkin olarak 01.01.2018-15.09.2020 tarihleri arasında uygulanan günlük etiket fiyatı grafiklerine yer verilmiştir. Söz konusu grafiklerde esasen bahsi geçen beş teşebbüsün her birine ait ayrı çizgilerinin yer aldığı; bununla birlikte gözlem döneminin önemli bir kısmında günlük etiket fiyatlarının teşebbüslerin tamamı bakımından birebir aynı seyretmesi nedeniyle grafiklerde farklı teşebbüslere ilişkin fiyat çizgilerinin büyük ölçüde birbirlerinden ayırt edilemedikleri vurgulanmalıdır.<sup>74</sup>

Grafik 1: Özel Markalı (PL) 1 Lt Ayçiçek Yağı Günlük Bölgesel Etiket Fiyatları (TL, KDV Dâhil)

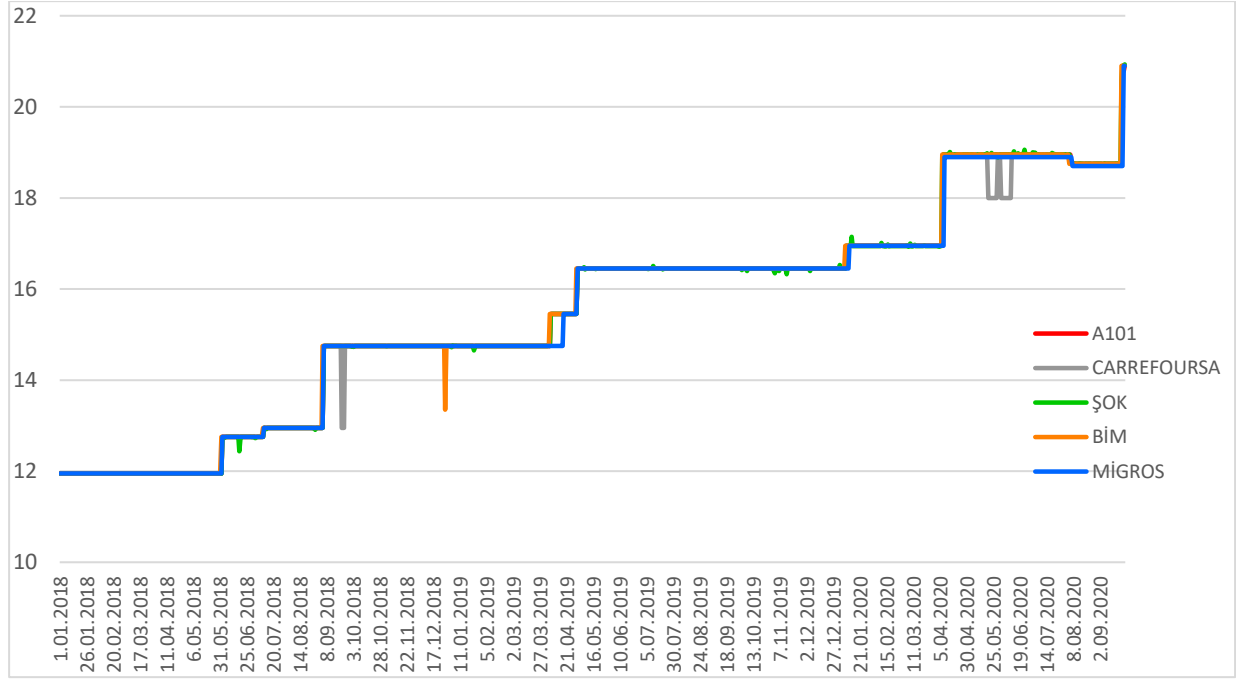


Grafik 2: Özel Markalı (PL) 2 Lt Ayçiçek Yağı Günlük Bölgesel Etiket Fiyatları (TL, KDV Dâhil)

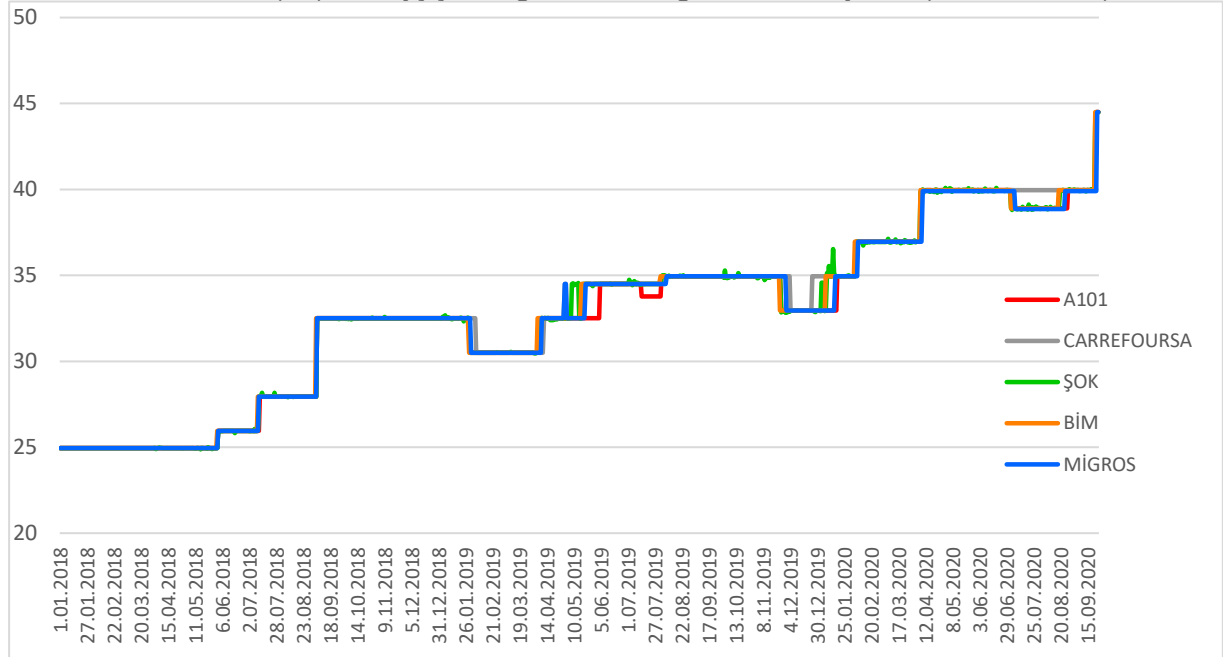
<sup>73</sup> PL Ayçiçek Yağı 5 LT ürününe ilişkin A101 tarafından sunulan etiket fiyatlarından yalnızca İzmir etiket fiyatı 04.04.2020'de 39,95'ten 41,50'ye yükselmiştir. Ankara ve İstanbul fiyatlarında ise farklılaşma bulunmamaktadır.

<sup>74</sup> BEF – G. kısaltması günlük bölgesel etiket fiyatlarını ifade etmektedir.





Grafik 3: Özel Markalı (PL) 5 Lt Ayçiçek Yağı Günlük Bölgesel Etiket Fiyatları (TL, KDV Dâhil)



## TESPİT 6

- (186) ŞOK'ta yapılan yerinde incelemede elde edilen, 30.04.2020 tarihinde ŞOK çalışanı (.....) tarafından ŞOK Ticaret Direktörü (.....)'e gönderilen "Fiyat Geçişi" konulu e-postada;

"...

*Fiyat geçişleri ile istemiş olduğunuz çalışmayı yaptım .Üzerinden konuşabiliriz.*

"...

denilmektedir.

- (187) Söz konusu e-postanın devamı niteliğinde, 05.05.2020 tarihinde yine ŞOK çalışanı (.....) tarafından ŞOK Ticaret Direktörü (.....)'e iletilen "FW: Fiyat Geçişi" konulu e-posta ekinde yer alan "Fiyat Geçişi Açıklama 30.04.xls" isimli Excel dosyasında bazı

ürünlerin isimleriyle birlikte eski satış fiyatı, yeni satış fiyatı ve fiyat geçişine ilişkin açıklamalara yer verilmiştir. İlgili Excel dosyasında yer alan “FİYAT GEÇİŞ AÇIKLAMALARI” başlıklı tabloda rakip perakende zincirlerinin “kırmızı”, “mavi”, “turuncu” renkleri ve “C4” şeklinde kodlandığı<sup>75</sup> anlaşılmakta olup anılan tabloda çeşitli ürünler bakımından söz konusu rakiplerin biri veya birkaçı ile birlikte eş zamanlı fiyat artışına gidileceği yönünde aşağıdaki açıklamaların yer aldığı tespit edilmiştir:

| Ürün Adı                        | Eski Satış Fiyatı | Yeni Satış Fiyatı | Açıklama  |
|---------------------------------|-------------------|-------------------|---|
| Ace Klasik 2lt                  | 7.45              | 8.25              | Yarın raf fiyatı rakip turuncu ile eş zamanlı geçilecektir. Alış fiyatı 15 gün destek alınarak 20 Mayıs'ta yapılabilir.   |
| Molfix Bebek Bezi               | 26.95             | 29.95             | Yarın raf fiyatı rakip mavi ile eş zamanlı geçilecektir. Alış fiyatı 15 gün destek alınarak 20 Mayıs'ta yapılabilir.  |
| Bingo Soft Konsantre 1440ml     | 17.95             | 19.95             | Bu ürün diğer rakiplerde bulunmamaktadır. Yarın raf fiyatı rakip turuncu ve C4 ile eş zamanlı geçilecektir. Alış fiyatı 15 gün destek alınarak 20 Mayıs'ta yapılabilir. |
| Mintax Sıvı Arap Sabunu 1000 MI | 6.75              | 6.95              | Bu ürün rakip kırmızı ve mavide bulunmamaktadır. Rakip turuncu ile eş zamanlı yarın marj kaybı yaşanmadan fiyat geçişi yapılabilir.                                     |

(188) Soruşturma taraflarının gönderdiği verilere göre, yukarıdaki belgelerde bahsi geçen ürünlere ilişkin olarak ilgili tarihlerde söz konusu teşebbüslerce gerçekleştirilen fiyat hareketleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

Tablo 24: Yazışmalara Konu Ürünlere İlişkin Fiyat (TL, KDV Dahil) Değişiklikleri

| Ürün                                   | Teşebbüs    | Tarih      | Eski Fiyat | Yeni Fiyat | Çeşitler  |
|--|-------------|------------|------------|------------|---|
| ACE Klasik 2 Lt                        | ŞOK         | 06.05.2020 | 7,45       | 8,25       | 2 Lt  |
|  | CARREFOURSA | 06.05.2020 | 7,45       | 8,25       | Klasik 2 Lt Hijyen  |
|  | MİGROS      | 07.05.2020 | 7,45       | 8,25       | Normal 2 Lt; Ekstra Hijyen 2Lt; Bahar Kokulu 2L   |
|  | A101        | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok  |
|  | BİM         | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok  |
| Molfix Bebek Bezi Çeşitleri            | A101        | 06.05.2020 | 26,95      | 29,95      | Midi 30'lu; Maxi 27'li; Junior 20'li; Extra Large 17'li   |
|  | ŞOK         | 06.05.2020 | 26,95      | 29,95      | İkiz Paket Extra Lage 17'li   |
|  | CARREFOURSA | 06.05.2020 | 29,95      | 33,45      | Eko Paket (Midi 34'lü; Maxi 30'lu; Maxiplus 26'li; Junior 24'lü; Junior+ 22'li; Extra Large 20'li); Külot Bez(Maxi'30'lu; Midi 34'lü; Junior 24'lü; Ekstra Large 20'li) |
|  | MİGROS      | 07.05.2020 | 51,95      | 54,90      | 3D (Junior 48'Li; Extra Large 39'Lu; Maxi 60 Lı; Midi 72'Li; Maxi Plus 52'Li; Yenidoğan 100 Lü; Mini 90'Lı)   |
|  | BİM         | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok  |
| Bingo Soft Konsantre 1440 ML Çeşitleri | ŞOK         | 06.05.2020 | 17,95      | 19,95      | 1440 ML   |
|  | CARREFOURSA | 06.05.2020 | 17,90      | 19,95      | 1440 ML   |
|  | MİGROS      | 07.05.2020 | 17,90      | 19,90      | 1440 ML   |
|  | BİM         | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok  |
|  | A101        | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok  |
| PL Arap Sabunu 1 Lt                    | ŞOK         | 06.05.2020 | 6,75       | 6,95       | 1 Lt  |
|  | MİGROS      | -          | 6,75       | 6,75       | 1 Lt  |
|  | BİM         | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok  |
|  | A101        | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok  |

<sup>75</sup> BİM, A101 ve MİGROS logo/tabela renklerine göre sırasıyla “kırmızı”, “mavi” ve “turuncu” renkleri ile CARREFOURSA ise “C4” şeklinde kodlanmıştır.

**TESPİT 7**

- (189) ŞOK'ta yapılan yerinde incelemede elde edilen, 30.04.2020 tarihinde ŞOK çalışanı (.....) tarafından ŞOK üst yöneticisi (.....)'e gönderilen, ŞOK Ticaret Direktörü (.....)'in bilgide olduğu "Fiyat değişiklik onay" konulu e-postada;

"

...  
\*Pazartesi itibariyle, ekte detayı bulunan aşağıdaki ürünün fiyatı 16,95 TL den 18,95 TL ye Rakip M ve Rakip A da yükselecektir.

\*Rakip B Salı günü yükseltecektir.

\*Bu üründe adet dönüş var.15 gün eski adet dönüş devam edecektir.(extra marj yapılmış olacak)

Onayınıza istinaden fiyat yapılacaktır

(...)

| ÜRÜN NO | ÜRÜN ADI                         |
|---------|----------------------------------|
| 59666   | SENSODYNE MİNT DİŞ MACUNU 100 ML |

ifadeleri yer almaktadır.

- (190) Rakip perakende zincirlerinin "Rakip A", "Rakip B" ve "Rakip M" şeklinde kodlandığı<sup>76</sup> görülen söz konusu e-postaya istinaden, 01.05.2020 tarihinde ŞOK çalışanı (.....) tarafından ŞOK Kampanya-Fiyatlandırma Yöneticisi (.....)'ya gönderilen, ŞOK çalışanları (.....) ve (.....)'nın bilgide olduğu e-postada " (.....) selam,Ekteki ürünün fiyatını pztесiden geçerli olarak yükseltebilir misin? (.....) Bey in onayını whats app dan atacağım..." ifadesi yer almaktadır.

- (191) Aynı e-posta silsilesinin devamında 01.05.2020 tarihinde ŞOK Kampanya-Fiyatlandırma Yöneticisi (.....)'dan ŞOK çalışanı (.....)'e gönderilen, ŞOK Ticaret Direktörü (.....)'in bilgide olduğu e-postada, bahsi geçen Sensodyne diş macunu ürünü için şirket içi fiyat yönetimi programından fiyat geçişine dair ekran görüntüsü paylaşılmıştır. Paylaşılan ekran görüntüsüne göre ilgili ürünün cari satış fiyatı ile 04.05.2020'den itibaren geçilecek yeni satış fiyatı bilgilerine aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

| Ürün Adı                         | Güncel Satış Fiyatı (TL) | Satış Başlama Tarihi | Satış Fiyatı (TL) |
|----------------------------------|--------------------------|----------------------|-------------------|
| SENSODYNE MİNT DİŞ MACUNU 100 ml | 16,95                    | 04.05.2020           | 18,95             |

- (192) Anılan e-posta silsilesinin devamı olarak, 06.05.2020 tarihinde ŞOK çalışanı (.....) tarafından ŞOK Ticaret Direktörü (.....)'e gönderilen, ŞOK çalışanları (.....) ve (.....)'in bilgide olduğu "RE: Fiyat değişiklik onay" konulu e-postada;

"(.....) Bey Merhaba,

Aşağıdaki ürün B rkp de geçmediği için satış fiyat değişikliğini geri alacağız.

Yeniden 16,95 tl satış fiyat tanımlama için onay rica ederim."

ifadeleri yer almaktadır.

- (193) Söz konusu e-postaya cevaben yazılan, ŞOK Ticaret Direktörü (.....)'ten ŞOK çalışanı (.....)'ya gönderilen ŞOK çalışanları (.....) ve (.....)'in bilgide olduğu aynı tarihli e-postada "Çok üzücü. Ok" denilmektedir.

<sup>76</sup> A101 "Rakip A", BİM "Rakip B" ve MİGROS "Rakip M" olarak kodlanmıştır.

(194) Aynı e-posta silsilesinin devamında 08.05.2020 tarihinde ŞOK çalışanı (.....) tarafından ŞOK Ticaret Direktörü (.....)'e gönderilen, ŞOK çalışanları (.....) ve (.....)'in bilgide olduğu e-postada;

*“(.....) Bey Merhaba, Sensodyne satış fiyatı b rk geçmiş olup bizde de 18,95 satış fiyatının tanımlanması onay rica ederim.”*

ifadesi yer almaktadır.

(195) ŞOK Kampanya-Fiyatlandırma Yöneticisi (.....) tarafından ŞOK çalışanları (.....) ve (.....)'e gönderilen, ŞOK Ticaret Direktörü (.....)'in bilgide olduğu aynı tarihli müteakip e-postada, 16,95 TL olan satış fiyatının, 09.05.2020 tarihinden itibaren yeniden 18,95 TL olarak güncellemesine yönelik şirket içi fiyat yönetimi programı ekran görüntüsü yer almaktadır.

(196) Soruşturma taraflarının gönderdiği verilere göre, yukarıdaki belgelerde bahsi geçen Sensodyne dış macunu ürünlerine ilişkin olarak ilgili tarihlerde söz konusu teşebbüslerce gerçekleştirilen fiyat hareketleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

Tablo 25: Yazışmalara Konu Ürüne İlişkin Fiyat (TL, KDV Dahil) Değişiklikleri

| Ürün                        | Teşebbüs   | Tarih      | Eski Fiyat | Yeni Fiyat | Açıklama   |
|-----------------------------|--|------------|------------|------------|--|
| Sensodyne Dış Macunu 100 ML | Birinci Aşama: 4-5 Mayıs 2020 Fiyat Hareketleri  |            |            |            |  |
|                             | A101   | 04.05.2020 | 16,95      | 18,95      | Söz konusu yazışmada ifade edildiği gibi ŞOK, CARREFOURSA ve A101'in ilgili ürünün fiyatını eş zamanlı olarak artırdıkları, MİGROS'un ise bu artışa bir gün sonra katıldığı görülmektedir. |
|                             | ŞOK  | 04.05.2020 | 16,95      | 18,95      |  |
|                             | CARREFOURSA  | 04.05.2020 | 16,95      | 18,95      |  |
|                             | MİGROS   | 05.05.2020 | 16,95      | 18,95      |  |
|                             | BİM  | -          | 16,95      | 16,95      |  |
|                             | İkinci Aşama: BİM'in Fiyat Artışına Gitmemesi Üzerine ŞOK ve A101'in Yapılan Artışı Geri Çekmesi |            |            |            |  |
|                             | A101   | 06.05.2020 | 18,95      | 16,95      | BİM'in fiyatını artırmaması sebebiyle A101 ve ŞOK'un fiyatları eski seviyesine çektikleri anlaşılmaktadır. MİGROS ve CARREFOURSA ise herhangi bir değişiklik yapmamıştır.                  |
|                             | ŞOK  | 07.05.2020 | 18,95      | 16,95      |  |
|                             | CARREFOURSA  | -          | 18,95      | 18,95      |  |
|                             | MİGROS   | -          | 18,95      | 18,95      |  |
|                             | Üçüncü Aşama: BİM'in de Fiyatını Yükseltmesi Üzerine ŞOK ve A101'in Yeniden Fiyat Artırmaları    |            |            |            |  |
|                             | BİM  | 08.05.2020 | 16,95      | 18,95      | Nihai olarak BİM'in de fiyatını artırması akabinde ŞOK ve A101'in yeniden fiyat artışına gittikleri görülmektedir.   |
|                             | A101   | 09.05.2020 | 16,95      | 18,95      |  |
|                             | ŞOK  | 09.05.2020 | 16,95      | 18,95      |  |

## TESPİT 8

(197) ŞOK'ta yapılan yerinde incelemede elde edilen, 12.06.2020 tarihinde ŞOK Satın Alma Kategori Müdürü (.....) tarafından ŞOK üst yöneticisi (.....)'e gönderilen, ŞOK çalışanları (.....) ve (.....)'in bilgide olduğu *“Fiyat Geçişleri”* konulu e-postada;

*“(.....) Bey merhaba,*

*Oreo ve Popkek ürünlerinin fiyat geçiş formları ektedir, onayınıza sunarız.*

- Oreo sadece satış fiyatı değişikliğidir, yarın Rakip A ve Rakip M ile eş zamanlı rafa yansıtılacaktır.*

- Popkek'ler Rakip A ve Rakip M ile birlikte Pazartesi rafa yansıtılacak olup Salı günü de Rakip B geçecektir.”*

ifadeleri yer almaktadır.

(198) Söz konusu e-postaya istinaden yazılan, ŞOK çalışanı (.....)'ten ŞOK Kampanya-Fiyatlandırma Yöneticisi (.....)'ya gönderilen ve ŞOK Satın Alma Kategori Müdürü (.....)'in bilgide olduğu 12.06.2020 tarihli *“FW: Fiyat Geçişleri”* konulu e-postada *“(.....) merhaba, Ekte yer alan fiyatları girmeni rica ediyorum. Oreo satış fiyatı yarından geçerli, Eti kek alış ve satış fiyatı pazartesi gününden geçerli, Teşekkürler.”* denilmektedir.

- (199) Aynı e-posta silsilesinin devamında 12.06.2020 tarihinde ŞOK Kampanya-Fiyatlandırma Yöneticisi (.....)'dan ŞOK çalışanı (.....)'e gönderilen, ŞOK çalışanları (.....) ve (.....)'in bilgide olduğu "RE: Fiyat Geçişleri" konulu e-postada, bahsi geçen ürünler için fiyat geçişlerine dair şirket içi fiyat yönetimi programı ekran görüntüsü paylaşılmıştır. Paylaşılan ekran görüntüsüne göre ilgili ürünlerin cari satış fiyatları ile 13.06.2020 ve 15.06.2020 tarihlerinden itibaren geçilecek yeni satış fiyatı bilgilerine aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

| Ürün Adı                    | Güncel Satış Fiyatı (TL) | Satış Başlama Tarihi | Satış Fiyatı (TL) |
|-----------------------------|--------------------------|----------------------|-------------------|
| Oreo 95 Gr                  | 3,95                     | 13.06.2020           | 4,75              |
| Eti Popkek Çikolatalı 60 gr | 1,00                     | 15.06.2020           | 1,15              |
| Eti Popkek Muzlu 60 gr      | 1,00                     | 15.06.2020           | 1,15              |

- (200) Soruşturma taraflarının gönderdiği verilere göre, yukarıdaki belgelerde bahsi geçen ürünlere ilişkin olarak ilgili tarihlerde söz konusu teşebbüslerce gerçekleştirilen fiyat hareketleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

Tablo 26: Yazışmalara Konu Ürünlere İlişkin Fiyat (TL, KDV Dahil) Değişiklikleri

| Ürün                        | Teşebbüs                  | Tarih      | Eski Fiyat | Yeni Fiyat | Çeşitler              |
|-----------------------------|---------------------------|------------|------------|------------|-----------------------|
| OREO Bisküvi Çeşitleri      | A101                      | 13.06.2020 | 3,95       | 4,75       | 95 Gr                 |
|                             | ŞOK                       | 13.06.2020 | 3,95       | 4,75       | 95 Gr                 |
|                             | CARREFOURSA               | 13.06.2020 | 3,95       | 4,75       | 95 Gr                 |
|                             |                           |            | 8,45       | 9,95       | Thins 96 Gr           |
|                             |                           |            | 2,00       | 2,50       | 38 Gr                 |
|                             |                           |            | 9,95       | 11,95      | 228 Gr                |
|                             | MİGROS <sup>77</sup>      | 13.06.2020 | 3,95       | 4,75       | 95 Gr                 |
|                             |                           |            | 8,45       | 9,95       | Thins 96 Gr           |
|                             |                           |            | 2,00       | 2,50       | 38 Gr                 |
|                             |                           |            | 9,95       | 11,95      | 228 Gr <sup>78</sup>  |
| BİM                         | Ürün Yok                  | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok   |                       |
| Eti Pop Kek Çeşitleri 60 Gr | ŞOK                       | 15.06.2020 | 1,00       | 1,15       | Kakaolu, Muzlu        |
|                             | A101                      | 15.06.2020 | 1,00       | 1,15       | Kakaolu <sup>79</sup> |
|                             | BİM                       | 16.06.2020 | 1,00       | 1,15       | Kakaolu, Muzlu        |
|                             | CARREFOURSA <sup>80</sup> | -          | 1,15       | 1,15       | Kakaolu               |
|                             | MİGROS <sup>81</sup>      | -          | 1,15       | 1,15       | Kakaolu, Muzlu        |

## TESPİT 9

- (201) ŞOK'ta yapılan yerinde incelemede elde edilen, 18.06.2020 tarihinde ŞOK Satın Alma Kategori Müdürü (.....) tarafından ŞOK üst yöneticisi (.....)'e gönderilen, ŞOK çalışanları (.....) ve (.....)'in bilgide olduğu "Re: Pasifik Fiyat Güncellemesi" konulu e-postada;

"(.....) Bey merhaba,  
Pasifik'in fiyat güncelleme formu ektedir.

<sup>77</sup> Tabloda yer alan ürünlere ek olarak MİGROS'un 154 Gr, 192 Gr ve 246 gr ürünlerine ait fiyatların sırasıyla; 10,95'ten 11,95'e, 14,45'en 15,95'e, 19,95'ten 21,95'e yükseldiği görülmektedir.

<sup>78</sup> 228 Gr OREO Bisküvü çeşitlerinin 10.06.2020-12.06.2020 tarihleri arasında MİGROS'ta indirimde olduğu ve 4,45 TL'den satıldığı anlaşıldığından eski fiyat olarak kampanyasız fiyat olan 9,95 TL dikkate alınmıştır.

<sup>79</sup> A101 tarafından sunulan belgeler incelendiğinde "Eti Pop Kek Muzlu 60 Gr" ürününün 03.06.2020-23.06.2020 tarihleri arasında indirimde olduğu ve 0,75 TL'den satışa sunulduğu kampanya bitiminde ise 1,15 TL'den satılmaya başlandığı anlaşılmaktadır.

<sup>80</sup> CARREFOURSA'nın sunmuş olduğu bilgilere göre Eti Pop Kek 80 Gr ve 160 Gr çeşitlerine ilişkin fiyat artışının 04.06.2020 tarihinde gerçekleştiği görülmektedir.

<sup>81</sup> Eti Pop Kek çeşitlerine ilişkin MİGROS tarafından sunulan bilgilere göre tüm çeşitlerde yaşanan fiyat artışının 04.06.2020 tarihinde gerçekleştiği görülmektedir.

*Rakip M'nin güncellemeyi Pazartesi, Rakip A'nın %90 Pazartesi yapacağını, kesişen 5 üründe de Rakip B'nin Salı günü fiyatını güncelleyeceği bilgisi iletildi. Firma, fiyat güncellemesini öncülük yaparak yarından itibaren tanımlarsak her zamanki gibi 3 eski fiyatlı sipariş gönderebileceklerini, piyasayla birlikte Pazartesi günü yaparsak eski fiyatlı sipariş alamayacağımızı ve alış fiyatını güncellenene kadar çekilen yeni siparişlerin sevkedilmeyeceğini bildirdi.*

*Bizde pazartesi yapsak?*

*Aynı zamanda, bizim düzenli satmadığımız ancak 1 Temmuz afişimizde bulunan, Rakip B'nin düzenli sattığı Probis 280 gr ürününde de fiyat güncellemesi olduğunu, Rakip B'nin fiyatını Salı günü 6,50 TL olarak güncelleyeceğini bildirmekteler. Bizim afişimizde şu an ürünün fiyatı 5,95 TL, yarına kadar afiş baskısı için Pazarlama Birimi'ne onay vermemiz gerekiyor. Firma, afiş fiyatımızı Rakip B'nin Salı günü geçeceğini iddia ettikleri yeni raf fiyatıyla aynı yapmamızı istemektedir. Afişten çıkaralım, yüksek fiyatı afişe edemeyiz.*

*Son olarak, firma, Rakip B'nin Salı günü Çokonat, Coco Star ve Albeni ürünlerinin fiyatlarını düşeceğini bildirdi. Düşen fiyatlara destek varmı?*

*Yarından itibaren yeni raf fiyatlarının tanımlanması ve Probis fiyatının 6,50 TL olarak tanımlanması konusunu değerlendirmenize sunarız ...”*

ifadeleri yer almaktadır.

- (202) Aynı e-posta silsilesi içinde 18.06.2020 tarihinde ŞOK Satın Alma Kategori Müdürü (.....) tarafından ŞOK üst yöneticisi (.....)'e gönderilen, ŞOK çalışanları (.....) ve (.....)'in bilgide olduğu “Re: Pasifik Fiyat Güncellemesi” konulu e-postada;  
“Yarın, Pazartesi günü fiyatları geçmek için tekrar firma ile görüşüp netleştireceğiz. Rakip B'nin yapacağı raf indirimleri için destek olmayacaklarını bildirdiler.”  
denilmektedir.
- (203) Yine aynı e-posta silsilesi içinde 19.06.2020 tarihinde ŞOK Satın Alma Kategori Müdürü (.....) tarafından ŞOK üst yöneticisi (.....)'e gönderilen, ŞOK çalışanları (.....) ve (.....)'in bilgide olduğu “Re: Pasifik Fiyat Güncellemesi” konulu e-postada;  
“Firma Pazartesi günü Rakip A ve Rakip M'nin rafa yansıtacaklarını bildiriyor. Raf fiyatını bugün geçmediğimiz için firma, -0,20% düzeyinde küçük de olsa marj kaybı olan ürünlere verdiği iskonto desteğini geri çekti. Sevkiyatlara devam etmek için de yeni alış fiyatına geçmemizi bekliyorlar.”  
ifadesi yer almaktadır.
- (204) Söz konusu e-postaya cevaben 19.06.2020 tarihinde ŞOK çalışanı (.....)'ten ŞOK Kampanya-Fiyatlandırma Yöneticisi (.....) ve ŞOK Kategori Uzmanı (.....)'ye gönderilen, (.....)'in bilgide olduğu e-postada “Pazartesi gününden geçerli alış ve satışın girilmesini rica ediyorum teşekkürler.” denilmektedir.
- (205) Soruşturma taraflarının gönderdiği verilere göre, yukarıdaki belgelerde bahsi geçen ÜLKER<sup>82</sup>/PASİFİK<sup>83</sup> ürünlerine ilişkin olarak ilgili tarihlerde söz konusu teşebbüslerce gerçekleştirilen fiyat hareketleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

<sup>82</sup> Ülker Bisküvi Sanayi A.Ş.

<sup>83</sup> Ülker ürünlerinin satış ve dağıtımını yapan Pasifik Tüketim Ürünleri Satış ve Tic. A.Ş. (PASİFİK)

Tablo 27: Yazışmalara Konu Ürünlere İlişkin Fiyat (TL, KDV Dahil) Değişiklikleri

| Teşebbüs    | Ürün <sup>84</sup>  | Tip <sup>85</sup> | Tarih      | Eski Fiyat | Yeni Fiyat |
|-------------|---|-------------------|------------|------------|------------|
| MİGROS      | Alpella Mini Rulo Pasta Sütlü 32 Gr                                     | 1                 | 22.06.2020 | 0,85       | 0,90       |
| CARREFOURSA | Alpella Mini Rulo Pasta Sütlü 32 Gr                                     | 1                 | 22.06.2020 | 0,85       | 0,90       |
| BİM         | Kek Mini Rulo Pasta 32 G Alpella  | 1                 | 23.06.2020 | 0,85       | 0,90       |
| MİGROS      | Godiva Bademli Bitter ve Çilekli Sütlü 60 Gr                            | 2                 | 22.06.2020 | 7,00       | 8,00       |
| CARREFOURSA | Godiva Kare Çik.Çilekli Sütlü 60G                                       | 2                 | 22.06.2020 | 7,00       | 8,00       |
| CARREFOURSA | Godiva Kare Çik.Badem Bitter 60G  | 2                 | 22.06.2020 | 7,00       | 8,00       |
| MİGROS      | Biskrem Extra Kakao Kremalı 230 G                                       | 3                 | 22.06.2020 | 4,50       | 4,95       |
| CARREFOURSA | Ülker Biskrem Extra 230Gr   | 3                 | 22.06.2020 | 4,50       | 4,95       |
| BİM         | Biskrem Extra Kakao Kremalı 230 G                                       | 3                 | 23.06.2020 | 4,50       | 4,95       |
| MİGROS      | Ülker Poşet Bebe 172 G  | 4                 | 22.06.2020 | 2,95       | 3,25       |
| CARREFOURSA | Ülker Bebe Bisk.Sütlü 172Gr   | 4                 | 22.06.2020 | 2,75       | 3,25       |
| BİM         | Bisküvi Bebek 172 G Ülker   | 4                 | 23.06.2020 | 2,75       | 3,25       |
| A101        | Ülker Bebe Bisküvisi 172 Gr   | 4                 | 22.06.2020 | 2,75       | 3,25       |
| BİM         | Bisküvi Bebek 1000 G Ülker  | 5                 | 23.06.2020 | 11,95      | 13,95      |
| A101        | Ülker Bebe Bisküvisi 1000 Gr  | 5                 | 22.06.2020 | 11,95      | 13,95      |
| MİGROS      | Çiziviç Peynirli Sandviç Kraker 246 Gr                                  | 6                 | 22.06.2020 | 4,25       | 4,50       |
| CARREFOURSA | Çiziviç Peynirli Sandviç Kraker 246 Gr                                  | 6                 | 22.06.2020 | 4,25       | 4,50       |
| BİM         | Bisküvi Sand.Peynir Krem.3*82 G Çiziviç                                 | 6                 | 23.06.2020 | 4,25       | 4,50       |
| A101        | Çiziviç Peynirli Sandviç Kraker 246 Gr                                  | 6                 | 22.06.2020 | 4,25       | 4,50       |
| MİGROS      | Ülker Mini Hobby İkramlık Poşet 250 G                                   | 7                 | 22.06.2020 | 7,50       | 7,75       |
| CARREFOURSA | Hobby Poşet 250 Gr  | 7                 | 22.06.2020 | 7,00       | 7,75       |
| A101        | Ülker Hobby Bar Çikolata 250 G  | 7                 | 22.06.2020 | 7,00       | 7,75       |
| CARREFOURSA | Kat Kat Tat Kak.Fin.Kremalı 25 Gr                                       | 8                 | 22.06.2020 | 0,75       | 1,00       |
| CARREFOURSA | Kat Kat Tat Çilek Kremalı 28 Gr   | 8                 | 22.06.2020 | 0,75       | 1,00       |
| MİGROS      | Ülker Probis Kakaolu Ve Muzlu Proteinli Bisküvi 75 G                    | 9                 | 22.06.2020 | 1,75       | 2,00       |
| CARREFOURSA | Probis Atıştırmalık Sand.Bisk.75Gr                                      | 9                 | 22.06.2020 | 1,75       | 2,00       |
| MİGROS      | Ülker Probis 10'Lu 280 G  | 10                | 22.06.2020 | 6,00       | 6,50       |
| CARREFOURSA | Ülker Probis Sandviç Bisküvi 10 Lu                                      | 10                | 22.06.2020 | 6,00       | 6,50       |
| BİM         | Bisk Sand Muz&Kakao Kremalı 280 G Probis                                | 10                | 23.06.2020 | 5,95       | 6,50       |
| A101        | Probis Bisküvi Kremalı 28X10 Gr   | 10                | 22.06.2020 | 5,95       | 6,40       |
| MİGROS      | Ülker Altınbaşak Grissini Kepekli - Sade 125 Gr.                        | 11                | 22.06.2020 | 3,75       | 4,25       |
| CARREFOURSA | Ülker Altınbaşak Grissini 125Grx12                                      | 11                | 22.06.2020 | 3,75       | 4,25       |
| CARREFOURSA | Ülker Altınbaşak Grissini Kepekli.125Gx12                               | 11                | 22.06.2020 | 3,75       | 4,25       |
| MİGROS      | Ülker Bebe Sütlü Bisküvi 800 G  | 12                | 22.06.2020 | 9,55       | 11,15      |
| CARREFOURSA | Ülker Bebe Bisk.4X200Gr   | 12                | 22.06.2020 | 9,55       | 11,15      |
| CARREFOURSA | Ülker Çokokrem 350Gr Krem Çikolata Cam                                  | 13                | 22.06.2020 | 10,75      | 11,50      |
| ŞOK         | Ülker Çokokrem Cam 350 Gr   | 13                | 24.06.2020 | 10,50      | 11,50      |
| MİGROS      | Ülker Çokosandviç 10'Lu Paket 300 G                                     | 14                | 22.06.2020 | 4,95       | 5,50       |
| CARREFOURSA | Ülker Çokoprens Sandviç Bisküvi 10 Lu                                   | 14                | 22.06.2020 | 4,95       | 5,50       |
| BİM         | Bisk Sand.Kakao Kremalı 300 Gr Çokoprens                                | 14                | 23.06.2020 | 4,95       | 5,50       |
| A101        | Çokoprens Bisküvi Çikolata Kremalı 10X30 Gr                             | 14                | 22.06.2020 | 4,95       | 5,50       |
| CARREFOURSA | Ülk. Çokokrem 400Gr Krem Çikolata Kase                                  | 15                | 22.06.2020 | 9,60       | 10,75      |
| ŞOK         | Ülker Çokokrem Kase 400 Gr  | 15                | 24.06.2020 | 9,60       | 10,60      |
| MİGROS      | Ülker Altınbaşak Kakaolu Bisküvi 81 Gr                                  | 16                | 22.06.2020 | 1,75       | 2,00       |
| CARREFOURSA | Ülker Altınbaşak Kakaolu Bisküvi 81 Gr                                  | 16                | 22.06.2020 | 1,75       | 2,00       |
| MİGROS      | Ülker Bebe Bisküvi 400 Gr   | 17                | 22.06.2020 | 6,30       | 7,50       |
| CARREFOURSA | Ülker Bebe Bisküvi 400 Gr   | 17                | 22.06.2020 | 6,30       | 7,50       |
| CARREFOURSA | Ülker Petitbeurre 450Gr   | 18                | 22.06.2020 | 5,75       | 6,25       |
| A101        | Ülker Bisküvi Petibör 450 Gr  | 18                | 22.06.2020 | 5,75       | 6,25       |
| MİGROS      | Ülker Bisküvi Kakaolu 175 Gr. - Ülker Pötibör - Çifte Kavrulmuş 175 Gr. | 19                | 22.06.2020 | 2,50       | 2,75       |
| CARREFOURSA | Ülker Petitbeurre 175Gr   | 19                | 22.06.2020 | 2,50       | 2,75       |

<sup>84</sup> Teşebbüsler tarafından sunulan belgelerdeki ürün adları.

<sup>85</sup> Teşebbüslerce farklı isimlerle takibi yapılmakla birlikte aynı olduğu değerlendirilen ürünler bakımından gerçekleşen fiyat hareketlerinin karşılaştırılmasında kolaylık sağlanabilmesi açısından tabloda "tip" başlıklı bir sütuna yer verilmiştir.



| CARREFOURSA          | Ülker Kakaolu Bisküvi 175Gr  | 19  | 22.06.2020 | 2,50       | 2,75       |
|----------------------|--|-----|------------|------------|------------|
| Tablo 27'nin devamı: |  |     |            |            |            |
| Teşebbüs             | Ürün   | Tip | Tarih      | Eski Fiyat | Yeni Fiyat |
| CARREFOURSA          | Ülker Pötibör Çifte Kav.175 Gr.  | 19  | 22.06.2020 | 2,50       | 2,75       |
| A101                 | Ülker Bisküvi Petibör Karma 175 Gr   | 19  | 22.06.2020 | 2,50       | 2,75       |
| MİGROS               | Ülker Damla Bitter Çikolata 150G - Ülker Pul Beyaz Çikolata - Bitter Çikolata 120G | 20  | 22.06.2020 | 6,00       | 6,50       |
| ŞOK                  | Ülker Bitter Damla Çikolata 150 Gr   | 20  | 24.06.2020 | 6,00       | 6,50       |
| MİGROS               | Ülker Poşet Toz Kakao 50 G   | 21  | 22.06.2020 | 3,00       | 3,50       |
| ŞOK                  | Ülker Toz Kakao 50 Gr  | 21  | 24.06.2020 | 3,00       | 3,50       |
| MİGROS               | Ülker Çokoprens Sandviç Bisküvi 20X30G   | 22  | 22.06.2020 | 9,60       | 10,50      |
| CARREFOURSA          | Ülker Çokoprens Sandviç Bis. 20 Li 600Gr   | 22  | 22.06.2020 | 9,60       | 10,60      |
| MİGROS               | Ülker Pötibör - Çifte Kavrulmuş - Kakaolu 450 Gr                                   | 23  | 22.06.2020 | 5,75       | 6,25       |
| CARREFOURSA          | Ülker Kakaolu P.Beurre 450Gr   | 23  | 22.06.2020 | 5,75       | 6,25       |
| CARREFOURSA          | Ülker Pötibör Çifte Kav.450Gr  | 23  | 22.06.2020 | 5,75       | 6,25       |
| MİGROS               | Ülker Çokosandviç 30 G.  | 24  | 22.06.2020 | 0,60       | 0,65       |
| CARREFOURSA          | Ülker Çokoprens Sandviç Bisküvi 30Gr   | 24  | 22.06.2020 | 0,60       | 0,65       |
| MİGROS               | Ülker Finger Bisküvi 750 G - Ülker Pötibör Bisküvi 800 G                           | 25  | 22.06.2020 | 9,00       | 9,75       |
| CARREFOURSA          | Ülker Pötibör Bisküvi 4X200Gr  | 25  | 22.06.2020 | 9,00       | 9,75       |
| CARREFOURSA          | Ülker Finger Bisküvi 5X150Gr   | 25  | 22.06.2020 | 9,00       | 9,75       |
| MİGROS               | Ülker Çik.Tablet Hindis.Cevizi 50 Gr   | 26  | 22.06.2020 | 3,25       | 3,50       |
| CARREFOURSA          | Ülker Çik.Tablet Hindis.Cevizi 50 Gr   | 26  | 22.06.2020 | 3,25       | 3,50       |
| MİGROS               | Ülker Dore Sütlü Çikolatalı Kremalı Bisküvi 86 G                                   | TEK | 22.06.2020 | 2,00       | 2,25       |
| CARREFOURSA          | Ülk. Çokokrem 950Gr Krem Çikolata Kase   | TEK | 22.06.2020 | 21,00      | 22,90      |
| CARREFOURSA          | Ülker Çokokrem 180Gr   | TEK | 22.06.2020 | 4,75       | 5,25       |
| CARREFOURSA          | Ülker Golden Fındık Ezmesi 350Grx6   | TEK | 22.06.2020 | 19,00      | 20,75      |
| CARREFOURSA          | Ülk. Çokokrem 650Gr Krem Çikolata Cam  | TEK | 22.06.2020 | 18,25      | 19,90      |
| CARREFOURSA          | Ülker Çokokrem Kase 135Gr  | TEK | 22.06.2020 | 3,95       | 4,50       |
| BİM                  | Kek Çikolatalı 35 G Dankek   | TEK | 23.06.2020 | 1,00       | 1,15       |
| ŞOK                  | Ülker Çokokrem Tüp 40 Gr.  | TEK | 24.06.2020 | 1,75       | 2,00       |

## TESPİT 10

- (206) ŞOK'ta yapılan yerinde incelemede elde edilen, 30.06.2020 tarihinde ŞOK Satın Alma Kategori Müdürü (.....) tarafından ŞOK üst yöneticisi (.....)'e gönderilen, ŞOK çalışanları (.....) ve (.....)'in bilgide olduğu "Fiyat Güncelleme Formları" konulu e-postada;

"(.....) Bey merhaba,

Fiyat geçişi formları ve Taşkale Cevizli Sucuk depo paylaşımını ekte onayınıza sunarız.

- Haribo: Piyasayla aynı gün organize edilmektedir. Sadece raf fiyatı geçilecektir.
- Dippo: Sadece raf fiyatı geçilecektir.
- Wasa: Piyasada raf fiyatı geçişi tamamlanmıştır. Sadece raf fiyatı geçilecektir.
- Şölen: Alış – satış fiyat geçişidir. Karmen 3 Kat Gofret ürününde Rakip B tam tavsiye raf fiyatına geçmediği halde, anlaşmamız gereği firma marjımızı koruyacak şekilde destek vermektedir.

(...)"

denilmektedir.

- (207) Söz konusu e-postaya istinaden yine 30.06.2020 tarihinde ŞOK çalışanı (.....)'ten ŞOK Kampanya-Fiyatlandırma Yöneticisi (.....)'ya gönderilen "FW: Fiyat Güncelleme Formları" e-postada "Tanımlanması için bilgine," ifadesi yer almaktadır.

- (208) Soruşturma taraflarının gönderdiği verilere göre, yukarıdaki belgelerde bahsi geçen Haribo markalı ürünlere ilişkin olarak ilgili tarihlerde söz konusu teşebbüslerce gerçekleştirilen fiyat hareketleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

Tablo 28: Yazışmalara Konu Ürünlere İlişkin Fiyat (TL, KDV Dahil) Değişiklikleri

| Ürün                       | Teşebbüs    | Tarih      | Eski Fiyat | Yeni Fiyat | Çeşitler |
|----------------------------|-------------|------------|------------|------------|----------|
| Haribo Şekerleme Çeşitleri | CARREFOURSA | 01.07.2020 | 3,75       | 4,00       | 80 Gr    |
|                            |             |            | 6,50       | 6,90       | 160 Gr   |
|                            |             |            | 4,95       | 6,90       | 150 Gr   |
|                            | MİGROS      | 01.07.2020 | 7,45       | 8,50       | 200 Gr   |
|                            |             |            | 5,75       | 6,40       | 175 Gr   |
|                            |             |            | 4,90       | 5,45       | 150 Gr   |
|                            | A101        | 01.07.2020 | 4,25       | 4,75       | 130 Gr   |
|                            | BİM         | -          | 4,25       | 4,25       | 130 Gr   |
|                            | ŞOK         | 1.07.2020  | 4,25       | 4,75       | 130 Gr   |

### TESPİT 11

- (209) ŞOK'ta yapılan yerinde incelemede elde edilen, 17.07.2020 tarihinde ŞOK Satın Alma Kategori Müdürü (.....) tarafından ŞOK üst yöneticisi (.....)'e gönderilen, ŞOK çalışanları (.....) ve (.....)'in bilgide olduğu "Fiyat Değişikliği" konulu e-postada;

"SINIRLI DAGITIM / CLASSIFIED

(.....) Bey merhaba,

Ekte Biscolata Mood'un satış fiyatı değişiklik formunu bilgilerinize sunarız. Rakip A ve Rakip M ile birlikte Pazartesi günü raf fiyatını güncellemek için onayınızı rica ederiz (sadece raf fiyatı). Tedarikçi firma Rakip B'nin Salı günü fiyatını güncelleyeceğini iletmektedir."

ifadeleri yer almaktadır.

- (210) Soruşturma taraflarının gönderdiği verilere göre, yukarıdaki belgelerde bahsi geçen ürünlere ilişkin olarak ilgili tarihlerde söz konusu teşebbüslerce gerçekleştirilen fiyat hareketleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

Tablo 29: Yazışmalara Konu Ürünlere İlişkin Fiyat (TL, KDV Dahil) Değişiklikleri

| Ürün                     | Teşebbüs                  | Tarih      | Eski Fiyat | Yeni Fiyat | Çeşitler |
|--------------------------|---------------------------|------------|------------|------------|----------|
| Biscolata Mood Çeşitleri | CARREFOURSA <sup>86</sup> | -          | 2,00       | 2,00       | 40 Gr    |
|                          |                           | -          | 5,90       | 5,90       | 125 Gr   |
|                          | MİGROS <sup>87</sup>      | -          | 2,00       | 2,00       | 40 Gr    |
|                          |                           | -          | 5,90       | 5,90       | 125 Gr   |
|                          | ŞOK                       | 20.07.2020 | 4,75       | 5,25       | 110 Gr   |
|                          | BİM                       | 21.07.2020 | 4,75       | 5,25       | 110 Gr   |
|                          | A101                      | 22.07.2020 | 4,75       | 5,25       | 110 Gr   |

### TESPİT 12

- (211) ŞOK'ta yapılan yerinde incelemede elde edilen, 11.08.2020 tarihinde (saat **13:30**) ŞOK Satın Alma Kategori Müdürü (.....) tarafından ŞOK üst yöneticisi (.....)'e gönderilen, Şok Ticaret Direktörü (.....) ve ŞOK çalışanı (.....)'in bilgide olduğu "Fiyat Geçişi" konulu e-postada;

"SINIRLI DAGITIM / CLASSIFIED

(.....) Bey merhaba,

<sup>86</sup> CARRFEOURSA tarafından sunulan belgelerde, Biscolata Mood 125 125 gr ürünündeki fiyat artışının 17-21 Temmuz 2020 aralığında değil, 09.07.2020'de gerçekleştiği görülmektedir. (Eski Fiyat: 5,40; Yeni fiyat: 5,90)

<sup>87</sup> MİGROS tarafından sunulan belgelerde, Biscolata Mood 125 Gr ürününde yaşanan fiyat artışının 17-21 Temmuz 2020 aralığında değil, 04.07.2020'de gerçekleştiği görülmektedir. (Eski Fiyat: 5,40; Yeni Fiyat: 5,90)

*Ekteki fiyat geçişi formlarını değerlendirmenize sunarız.*

- *Dippo: Raf fiyatını 1 Temmuz'da geçtik. Alış fiyatını yarından itibaren tanımlamak için onayınızı rica ederiz.*
- *Peki Kek: Rakip B'nin bugün rafına yansıyan yeni raf fiyatlarına geçiş için onayınızı rica ederiz.*
- *Kinder Joy: Rakip B bugün yeni fiyata geçti. Alış ve satış fiyatını geçmek için onayınızı rica ederiz.*

(...)

*Bu arada, Eti'nin satış fiyatları için piyasayı organize edebilmesi halinde onun da fiyat geçişi formunu gün içinde paylaşacağım”*

ifadeleri yer almaktadır.

- (212) Yine ŞOK'ta yapılan yerinde incelemede elde edilen, 11.08.2020 tarihinde (saat **14:46**) ŞOK Satın Alma Kategori Müdürü (.....) tarafından ŞOK üst yöneticisi (.....)'e gönderilen, ŞOK Ticaret Direktörü (.....) ve ŞOK çalışanı (.....)'in bilgide olduğu “Eti Fiyat Geçişi” konulu e-postada;

*“SINIRLI DAGITIM / CLASSIFIED*

*(.....) Bey merhaba,*

*Eti markalı ve Rakip B'de listeli olmayan 4 ürün için fiyat geçiş formunu ekte bilgilerinize sunarız. Yarın Rakip A ve Rakip M ile birlikte satış fiyatı ve alış fiyatını geçmek için onayınızı rica ederiz...”*

denilmektedir.

- (213) Söz konusu e-posta silsilesinin devamında 11.08.2020 tarihinde ŞOK çalışanı (.....) tarafından ŞOK Kampanya-Fiyatlandırma Yöneticisi (.....)'ya yönlendirilen “FW: Eti Fiyat Geçişi” konulu e-posta içerisinde; bir önceki paragrafta bahsi geçen e-postaya cevaben ŞOK üst yöneticisi (.....) tarafından ŞOK Satın Alma Kategori Müdürü (.....)'a gönderildiği ve ŞOK çalışanları (.....) ile (.....)'in bilgide olduğu anlaşılan “RE: Eti Fiyat Geçişi” konulu e-postaya ait ekran görüntüsünde aşağıdaki ifadelerin bulunduğu dikkat çekmektedir:

*“SINIRLI DAGITIM / CLASSIFIED*

*Ok*

*Am[a] bu yazıları böyle yazmayacaktık, değil mi (.....) Bey?”*

- (214) Aynı e-posta silsilesinin devamında ŞOK Kampanya-Fiyatlandırma Yöneticisi (.....)'dan, ŞOK çalışanı (.....)'e gönderilen e-postada, bahsi geçen ürünler için fiyat geçişlerine dair şirket içi fiyat yönetimi programı ekran görüntüsü paylaşılmıştır. Paylaşılan ekran görüntüsüne göre ilgili ürünlerin cari satış fiyatları ile 12.08.2020 tarihinden itibaren geçilecek yeni satış fiyatı bilgilerine aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

| Ürün İsmi                    | Güncel Fiyat (TL) | Satış Başlama Tarihi | Satış Fiyatı (TL) |
|------------------------------|-------------------|----------------------|-------------------|
| Etimek Klasik 143 gr         | 3,50              | 12.08.2020           | 4,00              |
| Eti Petito Ayıcık Mini 72 gr | 5,50              | 12.08.2020           | 6,00              |
| Eti Tutku Mozaik 100 gr      | 2,00              | 12.08.2020           | 2,25              |
| Eti Cin Lokmalık 114 gr      | 2,00              | 12.08.2020           | 2,25              |

- (215) Soruşturma taraflarının gönderdiği verilere göre, yukarıdaki belgelerde bahsi geçen Eti ürünlerine ilişkin olarak ilgili tarihlerde söz konusu teşebbüslerce gerçekleştirilen fiyat hareketleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

Tablo 30: Yazışmalara Konu Ürünlere İlişkin Fiyat (TL, KDV Dahil) Değişiklikleri<sup>88</sup>

| Ürün                    | Teşebbüs    | Tarih      | Eski Fiyat | Yeni Fiyat                   | Çeşitler  |
|-------------------------|-------------|------------|------------|------------------------------|---|
| ETİMEK<br>Çeşitleri     | ŞOK         | 12.08.2020 | 3,50       | 4,00                         | Klasik 143 Gr, Tuzsuz 148 Gr  |
|                         | CARREFOURSA | 12.08.2020 | 3,50       | 4,00                         | Klasik 143 Gr, Tuzsuz 148 Gr  |
|                         |             |            | 4,25       | 4,95                         | Ekşi Mayalı 115 Gr (Fiyat iki gün sonra eski seviyesine çekilmiştir.) |
|                         | MİGROS      | 12.08.2020 | 3,50       | 4,00                         | Klasik 143 Gr, Tuzsuz 148 Gr  |
|                         |             |            | 7,95       | 11,50                        | Klasik 429 Gr   |
| A101                    | 12.08.2020  | 3,50       | 4,00       | Klasik 143 Gr, Tuzsuz 148 Gr |   |
| BİM                     | Ürün Yok    | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok                     |   |
| ETİ Petito<br>Çeşitleri | ŞOK         | 12.08.2020 | 5,50       | 6,00                         | Mini 72 Gr  |
|                         | CARREFOURSA | 12.08.2020 | 4,95       | 6,00                         | Mini 72 Gr  |
|                         |             |            | 2,50       | 2,75                         | Mini 32 Gr  |
|                         |             |            | 1,00       | 1,25                         | Sütlü Çubuk 15 Gr   |
|                         | MİGROS      | 12.08.2020 | 4,95       | 5,00                         | Mini 72 Gr  |
|                         |             |            | 2,50       | 2,75                         | Mini 32 Gr  |
|                         |             |            | 1,00       | 1,25                         | Sütlü Çubuk 15 Gr   |
|                         | A101        | -          | 0,50       | 0,50                         | 8 Gr  |
|                         |             | -          | 1,00       | 1,00                         | 18 Gr   |
|                         | BİM         | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok                     | Ürün Yok  |
| ETİ Tutku<br>Çeşitleri  | ŞOK         | 12.08.2020 | 2,00       | 2,25                         | 100 Gr  |
|                         | MİGROS      | 12.08.2020 | 2,00       | 2,25                         | 100 Gr  |
|                         |             |            | 3,00       | 3,40                         | 160 Gr  |
|                         | A101        | 12.08.2020 | 2,00       | 2,25                         | 100 Gr  |
|                         | CARREFOURSA | 13.08.2020 | 2,00       | 2,25                         | 100 Gr  |
|                         |             |            | 4,15       | 4,70                         | 210 Gr  |
| BİM                     | Ürün Yok    | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok                     |   |
| ETİ Cin<br>Çeşitleri    | ŞOK         | 12.08.2020 | 2,00       | 2,25                         | 114 Gr  |
|                         | MİGROS      | 12.08.2020 | 2,00       | 2,25                         | 114 Gr  |
|                         |             | 12.08.2020 | 6,00       | 6,75                         | 342 Gr  |
|                         | A101        | 12.08.2020 | 2,00       | 2,25                         | 114 Gr  |
|                         | CARREFOURSA | 13.08.2020 | 2,00       | 2,25                         | 114 Gr  |
|                         |             |            | 6,00       | 6,75                         | 342 Gr  |
| BİM                     | Ürün Yok    | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok                     |   |

**TESPİT 13**

- (216) ŞOK'ta yapılan yerinde incelemede elde edilen, 08.09.2020 tarihinde ŞOK Satın Alma Yöneticisi (.....) tarafından ŞOK Ticaret Direktörü (.....)'e gönderilen ve ŞOK çalışanı (.....)'in bilgide olduğu "Doğanay Şalgam 1 Lt - Satış Fiyat DeğişikliğiHk." konulu e-postada;

"Merhaba (.....) Bey,

Doğanay şalgam 1 Lt ürünlerinde bugün Rakip B raf fiyatını arttırdı. Yarın tüm piyasa uygulayacak.

Yarıdan itibaren şalgamların fiyatını 4,95 tl'ye çıkıyoruz. Alış fiyat pazarlığımız devam etmektedir.

Satış fiyat tanımı için teyidinizi rica ederiz"

denilmektedir.

- (217) Söz konusu e-postaya cevaben ŞOK Ticaret Direktörü (.....)'ten ŞOK Satın Alma Yöneticisi (.....)'e gönderilen, 08.09.2020 tarihli e-postada yer alan "ok" ifadesi ile fiyat geçişinin onaylandığı görülmektedir. Yine aynı e-posta silsilesi içinde, bahsi geçen ürünler için fiyat geçişlerine dair şirket içi fiyat yönetimi programı ekran görüntüsü paylaşılmıştır. Paylaşılan ekran görüntüsüne göre ilgili ürünlerin cari satış fiyatları ile

<sup>88</sup> MİGROS'un tabloda yer alan ürünleri de dahil olmak üzere 49 farklı ETİ ürününe ilişkin 12.08.2020'de fiyat geçişi tespit edilmiştir. CARREFOURSA'nın ise tabloda yer alan ürünleri dahil olmak üzere 26 farklı ETİ ürününe ilişkin 13.08.2020'de fiyat geçişi tespit edilmiştir.

09.09.2020 tarihinden itibaren geçilecek yeni satış fiyatı bilgilerine aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

| Ürün Adı                       | Güncel Satış Fiyatı (TL) | Satış Başlama Tarihi | Satış Fiyatı (TL) |
|--------------------------------|--------------------------|----------------------|-------------------|
| Doğanay Şalgam Suyu Sade 1 LT  | 4,50                     | 09.09.2020           | 4,95              |
| Doğanay Şalgam Suyu Acılı 1 LT | 4,50                     | 09.09.2020           | 4,95              |

- (218) Soruşturma taralarının gönderdiği verilere göre, yukarıdaki belgelerde bahsi geçen Doğanay ürünlerine ilişkin olarak ilgili tarihlerde söz konusu teşebbüslerce gerçekleştirilen fiyat hareketleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

Tablo 31: Yazışmalara Konu Ürünlere İlişkin Fiyat (TL, KDV Dahil) Değişiklikleri

| Ürün                     | Teşebbüs    | Tarih      | Eski Fiyat | Yeni Fiyat |
|--------------------------|-------------|------------|------------|------------|
| Doğanay Şalgam Suyu 1 LT | BİM         | 08.09.2020 | 4,50       | 4,95       |
|                          | ŞOK         | 09.09.2020 | 4,50       | 4,95       |
|                          | CARREFOURSA | 09.09.2020 | 4,50       | 4,95       |
|                          | MİGROS      | 11.09.2020 | 4,50       | 4,95       |
|                          | A101        | -          | 3,95       | 3,95       |

#### TESPİT 14

- (219) ŞOK'ta yapılan yerinde incelemede elde edilen, 25.09.2020 tarihinde ŞOK Satın Alma Yöneticisi (.....) tarafından ŞOK Ticaret Direktörü (.....)'e gönderilen, ŞOK çalışanları (.....) ve (.....)'nin bilgide olduğu "Popcorn - Fiyat Geçiş Hk." konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır

"SINIRLI DAGITIM / CLASSIFIED

Merhaba (.....) Bey,

Popcorn'da 2 üretici çalışıyoruz. Hammadde fiyat artışından kaynaklı aşağıdaki üründe firmalar geçiş istemektedir.

Rakip B'de ürün yok. Rakip A ile birlikte yarın raf fiyatlarını 2 tl olarak yansıtacağız.

Alış için pazarlıklarımız devam ediyor.

Raf fiyatı için teyidinizi rica ederiz

..."

denilmektedir.

- (220) Söz konusu e-postaya cevaben 25.09.2020 tarihinde ŞOK Ticaret Direktörü (.....)'ten ŞOK Satın Alma Yöneticisi (.....)'e gönderilen, ŞOK çalışanları (.....) ve (.....)'nin bilgide olduğu e-postada "Salı günü yapılmalı" ifadesi yer almaktadır.

- (221) Aynı e-posta silsilesi içerisinde bu kez ŞOK çalışanı (.....) tarafından ŞOK Satın Alma Yöneticisi (.....) ve ŞOK Ticaret Direktörü (.....)'e gönderilen, (.....)'nin bilgide olduğu "RE: Popcorn - Fiyat Geçiş Hk." konulu e-postada;

"SINIRLI DAGITIM / CLASSIFIED

(.....) Bey merhaba,

Satış fiyatı için A ile beraber ayarlandı yarına, ürün başka bir Account da yok.

Yarına yansıtım satışı,

Alış fiyatını haftaya Salı konuşacağız,

..."

denilmektedir.

- (222) Yine aynı e-posta silsilesinin devamında ŞOK Kampanya-Fiyatlandırma Yöneticisi (.....) tarafından ŞOK çalışanları (.....) ve (.....)'e gönderilen, ŞOK Ticaret Direktörü (.....)'in bilgide olduğu 25.09.2020 tarihli e-postada; bahsi geçen özel markalı patlamış mısır ürünü için fiyat geçişine dair şirket içi fiyat yönetimi programı ekran görüntüsü paylaşılmıştır. Paylaşılan ekran görüntüsüne göre ilgili ürünün cari satış fiyatı ile

26.09.2020 tarihinden itibaren geçilecek yeni satış fiyatı bilgisine aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

| Ürün İsmi                           | Güncel Fiyat (TL) | Satış Başlama Tarihi | Satış Fiyatı (TL) |
|-------------------------------------|-------------------|----------------------|-------------------|
| Amigo Pop Corn Patlamış Mısır 60 gr | 1,75              | 26.09.2020           | 2,00              |

- (223) Soruşturma tarafı teşebbüsler tarafından gönderilen verilere göre, yukarıdaki belgelerde bahsi geçen özel markalı patlamış mısır ürünlerine ilişkin olarak ilgili tarihlerde söz konusu teşebbüslerce gerçekleştirilen fiyat hareketleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

Tablo 32: Yazışmalara Konu Ürünlere İlişkin Fiyat (TL, KDV Dahil) Değişiklikleri

| Ürün                    | Teşebbüs | Tarih      | Eski Fiyat | Yeni Fiyat |
|-------------------------|----------|------------|------------|------------|
| PL Patlamış Mısır 60 Gr | A101     | 26.09.2020 | 1,75       | 2,00       |
|                         | ŞOK      | 26.09.2020 | 1,75       | 2,00       |

## TESPİT 15

- (224) ŞOK'ta yapılan yerinde incelemede elde edilen, 02.10.2020 tarihinde ŞOK Satın Alma Yöneticisi (.....) tarafından ŞOK Ticaret Direktörü (.....)'e gönderilen, ŞOK çalışanları (.....) ve (.....)'nin bilgide olduğu "Redbull Fiyat Geçişi Hk." konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır;

*"Merhaba (.....) Bey,*

*Redbull ürünleri için piyasa raf fiyatlarını bugün geçmiştir.*

*Yarına raf fiyatlarının tanımlanması için teyidinizi rica ederiz, alış fiyat pazarlıklarımız devam etmektedir.*

*İyi Çalışmalar"*

- (225) Söz konusu e-postada yer alan, Red Bull markalı ürünlere ilişkin fiyat geçişi onayı tablosunun ilgili kısımları şu şekildedir:

| ÜRÜN NO | ÜRÜN ADI                        | MEVCUT SATIŞ FİYATI | YENİ SATIŞ FİYATI | Satış Fiyat Başlangıç |
|---------|---------------------------------|---------------------|-------------------|-----------------------|
| 62579   | RED BULL ENERJİ İÇECEĞİ 473 ML  | 9,95                | 11,75             | 3.10.2020             |
| 8110030 | RED BULL ENERJİ İÇECEĞİ 250 ML. | 5,95                | 6,95              | 3.10.2020             |

- (226) Yukarıdaki e-postaya cevaben 02.10.2020 tarihinde ŞOK Ticaret Direktörü (.....) tarafından ŞOK Satın Alma Yöneticisi (.....)'e gönderilen, bilgi kısmında ŞOK çalışanları (.....) ve (.....)'nin bulunduğu "RE: Redbull Fiyat Geçişi Hk." konulu e-postada aşağıdaki ifade yer almaktadır:

*"Piyasa kim"*

- (227) Aynı e-posta silsilesi içinde 02.10.2020 tarihinde ŞOK Satın Alma Yöneticisi (.....) tarafından ŞOK Ticaret Direktörü (.....)'e gönderilen, yine bilgi kısmında ŞOK çalışanları (.....) ve (.....)'nin bulunduğu "RE: Redbull Fiyat Geçişi Hk." konulu e-postada;

*"Merhaba,*

*M, C ve yerel marketler geçti . Sadece rakip A ve biz yarına geçiyoruz.*

*İyi Çalışmalar"*

ifadeleri yer almaktadır.

- (228) Soruşturma taraflarının gönderdiği verilere göre, yukarıdaki belgelerde bahsi geçen RED BULL ürünlerine ilişkin olarak ilgili tarihlerde söz konusu teşebbüslerce gerçekleştirilen fiyat hareketleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:



Tablo 33: Yazışmalara Konu Ürünlere İlişkin Fiyat (TL, KDV Dahil) Değişiklikleri

| Ürün                         | Teşebbüs    | Tarih      | Eski Fiyat | Yeni Fiyat | Çeşitler      |
|------------------------------|-------------|------------|------------|------------|---------------|
| RED BULL<br>İçecek Çeşitleri | CARREFOURSA | 01.10.2020 | 5,95       | 6,95       | 250 ML        |
|                              |             |            | 7,75       | 8,95       | 355 ML        |
|                              |             |            | 9,95       | 11,75      | 473 ML        |
|                              |             |            | 22,45      | 26,45      | 4X250 ML KUTU |
|                              |             |            | 33,45      | 39,45      | 6X250 ML KUTU |
|                              | MİGROS      | 02.10.2020 | 5,95       | 6,95       | 250 ML        |
|                              |             |            | 7,75       | 8,95       | 355 ML        |
|                              |             |            | 9,95       | 11,75      | 473 ML        |
|                              |             |            | 22,45      | 26,45      | 4X250 ML      |
|                              |             |            | 33,45      | 39,45      | 6X250 ML      |
|                              | ŞOK         | 03.10.2020 | 5,95       | 6,95       | 250 ML        |
|                              |             |            | 9,95       | 11,75      | 473 ML        |
|                              | A101        | 03.10.2020 | 5,95       | 6,95       | 250 ML        |
|                              | BİM         | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok      |

**TESPİT 16**

- (229) ŞOK'ta yapılan yerinde incelemede elde edilen, 18.11.2020 tarihinde ŞOK Kategori Uzmanı (.....) tarafından ŞOK Ticaret Direktörü (.....) ve ŞOK çalışanı (.....)'ya gönderilen "RE:Fiyat Geçişleri 18.11.2020" konulu e-postada;

"SINIRLI DAGITIM / CLASSIFIED

(.....) Bey Merhaba, Tablo aşağıdaki gibidir. Pril ürünlerinin satış fiyatları rakip turuncu ile eş zamanlı yarın yansıtılacaktır. Kırmızı ve mavide yoktur..."

ifadeleri yer almaktadır. Yazışmada gönderilen tablonun bahsi geçen Pril markalı ürünlere ilişkin kısmı aşağıda gösterilmektedir:

| ÜRÜN NO  | ÜRÜN ADI                        | MEVCUT SATIŞ FİYATI | YENİ SATIŞ FİYATI |
|----------|---------------------------------|---------------------|-------------------|
| (...)    | (...)                           | (...)               | (...)             |
| 83992    | PRIL GOLD JEL YAĞ COZUCU 900 ML | 29,90               | 36,9              |
| 30990131 | PRIL PARLATICI 470 ML           | 8,70                | 10,8              |

- (230) Soruşturma taraflarının gönderdiği verilere göre, yukarıdaki belgelerde bahsi geçen Pril ürünlerine ilişkin olarak ilgili tarihlerde söz konusu teşebbüslerce gerçekleştirilen fiyat hareketleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

Tablo 34: Yazışmalara Konu Ürünlere İlişkin Fiyat (TL, KDV Dahil) Değişiklikleri

| Ürün            | Teşebbüs    | Tarih      | Eski Fiyat | Yeni Fiyat | Çeşitler    |
|-----------------|-------------|------------|------------|------------|-------------|
| PRİL Yağ Çözücü | ŞOK         | 19.11.2020 | 29,90      | 36,90      | Gold 900 ML |
|                 | MİGROS      | 19.11.2020 | 29,90      | 36,90      | Gold 900 ML |
|                 | CARREFOURSA | 20.11.2020 | 29,90      | 36,90      | Gold 900 ML |
|                 | A101        | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok    |
|                 | BİM         | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok    |
| PRİL Parlaticı  | MİGROS      | 17.11.2020 | 9,25       | 11,50      | 500 ML      |
|                 | ŞOK         | 19.11.2020 | 8,70       | 10,80      | 470 ML      |
|                 | CARREFOURSA | -          | 19,90      | 19,90      | 750 ML      |
|                 | A101        | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok    |
|                 | BİM         | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok    |

**TESPİT 17**

- (231) A101'de yapılan yerinde incelemede elde edilen, 20.11.2020 tarihinde A101 İcra Kurulu Üyesi (.....) ile A101 Kategori Müdürü (.....) arasında geçen Whatsapp görüşmesinde;

"(.....): (.....) bey dardanelde pazar gününden geçerli geçiş var migros yarın geçecek marj geri gitmiyor



(.....): Yarın tanımlayın sisteme. Migrosu görün önce

(.....): Evet evet

Bugün bişey yapmadık”

ifadeleri yer almaktadır.

- (232) Soruşturma taraflarının gönderdiği verilere göre, yukarıdaki belgelerde bahsi geçen Dardanel ürünlerine ilişkin olarak ilgili tarihlerde söz konusu teşebbüslerce gerçekleştirilen fiyat hareketleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

Tablo 35: Yazışmalara Konu Ürünlere İlişkin Fiyat (TL, KDV Dahil) Değişiklikleri

| Ürün                                | Teşebbüs                  | Tarih      | Eski Fiyat | Yeni Fiyat | Çeşitler                         |          |
|-------------------------------------|---------------------------|------------|------------|------------|----------------------------------|----------|
| DARDANEL<br>Ton Balığı<br>Çeşitleri | CARREFOURSA <sup>89</sup> | 21.11.2020 | 25,90      | 29,90      | *75 Gr 3'lü Ton Light 75 Gr 3'lü |          |
|                                     |                           |            | 27,90      | 31,90      | *Zeytinyağlı 75 Gr 3'lü          |          |
|                                     |                           |            | 13,90      | 17,90      | Poşet Ton 120 Gr                 |          |
|                                     |                           |            | 28,90      | 34,90      | *Light 150 Gr                    |          |
|                                     |                           |            | 29,90      | 34,90      | *150 Gr 2'li                     |          |
|                                     |                           |            | 34,90      | 36,90      | *Zeytinyağlı 150 Gr 2'li         |          |
|                                     |                           |            | 17,50      | 18,90      | Zeytinyağlı 150 Gr               |          |
|                                     |                           |            | 13,90      | 17,90      | Ayçiçekyağlı 150 Gr              |          |
|                                     | MİGROS <sup>90</sup>      | 21.11.2020 | 25,90      | 29,90      | Ayçiçekyağlı-Light 75 GR 3'lü    |          |
|                                     |                           |            | 27,90      | 31,90      | Zeytinyağlı 75 Gr 3'lü           |          |
|                                     |                           |            | 13,90      | 16,90      | Poşet Ton 120 Gr                 |          |
|                                     |                           |            | 29,90      | 34,90      | Ayçiçekyağlı, Light 150 Gr 2'li  |          |
|                                     |                           |            | 34,90      | 36,90      | Zeytinyağlı 150 Gr 2'li          |          |
|                                     |                           |            | 17,50      | 18,90      | Zeytinyağlı 150 GR               |          |
|                                     | A101 <sup>91</sup>        | 22.11.2020 | 25,90      | 29,90      | 75 Gr 3'lü                       |          |
|                                     |                           |            | 27,90      | 31,90      | Zeytinyağlı 75 Gr 3'lü           |          |
|                                     |                           |            | 13,90      | 16,90      | Poşet Ton 120 Gr                 |          |
|                                     | BİM                       | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok                         | Ürün Yok |
|                                     | ŞOK                       | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok                         | Ürün Yok |

## TESPİT 18

- (233) ŞOK'ta yapılan yerinde incelemede elde edilen, 02.12.2020 tarihinde ŞOK Kategori Uzmanı (.....) tarafından ŞOK Ticaret Direktörü (.....) ve ŞOK çalışanı (.....)'ya gönderilen “Satış Fiyat Değişikliği Hk.” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler ve tablo yer almaktadır:

“(.....) Bey Merhaba,

Fairy Bulaşık Sıvısı ve Fairy Platinum 33'lü Tablet ürünlerinde rakip kırmızıda satış fiyat artışı olmuştur. Diğer ürünlerde onayınıza istinaden rakip mavi ve turuncu ile eş zamanlı olarak yarın fiyat artışı olacaktır. Onay doğrultusunda sisteme girilecektir.”

| ÜRÜN NO | ÜRÜN ADI                | MEVCUT SATIŞ FİYATI | SATIŞ FİYATI |
|---------|-------------------------|---------------------|--------------|
| 62074   | ALO TOZ DETERJAN 4.5 KG | 32,50               | 35,95        |

<sup>89</sup> Çeşitler bölümünde “ \* ” ile başlayan ürünlere ilişkin sunulan Ankara fiyatları yalnızca eski fiyat için geçerli olmak üzere tabloda yer alan fiyatlardan 0,05 TL daha düşüktür. Ayrıca CARREFOURSA için sunulan DARDANEL çeşitlerinde tabloda yer alan ürünlerin dışında Bonfile 185 Gr, Fleto 125 Gr, Tahıllı-Kuskuslu 185 Gr ve 75 Gr 2'li ürünlerinde de 21.11.2020'de artış yaşandığı, ürün fiyatlarının sırasıyla; 31,90'dan 34,90'a, 21,90'dan 24,90'a, 11,90'dan 14,90'a, 17,90'dan 19,90'a çıktığı görülmüştür.

<sup>90</sup> MİGROS tarafından sunulan DARDANEL çeşitleri incelendiğinde tabloda yer alan ürünlerin dışında Acılı 80 gr 3'lü ürününde de 21.11.2020'de artış yaşanarak ürün fiyatının 24,90'dan 29,90'a çıktığı görülmüştür.

<sup>91</sup> A101 tarafından sunulan DARDANEL çeşitleri incelendiğinde tabloda yer alan ürünlerin dışında 125 gr ve Sardalya 125 gr ürünlerinde de 22.11.2020'de artış yaşandığı, ürün fiyatlarının sırasıyla; 13,90'dan 14,90'a ve 8,90'dan 9,90'a çıktığı görülmüştür.

|       |  |       |       |
|-------|--|-------|-------|
| 62075 | ARIEL DAĞ ESİNTİSİ 4.5 KG                  | 41,95 | 44,95 |
| 76954 | ARIEL PARLAK RENKLER 4.5 KG                | 41,95 | 44,95 |
| 78971 | ARIEL DAĞ ESİNTİSİ SIVI DETERJAN 1.69 LT   | 32,75 | 36,9  |
| 78970 | ARIEL PARLAK RENKLER SIVI DETERJAN 1.69 LT | 32,75 | 36,9  |
| 75071 | FAIRY BULAŞIK SIVISI 750 ML                | 9,50  | 10,65 |
| 76433 | FAIRY HEPSİ BİR ARADA KAPSUL 50'LI         | 52,50 | 59,95 |
| 71005 | FAIRY PLATINUM 33'LU TABLET                | 37,95 | 42,9  |
| 80539 | PRIMA KULOT BEZ 4 MAXI 21'LI               | 33,90 | 39,9  |
| 80540 | PRIMA KULOT BEZ 5 JUNIOR 18'LI             | 33,90 | 39,9  |
| 80541 | PRIMA KULOT BEZ 6 EXTRA LARGE 15'LI        | 33,90 | 39,9  |
| 60133 | MİNTAX YOĞUN ÇAMAŞIR SUYU 4000 ML          | 13,70 | 13,95 |

- (234) Soruşturma tarafı teşebbüslerin gönderdiği verilere göre, yukarıdaki belgelerde bahsi geçenlerden Fairy markalı ürünlere ilişkin olarak ilgili tarihlerde söz konusu teşebbüslerce gerçekleştirilen fiyat hareketleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

Tablo 36: Yazışmalara Konu Fairy Ürünlerine İlişkin Fiyat (TL, KDV Dahil Fiyat) Değişiklikleri

| Teşebbüs                                   | Ürün  | Tarih      | Eski Fiyat | Yeni Fiyat |
|--|---|------------|------------|------------|
| <b>FAİRY SIVI-TABLET BULAŞIK DETERJANI</b> |   |            |            |            |
| BİM  | Fairy Platinum 33'Lü Tablet   | 02.12.2020 | 37,95      | 42,90      |
| BİM  | Bulaşık Deterjanı Sıvı 650 Ml Fairy   | 02.12.2020 | 8,25       | 9,25       |
| ŞOK  | Fairy Platinum 33'Lü Tablet   | 03.12.2020 | 37,95      | 42,90      |
| ŞOK  | Fairy Losyon 750 Ml   | 02.12.2020 | 7,35       | 9,80       |
| ŞOK  | Fairy Hepsı Bir Arada Kapsül 50'Li  | 03.12.2020 | 52,50      | 59,95      |
| ŞOK  | Fairy Bulaşık Sıvısı 750 Ml   | 03.12.2020 | 9,50       | 10,65      |
| CARREFOURSA                                | Fairy Platinum 43'Lü Tablet   | 03.12.2020 | 51,90      | 59,90      |
| CARREFOURSA                                | Fairy 650 Ml Limon  | 03.12.2020 | 8,25       | 9,25       |
| CARREFOURSA                                | Fairy 1350 Ml Limon   | 03.12.2020 | 16,25      | 18,50      |
| CARREFOURSA                                | Fairy Sıvı 2700 Ml Limon  | 03.12.2020 | 26,90      | 30,50      |
| CARREFOURSA                                | Fairy 400 Ml Limon  | 03.12.2020 | 6,25       | 7,25       |
| CARREFOURSA                                | Fairy 1500Ml Limon  | 03.12.2020 | 16,25      | 18,45      |
| A101                                       | Fairy Platinum 33'Lü Tablet   | 03.12.2020 | 37,95      | 42,90      |
| A101                                       | Fairy Bulaşık Deterjanı 650 Ml  | 03.12.2020 | 8,25       | 9,25       |
| A101                                       | Fairy Bulaşık Mak. Kapsülü 50'Li H1A  | 03.12.2020 | 51,90      | 59,95      |
| MİGROS                                     | Fairy Platinum Limon 33Lü 492 G   | 04.12.2020 | 37,95      | 42,90      |
| MİGROS                                     | Fairy Sıvı Bulaşık Deterjanı Elma-Limon-Portakal-Nar 650 Ml                   | 04.12.2020 | 8,25       | 9,25       |
| MİGROS                                     | Fairy Hepsı 1 Arada 50 Kapsül 675 G   | 04.12.2020 | 51,90      | 59,95      |
| MİGROS                                     | **Fairy Sıvı Bulaşık Deterjanı Elma-Limon-Portakal-Nar 1.350 Ml <sup>92</sup> | 04.12.2020 | 16,25      | 18,50      |
| MİGROS                                     | Fairy Sıvı Bulaşık Deterjanı Elma-Limon 2*1.350 Ml                            | 04.12.2020 | 26,90      | 30,50      |
| MİGROS                                     | Fairy Hepsı 1 Arada 120 Kapsül 1.621 G  | 04.12.2020 | 98,50      | 109,95     |
| MİGROS                                     | Fairy Hepsı 1 Arada 36Lı 486 G  | 04.12.2020 | 39,90      | 46,25      |
| MİGROS                                     | Fairy Hepsı 1 Arada 70 Kapsül 946 G   | 04.12.2020 | 70,50      | 81,75      |
| MİGROS                                     | Fairy Hepsı 1 Arada Original 90Lı Kapsül 1.216 G                              | 04.12.2020 | 77,90      | 89,90      |
| MİGROS                                     | Fairy Saf Ve Temiz 650 Ml   | 04.12.2020 | 13,90      | 15,90      |
| MİGROS                                     | Fairy Sıvı Bulaşık Deterjanı Limon 6*650 Ml                                   | 04.12.2020 | 34,90      | 39,90      |
| MİGROS                                     | Fairy Limon 1.5 L   | 04.12.2020 | 15,95      | 18,25      |
| MİGROS                                     | Fairy Platinum Limon 1.500 Ml   | 04.12.2020 | 23,90      | 27,25      |
| CARREFOURSA                                | Fairy Hepsı Bir Arada 22Adet Kapsül   | 05.12.2020 | 29,90      | 34,75      |
| CARREFOURSA                                | Fairy Hepsı Bir Arada 84 Adet Kapsül  | 05.12.2020 | 83,90      | 97,25      |
| CARREFOURSA                                | Fairy Hepsı Bir Arada 60 Adet Kapsül  | 05.12.2020 | 62,90      | 72,90      |
| CARREFOURSA                                | Fairy Hepsı Bir Arada 36 Adet Kapsül  | 05.12.2020 | 39,90      | 46,25      |
| CARREFOURSA                                | Fairy Hepsı Bir Arada 70 Adet Kapsül  | 05.12.2020 | 70,50      | 81,75      |
| CARREFOURSA                                | Fairy Hepsı Bir Arada 120 Adet Kapsül   | 05.12.2020 | 114,90     | 132,90     |
| CARREFOURSA                                | Fairy Hepsı Bir Arada 90 Adet Kapsül  | 05.12.2020 | 89,50      | 103,50     |
| ŞOK  | Fairy Bulaşık Sıvısı Limon 2*1 Lt   | 05.12.2020 | 20,90      | 23,50      |

- (235) E-posta yazışmalarına konu diğer ürünlere ilişkin olarak gerçekleştirilen yakın tarihli fiyat geçişlerinin detayına ise aşağıdaki tabloda yer verilmiştir. Tablodan görüleceği

<sup>92</sup> İlgili ürünün elma ve limon aromalı çeşidinin Ankara ve İzmir fiyatı değişikliği tabloda gösterildiği gibidir. İstanbul fiyatı ise 15,95 TL'den 18,50 TL'ye yükselmiştir.

üzere ŞOK'un 03.12.2020 tarihli geçişleri dışında, soruşturma tarafı beş büyük market zincirinin (A101, BİM, CARREFOURSA, MİGROS ve ŞOK) Ariel çamaşır deterjanı çeşitlerinde 09-11.12.2020 arasında; CARREFOURSA, MİGROS ve A101'in Alo çamaşır deterjanı çeşitlerinde 09-10.12.2020 arasında; CARREFOURSA, MİGROS, A101 ve ŞOK'un Prima çocuk bezi çeşitlerinde 25.11.2020-01.12.2020 arasında; BİM, A101, CARREFOURSA ve MİGROS'un PL Çamaşır Suyu Çeşitlerinde 25-27.11.2020 arasında fiyat geçişleri yaptıkları tespit edilmiştir. Bu ürünlerde de kesişen ambalajlar/gramajlar bakımından fiyat geçişlerinin büyük ölçüde aynı olduğu belirtilmelidir.

- (236) Bu noktada özellikle Ariel ve Alo markalı ürünlerdeki fiyat geçişleri dikkat çekmektedir. Söz gelimi teşebbüslerin tamamında satışa sunulduğu anlaşılan Ariel Toz Deterjan 1,5 kg çeşitlerinde BİM, CARREFOURSA ve MİGROS'un 09.12.2020 tarihinde bu ürünlerin fiyatlarını eş anlı olarak 15,95 TL'den 16,90-16,95 TL'ye yükselttikleri; A101 ve ŞOK'un da sırasıyla 10 ve 11.12.2020 tarihlerinde yine 15,95 TL'den 16,90 TL'ye fiyat geçişi yaptıkları anlaşılmaktadır. Benzer şekilde CARREFOURSA ve MİGROS'un 09.12.2020 tarihinde eş anlı fiyat artışına gittikleri Alo ve Ariel ürünlerinde kesişen gramajlar bakımından eski ve yeni fiyatların da birebir aynı olduğu; A101'in bu teşebbüsleri kesişen ürünler bakımından yine birebir aynı fiyat geçişleri yapmak suretiyle 10.12.2020 tarihinde izlediği görülmektedir.

Tablo 37: Yazışmalara Konu Diğer Ürünlere İlişkin Fiyat (TL, KDV Dahil) Değişiklikleri

| Teşebbüs                                 | Ürün  | Tarih      | Eski Fiyat | Yeni Fiyat |
|--|---|------------|------------|------------|
| <b>ARIEL ÇAMAŞIR DETERJANI ÇEŞİTLERİ</b> |   |            |            |            |
| ŞOK                                      | Ariel Parlak Renkler Sıvı Deterjan 1.69 Lt    | 03.12.2020 | 32,75      | 36,90      |
| ŞOK                                      | Ariel Dağ Esintisi Sıvı Deterjan 1.69 Lt      | 03.12.2020 | 32,75      | 36,90      |
| ŞOK                                      | Ariel Dağ Esintisi 4.5 Kg                     | 03.12.2020 | 41,95      | 44,95      |
| BİM                                      | Ariel Parlak Renkler Toz Deterjan 1,5 Kg      | 09.12.2020 | 15,95      | 16,90      |
| BİM                                      | Ariel Dağ Esintisi Toz Deterjan 1,5 Kg        | 09.12.2020 | 15,95      | 16,90      |
| CARREFOURSA                              | Ariel Dağ Esintisi 1,5 Kg                     | 09.12.2020 | 15,95      | 16,95      |
| CARREFOURSA                              | Ariel Parlak Renkler 1,5 Kg                   | 09.12.2020 | 15,95      | 16,95      |
| CARREFOURSA                              | Ariel Parlak Renkler 4 Kg                     | 09.12.2020 | 36,95      | 39,95      |
| CARREFOURSA                              | Ariel Dağ Esintisi 4 Kg                       | 09.12.2020 | 36,95      | 39,95      |
| CARREFOURSA                              | *Ariel Parlak Renkler 6 Kg <sup>93</sup>      | 09.12.2020 | 44,90      | 49,90      |
| MİGROS                                   | Ariel Dağ Esintisi 10 Yıkama 1.5 Kg           | 09.12.2020 | 15,95      | 16,95      |
| MİGROS                                   | Ariel Dağ Esintisi Renkliler 10 Yıkama 1.5 Kg | 09.12.2020 | 15,95      | 16,95      |
| MİGROS                                   | Ariel Sıvı Parlak Renkler 26 Yıkama 1.690 Ml  | 09.12.2020 | 32,75      | 36,90      |
| MİGROS                                   | Ariel Dağ Esintisi 26 Yıkama 1.690 Ml         | 09.12.2020 | 32,75      | 36,90      |
| MİGROS                                   | Ariel Dağ Esintisi 26 Yıkama 4 Kg             | 09.12.2020 | 36,95      | 39,95      |
| MİGROS                                   | Ariel Dağ Esintisi Renkliler 26 Yıkama 4 Kg   | 09.12.2020 | 36,95      | 39,95      |
| MİGROS                                   | Ariel Dağ Esintisi 40 Yıkama 6 Kg             | 09.12.2020 | 44,90      | 49,90      |
| MİGROS                                   | Ariel Sıvı Parlak Renkler 15 Yıkama 975 Ml    | 09.12.2020 | 21,75      | 24,50      |
| MİGROS                                   | Ariel Sıvı Dağ Esintisi 15 Yıkama 975 Ml      | 09.12.2020 | 21,75      | 24,50      |
| MİGROS                                   | Ariel Sıvı Parlak Renkler 2X1.3Lt 2X20 Yıkama | 09.12.2020 | 41,90      | 46,90      |
| MİGROS                                   | Ariel Sıvı Dağ Esintisi 2X1.3Lt 2X20 Yıkama   | 09.12.2020 | 41,90      | 46,90      |
| MİGROS                                   | Ariel Jel Dağ Esintisi 12 Kapsül 324 G        | 09.12.2020 | 27,90      | 34,90      |
| MİGROS                                   | Ariel Sıvı 24 Yıkama Dağ Esintisi 1.56 L      | 09.12.2020 | 30,90      | 34,90      |
| CARREFOURSA                              | *Ariel Dağ Esintisi 6 Kg <sup>94</sup>        | 10.12.2020 | 44,90      | 49,90      |
| A101                                     | Sıvı Det. Renkli 1690 Ml Ariel                | 10.12.2020 | 32,75      | 36,90      |
| A101                                     | Sıvı Det. 1690 Ml Ariel                       | 10.12.2020 | 32,75      | 36,90      |
| A101                                     | Toz Det. Renkli 1,5 Kg Ariel                  | 10.12.2020 | 15,95      | 16,90      |
| A101                                     | Toz Det. 1,5 Kg Ariel                         | 10.12.2020 | 15,95      | 16,90      |
| ŞOK                                      | Ariel Dağ Esintisi 1.5 Kg                     | 11.12.2020 | 15,95      | 16,90      |
| ŞOK                                      | Ariel Parlak Renkler 1.5 Kg                   | 11.12.2020 | 15,95      | 16,90      |
| Tablo 37'nin devamı:                     |   |            |            |            |
| Teşebbüs                                 | Ürün  | Tarih      | Eski Fiyat | Yeni Fiyat |

<sup>93</sup> İlgili ürünün Ankara eski fiyatı 43,95 TL'dir.

<sup>94</sup> İlgili ürünün Ankara eski fiyatı 43,95 TL'dir.

| ALO ÇAMAŞIR DETERJANI ÇEŞİTLERİ |  |            |            |            |
|---------------------------------|--|------------|------------|------------|
| ŞOK                             | Alo Toz Deterjan 4.5 Kg                              | 03.12.2020 | 32,50      | 35,95      |
| CARREFOURSA                     | Alo 1,5 Kg Beyaz Ve Renkliler                        | 09.12.2020 | 12,25      | 13,35      |
| CARREFOURSA                     | Alo Kar Çiçeği 4 Kg 26 Yıkama                        | 09.12.2020 | 28,90      | 31,95      |
| CARREFOURSA                     | Alo Platinum 6 Kg Fairy Etkili                       | 09.12.2020 | 35,90      | 40,90      |
| MİGROS                          | Alo Platinum Fairy Etkili 40 Yıkama 6 Kg             | 09.12.2020 | 35,90      | 40,90      |
| MİGROS                          | Alo Platinum Fairy Etkili Renkli 6 Kg                | 09.12.2020 | 35,90      | 40,90      |
| MİGROS                          | Alo Kar Çiçeği Beyazlar&Renkliler 10 Yıkama 1.5 Kg   | 09.12.2020 | 12,25      | 13,35      |
| MİGROS                          | Alo Kar Çiçeği 10 Yıkama 1.5 Kg                      | 09.12.2020 | 12,25      | 13,35      |
| MİGROS                          | Alo Canlı Renkler 10 Yıkama 1.5 Kg                   | 09.12.2020 | 12,25      | 13,35      |
| MİGROS                          | Alo Kar Çiçeği Beyazlar&Renkliler 26 Yıkama 4Kg      | 09.12.2020 | 28,90      | 31,95      |
| MİGROS                          | Alo Kar Çiçeği 26 Yıkama 4 Kg                        | 09.12.2020 | 28,90      | 31,95      |
| MİGROS                          | Alo Canlı Renkler 26 Yıkama 4 Kg                     | 09.12.2020 | 28,90      | 31,95      |
| A101                            | Toz Det. 4 Kg Alo                                    | 10.12.2020 | 28,90      | 31,95      |
| BİM                             | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok   |
| PRİMA ÇOCUK BEZİ ÇEŞİTLERİ      |  |            |            |            |
| CARREFOURSA                     | *Prima Ekonomik Paket 4 Beden 40'Li                  | 27.11.2020 | 43,90      | 48,75      |
| CARREFOURSA                     | Prima Ekonomik Paket 3 Beden 45'Li                   | 27.11.2020 | 43,90      | 48,75      |
| CARREFOURSA                     | Prima Ekonomik Paket 4+ Beden 34'Lü                  | 27.11.2020 | 43,90      | 48,75      |
| CARREFOURSA                     | Prima Ekonomik Paket 5 Beden 29'Lu                   | 27.11.2020 | 43,90      | 48,75      |
| CARREFOURSA                     | Prima Ekonomik Paket 6 Beden 26'Li                   | 27.11.2020 | 43,90      | 48,75      |
| MİGROS                          | Prima Külot Bez Tekli Paket 7 No 14'Lü               | 28.11.2020 | 39,75      | 43,90      |
| MİGROS                          | Prima Pants Tekli Kül.Beiz 6 Ext. Larg. 15 Ad.16+Kg  | 28.11.2020 | 39,75      | 43,90      |
| MİGROS                          | Prima Pants Tekli Külot Bez 5 Jun.12-18 Kg 18 Adet   | 28.11.2020 | 39,75      | 43,90      |
| MİGROS                          | Prima Külot Bez Tekli Paket Maxi 4 No 21'Li          | 28.11.2020 | 39,75      | 43,90      |
| MİGROS                          | Prima Pants Tekli Külot Bez 3 Midi 28 Adt. 6-11 Kg   | 28.11.2020 | 39,75      | 43,90      |
| A101                            | Prima Çocuk Bezi Yenidoğan 36'Li                     | 28.11.2020 | 32,90      | 34,90      |
| A101                            | Prima Çocuk Bezi Mini 31'Li                          | 28.11.2020 | 32,90      | 34,90      |
| A101                            | Prima Çocuk Bezi Midi 27'Li                          | 28.11.2020 | 32,90      | 34,90      |
| A101                            | Prima Çocuk Bezi Maxi 24'Lü                          | 28.11.2020 | 32,90      | 34,90      |
| A101                            | Prima Çocuk Bezi Junior 20'Li                        | 28.11.2020 | 32,90      | 34,90      |
| A101                            | Prima Çocuk Bezi Extra Large 17'Li                   | 28.11.2020 | 32,90      | 34,90      |
| CARREFOURSA                     | Prima Külot Bez Tekli Paket 4 Numara 24'Li           | 30.11.2020 | 39,90      | 43,90      |
| CARREFOURSA                     | Prima Külot Bez Tekli Paket 6 Numara 15'Li           | 30.11.2020 | 39,90      | 43,90      |
| CARREFOURSA                     | Prima Külot Bez Tekli Paket 5 Numara 18'Li           | 30.11.2020 | 39,90      | 43,90      |
| CARREFOURSA                     | Prima Külot Bez Tekli Paket 3 Numara 28'Li           | 30.11.2020 | 39,90      | 43,90      |
| ŞOK                             | Prima Jumbo 4 Maxi 40'Li                             | 01.12.2020 | 46,90      | 49,90      |
| ŞOK                             | Prima Jumbo 5 Junior 29'Lu                           | 01.12.2020 | 46,90      | 49,90      |
| ŞOK                             | Prima Jumbo 6 Extra Large 26'Li                      | 01.12.2020 | 46,90      | 49,90      |
| ŞOK                             | Prima Külot Bez 4 Maxi 21'Li                         | 03.12.2020 | 33,90      | 39,90      |
| ŞOK                             | Prima Külot Bez 5 Junior 18'Li                       | 03.12.2020 | 33,90      | 39,90      |
| ŞOK                             | Prima Külot Bez 6 Extra Large 15'Li                  | 03.12.2020 | 33,90      | 39,90      |
| MİGROS <sup>95</sup>            | **Prima Külot Bez Fırsat Paketi 7 No 42 Li           | 10.12.2020 | 99,75      | 109,90     |
| MİGROS                          | **Prima Külot Bez 6 Extlarge Fırsat Paket 45Ad 15+Kg | 10.12.2020 | 99,75      | 109,90     |
| MİGROS                          | **Prima Külot Bez Fırsat Paketi 5 No 12-17Kg 56'Li   | 10.12.2020 | 99,75      | 109,90     |
| BİM                             | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok   | Ürün Yok   |
| PL ÇAMAŞIR SUYU ÇEŞİTLERİ       |  |            |            |            |
| BİM                             | Çamaşır Suyu Ultra 1250 Ml Güldal                    | 25.11.2020 | 5,75       | 5,95       |
| BİM                             | Çamaşır Suyu 2500 Ml Güldal                          | 25.11.2020 | 5,75       | 5,95       |
| A101                            | Çamaşır Suyu 4 Kg Çiçeğim                            | 26.11.2020 | 9,20       | 9,50       |
| A101                            | Çamaşır Suyu Ultra 1250 Ml Çiçeğim                   | 26.11.2020 | 5,75       | 5,95       |
| CARREFOURSA                     | Carrefour Çamaşır Suyu 2340 Ml                       | 26.11.2020 | 5,75       | 5,95       |
| CARREFOURSA                     | Carrefour Parfüm.Çamaşır Suyu 3750 Ml                | 26.11.2020 | 9,00       | 9,25       |
| MİGROS                          | Migros Çamaşır Suyu 1 L                              | 27.11.2020 | 2,95       | 3,05       |
| MİGROS                          | Migros Çamaşır Suyu Parfümlü 1 L                     | 27.11.2020 | 2,95       | 3,05       |
| MİGROS                          | Migros Çamaşır Suyu 2.5 L                            | 27.11.2020 | 5,75       | 5,95       |
| MİGROS                          | Migros Çamaşır Suyu Parfümlü 2.5 L                   | 27.11.2020 | 5,75       | 5,95       |
| MİGROS                          | Migros Çamaşır Suyu 4 L                              | 27.11.2020 | 8,90       | 9,25       |
| Tablo 37'nin devamı:            |  |            |            |            |
| Teşebbüs                        | Ürün   | Tarih      | Eski Fiyat | Yeni Fiyat |

<sup>95</sup> “\*\*\*” ile başlayan ürünlerin 28.11.2020-09.12.2020 tarihleri arasında indirimde girdikleri değerlendirildiğinden eski fiyat olarak indirimsiz fiyatları dikkate alınmıştır. (İndirimli Fiyat: 89,90 TL)

| PL ÇAMAŞIR SUYU ÇEŞİTLERİ |                                     |            |       |       |
|---------------------------|-------------------------------------|------------|-------|-------|
| MİGROS                    | Migros Çamaşır Suyu Parfümlü 4 L    | 27.11.2020 | 8,90  | 9,25  |
| MİGROS                    | Migros Ultra Çamaşır Suyu Fresh 1 L | 27.11.2020 | 4,60  | 4,75  |
| MİGROS                    | Migros Ultra Çamaşır Suyu Ocean 1 L | 27.11.2020 | 4,60  | 4,75  |
| MİGROS                    | Migros Ultra Çamaşır Suyu 5 Kg      | 27.11.2020 | 16,50 | 16,95 |
| ŞOK                       | Mintax Yoğun Çamaşır Suyu 4000 MI   | 03.12.2020 | 13,70 | 13,95 |
| CARREFOURSA               | Carrefour Uçs Dağ Esintisi 750 MI   | 03.12.2020 | 3,45  | 3,55  |

## TESPİT 19

- (237) ŞOK'ta yapılan yerinde incelemede elde edilen, 10.04.2020 tarihinde ŞOK Kategori Satın Alma Müdürü (.....) tarafından ŞOK yöneticisi (.....)'e ve bilgi için (.....)'a gönderilen "AKTİVİTE ONAY / ALGİDA / 11-17 Nisan Aktivite teklifleri" konulu e-postada;

"(.....) bey,

*Aşağıdaki ürünler için 11-17 Nisan tarihlerinde aktivite teklifi iletilmiştir. Rakip A yarından itibaren uygulayacaktır. Marj kaybı olmayacak şekilde destekleri alınmıştır. Onayınıza sunarım"*

ifadeleri bulunmaktadır. E-posta içerisinde Algida, Carte D'or ve Magnum markalı çeşitli dondurma ürünlerinin "raf satış fiyatı" ve "aktivite fiyatı" bilgilerine ilişkin tabloya yer verilmiştir.

- (238) Söz konusu e-postanın devamında 17.04.2020 tarihinde ŞOK Kategori Satın Alma Müdürü (.....) tarafından (.....)'a gönderilen, (.....)'in bilgide olduğu "AKTİVİTE ONAY / ALGİDA / 18-24 Nisan Aktivite teklifleri" konulu e-postada;

"(.....) bey,

*Aşağıdaki ürünler için 18-24 Nisan aktivite teklifi iletilmiştir. Marj kaybı olmayacak şekilde alınmıştır.*

*Rakip A aktiviteleri uygulayacaktır.*

*Algida maraş usulü ürünleri raf indirimi, diğer ürünler 2.si % 30 indirim aktivitesidir. Onayınıza sunarım."*

ifadeleri bulunmaktadır. E-posta içerisinde yine Algida, Carte D'or ve Magnum markalı çeşitli dondurma ürünlerinin "raf satış fiyatı" ve "aktivite fiyatı" bilgilerine ilişkin tabloya yer verilmiştir.

- (239) 24.04.2020 tarihinde ŞOK Kategori Satın Alma Müdürü (.....) tarafından (.....)'a gönderilen e-postada;

"(.....) Bey,

*Algida 25 Nisan – 01 Mayıs tarihleri için aşağıdaki raf indirimi aktivitelerini ve boom boom ile Maraş Cornet ürünlerinde 5 al 4 öde aktivitelerini iletmiştir.*

*Marj kaybı olmayacaktır.*

*Rakip A bu aktivitelerin hepsini uygulayacaktır.*

*Rakip M 'de bu uygulamada yer alacaktır.*

*Onayınıza sunarım.*

*Boom Boom 4 Alana 1 bedava*

*Külah Maraş 4 Alana 1 Bedava*

*Magnum mini çeşitleri 22,50 TL yerine 19.45 TL C'dor Selection Çeşitleri 18,50 TL yerine 15,50 TL*

*C'dor Classic Çeşitler 17,50 TL yerine 14,75 TL*

*Maraş 500ml çeşitleri 14,00 TL yerine 9,95 TL*

*Maraş Çifte dövme ve Maraş Çiftliğim(Mandıra) 15,00 TL yerine 12,75 TL"*

denilmektedir.



## TESPİT 20

(240) A101'de yapılan yerinde incelemede elde edilen, 15.09.2020 tarihinde A101 İcra Kurulu Üyesi (.....) ile A101 Kategori Müdürü (.....) arasında geçen Whatsapp görüşmesinde;

*"(.....): Bim lever fiyatlarını geçmedi*

*Bizde aktarımda sorun oldu*

*İt den dönüş alamıyoruz*

*Ömerli depoda geçmedi fiyatlar*

*(.....): Nasıl anlamadım? Dün değil miydi geçiş?*

*BİM neden geçmedi?*

*Dün farketmedik mi anlamadım*

*(.....): Farkettik de çözülmedi*

*Bim de bizim bölgeyi bahane etmiş*

*(.....): Anlamadım tek bölgede geçmedi diye mi bahane etmiş?*

*Sadece 1 bölgede mi geçmedi fiyatlar?*

*E bana deseydiniz konuşsaydık*

*(.....): Bim in merkezinin etrafını besleyen depoda akmamış*

*(.....): Tek bir bölge olduğundan emin miyiz?*

*(.....): Dünkü satışlardan ortalama alıp kontrol edeyim*

*(.....): Biz tanımlamayı ne zaman yapmıştık?*

*(.....): Tanımlamayı cuma yaptık pazartesi için*

*(.....): Normal akışta olması gerekmez mi?*

*Özel aktarım veya sıkıntı neyin nesi?*

*(.....): Günde 2 kere kasaya normal aktarım yapıyor diye biliyorum*

*Pazartesine kadar 5 tane yapar*

*(.....): Bana net hangi bölgelerde geçiş olmamış bilgisi verib*

*Dün unilever ile konuşmadık mı?*

*Onların haberi olmuştur*

*En azından fiyatları geriye alırdık olmaz ki böyle*

*(.....): Konuştuk anlattık*

*Bim in geçmeyeceğini söylemediler*

*Şu an Ömerli sıkıntılı görünüyor*

*Çok satan ürünlerden bakacağım bir de*

*(.....): Biz faturayı gönderelim bugüb*

*Böyle olmaz*

*(.....) ile konuşun kaç bölgede fiyat tanımlı kaç bölgede değil?*

*(.....): Sadece Ömerli problemlili duruyor*

*Mağaza satışı attım size Rexona için*

*(.....): Hiç bir üründe geçmediler değil mi?*

*(.....): Evet hiçbir üründe*

*Yarın olup olmayacağı da belli değil*

*Yarın saate Ömerli yi çözüyoruz*

*Sonrasında tüm bölgelere bakacaklar*

*Yarın geçerlerse ne yapalım ?*

*Bim geçeceğini söylememiş*

*Geri alalım mı fiyatları*

*Cuma geçebilir gibi geliyor bize*

*(.....): Geri alıpruz yarım saat sonra. Benden haber gelmezsr tam 30 dk sonra sadece bim ortak ürünleri geri alalım.*

*(.....): Tamamdır"*

ifadeleri yer almaktadır.

## TESPİT 21

- (241) BİM'de yapılan yerinde incelemede elde edilen, BİM çalışanı (.....) ile Beypazarı Karakoca Doğal Maden Suyu A.Ş. (BEYPAZARI) yetkilisi olduğu anlaşılan ve "(.....)"<sup>96</sup> beypazarı" olarak kayıtlı numara arasında geçen 07.02.2019 tarihli Whatsapp görüşmesinde, BEYPAZARI yetkilisi tarafından gerek yazı karakterleri gerekse raf renkleri itibarıyla A101'e ait olduğu anlaşılan, Beypazarı maden suyu altılı paketinin 4,25 TL olduğunu gösterir raf etiketi fotoğrafı paylaşılmış ve devamında;

*"(.....) beypazarı: (.....) bey günaydın rakip firma bugün itibarıyla 4:25 yaptı fiyatına bilginiz olsun*

*(.....) bey merhaba sizin sözünüze istinaden rakip firmada bu sabah itibarıyla 4:25 yaptırdım sizden de ricam yarın sabah itibarıyla 4:25 yapmanızdır aksi taktirde bu fiyatları bir daha bu mertebeye çekemiyceğiz bilgilerinize önemle rica ediyorum teşekkür ediyorum. Sizlerde 18/2/19 a kadar şimdiki fiyatlardan sevkiyat yapmaya devam edeceğiz.*

*(.....): (.....) bey merhaba, telefondaki görüşmemiz üzerine tekrar etmek isterim 4,25 şeklinde bir fiyat sözümüz olmamıştır konuyu yarın kendi içimizde değerlendireceğiz size bilgiyi vereceğim selamlar"*

ifadeleri yer almaktadır.

- (242) BİM'de yapılan yerinde incelemede elde edilen, BİM çalışanı (.....) ile BİM Organizasyon Komitesi ve Satın Alma Komitesi Üyesi (.....) olduğu değerlendirilen "(.....)" olarak kayıtlı numara arasında geçen Whatsapp görüşmesinde 15.05.2019 tarihinde (.....) tarafından bir fotoğraf paylaşılmış olup aşağıdaki konuşmalar geçmektedir:

*"(.....): Ankara Çağdaş market*

*(.....): Konuyu araştıracağım (.....) bey, size bilgi döneceğim"*

- (243) 16.05.2019 tarihinde (saat 17:03) BİM çalışanı (.....) tarafından BEYPAZARI yetkilisi (.....) Bey'e iletilen söz konusu fotoğrafta ÇAĞDAŞ'a ait bir mağazadan 3,95 TL fiyatla satışa sunulan Beypazarı soda teşhiri bulunduğu görülmektedir.

- (244) Aynı konuya ilişkin olarak 16.05.2019 tarihinde (saat 18:15 – 19:02) BİM çalışanı (.....) ile (.....) Bey arasında aşağıdaki konuşmalar geçmektedir:

*"(.....): Merhaba (.....) bey*

*Konuyu firmaya ilettim, araştırıyorlar. Bana bilgi geldiği zaman size ileticeğim. Firmanında bilgisi yok ama üründe yeni fiyat geçtik, bir şekilde elindeki eski stoğu kullanıyor olabilir yada marjından vermiş olabilir zira bizim marjımız 22 seviyesinde genelde Ankara yerelleri düşük marjlar ile fiyat aksiyonu alabiliyor. Beypazarı firmasının sahibi (.....) bey bizden daha düşük fiyata alan olmadığına dair kendisinin de cümle içinde olduğu argo bir ifade ile yemin ediyor ☺ net bilgiyi ve düzeltilmiş fiyatı da bana ileticek*

*Selamlar*

*(.....): Tamamdır (.....) bey , takip edelim inşallah. (...)"*

- (245) 17.05.2019 tarihli BİM çalışanı (.....) ile BEYPAZARI yetkilisi (.....) Bey arasında geçen Whatsapp görüşmesinde;

*"(.....): (.....) bey*

<sup>96</sup> BEYPAZARI Yönetim Kurulu Başkanı (.....) olduğu tahmin edilmektedir.



*fiyat düzeldi mi*

*konuyu araştırdınız mı?*

*(.....) beypazarı: Evet pazar günü kampanyası bitiyormuş”*

ifadeleri yer almaktadır.

- (246) Aynı konuya ilişkin olarak BİM çalışanı (.....) ile (.....) Bey arasında geçen görüşmede bir fotoğraf daha paylaşılarak:

*“(.....): Merhaba (.....) bey*

*Çağdaşın fiyatı düzeltildi”*

denilmektedir.

## TESPİT 22

- (247) BİM’de yapılan yerinde incelemede elde edilen, Satın Alma Grup Müdürü (.....) ile Şölen Çikolata Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş. (ŞÖLEN) Üst Yöneticisi (CEO) olduğu tespit edilen (.....) arasında geçen 06.04.2020 tarihli Whatsapp görüşmesinde;

*“(.....): (.....) hanım , arkadaslardan gelen yazı ekte aynen size de ilettilim. Sevkiyatta bir problem olmadığını söylüyorlar”*

denilmektedir. Paylaşılan ekran görüntüsünden, ŞÖLEN İcra Kurulu Başkan Yardımcısı ve Genel Müdürü (.....) tarafından gönderildiği anlaşılan e-postadaki ilgili yazı aşağıdaki gibidir:

*“(.....) Hanım Merhaba,*

*Ben geçen Çarşamba günü BİM ile telefonda görüştüm. Hiçbir şikayetleri yoktu. Rafta fiyat geçişi yapmadıkları için benim taleplerim olmuştu. Lippo fiyatını artırmadıkları için fiyatı geçmiş olan Migros tekrar indirim yapmıştı. Bu kısır döngü yüzünden fiyatı bir an önce artırmalarını istedik. Yarın geçecekler.*

*Fiyat avantajı nedeniyle bu ortamda stoksuzluğa düşüyor olabilirler. Bizim şu an Ocak ayı gibi bir sıkıntımız yok. Müşteri Hizmetleri daha iyi bilgi verebilir.*

*Selamlar”*

*(.....): (.....) hanım merhaba ben bu yazıdan bizim fiyat geçişimiz olduğu için sevkiyatları durdurduklarını mi anlayalım? Sistemde resmî siparişler var ve onlar sevk edilmiyor (.....) hanım.*

*(.....): Hayır*

*(.....): İster iseniz size resmî siparişleri yollayabilirsin*

*Yollayabilirim*

*(.....): Tabi ki*

*(.....): Onlar her iki şirketin resmî kayıtlarında vardır*

*(.....): Fiyatınız icus olduğu ve fiyat gecisi yapılmadığı için talep arttığı için stock out olmuşlardır diyor arkadaşlar*

*(...)”*

## TESPİT 23

- (248) A101’de yapılan yerinde incelemede elde edilen, 10.04.2020 tarihinde A101 İcra Kurulu Üyesi (.....) tarafından bir grup A101 çalışanına gönderilen “P&G” konulu e-postada;

*“P&G fiyat geçişine hazırlanıyor.*

*Piyasa geçişinde bize öncelik verecekler.*

*Biz siparişi hemen çekmesek de Nisan – Mayıs teslimli sipariş oluşturabileceğiz, bunları sevk edecekler. Tek noktaya sevk tercihleri.*

*İhtiyaç ve adetleri bunu göz önünde bulundurarak yapalım.*

*Selamlar,*

*(.....)”*

ifadeleri yer almaktadır.

- (249) P&G'de yapılan yerinde incelemede elde edilen, 16.07.2020 tarihli P&G çalışanı (.....) ile P&G çalışanı (.....) arasında geçen Whatsapp görüşmesinde;

“(.....): bim ins cumartesiye ok der  
sen izinliymişsin bugün so sorry  
(.....): Yok dostum önemli diil  
(.....): sen haber gelirse bana yazar misin  
migros bim gecmeyecekse vs ayak yapıyor  
ben gececek diyorum  
(.....): Gececek de  
Zaten (.....) (...)  
(.....): cumartesi mi olur sence peki  
saliya kalir mi haftaya  
(.....): Valla dostum konusamadik bilmiyorum  
(.....): yarina geciyorlar  
fyi”

ifadeleri yer almaktadır.

- (250) Soruşturma taraflarının gönderdiği verilere göre, ilgili tarihlerde söz konusu teşebbüslerce P&G ürünlerinde gerçekleştirilen fiyat hareketleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

Tablo 38: Yazışmalara Konu Ürünlere İlişkin Fiyat (TL, KDV Dahil) Değişiklikleri

| Teşebbüs             | Ürün  | Tarih      | Eski Fiyat | Yeni Fiyat |
|----------------------|---|------------|------------|------------|
| MİGROS <sup>97</sup> | Fairy Platinum 33'lü Tablet 492 Gr                            | 17.07.2020 | 34,95      | 37,95      |
|                      | Fairy 650 ML Sıvı Bulaşık Deterjanı (Elma-Limon-Portakal-Nar) | 17.07.2020 | 7,45       | 8,25       |
| BİM <sup>98</sup>    | Fairy Platinum 33'lü Tablet                                   | 21.07.2020 | 34,95      | 37,95      |
|                      | Fairy 650 ML Sıvı Bulaşık Deterjanı                           | 21.07.2020 | 7,45       | 8,25       |

- (251) A101'de yapılan yerinde incelemede elde edilen, 20.10.2020 tarihinde A101 İcra Kurulu Üyesi (.....) ile A101 Kategori Müdürü (.....) arasında geçen Whatsapp görüşmesinde;

“(.....): Migros ve Bim Fairy ve Ariel fiyatlarını geçmemiş  
Peros ve Nivea geçti  
(.....): P&G yalan mı söyledi yani?  
(.....): Dün de sorduk sorun yok dediler şimdi ulaşamıyoruz diyorlar  
(.....): Migrosu nasıl geçirememişler?  
Dün neden konuşmadık bunu?”

ifadeleri yer almaktadır.

## TESPİT 24

- (252) ŞOK'ta yapılan yerinde incelemede elde edilen, 29.12.2020 tarihinde (.....) çalışanı (.....) tarafından ŞOK Kategori Müdürü (.....)'e ve bilgi için (.....) Satış Müdürü (.....)'a gönderilen “[EXTERNAL](.....) Fiyat Düzenlemesi” konulu e-postada;

“Merhaba,

<sup>97</sup> MİGROS tarafından ilgili tarihlerde sunulan fiyat artış bildirimleri kontrol edildiğinde 17.07.2020 tarihinde tablodaki ürünlerin dışında MİGROS'un 16 farklı P&G ürünüde daha fiyat geçişinin bulunduğu görülmektedir.

<sup>98</sup> BİM tarafından ilgili tarihler için sunulan fiyat artış bildirimleri kontrol edildiğinde 21.07.2020 tarihin de P&G'ye ait Ariel 1,5 Kg Toz Deterjan ürünüde de fiyat geçişinin olduğu ve fiyatın 14,95 TL'den 15,95 TL'ye yükseldiği görülmektedir.

*Çiğ süt fiyatı ve diğer maliyetlerde yaşanan artış nedeniyle ürün fiyatlarında düzenleme yapılması gerekmiştir.*

*Sizinle çalışmakta olduğumuz ürünlerle ilgili yeni fiyatlar aşağıdadır.*

*Bu fiyatların 02 Ocak itibariyle depolara teslim edilecek ürünleri kapsayacak şekilde tanımlanması için yardımlarınız gerekmektedir.”*

denilmekte ve devamındaki tabloda bazı süt ürünleri için KDV hariç net maliyet ve önerilen raf fiyatı bilgileri yer almaktadır.

- (253) Söz konusu e-postaya cevaben 30.12.2020 tarihinde ŞOK Kategori Müdürü (.....) tarafından (.....) çalışanı (.....)'ye gönderilen, bilgi kısmında bazı ŞOK ve (.....) çalışanlarının olduğu “[EXTERNAL](.....) Fiyat Düzenlemesi” konulu e-postada;

*“Merhaba,*

*Fiyatlarla ilgili beklentilerimizi size iletmiştik. Maalesef mevcut marj yapısı ile ilerleyemeyiz.*

*İş bu fiyat geçiş sürecinde marjların iyileştirilmesi noktasında desteklerinizi bekliyoruz.*

*Piyasada satış fiyatları değişmeden maalesef fiyat güncellemesi yapamayız.*

*Bilgilerinize sunarım.”*

ifadeleri yer almaktadır.

- (254) Aynı e-posta silsilesinin devamında 30.12.2020 tarihinde (.....) Satış Müdürü (.....) tarafından ŞOK Kategori Müdürü (.....)'e gönderilen e-postada;

*“(.....) merhaba,*

*Eski ve yeni fiyat yapısına göre oluşan marjlarınız aşağıdaki gibidir.*

*[Tablo]*

*Yeni kurguya göre hiçbir ürün marjında gerileme söz konusu olmadığı gibi, çoğu üründe marjınızın iyileştiğini göreceksin. Yeterli gelmediği yerde satış fiyatlarınızı istediğiniz gibi değiştirip marjınızı arttırabilirsiniz.*

*14 aydır değişmeyen çiğ süt fiyatındaki artış ve diğer tüm maliyet artışları sebebiyle belirttiğimiz tarihte yeni fiyatlardan ürün sevk etmeye ihtiyacımız var. Perakendeciler arasındaki önce geçerim/sonra geçerim kavgasında ezilmek istemiyoruz. Aynı şekilde rakiplerinize de bu şekilde bilgi verilmiştir.*

*Bu sürecin iki taraf için de kayıpsız geçmesi için yardımlarını bekliyorum*

*...”*

denilmektedir.

- (255) BİM’de yapılan yerinde incelemede elde edilen, 07.01.2021 tarihinde BİM çalışanı (.....) ile Satın Alma Asistanı (.....) Bey arasında geçen Whatsapp görüşmesinde;

*“(.....): Fiyat geçen sadece Pınar*

*(.....): Hakmar ak gıda eski fiyatlar*

*(.....): Geçmemiş*

*(.....): İçim'i az önce bu konuyla ilgili sıkıştırdık*

*(.....): Göynük*

*(.....): Migros ve carrefour da geçtiğini iddia ediyor*

*(.....): Bakayım”*

ifadeleri yer almaktadır.

- (256) ŞOK’ta gerçekleştirilen yerinde incelemede elde edilen; 22.04.2020 tarihinde (.....) Zincir Mağazalar Müdürü (.....) tarafından ŞOK çalışanı (.....)'e gönderilen ve bilgi kısmında ŞOK çalışanı (.....)'ın bulunduğu “[EXTERNAL]FW: (.....) Fiyat geçişi hakkında” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

*“...”*

*Bildiğiniz gibi (.....) ürünümüzün tüm hammaddeleri yurt dışından ithal edilmektedir.*

*Dövizde ve artan genel maliyetlerimizin artışından dolayı zam yapmamız zaruri olmuştur. Buna istianeden 11.05.2020 geçerli olacak yeni fiyatımız EKTE belirtilmiştir.*

...

- (257) Söz konusu e-postanın akabinde 22.04.2020 tarihinde ŞOK çalışanı (.....) tarafından ŞOK Ticaret Direktörü (.....)'e gönderilen "FW: [EXTERNAL]FW: (.....) Fiyat geçişi hakkında" konulu e-postada yer alan ifadelerle aşağıda yer verilmektedir:

...

*Fiyat istiyorlar bir de utanmadan. Bu iş inada bindi (.....) Bey, gerekiyorsa %5 marja satacağım. Kimseden önce veya aynı anda çıkmayacağım bu ürünün fiyatını.*

*Rakip B ve A bozdu. Onlar düzeltmeden düzeltmeyeceğim,*

...

- (258) BİM'de yapılan yerinde incelemede elde edilen, BİM Satın Alma Asistanı (.....) tarafından Satın Alma Grup Müdürü Asistanı (.....)'e ve bilgi için bazı BİM çalışanlarına gönderilen 27.05.2020 tarihli "Alış-satış fiyat değş." konulu e-postada;

*"Merhaba;*

*Nescafe 100 gr ürününde rakibin fiyatı geçmemesi sebebi ile alış ve satış fiyatını bugün itibari ile eski fiyatlarımıza çekeceğiz.*

*Konu ile ilgili yardımlarınızı rica ederiz...*

*Saygılarımla*

*İyi çalışmalar"*

ifadeleri yer almaktadır. Söz konusu e-posta ekinde yer alan "NESCAFE KLASİK GİRFORMA.xls" adlı Excel dosyasında "Firmanın piyasada fiyatları geçmemesi sebebi ile alış ve satış fiyatımızı eski fiyatlarımıza çekeceğiz." notunun yer aldığı görülmektedir.

- (259) BİM'de yapılan yerinde incelemede elde edilen, BİM Satın Alma Grup Müdürü Asistanı (.....) tarafından BİS grubuna gönderilen 13.04.2020 tarihli "Fiyat Aktarımı- Revize" konulu e-postada;

*"Merhaba,*

*14.04.2020 (Salı) itibariyle aşağıdaki ürünlerin Fiyatı sisteme tanımlanmıştır.*

*Aktarım konusunda desteklerinizi rica ederiz*

| Artikel | Artikel Adı                            | Eski Fiyat | Yeni Fiyat |
|---------|--|------------|------------|
| (...)   | (...)                                  | (...)      | (...)      |
| 0300032 | GAZLI İÇECEK KOLA 2,5 LT PEPSİ         | 6,50       | 7,25       |
| 0300186 | GAZLI İÇ. COLA 1,5 LT. PEPSİ           | 4,75       | 5,25       |
| 0301662 | GAZLI İÇECEK PEPSİ NORMAL / TWİST 1 LT | 3,95       | 4,45       |

*Saygılarımla,"*

ifadeleri yer almaktadır.

- (260) Aynı gün içerisinde söz konusu e-postanın devamı niteliğinde konusu ve tarafları aynı olan e-postada;

*"Merhaba,*

*Firmanın piyasada geçiş yapmaması sebebi ile yarına tanımladığımız fiyatları geri çekmemiz gerekiyor. Tanımlama yapılmıştır, aşağıdaki şekilde aktarımı konusunda yardımlarınızı rica ederiz.*

|         |  | <b>Eski Fiyat</b> | <b>Yeni Fiyat</b> |
|---------|--|-------------------|-------------------|
| 0300032 | GAZLI İÇECEK KOLA 2,5 LT PEPSİ         | 7,25              | 6,50              |
| 0300186 | GAZLI İÇ. COLA 1,5 LT. PEPSİ           | 5,25              | 4,75              |
| 0301662 | GAZLI İÇECEK PEPSİ NORMAL / TWİST 1 LT | 4,45              | 3,95              |

*Saygılarımla,*  
denilmektedir.

### **TESPİT 25**

- (261) BİM'de yapılan yerinde incelemede elde edilen, BİM Satın Alma Grup Müdürü (.....) tarafından BİM İcra Kurulu Üyesi (.....) ve BİM Organizasyon Komitesi ve Satın Alma Komitesi Üyesi (.....)'e gönderilen, BİM Satınalma Direktörü (.....)'un bilgide olduğu 06.04.2020 tarihli "Omo Toz Deterjan kg değişikliği" konulu e-postada;

*"Merhaba (.....) Bey, (.....) Bey,*

*Omo Toz Deterjan için 5,5 kg den 5 kg ye geçme gündemimiz vardı.*

*Hep birlikte yaptığımız toplantıda Nisan başına park edelim kararı almıştık.*

*İlerleyen süreçler de Nisan sonuna ötelemek konusunda Unilever i ikna etmiştik; ancak satışların artması sebebi ile ürün erken bitiyor.*

*Nisan ortası geçiş için GPC kararı almamız gerekiyor.*

*Özetler isek;*

*5 kg BİM exclusive olacak. (Şuan 5,5 kg deki gibi) Fiyat 39,95 psikolojik seviyede devam edecek.*

*Diğer Perakendecilerde geçiş aşağıdaki gibi olacak ve 40 tl üstünde satmaya devam edecekler.*

*Mevcut KG*

*Geçilecek KG*

*A101*

*6,5 kg*

*5,5 kg*

*Migros*

*6 kg*

*5,5 kg*

*Carrefour*

*6 kg*

*5,5 kg*

*Şok*

*Omo yok*

*Omo yok*

*Onayınızı rica ederim.*

*Saygılarımla,*

ifadeleri yer almaktadır.

- (262) Aynı gün içinde ilgili e-postaya cevaben BİM İcra Kurulu Üyesi (.....)'ın "(.....) hnm, uygundur" onayından sonra BİM Satın Alma Grup Müdürü (.....) tarafından (.....) Satınalma Direktörü (.....)'a gönderilen aynı konudaki e-postada;

"(.....) merhaba,  
(.....) bey de onayladı.  
Lütfen tüm GM'lere yazıp değişikliği yapalım.  
Selamlar,  
(.....)"

denilmiştir.

- (263) A101'de yapılan yerinde incelemede elde edilen, 06.08.2020 tarihinde A101 İcra Kurulu Üyesi (.....) tarafından bir grup A101 çalışanına gönderilen "Fiyt Endeks Bozuk Endeks Ürünler" konulu e- postada;

"Arkadaşlar  
Ekte BİM / ŞOK / Migros endeks bozuk ürünler var.  
Bunlara bakıp açıklamalarını bana iletin.  
Selamlar"

denilmektedir.

- (264) Söz konusu e-postaya cevaben aynı tarihte A101 çalışanı (.....) tarafından A101 İcra Kurulu Üyesi (.....)'e ve bilgi için bazı A101 çalışanlarına gönderilen "RE: Fiyt Endeks Bozuk Endeks Ürünler" konulu e- postada "Merhabalar (.....) Bey, Ekte açıklamalarımızı bilgilerinize sunarız." ifadeleri yer almaktadır. Bahse konu e-posta ekindeki "Endeks Bozuk Ürünler 17.Grup.xlsx" adlı Excel dosyasının "Migros Endeks Bozuk Ürünler" sayfasında MİGROS ile endeksi bozuk; bir başka deyişle MİGROS fiyatının A101 fiyatına kıyasla düşük olduğu bazı ürünler için "Migros'ta fiyat düzeltmesi yapılacak." açıklamalarına yer verildiği görülmektedir.

| ÜRÜN   | SATIŞ FİYATI | BİM   | ŞOK   | CARREFOUR | MİGROS | A101 Endeks | Bim Endeks | Şok Endeks | Carrefour Endeks | Migros Endeks | Açıklama                              |
|--|--------------|-------|-------|-----------|--------|-------------|------------|------------|------------------|---------------|---------------------------------------|
| (...)  | (...)        | (...) | (...) | (...)     | (...)  | (...)       | (...)      | (...)      | (...)            | (...)         | (...)                                 |
| KEK FRAMBUAZLI<br>171 G ETİ TARTİNI            | 5.00         |       | 5.00  | 5.00      | 4.95   | 100.00      | YANLIŞ     | 100.00     | 100.00           | 99.00         | Migros'ta fiyat düzeltmesi yapılacak. |
| BİSKÜVİ YULAFLI<br>5X46 G ÜLKER<br>ALTINBAŞAK  | 4.50         |       |       | 4.25      | 4.25   | 100.00      | YANLIŞ     | YANLIŞ     | 94.44            | 94.44         | Migros'ta fiyat düzeltmesi yapılacak. |
| BİSKÜVİ FINDK<br>PROTEİNLİ 175 G<br>ETİ BURÇAK | 6.50         |       |       | 6.50      | 5.00   | 100.00      | YANLIŞ     | YANLIŞ     | 100.00           | 76.92         | Migros'ta fiyat düzeltmesi yapılacak. |

- (265) A101'de yapılan yerinde incelemede elde edilen, 15.09.2020 tarihinde A101 İcra Kurulu Üyesi (.....) ile A101 Kategori Müdürü (.....) arasında geçen Whatsapp görüşmesinde, A101 İcra Kurulu Üyesi (.....) ile üretici/tedarikçi bir firma çalışanı olduğu anlaşılan (.....) Bey ile yapılan yazışma A101 Kategori Müdürü (.....) ile paylaşılmıştır. Söz konusu yazışmada "(.....) abi selamlar, fiyat gecisi konusunda caresiz kaldım ve kategoriden net bir cevap maalesef alamıyorum. Belki inandırıcı gelmeyebilir ama sok ve bim'e fiyat gecislerimizi yaptık. Suan ticaretimizin dip toplamı zarar yazmakta, sizin tavsiye edeceğiniz bir yol var ise uygulayabilirim yok ise suanki mevcut satınalma fiyatlarımızdan malzeme tedarik edemiyoruz ve stoklarımızda bitmek üzere bu durumdan oturu acilen desteklerinizi rica ederim." ifadesi yer almaktadır.



(266) A101'de yapılan yerinde incelemede elde edilen, 09.10.2020 tarihinde A101 İcra Kurulu Üyesi (.....) ile A101 Kategori Müdürü (.....) arasında geçen Whatsapp görüşmesinde;

“(.....): Bime 5. 20 den salkım domates vermiş

(.....): Kimden aldık bilgiyi

(.....): Teldeyiz

Firma gm si ile

(.....) beyle

O söyledi”

ifadeleri yer almaktadır.

(267) A101'de gerçekleştirilen yerinde incelemede elde edilen, 11.11.2020 tarihinde A101 çalışanı (.....) tarafından A101 çalışanı (.....)'ya gönderilen “RE: BİM'E CEVAP COCA COLA 2,5 L” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler ve Coca-Cola ve Pepsi markalı bazı kolalı içeceklere ilişkin raf fiyatı ve aksiyon fiyatı bilgilerini içeren tablo yer almaktadır:

“Merhaba (.....) Hanım,

Aşağıdaki aksiyon tanımlamaları 12.11.2020 itibariyle kaldırılmıştır. Pepsi 2,5 L migros aksiyon fiyatı Cuma günü kaldırılacağı bilgisi firma tarafından paylaşıldı. İlgili üründe aksiyon tanımlamasına devam edilip edilmemesi konusunda bilginizi rica ederim.

...”

(268) Söz konusu e-posta silsilesinin devamında, 11.11.2020 tarihinde A101 çalışanı (.....) tarafından A101 İcra Kurulu Üyesi (.....)'e ve bilgi için A101 çalışanı (.....)'e gönderilen “RE: BİM'E CEVAP COCA COLA 2,5 L” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“Merhaba (.....) Bey,

Migrosta devam ediyormuş fiyat, migrosu bekleyelim mi.

...”

(269) A101'de yapılan yerinde incelemede elde edilen, 16.11.2020 tarihinde A101 çalışanı (.....) tarafından A101 İcra Kurulu Üyesi (.....)'e gönderilen, bazı A101 çalışanlarının da bilgide olduğu “RE: Migros Bopzuk Endeks Ürünler” konulu e- postada;

“Merhaba (.....) Bey,

Hazır yemek fasulye pilaki ürününde iki fiyat da indirimli fiyattır. 7 Kasım tarihinde Yayla firması ile dijital afiş planlamıştık, migros buna karşılık olarak hem satış fiyatlarını bize çekti, hem de aksiyon fiyatlarını bize çekti. Firma ile konuşuldu fiyatlarda güncelleme olacaktır. Doğanay Beyaz sirke ürününü tek seferlik dağıtmıştık endeksten çıkartıyoruz şok ve Migros bu üründe fiyatı çektiler biz de bu hafta aynı fiyata endeksleyeceğiz. PL Beyaz sirke ürününde ise fiyatlarımız şok ile endex olduğu için 7.90'dır. Migros fiyatını takip ediyoruz o da bize endeksleyecek bilgisi vermişti üretici.”

Saygılarımla .”

ifadeleri ile aşağıda yer alan fiyat karşılaştırma ve endeks takip tabloları bulunmaktadır.

| SAP KODU | ÜRÜN                                   | SATIŞ FİYATI | MİGROS | MİGROS KARŞILAŞTIRILAN ÜRÜN                 |
|----------|--|--------------|--------|---|
| 18001801 | HAZIR YEMEK FASULYE PİLAKİ 400 G YAYLA | 5,55         | 5,50   | HAZIR YEMEK FASULYE PİLAKİ 400 G YAYLA 6,95 |
| 18000080 | SİRKE BEYAZ 2000 ML DOĞANAY            | 5,75         | 5,45   | SİRKE BEYAZ 2000 ML DOĞANAY                 |



|          |                           |      |      |   |
|----------|---------------------------|------|------|---|
| 18000083 | SİRKE BEYAZ 2000 ML GALLE | 7,90 | 7,80 | SİRKE BEYAZ 1000 ML MİGROS 3,9 (UY:7,8) |
| 18000085 | SİRKE BEYAZ 2000 ML GALLE | 7,90 | 7,80 | SİRKE BEYAZ 1000 ML MİGROS 3,9 (UY:7,8) |
| 18000105 | SİRKE BEYAZ 2000 ML GALLE | 7,90 | 7,80 | SİRKE BEYAZ 1000 ML MİGROS 3,9 (UY:7,8) |
| 18001688 | SİRKE BEYAZ 2000 ML GALLE | 7,90 | 7,80 | SİRKE BEYAZ 1000 ML MİGROS 3,9 (UY:7,8) |
| 18001697 | SİRKE BEYAZ 2000 ML GALLE | 7,90 | 7,80 | SİRKE BEYAZ 1000 ML MİGROS 3,9 (UY:7,8) |

| ÜRÜN                                   | Migros Endeks |
|--|---------------|
| HAZIR YEMEK FASULYE PİLAKİ 400 G YAYLA | 99,10         |
| SİRKE BEYAZ 2000 ML DOĞANAY            | 94,78         |
| SİRKE BEYAZ 2000 ML GALLE              | 98,73         |
| SİRKE BEYAZ 2000 ML GALLE              | 98,73         |
| SİRKE BEYAZ 2000 ML GALLE              | 98,73         |
| SİRKE BEYAZ 2000 ML GALLE              | 98,73         |
| SİRKE BEYAZ 2000 ML GALLE              | 98,73         |

- (270) A101'de yapılan yerinde incelemede elde edilen, 09.11.2020 tarihinde A101 İcra Kurulu Üyesi (.....) ile "(.....) MSM GRUBU" arasında geçen Whatsapp görüşmesinde "BİM geçişleri Çarşamba söylentisi var" ifadesi yer almaktadır. Yine A101 İcra Kurulu Üyesi (.....) ile "A101 Ticari Yönetim" arasında 10.11.2020 tarihinde geçen Whatsapp görüşmesinde "BiM bugün fiyat geçmedi. Gelen tüm bilgiler geçil günü çrşmba oldu. Biz de geçiş günümüzü Perşembe yapıyoruz bu durumda. Uygun mudur (.....) Bey?" ifadesi yer almaktadır.
- (271) A101'de yapılan yerinde incelemede elde edilen, 21.11.2020 tarihinde A101 Satın Alma Genel Müdürü (.....) ile A101 Ticari Yönetim arasında geçen Whatsapp görüşmesinde;  
 "(.....): Merhaba, bim aralıkta tam afis eti giriyor, fiyatlar bozuk. Biz<sup>99</sup> de sut dilimi 1.50 acak<sup>100</sup> diye etiden bilgi geldi sok ve migros da bugün 1.50 ye dusmus. Afis tarihi net degil ama Aralik ilk hafta diyorlar"  
 ifadeleri yer almaktadır.
- (272) Aynı tarihte A101 İcra Kurulu Üyesi (.....) ile "(.....) MSM GRUBU" arasında geçen Whatsapp görüşmesinde "Eti ürünlerine BİM aralıkta afiş yapacaktı. Var mı bizde bilgi?" ifadesi yer almaktadır.
- (273) A101'de yapılan yerinde incelemede elde edilen, 27.11.2020 tarihinde A101 İcra Kurulu Üyesi (.....) ile "(.....) MSM GRUBU" arasında geçen Whatsapp görüşmesinde "Eti ile konuşur musunuz? BİM fiyat değişikliği ne zaman?" ifadesi yer almaktadır. Söz konusu görüşmeye cevaben aynı tarihte (.....) "Tek gün çarşamba diye dönüş yaptılar" derken, (.....) "Bim etiye sadece çarşamba demiş" şeklinde cevap vermiştir.
- (274) A101'de gerçekleştirilen yerinde incelemede elde edilen; 02.12.2020 tarihinde A101 çalışanı (.....) tarafından A101 çalışanı (.....)'ya gönderilen "BAMYA AFİŞ FİYAT KARTI HK." konulu e-postada yer alan ifadelere aşağıda yer verilmektedir:

<sup>99</sup> Sehven "Bim" yerine "Biz" yazıldığı değerlendirilmektedir.

<sup>100</sup> "Olacak" ifadesinin kastedildiği değerlendirilmektedir.

“ ...

*Ekte Bamya ürünü 7 Ocak afiş planlaması konusunda ürün kartı bulunmaktadır. Üründe Bim firması sebze fiyatlarını düşürmüş olup şu an mevcutta 8,45 tl fiyata satmaktadır.*

(...)

*Rakip Bim ürünü (.....) firmasından almakta ve alış fiyatı bizim fiyatımızın 0,30 kuruş üzerindedir.*

*Senin için de uygun ise 8,25 marj ile ilerleyeceğim.*

...”

- (275) ŞOK'ta yapılan yerinde incelemede elde edilen, 17.12.2020 tarihinde ŞOK çalışanı (.....) tarafından, ŞOK çalışanı (.....)'e gönderilen “FW: Bakliyat satış fiyat artışı hk” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

*“Dün ki fiyat geçişine baksana (.....)*

*Bulgurlar artık 30 marjın üstü 2021 sonuna kadar*

*Mercimekte %25 e yaklaştı*

*Sıra pirinçte ama rakipte paçal maliyet var 40 bin tonu var bitince geçecekler*

*Baldo 11 tl Biz (.....) bağladık 2022 ocak ayına kadar”*

- (276) ŞOK'ta yapılan yerinde incelemede elde edilen, 06.01.2021 tarihinde, (.....) Özel Müşteri Satış ve Destek Temsilcisi (.....) tarafından ŞOK Kategori Müdürü (.....)'e gönderilen, bilgi kısmında bazı ŞOK ve (.....) çalışanlarının olduğu “RE: [EXTERNAL]Şok Market Fiyat Geçiş Hakkında” konulu e- postada;

*“(.....) Bey Merhaba,*

*Çalışmakta olduğumuz diğer firmalar ile fiyat geçişleri tamamlanmış olup, firmanızın fiyat geçiş konusunda desteklerinizi rica eder, iyi çalışmalar dilerim.*

*Saygılarımla.”*

ifadeleri yer almaktadır.

- (277) Söz konusu e-posta silsilesinin devamında 07.01.2021 tarihinde (.....) işletme müdürü (.....) tarafından ŞOK Kategori Müdürü (.....)'e gönderilen, bilgi kısmında bazı ŞOK ve (.....) çalışanlarının olduğu “RE: [EXTERNAL]Şok Market Fiyat Geçiş Hakkında” konulu e- postada;

*“(.....) Bey Merhaba,*

*Gün içerisinde yapmış olduğumuz görüşmede de belirtmiş olduğum gibi yarın tarihli rakip firmada fiyat geçiş sağlanmıştır bu bağlamda yapabileceğimiz son fiyat süreci bilgilerinize sunulmuştur;*

*(...)”*

denilmektedir.

- (278) Yine aynı e-posta silsilesinin devamında bu kez 11.01.2021 tarihinde (.....) Özel Müşteri Satış ve Destek Temsilcisi (.....) tarafından ŞOK Kategori Müdürü (.....)'e gönderilen, bilgi kısmında bazı ŞOK ve (.....) çalışanlarının olduğu “RE: [EXTERNAL]Şok Market Fiyat Geçiş Hakkında” konulu e- postadaki ifadelerle aşağıda yer verilmektedir:

*“(.....) Bey Merhaba*

*Fiyat geçişinde ivedi olarak dönüşünüzü beklemekteyiz,*

*İyi çalışmalar,*

*Saygılarımla,”*

## TESPİT 26

- (279) A101 İcra Kurulu Başkanı Asistanı (.....) tarafından merkez satın alma müdürleri ile merkez satın alma asistanlarına gönderilen 05.05.2020 tarihli “Rakip Fiyat Endeksi \*150 Ürün\* ÖNEMLİ\*” konulu e-postada;

“Merhaba,

150 ürün endeks verileri haftalık endeks üzerinden aşağıdaki gibi kaydedilmiştir. Kontrol edilmesini ve aksiyon olan ürünlerin iletilmesini rica ederim. 06 Mayıs Çarşamba saat 11.00 e kadar bilgi verilmezse aşağıdaki gibi yayınlanacaktır. Bilgilerinize”

ifadeleri yer almakta olup, e-postanın içeriğinde söz konusu ürünlere ilişkin BİM, Migros, ŞOK ve Carrefour’a ait fiyatlar bulunmaktadır.

- (280) A101 Satın Alma Genel Müdürü (.....)’dan alınan excel tablolarında 3.000’e yakın üründe BİM, Migros, ŞOK ve Carrefour’a ait fiyatların analiz edildiği, 21 hafta boyunca rakip fiyatları üzerinden endeksler ve rakiplerle mukayeseli tablolar oluşturulduğu görülmektedir.

- (281) BİM’de yapılan yerinde incelemede elde edilen; Satın Alma Grup Müdürü Asistanı (.....) tarafından 07.04.2020 tarihinde İcra Kurulu Üyesi ve CFO (.....)’na gönderilen “Mart150 Ürün & Tonaj Raporu Hk.” konulu e-postada;

“Merhaba,

2020 Mart ayına ilişkin Merkez Satınalma departmanı tarafından hazırlanan 150 Ürün ve Tonaj raporumuz ekte bilgilerinize sunulmuştur.

Saygılarımla,

(.....)”

ifadeleri yer almaktadır. Söz konusu e-postada “Mart 2020 150 Ürün Raporu.xlsx” ve “Tonaj Raporu 2020.xlsx” isimli Excel tabloları bulunmaktadır. “Mart 2020 150 Ürün Raporu.xlsx” isimli Excel dosyasında belirlenen 150 ürün için ŞOK, MİGROS, CARREFOURSA ve A101’in fiyatlarını içeren tablo oluşturulduğu görülmektedir. “Tonaj Raporu 2020.xlsx” isimli Excel dosyasında ise yıllar bazında ürün gruplarına göre ayrılmış aylık satışları içeren gösteren tablolar bulunmaktadır.

- (282) ŞOK’ta yapılan yerinde incelemede elde edilen; ŞOK Kuru Gıda Satınalma Müdürü (.....) tarafından 04.09.2020 tarihinde ŞOK çalışanları (.....)’ya gönderilen “Rakip endeks” konulu e-postada aşağıdaki ifade ve “RAKİP PORTFÖY ÇALIŞMASI 2020 Dosyasının Kopyası.xlsx” isimli Excel dosyası bulunmaktadır. Söz konusu dosyada sıvıyağ ürün grubunda ŞOK, BİM, A101 ve MİGROS için hazırlanmış endeks çalışması yer almaktadır.

- (283) MİGROS’ta yapılan yerinde incelemede elde edilen; (.....) tarafından 11.01.2021 tarihinde bazı teşebbüs içi e-posta gruplarına gönderilen “MİGROS & B.İ.M PL ENDEKS 11.01.2021 FİYAT ARAŞTIRMALARI” konulu e-postada;

“Bim Full fiyat araştırma Listesi 11.01.2021 Endeks ekranına yüklenmiştir.

Endeks fiyat tarih aralığı 19.01.2021 olarak verilmesi gerekiyor .

Fiyat itirazlarını lütfen YARIN saat 12:00’ye kadar tarafıma iletmenizi bekliyorum .

Bilginize

İyi çalışmalar .”

ifadeleri yer almaktadır. Söz konusu e-postada “BİM 11.01.2021 FULL ARAŞTIRMA.xlsx” isimli İstanbul, Ankara, Adana, İzmir illerinde bulunan bazı BİM mağazalarında yapılan ayrıntılı fiyat çalışmasını içeren Excel dosyası bulunmaktadır.

(284) CARREFOURSA'da yapılan yerinde incelemede elde edilen CARREFOURSA Fiyatlandırma Müdürü (.....) tarafından 21.05.2020 tarihinde bir grup CARREFOURSA çalışanına gönderilen e-postada;

"Merhaba,

*Ekte HS/S ürünler W21 pazar verilerine göre hesaplanmış fiyatları bulabilirsiniz.*

*Ürünler için rakip fiyat detayları, Migros-A101 Bölgesine göre fiyat farkları ve marj hesabı da dosyada mevcuttur.*

*HS/ S Ürün fiyatları yarından itibaren mağazalarda geçerli olacaktır.*

*Gün içerisinde dosyayı incelemenizi ve gerekli gördüğünüz ürünler için aksiyon almanızı rica ederim.*

*Fiyatlandırma politikası aşağıda özetlenmiştir:*

- *Ankara-Eskişehir hariç bölgelerde:*

*(.....)*

*Teşekkürler*

*(...)"*

ifadeleri yer almaktadır. Söz konusu e-postada detaylı fiyat analizleri ve endeks çalışmasını içeren "Bölgesel HS-S W21 Fiyatlar.xlsx" isimli Excel dosyası bulunmaktadır.

(285) CARREFOURSA'da yapılan yerinde incelemede, CARREFOURSA dosya sunucusundan alınan Excel dosyalarında yıl boyunca aylık ve haftalık olarak endeksler ve rakip fiyatlarıyla mukayeseli tablolar oluşturulduğu görülmektedir.

### **I.3.2. A101, BİM, CARREFOURSA, MİGROS ve ŞOK'a Yönelik 4054 Sayılı Kanun'un 4. Maddesi Kapsamında Değerlendirme**

#### **I.3.2.1. İlgili Mevzuat Hükümleri, İçtihat ve Kartel Kavramı**

(286) 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde Kanun Koyucu şu hususlara yer vermiştir:

*"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 haller, özellikle şunlardır:*

*a) Mal veya hizmetlerin alım ya da satım fiyatının, fiyatı oluşturan maliyet, kâr gibi unsurlar ile her türlü alım yahut satım şartlarının tespit edilmesi,*

*b) Mal veya hizmet piyasalarının bölüşülmesi ile her türlü piyasa kaynaklarının veya unsurlarının paylaşılması ya da kontrolü,*

*c) Mal veya hizmetin arz ya da talep miktarının kontrolü veya bunların piyasa dışında belirlenmesi,*

*(...)"*

(287) Anılan maddenin gerekçesinde,

*"Bu Kanunun amacı rekabetin korunması olduğuna göre, rekabeti engelleyici, kısıtlayıcı veya bozucu teşebbüsler arası anlaşma ve uygulamaların yasaklanması gerekir. Maddenin amacı bakımından anlaşma, Medeni Hukukun geçerlilik koşullarına uymasa bile tarafların kendilerini bağlı hissettikleri her türlü uzlaşma ya da uyuşma anlamında kullanılmıştır. Anlaşmanın yazılı veya sözlü olmasının önemi yoktur. Teşebbüsler arasında bir anlaşmanın varlığı tesbit edilemese bile*

*teşebbüsler arasında kendi bağımsız davranışları yerine geçen bir koordinasyon veya pratik bir işbirliği sağlayan doğrudan veya dolaylı ilişkiler de eğer aynı sonucu doğuruyorsa yasaklanmıştır.”*

ifadelerine yer verildiği görülmektedir.

(288) Nitekim rekabet hukuku, teşebbüsler arasındaki irade uyuşmasının hukuka uygun veya aykırı olmasının değerlendirilmesinde danışıklılığın dışa yansıma şeklini esas alan bir ayrıma gitmemektedir<sup>101</sup>. Zira “ ‘anlaşma’, ‘teşebbüs birliği kararları’ ve ‘uyumlu eylem’ tanımları, sübjektif bir bakış açısından, aynı doğaya sahip ve birbirlerinden yalnızca yoğunlukları ve dışa yansıma şekilleri bakımından ayrılabilen danışıklı hareketin [bütün] türlerini kapsamayı amaçlamaktadır<sup>102</sup>.

(289) Öte yandan 4054 sayılı Kanun’un 16. maddesinin üçüncü fıkrasında ise, bu Kanunun 4, 6 ve 7. maddelerinde yasaklanmış davranışlarda bulunan teşebbüsler ile teşebbüs birliklerine veya bu birliklerin üyelerine, nihai karardan bir önceki mali yıl sonunda oluşan veya bunun hesaplanması mümkün olmazsa nihai karar tarihine en yakın mali yıl sonunda oluşan ve Kurul tarafından saptanacak olan yıllık gayri safi gelirlerinin yüzde onuna kadar idarî para cezası verileceği hükme bağlanmıştır.

(290) Ceza Yönetmeliği’nde ise, Rekabet Kurulunun Kanun’un 4. ve 6. maddelerinde yasaklanmış davranışlarda bulunan teşebbüs ile teşebbüs birlikleri veya bu birliklerin üyeleri ile bunların yönetici ve çalışanlarına, aynı Kanunun 16. maddesi gereğince verilecek para cezasının tespitine ilişkin izleyeceği usul ve esaslar düzenlenmiştir. Mezkûr Yönetmelik’in “Tanımlar” başlıklı 3. maddesinde kartel,

*“fiyat tespiti, müşterilerin, sağlayıcıların, bölgelerin ya da ticaret kanallarının paylaşılması, arz miktarının kısıtlanması veya kotalar konması, ihalelerde danışıklı hareket konularında, rakipler arasında gerçekleşen, rekabeti sınırlayıcı anlaşma ve/veya uyumlu eylemler”*

şeklinde tanımlanmıştır.

(291) Kartel kavramı, İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Örgütü - Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD)’nin “Açık Kartellerle Etkili Şekilde Mücadele Edilmesine İlişkin Tavsiyesi”nde de “fiyat tespiti, ihalelerde danışıklı hareket, arz miktarının kısıtlanması veya kotalar konması, müşterileri, sağlayıcıları, bölgeleri ya da ticaret kanallarını paylaşmak konusunda rakipler arasında varılan rekabeti sınırlayıcı anlaşma, uyumlu eylem veya düzenlemeler” şeklinde tanımlanmıştır<sup>103</sup> ve kartellerin, “en ciddi rekabet ihlali olduğu” ifade edilmiştir.

(292) “Kartellerin Ortaya Çıkarılması Amacıyla Aktif İşbirliği Yapılmasına Dair Yönetmelik”in (Pişmanlık Yönetmeliği) genel gerekçe bölümünde ise kartellerle ilgili olarak şu açıklamalara yer verilmiştir:

*“(2) En ciddi rekabet hukuku ihlali olduğu kabul edilen kartellerin yol açtığı fiyat artışı, müşterilerden, kartel üyelerine, bir gelir transferine neden olmaktadır. Fiyat artışı neticesinde, bazı kişilerin ilgili ürünü artık satın alamayarak, bu mal veya hizmetten mahrum kalması, kartellerin yol açtığı diğer bir zarardır. Karteller, üyeleri üzerindeki, maliyetleri düşürmek ve yenilikler yapmak yönündeki baskıları azaltmaktadır. Bu zararlar, beraberlerinde, başka iktisadi, sosyal, kültürel ve siyasal*

<sup>101</sup> Case C-49/92 P Commission v Anic Partecipazioni [1999] ECR I-4125

<sup>102</sup> Case C 8/08 T-Mobile Netherlands BV & ors (4 June 2009)

<sup>103</sup> OECD (1998), “Recommendation of the Council concerning Effective Action Against Hard Core Cartels”, C(98)35/FINAL.

*problemler de doğurmaktadır. Örneğin; fiyatlar artmakta, etkinlik ortadan kalkmakta, girişimcilik azalmakta ve daha kaliteli ürünün, daha az fiyatla, daha çok kişi tarafından satın alınamaması nedeniyle sosyal problemler oluşmaktadır.”*

- (293) Öte yandan Avrupa Adalet Divanının yerleşik içtihadında açıkça ve istikrarlı olarak ortaya konulduğu<sup>104</sup>, Türk rekabet hukuku içtihadında da kabul edildiği<sup>105</sup> üzere rekabet hukuku, teşebbüslerin mevcut veya potansiyel rakiplerinin pazar davranışlarını etkileme ya da uygulamaya koymaya karar verdikleri veya planladıkları pazar davranışlarının rakiplere ifşası amaç veya etkisine sahip her türlü doğrudan veya dolaylı teması kati şekilde men etmektedir. Bir başka deyişle, teşebbüsler arasında rekabet karşıtı amaç veya etkiye sahip doğrudan veya dolaylı her türlü temas kesin olarak yasaklanmaktadır.
- (294) Nitekim Rekabet Kurulu tarafından yayımlanan “Yatay İşbirliği Anlaşmaları Hakkında Kılavuz”un (Kılavuz) 40. paragrafında teşebbüsler arası bilgi paylaşımının doğrudan veya teşebbüslerin tedarikçileri veya dağıtım ağı gibi vasıtalarla dolaylı şekilde de gerçekleştirilebildiği belirtilmekte; 54. paragrafında piyasada rekabeti kısıtlama amacıyla yapılan her türlü bilgi değişiminin etkisine bakılmaksızın rekabeti kısıtladığının kabul edileceğinin altı çizilmekte; 55. paragrafında ise rakiplerin gelecekte uygulamayı planladıkları fiyat, üretim ya da satış miktarı gibi rekabete duyarlı bilgileri paylaşmalarının esasen fiyat ya da miktar tespiti amacı taşıması nedeniyle normal koşullar altında kartel olarak değerlendirileceği vurgulanmaktadır.
- (295) Yukarıda yer verilen tüm bu mevzuat hükümleri ile içtihat, rakipler arasında fiyat tespitine, müşterilerin, sağlayıcıların, bölgelerin ya da ticaret kanallarının paylaşılmasına, arz miktarının kısıtlanmasına veya kotalar konmasına, ihalelerde danışıklı harekete dönük rekabeti sınırlayıcı anlaşmalar veya uyumlu eylemler gibi şekillerde zuhur edebilen kartellerin yarattığı zararlara dikkat çekmekte; bu yönde amaç veya etkiye sahip her türlü faaliyeti yasaklayarak yine bu tür faaliyetler içinde bulunduğu tespit edilenlere uygulanacak yaptırımları düzenlemektedir. Bu bakımdan söz konusu mevzuat hükümlerinde, diğer tüm rekabet ihlallerine kıyasla, kartellere atfedilen özel önem görülmektedir.
- (296) Diğer yandan Avrupa Birliği ve Türk rekabet hukuku bakımından, teşebbüsler arasındaki irade uyuşmalarının hukuka uygun ve hukuka aykırı olarak ayrıştırılmasında danışıklılığın yatay veya dikey karakter görünümünde olmasından ziyade söz konusu danışıklılığın gerçekleştiği hukuki ve iktisadi bağlam bütüncül olarak dikkate alınmaktadır. Bunun yanında özellikle fiyatların ve miktarların tespiti, pazar veya müşteri paylaşımı, ihalelerde danışıklı hareket, gelecekte uygulanması planlanan fiyatlar, üretim ya da satış miktarları gibi rekabete duyarlı bilgilerin paylaşımı gibi açık ve ağır ihlallerin uygulanmasını sağlayan, uygulamaya aracılık eden veya davranışlarıyla bu tür ihlallerin uygulanmasını kolaylaştıran teşebbüslerin de söz konusu ihlallerden eşit derecede sorumlu tutulabileceği hususunda tereddüt bulunmamaktadır.<sup>106</sup>

<sup>104</sup> Örnek olarak bkz. Suiker Unie v Commission [1975] ECR 1663. Para 4, 74.

<sup>105</sup> Örnek olarak bkz. Danıştay Onüçüncü Dairesinin 09.05.2012 tarihli ve 2008/8485 E., 2012/968 K. numaralı Kararı.

<sup>106</sup> Örnek olarak bkz. Rekabet Kurulunun 02.12.2013 tarihli ve 13-67/929-391 sayılı kararı. Ayrıca bkz. AC-Treuhand v Commission, C-194/14 P, EU:C:2015:717, Icap and Others v Commission, T-180/15, EU:T:2017:795.



### I.3.1.2. Yapılan Tespitlere İlişkin Değerlendirmeler

- (297) Soruşturma kapsamında, önde gelen perakende market zincirleri olan A101, BİM, CARREFOURSA, MİGROS ve ŞOK hakkında yukarıda yer verilen inceleme ve tespitlerde öne çıkan hususlar aşağıda özetle aktarılmakta ve mevzuat hükümleri ile içtihat ışığında değerlendirilmektedir.
- (298) **TESPİT 1** kapsamında yer verilen, 28.05.2018 – 17.02.2021 tarihleri arasındaki döneme tekabül eden bilgi ve bulgulardan: SAVOLA tarafından tedarik edilen muhtelif markalı sıvı yağ ürünlerine ilişkin olarak A101, BİM, CARREFOURSA, MİGROS ve ŞOK arasında SAVOLA aracılığıyla fiyatların ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlandığı (*piyasanın organize edildiği*); yine SAVOLA aracılığıyla geleceğe dönük fiyatlar, fiyat geçiş tarihleri, dönemsel aktiviteler ve kampanyalar gibi rekabete hassas bilgilerin paylaşıldığı; kendi aralarında ve hatta yerel zincir marketlerden fiyat indirimine giden veya henüz fiyat artışı yapmayan -ya da belgelerde yer aldığı şekliyle “bozuk” fiyat uygulayan- teşebbüslerin fiyatlarına SAVOLA aracılığıyla “müdahale” edilerek söz konusu fiyatların “düzeltilmesinin” sağlandığı; fiyatların *düzelmemesi* halinde “fiyat bozmak” ve/veya tedarikçiye iade faturası kesmek gibi cezalandırma stratejileri yoluyla anlaşmaya uyumun sürekli olarak gözetildiği; böylelikle söz konusu teşebbüslerin bahsi geçen ürünlerin perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt (hub and spoke) karteli niteliği de sergileyen bir anlaşma veya uyumlu eyleme taraf oldukları saptanmıştır.
- (299) **TESPİT 2** kapsamında yer verilen bilgi ve belgelere göre, 03.04.2019-04.04.2019 tarihleri arasında gerçekleşen Whatsapp görüşmelerinde ilk olarak 03.04.2019 tarihinde A101 İcra Kurulu Üyesi (.....) tarafından A101 Kategori Müdürü (.....)’a “Bim/migros/şok ne yapıyor?” şeklinde bir soru yönetildiği; bunun üzerine (.....) tarafından BİM’le görüşüldüğünün ve izleyen Cuma gününe kadar beklenilmesinin konuşulduğu belirtilmektedir. Ertesi gün A101 Kategori Müdürü (.....) tarafından *tanzim ürünleri* olarak belirtilen patates, soğan ve domates satış fiyatlarının İstanbul hariç olmak üzere tüm Türkiye’de bir sonraki günden (5 Nisan Cuma) geçerli olarak sırasıyla 5, 4 ve 7 TL’ye yükseltileceği, diğer ürünlerin fiyatlarının ise serbest olarak belirleneceği, yeni fiyatlara İstanbul için bir sonraki hafta başında geçilmesinin düşünüldüğü, bölgelere bu çerçevede bilgi verileceğine ilişkin olarak A101 İcra Kurulu Üyesi (.....)’in bilgilendirildiği; gerekçenin sorulması üzerine BİM ile bu şekilde konuşulduğunun belirtildiği görülmektedir. Devamında BİM’in de tanımlamayı aynı gün yapacağı bilgisi doğrultusunda A101 İcra Kurulu Üyesi (.....) tarafından fiyat geçişine onay verilmekte; bunun yanında *dikkatli bir dil kullanılması*, “rakip” veya “üst yönetimce alınan” karar gibi ifadelere yer verilmemesi yönünde A101 Kategori Müdürü (.....)’ın uyarılması dikkat çekmektedir.
- (300) Söz konusu tespit kapsamında soruşturma taraflarından patates, kuru soğan ve domates ürünlerine ilişkin olarak ilgili tarihlere dair talep edilen verilerin incelenmesinden, BİM’in 05.04.2019 tarihinde bahsi geçen ürünlerin fiyatlarını sırasıyla 2,90 TL’den 4,95 TL’ye, 2,25 TL’den 3,97 TL’ye ve 4,00 TL’den 6,95 TL’ye yükselttiği anlaşılmaktadır. Benzer şekilde A101’in aynı tarihte söz konusu fiyatları Ankara ve İzmir için sırasıyla 2,00-2,90 TL’den 5,00 TL’ye, 2,00-2,75 TL’den 4,00 TL’ye, 3,00-4,00 TL’den 7,00-6,99 TL’ye yükselttiği tespit edilmiştir. Öte yandan A101’in İstanbul için fiyat geçişini bir sonraki hafta gerçekleştirdiği görülmektedir. Her halükarda **TESPİT 2** kapsamında yer verilen bilgi ve belgelerden, A101 ve BİM tarafından ilgili tarihlerde patates, kuru soğan ve domates ürünlerinin fiyatlarının tespiti



yönünde anlaşıldığı ve birkaç kuruşluk farklar dışında belirlenen fiyatların uygulandığı anlaşılmaktadır.

- (301) **TESPİT 3** kapsamında yapılan inceleme ve tespitlere göre “CarrefourSA İcra” isimli grupta 19.11.2019 tarihinde gerçekleşen Whatsapp konuşmasında geçen “Bugün geçmiş, A101 (.....)’ın keyfi yerindeydi. Onlar da şimdi geçiyorlarmış.” ifadesi ve belgedeki diğer ifadelerden, aynı tarihte yarım yağlı ve tam yağlı 1 lt özel markalı sütlerde BİM tarafından yapılan fiyat artışına istinaden CARREFOURSA Genel Müdürü (.....) ile belge tarihinde A101 icra kurulu başkanı olan (.....) arasında bir görüşme gerçekleştiği ve görüşmede A101’in de fiyat geçişi yapacağı bilgisinin paylaşıldığı anlaşılmaktadır. Yazışmanın devamında genel müdür yardımcısı (.....) tarafından “3.45 ve 3.75 olmuş geçiyoruz”. denilmektedir. Nitekim soruşturma taraflarından bahsi geçen süt ürünlerine ilişkin olarak ilgili tarihlere dair talep edilen verilerin incelenmesinden, tam yağlı 1 lt özel markalı sütte A101 ve CARREFOURSA’nın fiyatlarını 20.11.2019 tarihinde 3,25 TL’den 3,75 TL’ye yükselttikleri; yarım yağlı 1 lt özel markalı sütte ise aynı teşebbüslerin sırasıyla 20.11.2019 ve 21.11.2019 tarihlerinde 2,95 TL’den 3,45 TL’ye fiyat geçişi yaptıkları görülmektedir.
- (302) **TESPİT 4** kapsamında yer verilen bilgi ve belgelere göre, 10.04.2020 tarihinde saat 14:47’de BİM bünyesinde gerçekleşen, çeşitli ürünlerle ilgili olarak 14.04.2020 tarihi itibarıyla uygulanacak fiyatların<sup>107</sup> sisteme tanımlanmasına dair yazışma ekinde yer alan “FRITOLAY GİRFORMA 09 04 2020 .xlsx” adlı Excel dosyasında Doritos, Ruffles ve Lays markalı çeşitli cips ürünlerinin fiyatının 4,25 TL’den 4,75 TL’ye yükseltilmesine ilişkin, rakip cari fiyatlarını da içeren fiyat değişikliği formunun bulunduğu ve söz konusu formun altında “Rakip fiyatları Pazartesi günü geçecektir.” notunun bulunduğu görülmektedir.
- (303) Aynı gün içinde saat 14:55’te ŞOK bünyesinde gerçekleşen “Fritolay -Satış Fiyat Değişikliği Hk.” konulu yazışmada ise “Fritolay’in satış fiyatlarını 13.04 Pazartesine gününe tanımlayacağız.” ve “Rakip A ile eş zamanlı Pazartesi günü geçeceğiz.” ifadelerine yer verilmektedir.
- (304) Söz konusu yazışmanın devamında bu kez 12.04.2020 tarihinde ŞOK çalışanları arasında gerçekleşen yazışmada “Piyasa organize edildi. Ekte “sadece satış fiyatlarını” yarından itibaren geçerli olacak şekilde tanımlayabilir misin” denilmektedir.
- (305) Aynı e-posta silsilesinin devamında paylaşılan firma içi program ekran görüntüsünden FRİTO LAY tarafından sağlanan Doritos, Ruffles, Lays markalı çeşitli cips ürünlerinin fiyatlarının 13.04.2020 Pazartesi’den başlamak üzere 4,25 TL’den 4,75 TL’ye yükseltilmesinin öngörüldüğü anlaşılmaktadır.
- (306) Bu çerçevede rakip teşebbüslerin, aralarındaki doğrudan veya dolaylı temaslar yoluyla birbirlerinin fiyat geçiş kararlarından önceden haberdar oldukları; böylelikle pazar genelinde fiyat artışlarının koordinasyonunu ya da yukarıda belgede bahsi geçen şekliyle “piyasanın organizasyonunu” sağladıkları değerlendirilmektedir. Nitekim söz konusu tespit kapsamında soruşturma taraflarından bahsi geçen cips ürünlerine ilişkin olarak ilgili tarihlere dair talep edilen verilerin incelenmesinden, LAYS 107 gr ürünü bakımından MİGROS ve CARREFOURSA hariç olmak üzere, detaylarına TESPİT 4’e ilişkin tabloda yer verilen cips ürünlerinin tamamında A101, CARREFOURSA,

<sup>107</sup> Söz konusu e-postanın konusu “FW: 14 Nisan Fiyat Önerileri” olup aynı konulu bir önceki yazışmada “Salı günü itibarıyla geçerli olacak şekilde önerilen fiyatlar ekteki gibidir.” ifadesi bulunmaktadır.

MİGROS ve ŞOK'un 13.04.2020 tarihinde, BİM'in ise 14.04.2020 tarihinde fiyatlarını tam olarak 4,25 TL'den 4,75 TL'ye yükselttiği görülmektedir.

- (307) **TESPİT 5** kapsamında elde edilen bilgi ve belgelerden, CARREFOURSA bünyesinde 25-27.03.2020 tarihleri arasında gerçekleşen yazışmalarda “*yeni gelen bilgilere göre*” BİM'de izleyen hafta ayçiçek yağında fiyatların %3 artarak, 36,9 TL'den, 37,9 TL'ye yükselmesinin beklenildiği; 01.04.2020 tarihinde MİGROS'ta gerçekleşen yazışmada aynı tarihte TİGEM bünyesinde rakip teşebbüs temsilcilerinin katılımıyla gerçekleştirildiği anlaşılan bir toplantıda çeşitli ürünlere ilişkin fiyat, talep ve maliyetler yanında ayçiçek yağı fiyatlarına ilişkin fiyat artış beklentilerinin paylaşıldığı, bu çerçevede BİM temsilcisi tarafından 5 lt'lik ayçiçek yağının 43 lira olacağını belirtildiği, CARREFOURSA temsilcisinin de zam geleceğini ve destek gerektiğini ifade ettiği; 06.04.2020 tarihinde CARREFOURSA bünyesinde gerçekleşen yazışmada özel markalı ayçiçek yağı fiyatının birkaç gün içerisinde 40,90 seviyesine geleceğinin beklenildiği, Bıryağ raf fiyatının 43,45 TL olduğunun ve bir sonraki hafta 45,90'a yükseleceğinin belirtildiği; 06.04.2020 tarihinde (saat 16:25) BİM bünyesinde gerçekleşen yazışmalara göre 07.04.2020 tarihinden geçerli olmak üzere özel markalı ayçiçek yağlarının fiyatlarının 1,2 ve 5 lt'lik ambalajlar için sırasıyla 8,95 TL'den 9,95 TL'ye, 16,95 TL'den 18,95 TL'ye ve 36,95 TL'den 39,95 TL'ye yükseltilmesinin kararlaştırıldığı; aynı gün saat 22:55'te CARREFOURSA çalışanları arasında yapılan yazışmada “ (...) *yarınki bimin çıkacağı ayçiçek fiyatı geldi az önce. 36,90 dan 39,90 çıkıyor. (...) Biz fiyatı hemen organize ediyoruz.*” ifadelerinin yer aldığı görülmektedir.
- (308) Söz konusu tespit kapsamında soruşturma taraflarından bahsi geçen özel markalı ayçiçek yağı ürünlerine ilişkin olarak ilgili tarihlere dair talep edilen verilerin incelenmesinden, BİM ve ŞOK'un 07.04.2020 tarihinde, A101 ve CARREFOURSA'nın 08.04.2020 tarihinde ve MİGROS'un 09.04.2020 tarihinde 1,2 ve 5 lt'lik ambalajlı özel markalı ayçiçek yağlarının fiyatlarını sırasıyla 8,95 TL'den 9,90-9,95 TL'ye, 16,95 TL'den 18,90-18,95 TL'ye ve 36,95 TL'den 39,90-39,95 TL'ye yükselttikleri tespit edilmiştir. Diğer yandan bahse konu fiyat geçişleri öncesinde de teşebbüslerin tamamının ilgili ürünlere ilişkin her bir ambalaj türündeki cari fiyatlarının birebir aynı olduğu; **TESPİT 5** kapsamında yer verilen fiyat grafiklerinden teşebbüslerden günlük frekansta veri talep edilen 01.01.2018 – 15.09.2020 dönemi boyunca söz konusu ürünler için hazırlanan günlük geçerli etiket fiyatı grafiklerinde rakip teşebbüslerin fiyat çizgilerinin birbirlerinden neredeyse ayırt edilemediği görülmektedir.
- (309) **TESPİT 6** kapsamında yer verilen inceleme ve tespitlere göre, 05.05.2020 tarihinde ŞOK bünyesinde gerçekleştirilen yazışma ekinde yer alan ve rakip perakende zincirleri BİM, A101 ve MİGROS'un logo/tabela renklerine göre sırasıyla “*kırmızı*”, “*mavi*” ve “*turunçu*” renkleri ile CARREFOURSA'nın ise “*C4*” şeklinde kodlandığı anlaşılan tabloda, çeşitli ürünlere ilişkin eski ve yeni satış fiyatlarının yanında Ace Klasik 2 lt ürünü için *rakip turuncu* ile, Molfix Bebe Bezi için *rakip mavi* ile, diğer rakiplerde bulunmadığı belirtilen Bingo Soft Konsantre 1440 ml ürünü için *rakip turuncu* ve *C4* ile ertesi gün eş zamanlı raf fiyatı geçişi yapılacağını, bu ürünlere ilişkin alış fiyatı geçişlerinin 15 gün destek ile 20 Mayıs'ta gerçekleştirilebileceğinin; *rakip kırmızı* ve *mavide* bulunmadığı belirtilen özel markalı Mintax Arap sabunu için ise yine ertesi gün *rakip turuncu* ile eş zamanlı olarak marj kaybı yaşanmadan fiyat geçişi yapılabileceğinin ifade edildiği görülmektedir.
- (310) Nitekim söz konusu tespit kapsamında soruşturma taraflarından bahsi geçen ürünlere ilişkin olarak anılan tarihlere dair talep edilen verilerin incelenmesinden, ilgili başlıkta sunulan tabloda detaylı olarak gösterildiği üzere Ace Klasik 2 lt ve Bingo Soft

Konsantre 1440 ml bakımından ŞOK ve CARREFOURSA'nın 06.05.2020, MİGROS'un 07.05.2020 tarihinde birebir aynı veya çok yakın<sup>108</sup> fiyat geçişleri yaptıkları; benzer şekilde Molfix Bebek Bezi çeşitlerinde A101, CARREFOURSA ve ŞOK'ta 06.05.2020, MİGROS'ta ise 07.05.2020 tarihinde fiyat geçişlerinin yapıldığı anlaşılmaktadır. Özel markalı Arap sabununda ŞOK'ta yine 06.05.2020 tarihinde fiyat artışı gerçekleşirken bu ürün bakımından MİGROS'ta fiyat değişikliği gözlenmemiştir.

- (311) **TESPİT 7** kapsamında elde edilen bilgi ve belgelerden, 30.04.2020 tarihleri arasında ŞOK bünyesinde gerçekleştirilen yazışmalarda Sensodyne Diş Macunu 100 ml ürününe ilişkin olarak yazışmayı izleyen Pazartesi günü (04.05.2020 tarihinde) *Rakip M* olarak kodlanan MİGROS ve *Rakip A* olarak kodlanan A101'in fiyatlarını 16,95 TL'den 18,95 TL'ye yükselteceklerinin, *Rakip B* olarak kodlanan BİM'in de Salı günü (05.05.2020 tarihinde) fiyatını yükselteceğinin, "15 gün eski adet dönüşü"<sup>109</sup> olan üründe ekstra marj yapılmış olacağı belirtilmiştir; ertesi gün gönderilen e-posta ile ŞOK tarafından da 04.05.2020 tarihinden geçerli olarak 16,95'ten 18,95 TL'ye fiyat geçişinin yapılması yönünde iç onayın alındığı; e-posta silsilesi içinde 06.05.2020 tarihinde devam eden yazışmaya göre 05.05.2020 tarihinde BİM'in fiyat geçişi yapmaması nedeniyle ilgili ürünün fiyatının yeniden 16,95 olarak tanımlanması için onay talep edildiği; nihayetinde BİM'in belirtilen fiyat geçişini yapmasını müteakiben fiyatın bir kez daha 18,95 TL'ye yükseltilmesi için onay talep edildiği görülmektedir.
- (312) Söz konusu tespit kapsamında soruşturma taraflarından bahsi geçen Sensodyne diş macunu ürününe ilişkin olarak ilgili tarihlere dair talep edilen verilerin incelenmesinden, A101, ŞOK ve CARREFOURSA'nın 04.05.2020 tarihinde, MİGROS'un ise 05.05.2020 tarihinde fiyatlarını tam olarak 16,95'ten 18,95 TL'ye yükselttikleri, BİM'in ise bu tarihlerde bir fiyat değişikliği yapmadığı; bunun üzerinde 06-07.05.2020 tarihlerinde sırasıyla A101 ve ŞOK'un fiyatlarını yeniden 16,95 TL'ye çektikleri; 08.05.2020 tarihinde BİM'in fiyatını yazışmalarda belirtilen 16,95 TL'den 18,95 TL'ye yükseltmesini müteakiben ertesi gün A101 ve ŞOK'un da 18,95 TL'lik fiyata geçiş yaptıkları anlaşılmaktadır. Bu durumun, rakiplerin doğrudan veya dolaylı temaslar yoluyla fiyatlar üzerinde ulaştıkları ortak anlayışın veya bir başka deyişle danışıklılığın devamını sağlamak üzere süratle uyguladıkları cezalandırma stratejisinin veya bir teşebbüsün fiyata uymaması durumunda fiyatların artırılmadığının ya da eski seviyesine geri döndüğünün bir örneğini teşkil ettiği değerlendirilmektedir.
- (313) **TESPİT 8** kapsamında elde edilen bilgi ve belgelerden, ŞOK bünyesinde 12.06.2020 tarihinde geçen yazışmada bu kez Oreo ürünündeki yeni fiyatların 13.06.2020 tarihinde *Rakip A* (A101) ve *Rakip M* (MİGROS) ile eş zamanlı rafa yansıtılacağı; çeşitli Eti Popkek ürünlerinin ise izleyen Pazartesi gününe denk gelen 15.06.2020 tarihinde yine A101 ve MİGROS ile birlikte rafa yansıtılacağı, *Rakip B* olarak kodlanan BİM'in ise 16.06.2020 Salı günü *geçeceğinin* belirtildiği görülmektedir.
- (314) Yukarıda özetlenen tespitler kapsamında soruşturma taraflarından bahsi geçen ürünlere ilişkin olarak anılan tarihlere dair talep edilen verilerin incelenmesinden, ilgili bölümde yer verilen tabloda detaylı olarak gösterildiği üzere, 13.06.2020 tarihinde A101, CARREFOURSA, MİGROS ve ŞOK'un yazışmaya konu Oreo 95 gr ürününün fiyatını eş zamanlı ve tam olarak belgede yer aldığı şekilde 3,95 TL'den 4,75 TL'ye yükselttikleri anlaşılmaktadır. MİGROS ve CARREFOURSA'nın kesişen üç Oreo

<sup>108</sup> Bingo Soft ürünü için ŞOK ve CARREFOURSA sırasıyla 17,95 ve 17,90 TL'lik fiyatlardan 19,95 TL'ye geçerken, MİGROS 17,90 TL'den 19,90 TL'ye geçmiştir.

<sup>109</sup> Fiyat geçişini müteakiben 15 gün süreyle eski alış fiyatlarının geçerli kalacağı ifade edildiği değerlendirilmektedir.

markalı üründe daha eski fiyatlarının ve 13.06.2020 tarihinde geçilen yeni fiyatlarının birebir aynı olduğu<sup>110</sup>; MİGROS'un rakiplerinde olmayan dört ayrı Oreo bisküvi çeşidinde de aynı gün fiyat artışına gittiği tespit edilmiştir<sup>111</sup>. Eti Popkek çeşitlerine bakıldığında ise A101 ve ŞOK'un 15.06.2020 tarihinde, BİM'in ise 16.06.2020 tarihinde yine tam olarak belgede yer aldığı şekilde 1 TL'den 1,15 TL'ye fiyat geçişi yaptıkları görülmektedir. MİGROS ve CARREFOURSA'nın anılan tarih itibarıyla bahsi geçen Eti Popkek fiyatlarının hâlihazırda 1,15 TL düzeyinde olduğu, belirtilen tarihte fiyat geçişlerinin bulunmadığı anlaşılmaktadır. Her halükarda özellikle Oreo ürününe ilişkin yukarıda yer verilen bulguların, teşebbüsler arasındaki doğrudan veya dolaylı temaslar yoluyla fiyatlar konusunda sağlanan ve sürdürülen koordinasyon ve danışıklılığın boyutunun net bir göstergesi olduğu değerlendirilmektedir.

- (315) **TESPİT 9** kapsamında elde edilen bilgi ve belgelerden, ÜLKER/PASİFİK ürünlerine ilişkin olarak ŞOK bünyesinde 18-19.06.2020 tarihlerinde geçen yazışmada bu kez piyasada gerçekleştirilmesi planlanan Ülker markalı ürünlere ilişkin fiyat geçişi konusunda bu ürünlerin dağıtımını yapan PASİFİK tarafından rakiplerin fiyat geçiş tarihleri ve tutarları detayında bilgi aktarımı yapıldığı, bu çerçevede MİGROS ve A101'in 22.06.2020 tarihinde, BİM'in ise 23.06.2020 tarihinde fiyatlarını güncelleyeceği bilgisinin verildiği; nihayetinde A101, MİGROS ve CARREFOURSA tarafından 22.06.2020, BİM tarafından 23.06.2020, ŞOK tarafından ise 24.06.2020 tarihlerinde bahse konu fiyat geçişlerinin yapıldığı; böylelikle ilgili bölümdeki tabloda detaylı olarak yer verildiği üzere rakip market zincirlerinin en az ikisi bakımından kesişen toplam 26 farklı kalem ürünün neredeyse tamamında birebir aynı fiyatlara geçildiği, söz konusu ürünlerin yine neredeyse tamamında eski fiyatların da birebir aynı olduğu görülmektedir. Tespit 9 kapsamında yer verilen belge ve bilgiler ile yukarıda aktarılan diğer tespitlere ilişkin bulgu ve değerlendirmeler dikkate alındığında, oldukça fazla sayıda ürün bakımından rakiplerin tamamında büyük ölçüde eş zamanlı ve eş tutar ve oranlarda gerçekleşen söz konusu fiyat artışlarının, rakipler arasında doğrudan ve/veya ortak tedarikçi aracılığıyla dolaylı olarak kurulan temaslar/iletişim yoluyla koordine edildiği mütalaa edilmektedir.
- (316) **TESPİT 10** kapsamında yer verilen bilgi ve belgelerden benzer bir koordinasyonun bu kez Haribo markalı çeşitli ürünler bakımından söz konusu olduğu anlaşılmaktadır. Zira 30.06.2020 tarihinde ertesi gün yapılacak fiyat güncellemelerine dair ŞOK bünyesinde gerçekleşen yazışmadaki Haribo için fiyat geçişleri "*Piyasayla aynı gün organize edilmektedir.*" ifadesi dikkat çekmektedir. Nitekim söz konusu Haribo ürünlerine ilişkin olarak soruşturma taraflarından talep edilen verilerin incelenmesinden, yazışma tarihini izleyen 01.07.2020'de A101, CARREFOURSA, MİGROS ve ŞOK tarafından belgeye konu fiyat artışlarının eş anlı şekilde gerçekleştirildiği; bir başka deyişle *piyasa organizasyonunun* başarıyla sağlandığı görülmektedir.<sup>112</sup>
- (317) **TESPİT 11** kapsamında yer verilen inceleme ve tespitlere göre, 17.07.2020 tarihinde ŞOK bünyesinde gerçekleştirilen yazışmadan Biscolata Mood ürününe ilişkin raf fiyatlarının 20.07.2020 Pazartesi günü Rakip A (A101) ve Rakip M (MİGROS) ile birlikte güncellenmesi için onay talep edildiği; tedarikçi firmadan Rakip B'nin (BİM) ise fiyat güncellemesini 21.07.2020 Salı günü gerçekleştireceği bilgisinin edinildiği

<sup>110</sup> Daha önce de belirtildiği üzere, 228 gr Oreo bisküvi çeşitlerinin 10.06.2020-12.06.2020 tarihleri arasında MİGROS'ta kısa süreli indirimde olduğu ve 4,45 TL'den satıldığı anlaşıldığından eski fiyatın kampanyasız fiyat olan 9,95 TL olduğu kabul edilmiştir.

<sup>111</sup> Belgede bahsi geçen Oreo markalı ürünlerin BİM tarafından satışının bulunmadığı bildirilmiştir.

<sup>112</sup> BİM tarafından verilen bilgiye göre Haribo ürünleri ilgili tarihte tek bir bölgede ve sınırlı sayıda mağazada satılmış olup teşebbüsün ilgili tarihte fiyat geçişi bulunmamaktadır.

anlaşılmaktadır. Yazışmada adı geçen Biscolata Mood ürünlerine ilişkin olarak soruşturma taraflarından talep edilen verilerin incelenmesinden, ŞOK, BİM ve A101'in sırasıyla 20, 21 ve 22.07.2020 tarihlerinde Biscolata Mood 100 gr ürününde 4,75 TL olan fiyatlarını 5,25 TL'ye yükselttikleri görülmektedir. MİGROS ve CARREFOURSA bakımından anılan tarihlerde söz konusu ürünlere ilişkin fiyat geçişi bulunmadığı bildirilmiştir.

- (318) **TESPİT 12** kapsamında elde edilen bilgi ve belgelere göre, ertesi gün gerçekleştirilecek fiyat değişikliklerine ilişkin olarak ŞOK bünyesinde 11.08.2020 tarihinde saat 13:30'da yapılan yazışmada çeşitli ürünlere ilişkin olarak öngörülen fiyat geçişlerinin gerekçeleri konusunda bilgi verildikten sonra "*Eti'nin satış fiyatları için piyasayı organize edebilmesi halinde*" Eti ürünleri için de fiyat geçişi formunun gün içinde paylaşılacağı belirtilmekte; aynı gün saat 14:46'da gerçekleşen yazışmaya göre ise aradan geçen yaklaşık bir saatlik zaman diliminde ETİ<sup>113</sup> tarafından *piyasanın organize edilebildiği* anlaşılmaktadır. Zira yazışmada Eti markalı ve *Rakip B* olarak kodlanan BİM'de listeli olmayan dört ürün için "*Yarın<sup>114</sup> Rakip A ve Rakip M ile birlikte satış fiyatı ve alış fiyatını geçmek için onayınızı rica ederiz...*" ifadelerine yer verildiği görülmektedir. "*Sınırlı Dağıtım/Classified*" şeklinde kategorilendirilen söz konusu yazışmaya istinaden gönderilen e-postadaki "*Ok Am[a] bu yazıları böyle yazmayacaktık, değil mi (.....) Bey?*" ifadeleri dikkat çekmektedir.
- (319) Tespit 12'ye konu ürünlere ilişkin olarak soruşturma taraflarından talep edilen verilerin incelenmesinden, ilgili tabloda detaylı olarak yer verildiği üzere, belgede bahsi geçen Etimek 143 gr ürününde A101, CARREFOURSA, MİGROS ve ŞOK tarafından 12.08.2020 tarihinde tam olarak belgede yer aldığı şekilde 3,50 TL'den 4,00 TL'ye fiyat geçişi yapıldığı; Eti Petite çeşitlerinde CARREFOURSA, MİGROS ve ŞOK tarafından bazıları birebir aynı olmak üzere 12.08.2020 tarihinde fiyat geçişi bulunduğu, belgede adı geçen Eti markalı diğer iki üründe ise A101, CARREFOURSA, MİGROS ve ŞOK tarafından Eti Tutku 100 gr ve Eti Cin 114 gr çeşitleri için yine belgede yer aldığı şekliyle 2,00 TL'den 2,25 TL'ye; MİGROS ve CARREFOURSA için kesişen diğer gramajda da birebir aynı olmak üzere 12-13.08.2020 tarihlerinde fiyat geçişleri yapıldığı tespit edilmektedir. Bu noktada MİGROS'un 12.08.2020 tarihinde ilgili tabloda yer alanlar dâhil toplam 49; CARREFOURSA'nın ise 13.08.2020 tarihinde yine ilgili tabloda yer alanlar dâhil 26 farklı Eti ürününde fiyat geçişi yaptıkları belirtilmelidir.
- (320) **TESPİT 13** kapsamında yer verilen bilgi ve belgelerden, 08.09.2020 tarihinde ŞOK bünyesinde gerçekleştirilen yazışmada Doğanay şalgam suyu 1 lt ürünlerinde *Rakip B'nin* (BİM) raf fiyatlarını artırdığı, ertesi gün ise tüm piyasanın bu fiyatları uygulayacağı bilgisi verilmekte ve söz konusu ürünlerin fiyatlarının 09.09.2020 tarihi itibarıyla 4,50 TL'den 4,95 TL'ye çıkarılması için onay talep edilmektedir. Söz konusu tespit kapsamında Doğanay şalgam suyu 1 lt çeşitlerine ilişkin olarak soruşturma taraflarından talep edilen verilerin incelenmesinden, BİM tarafından 08.09.2020 tarihinde fiyatların 4,50 TL'den 4,95 TL'ye yükseltilmesini müteakiben ŞOK ve CARREFOURSA'nın 09.09.2020, MİGROS'un ise 11.09.2020 tarihinde fiyatlarını tam olarak 4,50 TL'den 4,95 TL'ye çıkardığı anlaşılmaktadır.
- (321) **TESPİT 14** kapsamında elde edilen bilgi ve belgelere göre, ŞOK bünyesinde 25.09.2020 tarihinde gerçekleşen yazışmalarda, *Rakip B'de* (BİM) bulunmayan özel markalı patlamış mısır ürünü için ertesi gün *Rakip A* (A101) ile birlikte raf fiyatlarının 2 TL olarak yansıtılacağı belirtildiği ve fiyat değişikliği için teyit talep edildiği; bunun

<sup>113</sup> ETİ Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.

<sup>114</sup> 12.08.2020 Çarşamba günü.

üzerine ilgili yönetici tarafından “*Salı günü*<sup>115</sup> *yapılmalı*” şeklinde yanıt verildiği; ancak aynı e-postaya cevaben bir başka ŞOK çalışanı tarafından “*Satış fiyatı için A ile beraber ayarlandı yarına (...) Yarına yansıtılmı satışı, Alış fiyatını haftaya Salı konuşacağız*” şeklinde bilgi verilerek 26.09.2020 tarihi itibarıyla fiyatların 1,75 TL’den 2 TL’ye yükseltilmesi yönünde ısrarcı olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim söz konusu özel markalı patlamış mısır ürünlerine ilişkin olarak A101 ve ŞOK’tan talep edilen verilerin incelenmesinden, her iki teşebbüsün de yazışma tarihini izleyen 26.09.2020 tarihinde fiyatlarını tam olarak belgede yer aldığı şekliyle 1,75 TL’den 2,00 TL’ye yükselttikleri tespit edilmiştir.

- (322) **TESPİT 15** kapsamında elde edilen bilgi ve belgelerden, ŞOK bünyesinde 02.10.2020 tarihinde gerçekleşen yazışmalarda Red Bull markalı enerji içeceği ürünlerinde piyasa raf fiyatlarının geçmesi nedeniyle ertesi günden geçerli olmak üzere 473 ml için 9,95’ten 11,75 TL’ye, 250 ml için ise 5,95’den 6,95 TL’ye yeni raf fiyatlarının tanımlanması amacıyla onay talep edildiği; buna istinaden ŞOK yöneticisi tarafından yöneltilen “*Piyasa kim*” sorusu üzerine, “*M*” ile kodlanan MİGROS’un, “*C*” ile kodlanan CARREFOURSA’nın ve yerel marketlerin yeni fiyatları geçtikleri; *Rakip A* (A101) ve kendilerinin ertesi güne geçeceği bilgisinin verildiği görülmektedir. Söz konusu tespit kapsamında Red Bull ürün çeşitlerine ilişkin olarak soruşturma taraflarından talep edilen verilerin incelenmesinden, ilgili tabloda detaylı olarak sunulduğu üzere CARREFOURSA ve MİGROS tarafından kesişen beşer üründe sırasıyla 01.10.2020 ve 02.10.2020 tarihlerinde; ŞOK tarafından kesişen iki üründe ve A101 tarafından ise yine kesişen bir üründe olmak üzere 03.10.2020 tarihinde, birebir aynı tutarlarda fiyat artışına gidildiği anlaşılmaktadır. Bir başka deyişle belgede zikredilenler dâhil olmak üzere kesişen Red Bull ürünlerinin tamamında eski ve yeni satış fiyatlarının birebir aynı olduğu tespit edilmektedir.
- (323) **TESPİT 16** kapsamında elde edilen bilgi ve belgelere göre, ŞOK bünyesinde 18.11.2020 tarihinde gerçekleşen yazışmada, sırasıyla *kırmızı* ve *mavi* olarak kodlanan BİM ve A101’de satışı olmayan iki ayrı Pril markalı ürün için yazışmadaki tabloda yer verilen fiyatların ertesi gün (19.11.2020 tarihinde) *rakip turuncu* (MİGROS) ile eş zamanlı yansıtılacağı belirtilmiştir. Belgede bahsi geçen ürünlere ilişkin olarak teşebbüslerden talep edilen verilerin incelenmesinden, söz konusu ürünlerin A101 ve BİM’de satışının bulunmadığı; teşebbüsler tarafından farklı gramajlarda satışa sunulduğu anlaşılan Pril parlaticı ürünleri bakımından MİGROS’un 17.09.2020, ŞOK’un 19.09.2020 tarihinde fiyat artışına gittikleri, CARREFOURSA’nın ise anılan dönemde bu üründe fiyat geçişinin bulunmadığı; bununla birlikte Pril Gold Jel Yağ Çözücü 900 ml ürünü için fiyatların ŞOK ve MİGROS tarafından 19.11.2020, CARREFOURSA tarafından ise 20.11.2020 tarihinde tam olarak belgede yer aldığı şekliyle 29,90 TL’den 36,90 TL’ye yükseltildiği tespit edilmiştir.
- (324) **TESPİT 17** kapsamında yer verilen bilgi ve belgelerden, A101 bünyesinde 20.11.2020 tarihinde gerçekleşen yazışmada Dardanel ürünlerinde izleyen pazar günü (22.11.2020 tarihinde) fiyat geçişi bulunduğu, MİGROS’un ise yazışmanın ertesi günü (21.11.2020) tarihinde bu geçişi yapacağını belirttiği; bunun üzerine A101 yöneticisi tarafından fiyat artışının ertesi gün tanımlanması, ancak öncesinde MİGROS geçişlerinin kontrol edilmesi yönünde talimat verildiği görülmektedir. Yazışmada bahsi geçen Dardanel markası ile ilgili olarak yalnızca ton balığı çeşitleri ile sınırlı olmak üzere soruşturma taraflarından talep edilen verilerin incelenmesinden, söz konusu ürünlerde CARREFOURSA ve MİGROS tarafından 21.11.2020, A101 tarafından ise

<sup>115</sup> 29.09.2020 tarihinde

22.11.2020 tarihinde fiyatların yükseltildiği<sup>116</sup>; ilgili tabloda detaylı olarak yer verildiği üzere rakip teşebbüsler bakımından kesişen ürünlerin neredeyse tamamında eski ve yeni fiyatların ve böylelikle fiyat geçişlerinin birebir aynı olduğu tespit edilmiştir.

- (325) **TESPİT 18** kapsamında yer verilen bilgi ve belgelerden, ŞOK bünyesinde 02.12.2020 tarihinde gerçekleştirilen yazışmada, Fairy Bulaşık Sıvısı ve Fairy Platinum 33'lü tablet ürünlerinde rakip kırmızıda (BİM) fiyat artışı olduğu, belgede ifade edilen ürünler açısından ŞOK ticaret direktörünün onayı ile birlikte rakip mavi (A101) ve turuncu (MİGROS) ile eş zamanlı olarak ertesi gün fiyat artışı gerçekleştirileceğinin belirtildiği görülmektedir. Belgede bahsi geçen Fairy markalı ürünlere ilişkin olarak teşebbüslerden talep edilen verilerin incelenmesinden, BİM tarafından 02.12.2020 tarihinde söz konusu iki üründe fiyat artışına gidildiği, müteakiben A101, CARREFOURSA ve ŞOK tarafından 03.12.2020 tarihinde, MİGROS tarafından ise 04.12.2020 tarihinde Fairy markalı pek çok ürünün fiyatının yükseltildiği; son olarak CARREFOURSA ve ŞOK tarafından 05.12.2020 tarihinde bir grup Fairy ürününde daha fiyat geçişi yapıldığı; ilgili tabloda detaylı olarak yer verildiği üzere rakip teşebbüsler bakımından kesişen ürünlerin büyük bölümünde eski ve yeni fiyatların ve böylelikle fiyat geçişlerinin birebir aynı olduğu tespit edilmiştir.
- (326) Ek olarak, ilgili kısımda detaylı şekilde yer verildiği üzere, belgede bahsi geçen diğer ürünler bakımından muhtelif tarihlerde gerçekleştirilen eş anlı veya peş peşe fiyat geçişleri de kesişen ambalajlar/gramajlar bakımından büyük ölçüde aynıdır. Nitekim teşebbüslerin tamamında satışa sunulduğu anlaşılan Ariel Toz Deterjan 1,5 kg çeşitlerinde BİM, CARREFOURSA ve MİGROS'un 09.12.2020 tarihinde bu ürünlerin fiyatlarını eş anlı olarak 15,95 TL'den 16,90-16,95 TL'ye yükselttikleri; A101 ve ŞOK'un da sırasıyla 10.12.2020 ve 11.12.2020 tarihlerinde yine 15,95 TL'den 16,90 TL'ye fiyat geçişi yaptıkları anlaşılmaktadır. Benzer şekilde CARREFOURSA ve MİGROS'un 09.12.2020 tarihinde eş anlı fiyat artışına gittikleri Alo ve Ariel ürünlerinde kesişen gramajlar bakımından eski ve yeni fiyatların da birebir aynı olduğu; A101'in bu teşebbüsleri kesişen ürünler bakımından yine birebir aynı fiyat geçişleri yapmak suretiyle 10.12.2020 tarihinde izlediği tespit edilmiştir.
- (327) Bu bulguların da fiyatlar ve fiyat geçişleri konusunda teşebbüsler arasında doğrudan veya dolaylı temaslar yoluyla sağlandığı değerlendirilen koordinasyonun açık göstergesi olduğu mütalaa edilmektedir.
- (328) **TESPİT 19** kapsamında yer verilen bilgi ve belgelerden, ŞOK bünyesinde 10.04.2020, 17.04.2020 ve 24.04.2020 tarihlerinde gerçekleştirilen yazışma silsilesinde ilk olarak 10.04.2020 tarihinde, e-posta içerisindeki tabloda belirtilen Algida, Carte D'or ve Magnum markalı çeşitli dondurma ürünlerine ilişkin UNILEVER tarafından 11-17.04.2020 tarihlerinde uygulanmak üzere ŞOK'a aktivite teklif edildiği ve A101<sup>117</sup>'in de ertesi günden itibaren söz konusu aktiviteyi uygulayacağı bilgisine sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bu e-postadan bir hafta sonra yine ŞOK bünyesinde 17.04.2020 tarihinde gerçekleştirilen yazışmada bir önceki e-postaya benzer şekilde 18-24.04.2020 tarihlerinde uygulanmak üzere aktivite teklifi alındığı ve A101'in de söz konusu aktiviteleri uygulayacağı ifade edilmektedir. ŞOK yazışma silsilesinde son olarak 24.04.2020 tarihli e-postada, UNILEVER tarafından 25.04.2020-01.05.2020 tarihlerinde uygulanmak üzere çeşitli aktivitelerin ŞOK'a iletilindiği; bu kez A101 ve

<sup>116</sup> Teşebbüsler tarafından verilen bilgilere göre ilgili tarihlerde söz konusu ürünler BİM ve ŞOK'ta satışa sunulmamaktadır.

<sup>117</sup> Söz konusu e-posta silsilesinde A101, Rakip A olarak adlandırılmaktadır.



MİGROS<sup>118</sup>'un da söz konusu aktiviteleri uygulayacağı belirtilmektedir. Bu çerçevede söz konusu teşebbüsler arasındaki koordinasyonun yalnızca fiyatlar ve fiyat artışları/geçişleri ile sınırlı olmadığı; dönemsel kampanyalar ve aktivitelerin de teşebbüsler arasındaki doğrudan veya dolaylı iletişimler yoluyla koordine edilebildiği anlaşılmaktadır.

- (329) **TESPİT 20** kapsamında yer verilen, A101 İcra Kurulu Üyesi (.....) ile A101 Kategori Müdürü (.....) arasında 15.09.2020 tarihinde gerçekleşen Whatsapp görüşmesinde, yazışmadan bir önceki gün UNILEVER ürünlerinde gerçekleştirilmesi planlanan fiyat artışlarının A101'de yaşanan teknik sorun nedeniyle Ömerli bölgesindeki mağazalara yansıtılmadığı, BİM'in bu durumu gerekçe göstererek fiyat artışı gerçekleştirmediği, konunun UNILEVER ile konuşulduğu fakat A101'e BİM'in fiyatlarını artırmayacağı bilgisinin vermediği, bunun üzerine A101'in BİM ile ortak olan UNILEVER ürünlerinin fiyatlarını geri çektiği belirtilmektedir. Öncelikle söz konusu belgeye göre, A101 ile BİM tarafından birbirlerinin 14.09.2020 tarihinde ve/veya hemen öncesinde UNILEVER ürünlerinde yapmayı planladıkları fiyat artışlarından önceden haberdar oldukları değerlendirilmektedir. Öte yandan, A101'in yalnızca bir bölgede fiyat geçişini yap(a)mamasının dahi BİM'in fiyat artışını ertelemesine neden olduğu; A101'in ise bu duruma derhal BİM ile ortak listeli ürünlerin fiyatlarını yeniden eski seviyelerine düşürerek cevap verdiği anlaşılmaktadır. Bu durumun da teşebbüslerin raf/etiket fiyatları ve fiyat geçişlerine ilişkin sürdürdükleri koordinasyonun devamını temin için süratle uygulamaya koydukları cezalandırma stratejisinin bir örneğini teşkil ettiği değerlendirilmektedir.
- (330) **TESPİT 21** kapsamında yer verilen bilgi ve belgelerden, 07.02.2019 tarihli Whatsapp görüşmesinde BEYPAZARI Yönetim Kurulu Başkanı (.....) olduğu değerlendirilen "(.....) Beypazarı" olarak kayıtlı numaradan BİM personeli (.....)'e gerek yazı karakterleri gerekse raf renkleri itibarıyla A101'e ait olduğu anlaşılan raf etiketi paylaşılacak suretiyle BİM'in "sözüne" istinaden rakip firmada fiyatların 4,25 TL'ye yükseltildiği belirtilmekte ve BİM'in de bu fiyata geçmesi talep edilmektedir. Her ne kadar BİM yetkilisi tarafından 4,25 TL şeklinde bir fiyatın söz verilmediği, konunun (uygulanacak yeni fiyatın) ertesi gün değerlendirileceği belirtilmekle birlikte, yazışmadan rakip market zincirinde gerçekleştirilen fiyat artışının BİM'in yönlendirmesi doğrultusunda BEYPAZARI tarafından koordine edildiği şüphesi oluşmaktadır .
- (331) Aynı tespit kapsamında yer verilen, 15-17.05.2019 tarihleri arasında gerçekleşen diğer yazışmalardan, Beypazarı markalı maden suyunda ÇAĞDAŞ market tarafından Ankara'da uygulanan 3,95 TL'lik fiyatın BİM bünyesinde rahatsızlık yarattığı; BİM organizasyon komitesi ve satın alma komitesi üyesi (.....) olduğu anlaşılan BİM çalışanı tarafından yine BİM çalışanı (.....)'e ÇAĞDAŞ'taki Beypazarı soda teşhiri fotoğrafının gönderilmesi akabinde konunun BEYPAZARI yetkilisi (.....)'a iletilerek araştırılmasının ve *fiyatın düzeltilmesinin* talep edildiği ve (.....)'in talimatı doğrultusunda sürecin takip edildiği; nihayetinde ÇAĞDAŞ tarafından uygulanan kampanyanın izleyen pazar günü sona ereceği bilgisinin alınmasının akabinde (.....)'in ÇAĞDAŞ fiyatının *düzeltildiği* yönünde (.....)'i bilgilendirdiği görülmektedir. Bu bulgular, soruşturma tarafı büyük perakende zincirlerinin -TESPİT 1 kapsamında yer verilen çeşitli belgelere de yansıdığı üzere- yerel zincir marketlerden fiyat indirimine giden veya henüz fiyat artışı yapmayan teşebbüslerin fiyatlarına tedarikçi aracılığıyla "*müdahale*" edilerek söz konusu fiyatların "*düzeltilmesinin*" sağlanmasına yönelik davranışlarının bir başka örneğini teşkil etmektedir.

<sup>118</sup> Söz konusu e-posta silsilesinde MİGROS, Rakip M olarak adlandırılmaktadır.

- (332) **TESPİT 22** kapsamında yer verilen bilgi ve belgelerden, 06.04.2020 tarihinde ŞÖLEN Üst Yöneticisi (.....) ile BİM Satın Alma Grup Müdürü (.....) arasında gerçekleştirilen Whatsapp görüşmesinde ŞÖLEN Üst Yöneticisi (.....) tarafından ŞÖLEN Üst Yöneticisi (.....)'a gönderilen ekran görüntüsünün içerisinde yer alan ve ŞÖLEN İcra Kurulu Başkan Yardımcısı ve Genel Müdürü (.....) tarafından gönderilen e-postadan; bir önceki hafta Çarşamba günü (01.04.2020 tarihinde) (.....) ile BİM yetkilileri arasında bir telefon görüşmesi yapıldığı ve BİM'in Luppo markalı ŞÖLEN ürününe ilişkin fiyat geçişi yapmaması sebebiyle daha önce fiyatını yükselten MİGROS'un tekrar indirim yaptığının belirtildiği, bu "kısır döngü" yüzünden fiyatın bir an önce artırılmasının talep edildiği, nitekim BİM tarafının ertesi gün fiyat geçişi yapacağı ifade edilmektedir. Söz konusu yazışmadan, ilgili dönemde Şölen markalı çeşitli ürünlere ilişkin olarak yine ŞÖLEN aracılığıyla MİGROS ve BİM'in fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlandığı şüphesi oluşmaktadır.
- (333) **TESPİT 23** kapsamında yer verilen bilgi ve belgelerden, 10.04.2020 tarihinde A101 İcra Kurulu Üyesi (.....) tarafından bir grup A101 çalışanına gönderilen e-postaya göre fiyat geçişine hazırlanan P&G'nin piyasa geçişinde A101'e öncelik vereceğinin, sipariş hemen çekilmese de Nisan-Mayıs teslimli sipariş oluşturulabileceğinin belirtildiği görülmektedir.
- (334) **TESPİT 23** kapsamında sunulan, P&G çalışanları (.....) ve (.....) arasında 16.07.2020 tarihinde gerçekleşen Whatsapp görüşmesinden ise MİGROS'un şayet BİM fiyat geçmeyecekse fiyat geçişi yapmak istemediği, anlaşılmaktadır. Soruşturma taraflarınca P&G ürünlerine ilişkin olarak ilgili tarihlere dair ibraz edilen verilerin incelenmesinden, MİGROS'un belge tarihinden bir gün sonra (ayın 17'sinde), BİM'in ise MİGROS'tan dört gün sonra (ayın 21'inde) fiyat geçişi yaptığı; bahsi geçen teşebbüsler bakımından kesişen "Fairy Platinum 33'lü Tablet" ürününde her iki teşebbüsün fiyatlarının da 34,95 TL'den 37,95 TL'ye; "Fairy Sıvı Bulaşık Deterjanı 650 ml ürününde ise 7,45 TL'den 8,25 TL'ye yükseltildiği görülmektedir. MİGROS'un anılan tarihlerde 16, BİM'in ise bir farklı üründe daha fiyat geçişi bulunmaktadır.
- (335) Aynı tespit kapsamında sunulan, bu kez 20.10.2020 tarihinde A101 yöneticileri (.....) ve (.....) arasında gerçekleşen Whatsapp yazışmasından, rakiplerin fiyat geçişi yapmamasından kaynaklanan memnuniyetsizlik dile getirilmiştir.
- (336) **TESPİT 24** kapsamında büyük süpermarket zincirlerinin piyasadaki raf fiyatlarının ve/veya fiyat geçişlerinin koordinasyonunu sağlamaları ve piyasadaki *bozuk* fiyatları *düzeltilmeleri* yönünde tedarikçi firmalara uyguladıkları baskıya; piyasada geçiş yapılamaması ve/veya *bozuk* fiyatların *düzeltilmemesi* halinde bir cezalandırma stratejisi olarak yalnızca satış/raf fiyatı ile sınırlı kalmayıp alış fiyatlarını da aşağı çekebildiklerine dair, soruşturma tarafı teşebbüslerde yapılan yerinde incelemelerde elde edilen çeşitli bilgi ve belgelere yer verilmektedir.
- (337) **TESPİT 25** kapsamında yer verilen bilgi ve belgelerden, bazı süpermarket zincirleri tarafından ortak tedarikçilerinden rakiplerinin geleceğe dönük fiyatları, fiyat geçiş tarihleri, indirim ve aktivite kampanyaları, maliyetleri, stokları gibi rekabete hassas bilgilerinin teminine dönük faaliyetlerde bulunduğu; böylelikle pazarın suni olarak şeffaflaştırılmak suretiyle rekabetin en temel dinamiklerinden olan pazardaki stratejik belirsizliğin ortadan kaldırılmasının amaçlandığı anlaşılmaktadır.
- (338) HTM sektöründe gerek toptan gerekse perakende düzeyinde rakipler, aynı veya ikame ürünlerde rakiplerle aynı fiyatı uygulama durumunu genel olarak "*endeks olmak*", "*100 endeks*" veya "*parite(de) olmak*" şeklinde ifade etmektedirler. Bu çerçevede **TESPİT 26** kapsamında sunulan bilgi ve belgelerden, soruşturma tarafı teşebbüslerin

birbirlerinin raf fiyatlarını büyük ölçüde günlük olarak kontrol ettikleri ve oldukça fazla sayıda ürün için sık aralıklarla hazırlanan endeks tabloları yoluyla bu fiyatları karşılaştırdıkları görülmektedir. Soruşturma kapsamında yapılan inceleme ve tespitlerden, söz konusu tablolar aracılığıyla “endeks bozan” teşebbüsler belirlenerek bunlara karşı tedarikçilerin müdahalesini talep etmek, fiyatın *düzeleceği* tarihlere ilişkin bilgi almak ya da fiyatlar düzeline kadar “*fiyat/endeks bozmak*” suretiyle aksiyon alındığı anlaşılmaktadır.

### **I.3.1.3. 4054 Sayılı Kanun’un 4. Maddesi Kapsamında Değerlendirme**

(339) Bu çerçevede, soruşturma tarafları A101, BİM, CARREFOURSA, MİGROS ve ŞOK hakkında yer verilen tüm inceleme ve tespitler, bunlara ilişkin değerlendirmeler ve ilgili mevzuat hükümleri ile içtihat ışığında:

- A101, BİM, CARREFOURSA, MİGROS ve ŞOK arasında doğrudan veya ortak tedarikçiler aracılığıyla dolaylı temaslar yoluyla fiyatların ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlandığı; yine doğrudan veya ortak tedarikçiler aracılığıyla geleceğe dönük fiyatlar, fiyat geçiş tarihleri, dönemsel aktiviteler ve kampanyalar gibi rekabete hassas bilgilerin paylaşıldığı; fiyat indirimine giden veya pazar genelinde fiyatların arttığı dönemde henüz fiyat artışı yapmayan teşebbüslerin fiyatlarına tedarikçiler aracılığıyla müdahale edilmek suretiyle söz konusu fiyatların tüketiciler aleyhine yükseltilmesinin sağlandığı; rakip fiyatlarının yükselmemesi halinde ürün ve/veya bölge özelinde süratle hayata geçirilen fiyat indirimleri ve/veya tedarikçiye iade faturası kesmek gibi cezalandırma stratejileri yoluyla teşebbüsler arasındaki danışıklılığa uyumun sürekli olarak gözetildiği; böylelikle A101, BİM, CARREFOURSA, MİGROS ve ŞOK’un satışa sundukları pek çok ürünün perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt (hub and spoke) özelliği de sergileyen kartel niteliğindeki anlaşma veya uyumlu eylemler yoluyla 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesini ihlal ettikleri,
- Açık ve ağır ihlal niteliğindeki, kartel teşkil eden bu davranışların 4054 sayılı Kanun’un 5. maddesinde sayılan muafiyet koşullarını sağlamasının mümkün olmadığı,
- Bu çerçevede A101, BİM, CARREFOURSA, MİGROS ve ŞOK hakkında 4054 sayılı Kanun’un 16. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca idari para cezası uygulanması gerektiği,

kanaatine varılmıştır.

### **I.3.2. SAVOLA Hakkında Yapılan Tespit ve Değerlendirmeler**

#### **I.3.2.1. SAVOLA’nın Perakendeciler Arasındaki Kartelden Sorumluluğuna İlişkin Değerlendirme**

(340) Yukarıda da belirtildiği üzere, Avrupa Birliği ve Türk rekabet hukuku, teşebbüslerin mevcut veya potansiyel rakiplerinin pazar davranışlarını etkileme ya da uygulamaya koymaya karar verdikleri veya planladıkları pazar davranışlarının rakiplere ifşası amaç veya etkisine sahip her türlü doğrudan veya dolaylı teması kati şekilde men etmekte; bunun yanında teşebbüsler arasındaki irade uyuşmalarının hukuka uygun ve hukuka aykırı olarak ayrıştırılmasında danışıklılığın yatay veya dikey karakter görünümünde olmasından ziyade söz konusu danışıklılığın gerçekleştiği hukuki ve iktisadi bağlamı bütüncül olarak dikkate almaktadır. Bu çerçevede özellikle fiyatların ve miktarların

tespiti, pazar veya müşteri paylaşımı, ihalelerde danışıklı hareket, gelecekte uygulanması planlanan fiyatlar, üretim ya da satış miktarları gibi rekabete duyarlı bilgilerin paylaşımı gibi açık ve ağır ihlallerin uygulanmasını sağlayan, uygulamaya aracılık eden veya davranışlarıyla bu tür ihlallerin uygulanmasını kolaylaştıran teşebbüslerin de söz konusu ihlallerden eşit derecede sorumlu tutulabileceği hususunda tereddüt bulunmamaktadır.

- (341) Rekabet hukukunda topla – dağıt veya merkez – uç (*hub and spoke*) karteli olarak anılan anlaşma veya uyumlu eylemler, atipik kartel türlerinden birisi olarak nitelenebilecek olup, merkez (*hub*) konumundaki teşebbüs aracılığıyla toplanan bilgilerin uçlara (*spoke*) dağıtılarak alt veya üst pazardaki teşebbüsler arasında işbirliğinin sağlandığı bir karteldir<sup>119</sup>. Topla-dağıt kartelinde teşebbüsler arasında bilgiler iki şekilde değiştirilmekte ve bu yollarla ortak anlayışa varılmaktadır. Bunların ilkinde üst pazarda yer alan ortak bir sağlayıcı (*hub*) üzerinden alt pazardaki perakendeciler (*spoke*) ortak bir anlayışa varırken, ikincisinde ise bu kez alt pazarda yer alan ortak bir perakendeci (*hub*) üzerinden üst pazarda yer alan sağlayıcılar (*spoke*) ortak bir anlayışa varmaktadır.
- (342) Dikey ilişki içerisindeki sağlayıcı (B) ve perakendeci (A) arasında paylaşılan rekabete hassas bilgilerin A ya da B aracılığıyla alt veya üst pazardaki rakiplere (C) ulaştırılması rekabet ihlali oluşturabilecektir<sup>120</sup>. Yine bir ihalden söz edebilmek için dikey ilişki içindeki teşebbüs aracılığıyla sağlanan bilgi akışının, rakiplerin takip edecekleri fiyatlandırma stratejileri gibi rekabete hassas bilgilerin öğrenilmesi yoluyla kendilerinin karşı karşıya olduğu stratejik belirsizliklerin ortadan kaldırılmasını ya da azaltılmasını sağlaması gerekmektedir<sup>121</sup>. Nitekim aynı seviyedeki rakipler arasında doğrudan paylaşılması halinde bir rekabet ihlaline sebebiyet verecek nitelikteki, söz gelimi geleceğe dönük fiyatlar ve fiyat geçiş tarihleri gibi bilgilerin ortak tedarikçiler veya alıcılar aracılığıyla paylaşıldığı hallerde, bu koşulun sağlanacağı açıktır.
- (343) Atipik olması nedeniyle nispeten yeni sayılabilecek bir ihlal türü olan topla-dağıt karteli, görünürde dikey özellikler de sergilemekle beraber özünde yatay işbirliği anlaşmalarıdır. Özellikle İngiltere ve ABD’de yer alan kararlar üzerine şekillenen topla-dağıt karteli yaklaşımına ilişkin olarak Rekabet Kurulunun almış olduğu başlıca iki karar<sup>122</sup> bulunmaktadır. Dünya genelinde topla-dağıt karteli tespiti içeren otorite ve mahkeme kararlarının genellikle mevcut dosyaya benzer şekilde HTM perakendeciliği sektörüne ilişkin olduğu anlaşılmakta olup son yıllarda bu tür dosyaların sayısında artış gözlenmektedir<sup>123</sup>.
- (344) Bu çerçevede, soruşturma taraflarından SAVOLA’nın kendi ürünleri bakımından perakende zincirler A101, BİM, CARREFOURSA, MİGROS ve ŞOK’un fiyatlarının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonun ve geleceğe dönük fiyatlar, fiyat geçiş tarihleri, dönemsel aktiviteler ve kampanyalar gibi rekabete duyarlı bilgilerinin dolaylı yoldan paylaşımının sağlanmasından kaynaklanan sorumluluğu, yukarıda yer verilen mevzuat, içtihat ve açıklamalar ile bulgular doğrultusunda değerlendirilmelidir.

<sup>119</sup> BARACK, O. (2016), Hub-and-Spoke Conspiracies

<sup>120</sup> Nitekim bu yönüyle literatürde bu uygulamalar A-B-C bilgi değişimi olarak da anılabilmektedir. Bkz. YILDIZ, U. (2018), Rekabet Hukukunda ABC Bilgi Değişimi

<sup>121</sup> DEMİR, K. (2019), Hub&Spoke Kartelinin Özellikleri – Uygulamanın Yeniden Satış Fiyatının Belirlenmesine Yönelik Tartışmalar ile İlgisi

<sup>122</sup> 16.12.2015 tarih ve 15-44/731-266 sayılı, 07.11.2016 tarih ve 16-37/628-279 sayılı Kurul kararları

<sup>123</sup> Örnek olarak bkz. <https://globalcompetitionreview.com/hub-and-spoke/portugal-imposes-highest-ever-fines>

- (345) **TESPİT 1** kapsamında yer verilen bilgi ve belgelerden, görüldüğü üzere sağlayıcı/tedarikçi konumunda bulunan SAVOLA ile alıcı konumunda bulunan perakendeciler, 2018 yılından itibaren raf fiyatları ve fiyat geçişleri üzerinde sürekli iletişim halindedir. Söz konusu yazışmalarda perakendecilerin SAVOLA ürünlerine ilişkin olarak yine SAVOLA aracılığıyla güncel veya geleceğe dönük fiyatlar, fiyat geçiş tarihleri ve dönemsel indirimler gibi rekabet açısından son derece hassas bilgiler konusunda sürekli bir temas halinde buldukları anlaşılmaktadır.
- (346) Elde edilen yazışmalar bir bütün olarak ele alındığında üçlü (iki perakendeci ve SAVOLA) veya çok taraflı birçok iletişimin olduğu görülmektedir. Yazışmalarda SAVOLA aracılığıyla pazarın organize edildiği, perakendecilerin kendi aralarındaki bilgi akışının ve pazardaki fiyatların koordine edilmesinin SAVOLA üzerinden gerçekleştirildiği, perakendecilerin yönlendirmeleri/talepleri doğrultusunda SAVOLA'nın rakip perakendecilerin raf fiyatlarına müdahale ettiği, bunun yanında SAVOLA'nın da perakendecilerin fiyatlarının ve fiyat geçiş tarihlerinin koordinasyonunu sağlamak üzere aktif olarak girişimlerde bulunduğu ve böylelikle pazardaki fiyat geçişleri/artışları sayesinde menfaat sağladığı anlaşılmaktadır. Söz gelimi 08.04.2019 tarihli yazışmada perakendeciler arasındaki fiyat birlikteliğinin sağlanması adına SAVOLA'nın kararlılığı görülmektedir.
- (347) Örneğin 10.09.2019 tarihli yazışmada da görüldüğü üzere, MİGROS gelecekte (12.09.2019 itibarıyla) yapacağı fiyat geçişini SAVOLA ile paylaşmakta, SAVOLA ise ilgili bilginin A101 ile paylaşılacağını ve A101'in de bu bilgi paralelinde hareket edeceğini bildirmektedir. Dolayısıyla MİGROS, söz konusu bilginin rakipleri ile paylaşılacağını bilerek SAVOLA'ya ulaştırmakta, SAVOLA da MİGROS'un bilgilerini rakibi ile paylaşmaktadır. Yazışmada A101'in söz konusu bilgiyi alarak stratejik kararlarında kullanacağı bilgisi de vurgulanmaktadır.
- (348) Normal işleyen bir piyasada perakendecilerin, alım fiyatları ile bağlantılı olarak yeniden satış fiyatlarını kendi dinamikleri ve pazar koşulları çerçevesinde bağımsız olarak belirlemeleri; mevcut veya potansiyel rakiplerinin pazar davranışlarını etkileme ya da uygulamaya koymaya karar verdikleri veya planladıkları pazar davranışlarının rakiplere ifşası amaç veya etkisine sahip doğrudan veya dolaylı her türlü temastan kaçınmaları beklenmektedir. Ancak yazışmalardan görüldüğü üzere perakendeciler, uyguladıkları ve bunun da ötesinde uygulamayı planladıkları fiyatları rakiplere ulaşması riskine karşın sağlayıcı SAVOLA ile paylaşmaktadır. Bu kapsamda perakendecilerin paylaşmış olduğu fiyat bilgilerini sağlayıcı konumundaki SAVOLA'nın diğer perakendeci rakipler ile paylaşabileceğini bildiği ve/veya bilebilecek durumda olduğu, kaldı ki kendilerine dönük olarak da rakiplerin fiyatlama planlarının sıklıkla paylaşıldığı; hatta bu durumun perakendecilerce özellikle talep edilebildiği anlaşılmaktadır.
- (349) Yukarıda irdelendiği üzere, perakendecilerin SAVOLA'dan rakiplerinin fiyatlama davranış ve planlarına dair aldıkları bilgi doğrultusunda fiyat geçişlerini koordine ettikleri, fiyat geçişi sonrası bazı rakiplerin fiyat geçişini takip etmediği durumlarda fiyatlarını süratle eski seviyelerine çektikleri, yine rakiplerin fiyat geçişini takip etmemesi durumunda sebepleri araştırarak bu durumdan duyulan memnuniyetsizliği dile getirdikleri ve SAVOLA'yı müdahaleye yönlendirdikleri, böylelikle perakendecilerin SAVOLA aracılığıyla elde ettikleri bilgiyi stratejik kararlarında sürekli olarak kullandıkları görülmektedir. Dolayısıyla fiyat geçişlerinde rakiplerin de uygun bir şekilde hareket etmesinin beklendiği ve fiyat geçiş tarihlerinin uyumlaştırılması açısından

sağlayıcı SAVOLA'nın da önden bilgilendirildiği anlaşılmaktadır. Bunun sonucunda rakipler de söz konusu bilgiyi alarak kendi satış fiyatlarını konumlandırmaktadır.

(350) Örneğin 10.08.2018 tarihinde başlayan yazışmada MİGROS, SAVOLA'dan tüm pazarın organize edilmesini istemekte ve bu şekilde fiyatların yükseltileceğini bildirmektedir. Hatta yazışmanın devamında MİGROS, ŞOK'un fiyat geçmemesinden dolayı duyduğu rahatsızlığı dile getirmiş, SAVOLA da ŞOK'un fiyat geçişi yapacağı konusunda MİGROS'a güvence vermiştir. Yazışmanın devam eden bölümlerinden de yeni fiyat geçişi bizzat ŞOK CEO'suna onaylatılmak suretiyle ŞOK ve CARREFOURSA'nın fiyat geçişlerinin sağlandığı ve MİGROS'un fiyat geçişi yapmasının beklendiği anlaşılmaktadır. Bunun yanında yazışma içerisinde rakip perakendecilerin fiyat artışı yapıp yapmadıklarını kontrol etmek adına rakiplere ilişkin SAVOLA'dan kasa fişi, raf etiketi görseli veyahut raf fiyatı bilgisi istendiği ve bu çerçevede SAVOLA'nın söz konusu bilgileri paylaşmasının ardından MİGROS'un tatmin olduğu görülmektedir.

(351) Tüm bunların yanında yerinde incelemelerde elde edilen yazışmaların geneline bakıldığında;

- 13.11.2018 tarihli yazışma, 13.02.2019 tarihli yazışma ve 17.02.2020 tarihli yazışmalardan görüldüğü üzere, teşebbüsler arasında kurulan kartelin ve bu yönde gösterilen iradenin uygulamaya konulup konulmadığının sürekli olarak pazarda izlendiği,
- 06.04.2020 ve 20.04.2020 tarihli yazışmalardan görüldüğü üzere, uygulamada bir problemle karşılaşıldığında veya rakiplerin fiyat artırmaması durumunda fiyat geçişinden vazgeçilebildiği,
- Hatta 08.11.2018 ve 26.02.2019 tarihli yazışmalardan görüldüğü üzere, rakip perakendecilerin geçiş organizasyonunu sağlayamamaktan ötürü bir çeşit cezalandırma mahiyetinde SAVOLA'ya iade/fiyat farkı faturaları kesebildikleri,
- 03.10.2018 tarihli yazışma, 11.02.2019 tarihli ve devamındaki yazışma, 24.06.2019 tarihli yazışma, 23.10.2019 tarihli yazışma, 13.01.2020 tarihli yazışma, 27.02.2020 tarihli yazışma, 25.03.2020 tarihli yazışma, 05.04.2020 tarihli yazışma, 06.04.2020 tarihli yazışma, 07.04.2020 tarihli yazışma, 20.04.2020 tarihli yazışma, 08.02.2021 tarihli yazışma ve 17.02.2021 tarihli yazışmadan görüldüğü üzere, fiyat geçişi aşamasında dezavantajlı konuma düşmemek adına perakendecilerin fiyat geçişlerinde birbirlerini beklemek eğiliminde oldukları, geleceğe dönük fiyatlarını ve fiyat geçiş tarihlerini SAVOLA aracılığıyla paylaştıkları, SAVOLA'nın koordinasyonunda önce birinin geçmesi durumunda diğerlerinin de buna eşlik ettiği veya yine SAVOLA'nın koordinasyonu ile aynı anda geçişin sağlanmak istendiği,
- 07.04.2020 tarihli yazışma ve 20.04.2020 tarihli yazışmalardan görüldüğü üzere, fiyatı düşük olan rakibin fiyatının yukarı çekilmesinin istendiği ve SAVOLA aracılığıyla rakiplerin de buna eşlik etmesiyle pazardaki fiyatların yukarı çekildiği,
- Yine 02.10.2018 tarihli yazışma, 26.01.2019 tarihli yazışma, 21.02.2019 tarihli yazışma, 03.04.2020 tarihli yazışma ve 18.08.2020 tarihli yazışmadan görüldüğü üzere SAVOLA tarafından rakipler arasındaki fiyatların paylaşımına aracılık edildiği,



- 25.03.2020 tarihli yazışma, 01.04.2020 tarihli yazışma, 16.04.2020 tarihli yazışma, 17.09.2020 tarihli yazışma ve 21.10.2020 tarihli yazışmada *piyasanın organize edilmesine*, fiyat geçişlerinde piyasaya paralel hareket edilmesine ilişkin ifadelerin olduğu anlaşılmaktadır.

- (352) Yukarıda yer alan çok sayıdaki yazışmadan görüldüğü üzere SAVOLA, perakendeciler arasındaki fiyat anlaşmalarında bir merkez (hub) olarak kullanılmakta ve böylelikle piyasa organize edilmektedir. Örneğin 13.01.2020 tarihli yazışmada MİGROS, SAVOLA'dan önce A101 ve ŞOK fiyatlarının *halledilmesini* istediğini ardından kendisinin fiyatı geçebileceğini bildirmektedir. Benzer şekilde aynı yazışmanın devamında 16.01.2020 tarihli yazışmada MİGROS kendi fiyat geçiş tarihini SAVOLA'ya bildirmekte ve SAVOLA'nın bunu piyasaya duyurarak diğer perakendecileri *organize etmesi* beklenmektedir. 16.04.2020 tarihli yazışmada da CARREFOURSA ve MİGROS fiyatlarının aynı gün tanımlandığı ve piyasanın da bu yönde organize edildiği, MİGROS'un ayrıca A101 fiyatlarının da organize edilmesini istediği, A101'in de bu yönde organize edileceğinin bildirildiği görülmektedir. Yine yazışmalardan görüldüğü üzere, perakendeciler SAVOLA aracılığıyla dolaylı olarak birbirlerinin fiyatlarını paylaşmakta, SAVOLA üzerinden bu fiyatları takip etmekte ve yine bu şekilde fiyatlarını uyumlaştırmaktadırlar.
- (353) Perakendecilerin söz konusu davranışları 08.04.2019 tarihli yazışmada olduğu gibi bazı durumlarda iki perakendeci ve SAVOLA arasında gerçekleşirken, 05.07.2019 tarihli yazışmada olduğu gibi bazı durumlarda tüm perakendeciler<sup>124</sup> ve SAVOLA arasında şekillenmektedir.
- (354) Örneğin 08.08.2019 tarihli yazışmada görüldüğü üzere, A101 ile toplantı yapıp A101 bilgilerini alan SAVOLA bu bilgileri doğrudan MİGROS ile paylaşmış ve MİGROS'un fiyatlarını yükseltmesi durumunda A101'in de buna eşlik edeceğini bildirmiştir. Yazışmanın devamında CARREFOURSA'nın da fiyatları geçeceği bilgisinin MİGROS'la paylaşıldığı görülmektedir. Yine 10.03.2020 tarihli yazışmada görüldüğü üzere, iki rakip perakendeci ve bir tedarikçi/sağlayıcı arasında geçen konuşmada piyasanın organize edilmesi planlanmaktadır.
- (355) Öte yandan perakendecilerin raf fiyatlarının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlanmasında ve bunlar arasında geleceğe dönük fiyatlar, fiyat geçiş tarihleri, dönemsel aktiviteler ve kampanyalar gibi rekabete hassas bilgilerin dolaylı yoldan paylaşımına aracılık edilmesinde SAVOLA'nın da menfaati ve elde ettiği bilgiyle pazar koşullarını etkileme motivasyonu bulunduğu; nitekim esasen daha önce de vurgulandığı üzere SAVOLA'nın fiyat geçişlerinde düzenli olarak piyasayı organize etmeye çalıştığı zira piyasayı organize ettiğinde fiyat artışından doğrudan menfaat sağladığı, edemediğinde ise perakendeciler tarafından bu durumdan şikâyetçi olunduğu ve bazı durumlarda iade faturaları ile cezalandırılabilirdiği bu bakımdan söz konusu koordinasyonun bu tür bir cezalandırma riskini de bertaraf ettiği; dolayısıyla perakendeciler arasında SAVOLA ürünlerine ilişkin raf fiyatları ve fiyat geçişleri konusunda danışıklılığın sağlanması ve bu danışıklılığın sürdürülmesi hususunda SAVOLA'nın da bilinçli ve istekli bir şekilde hareket ederek gerekli bilgi akışını yoğun şekilde sağladığı; başlangıcı 2018 yılı ortalarına denk gelen bu faaliyetlerin sürdürülmesinin devam ettiği 2021 yılı Şubat ayına kadar sürdürüldüğü değerlendirilmektedir.

<sup>124</sup> Yazışmalarda da görüldüğü üzere piyasa veya pazardan kastedilen soruşturmaya taraf beş büyük perakendecidir (A101, BİM, CARREFOURSA, MİGROS ve ŞOK).

(356) Sonuç olarak;

- a. A101, BİM, CARREFOURSA, MİGROS ve ŞOK ile birlikte SAVOLA'nın kendi ürünleri bakımından söz konusu perakendeciler arasında raf fiyatları ve fiyat geçişleri konusunda danışıklılığın/koordinasyonun sağlanması ve bu danışıklılığın sürdürülmesi, yine bu çerçevede perakendecilerin geleceğe dönük fiyatları ve fiyat geçiş tarihleri gibi rekabete hassas bilgilerinin paylaşımına aracılık etmek yönüyle açıkça perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip topla-dağıt/hub and spoke kartel görünümünde ortaya çıkan anlaşmalar veya uyumlu eylemler yoluyla 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği ve bu ihlal nedeniyle perakendeciler ile birlikte ve eşit derecede sorumlu olduğu,
- b. Açık ve ağır ihlal niteliğindeki, kartel teşkil eden bu davranışların 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan muafiyet koşullarını sağlamasının mümkün olmadığı, bu bakımdan bu hususa ilişkin olarak detaylı bir değerlendirmeye yer olmadığı,
- c. Bu çerçevede SAVOLA hakkında 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca idari para cezası uygulanması gerektiği,

kanaatine varılmıştır.

### **I.3.2.2. SAVOLA'nın Yeniden Satış Fiyatını Belirlemesine Yönelik Tespit ve Değerlendirmeler**

#### **I.3.2.2.1. Yeniden Satış Fiyatının Belirlenmesine Yönelik Tespitler**

(357) Soruşturma kapsamında SAVOLA'da yapılan yerinde incelemede elde edilen, 24.01.2017 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....) tarafından bir grup SAVOLA çalışanına gönderilen "Re: Migros Snf Raf Fiyatı hk." konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

"(...)

*Migros'ta Yudum Snf 5 lt Tnk 27,50 tl ile rafta yer alırken Migros Snf 5 lt Pet 25,50 tl dir.*

"(...)"

(358) Söz konusu e-postaya cevaben SAVOLA çalışanı (.....) tarafından gönderilen e-postada, "mağaza bazlıdır (.....) tr kontrol ettiniz mi" ifadesi yer almaktadır. İlgili e-posta silsilesinde son olarak SAVOLA çalışanı (.....) tarafından SAVOLA çalışanı (.....) gönderilen cevap e-postasında, "(.....) Merhaba, Tüm Türkiye maalesef müdehale ediyorum." ifadeleri yer almaktadır.

(359) SAVOLA'da yapılan yerinde incelemede elde edilen, 16.03.2017 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....) tarafından bir grup SAVOLA çalışanına gönderilen "Migros Bölgesel Fiyatlarda Bozuk Fiyat Olan Mağazalar" konulu e-postada aşağıdaki ifadeler ve ekran görüntüsüne yer verilen tablo bulunmaktadır:

*"Migros bölgesel raf fiyatları bozuk olan ürünlerde, fiyatları bozuk olarak görüp uyguladığı mağazalar tablodaki gibidir."*

| 15.03.2017 |                |              | 16.03.2017 |                |              |        |
|------------|----------------|--------------|------------|----------------|--------------|--------|
| Bölge      | Yudum          | Sırma        | Bölge      | Yudum          | Sırma        |        |
|            | Ayçiçek<br>5lt | Mısır<br>5lt |            | Ayçiçek<br>5lt | Mısır<br>5lt |        |
| ADANA      | 32,9           | 32,9         | ADANA      | 32,85          | 32,9         |        |
| ANTALYA    | 32,9           | 32,9         | ANTALYA    | 32,9           | 32,9         |        |
| ESKİŞEHİR  | 32,9           | 32,9         | ESKİŞEHİR  | 29.90          | 28.90        | ÇAĞDAŞ |
| GAZİANTEP  | 32,9           | 32,9         | GAZİANTEP  | 32,9           | 32,9         |        |
| İSTANBUL   | 32,9           | 32,9         | İSTANBUL   | 31.90          | 31.90        | KİPA   |
| ANKARA     | 32,9           | 32,9         | ANKARA     | 29.90          | 28.90        | ÇAĞDAŞ |
| BURSA      | 32,9           | 32,9         | BURSA      | 29.90          | 28.90        | ŞAYPA  |
| DENİZLİ    | 32,9           | 32,9         | DENİZLİ    | 32,9           | 32,9         |        |
| DİYARBAKIR | 32,9           | 32,9         | DİYARBAKIR | 32,9           | 32,9         |        |
| İZMİR      | 32,9           | 32,9         | İZMİR      | 32,9           | 32,9         |        |
| KAYSERİ    | 32,9           | 32,9         | KAYSERİ    | 32,9           | 31.90        |        |
| SAMSUN     | 32,9           | 32,9         | SAMSUN     | 30.90          | 31.90        | MAKRO  |
| TEKİRDAĞ   | 32,9           | 32,9         | TEKİRDAĞ   | 29.90          | 28.90        | ONUR   |
| TOKAT      | 32,9           | 32,9         | TOKAT      | 32,9           | 32,9         |        |

- (360) Söz konusu e-postaya cevaben SAVOLA çalışanı (.....) tarafından bir grup SAVOLA çalışanına gönderilen e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“(...)

(.....), burda en önemli nokta sende .. çok acil çağdaşı yükseltmen lazım. Rafsa bu çok düşük kalmış..

(...)”

- (361) SAVOLA’da yapılan yerinde incelemede elde edilen, SAVOLA çalışanı (.....) tarafından 16.02.2018 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....)’e gönderilen ve bilgi kısmında SAVOLA çalışanları (.....)’in yer aldığı “Yunus Egemden Raf Fiyatları hk” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler ve e-postada adı geçen ürün fiyatlarının bulunduğu tablo yer almaktadır:

“(.....) Bey merhabalar,

Egemden Yunus Ümitköy, Balgat2, Okyanus, Akdere, Çakırlar 1 şubelerine ait raf fiyatları aşağıdaki gibidir. Bu mağazaların internet alverişine açık olduğundan fiyatların bu şekilde olduğunu belirttiler. Fakat diğer şubelerde de Yoğun Lezzet ve Yumuşak Lezzet 97,90 tl ile rafta yer almaktadır.

- Ayrıca 5L Tnk sku etiketlerinde Egemden yerine Yudum olarak yer almaktadır. Egemden revize için yardımlarınızı rica ederim.

...”

- (362) Aynı e-posta silsilesinin devamında 16.02.2018 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....) tarafından SAVOLA çalışanı (.....)’e gönderilen bilgi kısmında SAVOLA çalışanları (.....) ve (.....)’in bulunduğu “RE: Yunus Egemden Raf Fiyatları hk” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“(.....) merhaba,

Söylediğin gibi mağaza bazlı fiyatlar var. Bu rekabet, lokasyona bağlı müşteri profili, internet satışı v.s sebeplerden dolayı. Dolayısı ile müdahale durumumuz sınırlı.

*Riviera fiyatları ise normal 19,95 tl ve 38,95 tl diğer şubelerde. Sızma 5 lt tenekelerde ise yumuşak 94,90 ve yoğun 99,90 olarak düzelterekler. Arkadaşlar kontrol etsinler lütfen.*

...

- (363) SAVOLA'da yapılan yerinde incelemede elde edilen, 11.05.2018 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....) tarafından CARREFOURSA çalışanı (.....)'e gönderilen, CARREFOURSA çalışanı (.....) ve SAVOLA çalışanı (.....)'in bilgide olduğu "C4 Yudum Egemden Yumuşak Lezzet 1 Lt Gdi Bozuk Fiyat" konulu e-postada:

...

*Gdi aktivite de bulunan yumuşak lezzet 1 lt ürün fiyatı anlaşılın 18.50 tl "di. Tarihi de farklıydı ve aktivite 17.50 fiyat üzerinden çıkmış.*

*Fiyat başka planlanmış aktivitelerde bizi zor durumda bıraktı.*

*Acil 18.50 fiyat uzerinden revize icin desteklerinizi ve donusuzu rica ederim*

...

ifadeleri yer almaktadır.

- (364) SAVOLA'da yapılan yerinde incelemede elde edilen ve SAVOLA çalışanı (.....) ile "Migros (.....)" olarak kayıtlı MİGROS çalışanı arasında gerçekleşen Whatsapp görüşmesinde;

05.07.2018 tarihinde;

*"Migros (.....): Gunaydin abi*

*Yarin itibariyle 5 lt dap fiyatini 34,95 yapıyorum bilgine*

*(.....): Günaydın Diğerleri ne oldu?*

*Migros (.....): Diğerleri yapıldı zaten bu urun bim endeksinde diye ekstra bir durum vardı*

*(.....): 4\*1,25 ve 1 lt yumuşak lezzet ne zaman düzeliyor?*

*Bu fiyatlar da bana ciddi zarar veriyor*

*Migros (.....): 4x1,25 fiyatı da yarin düzeliyor*

*Ancak 1 lt zyagi stok cok var gor inandan kalan o bir sure devam edecek"*

ifadeleri yer almaktadır.

17.07.2018 tarihinde;

*"(.....): (Onur Market'e ait olduğu değerlendirilen Yudum Ayçiçek Yağı 5 Lt Teneke görsel paylaşılmıştır.) Onur Özen fiyatı yükseltmiş*

*Migros (.....): Kasa fisi var mı*

*(.....): Aldıracağım hemen*

*("Yudum Ayçiçek Yağı 5 Lt" ürününe ait fiyatın 34,95 TL olduğu Onur Market kasa fişi görseli paylaşılmıştır.)*

*Migros (.....): Istanbulu düzelttim*

*Ancak ankara eskisehir cagdas fiyatlarında problem var"*

ifadeleri yer almaktadır.

- (365) 03.10.2018 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....) ile "Migros (.....)" olarak kayıtlı MİGROS çalışanı arasında gerçekleşen Whatsapp görüşmesinin devamında;

*"(.....): Merhaba kardeşim. Konu 1) Komili 5lt her yerde 35TL nin altında siz 4lt yi 29.90TL bastınız ???*

*Konu 2)Siz Yudum 5lt yi 35.90 bastıktan sonra (.....) size bakıp 36.90 basmış. Çağrıda insert yok.Fiyatımızı yukarı çekmeye çalışıyoruz. Lütfen yanımızda olun.*

*Selamlar*

*Migros (.....): Abi insert başlayana kadar fiyat düzelirse sorun yok ben de dediğin fiyatı basarıl*

Basarim

Ama cagdas vs hep 35,90

Komili 33,90 fiyatı yarin bir kontrol ettireceğim

Haftasonu özel olabilir

Eski maldır yani

(.....): Zaten (.....) bitiyor ertesi gün sen başlıyorsun.

Aman sürpriz olmasın.

Yanarız. 35.90 da sizin istediğiniz oldu. Bu insert için söz verdiniz 37.90

a...

Migros (.....): Abi biliyosun biz en ucuz basma derdinde değiliz ama en ucuza da eşit olmalıyız

İnsert başlayana kadar fiyatlarda sorun olmazsa 37,90 basarız

İyi geceler gorusuruz

(.....): Eyvallah kardeşim benim. Çok teşekkür ediyorum. İyi geceler.”

ifadeleri yer almaktadır.

(366) 14.11.2018 tarihinde “Strategy team” isimli Whatsapp grubunda;

“(.....): <sup>iletildi</sup>5 lt ler için 32,00 dahil dar pet maliyeti 33 dahil tnk maliyeti istiyorum.

<sup>iletildi</sup>Bana 1 üründe derin kasa aktivitesi gerekiyor.

(.....) Bey bugün C4 aralık aktivite ürünlerinde tavsiye satış ve maliyetleri netleştirmemiş lazım (.....)'nın talebi yukarıdaki gibi

(.....): maliyet kolay

satis fiyatlarını belirlyb ltfp

migros paralelinde

aralık basi hafthaftha iki insert dahil

(.....): Belirleyelim dap 35,90 teneke 36,90 olarak mı ilerleyeceğiz

(.....): (.....) mudurun bilir

(.....): Abi gerçekten ne olacaksa netleştirip yönetelim iki müşteriyide biz yönetiyoruz . Fiyatı biz gol yenileceğimiz şekilde tek fiyat ile yönetmeliyiz

Bu arada Migros 22 Kasım kataloğuna 32,90 tl fiyat ile Komili 5 lt teneke girecek”

ifadeleri yer almaktadır.

(367) 01.12.2018 tarihinde “Strategy team” isimli Whatsapp grubunda;

“(.....): ŞOK'a ait insert afişinde Yudum Ayçiçek yağı 5 LT ürününün 35,75 TL olarak yer aldığı görsel ile Yudum Ayçiçek Yağı 2 Lt ürünün 11,90 TL olarak yer aldığı raf görseli paylaşımı)

(.....): Ha s.....

3575

diyo

(.....): Bende inanamadım

15 krş düşük basmışlar

(.....): olmamışss

s...<sup>125</sup>

migros 3490 ısıtıcekk

kotunoldu

cokkotuuu

olmadı SOK

görmeme sansında yok

<sup>125</sup> Argo ifade

(.....): 35.75 sende yap diyeceğiz.35.90 olduğunda sorun olmuyor 35.75 olunca mı sorun yapacak Migros?

(.....): mogrpsun oyle 75lı fiyatı var mıü  
insallahhh

(.....): O halde 35.90 yapacak.

(.....): süper

konusun

aksilik olmasin

umarin ins

nezir

bu arada

(.....): Discount olmadığını hatırlatırız kendisinin.Bize yeterince kelek attı

(.....): yumusaj aktivite iptal ona gore

gerek yok

lazim degilbartik

(.....): (alıntılanan mesaj: “yumusaj aktivite iptal ona gore”) crr

(.....): yes

(.....): Ok (.....)'ya söyledim.”

ifadeleri yer almaktadır.

(368) 27.01.2019 tarihinde *Strategy team*” isimli Whatsapp grubunda;

“(.....): (Çeşitli marketlere ait raf görselleri paylaşılmıştır.)

SOK Yoğunlar 2190dan satiyor

acil buna yarin mudahae

raf etiketleri değişecek

tnk de ayni !!!

(.....): 5lt yi dışarıdan almışlar herhalde.aksiyonda 4 günde bitmişti”

ifadeleri yer almaktadır.

(369) SAVOLA’da yapılan yerinde incelemede elde edilen SAVOLA çalışanı (.....) tarafından

11.02.2019 tarihinde A101 çalışanı (.....)’e gönderilen ve bilgi kısmında SAVOLA

çalışanları (.....), (.....)’nun ve A101 çalışanı (.....)’ün bulunduğu “ydm ayc fiyatlar”

konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“Herkes sIm,

Ydm ayc elimizdeki maliyetleri cok iyi degerlendirelim

eski mevcut bu fiyatlar yukari cikmali

bu ay cikmadik elbette ama gelecek ay nasıl olacak konuslim.

Bu ay ay basina gore %3-4puan daha artti yag aycicek yok piyasada sevgiler

...”

(370) 21.02.2019 tarihinde, “*Strategy team*” isimli Whatsapp grubunda;

“(.....): (CARREFOURSA'ya ait internet sitesinde indirim girdiği değerlendirilen Yudum Ayçiçek Yağı 5 Lt ürününü içeren görsel paylaşılmıştır.)

Bundan haberiniz yok dimi canlarimmm

(.....): Haberim var bugün toplantıda (.....) ile konuştum Ankara bölge deri Migros'tan ve Yerelden dolayı bende siteyi açınca direk çıkıyor genel dedim

Kontrol etti öyle gözüküyor ama mağaza seçince alamıyorsun pazarlamaya yazdı bugün o yüzden ben burda yazma ihtiyacı duymadım abi

(.....): heryerde var

ben mağazada gordum bıgun aksam

bakarsınız yarın

tum TR



(.....): Biz Ankara yı düzeltmeye çalışırken....

(.....): Cuma günü fiyat düzelecek 5 lt teneke Carrefour'da

(.....): neden yapmış

senin neden ben uyarınca haberin oluyor

(.....):Abi Benim önceden haberim vardı dün toplantıda görüştük

Yazdım ya oda Ankara bölgeye yapılmış dedi sonra Pazarlamaya sordu pazarlamada bugü. Dönüş yaptı detayı

...

ifadeleri yer almaktadır.

- (371) SAVOLA'da yapılan yerinde incelemede elde edilen, 01.03.2019 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....) tarafından teşebbüs çalışanları (.....) ve (.....)'ya gönderilen "2lt yudum c4 migros raf oneri degisiklik21.90" konulu e-postada;

"

...

2lt yudum c4 migros raf oneri degisiklik21.90 bugun atılsın rica

..."

ifadesi yer almaktadır. E-posta içeriğinde MİGROS'un "Sanal Market" uygulamasından alındığı anlaşılan Yudum Ayçiçek Yağı 2 L ürününün fiyatının 20,90 TL olduğunu gösterir görsel paylaşılmıştır.

- (372) Aynı e-posta silsilesinin devamında 01.03.2019 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....)'dan CARREFOURSA çalışanı (.....)'e gönderilen "FW:2lt yudum c4 migros raf oneri degisiklik21.90" konulu e-postada;

"

...

Yapacağın aktiivte için aşağıdaki ürünün tavsiye raf fiyatı 21,90 Tl olarak revize edilmesi için desteğini rica ederim. Dönüşüne istinaden piyasada geçiş yapılacaktır.

..."

denilmektedir.

- (373) 13.05.2019 tarihinde "Strategy team" isimli Whatsapp grubunda;

(.....): Onur yarın fiyatı düzeltirse Çarşamba Migros düzelterek

(.....): Onur 11 Mayıs'ta bitti

Şuan komili 3350 var

(.....): Konuştum 39,95 tl imiş

Fiş istedim gelsin Migros'a göndereceğim düzelterekler

(.....): O zaman da 39.95 yapar Migros.yine sıkıntı

(.....): (.....) diyor geçmezler 43,50 tl ye

(...)

(.....): Ne yapacağız

Onur 43,50 ye çıkması lazım

(.....) Bey sizden destek rica ediyoruz

Yoksa tüm piyasa etkilenecek

Şokta Migros fiyatına göre teklif istiyor görmüş"

ifadeleri yer almaktadır.

- (374) SAVOLA'da yapılan yerinde incelemede, SAVOLA çalışanı (.....) tarafından 07.10.2019 tarihinde A101 çalışanları (.....) ve (.....)'e gönderilen bilgi kısmında SAVOLA çalışanı (.....)'nun bulunduğu "RE: Yudum ayçiçek uygulama listesi/10Ekim /A101/hatırlatma" konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

"Hata mı var ? Anlayamadım (.....) Bey.

Konuştuğumuz gibi talebiniz üzere 31,25TL'ye göre hazırladık maliyeti?"

- (375) Aynı e-posta silsilesinin devamında A101 çalışanı (.....) tarafından 07.10.2019 tarihinde SAVOLA Kanal Satış Yöneticisi (.....) ve A101 çalışanı (.....)'e gönderilen bilgi kısmında SAVOLA çalışanı (.....)'nun bulunduğu "RE: Yudum ayçiçek uygulama listesi/10Ekim /A101/hatırlatma" konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

"Merhaba,  
Satış fiyatı 38,95 olacaktı. Öyle konuşmuştuk, marjımızı da buna göre koruyacaktınız.  
İyi Çalışmalar  
..."

- (376) 4,5 litrelik ürünler üzerinden yapılan yazışmalarda gönderilen fiyat listelerinde 1,25 litrelik ürünün de fiyatında değişiklik öngörülmesi üzerine A101 çalışanı (.....) tarafından 15.10.2019 tarihinde SAVOLA Kanal Satış Yöneticisi (.....) ve A101 çalışanı (.....)'e gönderilen bilgi kısmında SAVOLA çalışanı (.....)'nun bulunduğu "RE: Yudum ayçiçek uygulama listesi/10Ekim /A101/hatırlatma" konulu e-postada;

"Merhaba,  
1,25 neden geçiyoruz?  
İyi Çalışmalar  
..."

denilmektedir.

- (377) Söz konusu e-postaya cevaben SAVOLA çalışanı (.....) tarafından 15.10.2019 tarihinde A101 çalışanları (.....) ve (.....)'e gönderilen bilgi kısmında SAVOLA çalışanı (.....)'nun bulunduğu "RE: Yudum ayçiçek uygulama listesi/10Ekim /A101/hatırlatma" konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

"Merhaba (.....) Bey,  
Kurlardaki yukarı yönlü hareket nedeniyle (maliyet artışına dayalı)  
Tüm piyasada 1lt de 14,95TL raf fiyatına geçiyoruz.  
..."

- (378) SAVOLA'da yapılan yerinde incelemede elde edilen, 01.09.2020 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....) tarafından bir grup SAVOLA çalışanına gönderilen "RE: RAF FİYAT GEÇİŞLERİ HAKKINDA" konulu e-postada aşağıdaki ifadeler ve Yudum markalı ürünlere ilişkin CARREFOURSA ve MİGROS'un internet sitesindeki fiyatlarının ekran görüntüleri yer almaktadır:

"...  
Cuma günü de 5lt ler geçecek...  
..."

- (379) 01.09.2020 tarihinde yukarıda yer verilen e-posta iletilerek SAVOLA çalışanı (.....) tarafından MOPAŞ çalışanı (.....)'e gönderilen e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

"...  
Özetle; Stoklar çok değerli ve beraber kayıp yaşamamak adına, önceden paylaştığımız yavsiye<sup>126</sup> raf fiyatlarından ilerlemenin şu dönemde çok anlamlı ve değerli olacağını öngörüyorum.  
Sendeki fiyatlar 13,90 ve 24,90 – 48,90  
Tavsiye Çalışılan 17,25 – 27,90 – 55,90 (Cuma)  
..."

<sup>126</sup> "Tavsiye" ifadesinin kastedildiği değerlendirilmektedir.

- (380) Söz konusu e-postaya cevaben MOPAŞ çalışanı (.....) tarafından SAVOLA çalışanı (.....)'e gönderilen e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“(.....) müdür

Merhaba;

*Fiyatların böyle dengesiz olan bir ortamda, zaten yükselecek olan fiyatlara niye müdahale edipte panik havası veriyorsunuz anlamakta güçlük çekiyorum.*

*Bırakın piyasa kendi halinde hareket etsin*

*Rakip yerel zincirler Ayçiçek yağı hala 39,95 tl satıyor, satmaya devam ediyor*

...”

- (381) SAVOLA’da yapılan yerinde incelemede elde edilen, 30.09.2020 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....) tarafından A101 çalışanları (.....) ve (.....)’ye gönderilen, SAVOLA çalışanları (.....), (.....) ve A101 çalışanı (.....)’in bilgide olduğu “RE: Savola Aktivite Teklifleri Hk” konulu e-postada;

“ ...

*İlgili dönemde belirttiğimiz derinlikte tavsiye satış fiyatlarına geçilirse 10,55+kdv üzerinden dönüş alınacaktır.*

*Bu konuda onayınızı rica ederim.*

...”

ifadeleri yer almaktadır.

- (382) Aynı e-posta silsilesinin devamında 30.09.2020 tarihinde A101 çalışanı (.....)’den SAVOLA çalışanı (.....) ve A101 çalışanı (.....)’ye gönderilen, SAVOLA çalışanları (.....), (.....) ve A101 çalışanı (.....)’in bilgide olduğu e-postada;

“ ...

*Derinlik ve marj oranlarımızı ilettim. Bu oranlara uygun olduğu sürece mutabıkız*

...”

ifadeleri yer almaktadır.

- (383) SAVOLA’da yapılan yerinde incelemede SAVOLA çalışanı (.....)’in bilgisayarında elde edilen “NADISC. Takip Konular 04.12.2020” isimli sunum dosyasında;

“ ...

*Piyasa raf fiyatlarımızı tüm kanallarda yukarı çekerek çok yakın fiyatlara oturtmamız gerekiyor.*

...”

ifadeleri yer almaktadır.

- (384) SAVOLA’da yapılan yerinde incelemede elde edilen, bir grup SAVOLA çalışanı arasında geçen “RE: Güncel Raf Fiyat” konulu 21.12.2020 tarihli mail silsilesinde, öncelikle SAVOLA çalışanı (.....) tarafından gönderilen e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“ ...

*Talep etmiş olduğunuz Na-discount güncel raf fiyatları sahadan kontrolleri sağlanmış olup, ekte yer alan tablodaki gibidir.*

...”

- (385) Söz konusu e-postanın akabinde (.....) tarafından gönderilen e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

*“Teşekkürler (.....), A101’de Komili’ler denemede olması lazım onları da ekleyebilir misin. Bir de rafa alınırlarsa bize bilgi döner misin, bu önemli.*

*@(.....) 5 lt teneke fiyatlarını ne zaman yukarı çekeceksin?*

*Teşekkürler,”*

- (386) E-posta silsilesinin devamında SAVOLA çalışanı (.....) tarafından gönderilen e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“@.....) 5 lt teneke fiyatlarını ne zaman yukarı çekeceksin?

Merhaba (.....) Bu sorunun cevabı ekteki saat 16.00 da gönderdiğim mailde var.

Soruyu (.....) Müdürümün cevaplamasında fayda görüyorum...Zira Çarşamba günü 79.90TL göreceğiz Migrosta(İstanbul-Ankara hariç)...”

- (387) Söz konusu e-posta silsilesinin devamında SAVOLA çalışanı (.....) tarafından gönderilen e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır;

“Bizim kanal zaten patladı ama yılı kapatalım bari demek istiyoruz çıkışımız yok ürün alamıyoruz. Her yerden organize ticaret , e ticaret fotoğrafları geliyor kimseye stok yapmaya ikna edemiyoruz.

Yılsonu hepimizi etkileyecek!!! (.....) müdürüm istanbul ankara dediğin bende 2000 ton!! Ne maliyetim var ne uygulamam. Hangi nokta migros raf fiyatının üstünde maliyetle ürün alır? İstanbul ankara fiyat ne olacak?”

- (388) İlgili e-posta silsilesinde son olarak SAVOLA çalışanı (.....) tarafından gönderilen e-postada aşağıda ifadeler yer almaktadır:

“(.....) Müdürüm,

Bu sorunun da cevabı (.....) Müdürümde seninde bildiğin gibi..

Operasyonu bizzat takip ettiğin ve şahit olduğun halde bu soruyu bana yöneltmen hayret verici.

Bir daha hatırlatayım o halde, Migros 75,45 e geçip 10 gün o fiyatta bekledi fakat biz yereli aynı seviyeye çekemeyince o seviyeye indi.

Lafın özü Çarşamba günü (.....) Müdürüm ilgili müşterilerini 75,45 yaparsa 75,45TL olacak, 79,90TL yaparsa 79,90TL olacak...

Ayrıca bu mailleri silmeyi unutmayın derim...”

- (389) SAVOLA’da yapılan yerinde incelemede elde edilen, SAVOLA ve GROSERİ çalışanları arasında geçen “RE: Raf fiyat eşitleme hk.” konulu e-posta silsilesinde ilk olarak; 15.01.2021 tarihinde GROSERİ çalışanı (.....) tarafından SAVOLA çalışanı (.....)’a gönderilen e-postada aşağıdaki ifadeler ve ekran görüntüsüne yer verilen tablo bulunmaktadır:

“(.....) bey

Rakip raf fiyatlar aşağıdaki şekilde olup kurala göre eşitleme yapılacaktır. Acil dönüş rica olunur.”

|           |                         | GROSERİ    |             | ÇETİNKAYA  |             | CARREFOUR  |             | MIGROS     |             | BRAVO      |             |
|-----------|-------------------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|
| STOKKOD   | ÜRÜN İSMİ               | RAF FİYATI | İND. FİYATI | RAF FİYATI | İND. FİYATI | RAF FİYATI | İND. FİYATI | RAF FİYATI | İND. FİYATI | RAF FİYATI | İND. FİYATI |
| 01UNI4007 | YUDUM A.YAĞI 5LT TNK(4) | 85,45      |             | 74,95      |             | 74,95      |             | 79,40      |             | 73,50      |             |

- (390) Söz konusu e-posta silsilesinin devamında 18.01.2021 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....) tarafından GROSERİ çalışanı (.....)’ya gönderilen e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır;

“(.....),

Raf fiyatını 79,40 yapalım

...”

- (391) Söz konusu e-posta silsilesinin devamında 18.01.2021 tarihinde GROSERİ çalışanı (.....) tarafından SAVOLA çalışanı (.....)’a gönderilen e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır;

“(.....) bey

Kurala göre rafta en iyi ikinci fiyat Çetinkaya ve carrefour fiyatına 74,95 e eşitlememiz gerekmektedir.”

- (392) Söz konusu e-posta silsilesinin devamında 18.01.2021 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....) tarafından GROSERİ çalışanı (.....)'ya gönderilen e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır;

“(.....),

25.01.2021 tarine kadar 74,95 yapalım 26 sın da fiyatı güncelleme yapalım.”

- (393) Söz konusu e-posta silsilesinin devamında 18.01.2021 tarihinde GROSERİ çalışanı (.....) tarafından SAVOLA çalışanı (.....)'a gönderilen e-postada aşağıdaki ifadeler ve ekran görüntüsüne yer verilen tablo bulunmaktadır;

“(.....) Bey;

Aşağıda ki şartlara göre 19-25/01/2021 tarihleri arası işleme alınmıştır 2. İskonto farkı satışa fark olarak tarafınıza dönülecektir, Bilgilerinize.”

| Sıra | Barkod        | Stokkod   | Ürün Adı                 | KDV | Yeni Alış Fiyatı | İnd1  | İnd2  | Yeni Satış Fiyatı |
|------|---------------|-----------|--------------------------|-----|------------------|-------|-------|-------------------|
| 1    | 8690876011051 | 01UNI4007 | YUDUM A.YAGI 5LT TNK(4). | 8   | 82               | 13,08 | 12,28 | 74,95             |

- (394) Söz konusu e-posta silsilesinin devamında 03.02.2021 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....) tarafından GROSERİ çalışanları (.....) ve (.....)'ya gönderilen e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“(.....),

Rakip eşitleme konusun da yazışım ok veriyorum,, fakat bu fiyat rafa yansımadiğini gördüm aşağıda fiyat bunu sana görsel olarak da whsaptan attım.

Aşağıdaki uygulamayı neden yapılmadı bilmiyorum ve bunu niçin de fark kesmeyelim.

Etkeli uygulama için de 15.02.2021 tarihine kadar 79,95 yapalım. Raf da yine aynı sorunla karşılaşmayız umarım”

- (395) Söz konusu e-posta silsilesinin devamında 03.02.2021 tarihinde GROSERİ çalışanı (.....) tarafından SAVOLA çalışanı (.....)'a gönderilen e-postada aşağıdaki ifadeler ve ekran görüntüsüne yer verilen tablo bulunmaktadır;

“(.....) Bey;

Aşağıda ki şartlara göre 04-15/02/2021 tarihleri arası işleme alınmıştır 2. İskonto farkı satışa fark olarak tarafınıza dönülecektir,

Bilgilerinize.

Not: Etiket kontrolü için mağazalar uyarılacaktır, bilgilerinize.”

| Sıra | Barkod        | StkID | Stokkod   | Ürün Adı                 | KDV | Yeni Alış Fiyatı | İnd1  | İnd2 | Yeni Satış Fiyatı |
|------|---------------|-------|-----------|--------------------------|-----|------------------|-------|------|-------------------|
| 1    | 8690876011051 | 498   | 01UNI4007 | YUDUM A.YAGI 5LT TNK(4). | 8   | 82               | 13,08 | 6,43 | 79,95             |

- (396) Söz konusu e-posta silsilesinde son olarak 03.02.2021 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....) tarafından GROSERİ çalışanı (.....)'a gönderilen e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır;

“(.....),

Ok ama raf da aynı durumu yaşamayalım lütfen tüm mağazalara bilgi ve denetim yapalım.”

ifadeleri yer almaktadır.

### I.3.2.2.2. Yeniden Satış Fiyatının Belirlenmesine Yönelik Değerlendirme

- (397) Yukarıda yer verildiği üzere, yerinde incelemelerde, SAVOLA tarafından alt pazardaki perakendecilerin yeniden satış fiyatlarının belirlenmesine dönük olarak çok sayıda belge elde edilmiştir. Bu belgelere ilişkin tespit ve değerlendirmeler, benzer içerikli belgeler bir arada ele alınmak suretiyle aşağıda özet halinde sunulmuştur:
- 24.01.2017 tarihli yazışma, 11.05.2018 tarihli yazışma, 14.11.2018 tarihli yazışma, 27.01.2019 tarihli yazışma, 01.03.2019 tarihli yazışma, 15.10.2019 tarihli yazışma, 01.09.2020 tarihli yazışma, 21.12.2020 tarihli yazışma, 15.01.2021 tarihli yazışma ve 18.01.2021 tarihli yazışmadan görüldüğü üzere SAVOLA, belgelerde adı geçen perakendecilerin satış fiyatlarına doğrudan müdahalede bulunmuş ve söz konusu perakendecilerin fiyatlarını tespit etmiştir.
  - 05.07.2018 tarihli yazışma, 07.10.2019 tarihli yazışma ve 18.01.2021 tarihli yazışmalardan perakendecilerin, SAVOLA'nın fiyat tespitleri ve müdahaleleri doğrultusunda fiyatlarını uyguladıkları ve/veya uygulamayı taahhüt ettikleri görülmektedir.
  - Benzer şekilde 16.03.2017 tarihli yazışma, 01.12.2018 tarihli yazışma ve 21.02.2019 tarihli yazışmalardan görüldüğü üzere SAVOLA tarafından, perakende raf fiyatlarının yakından takip edildiği ve fiyatları istenen düzeyde olmayan perakendecilerin raf fiyatlarının yukarı çekildiği anlaşılmaktadır.
  - 16.02.2018 tarihli yazışmadan, pazar koşullarından dolayı tüm fiyatlara müdahale edilemediği durumlarda dahi en azından belirli ürünlerin fiyatına müdahale yoluyla yeniden satış fiyatlarının belirlendiği görülmektedir.
  - 17.07.2018 tarihli yazışma ve 13.05.2019 tarihli yazışmalardan görüldüğü üzere SAVOLA tarafından, fiyat geçişi yapmakta isteksiz davranan perakendecilerin, diğer perakendecilerin fiyatlarının geçirilmesi suretiyle teşvik edildiği anlaşılmaktadır.
  - 30.09.2020 tarihli yazışmadan, raf fiyatlarının arzulan seviyelerde belirlenmesini teminen perakendecilerin avantajlı alış fiyatı sağlanmak suretiyle teşvik edilmesi yoluna gidilebildiği görülmektedir.
- (398) Öte yandan, SAVOLA bünyesinde farklı ticaret kanallarına bakan yöneticiler arasında gerçekleştirilen 21.12.2020 tarihli yazışmada yer alan, ilgili e-postaların ve yazışmaların silinmesine dönük uyarı dikkat çekmektedir. Buradaki endişenin temelinde, olası bir Rekabet Kurumu incelemesi bakımından delil yaratmama saikinin olduğu değerlendirilmektedir.
- (399) 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde; *"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."* hükmü yer almaktadır. Anılan hüküm uyarınca bir anlaşma, uyumlu eylem veya teşebbüs birliği kararının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine aykırı olması için rekabeti kısıtlayıcı amaca sahip olması; bir başka deyişle amaç bakımından rekabet karşıtı olması yeterli olup, aykırılığın varlığı için ayrıca rekabet karşıtı etkinin gösterilmesi gerekmemektedir.
- (400) Hangi hallerin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesindeki yasak kapsamında yer aldığı hususunda maddede yer alan örnekler arasında *"Mal veya hizmetlerin alım ya da satım fiyatının, fiyatı oluşturan maliyet, kâr gibi unsurlar ile her türlü alım yahut satım"*



*şartlarının tespit edilmesi*” yer almaktadır. İlgili madde, aynı seviyede faaliyet gösteren rakip teşebbüsler arasındaki rekabeti sınırlayıcı anlaşma ve/veya uyumlu eylemleri kapsadığı gibi, ticaretin farklı seviyelerinde yer alan teşebbüsler arasındaki anlaşma ve/veya uyumlu eylemleri de kapsamaktadır. Bu kapsamda SAVOLA'nın perakendecilerin yeniden satış fiyatlarını belirlemesi, anılan bentte verilen örneğe uygun olup 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamındadır.

- (401) 4054 sayılı Kanun'un "Muafiyet" başlıklı 5. maddesine dayanılarak çıkarılan 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin (2002/2 sayılı Tebliğ) 2. maddesinde *"Üretim ve dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren iki ya da daha fazla teşebbüs arasında belirli mal veya hizmetlerin alımı, satımı veya yeniden satımı amacıyla yapılan anlaşmalar"*in yine bu Tebliğ'de sayılan koşulları taşıması kaydıyla 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinden muaf tutulacağı düzenlenmiştir. Ancak aynı Tebliğ'in 4. maddesinde, anlaşmaları muafiyet kapsamı dışına çıkaran sınırlamalara da yer verilmekte olup bu sınırlamalar arasında *"Alıcının kendi satış fiyatını belirleme serbestisinin engellenmesi"* başta gelmektedir.
- (402) Öte yandan 2002/2 sayılı Tebliğ'e göre *"Tarafkların herhangi birisinin baskısı veya teşvik etmesi sonucu sabit veya asgari satış fiyatına dönüşmemesi koşuluyla, sağlayıcının azami satış fiyatını belirlemesi veya tavsiye etmesi mümkündür."* Bununla birlikte alıcıya bildirilen azami veya tavsiye nitelikteki satış fiyatlarının asgari veya sabit fiyata dönüşmemesi için, söz konusu fiyatların azami veya tavsiye niteliğinde olduğunun yayımlanan fiyat listelerinde ya da ürünün üzerinde açıkça belirtilmesi gerekmektedir.
- (403) Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz'un 18. paragrafında, yeniden satış fiyatının belirlenmesi uygulamasının doğrudan yapılabileceği gibi dolaylı olarak da gerçekleştirilebileceği ifade edilmektedir. Yeniden satış fiyatının dolaylı yoldan belirlenmesi uygulamaları da 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinin birinci fıkrasının (a) bendi uyarınca anlaşmaları grup muafiyeti kapsamı dışına çıkarmaktadır. Alıcının kâr marjının belirlenmesi, tavsiye fiyat niteliğinde ilan edilmiş bir fiyat seviyesinden alıcının uygulayabileceği indirim oranının en üst seviyesinin tespiti, alıcıya tavsiye edilen fiyatlara uyduğu oranda ilave indirimler uygulanması ya da bu fiyatlara uymaması durumunda teslimatların geciktirilmesi, askıya alınması veya anlaşmanın sona erdirilmesi şeklinde alıcının tehdit edilmesi ya da fiilen bu tür cezai yaptırımların uygulanması yeniden satış fiyatının dolaylı yoldan belirlenmesine örnek olarak verilebilecektir. Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz'un 19. paragrafında ise, yeniden satış fiyatının belirlenmesi uygulamasına yönelik doğrudan veya dolaylı yöntemlerin, alıcıların uyguladığı fiyatların sağlayıcı tarafından izlenebildiği ve kontrol edebildiği durumlarda daha etkili olabileceği düzenlenmiştir. Örneğin, standart fiyat listelerinden farklı fiyatlardan satış yapan alıcıları rapor etme konusunda tüm alıcılara getirilecek bir yükümlülük sağlayıcının pazarda uygulanan fiyatları kontrol etmesini önemli ölçüde kolaylaştıracaktır.
- (404) Yeniden satış fiyatının belirlenmesine ilişkin son dönemdeki kararlarında Kurul, AB rekabet hukuku uygulaması paralelinde, yeniden satış fiyatının belirlenmesini amaç yönünden 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine aykırı bulmaktadır.
- (405) *Örneğin Sony Eurasia* kararında<sup>127</sup> Kurul tarafından, yerinde incelemede elde edilen belgelerde yer alan ifadelerin, SONY'nin dikey anlaşmanın tarafı olan bayilerinin internet üzerinden hangi fiyattan satış yapacakları konusundaki özgürlüklerini

<sup>127</sup> 22.11.2018 tarih ve 18-44/703-345 sayılı Kurul kararı.

kısıtladığına işaret ettiği belirtilerek, SONY'nin online satışlar bakımından bayilerinin yeniden satış fiyatını belirlediği kanaatine varılmış ve yeniden satış fiyatının belirlenmesinin SONY ürünlerinin dağıtım aşında ve teknomarketlerin sunduğu ürün ve hizmetlerde gelişme ve iyileşme oluşturmayacağı hususlarının altı çizilmiştir. SONY'nin bayilerinin yeniden satış fiyatlarına yönelik çeşitli müdahalelerinin pazar genelinde etkisinin sınırlı olduğu tespitine karşılık Kurul, yeniden satış fiyatının belirlenmesinin amaç yönünden rekabet ihlali teşkil ettiği sonucuna ulaşmıştır.

- (406) Öte yandan Kurulun 06.06.2011 tarihli ve 11-34/742-230 sayılı *Turkcell-3* kararının Danıştay 13. Dairesinin 16.10.2017 tarihli ve E. 2011/4560, K.2017/2573 sayılı kararıyla kısmen iptal edilmesi üzerine yürütülen ek çalışma sonucunda tesis edilen 10.01.2019 tarihli ve 19-03/23-10 sayılı Kurul kararı ile, Turkcell'in kontörlerin yeniden satış fiyatını belirlediği, bunun da amaç bakımından rekabet ihlali teşkil ettiği sonucuna ulaşılmıştır.
- (407) Kurulun bu konuda son yıllarda istikrarlı olarak ortaya koyduğu içtihat, 2021/3 sayılı Rekabeti Kayda Değer Ölçüde Kısıtlamayan Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Teşebbüs Birliği Karar ve Eylemlerine İlişkin Tebliğ'de (2021/3 sayılı Tebliğ) ve 2021/2 sayılı Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar İle Hâkim Durumun Kötüye Kullanılmasına Yönelik Önerişirmalarda ve Soruşturmalarda Sunulacak Taahhütlere İlişkin Tebliğ'de (2021/2 sayılı Tebliğ) bahse konu uygulamaların açık ve ağır ihlaller arasında sayılması suretiyle mevzuatla da açıklığa kavuşturulmuştur.
- (408) İncelemeler sonucunda, SAVOLA tarafından 2017 yılının başından 2021 yılı Şubat ayı sonlarına kadar perakendecilerin yeniden satış fiyatlarının belirlenmesine yönelik olarak gerek teşebbüs içinde gerekse de perakendecilerle yapılan çok sayıda yazışma tespit edilmiştir. Birçok belgede görüldüğü üzere, SAVOLA perakendecilerin nihai satış fiyatlarına doğrudan müdahalelerde bulunmuştur. Bazı yazışmalardan perakendecilerin SAVOLA'nın talimatlarına uyduğu ve fiyatlarını SAVOLA'nın bildirdiği yönde değiştirdiği anlaşılmaktadır. Fiyat geçişlerinde zaman zaman başarıya ulaşılmasa da SAVOLA'nın fiyat geçişlerinin uygulanması konusunda güçlü bir motivasyona sahip olduğu ve tüm perakendecilerin katılımı ile teşebbüsün ürün tedarik ettiği tüm kanallarda fiyatların koordineli bir şekilde artışının sağlanmasının özellikle hedeflendiği görülmektedir. Bu noktada teşebbüste yapılan yerinde incelemede elde edilen bir sunum dosyasındaki "*Piyasa raf fiyatlarımızı tüm kanallarda yukarı çekerek çok yakın fiyatlara oturtmamız gerekiyor.*" ifadeleri de bu savı desteklemektedir.
- (409) Yine yazışmalardan anlaşıldığı üzere *tavsiye* fiyatlara geçişlerin sağlanması ve *bozuk* fiyatların *düzeltilmesi* için piyasa yakından takip edilmekte ve sık aralıklarla perakendeciler ile iletişim kurulmaktadır. Nitekim çeşitli yazışmalarda görüldüğü üzere bazı perakendecilerin fiyat geçişi konusundaki isteksizliklerinin SAVOLA tarafından muhtelif yollarla ortadan kaldırıldığı ve piyasa fiyat geçişinin/artışının önünde engel oluşturan perakendecilerin ikna edildiği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla SAVOLA'nın perakendecilerin satış fiyatlarını tespit ettiği, bu yönde gerçekleştirdiği iletişim/işbirliği ve müdahalelere ilişkin delillerle ortaya konmuştur.
- (410) 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında bulunan bir anlaşma, aynı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasındaki koşulların tamamını karşılması şartıyla 4. maddedeki yasaklamadan muaf tutulabilmektedir. Öte yandan, rekabetin en önemli unsurlarından fiyatın, yeniden satış fiyatının tespiti yoluyla belirlenmesi çoğunlukla amaç bakımından bir rekabet kısıtı teşkil etmekte ve 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi kapsamında muafiyet alması mümkün görünmemektedir. Zira söz konusu uygulamanın, bazı istisnai haller dışında, 5. maddenin birinci fıkrasının (a) ve (b) bentlerinde sayılan

“malların üretim veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması” ve “tüketicilerin bundan yarar sağlaması” koşullarını karşılaması beklenmemektedir. 2021/2 ve 2021/3 sayılı tebliğlerde yeniden satış fiyatı tespitinin açık ve ağır ihlaller arasında sayılması da bu durumun ve bu tür ihlallerin amaç bakımından ihlal kabul edilmesinin yansımalarıdır.

- (411) SAVOLA ürünlerini tüketen tüketicilerin perakende satış noktalarına gittiklerinde marka içi rekabetin sınırlanması nedeniyle daha yüksek fiyatlarla karşılaşacakları, dolayısıyla tüketici refahının önemli ölçüde azalacağı değerlendirilmekte olup, her halükarda “*piyasa raf fiyatlarını tüm kanallarda yukarı çekerek çok yakın fiyatlara oturtma*” stratejisi doğrultusunda hareket eden SAVOLA'nın perakendecilerin yeniden satış fiyatının belirlenmesine dönük faaliyetleri 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (a) ve (b) bentlerinde sayılan koşulları karşılamamaktadır.
- (412) Sonuç olarak sağlayıcı/tedarikçi konumundaki SAVOLA'nın 2017 yılı başından 2021 yılı Şubat ayına kadar, perakende seviyesinde faaliyet gösteren teşebbüslerin yeniden satış fiyatlarını belirlemek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği; bu nedenle adı geçen teşebbüs hakkında aynı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca idari para cezası uygulanması gerektiği kanaatine varılmıştır.

### **I.3.3. Tedarikçiler Arasındaki Bilgi Değişimine İlişkin Tespit ve Değerlendirmeler**

#### **I.3.3.1. Tedarikçiler Arasındaki Bilgi Değişimine İlişkin Tespitler**

##### **I.3.3.1.1. Temizlik ve Hijyen Kategorisinde Yapılan Tespitler**

- (413) Yerinde incelemelerde ilk olarak YUNUS'ta tedarikçiler ile bilgi paylaşıldığına dair çok sayıda e-posta bulunmuştur. Yazışmaların içeriğine bakıldığında tedarikçilerle kimi durumlarda münferiden kimi durumlarda ise birden fazla tedarikçi ile toplu olarak, rakip ürünlere ilişkin olanlar da dahil, satış miktarları ve satış tutarlarının paylaşıldığı görülmektedir. Paylaşımın genellikle tedarikçi teşebbüslerin talebi üzerine yapıldığı anlaşılmalı birlikte, doğrudan bu tür bir talepte bulunmayan teşebbüslerle de veri paylaşımı yapılabildiği görülmektedir. Söz konusu bilgiler her bir ürün ambalajı bazında YUNUS'un kasa çıkışlarına dayanan miktar ve tutarları içermektedir. YUNUS'tan elde edilen belgelerin bazıları örnek olarak aşağıda sunulmaktadır.
- (414) COLGATE PALMOLIVE çalışanı (.....) tarafından YUNUS çalışanı (.....)'a gönderilen 17.03.2020 tarihli “1 Mart-17 Mart Satışları” konulu e-postada;  
“(.....) Bey,  
1 Mart-17 Mart tarihleri arasında ağız bakım ürünleri satışlarını paylaşıyor musunuz?  
(adet ve kdv'siz satış fiyatı gözükecek şekilde.)  
Sevgiler,”  
ifadeleri yer almaktadır.
- (415) YUNUS çalışanı (.....) tarafından COLGATE PALMOLIVE çalışanı (.....)'a gönderilen 10.04.2020 tarihli “MART AYI KASA ÇIKIŞLARI” konulu e-postada COLGATE PALMOLIVE ve rakiplerine ilişkin satış miktarı ve satış tutarı bilgileri paylaşılmıştır.
- (416) P&G çalışanı (.....) tarafından YUNUS çalışanı (.....)'a gönderilen 24.03.2020 tarihli “Kategori İndirimi Tarihleri” konulu e-postada;  
“(.....) abi merhaba,  
Rica etsem benimle temizlik grubunda önümüzdeki dönemde planladığınız tüm kategori indirimlerinin tarihlerini paylaşabilir misiniz?  
Teşekkürler,”

ifadeleri yer almaktadır.

- (417) P&G çalışanı (.....) tarafından YUNUS çalışanı (.....)'a gönderilen 03.04.2020 tarihli "Mart Satış" konulu e-postada;

"(.....) abi merhaba,  
Rica etsem benimle temizlik kategorisindeki Mart ayı satışlarınızı rakiplerle beraber gönderebilir misiniz?  
Teşekkürler,"

ifadeleri yer almaktadır.

- (418) YUNUS çalışanı (.....) tarafından P&G çalışanı (.....)'a gönderilen 15.04.2020 tarihli "MART 2020" konulu e-postada Mart ayına ilişkin rakip ürünlerinin de olduğu Excel tablosunda satış miktarı ve satış tutarı bilgileri paylaşılmıştır.

- (419) UNILEVER çalışanı (.....) tarafından YUNUS çalışanları (.....) ve (.....)'a gönderilen 16.04.2020 tarihli "YUNUS Satış Dataları.." konulu e-postada;

"Sayın Yetkililer  
Şu işi halledebilirmiyiz, Türkiye de bir biz kaldık..  
2019 ay ay rakip dahil,  
2020 ay ay rakip dahil satış çıktıklarına ihtiyacım var, (Mart sonu)  
Bunu artık düzenli takip ediyoruz..  
Alacağımız aksiyon bütçe vs için önemli bu rakamlar,  
Yardımlarınıza,  
Selamlar.."

ifadeleri yer almaktadır.

- (420) UNILEVER çalışanı (.....) tarafından YUNUS çalışanı (.....)'a gönderilen 17.04.2020 tarihli "RE: satış" konulu e-postada;

"(.....) Abi selam,  
Ben ay ay istiyorum satışı, 2019 dan 2020 Mart a kadar ay ay ayrı satış datası lazım bana,  
Sana zahmet.."

ifadeleri yer almaktadır.

- (421) UNILEVER çalışanı (.....) tarafından YUNUS çalışanı (.....)'a gönderilen 02.06.2020 tarihli "Mayıs satış.." konulu e-postada;

"(.....) Hanım Merhaba,  
Aşağıdaki ürünlerde Mayıs satış datasına ihtiyacım var,  
Yardımcı olabilmisiniz..  
Ya da siz Mayısı komple atın, ben ordan alırım.."

ifadeleri yer almakta olup ilgili e-postanın içeriğinde UNILEVER ve rakiplerine ilişkin ürünlerin olduğu bir tablo bulunmaktadır.

- (422) YUNUS çalışanı (.....) tarafından P&G, HENKEL, HAYAT, ECZACIBAŞI, Baby Turco, Viking, Lila Kağıt, Eruslu, İpek Kağıt, Reckitt Benkiser, UNILEVER, COLGATE PALMOLIVE, EVYAP, Cen Bebe, Tat Kimya, ABC Deterjan çalışanlarına gönderilen 05.06.2020 tarihli "mayıs" konulu e-postada Mayıs ayına ilişkin tüm tedarikçilerin ürünlerinin yer aldığı Excel tablosunda, YUNUS'un söz konusu ayda ilgili ürünlerde gerçekleşen satış miktarı ve satış tutarı bilgileri paylaşılmıştır.

- (423) YUNUS çalışanı (.....) tarafından P&G çalışanı (.....)'a gönderilen 05.06.2020 tarihli "mayıs kasa çıkışları" konulu e-postada P&G ve rakiplerine ilişkin satış miktarı ve satış tutarı bilgilerini paylaşmıştır.

- (424) YUNUS'ta yapılan incelemede bu ve benzeri çok sayıda e-posta bulunmuş olup söz konusu e-postaların bir kısmı münferiden ilgili tedarikçiye, bir kısmı ise tüm tedarikçilere toplu olarak atılmıştır. Bununla birlikte gerek münferiden gerekse toplu atılan tüm e-postalarda yer alan excel tabloları rakiplere ilişkin satış miktarı ve satış tutarı bilgilerini içermektedir.
- (425) COLGATE PALMOLIVE'de yapılan yerinde incelemede YUNUS'ta bulunan belgeleri teyit eden yazışmalara rastlanmıştır. YUNUS tarafından gönderilen bilgiler üzerinden 2019 yılı Ocak ayından 2020 yılı Ağustos ayına kadar COLGATE PALMOLIVE ve rakiplerine ilişkin pazar payları, değerleri ve büyüme oranlarına ilişkin çalışmalar yapıldığı görülmüştür.
- (426) ECZACIBAŞI'nda yapılan yerinde incelemede de YUNUS'ta bulunan belgeleri teyit eden yazışmalara rastlanmıştır. Nitekim ECZACIBAŞI Müşteri Yöneticisi (.....) tarafından YUNUS çalışanı (.....)'a gönderilen 13.09.2020 tarihli "RE: SATIŞ" konulu e-postada;  
".....) abi merhaba,  
2019 Temmuz kasa çıkışlarını paylaşabilir misin rica etsem."  
ifadesi yer almaktadır.
- (427) ECZACIBAŞI Müşteri Yöneticisi (.....) tarafından YUNUS çalışanı (.....)'a gönderilen 07.10.2020 tarihli "RE: eylül ayı kasa çıkışı hk" konulu e-postada;  
".....) hanım ben yanlış anlattım galib kasa çıkışlarında rakip dahil kategori olarak alabilir miyim.  
Aşağıdaki kategoriler olsa yeter şimdilik. 2019 Eylül -2020 Eylül  
02.0206.001.001 TUVALET KAĞITLARI  
02.0206.001.002 KAĞIT HAVLULAR  
02.0206.001.003 PEÇETELER  
02.0206.001.004 KAĞIT MENDİLLER  
02.0206.001.005 KUTU MENDİLLER  
02.0206.001.006 ISLAK MENDİLLER HAVLULAR"  
ifadeleri yer almaktadır.
- (428) Soruşturma sürecinde yapılan incelemelerde, tedarikçi teşebbüslerin YUNUS dışında kalan çeşitli yerel market zincirlerinden de rakip ürünlerin satışlarına ilişkin bilgi aldıkları anlaşılmıştır. Söz gelimi ÇAĞRI çalışanı (.....) tarafından yine kendisine gönderilen 14.12.2020 tarihli ve "2021 Yılı Veri Paylaşımı Hakkında" konulu epostada;  
"Değerli Tedarikçilerimiz;  
Yıllardır bütün tedarikçilerimizle veri paylaşımı konusunda özveriyle iş birliği içerisinde olduk.  
Verinin önemimin her geçen gün arttığı bu dönemde veriyi paylaşmanın da bir değeri olması gerektiğine inanıyoruz. Bu bağlamda alınan karar sonrası 2021 yılı içerisinde talep edilen veriler için aşağıdaki oranlarda veri paylaşım karşılığı alınmasına karar verilmiştir.  
Veri paylaşımında yine talep eden tedarikçilerimiz içerisinde buldukları kategorilerin verilerini ister sadece kendilerine ait olan veya rakipleriyle birlik almaya devam edebilecekler.  
Veri paylaşımı için direk sevkiyat yapan (faturayı kendisi kesen anlamında) tedarikçilerimizden %0,25, bayi / distribütör aracılığıyla sevkiyat yapan tedarikçilerimizden ise %0,50 oranında aylık veri paylaşım ücreti talep edilecektir.  
Veri paylaşım bedeli tedarikçilerimizin isteği doğrultusunda aylık veya 3 aylık olacak şekilde dönülebilecektir.

*2021 yılının perakendeciliğin bütün paydaşlarına hayırlı olmasını temenni ediyorum.”*

ifadeleri yer almaktadır.

- (429) İlgili e-posta silsilesinin devamında ECZACIBAŞI çalışanı (.....) tarafından ECZACIBAŞI çalışanları (.....), (.....), (.....), (.....)'a gönderilen 15.12.2020 tarihli “RE: 2021 Yılı Veri Paylaşımı Hakkında” konulu e-postada;

*“(.....) selam,  
1M TL bedelden bahsediyoruz. Şu anda aylık kasa çıkışlarını raporluyoruz aslında bu yeterli olabilir diye düşünüyorum.  
Rakip dahil bir data mı olacak?  
ÇK artışı demek tabi ki.  
(.....)”*

ifadeleri yer almaktadır.

- (430) İlgili e-postaya cevaben ECZACIBAŞI çalışanı (.....) tarafından ECZACIBAŞI çalışanları (.....), (.....), (.....), (.....)'a gönderilen 15.12.2020 tarihli “RE: 2021 Yılı Veri Paylaşımı Hakkında” konulu e-postada;

*“(.....) selam,  
1 M TL olmaz, bu yıl kapanışı yaklaşık 19 M TL olacak, seneye %40 büyüse 26.6 M TL'nin 0,5%si 133K gibi bir şey olur ( tüm kategoriler toplamı)  
Rakipli olacak evet. Şuanda raporlamaya bedel almıyorlardı, seneye bedel alacakları için hiçbir dataya ulaşamayacağız.”*

ifadeleri yer almaktadır.

- (431) İlgili e-postaya cevaben ECZACIBAŞI çalışanı (.....) tarafından ECZACIBAŞI çalışanları (.....), (.....), (.....), (.....)'a gönderilen 15.12.2020 tarihli “RE: 2021 Yılı Veri Paylaşımı Hakkında” konulu e-postada;

*“Rakip dahil kasa çıkışı için %0.5 ki bence %0,25 'e bağlarsanız harika olur(direk müşteri kontenjanından) ; ÇK artışı yaparak ilerleyelim derim, büyük fayda sağlayacaktır.  
Farklı fikiri olan var mı bizim ekipten?  
(.....)”*

ifadeleri yer almaktadır.

- (432) İlgili e-posta silsilesinden perakendeciler tarafından ücretsiz bir şekilde paylaşılan rakip bilgilerinin ÇAĞRI özelinde artık belli bir ücret karşılığı paylaşılacağı, ECZACIBAŞI'nın da söz konusu bilgileri önemsedığı anlaşılmaktadır.

- (433) EVYAP'ta yapılan yerinde incelemede de, EVYAP tarafından kendisi ve rakipleri ile ilgili bilgilerin perakendecilerden toplandığı ve bu bilgiler ışığında içinde ciro ve fiyat bilgilerinin olduğu tablolar oluşturulduğu görülmüştür.

- (434) EVYAP çalışanı (.....) tarafından EVYAP çalışanları (.....), (.....) ve (.....)'e gönderilen 05.06.2020 tarihli “Rakip Bilgileri Hk.2” konulu e-postada;

*“(.....) selam,  
Baby Turco özellikle Ankara bölgede ciddi bir Pazar payı almış gözüküyor. Bununla alakalı bizim ürünün açık olduğu noktalardan bazı bilgiler almamız gerekiyor.  
Seninle telefonda konuştuğumuz üzere Akyurt , YUNUS , Gimsa , Adese'den aşağıdaki bilgileri alabilir miyiz?  
1. Müşteri bazlı Nisan-Mayıs kasa çıkış rakamları  
2. Müşteri bazlı Nisan-Mayıs ayında toplam bez pazarındaki yüzdesel paylar ( bir önceki ayların kıyaslama ile birlikte )*



3. Bu dönemde yapılan özel bir aktivitevar ise , bu aktivite mekanikleri ve bunların noktaya katkısı

4. Özel bir teşhir , gondol anlaşma var ise bunların hangi şartlar ile yapıldığı Ek olarak nokta bazlı sizlerin yorumları da bizler için değerli.

Yardımcı olabiliyorsen sevinirim.

İyi çalışmalar dilerim.”

ifadeleri yer almaktadır.

- (435) İlgili e-postaya cevaben EVYAP çalışanı (.....) tarafından EVYAP çalışanları (.....), (.....) ve (.....)'e gönderilen 08.06.2020 tarihli “RE: Rakip Bilgileri Hk.” konulu e-postada;

“(.....) bey,

Ankara da Evy baby delist olursa tekrar girmek çok zor olacak gibi duruyor,

Örnek Çağdaş gibi,

YUNUS nielsen scane Başgimpa nielsen scane Gimsa nielsen rest noktaları Ankara gerçeğini bize söylüyor,

3 tane mekanik yapalım,

SM kanalı için 39,90 tl 2 li Jumbo,59,90 tl fırsat

Gimsa için tanışma paketi(9,9) :Şuan için Gimsa da ürünlerimiz delist kodda gözüküyor performansından dolayı

Pm de (.....) müdür ile çözdük

Gross da 500 koli için 19,90 tl Jumbo ile ilerlemek isteriz,

YUNUS market ve Altunbilekler özelinde ise 45 tl Evy baby alışverişlerinde Granül 400 gr yada Activex 700ml pompasız ürün hediye,”

ifadeleri yer almak olup, ilgili e-posta içeriğinde YUNUS, Başgimpa ve Gimsa'daki EVYAP ve rakiplerinin markalarının Mart, Nisan ve Mayıs aylarına ilişkin ciro, fiyat ve pazar payı bilgileri bulunmaktadır.

- (436) EVYAP çalışanı (.....) tarafından EVYAP çalışanları (.....), (.....), (.....), (.....), (.....), (.....) ve (.....)'e gönderilen 19.06.2020 tarihli “Rakip Bilgileri Hk.” konulu e-postada;

“Arkadaşlar selam,

Bazı müşterilerden kasa çıkış raporlarına ihtiyacımız var.

Duru Değerli Yağlar duş jeli , Antibakteriyel ıslak mendil , antibakteriyel jel , Hunca raporları lazım.

Groseri , MOPAŞ , ÇAĞRI , Hakmar , Merkez Market , Kiler Market , Halil Pekdemir , Tahtakale , YUNUS , Çağdaş.

Bu noktalardan rakip satış fiyatları , çıkış adetleri , noktadaki Pazar payları bilgilerini içeren verileri ve aynı şekilde bizim verilerimizi atabilirsanız sevinirim.

İyi çalışmalar dilerim.”

ifadeleri yer almaktadır.

- (437) P&G'de yapılan yerinde incelemede de, P&G tarafından perakendecilerin yakından takip edildiği ve raf fiyatlarının derlendiği, P&G ve rakipleri ile ilgili miktar ve satış tutarı bilgilerinin perakendecilerden alındığı görülmüştür.

- (438) P&G distribütörü Özgün Gıda Kozmetik Satış Dağıtım Ticaret A.Ş. (ÖZGÜN) çalışanı (.....) tarafından P&G çalışanlarına gönderilen 30.12.2019 tarihli “28.12.2019 Raf Fiyatları” konulu e-postada;

“Değerli herkes,

Ekte halka açık raf fiyatlarını görebilirsiniz. Ekte müşteri bazlı detaylar bulunmaktadır.

Fiyatlandırma, promosyon ve nihai karar perakendeciye aittir.”

ifadeleri yer almakta olup ileti ekinde yer alan excel tablosunda market bazlı, rakiplerin ve P&G ürünlerinin fiyatlarının olduğu görülmektedir.

- (439) P&G çalışanı (.....) tarafından (.....), (.....), (.....), (.....)'a gönderilen ve distribütör çalışanlarının bilgi tutulduğu 17.11.2019 tarihli "Mağaza Ziyaret ve Aksiyon Planları" konulu e-postada;

*"Değerli Arkadaşlar,*

*Sizlerle önceki hafta yaptığımız 1-1 görüşmelerde konuştuğumuz ve align olduğumuz gibi, hepinizin mağaza gezmek; rakip ve Pazar analizi yapmak; ve mağaza içi fırsatlarımızla ilgili aksiyon almak konularında fırsatlarınız var.*

*Bu durumla ilgili olarak yarından itibaren, günde 5 mağaza için sizden kısa birer özet maili rica ediyorum.*

*Mağazadaki KBD, OOS ve fair shelf/display share durumlarımız ile Kategori beklentilerine göre mevcut durumu özetlemeniz ve aksiyon maddelerinizi yazmanız yeterli; çok vakit harcamanız istediğim bir mail kesinlikle değildir, telefonda mağaza içerisinde yazıp gönderseniz de olur. Sonrasında da belirttiğiniz next step'lerle ilgili aldığınız aksiyonları ve güncellenen durumu paylaşmanızı bekliyorum.*

*Mağaza ziyaretlerinde SPV ekibi ve (.....)'tan sizlere eşlik etmesini rica edebilir; aldığınız aksiyonların devamlılığını birlikte control edebilirsiniz. Ben de programımın elverdiği her durumda ziyaretlerinize katılacağım.*

*Bu konuyla ilgili herbirinizin maksimum hassasiyet göstereceğinize inancım tam.*

*Kolay gelsin,*

*(.....)"*

ifadeleri yer almaktadır.

- (440) P&G çalışanı (.....) tarafından YUNUS çalışanı (.....)'ya gönderilen 11.03.2020 tarihli "P&G Stok ve Satış" konulu e-postada;

*"(.....) selam,*

*Rica etsem benimle kozmetik tarafının P&G depo stoklarını ve kozmetik kategorisinin (Diş macunu, Diş fırçası, Şampuan, Saç kremi, Tıraş Bıçakları, Tıraş Makineleri, Tıraş Jelleri, Tıraş Köpükleri) rakiplerle beraber Şubat kasa çıktısını paylaşabilir misin? Bugün (.....) abi ile görüşmemiz var öncesinde senden rica etmemi istedi.*

*Sevgiler,"*

ifadeleri yer almaktadır.

- (441) P&G çalışanı (.....) tarafından YUNUS çalışanı (.....)'a gönderilen 09.04.2020 tarihli "YUNUS Online Mart Ayı Satışları" konulu e-postada;

*"(.....) abi merhaba,*

*Rica etsem benimle rakipler dahil temizlik ve kozmetik tarafında Online Mart ayı kasa çıktılarını paylaşabilir misin? Şirketle paylaşacağım, yatırımlarımız için de gün içerisinde sana dönüş sağlayacağım.*

*Teşekkürler"*

ifadeleri yer almaktadır.

- (442) HENKEL'de yapılan yerinde incelemede de, teşebbüsün kendisine ya da rakiplerine ilişkin rekabete hassas bilgileri perakendecilerden elde ettiği görülmüştür.

- (443) HENKEL çalışanı (.....) tarafından HENKEL çalışanı (.....) ve HENKEL satış ekibine gönderilen 06.01.2021 tarihli "Ürün Listelemeleri" konulu e-postada;

*"Merhabalar,*

*Ekte Rakip Dahil Aktif Ürünler listesi bulunmaktadır. Ay sonuna kadar bizim ürünlerimizin listinglerini paylaşmanızı rica ediyorum. Rakip listelemelerini saha ekibimizden isteyeceğiz.*

*İyi çalışmalar dilerim.”*

ifadeleri yer almaktadır.

(444) ÇAĞRI Satın Alma Asistanı (.....) tarafından HENKEL çalışanı (.....)'ya gönderilen çok sayıda e-postada aylık bazda rakip ürünlerin satış miktarları ile satış tutarlarının da yer aldığı excel tabloları paylaşılmıştır.

(445) HENKEL çalışanı (.....) tarafından HENKEL çalışanı (.....)'ya gönderilen 12.01.201 tarihli “MOPAŞ 1-12 MS” konulu e-postada;

*“(.....) abi selamlar,*

*MOPAŞ 12.ay Pazar payımız 27,42% gelmiştir. 2020 kapanış Pazar payımız 28,44% olmuştur.*

*Aralık ayında aktif kategorilerimizde MOPAŞ kasa çıkışı toplam 2.7 mio TL'ye ulaşmıştır.*

*P&G'nin aralık top 5 aktivitesi 540.311 TL kasa çıkışına ulaşmıştır.”*

ifadeleri yer almakta olup ilgili e-postanın içeriğinde 2019 ve 2020 yıllarında aylık bazda HENKEL ile rakiplerinin paylarının olduğu tablolar bulunmaktadır.

(446) UNILEVER çalışanı (.....) tarafından firma çalışanlarına gönderilen 31.03.2020 tarihli “SPM Pazar Payı” konulu e- postada;

*“ ...*

*SPM direct müşterileri için Pazar payı takibi yapmaya başlıyoruz.*

*2019 ve 2020 ay ay müşterilerinizin rakip (private label dahil) ve bizim ürünlerimizin SKU bazlı kasa çıktısı adet ve cirolarını müşterilerden toparlamaya başlamanızı rica ediyorum.*

*Yarın sizlerle istediğimiz formattaki dosyayı paylaşacağım, istediğimiz formata müşteri rakamlarınızın işlenmiş haliyle 6 Nisan gün sonuna kadar bana göndermenizi rica edicem. Önden bilgi vermek istedim,*

*Data alamaycağımız müşteri var ise onların da bilgisini verin lütfen.*

*...”*

ifadeleri yer almaktadır.

(447) Söz konusu e-postaya cevaben UNILEVER çalışanı (.....) tarafından aralarında UNILEVER çalışanı (.....)'nın da olduğu firma çalışanlarına gönderilen e-postada;

*“ ...*

*(.....) ve (.....) kanalımız için bir B2B ve Pazar payı takip dosyası oluşturuyor. Ekip olarak bu disiplini hızlıca kazanmamız ve belirtilen deadline'lara sağdik kalarak arkadaşlara yardımcı olmanızı rica ediyorum. Lütfen bu konu ile ilgili gelecek talepleri önceliğinize alınız.*

*...”*

ifadeleri yer almaktadır.

(448) Aynı e-posta silsilesinin devamında UNILEVER çalışanı (.....) tarafından içlerinde UNILEVER çalışanı (.....)'ın da olduğu firma çalışanlarına gönderilen 01.04.2020 tarihli e-postada;

*“ ...*

*Müşterilerden alacağınız adet ve ciroları ay ay girebileceğiniz şekilde bizim ürünlerimiz ve rakip skularının olduğu dosya ektedir. Müşterilerinizin PL ürünleri burada yok onları en alta sku ismiyle ekleyip renklendirmenizi rica edicem. Örneğin*

*Happy Center yumuşatıcı. Hideli olan kolonları açıp doldurmanıza gerek yok onları biz dolduracağız. Her müşteri için ayrı bir dosya yapmanız gerekecek. (.....) aşağıda dediği gibi bu projeyi 4 kişi yapıyoruz ancak (.....), (.....) ve (.....) işin design ve dijital ortama aktarma kısımlarında bana yardımcı olacaklar. Bu nedenle bu dataları sizlerin müşteri özel doldurması gerekiyor. Aldığınız datalarla mapping konusunda desteğe ihtiyaç duyarsanız biz sizlere her zaman yardımcı olabiliriz. Yarın 11:00 a invitation atıyorum. Mapping vs desteğe ihtiyacınız varsa katılabilirsiniz.*

...”

ifadeleri yer almaktadır.

(449) Aynı e-postaya cevaben UNILEVER çalışanı (.....) tarafından gönderilen 01.04.2020 tarihli e-postanın ekinde yer alan “SPM HC Kasa Çıktısı.xls”, “SPM BPC Kasa Çıktısı.xls”, “SPM Food Kasa Çıktısı.xls” dosyalarında rakip firma ürünlerinin de yer aldığı bazı ürünlerinin kasa çıkış fiyat bilgisi paylaşılmaktadır.

(450) Aynı e-posta silsilesinin devamında UNILEVER çalışanı (.....) tarafından UNILEVER çalışanları (.....) ve (.....)’in da aralarında bulunduğu firma çalışanlarına gönderilen 06.04.2020 tarihli e-postada;

“

*Müşteri bazında kasa çıktılarını adet ve ciro detayda SKU yerine sadece kendi ürünlerimiz için FU kırılımında takip edeceğiz. Yeni dosya ektedir. Her müşteri için ayrı bir sheet üretip paylaşabilirsiniz. (ek: SPM Kasa Çıktısı dosyası)*

*Pazar payı datası için de ekteki detayda marka bazlı müşteri Pazar paylarınızı (%) girmenizi rica ediyoruz. Her müşteri için ayrı bir sheet üretip paylaşabilirsiniz. (ek: SPM Pazar payı dosyası)*

*13 Nisan’a kadar dosyaları bizlerle paylaşmanızı rica ediyoruz. Sormak istediğiniz birşey olursa Teams’de toplantı yaptığımız grup içerisinden de yazışabiliriz.*

*Ayrıca, B2B sistemi olup datalarını almadığımız müşterimiz var mı? Bilgi rica ediyoruz.*

...”

ifadeleri yer almaktadır.

(451) UNILEVER çalışanı (.....) tarafından çeşitli UNILEVER çalışanlarına gönderilen 21.05.2020 tarihli e-postada farklı yerel marketlere (Ulu, Akyurt, Altunlar, Biçen, Burda, ÇAĞRI, Çağdaş, Ersan, Groseri, Hakmar, MOPAŞ, Gürmar, Onur, Öztaner, Şafak, Özkuruşlar) ait Excel dosyaları içeriğinde UNILEVER ürünlerinin satış adet ve ciro bilgisi ile rakip ürünleri de içeren pazar payı bilgisi paylaşılmaktadır.

(452) UNILEVER çalışanı (.....) tarafından UNILEVER çalışanları (.....), (.....), (.....) ve (.....)’na gönderilen 20.04.2020 tarihli “RE: \_SPM Pazar Payı” konulu e-postada;

“

*ÇAĞRI ve MOPAŞ MS ekte, ciro ve adet ÇAĞRI’da sadece omo-rinso markalarını tamamlayabildim bu nedenle yetişmedi . Dün tüm gün yaptığım dosyayı yanlışlıkla sabah sildim bundan ötürü planın gerisinden geldim*

...”

ifadeleri yer almaktadır.

(453) UNILEVER çalışanı (.....) tarafından UNILEVER çalışanları (.....), (.....) ve (.....)’e gönderilen 16.04.2020 tarihli “RE: SPM Pazar Payı” konulu e-postada;

“

**KASA ÇIKTISI**

- ÇAĞRI-MOPAŞ kozmetiklerin kasa çıktısı toplam 15 ay datasını attım.

- *UluKardeşler sadece 2020 veriyor. 3 ay kasa çıktısı datasını attım.*
- *Biçen kozmetik 15 ay elimde var. Daha FU formatında toparlayamadım.*

*PAZAR PAYI*

- *Ulu YTD marka payı verebiliyor; aylık kırıp veremiyor o nedenle Ulu'dan data gelmiyor diyoruz.*
  - *Biçen'in var ama formata geçiriyorum.*
  - *ÇAĞRI-MOPAŞ Pazar paylarını en sona bıraktım. Marka payı vermiyor direk SKU datasından o tabloyu dolduracağım.*
- (.....) Abi şimdi Groseri'den üç kategori için de data attı 15 ayın. Onları kasa çıktısı formatımıza getiriyorum. Pazar payımızı zaten göndermişti.*

...”

ifadeleri yer almaktadır.

- (454) Söz konusu e-postaya cevaben UNILEVER çalışanı (.....) tarafından UNILEVER çalışanları (.....) ve (.....)'na gönderilen ve UNILEVER çalışanı (.....)'ın bilgide olduğu e-postada;

“ ...

*Ben de unutmadan benim tarafı yazayım:*

*KASA:*

*-Ersan 15 ay*

*-Özkuruşlar 14 ay (mart'l henüz veremedi)*

*-Hakmar 15 ay*

*-Şafak Henüz data veremedi.*

*PP:*

*-Özkuruşlar 14 ay (mart'l henüz veremedi)*

*-Ersan, Hakmar, Şafak bu datayı vermiyor.*

...“

ifadeleri yer almaktadır.

- (455) UNILEVER çalışanı (.....) tarafından UNILEVER çalışanı (.....)'na gönderilen 15.04.2020 tarihli “RE: SPM Pazar Payı” konulu e-postada;

“ ...

*Gazi-Şov-Altunlar-Onur-Burda müşteri rutunun data paylaşımı hakkında bilgileri iletiyorum:*

*Gazi ve Altunlar data paylaşımı yapamayacaklarını iletiler.*

*Onur geçmiş yıla ait 2019 data gönderimi yapamıyor, sadece 2020 Q1 kasa çıkışı var. Pazar payı yok.*

*Burda ve Şov kasa çıkışlarını ilettiler, pazar payı yok.*

*Yani bizim elimizde Burda ve Şov'un 2019-2020 kasa çıkışları ile Onur'un 2020 Q1 kasa çıkışı var. Bu dataları pazar payları olmadığı için, sadece kasa çıkışı dosyası olarak talep ediyor musunuz?*

...”

ifadeleri yer almaktadır.

- (456) UNILEVER çalışanı (.....) tarafından bazı firma personeline gönderilen 24.07.2020 tarihli “RE: SPM Pazar Payı” konulu e-postada;

“ ...

*Netleştirdiğimiz tarihlere uyum için yardımınızı rica ediyoruz,*

*Her ayın 15ine kadar bir önceki ayın datalarını almış olmamız gerekiyor, eksiklerimiz olduğu için yayınlayamıyoruz.*



Arada bayram olduğundan dolayı Ağustos 15'e kadar Temmuz dahil kasa çıktılarını ve Pazar paylarını paylaşmanızı rica ediyorum.  
Hep birlikte çok emek verdik, yayınlamaya başlayıp HAYATa geçirip sonuçlarını görelim Projede (.....) & (.....) ve ben varız, maillerinizi 3'ümüzle paylaşabilirsiniz.

...

ifadeleri yer almaktadır.

- (457) İlgili e-posta silsilesinin devamında UNILEVER çalışanı (.....) tarafından UNILEVER çalışanı (.....)'na gönderilen 16.10.2020 tarihli "FW: SPM Pazar Payı GROSERİ" konulu e-postada "SPM Kasa Çıktısı GROSERİ\_Hc.xlsx", "SPM Kasa Çıktısı GROSERİ\_PC.xlsx", "SPM Kasa Çıktısı GROSERİ\_FOOD.xlsx", " (.....) SPM Pazar\_Payı GROSERİ\_FOOD.xlsx", " (.....) SPM Pazar\_Payı GROSERİ\_PC.xlsx", " (.....) SPM Pazar\_Payı GROSERİ\_HC.xlsx", " (.....) NPD.xlsx" isimli excel dosyalarında UNILEVER'e ait bazı ürünlerin kasa çıkış fiyat ile rakip ürün pazar payı bilgisi paylaşılmaktadır.
- (458) Yerinde incelemelerde elde edilen belge ve bulguların geneline bakıldığında, tedarikçiler tarafından, gerek çalışanları vasıtasıyla raf fiyatlarının takip edilmesi yoluyla, gerekse de perakendecilerden doğrudan talepte bulunularak alt piyasadan rakiplere dair ticari bilgilerin elde edildiği görülmektedir. Söz konusu bilgilerin satış tutarı, satış miktarı, satış fiyatı gibi rekabete hassas bilgiler olduğu anlaşılmaktadır. Bununla birlikte doğrudan perakendeciler vasıtasıyla elde edilen bilgilerin ağırlıklı olarak YUNUS, MOPAŞ ve ÇAĞRI gibi yerel perakendecilerden sağlandığı görülmüştür.

### I.3.3.1.2. Un Pazarında Yapılan Tespitler

- (459) SÖKE UN'da yapılan yerinde incelemede Tüketim Ürünleri Satış Müdürü (.....)'ın bilgisayarından alınan ve teşebbüs bünyesinde 05.11.2020 tarihinde yapılan çevrimiçi bir görüşmenin kaydı olduğu anlaşılan "(.....) ve 13 katılımcı daha ile arama yap.mp4" adlı ortam dosyasının incelenmesinden, söz konusu görüşmede Tüketim Ürünleri Satış Müdürü (.....) ve İç Anadolu Bölge Yöneticisi (.....) arasında aşağıdaki konuşmaların geçtiği anlaşılmıştır:

...

(.....): Katmerciler noktaya kaçta satıyor.

(.....): Katmerciler eski fiyattan satıyor. (.....) Bey yani hemen şöyle söyleyeyim. Hatta arkadaşla da konuşmuştum. (.....) arasındaki fiyatları var. Listeyi gönderdi. Liste göndereyim mi size Katmerin? Ama geçmemişler. Bana arka arkaya iki liste gönderdiler. Hatta hemen size atıyorum. (Telefon aracılığı ile listeyi (.....)'a gönderiyor.)

(.....): Ne yapıyorlar listede?

(.....): %(.....), (.....) müşterisine %(.....) yansıtıyorlar. Bu gönderdiğim liste daha yeni geçtikleri liste. Bundan yeni satmaya başlamışlar. Bir de en son çıkardıkları liste var onu atıyorum. Bu listeyi de müşterilere yeni yeni vermeye başlayacaklarmış, ama dediğim gibi eski listeden yeni başladılar satmaya.

(.....): (.....)'dan satıyorlar yani satacaklar

...

(.....): Daha yeni, daha yeni. Hatta buradaki tarihte 26'sı<sup>128</sup>.

(.....): 26'sı. Dediğimiz noktaya geliyor. Yani şimdi en ucuz mal (.....) bandında oluyor işte. Yani işte bu Katmer mesela bu (.....) aralığa oturacak görünen o. E şimdi Katmer'in (.....) olduğu yerde (.....) olur mu? Olur.

<sup>128</sup> 26 Ekim tarihinin kastedildiği değerlendirilmektedir.



...”

- (460) Ayrıca, KATMER UN’da yapılan yerinde incelemede teşebbüs temsilcilerinden 16.03.2020, 01.08.2020, 28.09.2020, 01.10.2020 ve 02.11.2020 tarihlerine ait KATMER UN ürünlerinin liste fiyat bilgisi ile ürün verilen Gimsa Perakende Gıda San. ve Tic. A.Ş. (GİMSA), Hanif Pehlivanoglu Mark. Gıda Paz. San. Tic. A.Ş. (PEHLIVANOĞLU) ve ÇAĞDAŞ’a ait fatura örnekleri alınmıştır.

### **I.3.3.2. Tedarik Pazarlarında Bilgi Değişimine İlişkin Değerlendirme**

- (461) Teşebbüsler arasında rekabete hassas bilgilerin doğrudan ya da dolaylı olarak değişimi, 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesi kapsamında ihlal teşkil edebilecek teşebbüs davranışlarıdır. Bilgi değişimi tek başına bir anlaşma veya uyumlu eylemin konusu olabileceği gibi başka bir anlaşma veya uyumlu eylemin parçası da olabilmektedir.
- (462) Teşebbüsler birçok şekilde bilgi değişiminin tarafı olabilmektedirler. İki veya daha fazla teşebbüsün tek taraflı duyurular yoluyla ya da karşılıklı olarak rekabete hassas bilgilerini değiştirmeleri doğrudan bilgi değişimine örnek oluştururken; teşebbüs birlikleri, pazar araştırma şirketleri veya somut olaya göre alt veya üst pazarda yer alan üçüncü kişi teşebbüsler aracılığıyla rekabete hassas bilgilerin paylaşımı dolaylı bilgi değişimine örnek oluşturmaktadır. Gerek doğrudan gerekse dolaylı olsun, aynı sonuca ulaşmak koşuluyla, değiştirilen bilginin önemi nispetinde bilgi değişimi, genellikle aynı perspektifte ele alınmaktadır.
- (463) Kılavuz’da bilgi değişiminin çeşitli etkinlik kazanımları ortaya çıkarabileceği, örneğin taraflar arasında bilgi asimetrisi sorununu ortadan kaldırabileceği, ayrıca teşebbüslerin kendilerini rakipleriyle kıyaslamalarına imkân sağlayarak etkinliklerini artırabileceği, bunun yanı sıra bilgi paylaşımının teşebbüslerin stoklarını azaltmasına, kolay bozulabilen ürünlerin tüketicilere daha hızlı ulaştırmasına ya da talebin istikrarsızlığından kaynaklanan maliyetlerini düşürmesine de yardımcı olabileceği ifade edilmektedir.
- (464) Bununla birlikte yine aynı Kılavuz’da, bilgi paylaşımının özellikle teşebbüslerin rakiplerinin pazar stratejileri hakkında bilgi sahibi olmalarını sağladığı durumlarda rekabetin kısıtlanmasına neden olabileceği; bu çerçevede bilgi değişiminin, rekabete duyarlı bilgilerin değişimi ile pazardaki belirsizliği azaltması ve rekabeti kısıtlayıcı işbirliğini kolaylaştırması durumunda 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesi kapsamında ihlal teşkil edebileceği dile getirilmektedir.
- (465) Ayrıca rekabeti kısıtlama amacı olan her türlü bilgi değişiminin etkisine bakılmaksızın rekabeti kısıtladığının kabul edileceği, bilgi değişiminin rekabeti kısıtlama amacı olup olmadığının değerlendirilmesinde bilgi değişiminin meydana geldiği hukuki ve iktisadi bağlamın dikkate alınacağı, geleceğe yönelik planlara ilişkin bir bilgi değişiminin amaç yönünden rekabeti kısıtlama ihtimalinin mevcut verilerin değişimine kıyasla daha fazla olduğu, bu çerçevede rakiplerin gelecekte uygulamayı planladıkları fiyat, üretim ya da satış miktarı gibi rekabete duyarlı bilgileri aralarında değişmesinin genellikle fiyat ya da miktar tespiti amacı taşıdığı için normal koşullar altında kartel olarak değerlendirileceği ve bu tür bilgi değişimlerinin 4054 sayılı Kanun’un 5. maddesinde sayılan muafiyet koşullarını taşıma ihtimalinin çok düşük olduğu belirtilmektedir.
- (466) Buna karşılık amaç bakımından ihlal niteliği taşımayan bir bilgi değişiminin rekabet üzerindeki olası etkilerinin her somut olayın kendine has özellikleri bağlamında incelenmesi gerekmektedir. Bilgi değişiminin 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesi kapsamında etki bakımından rekabeti kısıtlayıcı bulunması için fiyat, üretim miktarı,

ürün kalitesi, ürün çeşitliliği ya da inovasyon gibi rekabet parametrelerinden en az biri üzerinde olumsuz etki doğurabilecek nitelikte olması gerekmektedir; bilgi değişiminin rekabeti kısıtlayıcı etkisinin değerlendirilmesinde ise ilgili pazarın özellikleri ile bilgi değişiminin nitelikleri dikkate alınmaktadır.

- (467) Dosya kapsamında tespit edilen, tedarikçilerin perakendeciler vasıtasıyla rakiplerine ilişkin bilgi toplamaları -her ne kadar bu bilgiler satış fiyatı ve miktarı gibi rekabete hassas bilgi niteliğindeyse de- gerek toplanan bilgilerin geleceğe dönük olmamaları gerekse davranışın gerçekleştiği hukuki ve iktisadi bağlam dikkate alındığında, amacı itibarıyla 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal eder nitelikte olmadığı değerlendirilmiştir.
- (468) Bilgi değişiminin rekabet üzerindeki etkisinin değerlendirilmesinde, ilgili pazarı rakipler arası koordinasyona elverişli hale getirip getirmeyeceğinin belirlenmesi bakımından Kılavuz'da, paylaşılan bilginin niteliğinin yanında; pazarın özellikleri bağlamında genellikle pazarın şeffaflık derecesine, pazarın yoğunlaşma derecesine, pazarın karmaşıklığına, pazarın istikrarına ve firmaların benzerliğine bakılacağı belirtilmektedir.
- (469) Pazarın şeffaflığı bakımından, bilgi değişiminin şeffaflığı artırarak fiyat, miktar, talep, maliyet gibi rekabete duyarlı unsurlara ilişkin belirsizlikleri azaltabileceği, bilgi değişimi öncesinde pazarın şeffaflık düzeyi ne kadar düşükse bilgi değişiminin rekabeti bozucu etkisinin o kadar yüksek olacağı, pazarın şeffaf hale gelmesine fazla katkıda bulunmayan bir bilgi değişiminin rekabeti kısıtlama olasılığının pazardaki şeffaflığı önemli ölçüde artıran bir bilgi değişimine kıyasla daha düşük olduğu, dolayısıyla pazarın bilgi değişimi öncesi ve sonrasındaki şeffaflık düzeyi ile bilgi değişiminin bu düzeyi nasıl değiştirdiğinin, bilgi değişiminin rekabeti kısıtlayıcı etki doğurma olasılığının belirleyici unsuru olduğu belirtilmektedir.
- (470) Tedarikçilerin perakendeciler aracılığıyla rakiplerine ilişkin bilgileri elde etmeleri kuşkusuz pazarı şeffalaştırmakta ve ticari kararlarına ilişkin belirsizlikleri ve riskleri azaltmaktadır. Bununla birlikte yerinde incelemede elde edilen belgelerde tedarikçilerin kendi saha elemanları vasıtasıyla da perakende noktalarından bilgi elde ettikleri görülmüştür. Buna karşılık, tedarikçiler kendi saha elemanları vasıtasıyla bilgi temininde yalnızca rakiplerin raf fiyatlarını öğrenebilecekken, doğrudan perakendecilerden aldıkları bilgilerde rakip raf fiyatlarının yanında satış miktarı, ciro, promosyon gibi bilgilere de kolaylıkla ulaşabilmektedirler. Dolayısıyla pazarda belirli düzeyde bir şeffaflığın halihazırda olduğu gözlenmekte iken perakendeciler aracılığıyla rakiplere ait hassas bilgilerin elde edilmesinin pazarın şeffaflık düzeyini artırdığı anlaşılmaktadır.
- (471) Firmaların benzerliği bağlamında Kılavuz'da, simetrik pazar yapılarında işbirlikçi sonucun gerçekleşme olasılığının yüksek olduğu, teşebbüslerin maliyetler, talep, pazar payları, ürün yelpazesi, kapasite gibi açılardan benzer olduğu durumda- rekabetçi güdüler de benzer olacağından- koordinasyon ihtimalinin artacağı, bilgi değişiminin teşebbüslerin birbirlerinden farklılık arz eden yönlerini tespit etmelerine ve bu farklılıklarını gidermek üzere araçlar geliştirmelerine, böylece aralarındaki koordinasyonu kolaylaştırmalarına yardımcı olabileceği belirtilmektedir.

### **I.3.3.2.1. Temizlik ve Hijyen Kategorisinde Bilgi Değişimine İlişkin Değerlendirme**

- (472) Temizlik ve kişisel bakım kategorileri altında çok fazla sayıda ürün grubu bulunmaktadır. Bu kapsamda bazı teşebbüsler arasında temizlik kategorisi ve onun alt kategorilerinde çakışma gözlenirken bazı teşebbüsler arasında kişisel bakım kategorisi

ve onun alt kategorilerinde çakışma gözlenmemektedir. Bir teşebbüs bir kategoride çok güçlü olabilirken diğer kategorilerde daha düşük paylara sahip olabilmektedir. Ancak özellikle soruşturmaya taraf UNILEVER, P&G, ECZACIBAŞI, HENKEL, EVYAP, HAYAT gibi teşebbüslerin geniş bir ürün portföyü ile faaliyet gösterdiği, bir çok ürün grubunda karşılıklı çakışmaların olduğu ve aynı tüketici kitlesine ürünlerini arz ettikleri görülmektedir. Dolayısıyla bu teşebbüslerin ürün yelpazesi, talep gibi parametrelerde benzer yapıya sahip olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

- (473) Bilginin niteliği kapsamında Kılavuz'da, değiştirilen bilginin rekabete duyarlı stratejik bilgi olup olmadığına, bilginin pazarı kapsama derecesine, bilginin teşebbüs bazında ya da toplulaştırılmış olup olmadığına, bilginin güncelliğine, bilgi değişiminin sıklığına, bilgilerin kamuya açık olup olmadığına ve bilgi değişiminin kendisinin kamuya açık olup olmadığına bakılacağı belirtilmektedir.
- (474) Değiştirilen bilginin rekabete duyarlı stratejik bilgi olup olmadığı hususunda Kılavuz'da, pazardaki belirsizliği azaltan stratejik verilerin rakipler arasında değişiminin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamına girmesinin başka türlü bilgilerin değişimine kıyasla daha muhtemel olduğu, stratejik verilerin paylaşılmasının tarafların rekabetçi güdülerinin azaltılması suretiyle rekabeti kısıtlayıcı etkiler doğurabileceği ve genel olarak fiyat ve miktara ilişkin bilgilerin stratejik niteliği yüksek bilgiler olduğu vurgulanmaktadır.
- (475) Tedarikçi teşebbüslerin perakendeciler aracılığıyla elde ettikleri bilgiler tam olarak rakipleri de kapsayacak şekilde her bir ürün ve ambalaj bazında satış miktarı, satış tutarı ve satış fiyatı bilgileridir. Her ne kadar ilgili teşebbüsler saha çalışmalarını neticesinde kendi personeli aracılığıyla raf fiyatlarına ulaşabiliyor olsa da perakendeciler aracılığıyla bunun ötesine geçerek satış miktarı, ciro ve pazar payı bilgilerine de ulaşabilmektedirler. Dolayısıyla tedarikçilerin elde ettikleri rekabete duyarlı hassas bilgilerin stratejik bilgiler olduğu anlaşılmaktadır.
- (476) Değişime konu bilginin pazarı kapsama derecesi bakımından ise Kılavuz'da, bilgi değişiminin rekabeti kısıtlayıcı etkileri değerlendirilirken bilgi değişiminde bulunan teşebbüslerin ilgili pazarı kapsama derecesinin dikkate alınacağı, zira bilgi değişiminin tarafı olmayan rakiplerin bilgi değişiminde bulunan teşebbüslerin rekabeti bozucu davranışlarını sınırlayabileceği, bilgi değişiminin ilgili pazarı kapsama derecesine ilişkin değerlendirmenin her somut olayın kendine özgü koşullarına ve bilgi değişiminin türüne bağlı olarak değişebileceği belirtilmektedir.
- (477) Tedarik pazarları hakkında bilgiler bölümünde verilen tablolara bakıldığında perakendeciler aracılığıyla bilgi değişimine taraf teşebbüslerin temizlik ve kişisel bakım kategorileri ile bu kategorilerin alt kategorilerinde sıklıkla birlikte buldukları ve her bir alt kategoride pazarın büyük bir kısmını oluşturdukları görülmektedir. Örneğin YUNUS çalışanı tarafından Mayıs ayına ilişkin tüm tedarikçilerin ürünlerine ilişkin satış miktarı ve satış tutarı bilgilerinin yer aldığı 05.06.2020 tarihli "mayıs" konulu e-posta, P&G, HENKEL, HAYAT, ECZACIBAŞI, Baby Turco, Viking, Lila Kağıt, Eruslu, İpek Kağıt, Reckitt Benkiser, UNILEVER, COLGATE PALMOLIVE, EVYAP, Cen Bebe, Tat Kimya, ABC Deterjan çalışanlarına gönderilmiştir. Sadece ana kategorilere bakıldığında dahi söz konusu e-postaya taraf tedarikçilerin payı kişisel bakımdan en az %60, temizlikte ise en az %70 seviyelerindedir. Dolayısıyla bilgi değişimine taraf teşebbüslerin pazarın önemli bir bölümünü kapsadığı ve bu haliyle tedarikçi teşebbüsler arasında söz konusu olabilecek ortak bir anlayışa varmanın kolaylaşabileceği, öte yandan tarafların anlaşmadan sapan ya da pazara yeni giren teşebbüsleri hedef almaları sağlanarak

uygun cezalandırma stratejileri geliştirmelerinin mümkün kılınabileceği değerlendirilmektedir.

- (478) Öte yandan, temizlik ve kişisel bakım kategorileri altında “diğer” kısmının hesaplanmasında belli bir paya ulaşabilmiş ve NIELSEN tarafından istatistiki olarak raporlanması mümkün olan firmaların sayısının kişisel bakım ürünleri kategorisinde 1.310, ev temizlik ürünleri kategorisinde ise 471 adet olduğu belirtilmiştir. Ancak “diğer” kısmında yer alan teşebbüslerin sayıca çok olması söz konusu teşebbüslerin bilgi değişimine taraf teşebbüslere karşı yeterli bir rekabetçi baskı oluşturabilecekleri anlamına da gelmemektedir. Bununla birlikte değiştirilen bilginin pazarın tamamını kapsadığını iddia etmek güçtür. Kaldı ki “diğer” kısmı her bir alt kategoride oldukça farklı paya sahiptir. Örneğin kağıt ürünlerinde “diğer” kısmının payı %49-53 iken ağız bakım ürünlerinde bu oran %1-5 seviyesindedir.
- (479) Bununla birlikte dosya kapsamında YUNUS’un üst pazarda yer alan tedarikçilerin neredeyse tamamıyla bilgi paylaştığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla değiştirilen bilginin pazarı kapsama derecesi tespit edilirken üst pazarda (tedarik pazarı) yer alan tedarikçilerle birlikte bilgi paylaşımının (olası işbirliğinin) etkisinin doğrudan hissedileceği alt pazarın (perakende pazarı) büyüklüğünün de ortaya konulması gerekmektedir. Yukarıda yer verilen yerinde inceleme belgelerinde görüldüğü üzere tedarikçi teşebbüsler ağırlıklı olarak yerel perakendeciler aracılığıyla bilgi değişiminde bulunmaktadır. Yerinde inceleme belgelerinde bir takım yerel perakende zincirlerinin adı geçmesine rağmen karşılıklı yazışmaların olduğu ve rakiplere ilişkin satış miktarı ve satış tutarı gibi bilgilerin paylaşıldığı YUNUS, ÇAĞRI ve MOPAŞ’ın toplam organize HTM perakendeciliği içindeki payına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir.

Tablo 39: Tedarikçilere Bilgi Sağlayan Perakendecilerin 2017-2019 Pazar Payları (%)

|       | 2017    | 2018    | 2019    |
|-------|---------|---------|---------|
| ÇAĞRI | (.....) | (.....) | (.....) |
| YUNUS | (.....) | (.....) | (.....) |
| MOPAŞ | (.....) | (.....) | (.....) |

Kaynak: HTM Sektör İncelemesi Ön Raporu

- (480) Tablodan da görüldüğü üzere YUNUS, ÇAĞRI ve MOPAŞ’ın organize HTM perakendeciliği içindeki toplam payı 2019 yılı itibarıyla %(.....) seviyesine dahi ulaşamamıştır. Söz konusu perakendecilerin paylarının organize ve geleneksel kanalın birlikte değerlendirildiği toplam HTM perakendeciliği içinde, bundan çok daha düşük olacağına kuşku bulunmamaktadır. Dolayısıyla tedarikçilerin rekabete hassas bilgileri perakendeciler aracılığıyla paylaşarak olası bir işbirliğine girmeleri durumunda bunun etkisinin dosya kapsamında oldukça sınırlı kalacağı değerlendirilmektedir. Nitekim pazarın yalnızca çok küçük bir kısmını ilgilendiren bir bilgi değişiminin, rekabet üzerinde hissedilebilir bir etki yaratmasının pek olası olmayacağı belirtilmektedir<sup>129</sup>.
- (481) Değiştirilen bilginin teşebbüs bazında ya da toplulaştırılmış olup olmadığına ilişkin olarak Kılavuz’da, herhangi bir teşebbüsün bireysel verilerinin tespitini yeterince güçleştirecek şekilde toplulaştırılmış verilerin değişiminin rekabeti kısıtlayıcı etkilere neden olma olasılığının teşebbüs bazındaki verilerin değişimine kıyasla çok daha düşük olduğu, genel olarak yoğunlaşmış bir oligopol pazar yapısı söz konusu değilse toplulaştırılmış verilerin değişiminin rekabeti kısıtlayıcı etkilere yol açma olasılığının küçük olduğu, teşebbüs bazındaki verilerin değişiminin ise bir yandan teşebbüslerin pazar konusunda ortak bir anlayışa varmalarını kolaylaştırırken öte yandan tarafların

<sup>129</sup> PİŞMAF, Ş. (2012), İktisadi ve Hukuki Açından Teşebbüsler Arası Bilgi Değişimi, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi, No. 115, Rekabet Kurumu, Ankara.

anlaşmadan sapan ya da pazara yeni giren teşebbüsleri hedef almalarını sağlayarak uygun cezalandırma stratejileri geliştirmelerini mümkün kılabileceği dile getirilmektedir.

- (482) Perakendeciler aracılığıyla tedarikçi teşebbüslerin rakipleri ile ilgili elde ettikleri bilgilere bakıldığında söz konusu bilgilerin teşebbüs bazında ve her bir ürün hatta her bir ambalaj bazında detaylandırıldığı görülmektedir. Dolayısıyla dosya kapsamındaki değişime konu bilgilerin, tedarikçi teşebbüsler arasında söz konusu olabilecek ortak bir anlayışa varmayı kolaylaştırabileceği, öte yandan tarafların anlaşmadan sapan ya da pazara yeni giren teşebbüsleri hedef almalarını sağlayarak uygun cezalandırma stratejileri geliştirmelerini mümkün kılabileceği değerlendirilmektedir. Tedarikçi teşebbüslerin rakiplerini izleyerek rekabetçi anlamda birbirlerine cevap vermeleri, kendilerini rakipleri ile kıyaslayarak pazarın rekabet seviyesini yükselterek tüketicilere en uygun fiyatlarla en kaliteli ürünleri sunmaları içinse teşebbüs bazında bilgiye ihtiyaçlarının olmadığı, kendi konumlarını görmek açısından kategori bazındaki toplulaştırılmış bilgilerin yeterli olduğu değerlendirilmektedir.
- (483) Değiştirilen bilginin güncelliği bağlamında Kılavuz'da, geçmiş tarihli verilerin değişiminin rekabeti kısıtlama olasılığının güncel ve geleceğe yönelik verilerin değişimine kıyasla daha düşük olduğu, zira geçmiş tarihli verilerin değişiminin rakiplerin gelecekteki davranışlarının göstergesi olma ya da pazarla ilgili ortak bir anlayışa yol açma ihtimalinin düşük olduğu belirtilmektedir.
- (484) Dosya kapsamında değiştirilen bilgilere bakıldığında tedarikçi teşebbüslerin geçmiş tarihli bilgileri perakendecilerden elde ettikleri, bununla birlikte söz konusu bilgilerin güncellenmesi kapsamında içinde bulunulan ayın başında geride kalan aya ilişkin bilgileri de düzenli olarak istedikleri anlaşılmaktadır. Nitekim bu hususu UNILEVER çalışanı (.....) tarafından YUNUS çalışanlarına gönderilen e-postalar ile çok sayıdaki UNILEVER iç yazışmasında görmek mümkündür. Dolayısıyla perakendeciler aracılığıyla geçmiş verilerin yanında elde edilen güncel bilgilerin tedarikçi teşebbüsler arasında söz konusu olabilecek ortak bir anlayışa varmayı kolaylaştırabileceği, öte yandan tarafların anlaşmadan sapan ya da pazara yeni giren teşebbüsleri hedef almalarını sağlayarak uygun cezalandırma stratejileri geliştirmelerini mümkün kılabileceği değerlendirilmektedir.
- (485) Bilgi değişiminin sıklığı bakımından Kılavuz'da, sık aralıklarla yapılan bilgi değişimlerinin teşebbüslerin pazarda ortak bir anlayışa ulaşmasını ve anlaşmadan sapmaların izlenmesini kolaylaştırarak işbirlikçi sonuç riskini artırdığı dile getirilmektedir.
- (486) Yerinde incelemede elde edilen belgelerde görüldüğü üzere, tedarikçi teşebbüsler ihtiyaç olması halinde duruma göre anlık olarak da perakendecilerden bilgiler toplayabilmekte, bunun dışında genellikle aylık olarak bilgi elde etmektedir. Bu kapsamda her ne kadar çok düzenli bir paylaşımın bulunmadığı ve yerinde incelemelerde elde edilen iç yazışmalara göre tedarikçilerin bu bilgileri istenilen zaman ve detayda elde etmekte zorlanabildikleri anlaşılmakla birlikte, pazarda tedarikçi teşebbüsler arasında söz konusu olabilecek ortak bir anlayışa ulaşma, ortak anlayışı sürdürme ve anlaşmadan sapmaların izlenmesini kolaylaştırması açısından gerek anlık gerekse aylık bilgi değişimlerinin frekansının oldukça yüksek olduğu değerlendirilmektedir.
- (487) Değiştirilen bilgilerin kamuya açık olup olmadığına ilişkin olarak Kılavuz'da, gerçek anlamda kamuya açık bilgilerin değişiminin genellikle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında ihlal teşkil etmesinin beklenmediği, gerçek anlamda kamuya açık bilgilerin, bilgiye erişim maliyetleri bakımından bütün rakipler ve müşterilerce aynı

derecede erişilebilir olan bilgiler olduğu, bilginin gerçek anlamda kamuya açık olması için, bilgi değişiminin tarafı olmayan müşterilerin ve teşebbüslerin bilgiye erişim maliyetinin, taraf olan teşebbüslerinkinden daha fazla olmaması gerektiği, dolayısıyla normal koşullar altında rakiplerin pazardan kolaylıkla toplayabilecekleri verileri değiştirmeyi tercih etmeyeceğinden gerçek anlamda kamuya açık bilgilerin değişimine pratikte pek rastlanmadığı, öte yandan bir bilgiyi pazardan örneğin müşterilerden toplama imkanının bulunmasının bu bilginin rakipler için kolay erişilebilir bir pazar verisi olduğu anlamına gelmediği belirtilmektedir.

- (488) Yukarıda yer verildiği üzere tedarikçi teşebbüsler de saha çalışmaları kapsamında kendi personeli aracılığıyla piyasadan bilgi toplayabilmektedir. Bununla birlikte söz konusu bilgiler genellikle raf fiyatlarından ibaret olup rakiplere ilişkin satış miktarları, ciro bilgileri ve pazar payı bilgilerinin saha ziyaretleri ya da gözlem yaparak elde edilmesi pek mümkün gözükmemektedir. Diğer yandan perakendeciler, tedarikçi teşebbüslere rakiplerine ilişkin bilgileri, her bir ürün ambalajı ölçeğinde ve satış miktarı, satış tutarı, satış fiyatı detayında sağlamaktadır. Kaldı ki ECZACIBAŞI'nda yapılan yerinde incelemede elde edilen belgede, ÇAĞRI'nın 2021 yılından itibaren bilgi paylaşımlarının paralı olacağı anlaşılmaktadır. ECZACIBAŞI'nın ise, rakiplere ilişkin detayları içermelerinden ötürü söz konusu bilgilerin devamlılığının sağlanması konusunda istekliliği görülmektedir. Dolayısıyla perakendeciler aracılığıyla elde edilen rakiplere ilişkin bilgilerin kamuya açık bilgi şeklinde nitelendirilemeyeceği değerlendirilmektedir.
- (489) Bilgi değişiminin; 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olası rekabet karşıtı etkilerinin değerlendirilmesinden sonra, 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi kapsamında incelenmesi aşamasında ise öncelikle bilgi değişiminin etkinlik kazanımları sağlaması, söz konusu etkinlik kazanımlarının tüketicilere aktarılması, bu aktarım mekanizması içerisinde rekabetin ortadan kalkmaması ve nihayet söz konusu bilgi değişiminin bu aktarım için zorunlu olması koşulları aranmaktadır.
- (490) Bilgi değişiminin etkinlik kazanımları sağlamasına ilişkin olarak Kılavuz'da, teşebbüslerin bilgi değişimi ile elde ettikleri pazar ve firma bilgileri sayesinde üretimlerini talebin yüksek olduğu pazarlara yöneltebileceği ya da düşük maliyetli teşebbüslere yaptırabileceği, pazar paylarına ilişkin geçmiş ve güncel verilerin değişiminin teşebbüslerin bu verileri ürün kalitelerine ilişkin bir gösterge olarak sunmalarına imkân vermesi halinde, hem teşebbüsler hem de tüketiciler açısından yararlı olabileceği, gerçek anlamda kamuya açık bilgi değişiminin tüketicilerin araştırma maliyetlerini azaltmalarına ve daha bilinçli şekilde tercih yapmalarına yardımcı olacağı belirtilmektedir.
- (491) Bilgi değişimi ile elde edilen etkinlik kazanımlarının tüketicilere aktarılması kapsamında Kılavuz'da, bilgi değişimi sonucunda elde edilen etkinlik kazanımlarının bilgi değişiminin rekabeti kısıtlayıcı etkilerini telafi edecek şekilde tüketicilere yansıtılması gerektiği, bilgi değişiminde bulunan tarafların pazar gücü ne kadar düşükse etkinlik kazanımlarının bilgi değişiminin rekabeti kısıtlayıcı etkilerini telafi edecek şekilde tüketicilere yansıtılma olasılığının da o kadar fazla olduğu ifade edilmektedir.
- (492) Bilgi değişimi ile elde edilen etkinlik kazanımlarının tüketicilere aktarılması sırasında rekabetin ortadan kalkmaması koşulu uyarınca Kılavuz'da, bilgi değişimi sonucunda ilgili pazarın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmasının söz konusu olması halinde anlaşmanın 4054 sayılı Kanununun 5. maddesi kapsamında muafiyetten yararlanamayacağı dile getirilmektedir.



- (493) Etkinlik kazanımlarının tüketicilere aktarılması için bilgi değişiminin zorunlu olması gerekliliği kapsamında ise, zorunluluk koşulunu karşılamak için tarafların; konu, toplulaştırılmış olma, güncellik, kamuya açık olup olmama, sıklık ve pazarı kapsama gibi özellikleri bakımından bilgi değişiminin etkinlik kazanımlarının elde edilmesi ve tüketiciye yansıtılması için rekabeti kısıtlama riskini en az düzeyde taşıdığını kanıtlaması gerektiği, ayrıca bilgi değişiminin, bu koşulların sağlanması için gerekli olanlar haricinde bir veri içermemesi gerektiği belirtilmektedir. Örneğin kıyaslama amacıyla teşebbüs bazında bireyselleştirilmiş verilerin değişimine ihtiyaç bulunmadığı, zira kıyaslamadan kaynaklanabilecek etkinlik kazanımlarının verilerin anonimleştirilmek ve toplulaştırılmak suretiyle bir çeşit sektör sıralamasına dönüştürülmesi yoluyla da elde edilebilmesinin mümkün olduğu, dolayısıyla teşebbüs bazındaki verilerin değişiminin genellikle zorunlu olarak kabul edilemeyeceği vurgulanmaktadır.
- (494) Bu kapsamda dosya konusu bilgilerden yola çıkarak, tedarikçi teşebbüslerin perakendeciler aracılığıyla elde ettikleri rakiplere ait bilgilerin, pazardaki rekabet seviyesini artırmaya yönelik olarak rakiplerin izlenerek kendilerine rekabetçi cevap verilmesi amacıyla kullanılmak istenmesi durumunda dahi etkinlik kazanımlarının tüketicilere aktarılması için bilgi değişiminin zorunlu olması gerekliliği unsurunu taşımadığı değerlendirilmektedir. Zira söz konusu bilgilerin toplulaştırılmadan rakipler ve hatta ürünler bazında detaylı bir şekilde paylaşıldığı görülmektedir. Dolayısıyla söz konusu bilgiler olmadan kıyaslama yapılamayacağı ya da rakiplere rekabetçi anlamda cevap verilemeyeceği ihtimaline katılmak mümkün değildir. Kaldı ki tedarikçi teşebbüsler tarafından MİGROS, CARREFOURSA gibi ulusal çoklu format perakendeciler ile A101, BİM ve ŞOK gibi ulusal indirim perakendecilerinden rakiplere ilişkin bilgi elde edilmeden faaliyetlerin sürdürüldüğü anlaşılmaktadır.
- (495) Bununla birlikte yukarıda daha önce de ifade edildiği üzere, bahsi geçen bilgi değişimi neticesinde geleceğe dönük fiyat ve miktar gibi rekabete hassas bilgilerin değiştirildiğine dair soruşturma sürecinde bilgi, belge veya bulguya rastlanmadığından ötürü, söz konusu bilgi değişiminin amacı yönüyle rekabeti ihlal etmediği değerlendirilmektedir. Rekabeti kısıtlayıcı etkiler bağlamında da incelenen bilgi değişiminin neticesinde fiyat artışı veya bu sonuca ulaştıracak promosyon ve/veya iskonto belirlenmesi, müşteri paylaşımı, arz kısıtlaması gibi bir tespit bulunulamamaktadır. Ancak tedarikçi teşebbüsler rakiplerine ilişkin fiyat ve miktar gibi son derece detaylı ve güncel bilgileri elde etmektedirler. Durum bu olmakla birlikte, tedarikçi teşebbüslerin rakiplerine ilişkin dolaylı bilgi değişimini gerçekleştirdikleri perakendecilere bakıldığında özellikle yerel perakenciler aracılığıyla bu bilgilerin elde edildiği ve söz konusu perakendecilerin en kapsamlı haliyle dahi pazarın yalnızca %(. ....) bir bölümünü teşkil ettiği görülmektedir.
- (496) Ayrıca yerinde incelemelerde elde edilen bilgi ve belgelere göre, söz konusu bilgiler perakendecilerden her seferinde arzulanan zamanlama ve detayda elde edilememekte, yine tedarikçilerin geneli bakımından uzun bir geçmişe ve/veya sürekliliğe dayanmamaktadır. Söz gelimi UNILEVER'de yapılan incelemelere göre teşebbüs yerel perakendecilerden aylık rakip satış verilerini toplama uygulamasına 2020 yılı Mart ayı sonu itibarıyla başlamış ancak uygulamada sürekliliği sağlayamamıştır.
- (497) Buna karşın tedarikçi teşebbüslerin perakendeciler aracılığıyla elde ettikleri bilgilerin ölçeğini ve kapsamını artırarak pazarın geneline yaymaları ihtimal dahilindedir. Böylelikle, bilgi değişimi yoluyla tedarikçiler arasında veya tedarikçiler yoluyla

perakendeciler arasında bir anlaşma/uzlaşma sağlanması, sürdürülmesi ve olası bir anlaşma/uzlaşmadan cayanların cezalandırılmasının mümkün olabileceği değerlendirilmektedir. Son tahlilde, incelenen bilgi değişiminin farklı tedarikçiler arasında yaygınlaşması veyahut diğer perakendecilerin katılmasıyla pazarın geneline sirayet etmesi de olası riskler arasındadır.

- (498) Bu çerçevede incelemeye konu bilgi değişiminin mevcut haliyle rekabet karşıtı amaca sahip olmadığı; paylaşımın süresi, sıklığı, süreklilik arz etmemesi ve özellikle değiştirilen bilginin toplam pazarın oldukça sınırlı bir bölümünü kapsadığı dikkate alındığında henüz rekabeti kısıtlayıcı etki de doğurmadığı; bu bakımdan inceleme konusu bilgi değişimine taraf olan teşebbüslerin bu bilgi değişimi yoluyla 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal etmedikleri kanaatine varılmaktadır. Bununla birlikte olası rekabet ihlallerinin önüne geçilmesi amacıyla, pazarı ve faaliyet alanı fark etmeksizin bilgi değişimine taraf olan ya da aracılık eden tüm tedarikçiler ile perakendecilerin, gerek kendi pazarlarındaki rakiplerine, gerekse de dikey ilişkide bulunan tarafların birbirlerinin rakiplerine ilişkin rekabete hassas bilgilerin değişimine dair bu kararda yer verilen tespitler ile Kılavuz'da yer alan açıklamaları göz önünde bulundurarak hareket etmeleri gerektiği yönünde soruşturma taraflarına görüş yazısı gönderilmesine karar verilmiştir.

#### I.3.3.2.2. Un Pazarında Bilgi Değişimine İlişkin Değerlendirme

- (499) SÖKE UN'da gerçekleştirilen yerinde incelemede elde edilen, firma çalışanları (.....) ve (.....) arasında geçen 05.11.2020 tarihli çevrimiçi konuşmadan ve yerinde inceleme neticesinde KATMER UN'dan alınan belge ve beyanlardan, KATMER UN'un 28.09.2020 ve 02.11.2020 tarihlerine ait olduğu değerlendirilen liste fiyatlarının temin edildiği ve bu liste fiyatlarına geçilip geçilmediğine ilişkin ifadelerin yer aldığı görülmektedir.
- (500) Daha önce de belirtildiği üzere Kılavuz'da, pazardaki belirsizliği azaltan stratejik verilerin rakipler arasında değişiminin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamına girmesinin başka türlü bilgilerin değişimine kıyasla daha muhtemel olduğu, stratejik verilerin paylaşılmasının, tarafların rekabetçi güdülerinin azaltılması suretiyle rekabeti kısıtlayıcı etkiler doğurabileceği ve genel olarak fiyat ve miktara ilişkin bilgilerin stratejik niteliği en yüksek bilgiler olduğu vurgulanmaktadır.
- (501) KATMER UN'da gerçekleştirilen yerinde incelemeye istinaden, 24.02.2021 tarih ve 15477 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal eden ve ilgili tarihlere ilişkin liste fiyatlarının açıklandığı KATMER UN cevabi yazısında;

“ ...

*Ankara içi müşterilerimize yüksek fiyattan ürün yollanıyor ama iskonto, geri, dönüş dönem sonu faturaları alınıyor.*

*Ankara dışı müşterilerimize net net fiyattan ürün yollanıyor ve geri dönüş faturası alınmıyor.*

*Fiyat geçişi olarak ise yeni fiyat listesi çıkarılıp aynı gün müşterilere bildirilmektedir.*

*Müşterilerimize yeni fiyat bildirildikten sonra ortalama 1 ay boyunca eski fiyattan ürün sevk edilmeye devam edilmektedir.*

*16.03.2020 tarihli 1 kg Un (.....) liste:*

*Ankara için Mart 2020-Eylül 2020 arasında uygulanan listedir. %(.....) arasında müşterilerden geri dönüş faturası alınmaktadır.*

*16.03.2020 tarihli 1 kg Un (.....) liste:*

*Ankara için çıkarıldı ama uygulamaya geçmedi.*

*01.08.2020 tarihli 1 kg Un (.....) liste:*

Ankara dışı için çıkarıldı. Ağustos 2020-Eylül 2020 arasında uygulandı. Net net fiyat tır. Geri dönüş faturası alınmamaktadır.

28.09.2020 tarihli 1 kg Un (.....) liste:

Ankara dışı için uygulanmakta. Halen fiilen uygulanan listedir. Hiçbir geri dönüş faturası yoktur. Net net fiyatla müşteriye un yollanmaktadır.

28.09.2020 tarihli 1kg Un (.....) liste:

Ankara dışı , (.....) market e gidiyor. %(.....) geri dönüş faturası alınıyor.

28.09.2020 tarihli 1 kg Un (.....) liste:

Ankara içine uygulanan liste. Halen fiilen uygulanan listedir. Müşterilerden %(.....) arasında geri dönüş faturaları alınmaktadır.

01.10.2020 tarihli 1 kg Un (.....) tl liste:

Ankara için (.....) için çıkarılan listedir. Ama uygulamaya geçilmedi. Beğendik market iflas etti ve battı.

02.11.2020 tarihli 1 kg Un (.....) tl liste:

Ankara dışı için açıklanan liste. Dolar kuru 8.50 tl den 7.00 tl ye düşünce listeyi uygulamaya almadık. Bu liste uygulamaya geçmedi.

02.11.2020 tarihli 1 kg Un (.....) tl liste:

Ankara için çıkarılan liste. Dolar kuru 8.50 tl den 7.00 tl ye düşünce listeyi uygulamaya almadık. Bu liste uygulamaya geçmedi.

...

hususları ifade edilmiştir.

- (502) İlgili açıklamalar çerçevesinde ürün verilen firma ismi, ürün ismi, satış miktarı, satış fiyatı ve uygulanması beklenen liste fiyat bilgisi ayrıntılarına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

Tablo 40: KATMER UN Tarafından Ürün Verilen Firma ve Fiyat Bilgileri

| Ürün Alan Firma | Fatura Tarihi | Ürün İsmi                     | Adet Fiyatı (TL) | İlgili Tarihde Liste Fiyatı |
|-----------------|---------------|-------------------------------|------------------|-----------------------------|
| (.....)         | 21.10.2020    | 5 Kg Katmer Un                | (.....)          | (.....)                     |
| (.....)         | 30.10.2020    | 2 Kg Katmer Un (6 adet)       | (.....)          | (.....)                     |
| (.....)         | 30.10.2020    | 4 Kg Katmer Un (4adet)        | (.....)          | (.....)                     |
| (.....)         | 30.10.2020    | 5 Kg Katmer Un (Kraft)        | (.....)          | (.....)                     |
| (.....)         | 04.11.2020    | 5 Kg Katmer Un                | (.....)          | (.....)                     |
| (.....)         | 25.11.2020    | 1 Kg Tam Buğday Unu (12 adet) | (.....)          | (.....)                     |
| (.....)         | 25.11.2020    | 1 Kg Katmer Un (12 adet)      | (.....)          | (.....)                     |
| (.....)         | 25.11.2020    | 2 Kg Katmer Un (6 adet)       | (.....)          | (.....)                     |
| (.....)         | 25.11.2020    | 4 Kg Katmer Un (4adet)        | (.....)          | (.....)                     |
| (.....)         | 25.11.2020    | 5 Kg Katmer Un (Kraft)        | (.....)          | (.....)                     |
| (.....)         | 23.12.2020    | 1 Kg Katmer Un (12 adet)      | (.....)          | (.....)                     |
| (.....)         | 23.12.2020    | 2 Kg Katmer Un (6 adet)       | (.....)          | (.....)                     |
| (.....)         | 23.12.2020    | 4 Kg Katmer Un (4adet)        | (.....)          | (.....)                     |
| (.....)         | 23.12.2020    | 5 Kg Katmer Un (Kraft)        | (.....)          | (.....)                     |
| (.....)         | 31.12.2020    | 1 Kg Tam Buğday Unu (12 adet) | (.....)          | (.....)                     |
| (.....)         | 31.12.2020    | 5 Kg Katmer Un                | (.....)          | (.....)                     |
| (.....)         | 06.01.2021    | 1 Kg Tam Buğday Unu (12 adet) | (.....)          | (.....)                     |
| (.....)         | 06.01.2021    | 1 Kg Katmer Un (12 adet)      | (.....)          | (.....)                     |
| (.....)         | 06.01.2021    | 2 Kg Katmer Un( 6 adet)       | (.....)          | (.....)                     |
| (.....)         | 06.01.2021    | 5 Kg Katmer Un (Kraft)        | (.....)          | (.....)                     |
| (.....)         | 07.01.2021    | 1 Kg Tam Buğday Unu (12 adet) | (.....)          | (.....)                     |
| (.....)         | 07.01.2021    | 1 Kg Katmer Un (12 adet)      | (.....)          | (.....)                     |
| (.....)         | 07.01.2021    | 2 Kg Katmer Un (6 adet)       | (.....)          | (.....)                     |
| (.....)         | 07.01.2021    | 4 Kg Katmer Un (4adet)        | (.....)          | (.....)                     |
| (.....)         | 07.01.2021    | 5 Kg Katmer Un (Kraft)        | (.....)          | (.....)                     |
| (.....)         | 20.01.2021    | 5 Kg Katmer Un                | (.....)          | (.....)                     |

- (503) Bu çerçevede SÖKE UN bünyesinde 05.11.2020 tarihinde gerçekleştiği anlaşılan çevrimiçi konuşmadaki ifadelerden KATMER UN'un 28.09.2020 ve 02.11.2020 tarihlerine ait olduğu değerlendirilen fiyat listelerinin<sup>130</sup> SÖKE UN tarafından temin edildiği anlaşılmaktadır. Ancak teşebbüs yetkililerinin belgede yer alan ifadelerle örtüşen beyanı ve sunulan belgelere göre görüşme tarihi öncesinde piyasayla paylaşıldığı anlaşılan ikinci listenin henüz uygulamaya konulmadığı, 28.09.2020 tarihli listenin dahi ancak yakın zamanda uygulanmaya başlanıldığı anlaşılmaktadır. Nitekim KATMER UN tarafından, ürün yollanması sonrasında faturalarda iskonto uygulandığı, fiyat geçişi yapılacağı zaman yeni liste fiyatının aynı gün müşteriye bildirildiği, yeni fiyat listesi bildirildikten sonra ortalama bir ay boyunca eski fiyattan satışa devam edildiği ifade edilmiş ve buna ilişkin önde gelen çeşitli müşterilere yapılan satışlara dair fatura örnekleri ibraz edilmiştir.
- (504) Değiştirilen bilginin güncelliği bağlamında Kılavuz'da, geçmiş tarihli verilerin değişiminin rekabeti kısıtlama olasılığının güncel ve geleceğe yönelik verilerin değişimine kıyasla daha düşük olduğu, zira geçmiş tarihli verilerin değişiminin rakiplerin gelecekteki davranışlarının göstergesi olma ya da pazarla ilgili ortak bir anlayışa yol açma ihtimalinin düşük olduğu belirtilmektedir. Açıklandığı üzere elde edildiği anlaşılan 28.09.2020 tarihli liste fiyatları geçmiş tarihli verileri içermektedir. 02.11.2020 tarihli listenin ise çevrimiçi konuşmanın geçtiği 05.11.2020 tarihi itibarıyla müşterilerle zaten paylaşılmış olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla dosya kapsamında geleceğe dönük fiyat ve miktar gibi rekabete hassas bilgilerin, müşterilerin bu bilgilere erişimi olmaksızın rakipler arasında gizli olarak değiştirildiğine dair bilgi veya bulguya rastlanmadığından, amacı yönüyle rekabeti ihlal eder bir durumun oluşmadığı değerlendirilmektedir.
- (505) Bilgi değişiminin sıklığı bakımından Kılavuz'da, sık aralıklarla yapılan bilgi değişimlerinin teşebbüslerin pazarda ortak bir anlayışa ulaşmasını ve anlaşmadan sapmaların izlenmesini kolaylaştırarak işbirlikçi sonuç riskini artırdığı dile getirilmektedir. KATMER UN ve SÖKE UN'da gerçekleştirilen yerinde incelemelerde, 05.11.2020 tarihli belgede bahsi geçen fiyat listelerinin temini dışında, bu tarih öncesinde veya sonrasında adı geçen teşebbüsler arasında doğrudan veya dolaylı bir temasa, iletişime veya bilgi değişimine dair herhangi bir bulguya rastlanmamıştır.
- (506) SÖKE UN doğrudan ve/veya dolaylı olarak KATMER UN'a ait liste fiyatlarını elde etmiş olmakla birlikte, SÖKE UN'un KATMER UN'un geçmiş döneme ait liste fiyatlarını ve müşterilerle paylaşılmış olmasına karşın yakın tarihli yeni fiyat listesini bir sefere mahsus olarak doğrudan veya dolaylı yoldan temin etmesinin rekabeti kısıtlayıcı etki doğurma ihtimalinin son derece düşük olduğu; bu bakımdan inceleme konusu bilgi değişimine taraf olan teşebbüslerin bu bilgi değişimi yoluyla 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal etmedikleri kanaatine varılmaktadır.
- (507) Buna karşın KATMER UN'un liste fiyatları doğrudan veya müşteriler aracılığıyla dolaylı şekilde bir sefere mahsus olarak temin edilmiş olsa da, düzenli olarak rekabete hassas verilerin tek taraflı veya karşılıklı temin edilmesinin gelecekte piyasadaki stratejik belirsizliği önemli ölçüde azaltma ihtimali bulunmaktadır.
- (508) Bu bakımdan KATMER UN ve SÖKE UN'a, rekabete hassas bilgilerin değişimine ilişkin olarak bu kararda yer verilen tespitler ile Kılavuz'da yer alan açıklamaları göz

<sup>130</sup> KATMER UN'da yapılan yerinde incelemede 01.10.2020 tarihli bir başka fiyat listesi de elde edilmiş olmakla birlikte KATMER UN'un beyanına göre (.....) için özel olarak çıkarılan bu liste, adı geçen teşebbüsün iflası nedeniyle uygulanmamıştır.

önünde bulundurarak hareket etmeleri gerektiği yönünde görüş yazısı gönderilmesine karar verilmiştir.

### **I.3.4. Diğer Teşebbüslere İlişkin Değerlendirme**

- (509) Soruşturma dosyası kapsamında organize HTM perakendeciliği pazarında faaliyet gösteren perakendeci teşebbüsler ve bu perakendecilere gıda ve/veya temizlik/hijyen kategorilerinde ürün tedarik eden üretici/tedarikçi teşebbüslerle ve teşebbüs birliği ile ilgili yapılan incelemelerde elde edilen bilgi ve belgeler ile bunlara ilişkin yapılan analizler ve ulaşılan bulgular neticesinde; ÇAĞRI, METRO, ÇAĞDAŞ, YUNUS, GRATIS, WATSONS, BEŞLER, HENKEL, BANVİT, SÖKE UN, KATMER UN, EVYAP, COLGATE PALMOLIVE, BEYPI, KÜÇÜKBAY, J&J, UNILEVER, NIVEA, DENTAVIT, ECZACIBAŞI, DALAN, NESTLE, P&G ve GPD tarafından 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlal edildiğine yönelik bir tespit yapılmamış olup dolayısıyla anılan teşebbüsler ve teşebbüs birliği hakkında aynı Kanun'un 16. maddesi doğrultusunda idari para cezası uygulanmasına yer bulunmamaktadır.
- (510) Bu noktada P&G ile ilgili olarak; elde edilen belgeler çerçevesinde teşebbüsün A101, BİM ve MİGROS arasında kendi ürünlerinin fiyat geçişleri konusunda danışıklılığın/koordinasyonun sağlanmasına yönelik olarak adı geçen teşebbüslerin rekabete hassas bilgilerinin paylaşımına aracılık ettiği şüphesi uyansa da, 2020 yılında iki kez böyle bir olası uygulamanın varlığına işaret eden delillerin içeriklerinin belirgin olmaması ve ihlalin varlığının makul şüphenin ötesine taşıyacak başkaca delillerle desteklenememiş olması sebebiyle, söz konusu delillerin P&G'nin kendi ürünlerine ilişkin piyasayı organize ettiğini veya bu ürünlerin raf fiyatları ve fiyat geçişleri konusunda danışıklılığın sağlanması ve sürdürülmesi hususunda perakendeciler arasında gerekli bilgi akışını sağladığını ispatlamak bakımından yetersiz olduğu, böylelikle PG'nin de bu kapsamda bir rekabet ihlali sorumluluğunun oluşmadığı kanaatine varılmıştır.

### **I.4. Savunmalar ve Değerlendirilmesi**

#### **I.4.1. BİM, A101, ŞOK, MİGROS, CARREFOURSA, SAVOLA ve P&G'nin Savunmaları ve Değerlendirilmesi**

##### **I.4.1.1. Usule İlişkin Savunmalar ve Değerlendirilmesi**

###### **I.4.1.1.1. Usule İlişkin Ortak Savunmalar ve Değerlendirilmesi**

**- A101, BİM, ŞOK, MİGROS ve CARREFOURSA tarafından yapılan; Soruşturma Bildiriminde iddialara ilişkin yeterli açıklamaların sunulmadığı, dolayısıyla teşebbüslerin savunma hakkının kısıtlandığı savunması.**

- (511) BİM, A101, ŞOK, MİGROS ve CARREFOURSA tarafından yapılan; Soruşturma Bildiriminde, haklarında oluşan şüphenin niteliğini anlayacakları ve buna ilişkin savunma yapabilecekleri yeterlilikte bilgiler sunulmuş olup, bu anlamda 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin ikinci fıkrasının gereği yerine getirilmiştir. Öte yandan, Kurulun 4054 sayılı Kanun'un 44. maddesine göre tarafları bilgilendirmediği ve savunma hakkı tanımadığı konuları vereceği kararlara dayanak yapması mümkün olmadığı gibi; Kanun'un ihlaline ilişkin tespit ve değerlendirmelerin tekemmül ettiği ve böylelikle taraflar hakkındaki ihlal isnadının ve dayanaklarının net bir şekilde ortaya konulduğu, soruşturma raporunda yer verilen hususlara karşı taraflara iki kez yazılı, bir kez de sözlü savunma hakkı ve talep eden teşebbüslere dosyaya giriş hakkı tanınmış olması karşısında, teşebbüslerin savunma haklarının kısıtlandığı iddiasına iştirak etme imkânı bulunmamaktadır.

**- A101, BİM, ŞOK, MİGROS ve CARREFOURSA tarafından yapılan; Soruşturma konusunun COVID-19 salgını sürecinde perakendeciler ile tedarikçilerin fiyatlama davranışlarının incelenmesini konu almasına rağmen önaraştırma raporu ile soruşturma raporunun tamamıyla farklılaşarak önaraştırma raporunun dikkate alınmadığı savunması.**

- (512) Önaraştırma raporu, kişi ve kuruluşlar hakkında soruşturma açılıp açılmayacağına tespitine yönelik bir hazırlayıcı işlem niteliğinde olup, bu haliyle taraflar hakkında soruşturma açılıp açılmamasına etki etmenin ötesinde hukuki anlamda bir sonuç doğurmamaktadır. Öte yandan soruşturma aşaması ise teşebbüslerin 4054 sayılı Kanun'u ihlal edip etmediklerinin tespitine yönelik bilgilerin toplanması ve bu haliyle dosyanın tamamlanmasını öngören bir süreci kapsamaktadır<sup>131</sup>. Bu bakımdan soruşturma safhası, araştırmanın genişletilmesi suretiyle elde edilecek bilgi, belge ve deliller ışığında değerlendirme yapılarak 4054 sayılı Kanun kapsamında bir ihlal olup olmadığının tespitinin her türlü şüpheden uzak bir şekilde açıklığa kavuşturulacağı aşama olarak belirlenmiştir<sup>132</sup>. Diğer yandan Kurulun 07.05.2020 tarihli ve 20-23/298-M sayılı kararında, soruşturmanın kapsamı ilgili teşebbüslerin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edip etmediklerinin tespiti şeklinde belirlenmiş olup herhangi bir süre sınırlaması öngörülmemiştir. Kaldı ki, Kabahatler Kanunu'nun "Soruşturma Zamaşımı" başlıklı 20. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca, 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinde yer verilen nispi idari para cezasını gerektiren kabahatlerde soruşturma zamaşımı süresinin de sekiz yıl olduğu hususunda duraksama bulunmamaktadır. Hal böyleyken, söz konusu savunmaların dayanağının bulunmadığı değerlendirilmektedir.

**- A101, BİM, ŞOK, MİGROS ve CARREFOURSA tarafından yapılan; iddiaların üstü kapalı şekilde dile getirildiği, hukuki değerlendirmelerin öngörülebilirlik ilkesine aykırı olduğu, Soruşturma Raporunda aşırı derecede karartma yapıldığı dolayısıyla bulgu ve tespitlere karşı savunma yapılmasının mümkün olmadığı ve bu bulgulardaki olası lehe delillerin de savunulma imkânının ortadan kalktığı savunması.**

- (513) Kurumun geçmiş uygulamalarına paralel olarak, Soruşturma Raporunun, Raporda yer verilen belgelerde ticari sır, gizli bilgi veya kişisel veri içeren çeşitli kısımlar ile teşebbüslerin kendileri bakımından ihlal isnadına dayanak teşkil etmeyen tespit ve değerlendirmeler her bir teşebbüs özelinde karartılarak oluşturulan versiyonları taraflara iletilmiştir. Bu kapsamda teşebbüslerin savunma haklarını kısıtlamamak adına mümkün mertebe kendileri ile alakalı olan ve savunma sürecinde göz önünde bulundurulması gereken kısımlarda karartma yapılmamıştır. Kaldı ki, teşebbüslerin haklarındaki ihlal isnadına dayanak teşkil etmemesi nedeniyle Soruşturma Raporunda karartılan kısımlara da 2010/3 sayılı Dosyaya Giriş Hakkının Düzenlenmesine ve Ticari Sırların Korunmasına İlişkin Tebliğ kapsamında yapılan talepler doğrultusunda Rekabet Kurulu tarafından erişim imkânı tanınmıştır<sup>133</sup>.
- (514) Öte yandan Raporda, teşebbüsler hakkında yapılan inceleme ve tespitlere objektif bir şekilde yer verildikten sonra, bu inceleme ve tespitlere ilişkin değerlendirmelere esas teşkil eden mevzuat hükümleri ile içtihat aktarılmış ve nihayetinde her bir tespit bu mevzuat ve içtihat hükümleri doğrultusunda değerlendirilerek ilgili tarafların satışa

<sup>131</sup> Ankara 15. İdare Mahkemesinin 13.07.2012 tarih, 2011/2550 E., 2012/1189 K. sayılı kararı.

<sup>132</sup> Danıştay 13. Dairesinin 08.05.2012 tarih, 2008/8139 E., 2012/963 K. sayılı kararı.

<sup>133</sup> İlgili başvurular üzerine tanınan dosyaya giriş imkânı yalnızca Soruşturma Raporunun bahsi geçen kısımları ile sınırlı olmayıp, dosyanın tamamı bakımından dosyaya giriş hakkı tanınmıştır.



sundukları pek çok ürünün perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topladağıt (hub and spoke) özelliği de sergileyen kartel niteliğindeki anlaşma veya uyumlu eylemler yoluyla 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettikleri ortaya konulmuştur.

**- ŞOK ve CARREFOURSA tarafından yapılan; ilgili ürün pazarının ve coğrafi pazarın tanımlanmamasının teşebbüs lehine tespit edilebilecek hususların gözden kaçmasına neden olduğu dolayısıyla ilgili ürün pazarı ve coğrafi pazarın tanımlanmamış olmasının hatalı olduğu savunması.**

- (515) Gerek Kurulun gerekse Komisyonun [mahkemelerin yerleşik içtihadı ile de kabul gören] uygulamasında ortaya konulduğu üzere, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin<sup>134</sup> uygulanması bakımından ilgili pazar tanımı yapılması her dosyada zorunlu değildir. Mevcut dosya kapsamında olduğu gibi, başta karteller olmak üzere pazar tanımından bağımsız olarak teşebbüsler arasında rekabete aykırı amaca sahip olduğu açık olan ihlaller bakımından yürütülen soruşturmalarda ilgili pazarın tanımlanmasına ilişkin bir yükümlülük veya zorunluluk bulunmamaktadır<sup>135</sup>. Bu çerçevede, ilgili taraflar bakımından yapılan inceleme ve tespitler neticesinde elde edilen bulgular ile bunlara ilişkin değerlendirmeler doğrultusunda ulaşılan sonuca herhangi bir etkisi olmayacağından, ilgili pazar tanımı yapılmasına gerek görülmemiştir.

#### **1.4.1.1.2. Usule İlişkin Ayrık Savunmalar ve Değerlendirilmesi**

**- CARREFOURSA tarafından yapılan, soruşturma heyetinin Kurul yerine Başkanlık Makamı tarafından görevlendirilmesinin hukuka aykırı olduğu ve 4054 sayılı Kanun'da Kurula tanınmış yetkinin genişletici yoruma tabi tutulmasının mümkün olmadığı, bu durumun adil yargılanma hakkını ihlal ettiği savunması.**

- (516) Kurumun her türlü iş ve işlemi gibi idari yargı denetimine tabi olan savunmaya konu usuli işlem çeşitli Kurul kararı vesilesiyle yargı denetiminden geçmiş ancak hukuka aykırı bulunmamıştır. Bu doğrultuda adil yargılanma hakkının ihlali de söz konusu değildir.

**- CARREFOURSA tarafından yapılan, teşebbüste gerçekleştirilen yerinde incelemelerde uzman yardımcılarının da görev aldığı ancak açık düzenlemeye aykırı olarak uzman yardımcılarını eliyle inceleme yürütülmesinin hukuka aykırı olduğu, hukuka aykırı yürütülen inceleme neticesinde elde edilen delillerin de hukuka aykırı kabul edileceği ve teşebbüs aleyhine bir ihlal isnadında bulunmanın mümkün olmadığı savunması.**

- (517) 4054 sayılı Kanun'un 15. ve 40. maddelerinde, lafız itibarıyla yerinde incelemelerin uzmanlar tarafından gerçekleştirileceği düzenlenmiş olmakla birlikte, aynı Kanun'un Rekabet Kurumu meslek personelinin statüsünü belirleyen 34. ve 36. maddeleri ile Rekabet Kurumu Meslek Personel Yönetmeliği'nin 4. maddesi uyarınca uzman yardımcılarının meslek personeli niteliğini haiz olduğu açık olup, Kurum hizmetlerinin gerektirdiği asli ve sürekli görevleri yerine getirmekle yetkili oldukları ifade edilmiştir. Bu itibarla 15. maddede belirtilen "uzman" ifadesinin "meslek personeli" olarak yorumlanması gerekmektedir. Nitekim ilgili iddia Kurulun 20 yılı aşkın uygulamasında teşebbüsler tarafından defalarca mahkemeler huzurunda dile getirilmiş olup dayanaktan yoksun olduğu istikrarlı olarak hüküm altına alınmıştır<sup>136</sup>. Dolayısıyla

<sup>134</sup> 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin karşılığı olan Avrupa Birliğinin İşleyişine Dair Anlaşma'nın 101(1). maddesinin.

<sup>135</sup> Case AT.39574 — Smart Card Chips, para 214.

<sup>136</sup> Örnek olarak bkz. Danıştay 10. Dairesi'nin 18.11.2003 tarih ve E:2001/1441, K:2003/4468 sayılı kararı

meslek personeli görev ve yetkisini haiz olduklarında kuşku bulunmayan rekabet uzman yardımcılarının yerinde incelemelerde görevlendirilmiş olmalarının hukuka aykırı olduğu iddiasının kabulü mümkün değildir.

**- CARREFOURSA tarafından yapılan rekabet hukukundan çok daha farklı bir alanda uzmanlaşmış olan MASAK eliyle toplanmış bulguların, rekabet ihlalini ispat amacıyla kullanılmasının mümkün olmadığı savunması.**

(518) 4054 sayılı Kanun kapsamına giren bir ihlalin varlığı, hukuka uygun olarak elde edilmiş her türlü delil ve ispat vasıtası ile ortaya konulabilmektedir. Dolayısıyla gerçek ve tüzel kişiler yanında kuşkusuz kamu kurum ve kuruluşlarından, usulüne uygun olarak elde edilen bilgi ve bulgular da delil niteliğini haizdir. Kaldı ki MASAK'tan temin edilen bilgi ve belgeler üzerine inşa edilen hiçbir tespit ve değerlendirme bulunmamaktadır.

**- CARREFOURSA tarafından yapılan, şartları gerçekleşmemiş olan geçici tedbir müessesinin amacı dışında ve hukuka aykırı olarak kullanıldığı savunması.**

(519) Kurulun geçici tedbire ilişkin 07.05.2020 tarihli ve 20-23/298-145 sayılı kararının teşebbüslerle ilgili kısmı, "*kısa kararın tebliğinden dosyaya ilişkin soruşturma süreci tamamlanana kadarki süre zarfında gıda ve temizlik ürünlerinde yapılacak tüm fiyat artışları hakkında Kurumumuzun belirleyeceği format ve süre içinde Kurumumuzun bilgilendirilmesi*" ile sınırlıdır. Bu bakımdan esasen Kanun'un 14. maddesinde düzenlenen yetki kapsamında Soruşturma Heyetince de talep edilmesi mümkün olan bir bilginin belirli bir süre zarfında düzenli şekilde sunulmasının ötesinde bir yükümlülük öngörülmemektedir. Nitekim söz konusu tedbir soruşturma sürecinde Kurulun 22.10.2020 tarihli ve 20-47/648-M sayılı kararı ile kaldırılmıştır. Öte yandan bahsi geçen geçici tedbir kararının iptali istemiyle METRO tarafından açılan davada Ankara 14. İdare Mahkemesinin 16.07.2020 tarihli ve 2020/980 E. sayılı kararı ile yürütmenin durdurulması isteminin reddine karar verildiği; akabinde, Ankara Bölge İdare Mahkemesi 8. İdari Dava Dairesinin 17.09.2020 tarihli ve 2020/511 E. sayılı kararı ile yürütmenin durdurulması kararına yapılan itirazın reddedildiği vurgulanmalıdır. Bu bakımdan ilgili geçici tedbir kararının amacı dışında ve hukuka aykırı olarak kullanıldığı iddiaları yerinde bulunmamaktadır.

**- ŞOK tarafından yapılan, SAVOLA haricinde perakendeciler arasındaki bilgi değişimine aracılık ettikleri iddia edilen tedarikçilerin bu soruşturma kapsamında olmadığı dolayısıyla bu hususun bile soruşturmanın usulen sakat olduğunu gösterdiği savunması.**

(520) Savunmada bahsi geçen, soruşturmanın tarafı olmayan çeşitli üretici/tedarikçi niteliğindeki teşebbüsler hakkında soruşturma kapsamında elde edilen bulgular doğrultusunda Kurulun 26.04.2021 tarihli ve 21-23/271-M sayılı kararı ile re'sen soruşturma açılmış olup inceleme süreci devam etmektedir. Usuli süreçler ve savunma süreleri dikkate alınarak, ilgili teşebbüsler hakkındaki ihlal şüphesinin mevcut soruşturma yerine haklarında başlatılacak yeni bir soruşturma yoluyla açıklığa kavuşturulmasının daha doğru ve sağlıklı olacağı Kurul tarafından takdir edilmiştir.

#### **I.4.1.2. Esasa İlişkin Savunmalar ve Değerlendirilmesi**

##### **I.4.1.2.1. Topla-Dağıt Tipi Kartel İddiasına İlişkin Savunmalar**

**- Rakipler arasında doğrudan iletişimin tespit edilemediği, bununla birlikte destekleyici unsurlara yer verilmediği, rekabete hassas bilgilerin diğer perakendeciler ile paylaşılması amacıyla tedarikçi ile paylaşıldığı hususunun ortaya konulmadığı, dolayısıyla topla-dağıt tipi kartelde olması gereken zorunlu**

unsurların bulunmadığı, bahsi geçen fiyat artışlarına sebep olabilecek alış fiyatlarındaki ve diğer maliyetlerdeki artışların göz ardı edildiği, bu kapsamda topla-dağıt tipi kartel iddiaları için gerekli olan ispat standardının yerine getirilmediği savunması.

- (521) Bu noktada öncelikle, gerek ilgili sektör gerekse elde edilen bulgular ve ulaşılan sonuçlar bakımından mevcut dosya ile oldukça benzer nitelikler sergileyen, Portekiz Rekabet Otoritesinin (Autoridade da Concorrência (AdC)) yakın tarihli iki kararı ve halen devam eden çok sayıda soruşturması hakkında bilgi verilmesinde fayda bulunmaktadır. 2016 yılında AdC tarafından çeşitli teşebbüsler hakkında yeniden satış fiyatının tespiti iddialarına ilişkin başlatılan soruşturma kapsamında 2017 yılında gerçekleştirilen yerinde incelemelerde, bazı sağlayıcılar ile önde gelen perakendeciler arasında çeşitli gıda, içecek, temizlik ve kozmetik ürünlerinin perakende satış fiyatlarının tespitine dönük topla-dağıt kartellerinin varlığına işaret eden deliller elde edilmesi üzerine, her biri bir adet sağlayıcı (hub) ve çok sayıda süpermarket zinciri (spoke) hakkında olmak üzere toplam 13 ayrı soruşturma başlatılmıştır<sup>137,138</sup>. Mevcut durumda söz konusu soruşturmalardan tamamlanan ikisinde AdC tarihinin ilk topla-dağıt karteli kararları verilmiş ve bu iki soruşturmada altı perakende zinciri ile iki ayrı tedarikçiye para cezası uygulanmıştır<sup>139</sup>.
- (522) Bahsi geçen kararlara ilişkin olarak AdC temsilcilerince 2021 Mart ayında Uluslararası Rekabet Ağı (ICN) tarafından düzenlenen “Topla-Dağıt Kartel Dosyaları” başlıklı webinarlarda yapılan sunumda<sup>140</sup> topla-dağıt kartel uygulamalarına dair güçlü deliller olarak aktarılan bazı yazışma örneklerine<sup>141</sup> aşağıda yer verilmektedir:

**“4. Topla-Dağıt uygulamasının güçlü delilleri**

**ÖRNEK no. 1**

**Konu: Satış Fiyatı Ayarlaması – 24.01**

**Kimden: [Tedarikçi]**

**Kime: [Perakendeci A]**

**Yarın için -24.01- [...] planlanan tavsiye satış fiyatı fiyat ayarlamasını ekte bulabilirsiniz.**

*Fiyat istikrarının ticari marjların korunması için hayati olduğunu göz önünde bulundurarak, bu fiyatların mağazalarınızda uygulanmasına dair işbirliğiniz için müteşekkir olurum.*

[...]

**Kimden: [Perakendeci A]**

**Kime: [Tedarikçi]**

*Bu ayarlama [Perakendeci B] için de geçerli midir?*

**Kimden: [Tedarikçi]**

**Kime: [Perakendeci A]**

*[Ürün 1] ve [Ürün 2] hariç, evet. Yine de bunlar içinde bulunduğumuz hafta ayarlanmış olacaklar.”*

<sup>137</sup> [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD\(2019\)86/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD(2019)86/en/pdf)

<sup>138</sup> <https://globalcompetitionreview.com/hub-and-spoke/portugal-imposes-highest-ever-fines>

<sup>139</sup> İhlallerin yaklaşık 10 yıl sürdüğü tespit edilen söz konusu soruşturmalarda tedarikçilere (Sociedade Central de Cervejas ve Prime Drinks) cirolarının %6,5'i düzeyinde; perakende zincirlerine (Modelo Continente, Pingo Doce, Auchan, Intermarché, Lidl ve Cooplecnorte) ise cirolarının %3'ü ile %7'si arasında değişen oranlarda para cezası uygulanmıştır. Anılan perakendecilerden dördü (Modelo Continente, Pingo Doce, Auchan ve Intermarché) her iki soruşturma bakımından da taraftır. [https://www.internationalcompetitionnetwork.org/wp-content/uploads/2021/03/CWG\\_webinar\\_hubspeke\\_032021.pdf](https://www.internationalcompetitionnetwork.org/wp-content/uploads/2021/03/CWG_webinar_hubspeke_032021.pdf)

<sup>140</sup> Bkz. bir önceki dipnot.

<sup>141</sup> İngilizce orijinalinden Türkçe'ye çevrilmiştir.

**“ÖRNEK no. 2**

**Konu: Alışveriş [Ürün 1]**  
**Kimden: [Perakendeci A]**  
**Kime: [Tedarikçi]**

[...]

25 Mayıs'ın [Ürün 1] alışveriş raporunu gönderiyorum.

Bazı perakendeciler tarafından uygulanan fiyatlar dikkate alındığında, kendi mağazalarımızın rekabetçi olmadığını teyit etmiş durumdayız.

**İlginizden ve pazardaki bu durumun düzeltilmesinden** memnun oluruz.

**Alternatif olarak, son seçenekte**, müşterilerimizin en iyi fiyatlardan yararlanmaları için promosyonel koşullar talep ederiz.

Geri dönüşünüzü bekliyoruz.

[...]"

**“ÖRNEK no. 3**

**RE: [Perakendeci] fişlerinin karşılaştırması**  
**Kimden: [Tedarikçi]**  
**Kime: [Tedarikçi]**  
**Bilgi: [Tedarikçi], [Tedarikçi Off-Trade<sup>142</sup> Satış Direktörü]**

[...]

**Bu promosyon ile ilgili olarak [Perakendeci A]'dan baskı alıyorum... bu durum fiyat tavsiyelerimizi tehlikeye atıyor.** [...]

**Kimden: [Tedarikçi]**  
**Kime: [Tedarikçi]**  
**Bilgi: [Tedarikçi], [Tedarikçi Off-Trade Satış Direktörü]**

[...] **[Perakendeci A]'nın e-postasında önümüzdeki Pazartesi'ye kadar bu sorunun çözülmesi talep ediliyor.** Durumu düzeltmek için çabalamaya değer mi?

**Kimden: [Tedarikçi]**  
**Kime: [Tedarikçi]**  
**Bilgi: [Tedarikçi], [Tedarikçi Off-Trade Satış Direktörü]**

**[Tedarikçi Off-Trade Satış Elemanı] fiyatları değiştirmeyi başardı. Yarın kasa fişi ispatını gönderecek."**

(523) Yukarıdaki yazışmaların gerek içeriği gerekse kullanılan ifadeler bakımından, soruşturma kapsamında elde edilen çeşitli delillerle benzerlikleri açıkça görülmektedir. Bunun yanında, dosya kapsamında pek çok iletişim delilindeki ifadelerin, perakende satış fiyatlarının tespitine dönük rekabet karşıtı amacı yukarıda örnek olarak sunulan delillere kıyasla çok daha net olarak ortaya koyduğu değerlendirilmektedir.

(524) Öte yandan bahsi geçen sunumda yer verilen bilgilere göre, taraf teşebbüslerin nitelikleri, soruşturma konusu sektör ve ürünler ile elde edilen delillerin mevcut soruşturmaya benzer olduğu AdC tarafından yürütülen soruşturmalarda tespit edilen ihlaller karşısında sunulan savunmaların da neredeyse birebir aynı olduğu görülmektedir. Sunumun ilgili kısmına<sup>143</sup> aşağıda yer verilmektedir:

**“5. Teşebbüslerce sunulan başlıca iddialar**

- Tanımlanan eylemler Portekiz Perakende Gıda Pazarı'nda iktisadi açıdan irrasyoneldir
- Perakendeciler arasında doğrudan iletişimin bulunmaması
- Perakendeciler kendi perakende satış fiyatlarını belirlemede serbestlerdir
- İzleme/Alışveriş yasal ve meşru bir pazar bilgi aracıdır
- Fiyat bilgisi değişimleri gerçek anlamda kamuya açık bilgi sınıfındadır

<sup>142</sup> Perakende kanala ilişkin ticari birim.

<sup>143</sup> İngilizce orijinalinden Türkçe'ye çevrilmiştir.

- *Fiyatlardan sapma sinyalinin verilmesi daha iyi alış koşulları elde edebilmek için bir pazarlık argümanıdır*
- *Perakendecilerin tepkileri pazardaki hareketlere karşı normal, rasyonel ve rekabetçi yanıtlardır*
- *Niyete dair kanıtın bulunmaması”*

(525) Söz konusu savunmalar AdC tarafından kabul edilmemiş ve daha önce de ifade edildiği üzere taraflara para cezası uygulanmıştır.

(526) Dosya kapsamında yapılan birçok tespit, rakipler arasında fiyatların ve fiyat geçişlerinin koordinasyonun sağlanmasına ve geleceğe dönük fiyatlar ve fiyat geçiş tarihleri gibi rekabete hassas bilgilerin paylaşılmasına dair doğrudan ve/veya tedarikçiler aracılığıyla dolaylı iletişimlerin olduğu ortaya konulmaktadır. Esasen dosya kapsamında yer alan salt bu iletişim delillerinin varlığı dahi amaç bakımından rekabeti kısıtlayıcı bir anlaşma ve/veya uyumlu eylemin varlığını ispata yeterli olarak görülebilecek olmakla birlikte; büyük ölçüde belgelere konu olan ürünlere ilişkin yine belgelerde bahsi geçen fiyat hareketlerinin gerçekleşip gerçekleşmediği de teyit yoluna gidilmiştir. Bu bakımdan somut olayda, çeşitli yönlerden topla-dağıt niteliğinde çeşitli açılardan ise daha *geleneksel* nitelikte olmak üzere, her halükarda Ceza Yönetmeliği'nin 3. maddesi anlamında kartel tanımına uygun bir dizi anlaşma ve/veya uyumlu eylem teşkil eden davranışların mevcudiyeti gösterilmiştir.

(527) Bu çerçevede, her ne kadar ihlal iddialarını destekleyici unsurlara yer verilmediği ve rakipler arasında doğrudan iletişim tespit edilmediği savunulsa da teşebbüsler arasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabet karşıtı iletişimi gösterir çok sayıda yazışma ve bu yazışmalarda bahsi geçen fiyat hareketlerinin büyük ölçüde birebir gerçekleştiğine ilişkin çok sayıda tespit karşısında, "*hiçbir destekleyici unsura yer verilmediği*" savunması kabul edilebilir değildir.

(528) Kaldı ki teşebbüsler arasında doğrudan iletişim kanallarının kullanıldığını gösterir belgeler de bulunmaktadır. Söz gelimi A101'de elde edilen Whatsapp yazışmasında geçen "...(*.....*) *bey Bim ile görüştük cumaya kadar bekleyelim denilmekte...*" ifadesi ile;

"[A101 1] - (*.....*): *Geçiyoruz diye konuştuk*

[A101 2] - (*.....*): *Kiminle?*

[A101 1] - (*.....*): *Bim*"

ifadelerinden; CARREFOURSA'dan elde edilen, "*(.....)*<sup>144</sup>: *Bugün geçmiş, A101 (*.....*)'ın*<sup>145</sup> *keyfi yerindeydi. Onlar da şimdi geçiyorlarmış*" ifadesinden<sup>146</sup>; ya da TİGEM bünyesinde gerçekleştirilen ve katılımcıları arasında perakendeci teşebbüslerin temsilcilerinin olduğu anlaşılabilir toplantıya ilişkin notlardan da görüleceği üzere, rakipler arasında doğrudan iletişim delillerinin tespit edilemediği savını kabul etmek mümkün değildir.

(529) Ayrıca SAVOLA'da yapılan yerinde incelemede elde edilen, bir önceki yazışmanın tarihi<sup>147</sup> ve A101'den gönderilen fiyat bilgileri<sup>148</sup> birlikte değerlendirildiğinde "*Strategy*

<sup>144</sup> CARREFOURSA İcra Kurulu Üyesi ve Genel Müdürü (*.....*).

<sup>145</sup> İlgili tarihte A101 icra kurulu başkanıdır (CEO).

<sup>146</sup> A101 tarafından böyle bir görüşmenin gerçekleşmediği öne sürülmüş olmakla birlikte, CARREFOURSA tarafından yapılan savunmada, adı geçenlerin ilgili tarihte sosyal bir etkinlik vesilesiyle bir araya geldikleri belirtilmiştir.

<sup>147</sup> Söz konusu yazışmadan önce yazışma tarihi tespit edilebilen son yazışma delili 08.12.2018 tarihine ilişkindir.

<sup>148</sup> A101 tarafından sunulan bilgilere göre 1,25 lt Yudum ayçiçek yağı 07.01.2019 tarihinde 14,25 TL fiyattan, 4,5 lt Yudum ayçiçek yağı ise 23.01.2019 tarihinde 33,95 TL fiyattan düzenli olarak listelenmeye başlanmıştır.

team” isimli Whatsapp grubunda 2018 yılı Aralık ayında gerçekleştiği değerlendirilen yazışmada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

[SAVOLA 1] - (.....): (.....)<sup>149</sup> aradı ben[i] A101 e ürün listelemişsiniz o tavsiye raf fiyatlarını nasıl kabul ettiler bunlar işi bilmiyor mu diyor ☺

Ben de herkes sizin gibi değil dedim [...] (18.54)

[SAVOLA 2] - (.....): A101'e çıkacağımız raf fiyatlarını nereden biliyorlar (19.30)

[SAVOLA 3] - (.....):(...) (19.34)

biliyorlar mı kı (19.35)

[SAVOLA 1] - (.....): Valla orasını bilmiyorum ama ayçiçek 4,5 pet 33,50 dedi 1,25 lt 14,25 dedi ben de daha net değil dedim A101 de arkadaşı var ama (.....)'in<sup>150</sup> (19.38)

[SAVOLA 3] - (.....): bu arada (.....)<sup>151</sup> aradı sımdı

hayırlı olsun helal olsun dedi

☺

a101 mania (19.52)

(530) Söz konusu yazışmalardan, SAVOLA ve A101 arasında yapılan görüşmeler neticesinde A101 mağazalarında düzenli olarak listelenmesi kararı alındığı anlaşılan Yudum markalı 1,25 lt ve 4,5 lt ayçiçek yağı ürünlerinin fiyatlarının, bu listeleme henüz gerçekleşmeden ŞOK ve MİGROS çalışanları tarafından edinildiği; üstelik belgede yer alan ifadelerden bu bilginin kaynağının SAVOLA olmadığı anlaşılmaktadır. Bu yazışma da teşebbüsler arasında yalnızca dolaylı değil, doğrudan iletişim kanallarının da kullanıldığına işaret etmektedir. Kaldı ki, mevzuat ve içtihat ışığında, teşebbüsler arasındaki iletişimin rekabet karşıtı amaç veya etkilerinin değerlendirilmesinde, bu iletişimin doğrudan veya dolaylı olarak gerçekleştirilmiş olmasının önemi bulunmamaktadır.

(531) Öte yandan topla-dağıt tipi kartelin unsurlarının delillerle ortaya konulmadığından bahisle “hiçbir tespitte perakendeci A'nın rekabete aykırı özel bir saikle hassas bilgilerini tedarikçi B ile bilerek ve isteyerek perakendeci C'ye iletileceğinin bilincinde olarak paylaştığının ortaya konulamadığı” savunması yapılsa da; ortak tedarikçi tarafından kendisine rekabet açısından en stratejik bilgiler olarak nitelenen rakibinin geleceğe dönük fiyat veya fiyat geçiş tarihleri bilgisi ulaştırılan perakendecinin, bu bilginin kaynağının rakibi olduğunu; bu tarz bir bilgiye muttali olan perakendecinin kendi stratejik bilgisini sağlayıcıya bildirmesi halinde bu bilginin de rakipleriyle paylaşılacağını ya da paylaşılabileceğini öngörebileceği veya öngörmesi gerektiği açıktır. Kaldı ki pek çok yazışmada bu bilginin rakiplerle paylaşılması özellikle talep edilmektedir.

(532) Nitekim ayrıntılarına TESPİT 1 kapsamında yer verilen yazışmalarda geçen, aşağıda ise örnek olarak sunulan bazı ifadeler, esasen perakendecilerin rekabete hassas olduğunda en ufak bir şüphe bulunmayan geleceğe yönelik fiyatlara ve fiyat geçiş tarihlerine ilişkin bilgileri, diğer perakendecilerin de organize edilebilmesi ve piyasada tam koordinasyonun sağlanması için tedarikçiye bilinçli olarak verdiğini gözler önüne sermektedir:

- 10.08.2018 tarihinde;

<sup>149</sup> ŞOK Kuru Gıda Satın Alma Yöneticisi (.....)'in kastedildiği anlaşılmaktadır.

<sup>150</sup> ŞOK Kuru Gıda Satın Alma Yöneticisi (.....)'in kastedildiği anlaşılmaktadır.

<sup>151</sup> MİGROS Kuru Temel Gıda Ürün Grubu Müdürü (.....)'un kastedildiği anlaşılmaktadır.



*“[MİGROS]-Migros (.....): Guzel abi piyasa yükselirse sorun yok:)  
Bu arada raf fiyatları salı gunu itibariyle yükselecek  
Ptesi organize olup herkesin salı gunune geçmesi gerekiyor*

- 28.08.2018 tarihinde;  
*“[SAVOLA]- (.....): Şok 1 lt Yudum yarın 10.95TL rafta.yarın sizde geçin lütfen.  
(.....)<sup>152</sup> onaylattık.  
Sıkıntı çıkmayacak.”*
- 13.02.2019 tarihinde;  
*[A101]-A101 (.....): Şok halledilmeden bi işlem yapamayız  
(...)  
1.25 teki durum şu  
Şok cumaya kadar fiyatı yukarı atarsa rafı bozmuyoruz  
Yukarı attığında 14,25 fiyatıyla 2\*1,25 aksiyon yapacağız”*
- 16.01.2020 tarihinde,  
*“[MİGROS]- (.....) Migros: (.....) günaydın  
Cuma gününe organize oluyoruz biz fiyat geçişinde sen a101 ve diğer tarafları  
organize eder misin ?  
Cuma rafa yansıyacak  
[SAVOLA]- (.....): Günaydın tammadır”*
- 16.03.2020 tarihinde;  
*“[SAVOLA]- (.....): Günaydın bugün yeni tavsiye raf fiyatlarını sisteme  
tanımladınız değil mi ? C4 tanımladı aynı gün diye sorun olmasın teyit etmek  
istedim . (.....) Bey bugün için tanımlanacak demişti piyasayı ona göre organize  
ediyoruz  
[MİGROS]- (.....) Migros: (.....) selam ok bizde sıkıntı yok fiyatlar yarına güncel  
Bizim için a101 önemli orayıda organize etmeniz gerekiyor  
[SAVOLA]- (.....): Tamamdır onlarda Cumartesiye organize ediyoruz ikinci fiyat  
geçiş için  
5 lt pet tanımlandı mı fiyat güncellenmesi gereken birşey varsa destek olayım  
hemen  
[MİGROS]- (.....) Migros: 5 l pet tanımlandı fiyatı güncellenecek haftaya ptesi  
sipariş gelir”*
- 06.04.2020 tarihinde;  
*“[CARREFOURSA]- (.....) Carrefour: Bizde yükselttik senin söyleğin fiyatlara  
geçmiştik  
Onlar geçneyine bizde geri çektik  
Geçiriseniz bizde geöeriz*
- 20.04.2020 tarihinde  
*“[MİGROS]- (.....) Migros: Burda tanımladı dedin siz geçmeyince o tarafı iptal  
ettik bilgisini vermedin haberimiz yok,biz ctesi fiyatı gösterdik adamlar  
geçmediler bugün ptesi yarına yansır diyolar bir daha biz önce geçmeyeceğiz  
bilginiz olsun c4 bizden önce fiyatı göster biz ona göre geçeriz  
Ok yarını bekleyelim.5 lt yarın rafa yansıyacak  
[SAVOLA]- (.....): Aynı güne organize ediyoruz geçiş olmuyor yada aynı fiyata  
geçiş olmayınca sorun yaşanıyor diye yoksa aynı gün onlarda tanımlamıştı hep  
Cuma yapsaydınız ok konuşuruz”*

<sup>152</sup> ŞOK üst yöneticisi (CEO)

- BİM ve SAVOLA çalışanları arasında geçen yazışmada 03.02.2020 tarihinde “Merhaba,  
43,95 yaptım yarın itibari ile piyasada aşağı fiyat olmaması konusunda destek rica ederiz,”

(533) Yukarıdaki konuşmaların içeriğinden tedarikçinin merkez (hub) konumunda koordinasyona ve kartele aracılık ettiği, perakendecilerin ise uç (spoke) olarak bu kartelin içinde bilinçli olarak yer aldığı ispatlanmıştır. Teşebbüsler savunmalarında aksini iddia etseler de yukarıda birkaç örneğine yer verilen yazışmaların çok daha fazlası, kararın ilgili bölümlerinden de görülebileceği üzere, dosya kapsamında bulunmaktadır.

#### **I.4.1.2.2. Pazarın Karakteristik Özelliklerinin Göz Ardı Edildiğine İlişkin Savunmalar**

- Rekabet hukuku incelemelerinde rakipler arasından doğrudan veya dolaylı işbirliğinin tartışılmakta olduğu bir dosyada incelenen piyasanın özelliklerinin de dikkate alınması gerektiği, bunun yapılmadığı, toplam gıda perakendesi satışları içinde organize perakende satışları oranının Türkiye bakımından %43 olduğu, dolayısıyla gıda perakendeciliği sektörünün bir kartel anlaşmasına müsait olmadığı, mevcut pazar yapısında teşebbüsler arasında rekabeti kısıtlayıcı bir anlaşmanın rasyonel ve sürdürülebilir olmadığı, organize olmayan gıda perakendecilerinin de organize perakendeciler üzerinde ciddi bir rekabetçi baskısının bulunduğu, böylelikle pazarda yoğun bir fiyat rekabetinin yaşandığı, soruşturmaya konu pazarın yüksek derecede şeffaf olduğu, satılan ürünler homojen olmasa bile görsel ve yazılı iletişim araçlarının çeşitliliği ile birlikte teşebbüslerin teknolojik altyapılarının güçlü olmasının rakip fiyatlarını hızlı ve kolay bir şekilde takip edebilmelerine olanak sağladığı, pazardaki şeffaflığın bu derece yüksek olması nedeniyle de fiyatların ve fiyat değişim tarihlerinin teşebbüsler için rekabete duyarlı hassas bir bilgi olmaktan çıktığı, pazarın bilgi paylaşımına elverişli olmadığı, yazışmaların sağlayıcı ile yapılan alış fiyatı pazarlıklarını ve esasen teşebbüslerin rekabet güdüsüyle hareket ettiklerini gösterdiği, perakendecilerin tedarikçiler tarafından yeniden satış fiyatının tespiti olarak değerlendirilebilecek fiyat baskısına maruz kaldıkları, belgelerde yer alan fiyat geçişlerine ilişkin ifadelerin pazarın yapısı ve işleyişi dikkate alındığında rahatlıkla gerçekleştirilebilecek tahmin ve öngörülerini içerdiği, incelenen pazar gibi oligopolistik bağımlılığın söz konusu olduğu pazarlarda teşebbüsler arasında herhangi bir anlaşma olmaksızın salt paralel davranışlar sonucunda rekabetçi düzeyin üzerinde karlar elde edilebildiği, gözlenen paralel fiyatlandırma davranışlarının pazar liderini takiple veya barometrik fiyat liderliği ile açıklanabileceği, COVID-19 salgını döneminde indirimle satışa sunulan ürünler bakımından herhangi bir değerlendirmeye yer verilmeyerek sadece belirli ürünlerin seçilerek değerlendirme yapıldığı ve tüm ürün kataloğuna yönelik değerlendirme yapılmadığı, sonuç olarak uyumlu eylem iddialarına ilişkin taraflar arasındaki koordinasyonu somut bir şekilde ortaya koyan herhangi delil ve değerlendirme olmadığı savunması.

(534) Tarafların savunmalarının değerlendirilmesi bakımından yol gösterici bir karar olan Danıştay 13. Dairesinin 2016/4902 E. 2019/4247 K. 2019/4247 sayılı kararında Yüksek Mahkeme;

*“Avrupa Birliği Adalet Divanı'nın (ABAD), Dyestuffs kararında, uyumlu eylem, anlaşma düzeyine ulaşmamakla birlikte, teşebbüslerin, rekabetin risklerine karşı oluşturulan bilinçli olarak ikame ettikleri koordinasyon biçimi olarak tanımlanmış; Sugar kararda, teşebbüslerin rakiplerinin*

mevcut ve öngörülebilir davranışlarına rasyonel olarak ayak uydurmalarının hukuka uygun olduğu, ancak mevcut veya potansiyel rakiplerinin pazardaki davranışlarını etkileme yahut geleceğe ilişkin kararlarını rakiplerine ifşa etme amacı ya da etkisi bulunan her türlü doğrudan veya dolaylı iletişimin uyumlu eylem olarak nitelendirileceği ve bu durumun rekabet ihlali oluşturacağı belirtilmiştir.

Pazarın yapısı nedeniyle teşebbüslerin paralel davranışlarda bulunması durumunda bu paralel davranışların gizli bir anlaşma veya uyumlu eylem sonucu olup olmadığının tespitinde, davranışın makul, mantıklı bir nedeninin olup olmadığı, diğer teşebbüslerle uyumlu bir şekilde gerçekleştirilen davranışın teşebbüsün çıkarına olup olmadığı, teşebbüsler arasında bir bağlantının olup olmadığı, teşebbüsler arasında doğrudan ya da dolaylı iletişimi sağlayan yöntemlerin kullanılıp kullanılmadığı, bilgi alışverişi gibi kolaylaştırıcı eylemlerin olup olmadığı gibi hususların dikkate alınması gerekmektedir.

4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine göre anlaşma, uyumlu eylem veya teşebbüs birliği kararlarının rekabeti engelleyici, bozucu veya kısıtlayıcı amaç taşımaması yeterli olup, amacı bu olduğu takdirde, söz konusu davranışların ayrıca piyasada rekabeti bozucu etkilerinin görülmesi veya bu etkilerin ispatı aranmayacaktır. Bir başka anlatımla, rekabeti ihlal edici amacın belirlenebildiği durumlarda, rekabete aykırı olduğu iddia edilen fiil ve davranışların mahiyetinin belirlenmesi asgari seviyede önem taşımaktadır. Nitekim, 4054 sayılı Kanun'un aktarılan hükümleri ve buna ilişkin gerekçelerde özetle; rekabetin ihlal edilmesini amaç edinen fiil ve davranışların yasaklandığı belirtilmiştir.

Rekabet açısından önemli olduğunda kuşku bulunmayan geleceğe ilişkin rekabete hassas bilgilerin piyasada rekabet edilen başka bir teşebbüsle paylaşılmasında, rekabeti ihlal edici bir amacın olduğu şüphesi ortaya çıkacaktır. Nitekim gerek ABAD'in T-Mobile kararda gerekse doktrinde rakipler arasında gelecekteki davranışlarına yönelik belirsizlikleri ortadan kaldıracak nitelikte olan bilgi paylaşımının rekabete aykırı olarak değerlendirilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Söz konusu rekabete hassas bilgi; geleceğe ilişkin fiyat veya buna ilişkin stratejik bir bilgi olduğu takdirde, rekabeti ihlal etme amacının ayrıca irdelenmeye ihtiyaç göstermeyecek şekilde ortada olduğu da açıktır. Ayrıca, teşebbüsler arası bilgi paylaşımının, piyasada bir etkisinin olmadığı ileri sürülebilirse de, belirtilen rekabete hassas bilgi paylaşımının, teşebbüslerin gelecekte piyasada alacakları kararlarda etkili olacağına aksi ispatlanmadıkça kabul edilmesi gerekmektedir. Bu durum, ABAD'in Polypropylene ve Sugar kararlarında teşebbüsler aleyhine bir karine olarak değerlendirilmiştir.

İletişim delilleri; teşebbüslerin toplantı, telefon vb. suretle anlaşmanın unsurları hakkında iletişim kurulduğunu gösteren ancak anlaşmanın esasına ilişkin bilgi içermeyen delilleri ifade etmektedir. Bahse konu delil türünün en sık rastlanan örneklerinden bazıları da, belirli bir toplantı veya etkinliğe katılımı gösteren deliller ile rakiplerle ticari sır niteliğindeki hususların görüşüldüğüne ilişkin bilgi içeren ancak anlaşmanın sağlandığını tek başına ispatlayamayan toplantı notları ve iç yazışmalardır. İspat gücü en yüksek ikincil delillerin iletişim delilleri olduğu kabul edilmektedir.

İkincil delillerin diğer türü olan ekonomik deliller ise, teşebbüslerin ilgili pazarda rekabet etmediklerini gösteren davranışsal deliller ile pazar yapısının gizli bir anlaşmanın kurulmasına ve sürdürülmesine müsait olduğunu ortaya koyan yapısal deliller başlıkları altında sınıflandırılmaktadır. Uygulamada sıklıkla karşılaşılan davranışsal delil türlerinden biri de, yakın tarihli veya eş zamanlı fiyat artışlarıdır. İktisadi delil türleri arasında ispat gücü en yüksek delillerin davranışsal deliller olduğu belirtilmektedir.

Bilgi değişimleri gibi rekabeti sınırlayıcı anlaşmaların oluşturulması ve sürdürülmesinde kolaylaştırıcı işlev görmekle birlikte tek başına ihlali ispata yeterli görülmeyen, bu sebeple de ikincil delil türlerinden biri olarak değerlendirilen kolaylaştırıcı eylemlerin ise hangi başlık altında ele alınacağı konusunda farklı görüşler bulunmaktadır. Bazı yazarlar, bahsi geçen davranışları iletişim benzeri deliller olarak değerlendirerek üçüncü bir ikincil delil kategorisi oluştururken, bazı çalışmalarda ise bu deliller ekonomik delil türlerinden biri olarak ele alınmaktadır. Söz konusu delillerin ispat standardı bakımından önem arz eden işlevi ise, sarıh anlaşmalar ile oligopolistik bağımlılık arasındaki "boşluğu doldurmak", böylelikle hukuka aykırı anlaşmalar ile salt paralel davranışların ayırt edilmesini sağlamaktır.

İletişim delilleri kullanılarak kartelin ispat edilmesine ilişkin Avrupa Birliği (AB) rekabet hukuku uygulaması uyarınca oluşturulan ilkeler incelendiğinde, Sugar kararı ile temeli atılan ve Polypropylene kararında ifadesini bulan karine uyarınca; teşebbüsler arasında gelecekteki davranışlarına ilişkin belirsizliği ortadan kaldırmak amacıyla bir iletişimin gerçekleştirildiği yönünde delil bulunması hâlinde, bahse konu uyumlu davranışın tarafı olan ve ilgili pazarda faaliyet göstermeye devam eden

teşebbüslerin rakipleri ile teati ettikleri bilgileri kendi davranışlarını belirlerken dikkate alacağı varsayılmaktadır. Sözü edilen varsayımdan hareketle, rekabeti sınırlayıcı iletişimlerin varlığı durumunda pazardaki etkiye bakılmaksızın kartelin ispatlanması mümkün olabilmektedir.

Rakipler arasındaki toplantı ve görüşmelerin AB otoriteleri tarafından değerlendirilmesinde, sıklıkla taraflar arasındaki iletişimin amacına vurgu yapıldığı görülmektedir. Bu çerçevede örneğin fiyat ve satış stratejisi gibi rekabete duyarlı hususların görüşüldüğü toplantılara katılımın amacının rekabeti sınırlamak olduğu varsayılmaktadır. Dolayısıyla rekabeti sınırlayıcı nitelik taşıyan toplantılara katılım, toplantıda alınan kararlara uyulup uyulmadığına bağlı olmaksızın, teşebbüsün kartele taraf olduğunu ispat için yeterli sayılmaktadır. Zira Rhône-Poulenc kararında, rekabeti sınırlayıcı amaçla gerçekleştirilen bir toplantının katılımcılarının toplantıda edinilen bilgilerden bağımsız hareket etmesinin muhtemel olmadığı, bu sebeple toplantıya katılan teşebbüslerin her birinin açık veya zımni olarak bilgi paylaşımında bulunması zorunluluğu bulunmaksızın iletişimin karşılıklı olarak gerçekleştirilmiş sayılacağı kabul edilmiştir.

Uyumlu eylem için, teşebbüsler arası koordinasyon ya da işbirliğinin taraflar arasındaki doğrudan veya dolaylı bir bağlantıdan kaynaklanması gerekmektedir. Firmalar arası bağlantının temel unsuru ise bilgi alışverişidir. Başvurucunun İtalya'ya yapmak istediği para transferi için birçok bankanın aynı komisyon ücretini talep etmesi üzerine yaptığı şikâyeti konu edinen Züchner davasında ABAD, uyumlu eylem sonucuna ulaşmak için firmalar arasında mutlaka bir bağlantının bulunmasının gerekmediğini, firmaların sadece bilgi alışverişinde bulunmalarının da yeterli olduğunu belirtmiştir.

Özellikle oligopolistik pazarlarda artan pazar şeffaflığının rekabetin yoğunluğunu azaltacağı fikrinden hareketle, bilgi alışverişi konusunda daha hassas bir yaklaşım sergilenmelidir. Homojen bir ürünün söz konusu olduğu piyasalarda, müşteriler çok küçük fiyat farklılıklarına bile duyarlıdır. Bir firmanın rakiplerinden farklı hareket edip önemli kazançlar elde etmesi mümkünken, tüm firmaların aynı yönde bir strateji uygulamaları, büyük ölçüde aralarındaki bilgi alışverişi sayesinde gerçekleşmektedir.

Bu bağlamda, piyasanın oligopolistik özellikler göstermesi hâlinde firmaların bilgi alışverişinde bulunmalarının paralel davranışlara ve dolayısıyla antirekabetçi bir etkiye yol açacağı önceden varsayılabilecektir. Böylece oligopolistik bağımlılığın ortaya çıkmasını engelleyen faktörleri bertaraf etmek üzere, firmaların fiilen bilgi alışverişinde bulunmaları, uyumlu eylem kapsamında değerlendirilebilecektir.

AB uygulamalarında ABD uygulamaları gibi gelişmiş bir ek faktörler sisteminin bulunmamasıyla bağlantılı olarak, AB rekabet hukukunda firmalar arası toplantılara ve iletişime çok daha katı yaklaşılmaktadır. Nitekim, ABD'de firmalar arasında toplantı yapılmış olması teşebbüslerin "anlaşma yapma olanağına" sahip olmalarından öte bir anlam ifade etmemektedir. Ancak bu toplantıların ve bilgi alışverişinin paralel davranışın hemen öncesinde gerçekleştiği tespit edilirse, her iki uygulamada da bu tür faaliyetlerin uyumlu eylem ya da gizli anlaşma sonucuna götürmekteki etkileri artmaktadır.

Bilgi alışverişinin hemen sonrasında, rekabet ihlâli niteliğindeki pazar davranışlarının ortaya çıkması, firmalar arası bağlantıya ilişkin delillerin uyumlu eylemi ispatlamadaki gücünü artırmaktadır. Bu tür bağlantılara girip bilgi alışverişinde bulunan firmaların artık oligopolistik bağımlılık savunmasına sığınamayacakları ifade edilmektedir. Zira, firmalar arası bağlantı, paralel davranış uyumlu eylemden ayıran en önemli unsurdur. Oligopolistik bağımlılık teorisi, paralel davranışların ortaya çıkması için firmaların aralarında bu tür iletişim kurmalarını gerektirmemektedir.

Firmaların aralarında kurdukları bağlantı, onları oligopolistik bağımlılık korumasından çıkarmaktadır. Avrupa Komisyonu'nun (Komisyon) British Sugar kararında yaptığı yorum da bu yöndedir. British Sugar firmasının pazarın oligopolistik yapısının ve kendi fiyat liderliğinin diğer üreticilerle fiyat tespitine yönelik bir anlaşma yapmasını gereksiz kıldığına, pazar koşullarının zaten fiyat rekabetine olanak vermediğine ilişkin savunmaları kabul edilmemiş, teşebbüsler arasında gerçekleştirilen bilgi alışverişinin, firmaların fiyatlama politikalarını koordine etmek amaçlı ortak niyetlerini gösterdiği belirtilmiştir.

Ayrıca, ABAD'ın Pioneer davası ve Zuchner davasında yaptığı yorumların, uyumlu eylemin ikinci derecede delillerle ispatlanabileceğini ortaya koyduğu ifade edilmektedir. Komisyonun PVC davasındaki yorumu da bu yöndedir. Komisyon'a göre, uyumlu eylem davalarında ihlâlin doğası

gereği çoğu zaman kararın ikinci derecede delillere dayanılarak verilmesi gerekmekte ve ihlâli oluşturan olayların varlığı sonucuna ispatlanmış olaylardan mantık yürüterek ulaşılmaktadır.”

- (535) Benzer şekilde Danıştay 13. Dairesinin 11.12.2019 tarihli ve E. 2015/3353, K. 2019/4244 sayılı kararında Yüksek Mahkeme şu hususları vurgulamıştır:

“Rekabet hukukunda birincil deliller, teşebbüsler yahut teşebbüs adına hareket eden şahıslar arasında bir uzlaşmanın gerçekleştiğini açıkça ortaya koyan delil türüne işaret etmektedir. Dolayısıyla belirtilen deliller, uzlaşmanın unsurlarını (konu, ilgili pazar, fiyat politikası, kazancın dağıtım usulü, denetim ve uygulama yöntemi vb) kararlaştırmak üzere taraflar arasında iletişim kurulduğuna ve iletişimin içeriğine ilişkin bilgiler içermektedir. Birincil delillerin en yaygın türleri, belirli bir ihlâl faaliyetini gerçekleştirmek üzere tarafların ortak iradelerinin oluştuğunu gösteren belgeler (yazılı metinler, elektronik postalar, toplantı tutanakları vb.) ile ihlâlin taraflarına ait olan ve uzlaşmanın nasıl kurulduğunu ve uygulandığını gösteren yazılı veya sözlü beyanlardır. Sözü edilen yazılı belgeler ile taraf beyanları, uzlaşmayı somut ve açık şekilde ispat etmeleri sebebiyle delil hiyerarşisinin en üst seviyesinde yer almaktadır. Birincil delillerin temel kaynağını ise rekabet ihlâllerine taraf olan teşebbüslerin rekabet otoriteleri ile işbirliği kurarak tam bağımsızlık yahut ceza indirimi kazanmasına imkân veren pişmanlık programları kapsamında sunulan belgeler ile rekabet otoritelerince ilgili teşebbüsler nezdinde yapılan yerinde incelemelerde elde edilen belgeler oluşturmaktadır.

Delil hiyerarşisinin en üst seviyesinde yer alan deliller, hukuka aykırı davranış ile sorumluların tespitinde hata riskini en aza indirmekte, böylelikle ispat standardının seviyesine ilişkin tereddütleri ortadan kaldırmaktadır. Bu çerçevede birinci derece tarafların ifadesi, iletişime ilişkin kayıtlar ile kartel taraflarının görüşmeye ilişkin eş zamanlı olarak oluşturduğu belgeler “kuvvetli delil” olarak adlandırılmakta ve bu delillerin kartelin altın standardını oluşturduğu kabul edilmektedir.

Delillerin ispat gücünün belirlenmesinde dikkate alınan bir başka kıstas, delillerin oluşma zamanıdır. Nitekim soruşturma açılması kararından önce oluşan (eş zamanlı) delillerin ispat gücü, soruşturma açıldıktan sonra oluşan delillere, diğer bir ifadeyle soruşturma tarafları ile üçüncü kişilerin ifadelerine kıyasla daha yüksektir. Nitekim belirtilen ilk durumda teşebbüslerin kartel toplantıları yahut görüşmelerine müteakip oluşan delillerin gerek iletişime ilişkin bilgilerin derhal aktarılmış olması gerekse bu tür belgelerin ileride aleyhe delil olarak kullanılabilmesi endişesi olmaksızın ve kartel toplantısı ya da iletişimin gerçekleştirildiği sırada (yahut kısa bir süre sonra) oluştuğundan eş zamanlı belgelerin ispat gücünün son derece yüksek olduğu kabul edilmektedir. Bu itibarla, ihlâlin gerçekleştirildiği dönemde, diğer bir ifadeyle rekabet otoritesi tarafından inceleme başlatılmadan önce oluşan “eş zamanlı belgeler” birincil deliller olarak değerlendirilmektedir.

Öte yandan, elde edilen deliller ne kadar ayrıntılı ise, başka bir anlatımla uzlaşmanın konusu, tarafları, etkilediği pazarlar gibi unsurlara ilişkin ne kadar fazla bilgi içeriyorsa, ispat gücünün o kadar yüksek olduğu kabul edilmektedir. Nitekim belirtilen ayrıntıları içeren belgeler doğrudan ispat gücünü haiz olduğundan birincil delil kapsamında değerlendirilmektedir.

Başka bir teşebbüste elde edilen veya rakip tarafından oluşturulan bir belgenin diğer teşebbüsler aleyhine delil olarak kullanılıp kullanılmayacağı sorunu, AB rekabet hukuku uygulamasında da sıklıkla tartışılan bir husustur. Bu bağlamda, Genel Mahkemece verilen Cimenteries CBRv. Commission kararında, eşzamanlı oluşturulan bir belgenin, kim tarafından oluşturulduğu dikkate alınmaksızın delil olarak kullanılabilmesi belirtilmiş, bu karara karşı yapılan temyiz başvurusu da ABAD tarafından reddedilmiştir. Dolayısıyla, bir kartel toplantısına yahut anlaşmasına katılan teşebbüslerden biri tarafından tutulan ve diğerlerinin katılımını kayda alan notlar veya toplantı yahut anlaşmayla eş zamanlı oluşturulan e-postalar, diğer teşebbüs hakkında da ispat vasıtası olarak kullanılabilir. Bu noktada, kartel toplantısına yahut ihlâle ilişkin görüşmeye katılan, diğer bir ifadeyle uzlaşmanın tarafı olan teşebbüslerden elde edilen delillerin ispat gücünün, üçüncü kişilerden elde edilen delillere kıyasla daha yüksek olduğu kabul edilmektedir. Bu itibarla, uzlaşmaya ilişkin delillerin kartele taraf olan teşebbüslerin her birinde yapılan incelemelerde elde edilmesine gerek olmadığı, rakiplerden birinde bu tür bir belgenin tespit edilmesinin yeterli olduğu değerlendirilmektedir. Öte yandan, kartellerin gizliliği sebebiyle her teşebbüste delil bulunmasının beklenemeyeceği, aksi durumun delilleri yok etmede en başarılı olan teşebbüslerin ödüllendirilmesine yol açacağı açıktır.

(...)

İhlâlin türü bakımından yapılan değerlendirmede karteller, doğrudan (per se) ihlâllerin tipik örneğini oluşturmaktadır. Nitekim bu tür ihlâllerin rekabete aykırı olduğunun son derece açık olması

sebebiyle davranışın ispat edilebilmesi için uzlaşmanın varlığının ortaya konulmasının yeterli olduğu, ayrıca pazardaki etkilerinin gösterilmesine gerek olmadığı ve herhangi bir haklı gerekçenin dikkate alınmayacağı kabul edilmektedir.

*Somut olayda elde edilen deliller çerçevesinde, soruşturmanın tarafı olan teşebbüslerin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ikinci fıkrasının (a) bendinde özellikle rekabeti engelleyici, bozucu ya da kısıtlayıcı hâller arasında sayılan satım fiyatının tespiti amacını taşıyan bir anlaşmanın tarafı olduklarının açık olduğu, bu noktada taraflar arasında uzlaşmanın vuku bulması yeterli olup ayrıca uzlaşmanın pazardaki etkilerinin ortaya konulmasına gerek olmadığı, bununla birlikte ön araştırma raporunda tüm tarafların katılımıyla fiyat uygulamasının bir süre de olsa hayata geçirildiğine ilişkin tespitlerde bulunulduğu, dolayısıyla anlaşmanın gerek amaç gerek etki unsurlarının da ortaya konulduğu, bu itibarla, uzlaşmanın tarafı olan davacı şirketin anlaşmaya uyma noktasında gösterdiği istisnâî davranışların ihlâlin varlığını ortadan kaldırmayacağı, nitekim bu unsurun davacıya verilen para cezasında indirim sebebi olarak dikkate alınarak cezanın ölçülülük ilkesine uygun verildiği anlaşıldığından, davacının anılan iddialarına da itibar edilmemiştir.”*

- (536) Esasen Yüksek Mahkemenin yukarıda alıntılanan detaylı kararlarında vurgulanan hususlar mevcut dosya kapsamındaki tespit ve bulguların değerlendirilmesi bakımından da geçerlidir. Zira taraflar arasında doğrudan veya dolaylı onlarca iletişim delili ile birlikte, büyük ölçüde söz konusu iletişim delillerinde öngörülen fiyat hareketlerinin uygulandığının tespit edilmesi karşısında, teşebbüsler arasında salt oligopolistik bağımlılıkla yahut fiyat liderini takiple açıklanması mümkün olmayan danışıklı fiyat hareketlerinin bulunduğu, bazı durumlarda tedarikçiler aracılığıyla piyasanın organize edildiği ve fiyatlar ile fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlandığı ortaya konulmuştur.
- (537) Kaldı ki birçok tespit bakımından, piyasada fiyat lideri olduğu belirtilen BİM tarafından yapılan fiyat geçişlerinin rakiplerinden daha sonra gerçekleştiği de gözlemlenmiştir. Yine pek çok tespitte yer verilen yazışmaların, henüz “alış fiyatı” dahi “geçmemiş” ürünlere ilişkin perakende satış fiyatı geçişlerini konu ettiği görülmektedir. Bu noktada Danıştay 13. Dairesinin delillerin niteliğine dair yukarıda yer verilen kararlarındaki değerlendirmeler de dikkate alındığında; soruşturma kapsamında elde edilen yazışmalardaki, perakende satış fiyatlarının rakiplerle danışıklı şekilde yükseltileceğini içeren ifadelerin birincil delil niteliğinde oldukları açıktır.
- (538) Öte yandan geleceğe dönük fiyatlar ve fiyat geçiş tarihlerine ilişkin doğrudan veya dolaylı paylaşımların yanında, rakiplerin maliyetleri ve stok durumu gibi rekabete hassas bilgilerinin de tedarikçilerden temin edildiği/edilebildiği gösterilmiştir. Hâlihazırda şeffaflığın yüksek olduğu bir pazar dinamiğinde, bu tip bilgilerin değişimi de tarafların rekabetçi güdülerinin azaltılması suretiyle rekabetçi davranışlarının koordinasyonuna, dolayısıyla rekabeti kısıtlayıcı etkilerin doğmasına yol açabilecektir.
- (539) Nitekim Kılavuz'da teşebbüsler arası bilgi değişiminin fiyat ve miktar tespiti amacını taşıyan bir anlaşma niteliği taşıdığına kartel olarak değerlendirileceği, üzerinde uzlaşılan kurallara uyulup uyulmadığının takibinin yapılması amacıyla kartelin işleyişini kolaylaştıran bilgi değişimlerinin de kartelin bir parçası olarak değerlendirileceği belirtilmektedir. Ayrıca teşebbüslerin gelecekte uygulamayı planladıkları fiyat, üretim ya da satış miktarı gibi rekabete duyarlı bilgileri aralarında değişmesi, genellikle fiyat ya da miktar tespiti amacı taşıdığı için kartel olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda gerek yargı kararları gerekse Kılavuz'un ilgili açıklamaları ışığında fiyatın, hatta geleceğe yönelik fiyat ve fiyat değişim tarihi bilgisinin ilgili piyasa özelinde çeşitli nedenlerle rekabet hassasiyetini yitirdiğine yönelik savunmaya katılmak mümkün değildir. Özellikle HTM sektöründe fiyatın tüketicinin gözündeki önemi ve tercihleri üzerindeki etkisi açıktır. Bu sebeple fiyat, perakendeciler arasında hâlihazırda en önemli rekabet parametresi olarak yerini korumakta olup esasen savunmalarda da



teşebbüsler tarafından bu vurgu yapılmıştır. Nitekim TESPİT 26'da da değinildiği üzere perakendeci teşebbüsler rakiplerinin fiyatlarını yüksek bir frekansta takip etmekte ve çeşitli endeks uygulamaları ile kıyaslama yapmaktadırlar. Hal böyleyken esasen gelecekte uygulanması planlanan fiyat bilgisinin rekabet hassasiyetini yitirdiğini savunmak incelenen pazarın özelliklerinin ve dinamiklerinin göz ardı edilmesi anlamına gelecektir. Diğer yandan her ne kadar pazarda teşebbüsler arasında yoğun bir rekabet yaşandığı belirtilse de, Hızlı Tüketim Malları Perakendeciliği Sektör İncelemesi Ön Raporundan gerek özel markalı ürünler gerekse de markalı ürünler bakımından son yıllarda marketlerin elde ettikleri marjların artış eğiliminde olduğu görülmektedir. Son olarak perakendecilerin tedarikçiler tarafından yeniden satış fiyatının tespiti olarak nitelendirilebilecek fiyat baskısına maruz kaldıkları savunulsa da beş büyük ulusal zincir marketin Türkiye genelinde 30.000'i aşkın mağaza sayısı ile faaliyet göstermeleri ve toplamda (.....) milyar TL'yi aşan bir ciro elde etmeleri sebebiyle ciddi bir alıcı ve pazar gücüne sahip oldukları değerlendirilmektedir.

#### I.4.1.2.3. Bilgi ve Belgelerin İspat Standardına İlişkin Savunmalar

- **Yalnızca fiyat hareketlerindeki paralelliklere/benzerliklere dayanılarak soruşturma tarafı teşebbüsler arasında bir uzlaşma olduğu değerlendirilmesi yapılmaması gerektiği, teşebbüsler arası anlaşma veya uyumlu eylem yoluyla bir rekabet ihlalinin varlığının tespiti için taraflar arasında rekabeti kısıtlama amaçlı ve karşılıklı bir iletişimin olması ve bu iletişimin açık ve tutarlı delillerle ortaya konulması gerektiği, yazışmaların yalnızca birer iç yazışma niteliğinde olduğu, birçok tespitte rekabete aykırı anlaşmaya taraf olunduğuna yönelik makul şüphenin ötesinde bir ispat şartını yerine getirecek bulguların bulunmadığı, mahkemelerin yakın tarihli *Henkel*<sup>153</sup> ve *Sahibinden.com*<sup>154</sup> gibi kararlarında öngörülen ispat standardının karşılanmadığı, yalnızca rakiplerden elde edilen yazışmalardan yola çıkılarak bir ihlal değerlendirmesinde bulunulamayacağı, yazışmaların gerçeği yansıtmadığı, bazı taraflar bakımından yazışmalarda doğrudan isimlerinin zikredilmemiş olmasına karşın salt fiyat hareketlerindeki uyumdan bahisle ihlal isnadında bulunulmasının hukuka aykırı olduğu, HTM perakendeciliği pazarının rekabetçi yapısı da dikkate alınarak ilgili teşebbüslerin fiyatlama davranışlarını rakip fiyatlarını göz önünde bulundurarak belirlemesinin pazarın yapısı ve işleyişi ile açıklanabileceği, bu durumun teşebbüsler arasında herhangi bir anlaşma ve/veya uyumlu eylem bulunduğuna dayanak teşkil edemeyeceği, yazışmalarda teşebbüslerin sadece isminin geçmesinin ihlali ortaya koymada yetersiz kaldığı savunması.**

- (540) Komisyonun ve Kurulun yerleşik uygulamalarında ortaya konulduğu ve yargı kararları ile de tescil edildiği üzere, yapılan incelemelerde elde edilen ve somut olayda tarafların davranışlarını, eylemlerini ve bunların sahip olduğu amaç ile olayın hangi çerçevede ne şekilde tezahür ettiğini ortaya koyan delillerin ve kanıtların birbirinden bağımsız değil bir bütün olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Nitekim Genel Mahkemenin *PVC II* kararında kanıt öğelerinin tek başlarına değil bütünlük içinde ele alınması gerektiği ve tek tek kanıt öğelerinin bağlamlarından koparılamayacağı değerlendirilmelerine yer verilmiştir<sup>155</sup>.
- (541) Başka bir teşebbüste elde edilen belgelerin diğer teşebbüsler aleyhine delil olarak kullanılabileceği hususunda ise herhangi bir şüphe bulunmamaktadır. Yukarıda yer

<sup>153</sup> Danıştay 13. Dairesinin 06.07.2021 tarihli ve E. 2021/969, K. 2021/2654 sayılı kararı.

<sup>154</sup> Ankara 6. İdare Mahkemesinin 18.12.2019 tarihli ve E. 2019/946, K. 2021/2625 sayılı kararı.

<sup>155</sup> Cfl *Limburgse Vinyl Maatschappij NV and others v Commission*, Para. 529.

verilen Danıştay kararında isabetle vurgulandığı üzere “*kartellerin gizliliği sebebiyle her teşebbüste delil bulunmasının beklenemeyeceği, aksi durumun delilleri yok etmede en başarılı olan teşebbüslerin ödüllendirilmesine yol açacağı açıktır.*” Bu bağlamda delilin ispat gücü bakımından dikkate alınacak husus, belgenin kime ait olduğu ya da nereden elde edildiği değil, içeriği ve niteliği itibarıyla ne ifade ettiği ve varsa diğer delillerle ilişkisidir.

- (542) Yine çeşitli yargı kararlarında belirtildiği üzere kartele ilişkin sunulan delillerin her birinin diğerlerinden izole bir şekilde ispat standardını sağlaması aranmamakta; delillerin bir bütün olarak değerlendirildiğinde “açık, inandırıcı ve tutarlı” olması gerekmektedir. Bunun yanında teşebbüslerin ihlalin mevcut olmadığını ispat edebilmeleri için delil seti içinde yer alan muhtelif tekil delillere yönelik makul açıklama getirmeleri yeterli olmamakta, delillerin bütünü üzerinden ulaşılan sonucun aksinin ortaya konulması gerekmektedir. Söz gelimi, özellikle karmaşık kartelerde ihlalin başlangıcı ile sona erdiği tarih arasındaki dönemin tamamına ilişkin birincil delillerin tespit edilmesi güç olduğundan, hakkında delil bulunamayan dönemlerde de ihlalin devam ettiğini kabul etmeye yetecek objektif ve tutarlı delillerin varlığı durumunda kartelin kesintisiz olarak devam ettiği varsayılmaktadır. Dolayısıyla elde edilen delillerin ispat gücü ve niteliğinin kartel süresi boyunca aynı düzeyde olması gerekmektedir<sup>156</sup>. Diğer yandan dosya kapsamındaki delillerde makul şüphenin ötesinde bir kesinlikle ihlali gösterir nitelikte ve açıklıkta yazışmalara yer verilmiş olması ve pek çok durumda yazışmalarda ifadesini bulan fiyat hareketlerinin gerçekleştiğinin de ortaya konulması ile mahkemelerin yukarıda zikredilen kararları karşısında, bahsi geçen savunmalara iştirak edilememektedir.

#### **I.4.1.3. A101, BİM, ŞOK, MİGROS ve CARREFOURSA'nın Tespitler Kapsamındaki Savunmaları ve Değerlendirilmesi**

##### **TESPİT 1 Kapsamında Yapılan Savunmalar ve Değerlendirme**

- **TESPİT 1 kapsamında yer verilen bilgilerin bir topla-dağıt kartelini değil; yeniden satış fiyatının belirlenmesi uygulamasını gösterdiği, belgelerde geçen yazışmaların perakendeci ile tedarikçi arasındaki iletişime işaret ettiği ve Kurulun *Groupe SEB*<sup>157</sup> kararında tespit edilen yazışmalarla benzerlikler içerdiği, somut olayda satış politikasına bağlı olarak en düşük raf fiyatına ulaşma gayretinin söz konusu olduğu, perakendecilerin rekabete aykırı özel bir saikle tedarikçi ile bilgi paylaşımında bulunduğu ya da ticari kararları bir diğer rakip perakendeci tarafından rekabete aykırı özel saikle paylaşılan rekabete hassas bilgiyi kullanarak aldığına ilişkin herhangi bir değerlendirme yapılmadığı, söz konusu belgelerin sıvı yağ pazarında güçlü bir pozisyona sahip olan tedarikçinin yeniden satış fiyatının belirlenmesi uygulamasına işaret ettiği, nitekim bazı belgelerin SAVOLA hakkındaki yeniden satış fiyatının belirlenmesi iddialarına da dayanak gösterildiği savunması.**

- (543) TESPİT 1 kapsamındaki,

- MİGROS çalışanı (.....) ile SAVOLA çalışanı (.....) arasında geçen Whatsapp görüşmesinde yer alan;  
     [MİGROS]-Migros (.....): “...Ptesi organize olup herkesin salı gunune geçmesi gerekiyor...” (10.08.2018),  
     [SAVOLA]- (.....): “P.tesi. 39.95 TL raf fiyatına geçiyoruz.” (10.08.2018),

<sup>156</sup> OECD 2006, Prosecuting Cartels without Direct Evidence, s. 117.

<sup>157</sup> 04.03.2021 tarihli ve 21-11/154-63 sayılı Kurul kararı.

[MİGROS]-Migros (.....): “Ok salı gunu itibariyle gecmis oluruz” (11.08.2018),<sup>158</sup>

[SAVOLA]- (.....): “Carrefour

Sizi bekliyoruz

Şok 1 lt Yudum yarın 10.95TL rafta.yarın sizde geçin lütfen. (.....)<sup>159</sup>  
e onaylattık.

Sıkıntı çıkmayacak.

Yardımlını rica ediyorum kardeşim” (28.08.2018),<sup>160</sup>

- SAVOLA çalışanı (.....) ile A101 çalışanı (.....) arasında geçen Whatsapp görüşmesinde yer alan;

[A101]-A101 (.....): “Gelcek misiniz saat 3 te bugün? Selam

Şok fiyatını (.....) bey e de yazdım

Yarın öğlene kadar bilgi almamız lazım

Yoksa bozuyoruz fiyatı” (11.02.2019)

[A101]-A101 (.....): Şok halledilmeden bi işlem yapamayız

(...)

1.25 teki durum şu

Şok cumaya kadar fiyatı yukarı atarsa rafı bozmuyoruz

Yukarı attığında 14,25 fiyatıyla 2\*1,25 aksiyon yapacağız”

(13.02.2019)

- SAVOLA çalışanı (.....) ile MİGROS çalışanı (.....) arasında geçen Whatsapp görüşmesinde yer alan;

“[SAVOLA]- (.....): Günaydın bugün yeni tavsiye raf fiyatlarını sisteme tanımladınız değil mi ? C4 tanımladı aynı gün diye sorun olmasın teyit etmek istedim . (.....) Bey bugün için tanımlanacak demişti piyasayı ona göre organize ediyoruz

[MİGROS]- (.....) Migros: (.....) selam ok bizde sıkıntı yok fiyatlar yarına güncel

Bizim için a101 önemli orayıda organize etmeniz gerekiyor

[SAVOLA]- (.....): Tamamdır onlarda Cumartesiye organize ediyoruz

(16.03.2020)

<sup>158</sup> Bu yazışma ve izleyen 28.08.2018 tarihli yazışmalarda geçen fiyat hareketlerine ilişkin olarak MİGROS tarafından sunulan savunmada Yudum ayçiçek yağı 1 lt ürününe ilişkin fiyat hareketlerinin incelenmesi gerektiği; zira ilgili ürünün etiket fiyatının rakiplere ilişkin gönderilen bilgilerden çok önce 14.08.2018 tarihinde 10,95 TL'ye yükseltilmiş olduğu belirtilmektedir. Bununla birlikte 10.08.2018 ve 11.08.2018 tarihli yazışmalarda MİGROS çalışanı tarafından kendilerinin fiyat geçişi yapacağını belirttiği ve geriye kalan rakiplerin de bu yönde organize edilmesini talep ettiği Salı gününün zaten 14.08.2018 tarihine denk geldiği anlaşılmaktadır. Nitekim MİGROS tarafından soruşturma kapsamında sunulan verilere göre, gerçekten de MİGROS'un Yudum ayçiçek yağı 1 lt ürününün fiyatını 14.08.2018 Salı günü 9,95 TL'den 10,95 TL'ye yükselttiği; daha sonra ŞOK'un fiyat geçişi yapmaması üzerine 18.08.2018 tarihinde fiyatı yeniden 9,95 TL'ye düşürdüğü; nihayetinde 28.08.2018 tarihinde SAVOLA tarafından aynı ürün için ŞOK fiyat geçişinin ŞOK CEO'suna onaylatıldığı bilgisinin verilmesi üzerine fiyatın 29.08.2018 tarihinde ŞOK'un İstanbul ve İzmir mağazaları ile eş anlı olarak 10,95 TL'ye yükseltildiği görülmektedir.

<sup>159</sup> ŞOK üst yöneticisi (CEO)

<sup>160</sup> ŞOK tarafından sunulan savunmada, belgede ŞOK'un fiyat geçişini yapacağı tarih olarak işaret edilen 29.08.2018 tarihinde Yudum ayçiçek yağı 1 lt ürününün satış fiyatının 9,90 TL olduğu öne sürülmekle birlikte, teşebbüs tarafından daha önce sunulan verilere göre bu fiyatın Ankara için geçerli olduğu; anılan tarihte teşebbüsün İstanbul ve İzmir mağazalarında MİGROS ile eşanlı olarak 10,95 TL fiyata geçildiği görülmektedir. Nitekim Ankara mağazalarında fiyat geçişinin de üç gün sonra olmak üzere 01.09.2018 tarihinde gerçekleştirildiği anlaşılmaktadır.

- SAVOLA çalışanı (.....) ile CARREFOURSA çalışanı (.....) arasında geçen Whatsapp görüşmesinde yer alan;  
“[SAVOLA]- (.....): Abi bu ne şakamısınız  
Siz ya niye fiyatı geri çektiniz  
Bu ay 1 adet üm sevk edemiyiz bilgine piyasadan haberin yok galiba  
sonra marjım düşük dersin  
Sanal markettede kaldırmışın senin geçmen lazım  
Adamalr geçti dediğim gün  
[CARREFOURSA]- (.....) Carrefour: Bizde yükselttik senin söyleğin fiyatlara  
geçmiştik  
Onlar geçneyine bizde geri çektik  
Geçiriseniz bizde geöeriz (06.04.2020)
- 6-7.04.2020 tarihleri arasında SAVOLA çalışanlarının kendi aralarında ve SAVOLA-BİM çalışanları ve SAVOLA-CARREFOURSA çalışanları arasında geçen Whatsapp görüşme trafiğinde yer alan;  
“[SAVOLA 2]- (.....): Bunlarda Carrefour  
5lt de bu hafta geçiyor 47.95 TL ye  
4lt ler geçti gördüğün gibi” (06.04.2020)  
“[BİM]- (.....): C4 değişmemiş” (07.04.2020)
- “[SAVOLA 2] - (.....): Günaydın.  
(.....)<sup>161</sup> yazmış (.....).  
Çok büyük sıkıntı olacak  
(...)  
[SAVOLA 2] - (.....): (.....) Crr yarın fiyat geçiyor mu?  
(.....)<sup>162</sup> e dönüş yapmamız gerekiyor  
[SAVOLA 1] - (.....): Cevap vermiyor (.....)<sup>163</sup>  
[SAVOLA 2] - (.....): Raf fiyatını düşer sonra” (07.04.2020)
- “[SAVOLA 1] - (.....): Kardeş bim peti geçti 5 lt sen bugün 5 lt teneke 47,90  
tanımla haftaya  
piyasa geçince 49,90 geçeriz  
Önemli bimde c4 geçmedi diyor geri çekemsin sonra siz 49,90  
geçince oda 48,90 yapacak ama suaan 47,90 yap  
Kardeş cevap vermedin bim fiyatı düşecek yarın yoksa  
[CARREFOURSA] - (.....) Carrefour: Yeni gördüm,  
Migros geçmeden birşey yapamayız kardeş” (07.04.2020)
- “[SAVOLA 1] - (.....): (.....)<sup>164</sup> arayalım  
[SAVOLA 2] - (.....): 4lt ler ne oldu onları da geçmedi  
[SAVOLA 1] - (.....): 4 lt geçti abi  
[SAVOLA 2] - (.....): Yok abiciğim yok  
Görsel rica ediyorum acil

<sup>161</sup> BİM Satın Alma Direktörü (.....).

<sup>162</sup> BİM Satın Alma Direktörü (.....).

<sup>163</sup> CARREFOURSA çalışanı (.....).

<sup>164</sup> CARREFOURSA genel müdür yardımcısı.

[SAVOLA 1] - (.....): *Abi geçti niye yok diyorsun*” (07.04.2020)

“[SAVOLA 1] - (.....): *4 leri geçtin bugün değilmi*  
[CARREFOURSA] - (.....) *Carrefour: Evet geçtik*” (07.04.2020)

gibi birçok ifade yanında çok sayıda delil ile yukarıda daha önce sunulan içtihat ve açıklamalar ışığında, SAVOLA tarafından tedarik edilen muhtelif markalı sıvı yağ ürünlerine ilişkin olarak A101, BİM, CARREFOURSA, MİGROS ve ŞOK arasında SAVOLA aracılığıyla fiyatların ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlandığı, bir başka deyişle “*piyasanın organize edildiği*”, yine SAVOLA aracılığıyla geleceğe dönük fiyatlar, fiyat geçiş tarihleri, dönemsel aktiviteler ve kampanyalar gibi rekabete hassas bilgilerin paylaşıldığı, kendi aralarında ve hatta yerel zincir marketlerden fiyat indirimine giden veya henüz fiyat artışı yapmayan teşebbüslerin fiyatlarına SAVOLA aracılığıyla müdahale edilerek söz konusu fiyatların “*düzeltilmesinin*” sağlandığı; fiyatların düzelmemesi halinde “*fiyat bozmak*” ve/veya tedarikçiye iade faturası kesmek gibi cezalandırma stratejileri yoluyla anlaşmaya uyumun sürekli olarak gözetildiği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla söz konusu teşebbüslerin bahsi geçen ürünlerin perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt karteli niteliği de sergileyen bir anlaşma veya uyumlu eyleme taraf oldukları kanaatine varılmaktadır. Bu çerçevede gerek bu tespit kapsamında elde edilen deliller gerekse diğer tespitlerde yer verilen bilgi ve belgeler mevzuat ve içtihat ışığında birlikte değerlendirildiğinde, somut dosyada kartel olarak nitelenen eylemlerin gerçekleştiği hukuki ve iktisadi bağlamın ve böylelikle bu eylemlerin niteliğinin/özünün, Kurulumuzun Groupe SEB kararına konu ihlalle aynı olmadığına duraksama bulunmamaktadır.

- (544) Elde edilen iletişim delillerine göre ilgili ürünler bakımından aralarında bir danışıklılık bulunduğu tespit edilen beş büyük perakendeci ile haklarında bu yönde bir tespit bulunmayan diğer perakende zincirleri bakımından SAVOLA'nın eylem ve uygulamalarına ilişkin bir ayırım gözetilmiş olmasının ve böylelikle SAVOLA bakımından iki ayrı ihlal isnadına yer verilmesinin, A101, BİM, CARREFOURSA, MİGROS ve ŞOK'un net delillerle ortaya konulan yatay seviyedeki ihlalden kaynaklı sorumluluklarını ortadan kaldırmayacağı açıktır.

**- ŞOK'un SAVOLA tarafından yapılan fiyat baskıları sebebiyle 13.01.2020 tarihi itibarıyla tedarik ilişkisini bitirerek SAVOLA'nın ürünleri ile listeli olarak çalışmayı bıraktığı ve in&out olarak ifade edilen dönemsel satış yaptığı, SAVOLA'nın tekrar ŞOK raflarında listeli olarak bulunabilmek için girişimlerde bulunduğu ancak fiyat baskıları sebebiyle ŞOK'un istekli olmadığı, bu durumun 21.10.2020 tarihli yazışmadan anlaşılacağı, söz konusu e-postada yer alan “fiyatlarınız düzelmedikçe” ifadesi ile düzelmesi istenilen fiyatın ŞOK'un rakiplerinin fiyatı değil ŞOK'un SAVOLA'dan satın alma fiyatı olduğu, dolayısıyla ŞOK'un ilgili tespitten sorumlu tutulamayacağı ve bununla birlikte ceza kapsamında ağırlaştırıcı unsurun ortadan kalkacağı savunması.**

- (545) SAVOLA çalışanı (.....) ile MİGROS çalışanı (.....) arasında 28.08.2018 tarihinde geçen görüşmede SAVOLA çalışanı (.....) tarafından “*Sizi bekliyoruz. Şok 1 lt Yudum yarın 10.95TL rafta.yarın sizde geçin lütfen. (.....)<sup>165</sup> e onaylattık.Sıkıntı çıkmayacak*” hususlarının ifade edildiği görülmektedir. 29.08.2018 tarihinde ise söz konusu fiyatın

<sup>165</sup> ŞOK üst yöneticisi (CEO)



gerçekleştiğine dair ŞOK etiket görselleri MİGROS çalışanına iletilmiştir. Nitekim yukarıda belirtildiği üzere, anılan tarihte teşebbüsün İstanbul ve İzmir mağazalarında 10,95 TL etiket fiyatına geçildiği; Ankara mağazalarında ise 01.09.2018 tarihinde fiyat geçişi yapıldığı anlaşılmıştır.

- (546) Öte yandan Yudum ayçiçek yağı 1 Lt ürününe ilişkin Ağustos 2018 tarihli ŞOK fiyat etiketi elde edilmiş bulunmaktayken; bunun da ötesinde yine teşebbüs tarafından daha önce söz konusu ürünün ilgili tarihlerdeki alış ve satış fiyatı bilgileri ile satış miktarları sunulmuş durumdayken; savunmada Yudum markalı ürünlerin satışlarının fazla olmadığına ve in&out olarak tabir edilen şekilde dönemsel kampanyalarla satıldığına delalet etmek üzere “Yudum Ziyafet Ayçiçek Yağı 1 Lt” ürününe ilişkin alış-satış fiyatı ve satış miktarı grafiği paylaşılmıştır. Söz konusu grafik incelendiğinde 2019 Mart öncesine ait veri olmaması sebebiyle ilgili tarihten önce bir satışın olmadığı izlenimi uyandırılmaktadır. Yazışma içeriklerindeki ŞOK etiketleri ve dosya kapsamında daha önce sunulan Yudum ayçiçek yağı 1 lt satış fiyat ve miktar bilgileri karşısında, 2019 yılından itibaren satışına başlanıldığı anlaşılan Yudum Ziyafet markalı ayrı bir ürüne ilişkin bu grafiğin paylaşılması bir anlam ifade etmemektedir. Ayrıca “*fiyatlarınız düzelmedikçe*” ifadesinin SAVOLA’dan alış fiyatı olduğu savunulsa da, ibarenin tam olarak “*piyasadaki fiyatlarınız düzelmedikçe*” olduğu görülmekte, “*piyasadaki fiyatlarınız*” ifadesinden ise marketlerin perakende satış fiyatlarının kastedildiği birçok belgeden anlaşılabilir. Dolayısıyla ŞOK’un TESPİT 1 kapsamında sorumlu tutulamayacağı savunmasına katılmanın mümkün olmadığı değerlendirilmektedir.

### **TESPİT 2 Kapsamında Yapılan Savunmalar ve Değerlendirme**

**-BİM, A101, ŞOK ve MİGROS’un, kamu tarafından düzenlenen tanzim satış kapsamındaki üç adet ürünün (patates, kuru soğan, domates) piyasa fiyatının altında belirlenen satış fiyatından piyasa dinamiklerinin oluşturulduğu, ilgili görüşmenin ve meydana gelen fiyat artışlarının kamu yetkililerinin dönüş sağlamaması üzerine tanzim satış sürecinin daha fazla ticari olarak devam ettirilmesinin mümkün olmaması sebebiyle gerçekleştirildiği, iddia edilen ihlalin gerçekleştirildiği dönemin gerçeklerinin tamamen göz ardı edildiği, alış fiyatının altında dahi satış yapıldığı, söz konusu fiyat artışlarının “normal” piyasa fiyatına geçişten kaynaklı olduğu, rakip fiyatları arasındaki farkların göz ardı edilmeye çalışıldığı<sup>166</sup> savunması.**

- (547) TESPİT 2 kapsamında yer verilen 03-04.04.2019 tarihlerinde A101 çalışanları arasında geçen Whatsapp görüşmesinde yer alan;

“[A101 1] - (.....): Bim/migros/şok ne yapıyor?

[A101 2] -(.....): (.....) bey

Bim ile görüştüğ cumaya kadar bekleyelim denilmekte  
Şuan rakipler fiyat gecmedier”

(03.04.2019)

“[A101 2] -(.....): (.....) bey merhaba

Tanzim ürünleri satış fiyatlarını İstanbul dışında tüm  
Türkiye’de yarından itibaren geçiyoruz.

Patates 5

Soğan 4

Domates 7 TL diğer ürünler serbest İstanbul için

önümüzdeki hafta başında geçmeyi düşünüyoruz. Bu

<sup>166</sup> MİGROS ve ŞOK tarafından da TESPİT 2’ye dair çeşitli savunma ve açıklamalar dile getirilmiş olmakla birlikte, bahsi geçen teşebbüsler bakımından bu tespitin, haklarındaki ihlal isnadına dayanak gösterilmediği belirtilmelidir.



*şekilde bölgelere Bilgi geçiyorum.*

*[A101 1] -(.....): Neden?*

*[A101 2] -(.....): Geçiyoruz diye konuştuk*

*[A101 1] -(.....): Kiminle?*

*[A101 2] -(.....): Bim*

*[A101 1] -(.....): Onlar yapsınlar görelim sonra yazarız*

*[A101 2] -(.....): Bu gün tanımlayacaklar*

*Bizde tanımlayabiliriz*

*[A101 1] -(.....): Tamam biz de tanımlayalım*

*Bölgelere bilgi geçebiliriz”*

(548) ifadelerinden A101 ve BİM'in patates, kuru soğan ve domates ürünlerinin fiyatlarının birlikte belirlenmesi yönünde hareket ettikleri görülmektedir. TESPİT 2 kapsamında, A101 ve BİM tarafından bahsi geçen tarihlerde patates, kuru soğan ve domates ürünlerinin fiyatlarının tespiti yönünde anlaşılması sonrasında, birkaç kuruşluk farklar dışında belirlenen fiyatların uygulandığı da gösterilmiştir. İlgili dönemde indirimle satışa sunulan ürünlerin fiyatının A101 ve BİM tarafından rekabetin getirdiği risklerden kaçınmak üzere aynı tarihte birlikte artırılmasına yönelik danışıklı davranışın, dönemin şartlarından bahisle haklı görülebilecek bir yanı bulunmamaktadır. Nitekim tanzim satışlar Şubat 2019'da bazı belediye ve kamu kurumlarının girişimiyle başlatılmış, amacı yükselen meyve ve sebze fiyatlarını kontrol altına almak olmuştur. Bu şekilde fiyatlar 2-3 TL seviyelerine kadar gerilemiştir. Nisan 2019'da tanzim satışlar sona ermiştir. İlgili belgeden, A101 ve BİM'in tanzim satış dönemi sonrası ilgili ürünlerde %150'ye varan oranlarda artan yeni fiyatlarının birlikte belirlendiği anlaşılmaktadır. Söz konusu belgenin devamında A101 yöneticisi tarafından dile getirilen “*Ama dile dikkat*” “*Rakip demeyin*” “*Üst yönetimce alınan karar demeyin*” “*Dilkatli bir dille yazalım*” ifadelerinin de bu değerlendirmeyi teyit ettiği mütalaa edilmektedir. Her halükarda ilgili savunmalar varılan kanaati değiştirecek nitelikte değildir.

(549) Öte yandan bahse konu tespite ilişkin olarak A101 tarafından sunulan savunmada birkaç kez yazışmaların ve fiyat hareketlerinin bağlamından koparıldığı öne sürülmüş; iki ayrı yerde “*söz konusu yazışmalara Soruşturma Raporu'nda çarpıtılarak yer verildiği*” iddia edilmiştir. Her biri birer kamu görevlisi olan Soruşturma Heyeti, yasa koyucunun 4054 sayılı Kanun'un uygulanmasına yüklediği kamu yararının tesisi için yine Kanun'la verilen yetki ve görev doğrultusunda, soruşturma sürecinin tamamında maddi hukuk kurallarına, mesleki etiğe ve kamu görevinin gerektirdiği dikkat ve özene tam bir riayet ile hareket etmiştir. Nitekim söz konusu tespit bakımından da Soruşturma Heyeti tarafından öncelikle yerinde incelemede elde edilen delildeki yazışmalar sunulmuş; devamında da bununla sınırlı kalınmayarak yazışmalarda bahsi geçen fiyat hareketlerinin fiilen uygulanıp uygulanmadığı araştırılmak suretiyle teyit edilmiştir. Üstelik *çarpıtılarak yer verildiği* öne sürülen bu yazışma, doğrudan A101'de yapılan yerinde incelemede elde edilmiş ve bir örneği teşebbüse bırakılmış olup söz konusu yazışmada yer alan ifadeler yazım hatalarına kadar aynen aktarılmıştır. Hal böyleyken, bu iddiaların kabulü hiçbir surette mümkün değildir.

### **TESPİT 3 Kapsamında Yapılan Savunmalar ve Değerlendirme**

**- A101 ve CARREFOURSA tarafından yapılan, ilgili yazışmada doğrudan A101 ve CARREFOURSA arasında gerçekleşen bir iletişimin söz konusu olmadığı, bu yazışmanın gerçekten böyle bir görüşmenin gerçekleştirildiğinin ispatı için yeterli delil kuvvetine sahip olmadığı, tam aksine rakipler arasında böyle bir bilgi paylaşımının hiç yaşanmadığı, 19.11.2019 tarihinde BİM tarafından yapılan fiyat**

**değişikliğinin bir sonraki gün A101 tarafından, ardından bir sonraki gün de CARREFOURSA tarafından takip edilerek fiyatların lider teşebbüs seviyesine çıkarıldığı, dolayısıyla ilgili yazışmanın rekabete aykırı bir anlaşmayı ortaya koyamadığı tam aksine rakiplerin birbirinin fiyatlarını halka açık kaynaklardan takip ettiklerini ortaya koyduğu savunması.**

(550) TESPİT 3 kapsamında yer verilen CARREFOURSA çalışanları arasında geçen Whatsapp görüşmesinde yer alan;

*(.....): Bugün geçmiş, A101 (.....)'in<sup>167</sup> keyfi yerindeydi. Onlar da şimdi geçiyorlarmış. (19.11.2019)*

*(.....): Hemen tekrar baktırıyorum (19.11.2019)*

*3.45 ve 3.75 olmuş geçiyoruz (19.11.2019)*

*Bir-kac mağazayı daha kontrol ediyoruz” (19.11.2019)*

ifadelerinden CARREFOURSA Genel Müdürü (.....) ile belge tarihinde A101 icra kurulu başkanı olan (.....) arasında bir görüşme gerçekleştiği ve görüşmede A101'in de fiyat geçişi yapacağı bilgisinin paylaşıldığı görülmektedir. Nitekim adı geçenlerin ilgili tarihlerde düzenlenen bir sosyal etkinlik vesilesiyle bir araya geldikleri CARREFOURSA tarafından yapılan savunmada da teyit edilmiştir. Bu kapsamda A101 ve CARREFOURSA yöneticileri arasında yapılan görüşme neticesinde birbirlerinin fiyat geçişi planlarına muttali oldukları anlaşıldığından, özel markalı 1 Lt tam yağlı süt ürünlerinin aynı tarihte, yarım yağlı süt ürünlerinin ise bir gün arayla aynı fiyattan satılmaya başlanmasının, halka açık kaynaklardan elde edilen bilgiler neticesinde fiyat değişikliğine gidilmesi ile açıklanabileceği savunmasına katılmak mümkün değildir. Kaldı ki yukarıda daha önce yer verilen mahkeme içtihadı karşısında, rakipler arasında uygulamayı planladıkları fiyatlar veya fiyat stratejileri gibi rekabete en hassas bilgilerin konu edildiği bu tür temaslar yoluyla rekabet amaç bakımından ihlal edilmektedir.

#### **TESPİT 4 Kapsamında Yapılan Savunmalar ve Değerlendirme**

**- İncelenen sektörde genellikle üreticilerin alış fiyatı geçiş günlerini önceden bildirdiği, bununla birlikte perakendecilerin fiyat geçişi yapacağı günlerin tahmin edilebilir olduğu, dolayısıyla ilgili belgelerde rakiplerin fiyat artışı yapacağına yönelik ifadelerin bir tahminden daha fazlası olmadığı, satış fiyatını belirleyen temel faktörün sağlayıcıların maliyetleri olduğu, bu durumun sektörün bir gerçeği olduğu, bu nedenle zaman zaman eş anlı fiyat geçişlerinin piyasada görülmesinin olağan bir durum olarak görüldüğü, teşebbüslerin yalnızca maliyetlerinde meydana gelen artışları raf fiyatlarına yansıttığı, bu tür ticari bir davranışın doğrudan herhangi bir delil olmaksızın rekabete aykırı bir eylem gibi görülmemesi gerektiği, ayrıca piyasanın organize edildiğine ilişkin ifadelerin üreticiler tarafından alış fiyatı geçişlerinin perakendeci firmalara duyurulması ve bazı firmaların bu alış fiyatı geçiş günlerine uymamasına yönelik ifadeler olduğu, ilgili belgelerin hatalı şekilde yorumlandığı savunması.**

(551) TESPİT 4 kapsamında rakip teşebbüslerin, aralarındaki doğrudan veya dolaylı temaslar yoluyla birbirlerinin fiyat geçiş kararlarından önceden haberdar oldukları, iki ayrı teşebbüsten elde edilen deliller ve fiyat hareketleri ile ortaya konulmuş; böylelikle pazar genelinde fiyat artışlarının koordinasyonunu ya da ilgili belgede bahsi geçen şekliyle yazışmalara konu edilen ürünlere dair fiyatlar ve fiyat geçiş tarihleri bakımından “piyasanın organizasyonunu” sağladıkları kanaatine varılmıştır. TESPİT 4

<sup>167</sup> İlgili tarihte A101 icra kurulu başkanıdır (CEO).

kapsamındaki yazışmalarda yer alan “*piyasa organize edildi*” ifadesinin perakendecilerin tedarikçilerden alış fiyatını kastetmediği; tam aksine perakendecilerin satış fiyatını diğer bir deyişle raf fiyatlarını kastettiği, nitekim bu durumun ilgili tarih sonrasındaki fiyat hareketleri ile de tespit edilmesi sebebiyle teşebbüslerin bu yöndeki savunmalarının kabul edilebilir olmadığı değerlendirilmektedir. Bunun yanında, tespit ve deliller bütüncül olarak değerlendirildiğinde; eş zamanlı fiyat artışlarına ve piyasanın organize edildiğine yönelik belgelerde geçen ifadelerin, tahmine dayalı bir çıkarımı ya da tedarikçilerin tek taraflı eylemlerini yansıttığı savunmaları kabul edilebilir değildir.

### **TESPİT 5 Kapsamında Yapılan Savunmalar ve Değerlendirme**

**-BİM, A101, ŞOK ve MİGROS tarafından yapılan; Tespit 5 kapsamında yer verilen yazışmanın geçtiği dönemki TİGEM genel müdürü tarafından enflasyonla mücadele, fiyat artışlarının önüne geçilmesi ve ürün tedarikinin sekteye uğramaması için alınması gereken tedbirlerin tartışılması amacıyla toplantı düzenlendiği, düzenlenen toplantıda yumurta ve bakliyat fiyatlarına ilişkin sorunlar ve idarenin taleplerinin dile getirildiği, toplantının idare tarafından gelen sorulara ve taleplere yanıt verilmesinden ibaret olduğu, toplantıda konuşulan hususun yaşanan bir ortak arz/maliyet şoku neticesinde fiyatların yükseleceği bilgisine ilişkin olduğu, toplantıda konuşulan ilgili fiyatların piyasada karşılık bulmadığı, özel markalı ayçiçek yağının işlevsel olarak homojen olduğu, fiyatların benzer olmasının oligopol pazarlarda fiyat takibi ve uyumlaştırmasının doğal bir sonucu olduğu, bu ürünlerin birbirinin tam ikamesi olarak görülebileceği, bu ürünler arasında çapraz fiyat esnekliğinin sonsuza yakın olduğu, fiyatların benzer düzeylerde seyretmesinin iktisadi açıdan son derece normal olduğu, bu kapsamda salt ekonomik delillere dayalı ağır ihlal tespiti yapılmasının mümkün olmadığı, bahsi geçen toplantı kapsamında geleceğe yönelik fiyat bilgisi paylaşılmadığı, BİM tarafından yapılan fiyat değişikliğinin etiketlere yansımadan sahadan ya da ertesi gün raflara yansdıktan sonra öğrenilmesinin fark yaratmayacağı savunması.**

(552) Gerek TESPİT 5 kapsamında, gerekse diğer tespitler kapsamında incelenen eylemlerde, paralel fiyatlama davranışının öncesinde bir iletişimin mevcut olup olmadığından ziyade; esasen yerinde incelemelerde elde edilen, taraflar arasında doğrudan veya dolaylı olarak fiyatlara ve/veya fiyat geçişlerine dair iletişim veya sair temas olduğunu ortaya koyar nitelikteki yazışmalara ilişkin olarak, bu yazışmalarda bahsi geçen fiyat hareketlerinin gerçekleşip gerçekleşmediği araştırılmıştır. Dolayısıyla ihlal isnadının hareket noktasını bizatihi iletişim delilleri oluşturmaktadır. Bu yönüyle, çeşitli savunmalarda dile getirildiğinin aksine, bazı ürünlere ve ürün gruplarına özellikle odaklanılması söz konusu olmayıp, bu ürünleri ve ürün gruplarını belirleyen yerinde incelemelerde elde edilen delillerdir. Öte yandan, yapılan incelemeler neticesinde ise çok büyük ölçüde bu yazışmalarda öngörülen fiyatlama davranışlarının birebir gerçekleştiği ispatlanmıştır.

(553) Bu çerçevede MİGROS'ta yapılan yerinde incelemede elde edilen 01.04.2020 tarihli iç yazışmada, TİGEM'de katılımcıları arasında rakip perakendecilerin bulunduğu bir toplantı gerçekleştirildiği ve yazışmada yer verilen “*Bım 43 tl olacak 5 lik ayçiçek yağı diyor.C4 de zam gelecek destek lazım diyor.*” ifadelerinden toplantıda ayçiçek yağı fiyatlarına ilişkin fiyat artışlarına yönelik beklentilerin paylaşıldığı anlaşılmaktadır. Söz konusu yazışma tarihinden beş gün sonra ise 06.04.2020'de CARREFOURSA bünyesinde gerçekleşen konuşmadaki;

“(.....) bey yarınki bimin çıkacağı ayçiçek fiyatı geldi az önce.

36,90 dan 39,90 çıkıyor.  
 (.....) abilerle konuştum.  
 Biz fiyatı hemen organize ediyoruz.”

ifadelerinden BİM fiyatlarından geçiş öncesinde haberdar olduğu görülmektedir. Bu yazışmadan bir gün sonra BİM ve ŞOK'un, ertesi gün ise A101 ve CARREFOURSA'nın 1, 2 ve 5 lt'lik ambalajlı özel markalı ayçiçek yağlarının fiyatlarını birebir aynı fiyatlara yükselttikleri, son olarak da MİGROS'un beş kuruşluk farklarla bu teşebbüsleri izlediği gösterilmiştir. Bu tespit bakımından dikkat çekici bir diğer husus, fiyat geçişleri öncesinde anılan tarafların tamamının her bir ambalaj türündeki fiyatlarının birebir aynı olması; bunun da ötesinde teşebbüslerden günlük frekansta veri talep edilen 01.01.2018 – 15.09.2020 dönemi boyunca söz konusu ürünler için hazırlanan günlük geçerli etiket fiyatı grafiklerinde rakip teşebbüslerin fiyat çizgilerinin birbirlerinden neredeyse ayırt edilememesidir. Bu husus, tespit kapsamında yer verilen iletişim delilleri ile birlikte değerlendirildiğinde, ayrıca soruşturma kapsamında elde edilen diğer deliller ve zikredilen yargı kararları ile açıklamalar da dikkate alındığında, söz konusu fiyat hareketleri salt oligopolistik bağımlılık savunmasıyla açıklanabilir nitelikte görülmemektedir. Bu bakımdan salt ekonomik delillere veya fiyat hareketlerine bağlı olarak ihlal iddiasında bulunulduğu savunması kabul edilememektedir.

**- A101 ve ŞOK tarafından yapılan; Tespit 5 kapsamında ŞOK'un taraf olduğu ya da adının geçtiği herhangi bir yazışma olmadığı, yalnızca fiyat hareketlerine bakılarak uyumlu eylem iddiasında bulunulamayacağı, ŞOK'un TİGEM'de yapıldığı söylenen toplantıya katılmadığı, fiyat artışının BİM ile aynı gün gerçekleştirilmesinin sebebinin ŞOK'un saha satış ekiplerinin bir gün önce rakip mağaza fiyat etiketlerinin değiştiğini görmesi ve fotoğraflarını çekerek ilgili birime göndermesi olduğu, 2020 yılında BİM'in fiyat geçişlerini genellikle Salı günü yaptığı ve Pazartesi akşamı BİM mağaza personelinin fiyat etiketlerini değiştirdiği, bu durumun ise piyasada sahayı takip eden herkes tarafından bilindiği<sup>168</sup>, fiyat geçişinin kamuya açık bilgilerin elde edilmesi neticesinde yapıldığı, bunun yanında ŞOK'un TESPİT 5 kapsamında yer alan iddialardan sorumlu tutulmaması halinde ihlalin süresi bakımından ağırlaştırıcı nedenin de ortadan kalkacağı, anılan tespit kapsamında A101 ile ilgili olarak atıf yapılan hiçbir yazışmanın ne A101'e ait bir e-posta veya mesaj içerdiği, ne de bu yazışmalarda A101'e bir atıfta bulunulduğu, TİGEM toplantısında geleceğe ilişkin fiyat bilgisi paylaşımının yapıldığı iddiasının bir dayanağı olmadığı ve A101 bakımından bir ihlal isnadının haklı yanının bulunmadığı savunması.**

(554) Konuyla yakından ilgili olan Ankara 2. İdare Mahkemesinin 25.11.2013 tarih ve 2013/233 E. 2013/1737 K. sayılı kararında, 06.04.2012 tarihli ve 12-17/499-140 sayılı Kurul kararına konu olan toplantıya söz konusu teşebbüsün katıldığına dair herhangi bir tespit yer almadığı, iddia edilen toplantının varlığının her türlü şüpheden uzak bir şekilde ispat edilemediği, iddia edilen anlaşmanın teşebbüs açısından söz konusu olmadığı, belgelerde geçen fiyat artışlarının uygulanmadığı, belgelerde belirtildiği gibi fiyat artışı yapılmadığından bahisle söz konusu iddialar hakkında Kurul kararının iptaline karar verilmesi istenmiş ancak davanın reddine karar verilmiştir.

(555) Ankara 2. İdare Mahkemesinin ilgili kararının gerekçesinde:

*“Uyuşmazlığın özü yapılan soruşturma sırasında Kars Çimentoda ve Yurt Çimentoda elde edilen belgelerin ve yapıldığı belirtilen toplantı tarihinden sonraki dönemde fiyatlarda meydana gelen*

<sup>168</sup> Savunmada, 06.04.2020'de saat 20:12'de ŞOK saha personelinin BİM mağazalarından çekmiş olduğu fotoğraflara yer verilmiştir.

değişikliklerin piyasa aktörleri arasında anlaşma yapıldığını gösterir nitelikte olup olmadığı noktası oluşturmaktadır.

Olayda Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde yoğun olarak faaliyet gösteren on adet çimento üreticisinin temsilcilerinin bir araya geldiklerine ilişkin emareler bulunmakta ancak bütün temsilcilerin Ankara'da ve aynı yerde olduklarına ilişkin kamera kaydı yada başkaca kayıt bulunmamaktadır. Ancak dosyada bulunan bilgi ve belgelerin karara esas alınan soruşturma ve inceleme raporlarının yapılan savunmaların bütün olarak değerlendirilmesi sonucunda çimento firmalarının Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4.maddesini ihlal edecek şekilde ortak hareket edildiğine ve ceza tayinine dayanak oluşturacak yeterlilikte deliller bulunduğu açıktır. Bu durumda rekabet ihlaline neden olan anlaşmaya iştirak ettiği açık olan davacıya gayrisafi gelirin %2'si oranında para cezası verilmesinde hukuka aykırılık bulunmamaktadır."

hususları ifade edilerek dava reddedilmiştir. Söz konusu mahkeme kararına karşı, Danıştay 13. Dairesinde açılan davada davacı tarafından:

"Mahkeme kararının yeterli gerekçeden yoksun olduğu, soruşturma raporunda yapıldığı iddia edilen toplantının gerçekleştirilip gerçekleştirilmediği şüpheliyken buna dayanılarak ceza verilemeyeceği, soruşturma taraflarının 29/03/2010 tarihinde Ankara'da aynı yerde olduklarının ispat edilemediği, davacının herhangi bir çalışanın o tarihte Ankara'da olmadığı, Nisan ayında çimento talebinin biranda yükseldiği, davacının stoklarının yetersiz kaldığı, talebin karşılanamadığı ortamda fiyatların artmasının iktisadın gereği olduğu, Nisan ayında yurtdışı talebin de artması sonucunda yurtiçi satış fiyatlarının uyumlaştırıldığı, bunların ise herhangi bir anlaşmanın sonucu olmayıp tamamen ekonomik gereklerle yapıldığı, davacının yeni kurulan tesisler nedeniyle tam kapasitede çalışmaması sonucunda talebin karşılanamadığı ve fiyatların piyasaya standart hâle getirildiği, iletişim olmaksızın paralel davranışların cezalandırılmayacağı, ekonomik ve rasyonel gerçekler varken ihlâl olduğundan söz edilemeyeceği, ancak Kurul kararında bu hususların göz ardı edildiği, Kurul kararına karşı kaleme alınan karşı oylarda da bu hususların açıklandığı, Kurul kararının ekonomik verileri eksik değerlendirdiği"

ileri sürülmüş, ancak bahsi geçen mahkeme kararı hukuka uygun bulunarak onanmıştır.

- (556) Yukarıda çerçevesi çizildiği üzere ilgili tespit kapsamında yer verilen deliller, soruşturma kapsamında elde edilen diğer deliller ve yukarıda aktarılan yargı kararları ile açıklamalar ışığında bütüncül olarak değerlendirildiğinde, teşebbüslerin 4054 sayılı Kanun'u ihlal eder nitelikte ortak hareket ettiği kanaatine varıldığından söz konusu savunmalar kabul edilebilir görülmemektedir. Herhalükarda bir an için ŞOK ve A101 bakımından TESPİT 5 kapsamında sunulan savunmalar kabul edilse dahi, bu durum gerek ihlalin niteliği ve kapsamı, gerekse süresi açısından haklarında uygulanacak idari para cezasının tayinine dair ilgili teşebbüsler bakımından ulaşılan sonucu değiştirmemektedir.

### **TESPİT 6 Kapsamında Yapılan Savunmalar ve Değerlendirme**

- A101, ŞOK, MİGROS ve CARREFOURSA tarafından yapılan; ilgili yazışma içerisinde rakipler arası işbirliğini ortaya koyan herhangi bir ifade olmadığı, fiyat geçişi yapılmasının tek nedeninin tedarikçinin aynı tarihte fiyat listesi yayımlayarak fiyat geçişi yapması ve teşebbüslerin maliyetlerinin artması olduğu, bu tür fiyat geçişlerinin ilk günlerinde lider oyuncuların da etkisiyle büyük oranda benzer fiyatların olduğu ancak ilerleyen dönemde indirim, insert ve promosyonların devreye girmesiyle fiyatlardaki paralelliklerin tekrar bozulduğu savunması.

- (557) TESPİT 6 kapsamında yer verilen ŞOK çalışanı (.....) tarafından ŞOK Ticaret Direktörü (.....)'e gönderilen e-postada geçen:

...  
...  
Fiyat geçişleri ile istemiş olduğunuz çalışmayı yaptım .Üzerinden konuşabiliriz.  
..." (30.04.2020)



ifadelerini içeren e-posta ekinde paylaşılan Excel tablosunda çeşitli ürünlere ilişkin eski ve yeni satış fiyatlarının yanında Ace Klasik 2 lt ürünü için *rakip turuncu* ile, Molfix Bebek Bezi için *rakip mavi* ile, diğer rakiplerde bulunmadığı belirtilen Bingo Soft Konsantre 1440 ml ürünü için *rakip turuncu* ve *C4* ile ertesi gün eş zamanlı raf fiyatı geçişi yapılacağı, bu ürünlere ilişkin alış fiyatı geçişlerinin 15 gün destek ile 20 Mayıs'ta gerçekleştirilebileceğinin; *rakip kırmızı* ve *mavide* bulunmadığı belirtilen özel markalı Mintax Arap sabunu için ise yine ertesi gün *rakip turuncu* ile eş zamanlı olarak marj kaybı yaşanmadan fiyat geçişi yapılabileceğinin ifade edildiği görülmektedir. Bunun yanında özel markalı Arap sabunu ürünü hariç olmak üzere ilgili tabloda yer verilen ürünlerin fiyatlarında aynı veya benzer tarihlerde kesişen ürünler bakımından birebir aynı veya çok yakın artış yapıldığı tespit kapsamında gösterilmiştir. Kaldı ki, alış fiyatı geçişlerinin daha ileri bir tarihte gerçekleştirileceğine dönük olarak belgede geçen ifadeler karşısında, maliyet artışlarının aynı veya yakın tarihlerde rafa yansıtıldığı savunmasına katılmak mümkün değildir.

**- CARREFOURSA'nın; tedarikçilerin oligopolistik bağımlılık nedeniyle önce davranmak istemeyen ve ilk hareket eden dezavantajından çekinen perakendecilere alış fiyatlarını uygulatabilmek için satış fiyatı baskısı kurduğu ve yeniden satış fiyatını belirlediği, tedarikçinin baskısı nedeniyle fiyat artışına gidildiği, ŞOK'un; fiyat artış talebine genelde ŞOK tarafından direnç gösterilmesi sebebiyle tedarikçinin diğer perakendecilerin de fiyatı artırmaya ikna olduğunu şifahen paylaştığı ancak ŞOK ile rakipleri arasında fiyat artışı konusunda herhangi bir irade uyuşmasının olmadığı, tedarikçi tarafından paylaşılan bilgilerin çoğu durumda ikna amaçlı spekülatif bilgiler içerdiği, ŞOK çalışanlarının bu bilgileri iç yazışmalarında tahmin olarak kullandığı, tespit kapsamında yer alan iddia bakımından hiçbir yazışmada tedarikçisi ile bilgi paylaşmadığı, tedarikçiden rakip fiyatını aldığına yönelik hiçbir yazışmanın da olmadığı, kendi fiyat geçişleri için rakip hareketlerini takip etmek amacıyla tedarikçilerden gelen ve kamuya açık olarak tüm taraflara açıklanan bilgiyi kendi fiyat artışları için gerekçe olarak iç yazışmalarına konu edebildiği, bunun ise gayet doğal bir durum olduğu savunması.**

(558) Yukarıda daha önce yer verilen mahkeme kararlarında vurgulandığı üzere, özellikle oligopolistik pazarlarda artan pazar şeffaflığının rekabetin yoğunluğunu azaltacağı fikrinden hareketle bilgi değişimi konusunda daha hassas bir yaklaşım sergilenmektedir. Bir firmanın rakiplerinden farklı hareket edip önemli kazançlar elde edebilmesi mümkünken, tüm firmaların aynı yönde strateji uygulamaları büyük ölçüde aralarındaki bilgi alışverişi sayesinde gerçekleşmektedir. Piyasanın oligopolistik özellikler göstermesi halinde firmaların bilgi alışverişinde bulunmalarının paralel davranışlara ve rekabet karşıtı etkiye yol açacağı beklenen bir durumdur. Bu bağlamda ilgili tespit kapsamında yer verilen belgelerden, doğrudan veya dolaylı şekilde gerçekleştirilen iletişimler yoluyla perakendeci teşebbüslerin tabloda bahsi geçen ve en azından bu teşebbüslerin bazıları için henüz maliyet (alış fiyatı) artışı dahi gerçekleşmemiş olan ürünlerde aynı veya çok yakın tarihlerde fiyat geçişi yaptığı ortaya konulmuştur. Bu bakımdan tedarikçiler tarafından alış fiyatlarını uygulatabilmek için fiyat baskısı kurulduğu, perakendecilerin yeniden satış fiyatının belirlenmeye çalışıldığı ve baskı nedeniyle perakendecilerce fiyat artışına gidildiği yönündeki savunma ve gerekçelerin kabul edilebilir olmadığı değerlendirilmektedir.



**TESPİT 7 Kapsamında Yapılan Savunmalar ve Değerlendirme**

- A101, BİM, ŞOK, MİGROS ve CARREFOURSA tarafından yapılan; ürünün fiyat artış talebinin tedarikçiden geldiği, ancak pazarlıklar sonucunda ürünün fiyatının artmasının 2020 Mayıs ayına kadar ertelendiği, Sensodyne ürünlerine ilişkin maliyetlerin artması ve diğer rakiplerin de fiyatlarını artırması sebebiyle raf fiyatlarının artırıldığı, rakipler arasında fiyat artışı olacağına yönelik doğrudan veya dolaylı bir bilgi paylaşımının söz konusu olmadığı, ilgili belgede tedarikçi tarafından rakiplerin bilgisinin paylaşıldığını gösteren bir delil bulunmadığı, ŞOK iç yazışmasına konu olan bilginin nasıl ve ne şekilde elde edildiği hususunun spekülatif olduğu, rakiplerin fiyat artışı yapacağına yönelik tahmininin gerçekleşmemesi üzerine kendi marjından vazgeçerek eski fiyatlara döndüğü, bunun cezalandırma olarak algılanmasının piyasa yapısının ne derece göz ardı edildiğini gösterdiği, söz konusu fiyat hareketinin aslında bir cezalandırma olmadığı, BİM'in rakiplerinden bağımsız olarak fiyat belirleme gücünün olduğu, bu nedenle BİM ile aynı fiyatı uygulayarak BİM'i cezalandırmanın mümkün olmadığı, en ucuz market algısının kaybedilmemesi için fiyatların BİM düzeyine çekildiği savunması.

- (559) TESPİT 7 kapsamında yer verilen yazışmalardan *Rakip M* olarak kodlanan MİGROS ve *Rakip A* olarak kodlanan A101'in fiyatlarını 16,95 TL'den 18,95 TL'ye yükselteceklerinin, *Rakip B* olarak kodlanan BİM'in de Salı günü (05.05.2020 tarihinde) fiyatını yükselteceğinin belirtildiği, ŞOK'un ise 04.05.2020 tarihinden geçerli olarak 16,95 TL'den 18,95 TL'ye fiyat geçişinin yapılması yönünde iç onayı aldığı, 06.05.2020 tarihinde devam eden yazışmaya göre 05.05.2020 tarihinde BİM'in fiyat geçişi yapmaması nedeniyle ilgili ürünün fiyatının yeniden 16,95 TL olarak tanımlanması için onay talep edildiği; nihayetinde BİM'in belirtilen fiyat geçişini yapmasını müteakiben fiyatın bir kez daha 18,95 TL'ye yükseltilmesi için onay talep edildiği görülmektedir. Belgelerde geçen ifadeler ve bu ifadeleri teyit eder nitelikte anılan dönemde gerçekleştiği ortaya konulan fiyat hareketleri doğrultusunda, ilgili tespit bakımından teşebbüsler arasındaki perakende satış fiyatlarına ilişkin danışıklılığa ve bu danışıklılığın devamını sağlamak üzere uygulandığı değerlendirilen cezalandırma stratejisine dair kanaat muhafaza edilmektedir.

**TESPİT 8 Kapsamında Yapılan Savunmalar ve Değerlendirme**

- A101, BİM, ŞOK, MİGROS ve CARREFOURSA tarafından yapılan; fiyatlarda meydana gelen artışların nedeninin tamamen alış fiyatlarındaki artışların raf fiyatlarına yansıtılmasından ibaret olduğu, bu fiyat artışlarının eş zamanlı gerçekleşmesinin sebebinin ise yine tedarikçilerin alış fiyatlarındaki değişiklikleri tüm perakendecilere genellikle aynı tarihte deklare etmesi olduğu, fiyat geçişi yapılmaması halinde tedarikçiden baskı görüldüğü, ŞOK iç yazışmasında yer alan ifadelerin aslında bir tahmin olduğu, MİGROS tarafından satışı yapılan Eti Popkek ürünü açısından tespit kapsamında verilen tarihte herhangi bir fiyat geçişi yapılmadığı savunması.

- (560) TESPİT 8 kapsamında yer verilen yazışmadan Oreo ürünündeki yeni fiyatların 13.06.2020 tarihinde *Rakip A* (A101) ve *Rakip M* (MİGROS) ile eş zamanlı *rafa yansıtılacağı*; çeşitli Eti Popkek ürünlerinin ise izleyen Pazartesi gününe denk gelen 15.06.2020 tarihinde yine A101 ve MİGROS ile birlikte *rafa yansıtılacağı*, *Rakip B* olarak kodlanan BİM'in ise 16.06.2020 Salı günü *geçeceği* belirtildiği görülmekte, ilgili tespit kapsamında yer verilen tabloda anılan ürünlere ilişkin fiyat hareketlerinin de büyük ölçüde birebir ilgili yazışmadaki gibi gerçekleştiği gösterilmektedir. Dolayısıyla

yapılan savunmalar, TESPİT 8'in, teşebbüsler arasındaki doğrudan veya dolaylı temaslar yoluyla fiyatlar konusunda sağlanan ve sürdürülen koordinasyon ile danışıklılığın boyutunun göstergesi olduğu yönünde oluşan kanaati değiştirir nitelikte değildir.

- (561) Öte yandan tespit ve deliller bütüncül olarak değerlendirildiğinde; ilgili yazışmalarda rakiplerin fiyatlarına ve fiyat geçiş tarihlerine ilişkin ifadelerin ŞOK'un tahminlerinden ibaret olduğu iddiasına katılmak mümkün olmamaktadır.
- (562) MİGROS ve CARREFOURSA'nın anılan tarih itibarıyla bahsi geçen Eti Popkek fiyatlarının hâlihazırda 1,15 TL düzeyinde olduğu, bu ürün bakımından belirtilen tarihte fiyat geçişlerinin bulunmadığı anlaşılmakla birlikte, her halükarda özellikle Oreo ürününe ilişkin bulgular karşısında söz konusu belge haklarındaki ihlal isnadı bakımından kuvvetli delil niteliği taşımaktadır.

### **TESPİT 9 Kapsamında Yapılan Savunmalar ve Değerlendirme**

**- A101, BİM, ŞOK, MİGROS ve CARREFOURSA tarafından yapılan; TESPİT 9 kapsamında yer verilen ürünlere ilişkin maliyetlerin artması ve diğer rakiplerin de fiyatlarını artırması sebebiyle raf fiyatlarının artırıldığı, dolayısıyla ilgili tespit kapsamındaki eylemlerin rekabete aykırı nitelikte olmadığı savunması.**

- (563) TESPİT 9 kapsamında yer verilen belge, bilgi ve ifadeler ile dosya kapsamındaki tespit ve deliller bütüncül olarak değerlendirildiğinde; oldukça fazla sayıda ürün bakımından rakiplerin tamamında büyük ölçüde eş zamanlı ve eş tutar ve oranlarda gerçekleşen söz konusu fiyat artışlarının rakipler arasında doğrudan ve/veya ortak tedarikçi aracılığıyla dolaylı kurulan temaslar/iletişim yoluyla koordine edildiği değerlendirilmesi ile birlikte söz konusu savunmaya katılmak mümkün olmamaktadır.

**- ŞOK tarafından yapılan; TESPİT 9'a konu ürünlerde fiyat geçişlerinin diğer marketler ile aynı tarihte değil 24.06.2020 tarihinde yapıldığı, dolayısıyla danışıklılık iddialarının gerçeği yansıtmadığı, iç yazışmalarda bulunan ifadelerin aslında tahminlerden ibaret olduğu, tahminlere dayalı bilgilerin paylaşılmasının yazışmada hiç geçmeyen ürünlerde de danışıklılık olduğunu göstermeyeceği savunması.**

- (564) Her ne kadar ilgili belgenin yalnızca bir iç yazışma olduğu savunması yapılsa da, bu durum belgenin ispat gücü bakımından herhangi bir fark yaratmadığı gibi; söz konusu belgeden rakiplerin fiyat geçiş tarihleri ile ilgili detayların tedarikçiden alındığı, belgede geçen, "...*Rakip M'nin güncellemeyi Pazartesi, Rakip A'nın %90 Pazartesi yapacağını, kesişen 5 üründe de Rakip B'nin Salı günü fiyatını güncelleyeceği bilgisi iletildi...*" ifadeleri karşısında yazışmada yer verilen bilgilerin herhangi bir iç tahminden ibaret olmadığı anlaşılmaktadır. Rakiplerin geleceğe dönük fiyatlarına ve fiyat geçiş tarihlerine ilişkin bilgi paylaşımını ortaya koyan bu tür bir belgenin varlığında, fiyat geçişinin rakiplerden birkaç gün sonra gerçekleştirilmesinin isnat edilen ihlale ilişkin sorumluluk bakımından herhangi bir etki oluşturmayacağı değerlendirilmektedir.

### **TESPİT 10 Kapsamında Yapılan Savunmalar ve Değerlendirme**

**- A101, ŞOK, MİGROS ve CARREFOURSA tarafından yapılan; TESPİT 10 kapsamında yer verilen yazışmanın bir iç yazışma olduğu ve teşebbüsler arası iletişimi göstermediği, Haribo Şekerleme Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti. (HARİBO) şekerleme çeşidine ilişkin raf fiyatı geçişinin maliyetlerde meydana gelen artışla açıklanabildiği ve tamamen iktisadi gerekçelerle açıklanabilen bir fiyat değişikliğinin rekabete aykırı bir davranış olarak nitelendirilemeyeceği,**

karşılaştırılan ürünlerin türleri ve gramajlarının farklı olduğu ve artış oranları ile fiyatlarının da birbirinden farklılaştığı, dolayısıyla ilgili ürünlerin karşılaştırılmasının uygun olmayacağı, satışı gerçekleştirilen ortak ürün fiyatlarındaki artışların da birbirinden farklılaştığı, ayrıca “*piyasayla aynı gün organize edilmektedir*” ifadesinin önceden tedarikçiden gelen fiyat artış talepleri ile birlikte değerlendirildiğinde ulusal çapta fiyat geçişi olacağına yönelik bir tahmin olduğu, “*organize etmek*” ifadesinin yanlış anlaşıldığı, perakendecilerin fiyat geçişlerini organize etmesinin mümkün olmadığı savunması.

- (565) TESPİT 10 kapsamında yer verilen, ŞOK Satın Alma Kategori Müdürü (.....) tarafından üst yönetici (.....)'e gönderilen e-postada yer alan; “*Haribo: Piyasayla aynı gün organize edilmektedir. Sadece raf fiyatı geçilecektir.*” ifadesi ile Haribo markalı ürün çeşitlerinde fiyat geçişinin perakendeci teşebbüsler tarafından aynı gün (01.07.2020) yapılması birlikte değerlendirildiğinde, perakende satış fiyatlarının ve fiyat geçiş tarihlerinin organize edilmesine yönelik amacın bir kez daha başarıyla gerçekleştiği anlaşılmaktadır. Öte yandan karşılaştırılan ürünler bakımından Haribo şekerleme çeşitlerinde ilgili gramajlarda uygulanan benzer/aynı fiyatlamaların ve eşanlı fiyat değişikliklerinin ortaya koyulması karşısında, ürünün gramaj ve/veya fiyat artış oranlarındaki farklılıkları odağına alan savunmanın da kabul edilebilir olmadığı değerlendirilmektedir.
- (566) TESPİT 10 kapsamındaki yazışmalarda yer alan “*piyasayla aynı gün organize edilmektedir*” ifadesiyle tedarikçilerin perakendecilere satış fiyatını (perakendecilerin alış fiyatını) kastedilmediği, tam aksine doğrudan ilgili belgede de ifadesini bulduğu üzere perakendecilerin raf fiyatlarının kastedildiği konusunda duraksama bulunmadığı, nitekim bu durumun ilgili tarih sonrasındaki fiyat hareketleri ile de tespit edildiği, dolayısıyla teşebbüslerin bu yöndeki savunmalarının kabul edilemeyeceği değerlendirilmektedir. Kaldı ki, nihai değerlendirme bakımından herhangi bir farklılık yaratmayacak olmakla birlikte, belgede geçen “*sadece raf fiyatı*” vurgusuna göre henüz alış fiyatı (maliyet) geçişi söz konusu olmadığı gibi; ŞOK'un savunmasında yer verilen HARİBO tarafından gönderilen e-posta yazışmasında da 01.07.2020'de “*tavsiye raf fiyatı geçişi*” yapılacağına belirtildiği; liste (alış) fiyatlarının ise 15.07.2020 tarihinde sisteme tanımlanmasının talep edildiği görülmektedir.

### **TESPİT 11 Kapsamında Yapılan Savunmalar ve Değerlendirme**

- A101, BİM ve ŞOK tarafından yapılan; TESPİT 11 kapsamında yer verilen iç yazışmanın rakipler arasında gerçekleştirilen koordinasyona delil teşkil etmesinin mümkün olmadığı, söz konusu fiyat artışının tedarikçinin ulusal çapta gerçekleştirdiği fiyat artışı duyurusundan ve böylelikle ürün maliyetinden meydana gelen artıştan kaynaklandığı, rakiplerin fiyat geçiş günlerinin piyasada bilinen bir durum olması sebebiyle belgede geçen ifadelerin tahminlerden ibaret olduğu, değerlendirilen durumun fiyatları rekabetçi seviyenin yukarısına çekmek ve kârı aşırı bir şekilde artırmak amacını taşıyan bir topla-dağıt kartelinden ziyade son derece büyük, güçlü ve ulusal tedarikçi olan Şölen Çikolata Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş. (ŞÖLEN) ile marketler arasındaki sözleşmelerde yer alan yeniden satış fiyatının tespiti hükümlerinin uygulanması olabileceği, tespit kapsamında yer verilen fiyat geçişi tablosunda fiyat geçişlerinin ilgili yazışmadaki gibi gerçekleşmediği, dolayısıyla aleyhe bir iddia yöneltilmesinin tamamen dayanaksız olduğu savunması.

- (567) Yazışmalarda geçen “*...Tedarikçi firma Rakip B'nin Salı günü fiyatını güncelleyeceğini iletmektedir.*” ifadesi ve diğer rakiplerin fiyat geçişlerine dair ifadeler, tespit kapsamında

incelenen fiyat hareketleri ile yapılan değerlendirmeler, soruşturma kapsamında elde edilen diğer tespit ve deliller ile yukarıda aktarılan yargı kararları ve açıklamalar ışığında bütüncül olarak ele alındığında; söz konusu tespit, A101, BİM ve ŞOK bakımından ilgili dönemde anılan ürünlere dair fiyatlar ve fiyat geçişi konusunda doğrudan veya dolaylı iletişim yoluyla koordinasyonun sağlandığına delalet ettiği kanaatine varılmakta olup, belgede öngörülen bazı fiyat hareketlerinin gerçekleşmemiş veya birkaç gün farklılıkla gerçekleşmiş olması dâhil olmak üzere söz konusu savunmaların bu kanaati değiştirir nitelikte olmadığı değerlendirilmektedir.

- (568) Öte yandan daha önce de belirtildiği üzere, savunmada bahsi geçen, soruşturmanın tarafı olmayan çeşitli üretici/tedarikçi niteliğindeki teşebbüsler hakkında mevcut soruşturma kapsamında elde edilen bulgular doğrultusunda 26.04.2021 tarihli ve 21-23/271-M sayılı Kurul kararı ile re'sen soruşturma açılmış olup ŞÖLEN de bu soruşturmanın taraflarından biridir.

### **TESPİT 12 Kapsamında Yapılan Savunmalar ve Değerlendirme**

- A101, ŞOK, MİGROS ve CARREFOURSA tarafından yapılan; rakipler arasında herhangi bir doğrudan yazışmanın olmadığı, alış fiyatlarına paralel olarak meydana gelen satış fiyatlarında paralel bir artışın söz konusu olduğu, ilgili yazışmalarda yer alan piyasanın organize edilmesine yönelik ifadelerin ise tedarikçi teşebbüslerin alış fiyatlarına ilişkin olduğu, Eti Gıda San. ve Tic. A.Ş.'nin (ETİ) güçlü bir tedarikçi olması ve genelde satış fiyatlarını tüm piyasada aynı anda artırması sebebiyle bu ifadelerin aslında piyasanın fiyat geçişi yapması ihtimalini kastettiği, 12.08.2020 tarihinde uygulanmaya başlanan fiyatların tedarikçi tarafından önerilen tavsiye niteliğinde satış fiyatları olduğu savunması.

- (569) TESPİT 12 kapsamında yer verilen yazışmalarda;  
“...Bu arada, Eti'nin satış fiyatları için piyasayı organize edebilmesi halinde onun da fiyat geçişi formunu gün içinde paylaşacağım” (saat 13:30)

“Eti markalı ve Rakip B'de listeli olmayan 4 ürün için fiyat geçiş formunu ekte bilgilerinize sunarız. Yarın Rakip A ve Rakip M ile birlikte satış fiyatı ve alış fiyatını geçmek için onayınızı rica ederiz...” (saat 14:46)

ifadeleri yer almaktadır. Bu bağlamda “piyasanın organize edilmesi”nden, ilgili perakendecilerin ortak tedarikçi aracılığıyla bahsi geçen dönemdeki raf/etiket fiyatı geçişi konusunda ortak bir iradeye ulaşmış olduklarının kastedildiği değerlendirilmektedir. Bu çerçevede yazışmalarda yer verilen ifadeler, tespit kapsamında incelenen fiyat hareketleri ile bunlara ilişkin yapılan değerlendirmeler, soruşturma kapsamında elde edilen diğer tespit ve deliller ile yukarıda aktarılan yargı kararları ve açıklamalar ışığında bütüncül olarak ele alındığında; ilgili tespite dair kanaat muhafaza edilmektedir.

### **TESPİT 13 Kapsamında Yapılan Savunmalar ve Değerlendirme**

- (570) - BİM, ŞOK, MİGROS ve CARREFOURSA tarafından yapılan; BİM tarafından herhangi bir fiyat bilgisi paylaşılmadığı, fiyat üzerinde doğrudan veya dolaylı bir anlaşmanın söz konusu olmadığı, eldeki tespitlerden sadece BİM'in fiyat liderliği yaptığının anlaşıldığı, BİM'in Doğanay şalgam suyu 1 lt ürününde yaptığı fiyat artışı ile “barometrik fiyat liderliği” işlevini gördüğü, MİGROS'un rakiplerinden 2-3 gün sonra fiyat geçişini yaptığı, ilgili tespit kapsamında yer verilen fiyat artışının ürün maliyetinden meydana gelen artıştan kaynaklandığı, fiyat geçişi

yapılmasının nedeninin tedarikçinin yeni fiyat listesi yayımlaması olduğu, belgede geçen ifadenin rakiplerle yapılan bir bilgi paylaşımından ziyade BİM'in fiyat geçişi sonrasında piyasanın bunu takip edeceğine dayalı bir tahmin olduğu, oligopolistik bağımlılık sebebiyle diğer teşebbüslerin BİM'i takip etmesinin gayet doğal bir durum olduğu, raf fiyatlarının günlük olarak takip edilmesi ve teknolojik altyapının aynı gün içinde rakip teşebbüse cevap niteliğinde fiyat geçişini mümkün kılması sebebiyle raf fiyatlarının rekabet hassasiyetini yitirdiği, ilgili yazışma kapsamında taraflar arasında uzlaşmayı gösteren hiçbir bilgi veya belgenin mevcut olmadığı savunması.

- (571) TESPİT 13 kapsamında yer verilen bilgi ve belgelerden, 08.09.2020 tarihinde ŞOK bünyesinde gerçekleştirilen yazışmada Doğanay şalgam suyu 1 lt ürünlerinde *Rakip B'nin* (BİM) raf fiyatlarını artırdığı, ertesi gün ise tüm piyasanın bu fiyatları uygulayacağı bilgisi verildiği anlaşılmaktadır. Nitekim 08.09.2020 tarihinde BİM, 09.09.2020 tarihinde ŞOK ve CARREFOURSA, 11.09.2020 tarihinde MİGROS'un birebir aynı fiyat geçişlerini yapmaları belgedeki ifadeleri destekler niteliktedir.
- (572) TESPİT 13 kapsamında yer verilen belge, bilgi ve ifadeler ile fiyat hareketleri, diğer tespit ve deliller ile yukarıda aktarılan yargı kararları ve açıklamalar ışığında bütüncül olarak değerlendirildiğinde; söz konusu tespitin CARREFOURSA, BİM, MİGROS ve ŞOK bakımından ilgili dönemde anılan ürünlere dair fiyatlar ve fiyat geçişi konusunda doğrudan veya dolaylı iletişimler yoluyla koordinasyonun sağlandığına delalet ettiği kanaatine varılmaktadır. Belgede öngörülen bazı fiyat hareketlerinin gerçekleşmemiş veya birkaç gün farklılıkla gerçekleşmiş olması dâhil olmak üzere söz konusu savunmaların bu kanaati değiştirir nitelikte olmadığı değerlendirilmektedir.
- (573) TESPİT 13 özelinde bir an için belge tarihinde ilk fiyat değişikliğini gerçekleştirdiği anlaşılan BİM bakımından tespit kapsamında sunulan savunmalar kabul edilse dahi, bu durum, gerek ihlalin niteliği ve kapsamı, gerekse süre açısından idari para cezasının tayinine dair ilgili teşebbüs bakımından ulaşılan sonucu değiştirecek nitelikte değildir.

#### **TESPİT 14 Kapsamında Yapılan Savunmalar ve Değerlendirme**

- A101 ve ŞOK tarafından yapılan; söz konusu ürünün tedarikçisi tarafından 24.09.2020 tarihli e-posta ile 26.09.2020 tarihinde piyasa ile birlikte fiyat geçişinin yapılmasının istendiği, dolayısıyla rakibin de aynı gün fiyat geçişi yapacağını tahmin edilebildiği, söz konusu bilgi değişiminin danışıklılık kapsamında olmadığı, bu bakımdan ilgili patlamış mısır ürünüde meydana gelen alış fiyatı artışlarının raf fiyatlarına yansıtıldığı, bu sebeple raf fiyatlarına ilişkin değerlendirme yapmanın doğru olmadığı savunması.

- (574) Yazışmalarda geçen "...*Rakip A ile birlikte yarın raf fiyatlarını 2 tl olarak yansıtacağız...*" ve "...*Satış fiyatı için A ile beraber ayarlandı yarına...*" ifadeleri ile tespit kapsamında incelenen fiyat hareketleri, diğer tespit ve deliller ile yukarıda aktarılan yargı kararları ve açıklamalar ışığında bütüncül olarak değerlendirildiğinde; söz konusu tespitin A101 ve ŞOK arasında ilgili dönemde anılan ürünlere dair fiyat ve fiyat geçişi konusunda doğrudan veya dolaylı iletişimler yoluyla koordinasyonun sağlandığına delalet ettiği değerlendirilmekte olup bu hususta taraflarca öne sürülen savunmalara katılmak mümkün olmamaktadır.

#### **TESPİT 15 Kapsamında Yapılan Savunmalar ve Değerlendirme**

- (575) A101, ŞOK, MİGROS ve CARREFOURSA tarafından yapılan, ilgili Redbull ürünlerindeki fiyat artışlarının, alış fiyatlarında meydana gelen artışlar sebebiyle gerçekleştirildiği, piyasada fiyat geçişi yapan teşebbüslerin fiyatlarının takip

edildiği ve rakiplerin de fiyatlarını benzer şekilde artırdıkları, bu durumun tamamen piyasa gerçekleri nedeniyle ortaya çıktığı, Red Bull Gıda Dağıtım ve Pazarlama Tic. Ltd. Şti.'nin (REDBULL) enerji içeceği pazarında lider olduğu, pazarda hâkim durumda olan tedarikçinin baskısıyla yeniden satış fiyatlarının tavsiye fiyatlar üzerinden uygulandığı, tavsiye edilen satış fiyatına uyulmaması durumunda REDBULL'un perakendecilere ürün vermeyi kesme ihtimalinin söz konusu olduğu, ilgili yazışmada yer alan "*rakip A ve biz yarına geçiyoruz*" ifadesinin aslında A101'deki dinamiklerin ŞOK ile benzer olmasından kaynaklı bir tahmin olduğu, MİGROS ve CARREFOURSA'nın fiyat geçişlerini önceden tamamlaması sebebiyle bu tahmini yapmanın daha kolay bir hale geldiği, fiyat geçişlerinin aynı seviyede gerçekleşerek birebir aynı olmasının perakende seviyesinde bir danışıklılığın iddia edilmesi için belirleyici ve yeterli bir kriter olmadığı, rakipler arasında doğrudan iletişim ortaya konulmadığı müddetçe bu kapsamda bir rekabet ihlalden söz edilemeyeceği<sup>169</sup> savunması.

- (576) Yazışmalarda geçen "*Redbull ürünleri için piyasa raf fiyatlarını bugün geçmiştir. (...) alış fiyat pazarlıklarımız devam etmektedir.*", "*...M, C ve yerel marketler geçti . Sadece rakip A ve biz yarına geçiyoruz...*" ifadeleri, perakendeci teşebbüsler arasında Redbull ürünlerinde perakende satış fiyatlarının ve fiyat geçiş tarihlerinin koordinasyonuna dönük olarak doğrudan veya dolaylı temaslara işaret etmektedir. Nitekim Tablo 33'ten de görüleceği üzere, A101, CARREFOURSA, MİGROS ve ŞOK'ta satışı gerçekleştirilen Redbull markalı ürünlerin fiyatlarına ilişkin yakın tarihlerde birebir aynı tutarlarda artışa gidildiği, diğer bir ifadeyle belgede zikredilenler dâhil olmak üzere kesişen RedBull ürünlerinin tamamında eski ve yeni satış fiyatlarının birebir aynı olduğu tespit edilmiştir.
- (577) Bu çerçevede belgelerde geçen ifadeler ile tespit kapsamında incelenen fiyat hareketleri, diğer tespit ve deliller ile yukarıda aktarılan yargı kararları ve açıklamalar ışığında bütüncül olarak değerlendirildiğinde; söz konusu tespitin mezkûr teşebbüsler arasında ilgili dönemde anılan ürünlere dair fiyatlar ve fiyat geçişi konusunda doğrudan veya dolaylı iletişim yoluyla koordinasyonun sağlandığına delalet ettiği kanaatine varılmakta olup, bu hususta taraflarca öne sürülen savunmaların kabul edilemeyeceği sonucuna ulaşılmaktadır.

### **TESPİT 16 Kapsamında Yapılan Savunmalar ve Değerlendirme**

- (578) **CARREFOURSA'nın;** ilgili belgede isminin geçmemesine rağmen salt fiyat geçişlerine dayalı olarak bulgu değerlendirmesinin yapıldığı, ilgili tarihlerde fiyat geçişi yapılmasının sebebinin yaklaşık 1 ay kadar önce tedarikçinin yeni alış fiyatı geçmesi ve maliyetlerin artması olduğu, ilgili ürünlerde maliyetlerin artmasına rağmen pazar araştırmaları sonucunda rakiplerin verilerinde satış fiyatı artışı gözlemlenmediği için ilgili ay herhangi bir fiyat artışına gidilmediği ve fiyat rekabetinin devam ettirildiği, ancak 19.11.2020 tarihinde pazar araştırmaları sonucunda rakibin fiyat geçişi yaptığı bilgisi edinildikten bir gün sonra fiyat artışı gerçekleştirildiği, ŞOK'un; ilgili tespite konu yazışmalarda da esasen tedarikçi firmanın ŞOK'u fiyat geçişine ikna etmek amacıyla olduğu, MİGROS'un daha öncesinde söz konusu ürün için fiyat geçişini sağladığı, rakipler arasında doğrudan bir iletişimin olmadığı, ürünlerin gramajları itibarıyla karşılaştırılmaz olduğu, fiyat geçiş tarihlerinin aynı olmadığı, tedarikçi tarafından verilen bilgilerin doğru olmadığını da bu rapor sayesinde öğrendikleri, MİGROS tarafından rakip teşebbüslerde yer alan ürünlerden farklı ürünlerde bir fiyat artışı

<sup>169</sup> A101, ŞOK, MİGROS, CARREFOURSA



**gerçekleştirildiği ve bu fiyat artışının da ŞOK bünyesindeki şirket içi yazışmadan 1 gün önce yapıldığı, MİGROS'un; söz konusu dönemde fiyat geçişinin alış fiyatında yaşanan artışın satış fiyatına yansıtılmasından ibaret olduğu, söz konusu dönemde uygulanmaya başlanan fiyatların tedarikçi tarafından önerilen tavsiye niteliğinde satış fiyatları olduğu savunması.**

- (579) Tablo 34 detaylı bir şekilde incelendiğinde, her ne kadar Pril marka parlaticı ürünleri bakımından belirli bir farklılaşma gözlense de; Pril Gold Jel Yağ Çözücü 900 ml ürünü için fiyatların ŞOK ve MİGROS tarafından 19.11.2020, CARREFOURSA tarafından ise 20.11.2020 tarihinde tam olarak belgede yer aldığı şekliyle 29,90 TL'den 36,90 TL'ye yükseltildiği, dolayısıyla söz konusu üründe ŞOK ve MİGROS tarafından birebir aynı gün ve aynı fiyat geçişinin gerçekleştirildiği, CARREFOURSA'nın ise bu teşebbüsleri bir gün sonra yine aynı fiyat geçişi ile izlediği görülmektedir.
- (580) Bu çerçevede TESPİT 16 kapsamında yer verilen belge, bilgi ve ifadeler ile fiyat hareketleri, diğer tespit ve deliller ile yukarıda aktarılan yargı kararları ve açıklamalar ışığında bütüncül olarak değerlendirildiğinde; söz konusu tespit CARREFOURSA, MİGROS ve ŞOK bakımından ilgili dönemde anılan ürüne dair fiyat ve fiyat geçişi konusunda doğrudan veya dolaylı iletişim yoluyla koordinasyonun sağlandığına delalet ettiği kanaatine varılmakta olup, belgede öngörülen bazı fiyat hareketlerinin gerçekleşmemiş veya birkaç gün farklılıkla gerçekleşmiş olması dâhil olmak üzere söz konusu savunmaların bu kanaati değiştirir nitelikte olmadığı değerlendirilmektedir.
- (581) TESPİT 16 özelinde bir an için, CARREFOURSA bakımından belgede adının geçmemesi ve fiyatların rakip fiyatlarındaki artış nedeniyle bir gün sonra yükseltildiği yönünde sunulan savunmalar kabul edilse dahi, bu durum gerek ihlalin niteliği ve kapsamı, gerekse süre açısından hakkında uygulanacak idari para cezasının tayinine dair ilgili teşebbüs bakımından ulaşılan sonucu değiştirecek nitelikte değildir.

### **TESPİT 17 Kapsamında Yapılan Savunmalar ve Değerlendirme**

- A101'in; A101'in maliyetlerindeki artışı raf fiyatına yansıtma ve fiyat geçişi yapan MİGROS'u takip etmek suretiyle yalnızca içinde bulunduğu oligopol piyasanın kurallarına göre hareket ettiği, ilgili yazışmada yer alan "*Migros yarın geçecek*" ibaresinin alış fiyatı ve maliyetlerde gerçekleşen artıştan dolayı basiretli bir tacirin atması tahmin edilen adıma ilişkin bir öngörüdür ibaret olduğu, MİGROS'un; rakip teşebbüs CARREFOURSA'da yer alan ürünlerden farklı ürünlerde bir fiyat artışı gerçekleştirildiği, çeşidi aynı olan ürün açısından ise MİGROS'un yeni fiyatının CARREFOURSA'nın yeni fiyatından 1 TL daha ucuz olduğu, dolayısıyla uygulanan fiyatların birbirleriyle uyumlu olmadığı, MİGROS'un söz konusu dönemde fiyat geçişinin alış fiyatında yaşanan artışın satış fiyatına yansıtılmasından ibaret olduğu, söz konusu dönemde uygulanmaya başlanan fiyatların tedarikçi tarafından önerilen tavsiye niteliğinde satış fiyatları olduğu ve hatta bazı ürünler bakımından tavsiye satış fiyatının dahi altında satış gerçekleştirildiği, CARREFOURSA'nın; ilgili tespit kapsamında yer alan belgede CARREFOURSA'nın isminin geçmediği, 21.11.2020 tarihli fiyat geçişinin sebebinin tedarikçi tarafından 23.11.2020 tarihinde yeni alış fiyatlarına geçileceğine ilişkin bildirimde bulunulması ve maliyetlerin artması olduğu, 21.11.2020 tarihinin hafta sonuna denk gelmesi sebebiyle ilgili tarihte yalnızca satış fiyatlarının güncellendiği, 23.11.2020 Pazartesi günü ise alış fiyatlarının da sisteme tanımlandığı, bahsi geçen Dardanel markalı ürünlere ilişkin ilerleyen dönemlerde indirim ve promosyon yapıldığı ve rekabetin artırıldığı savunması.

- (582) TESPİT 17'de yer alan “(.....) *bey dardanelde pazar gününden geçerli geçiş var migros yarın geçecek marj geri gitmiyor*” ifadesinden rakip perakendeci teşebbüsler arasında Dardanel markalı ürünler bakımından fiyat geçiş tarihlerine ilişkin doğrudan veya dolaylı temaslar kurulduğu kanaatine ulaşılmış; Tablo 35'te yer verilen Dardanel marka ton balığı çeşitlerinde yeni fiyatlara yazışmanın ertesi gününe denk gelen 21.11.2020 tarihinde CARREFOURSA ve MİGROS tarafından, bir gün sonra (izleyen Pazar günü) ise A101 tarafından geçildiği görülmüştür. Ayrıca ilgili tabloda detaylı olarak yer verildiği üzere, rakip teşebbüsler bakımından kesişen ürünlerin neredeyse tamamında<sup>170</sup> eski ve yeni fiyatların ve böylelikle fiyat geçişlerinin birebir aynı olduğu tespit edilmiştir.
- (583) Bu çerçevede TESPİT 17 kapsamında yer verilen belge, bilgi ve ifadeler ile fiyat hareketleri, diğer tespit ve deliller ile yukarıda aktarılan yargı kararları ve açıklamalar ışığında bütüncül olarak değerlendirildiğinde; söz konusu tespitin A101, CARREFOURSA ve MİGROS bakımından ilgili dönemde anılan ürünlere dair fiyatlar ve fiyat geçişi konusunda doğrudan veya dolaylı iletişimler yoluyla koordinasyonun sağlandığına delalet ettiği kanaatine varılmakta olup, söz konusu savunmaların bu kanaati değiştirir nitelikte olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır.

### **TESPİT 18 Kapsamında Yapılan Savunmalar ve Değerlendirme**

- **A101'in**; ilgili yazışmanın ne doğrudan ne de dolaylı olarak rakiplerin bir iletişim kurduğuna dair herhangi bir ibare içermediği, fiyatların aynı seviyede seyrettiği ve baskılanmış olduğu oligopol bir piyasada bir rakibin yapacağı fiyat artışını derhal diğer rakiplerin takip etmesi kadar doğal bir durum olmadığı, fiyat geçişinin öncelikle diğer rakipler tarafından yapıldığı ve bu fiyat değişikliğinin halka açık kaynaklardan takip eden A101'in ise ertesi gün fiyat liderini takip ettiği, **BİM'in**; tablet ve özel markalı çamaşır suyu ürünleri için gözlemlenen durumun fiyatları rekabetçi seviyenin yukarisına çekmek ve kârı aşırı bir şekilde artırmak amacını taşıyan rekabeti kısıtlayıcı bir davranış olmadığı, söz konusu piyasalarda oldukça yaygın olan barometrik fiyat liderliği davranışı olduğu, **BİM'in Fairy Bulaşık Sıvısı ve Fairy Platinum 33'lü tablet ürünlerinde yaptığı fiyat artışının “barometrik fiyat liderliği” işlevini gördüğü**, böylesi bir fiyat liderliğinin HTM piyasasında sıklıkla görülen ve rekabetçi süreçte kaçınılmaz davranışlar olduğu, **BİM'in maliyet artışlarına istinaden tamamen bağımsız bir şekilde satış fiyatlarında da geçiş yapma kararı aldığı**, Ariel Toz Deterjan 1,5 kg ve diğer bir dizi ürün için büyük tedarikçiler ile marketler arasındaki sözleşmeler ve fiili uygulamalarda yer alabilen yeniden satış fiyatının tespiti veya en çok kayırlan müşteri koşullarının tespit edilen fiyat düzeyleri ve fiyat geçişlerini açıklayabileceği, **ŞOK'un**; ilgili tespite konu ürünlerde Fairy markalı bulaşık deterjanları hakkında yer alan “*eş zamanlı fiyat artışı*” ifadesinin **BİM'in fiyat artırması sebebiyle rakiplerin de bu fiyat hareketine cevap vereceğine yönelik bir tahmin olduğu**, fiyat geçiş tarihlerine bakıldığında **ŞOK'un tahmininin gerçekleşmediği**, MİGROS ve A101'in tahmin edilenden farklı tarihlerde fiyat artışı yaptıkları, söz konusu Fairy markalı ürünlerin birbiriyle karşılaştırılmayacak ölçüde birbirlerinden farklı olduğu ancak bu ürünlerin bir koordinasyona konu olduğunun iddia edildiği, iç yazışmada yer alan “*eş zamanlı fiyat artışı olacaktır*” ifadesinin tedarikçi tarafından yanlış yönlendirme ve manipülasyon neticesi yapılan bir tahmin olduğu, söz konusu ürünlerin

<sup>170</sup> Tablodaki ürünlerden yalnızca bir tanesinde MİGROS, A101 ve CARREFOURSA'ya kıyasla 1 TL daha düşük fiyata geçmiştir.

tedarikçilerinin farklı olduğu dolayısıyla, tedarikçiler üzerinden bilgi paylaşımı yapılamayacağı, ilgili tarihlerde yaşanan fiyat değişikliklerini açıklayan tek argümanın oligopolistik pazar bağımlılığı ve lideri takip motivasyonu olduğu, **CARREFOURSA'nın**; ilgili tespitte ismi geçen ürünlere ilişkin fiyat artışının sebebinin tedarikçinin yeni fiyat listesi yayımlaması ve maliyetlerde meydana gelen artışlar olduğu, tedarikçinin yeni alış fiyatlarının sisteme yansıtıldığı ancak pazar araştırmalarında rakip fiyat artışlarının gözlemlenmemesi sebebiyle pazarda daha rekabetçi olabilmek adına satış fiyatlarının artırılmadığı, P&G'nin yeni raf fiyatlarına geçilmesine ve yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik baskı oluşturduğu, pazarda çok ciddi bir güce sahip olan P&G'den gelen yeniden satış fiyatının belirlenmesi baskısı üzerine kendilerine ürün vermeyi kesme ihtimali göz önünde bulundurularak pazar gücü zayıf olan **CARREFOURSA'nın** fiyat geçişi gerçekleştirmek zorunda kaldığı, **MİGROS'un**; ilgili tespit kapsamındaki yazışmada geçen MİGROS'un fiyatı artıracığına ilişkin bilginin MİGROS'tan geldiğine dair herhangi bir emare bulunmadığı, fiyatlama kararlarında alış fiyatlarında meydana gelen artışları fiyatlarına yansıttığı ve tedarikçiler tarafından önerilen tavsiye fiyatların da fiyat belirleme aşamasında göz önünde bulundurulduğu, incelenen ürünlerin önemli bir kısmı bakımından rakiplerden sonra, onların piyasaya yansımış fiyatlarını gözlemleyerek fiyat geçişi yaptığı, yazışmada geçen bu bilginin teşebbüs bünyesinde çalışanlar tarafından ortaya atılmış olabileceği gibi P&G tarafından tamamıyla ŞOK'un yeni fiyata geçmesini sağlamak adına dile getirilen ve dayanağı MİGROS olmayan bir bilgi de olabileceği, zira MİGROS'un ne P&G'ye ne ŞOK'a ne de diğer perakendeci teşebbüslere bu yönde bir bilgi sağladığına yönelik bir bulgunun olmadığı, MİGROS'un fiyat değişikliklerinin yazışmanın aksini gösterir şekilde farklı zamanlarda gerçekleştiği, MİGROS tarafından ilgili ürünlerin fiyatlarının artmasına ilişkin olarak rakipler ile doğrudan veya dolaylı olarak veya P&G aracılığıyla rekabete aykırı bir anlaşma veya uyumlu eylem içerisinde olunmadığı savunması.

(584) 02.12.2020 tarihinde ŞOK Kategori Uzmanı (.....) tarafından Ticaret Direktörü (.....) ve (.....)'ya gönderilen e-postada:

*"Fairy Bulaşık Sıvısı ve Fairy Platinum 33'lü Tablet ürünlerinde rakip kırmızıda satış fiyat artışı olmuştur. Diğer ürünlerde onayınıza istinaden rakip mavi ve turuncu ile eş zamanlı olarak yarın fiyat artışı olacaktır. Onay doğrultusunda sisteme girilecektir."*

ifadeleri yer almaktadır.

(585) ŞOK bünyesinde 02.12.2020 tarihinde gerçekleştirilen bu yazışmada, Fairy Bulaşık Sıvısı ve Fairy Platinum 33'lü tablet ürünlerinde rakip kırmızıda (BİM) fiyat artışı olduğu, belgede ifade edilen ürünler açısından ŞOK ticaret direktörünün onayı sonrası rakip mavi (A101) ve turuncu (MİGROS) ile eş zamanlı olarak ertesi gün fiyat artışı gerçekleştirileceğinin belirtildiği görülmektedir. Nitekim Tablo 36'da detaylarına yer verildiği üzere, BİM tarafından 02.12.2020 tarihinde söz konusu iki üründe yapılan fiyat artışını müteakiben A101, CARREFOURSA ve ŞOK tarafından 03.12.2020 tarihinde, MİGROS tarafından ise 04.12.2020 tarihinde Fairy markalı pek çok ürünün fiyatının yükseltildiği; son olarak CARREFOURSA ve ŞOK tarafından 05.12.2020 tarihinde bir grup Fairy ürünüde daha fiyat geçişi yapıldığı; bu çerçevede rakip teşebbüsler bakımından kesişen ürünlerin büyük bölümünde eski ve yeni fiyatların ve böylelikle fiyat geçişlerinin birebir aynı olduğu tespit edilmiştir.

- (586) Ayrıca belgede bahsi geçen diğer ürünler bakımından muhtelif tarihlerde gerçekleştirilen eş anlı veya peş peşe fiyat geçişlerinin de kesişen ambalajlar/gramajlar bakımından büyük ölçüde aynı olduğu gösterilmiştir. Söz gelimi teşebbüslerin tamamında satışı bulunduğu anlaşılan Ariel Toz Deterjan 1,5 kg çeşitlerinde BİM, CARREFOURSA ve MİGROS'un 09.12.2020 tarihinde bu ürünlerin fiyatlarını eş anlı olarak 15,95 TL'den 16,90-16,95 TL'ye yükselttikleri; A101 ve ŞOK'un da sırasıyla 10.12.2020 ve 11.12.2020 tarihlerinde yine 15,95 TL'den 16,90 TL'ye fiyat geçişi yaptıkları; CARREFOURSA ve MİGROS'un 09.12.2020 tarihinde eş anlı fiyat artışına gittikleri Alo ve Ariel ürünlerinde kesişen gramajlar bakımından eski ve yeni fiyatların da birebir aynı olduğu; A101'in bu teşebbüsleri, kesişen ürünler bakımından yine birebir aynı fiyat geçişleri yapmak suretiyle 10.12.2020 tarihinde izlediği tespit edilmiştir.
- (587) Nitekim bahsi geçen ürünlere ilişkin olarak rakipler arasında kurulan doğrudan veya dolaylı bir temasa dair iletişim delilinin ve delil niteliğindeki söz konusu yazışmaya yakın tarihlerde eş anlı veya peş peşe yapılan, rakipler bakımından kesişen ambalajlar/gramajlar bakımından da büyük ölçüde aynı olan fiyat geçişlerinin varlığında, aynı/yakın tarihli bu fiyat artışlarının salt bir oligopol pazar yapısıyla, oligopolistik bağımlılıkla yahut rakiplerin davranışlarına dönük tahminlerle açıklanmasının mümkün olmadığı değerlendirilmektedir. Ayrıca dosya kapsamında pek çok farklı ürüne ilişkin çok sayıda ilave iletişim delili de tespit edilmiştir.
- (588) Belgelerde bahsi geçen bazı ürünlerin salt farklı ambalaj/gramajlarda olmalarından bahisle birbirleriyle kıyaslanamayacak nitelikte olduğu iddiasının da yersiz olduğu değerlendirilmektedir. Söz gelimi Tablo 36'da sunulan bilgilere göre *Fairy* markalı sıvı bulaşık deterjanı ŞOK'ta 750 ml'lik ambalajda 10,65 TL'ye satılırken, rakipleri A101, BİM, CARREFOURSA ve MİGROS'ta aynı ürünün 650 ml'lik ambalajı 9,25 TL'den satışa sunulmaktadır. Dolayısıyla her iki ürünün de birim litre fiyatının 14,2 TL olduğu görülmektedir.
- (589) TESPİT 18 kapsamında yer verilen belge, bilgi ve ifadeler ile fiyat hareketleri, diğer tespit ve deliller ile yukarıda aktarılan yargı kararları ve açıklamalar ışığında bütüncül olarak değerlendirildiğinde; söz konusu tespitin önde gelen beş büyük rakip perakende zinciri bakımından ilgili dönemde anılan ürüne dair fiyat ve fiyat geçişi konusunda doğrudan veya dolaylı iletişim yoluyla koordinasyonun sağlandığına delalet ettiği kanaatine varılmakta olup, belgede öngörülen bazı fiyat hareketlerinin gerçekleşmemiş veya birkaç gün farklılıkla gerçekleşmiş olması dâhil olmak üzere söz konusu savunmaların bu kanaati değiştirir nitelikte olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır.

### **TESPİT 19 Kapsamında Yapılan Savunmalar ve Değerlendirme**

- **A101, ŞOK ve MİGROS tarafından yapılan, TESPİT 19 kapsamında yer verilen kampanyanın firma desteğiyle tek taraflı olarak rasyonel bir karar sonucu gerçekleştiği, bu tespit kapsamında rakipler arasında bir bilgi paylaşımının nasıl gerçekleştiği ve fiyat promosyonunun hangi gerekçe ile son kullanıcıları zarara uğratabilecek bir rekabete aykırılık teşkil ettiği konularında değerlendirme yapılmadığı, dönemsel kampanya ve aktivitelerde de dolaylı ve dolaysız temaslar sayesinde koordinasyon sağlandığına yönelik iddiaların pazarda kampanya ve aktivite fiyatlarının nasıl oluştuğuna dair genel bilgi eksikliğine dayandığı, rakiplerin kampanya ve aktivitelerde dahi bilgi paylaşımında bulunarak birlikte kampanya yaptıklarını iddia etmenin pazar dinamikleriyle bağdaşmadığı, ilgili yazışmada geçen "*Rakip A aktiviteyi uygulayacaktır*" bilgisinin A101'in instagram sayfasından yani kamuya açık kaynaklardan alındığı, MİGROS'un**

**aktivitelerinin de sosyal medya duyurularından görülerek üst yönetime bildirildiği<sup>171</sup>, dolayısıyla bu kapsamda yer alan iddiaların rekabet ihlalinin göstermediği savunması.**

- (590) Belgelerden, Algida, Carte D'or ve Magnum markalı çeşitli dondurma ürünlerine ilişkin olarak birer haftalık periyotlarla üst üste üç hafta düzenlenen üç ayrı kampanyaya ilişkin olarak rakiplerin de bu kampanyalara/aktivitelere dâhil olacağına dair bilginin aktiviteler öncesinde ŞOK'ta bulunduğu görülmektedir. Burada önemli olan husus, soruşturma kapsamında elde edilen diğer delillerle birlikte ele alındığında, rakip perakende zincirleri arasında ister artış isterse dönemsel indirim yönünde olsun, rekabetçi bir bakış açısından en stratejik bilgi niteliğindeki geleceğe dönük fiyatlara ve fiyat değişikliğine dair doğrudan veya dolaylı olarak oldukça fazla temasın bulunuyor olmasıdır. Fiyat promosyonunun tüketicileri zarara uğratmayacağı savı konuyla ilgili değildir. Zira rakiplerden beklenen, ne yönde olursa olsun, fiyatlama davranışlarına ilişkin olarak birbirlerini haberdar etmemeleridir.
- (591) Bu bakımdan, TESPİT 19 kapsamında yer verilen belge, bilgi ve ifadeler, diğer tespit ve deliller ile yukarıda aktarılan yargı kararları ve açıklamalar ışığında bütüncül olarak değerlendirildiğinde; söz konusu tespitin bahsi geçen teşebbüsler arasında fiyatlar ve fiyat geçiş tarihleri konusunda koordinasyon doğurucu nitelikteki doğrudan veya dolaylı temaslara delalet ettiği kanaatine varılmakta olup, söz konusu savunmaların bu kanaati değiştirir nitelikte olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır.
- (592) Bir an için salt tespitte yer verilen belgelerin düzenlenecek indirim aktivitelerine dair olmasından bahisle, bahsi geçen tespitin rekabet karşıtı bir amaç veya etki ortaya koyamayacağı savunması kabul edilse dahi, bu durum gerek ihlalin niteliği ve kapsamı, gerekse süre açısından idari para cezasının tayinine dair ilgili teşebbüsler bakımından ulaşılan sonuçları değiştirecek nitelikte değildir.

### **TESPİT 20 Kapsamında Yapılan Savunmalar ve Değerlendirme**

- **A101 ve BİM'in; UNILEVER ürünlerinde eski ve yeni fiyatlara dair bilgi sunulmadığı, aynı seviyede seyreden fiyatların eş anlı olarak aynı düzeye yükseltildiğine dair bir kanıt bulunmadığı, böyle bir bilgi verilmiş olsa dahi artırılan ve sonrasında geri çekilen fiyatların yeniden satış fiyatının tespiti veya en çok kayırlan müşteri şartı kapsamında olup olmadığının değerlendirilmesi gerektiği, ilgili yazışmanın gerçekleştiği dönemde UNILEVER ürünlerinde ortalama %10'luk bir alış fiyatı artışı gerçekleştiği ve A101 tarafından bu alış fiyatı artışının raf fiyatlarına yansıtıldığı ancak rakiplerin bu fiyat geçişini yapmamış olması sebebiyle A101'in marka algısının zedelendiği, bu sebeple kendi karlarından vazgeçerek fiyatların eski düzeye çekildiği, bu kapsamda fiyat geçişi yapmak için fiyat liderinin tüm Türkiye genelinde fiyat geçişini tamamlamasının beklendiği, sonuç olarak A101'in fiyatlarını artırmadığı dönemde rakibi değil kendini cezalandırdığı savunması.**

- (593) 15.09.2020 tarihinde A101 İcra Kurulu Üyesi (.....) ile A101 Kategori Müdürü (.....) arasında geçen Whatsapp görüşmesine dair belgede:  
*"(.....): Bim lever fiyatlarını geçmedi  
Bizde aktarımda sorun oldu  
İt den dönüş alamıyoruz*

<sup>171</sup> Bu iddia ŞOK tarafından dile getirilmekle birlikte, iletilen kampanya görsellerinin ekran görüntülerinin hangi tarihlerde alındığı tespit edilememekte olup söz konusu ekran görüntülerinin hangi tarihlerde elde edildiğine yönelik somut bilgi de sunulabilmiş değildir.

*Ömerli depoda geçmedi fiyatlar*

*(.....): Nasıl anlamadım? Dün değil miydi geçiş?*

*BİM neden geçmedi?*

*Dün farketmedik mi anlamadım*

*(.....): Farkettik de çözülmedi*

*Bim de bizim bölgeyi bahane etmiş*

*(.....): Anlamadım tek bölgede geçmedi diye mi bahane etmiş?*

*Sadece 1 bölgede mi geçmedi fiyatlar?*

*E bana deseyseniz konuşsaydık*

*(.....): Bim in merkezinin etrafını besleyen depoda akmamış*

*(.....): Tek bir bölge olduğundan emin miyiz?*

*(.....): Dünkü satışlardan ortalama alıp kontrol edeyim*

*(.....): Biz tanımlamayı ne zaman yapmıştık?*

*(.....): Tanımlamayı cuma yaptık pazartesi için*

*(...)*

*Geri alalım mı fiyatları*

*Cuma geçebilir gibi geliyor bize*

*(.....): Geri alıypruz yarım saat sonra. Benden haber gelmezsr tam 30 dk sonra sadece bim ortak ürünleri geri alalım.”*

ifadeleri yer almaktadır.

- (594) Söz konusu belgeye göre, A101 ile BİM tarafından birbirlerinin sırasıyla 14.09.2020 ve 15.09.2020 tarihlerinde UNILEVER ürünlerinde yapmayı planladıkları fiyat artışlarından önceden haberdar oldukları; nitekim belgede geçen ifadeye göre bu doğrultuda A101 tarafından 11.09.2020 Cuma günü, 14.09.2020 Pazartesi'den geçerli olacak şekilde sistemde fiyat tanımlamasının yapıldığı; buna karşın yaşanan teknik sorun nedeniyle yeni fiyatların A101'in Ömerli bölgesindeki mağazalarına yansıtılmadığı; BİM'in bu durumu gerekçe göstererek 15.09.2020 tarihinde fiyat artışı gerçekleştirmediği anlaşılmaktadır. Bu çerçevede, A101'in yalnızca bir bölgede fiyat geçişini yap(a)mamasının dahi BİM'in fiyat artışını ertelemesine neden olduğu; belgenin devamındaki ifadelerden A101'in ise bu duruma derhal BİM ile ortak listeli ürünlerin fiyatlarını yeniden eski seviyelerine düşürerek cevap verdiği anlaşılmaktadır.
- (595) Söz konusu belgenin, bahsi geçen teşebbüslerin raf/etiket fiyatlarının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunu sağlamaya dönük olarak doğrudan veya dolaylı yollarla gerçekleştirdikleri temasın, ayrıca koordinasyonun devamını temin için süratle uygulamaya koydukları cezalandırma stratejisinin bir örneğini teşkil ettiği yönündeki görüş korunmaktadır.
- (596) A101'in fiyatlarını artırmadığı dönemde rakibi değil kendini cezalandırdığı savunulmakla birlikte; bu indirim doğrudan, öngörülen tarihte fiyat artışına gitmeyen BİM ile ortak listeli ürünleri hedef alması ve fiyat geçişi yapılan UNILEVER ürünlerinden yalnızca bunların fiyatlarının eski seviyelerine geri alınmasının belirtilmesi karşısında bu savunmaya katılma imkânı bulunmamaktadır.
- (597) Bu çerçevede, TESPİT 20 kapsamında yer verilen belge ve ifadeler, diğer tespit ve deliller ile yukarıda aktarılan yargı kararları ve açıklamalar ışığında bütüncül olarak değerlendirildiğinde; söz konusu tespitin bahsi geçen teşebbüsler arasında fiyatlar ve fiyat geçiş tarihleri konusunda koordinasyon doğurucu nitelikteki doğrudan veya dolaylı temaslara delalet ettiği kanaatine varılmakta olup, söz konusu savunmaların bu kanaati değiştirir nitelikte olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır.



## TESPİT 21 Kapsamında Yapılan Savunmalar ve Değerlendirme

- A101'in; TESPİT 21 kapsamında yer verilen yazışmanın tedarikçi aracılığı ile gerçekleştirilen rekabete aykırı bir bilgi değişimi teşkil edebilmesi için BEYPAZARI ile A101 arasında A101 fiyatları artırırsa BİM'in de artıracığı yönünde bir iletişim olması ve A101'in bu rekabete aykırı saikle fiyatlarını artırdığının kanıtlanması gerektiği ancak ilgili tespit kapsamında böyle bir değerlendirmenin yapılmadığı, BİM'in; ilgili tespite konu belgelerden anlaşılacağı üzere BEYPAZARI'nın fiyat artışı talebine olumlu yanıt vermediği, talep edilen fiyat artışını yazışma tarihinden yaklaşık üç ay sonra gerçekleştirdiği, ÇAĞDAŞ'ın fiyatlarına ilişkin yazışmanın ise, kamuya açık raf fiyatı bilgilerinin tedarikçiyle tamamen alış fiyatı pazarlığı amacıyla paylaşılmasından ibaret olduğu, tedarikçiden ÇAĞDAŞ'a yönelik herhangi bir müdahalenin talep edilmediği, gözlemlenen fiyatları rekabetçi seviyenin yukarısına çekmek ve kârı aşırı bir şekilde artırmak amacını taşıyan bir topladağıt karteli olmadığı, belgelerin içeriğinin büyük ve ulusal bir tedarikçi olan BEYPAZARI ile BİM arasındaki alış fiyatına yönelik pazarlık görüşmeleri olduğu savunması.

(598) Yazışma,

*"(.....) beypazarı: (.....) <sup>172</sup> bey günaydın rakip firma bugün itibariyle 4:25 yaptı fiyatına bilginiz olsun*

*(.....) bey merhaba sizin sözünüze istinaden rakip firmada bu sabah itibariyle 4:25 yaptırdım sizden de ricam yarın sabah itibariyle 4:25 yapmanızdır aksi taktirde bu fiyatları bir daha bu mertebeye çekemiyceğiz bilgilerinize önemle rica ediyorum teşekkür ediyorum."*

ifadelerini içermektedir ve gerek yazı karakterleri gerekse raf renkleri itibarıyla A101'e ait olduğu anlaşılan raf etiketi paylaşılacak suretiyle BİM'in "sözüne" istinaden rakip firmada fiyatların 4,25 TL'ye yükselttirildiği belirtilmekte ve BİM'in de bu fiyata geçmesinin talep edildiği görülmektedir. Aynı kapsamda, yazışmadan rakip market zincirinde gerçekleştirilen fiyat artışının BİM'in yönlendirmesi doğrultusunda BEYPAZARI tarafından koordine edildiği görüşü korunmaktadır<sup>173</sup>. Belgelerde geçen açık ifadeler ve paylaşılan fiyat etiketi karşısında savunmalara iştirak etme imkânı bulunmamaktadır.

(599) Bu bakımdan, TESPİT 21 kapsamındaki belge ve ifadeler, diğer tespit ve deliller ile yukarıda aktarılan yargı kararları ve açıklamalar ışığında bütüncül olarak değerlendirildiğinde; söz konusu tespit bahsi geçen teşebbüsler arasında fiyatlar ve fiyat geçiş tarihleri konusunda koordinasyon doğurucu nitelikteki dolaylı temaslara delalet ettiği kanaatine varılmakta olup, söz konusu savunmaların bu kanaati değiştirir nitelikte olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır.

(600) Diğer yandan BEYPAZARI markalı maden suyunda Ankara'da ÇAĞDAŞ tarafından ilgili tarihlerde uygulanan fiyatların düzeltilmesi yönünde BİM çalışanlarının kendi aralarında ve BİM ile BEYPAZARI çalışanı arasında gerçekleşen yazışmaların; bilhassa bunlardan BİM çalışanları arasında geçen "...Beypazarı firmasının sahibi (.....) bey bizden daha düşük fiyata alan olmadığına dair kendisinin de cümle içinde olduğu argo bir ifade ile yemin ediyor © net bilgiyi ve düzeltilmiş fiyatı da bana iletcek..." ve "Çağdaşın fiyatı düzeltildi" ifadelerinin, soruşturma tarafı büyük

<sup>172</sup> BİM çalışanı (.....)

<sup>173</sup> Nitekim BEYPAZARI da Kurulun soruşturma kapsamında elde edilen bulgular doğrultusunda 26.04.2021 tarihli ve 21-23/271-M sayılı kararı ile re'sen başlattığı soruşturmanın taraflarındandır.

perakende zincirlerinin -TESPİT 1 kapsamında yer verilen çeşitli belgelere de yansıdığı üzere- yerel zincir marketlerden fiyat indirimine giden veya henüz fiyat artışı yapmayan teşebbüslerin fiyatlarına tedarikçi aracılığıyla “müdahale” edilerek söz konusu fiyatların “düzeltilmesinin” sağlanmasına yönelik davranışlarının bir başka örneğini teşkil ettiği değerlendirilmektedir. Öte yandan belgelerdeki ifadelerin herhangi bir şekilde alış fiyatı pazarlığına işaret etmediği açıktır.

### **TESPİT 22 Kapsamında Yapılan Savunmalar ve Değerlendirme**

- (601) **MİGROS’un** ilgili belgede sadece isminin geçtiği, dolayısıyla rakipleriyle iletişimde bulunduğuna yönelik bir tespit yapılmasının varsayım dayalı bir çıkarım olduğu, **ŞÖLEN**’den gelen fiyat geçişi talebine uymak adına rakiplerinin de fiyat geçmesini şart koştuğu ve rakiplerinden yüksek kalmamak adına fiyat geçişinde direttiği, akabinde ise **ŞÖLEN** tarafından başka rakiplerin de fiyatlarını geçeceğinin ifade edilmesinin ardından fiyatını artırdığı ancak ilgili yazışmadan anlaşıldığı kadarıyla **BİM**’in fiyat artırmaması üzerine rakiplerinden yüksek fiyata ürünü satmamak adına fiyatı indirdiği sonucuna ulaşıldığı, **BİM**’in; talep edilen artışın yapılmaması halinde ürün sevkiyatlarında yaşanan aksaklıkların **BİM**’in fiyat geçişi niyetinde olmadığını ve direndiğini gösterdiği, birçok bölgede ürünler bitme noktasına gelince **BİM**’in fiyat geçişi yapmak zorunda kaldığı, gözlemlenen fiyatların rekabetçi seviyenin yukarisına çekmek ve kârı aşırı bir şekilde artırmak amacını taşıyan bir topla-dağıt karteli olmadığı, yeniden satış fiyatının tespiti veya en çok kayırlan müşteri hükümlerinin **BİM** aleyhine uygulanması olabileceği, **ŞÖLEN**’in rekabete aykırı bir şekilde yeniden satış fiyatının uygulanmasına yönelik yaptığı baskısına maruz kaldığı, dolayısıyla **ŞÖLEN**’den gelen taleplere uygun hareket edildiği, **ŞÖLEN**’e yönelik herhangi bir ihlal isnadında bulunulmamasının ise esasında rekabete aykırı koordinasyonun **BİM** ve **MİGROS** arasında olduğu yönünde gerçekte bağdaşmayan bir yorum yapılmasına sebebiyet verdiği savunması.
- (602) Daha önce de ifade edildiği üzere, **BİM** ve **MİGROS** gibi toplam mağaza sayıları yaklaşık 10 bin civarında olan yüksek ciro lu iki büyük perakende zincirinin, tedarikçilerin fiyat geçişi baskısına maruz kaldıkları savına katılmak mümkün olmamaktadır. Bilakis perakendeciler tarafından zaman zaman tedarikçiler üzerinde kurulduğu anlaşılan baskıya dair çeşitli belgelere dosya kapsamında yer verilmiştir.
- (603) Öte yandan TESPİT 22’de yer verilen belgedeki “*Rafta fiyat geçişi yapmadıkları için benim taleplerim olmuştu. Luppo fiyatını artırmadıkları için fiyatı geçmiş olan Migros tekrar indirim yapmıştı. Bu kısır döngü yüzünden fiyatı bir an önce artırmalarını istedik. Yarın geçecekler*” ifadelerinden, **ŞÖLEN**’in baskısı neticesinde fiyat geçişi yapılmasından ziyade, **ŞÖLEN** aracılığıyla söz konusu üreticinin markalı ürünlerinin perakende satış fiyatları ve fiyat geçişleri bakımından rakip perakendeciler arasında koordinasyonun sağlanmasına dönük temaslara olduğu görülmektedir. Bu çerçevede bahsi geçen belge ve ifadeler, diğer tespit ve deliller ile yukarıda aktarılan yargı kararları ve açıklamalar ışığında bütüncül olarak değerlendirildiğinde; söz konusu tespitinin mezkûr teşebbüsler arasında fiyatlar ve fiyat geçiş tarihleri konusunda koordinasyon doğurucu nitelikteki dolaylı temaslara delalet ettiği kanaatine varılmakta olup, savunmaların bu kanaati değiştirir nitelikte olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır.
- (604) Bu noktada **ŞÖLEN**’in, mevcut soruşturma kapsamında elde edilen bulgular doğrultusunda 26.04.2021 tarihli ve 21-23/271-M sayılı Kurul kararı ile haklarında re’sen soruşturma açılan teşebbüslerden biri olduğu tekrar belirtilmelidir.

### **TESPİT 23 Kapsamında Yapılan Savunmalar ve Değerlendirme**

-A101, BİM ve ŞOK'un; ilgili yazışmanın, rakipler arasında geleceğe dönük fiyat bilgisinin değişiminin yapıldığına değil, rakip fiyatlarındaki değişkenlikten veya sabit kalma durumundan şikâyet edilmesine dair olduğu, zira raf fiyatının en önemli belirleyici unsurunun alış fiyatları olduğu, tespit kapsamında yer verilen belgelerden BİM'in herhangi bir fiyat bilgisi paylaştığının görülmediği, Fairy ürünlerinin fiyat artışı öncesinde ve fiyat artışı sonrasında MİGROS ve BİM'de aynı fiyatlardan satıldığı, fiyatların aynı düzeyde seyretmesinin yeniden satış fiyatının tespiti veya en çok kayırlan müşteri şartı gibi unsurların olduğu sözleşmeleri işaret ettiği, MİGROS'un fiyatlama kararlarını rakiplerinden bağımsız bir şekilde kendi verdiği, belgelerde geçen ürünlerde fiyat geçişlerini alış fiyatındaki artışa bağlı olarak rakiplerden önce yaptığı ya da fiyat artışına gitmediği savunması.

- (605) TESPİT 23'ün; A101, BİM ve MİGROS arasında, TESPİT 23'teki yazışmalara konu P&G ürünleri bakımından doğrudan ya da P&G üzerinden dolaylı bilgi alışverişleriyle oluşturulan bir koordinasyon bulunduğunu ispatlamakta yetersiz kaldığı sonucuna ulaşılmıştır.

### **TESPİT 24 Kapsamında Yapılan Savunmalar ve Değerlendirme**

- **BİM'in**; alış fiyatlarındaki geçişlere ilişkin pazarlık yapılması amacıyla piyasaya sürülen ürünlerin tamamının fiyatlarının saha çalışmaları aracılığıyla takip edildiği, tedarikçi ile kurduğu diyalogun ilgili dönemde alış fiyatında geçiş yapılmaması veya geciktirilmesi çabasına ilişkin olduğu, ilgili ürüne ilişkin alış fiyatının 07.01.2020 tarihinde tamamlandığı, BİM tarafından raf fiyatı geçişi altı gün sonra 13.01.2020 tarihinde gerçekleştirilerek aradaki tüm maliyetin üstlenildiği, Pepsi markalı ürünler açısından ise şirket içerisinde karar verilen fiyat geçişinden pazardaki rekabetçi fiyatlar nedeniyle vazgeçildiğinin anlaşıldığı, **MİGROS'un**; hem MİGROS'ta hem de tedarikçi konumunda olan teşebbüsler nezdinde soruşturma süreci içerisinde oldukça fazla sayıda yerinde inceleme gerçekleştirilmiş olmasına karşın ilgili tespit dahilindeki türden yazışmaların ne MİGROS bünyesinde ne de tedarikçiler bünyesinde bulunamadığı, **CARREFOURSA'nın**; belgelerde teşebbüsün rekabet ihlali amacını işaret eden bir ifadenin bulunmadığı, 07.01.2021 tarihinde özel marka süt ürünlerinde herhangi bir fiyat değişikliğine gidilmediği, yedi gün sonra 14.01.2021 tarihinde fiyat değişikliği yapıldığı, ilgili fiyat değişikliği sebebinin maliyetlerde meydana gelen artışlar olduğu, maliyet artışlarının hemen fiyatlara yansıtılmadığı, pazar araştırmaları sonucunda rakiplerin fiyat artışına gittiğinin tespit edilmesi sonrasında fiyatların artırıldığı savunması.

- (606) TESPİT 24 kapsamında sunulan bilgi ve belgeler, esasen belirli teşebbüsler bakımından doğrudan ihlal isnadına dayanak gösterilmiş olmamakla beraber, gerek diğer tespitlerdeki bilgi, belge ve delillerin değerlendirilmesi, gerekse hızlı tüketim malları perakendeciliği sektörünün rekabet hukuku bakımından mevcut durumda sorunlu olduğu değerlendirilen yapısına ışık tutmak açısından önemli bulunmaktadır.
- (607) Zira anılan tespit kapsamındaki belgelerde, önde gelen büyük süpermarket zincirlerinin piyasadaki raf fiyatlarının ve/veya fiyat geçişlerinin koordinasyonunu sağlamaları ve piyasadaki *bozuk* fiyatları *düzeltilmeleri* yönünde tedarikçi firmalara uyguladıkları baskıya; piyasadaki geçiş yapılamaması ve/veya *bozuk* fiyatların *düzeltilmemesi* halinde bir cezalandırma stratejisi olarak yalnızca satış/raf fiyatı ile sınırlı kalmayıp alış fiyatlarını da aşağı çekebildiklerine dair ifadeler yer almaktadır.

### **TESPİT 25 Kapsamında Yapılan Savunmalar ve Değerlendirme**

- **BİM'in**; TESPİT 25 kapsamında değerlendirilen belgenin, BİM için özel gramajda üretilen exclusive bir ürüne ilişkin, maliyet artışlarından kaynaklı olarak fiyat geçişi veya gramaj değişimi gerçekleştirilmesine yönelik bir karar süreciyle ilgili olduğu, ürünün gramajında değişiklik yapılacağından satınalma komitesi kararına ihtiyaç duyulduğunu yansıttığı, satınalma komitesine bilgilendirme yapılırken BİM bünyesinde yapılan saha çalışmalarından elde edilen öngörü ve tahminlerin bir projeksiyonunun sunulduğu, ilgili fiyatların bir piyasa öngörüsü olmasının dışında başkaca bir nitelik arz etmediği, tespit kapsamında yer verilen tabloda BİM'in fiyatlarına ilişkin bir bilgi bulunmadığı, tedarikçinin rakibe ilettiği fiyat geçişinin alış fiyatlarına ilişkin olduğu, "BİM'E CEVAP" başlığının esasında BİM'in fiyatlama politikasına karşı rakiplerce alınması planlanan bir aksiyona ilişkin olduğu, bamy fiyatına ilişkin elde edilen fiyat bilgisinin kamuya açık bir bilgi olduğu, ihlale konu bir diyaloga dâhil olunmadığı, **MİGROS'un**; rakiplerinin rekabete hassas nitelikte bilgilerine sahip olmadığı, ileri sürülen bilgi paylaşımlarında kendisi adına yer verilen bilgilerin doğru olmadığı, yine kendisi adına yer verilen bilgilerin herhangi bir şekilde MİGROS bünyesinden giden bilgiler olmadığı, **CARREFOURSA'nın**; teşebbüsün herhangi bir teşebbüsle ortak ihlal amacının ortaya koyulamayacağı, UNILEVER'in en büyük müşterisi olan ve ciddi bir alıcı gücü bulunan BİM'i memnun etme ve BİM'e rekabetçi avantaj sağlama çabasının gözlemlendiği, UNILEVER tarafından CARREFOURSA'ya gönderilen 04.05.2020 tarihli ürün listesinde 5,5 kg'lık Omo ürünlerinin alış fiyatının 35,15 TL, tavsiye raf fiyatının ise 43,90 TL olduğu, ürün alış fiyatı üzerinden %5'lik bir marj ile satılsa dahi raf fiyatının 40,05 TL olduğu ve ilgili belgenin BİM'in maliyet avantajını ortaya koyduğu savunması.

(608) TESPİT 24 gibi, TESPİT 25 kapsamında sunulan bilgi ve belgeler de belirli teşebbüsler bakımından doğrudan ihlal isnadına dayanak gösterilmiş değildir. Bununla birlikte bu tespit kapsamında yer alan bilgi ve belgelerden, süpermarket zincirleri tarafından ortak tedarikçilerinden rakiplerinin geleceğe dönük fiyatları, fiyat geçiş tarihleri, indirim ve aktivite kampanyaları, maliyetleri, stokları gibi rekabete hassas bilgilerinin teminine dönük faaliyetlerde bulunduğu görülmektedir. Bu çerçevede söz konusu faaliyetlerle pazarın suni olarak şeffaflaştırılmak suretiyle rekabetin en temel dinamiklerinden olan pazardaki stratejik belirsizliğin ortadan kaldırılmasının amaçlandığı değerlendirilmektedir.

(609) Nitekim diğer tespitlerdeki bilgi, belge ve deliller de dikkate alındığında, HTM sektöründe gerek toptan gerekse perakende seviyede etkin ve sağlıklı bir rekabet ortamının tesisi için bu tür faaliyetlerden kati suretle kaçınılması gerektiği değerlendirmesi doğrultusunda; soruşturma tarafı tüm tedarikçiler ve perakendecilerin gerek kendi pazarlarındaki rakiplerine, gerekse de dikey ilişkide bulunan tarafların birbirlerinin rakiplerine ilişkin rekabete hassas bilgilerin değişimine dair bu kararda yer verilen tespitler ile Kılavuz'da yer alan açıklamaları göz önünde bulundurarak hareket etmeleri gerektiği yönünde soruşturma taraflarına görüş yazısı gönderilmesinin uygun olacağı kanaatine ulaşılmıştır.

### **TESPİT 26 Kapsamında Yapılan Savunmalar ve Değerlendirme**

- **BİM'in**; rakip fiyatlarının takip edilmesinin ve bu fiyatların karşılaştırılmasının ticari hayatın ve rekabet ortamının doğası gereği son derece normal olduğu, bu durumun herhangi bir rekabet hukuku ihlalini gündeme getirmemesi gerektiği, ilgili tespit kapsamında BİM'in dâhil olduğu belgelerin hiçbirinde "endeks

**bozan” firmalara müdahale edilmesine yönelik bir ifadenin mevcut olmadığı, MİGROS’un; ilgili tespit kapsamında “fiyatlara itiraz” olarak e-postalarda yer alan ifadelerin, gerek bağımsız araştırma şirketleri gerekse de MİGROS mağaza çalışanları tarafından rakip mağazalardaki raf fiyatlarına ilişkin yapılan ve pazar araştırması neticesinde MİGROS’a sunulan fiyatların şirket içinde değerlendirilmesinin ardından pazardaki en rekabetçi ve optimum fiyatın belirlenmesi için ilgili pazar araştırması kapsamında sunulan verinin hatalı olmadığını kontrol etmek üzere pazarlama birimine sağlanan şirket içi bir itiraz mekanizması niteliğinde olduğu, CARREFOURSA’nın; sahadan elde edilen rakip ürünlere ilişkin fiyat bilgisinin kendi raf fiyatlarının belirlenmesinde kullanıldığı, ilgili belgede de CARREFOURSA’nın rakipleriyle uyum içinde ihlal amacı güttüğünü gösteren bir ifade ya da beyanın bulunmadığı, dolayısıyla bahse konu delilin tek başına ya da farklı delillerle bir arada rekabete aykırı bir anlaşmaya işaret etmesinin mümkün olmadığı savunması.**

- (610) TESPİT 26 kapsamında yer verilen belgelerden soruşturma tarafı teşebbüslerin birbirlerinin raf fiyatlarını büyük ölçüde günlük olarak kontrol ettikleri ve oldukça fazla sayıda ürün için sık aralıklarla hazırlanan endeks tabloları yoluyla bu fiyatları karşılaştırdıkları belirtilmiş ve soruşturma kapsamında yapılan bütün inceleme ve tespitlerde elde edilen bulgularla birlikte değerlendirildiğinde, söz konusu endeks tabloları aracılığıyla teşebbüslerin “endeks bozan” rakipleri belirleyerek bunlara karşı tedarikçilerin müdahalesini talep etmek, fiyatın *düzeleceği* tarihlere ilişkin bilgi almak ya da fiyatlar düzeline kadar “fiyat/endeks bozmak” suretiyle aksiyon aldıkları kanaatine yer verilmiştir. Bir başka deyişle, soruşturma tarafı teşebbüsler arasında rekabet karşıtı doğrudan ya da dolaylı temaslar yoluyla sağlanan koordinasyonun sürekliliğinin bahsi geçen endeks tabloları ile de takip edildiğine işaret edilmiştir.
- (611) Bununla birlikte, kuşkusuz teşebbüslerin bu soruşturma kapsamında ortaya konulan türden ihlallerden ve böylelikle rekabetçi davranışların koordinasyonu amaç veya etkisine sahip doğrudan ya da dolaylı her türlü temastan kaçınmaları kaydıyla, rakiplerinin fiyatlarını kamuya açık kaynaklardan temin ve takip etmeleri ve bu fiyatlara göre pozisyon almaları makul ve meşru bir piyasa davranışı olarak değerlendirilecektir.

#### **I.4.1.4. SAVOLA ve P&G’nin Savunmaları ve Değerlendirilmesi**

##### **I.4.1.4.1. SAVOLA’nın Savunması ve Değerlendirilmesi**

- HTM sektörünün ve yağ kategorisinin kendine has yapısının göz ardı edildiği, HTM sektörünün bir bütün olarak değerlendirilmesi yerine her bir ilgili pazar/kategori özelinde ayrı analiz yapılması gerektiği, sadece ilgili teşebbüslerin faaliyet gösterdiği kategorilerde yalnızca pazar payı verilerinin kullanıldığı, yağ sektörüne ve dinamiklerine ilişkin herhangi bir değerlendirme sunulmadığı, SAVOLA’nın HTM sektörünün geri kalanından farklı olarak doğrudan hammaddeye bağlı bir emtia piyasasında faaliyet gösterdiği, bu piyasanın en önemli özelliğinin stok süresinin kısıtlılığı olduğu, fiyatın önemli ölçüde hammaddenin fiyatına göre şekillendiği, hammadde arzının iklim gibi belirsiz dış etkenlere bağlı olduğu, farklı ihtiyaçları karşılayan çok farklı hammaddelerden üretilen ve tamamen farklı üretim ve tedarik zincirinden geçen ürünlerin tek bir HTM şemsiyesi altında toplanmaya çalışıldığı, perakendeciliği tek bir şemsiye altında toplamaya çalışarak her bir ürün pazarının kendine has tedarik, fiyatlandırma ve müşteri dinamiklerinin göz ardı edildiği savunması.

(612) Gerek Kurulun gerekse Komisyonun [mahkemelerin yerleşik içtihadı ile de kabul gören] uygulamasında ortaya konulduğu üzere, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin<sup>174</sup> uygulanması bakımından ilgili pazar tanımının yapılması her dosyada zorunlu değildir. Mevcut dosya kapsamında olduğu gibi, başta karteller olmak üzere pazar tanımından bağımsız olarak teşebbüsler arasında rekabete aykırı amaca sahip olduğu açık olan ihlaller bakımından yürütülen soruşturmalarda ilgili pazarın tanımlanmasına ilişkin bir yükümlülük yahut zorunluluk bulunmamaktadır.<sup>175</sup> Bu çerçevede, dosya kapsamında elde edilen bulgular ile bunlara ilişkin değerlendirmeler doğrultusunda ulaşılan sonuca herhangi bir etkisi olmayacağından, ilgili pazar tanımı yapılmasına gerek görülmemiştir. Zira dosya kapsamındaki belgelerin teşebbüsler arasındaki koordineli davranışı açık bir şekilde gösterdiği mütalaa edilmektedir. Üstelik 4054 sayılı Kanun ve ikincil mevzuat kapsamında ağır ve açık ihlal niteliğindeki teşebbüs davranışları amaç yönünden rekabet ihlali teşkil ettiğinden, ihlalin varlığı bakımından ayrıca pazarda bir etkinin oluşup oluşmadığının değerlendirilmesine gerek olmadığı dikkate alındığında, ayçiçek yağı ve zeytinyağına ilişkin pazar yapısının irdelenmesi ihlal sonucunu değiştirmeyecektir.

**- Sıvıyağ pazarının yüksek hane penetrasyonu olan, fiyat hassasiyeti yüksek, marka bağımlılığı ve pazara giriş engelleri düşük, fragmente bir pazar olduğu, perakendecilerin hem kendi yüksek penetrasyonları hem de sahip oldukları özel market markalarının güçlü pazar payları ile kategorinin önemli ve güçlü oyuncuları konumunda olduğu, bu vesileyle tedarikçiler üzerinde tüm maliyetlendirme/fiyatlandırma koşullarından bağımsız şekilde düzenli olarak ürün tedarik etme baskısı yaratıldığı, SAVOLA'nın beş markete (A101, BİM, ŞOK, CARREFOUR, MİGROS) yaptığı satışların toplam satışları içerisindeki payının giderek arttığı, mağaza sayısı her geçen gün artan ilgili satış kanalında yer almanın sağlayıcı için önemli ve zor bir hal aldığı savunması.**

(613) Söz konusu savunma, SAVOLA'nın perakendeciler ile birlikte koordineli bir şekilde hareket ederek SAVOLA'nın sıvı yağlarının fiyatlarının artırılmasına yönelik bir ihlal içinde olduğu değerlendirmesini değiştirmemekle birlikte, indirim marketleri ve zincir marketlerin alıcı gücü SAVOLA'ya uygulanan idari para cezası oranının belirlenmesinde hafifletici bir unsur olarak dikkate alınmıştır.

**- Herhangi bir indirim marketinin bir şirketin bilanço ve karlılık tablolarını önemli ölçüde etkileyecek alım gücüne sahip olabileceği, indirim marketleri ve ulusal zincir marketlerin pazar güçlerini alım gücü olarak tedarikçilerine karşı kullanabileceği, SAVOLA'nın indirim marketlerinin ve ulusal zincir marketlerin kendi fiyatlandırma politikaları nedeniyle birçok kez perakendeciler tarafından düzenlenen fark faturalarına maruz kaldığı, zincir marketlerin satın alacakları ürünlerin alım fiyatlarına ilişkin SAVOLA'nın yayımladığı liste fiyatı ne olursa olsun diğer marketlerin daha uygun fiyatlarla nihai tüketicilere sattıklarını tespit ettiğinde, satış fiyatlarını diğer marketlerin satış fiyatları ile aynı seviyeye veya altına düşürme eğiliminde olduğu, marketlerin kendi kar marjlarını kısmadan raf fiyatında yaptıkları indirim miktarı kadar SAVOLA'ya fatura farkı düzenlediği savunması.**

(614) Hızlı Tüketim Malları Perakendeciliği Sektör İncelemesi Ön Raporunda da ortaya konulduğu üzere, indirim marketler ile birlikte zincir marketler önemli derecede alıcı gücüne sahiptirler. Ancak bu durum SAVOLA'nın söz konusu marketler arasında

<sup>174</sup> Ve böylelikle Avrupa Birliğinin İşleyişine Dair Anlaşma'nın 101(1). maddesinin

<sup>175</sup> Case AT.39574 — Smart Card Chips, para 214.



geleceğe dönük fiyatlara ve fiyat geçiş tarihlerine ilişkin dolaylı bilgi paylaşımına aracılık etmesini meşru hale getirmemektedir. Kaldı ki SAVOLA'nın, birçok belgede ortaya konulduğu üzere, perakendeciler arasındaki koordinasyona aracılık etmenin yanında, bazı perakendecilerin satış fiyatlarına doğrudan müdahalede bulunduğu ve söz konusu perakendecilerin yeniden satış fiyatlarını tespit ettiği görülmektedir. Bununla birlikte, indirim marketleri ve ulusal zincir marketlerin alıcı gücü SAVOLA'ya uygulanan idari para cezası oranının belirlenmesinde hafifletici bir unsur olarak dikkate alınmıştır.

**- Sıvıyağın ham yağ maliyetlerine bağlı, karlılık oranlarının düşük olduğu bir emtia piyasası olduğu, ticaretin doğası gereği maliyet artışlarının liste fiyatlarına hızlıca yansıtılmasının elzem olduğu, sıvı yağ kategorisinde yer alan ürünlerin iklim koşulları, global salgın krizi, arz piyasalarda öngörülemez dinamiklerin etkisinde kaldığı, bu durumun ürünün üretim maliyetinde değişikliklere sebep olduğu, maliyetin %75'inden fazlasını ham yağ giderlerinin oluşturduğu, liste fiyatlarının meydana gelen değişimden doğrudan etkilendiği, global emtia piyasalarındaki fiyatlamalar ve kur değişimlerinin de maliyetlerde belirleyici rol oynadığı, salgın koşulları ve yaşanan devalüasyon etkisi ile ham yağ fiyatlarının yukarı yönlü seyrettiği, ambalaj maliyeti ve finansman giderlerindeki artışların toplam maliyeti etkilediği, diğer HTM kategorilerinden farklı olarak sıvı yağ kategorisindeki üretici teşebbüslerin -SAVOLA da dahil olmak üzere- genelde düşük karlılık oranları ile faaliyet gösterdiği, 2017'den bu yana SAVOLA'nın yurt içi satışlarından elde ettiği net kârının sürekli olarak azaldığı savunması.**

(615) Münferiden SAVOLA'nın kendi liste fiyatlarını artırması bakımından herhangi bir ihlal iddiasında bulunulmamaktadır. Ticari hayatın olağan akışı içerisinde tedarikçi teşebbüslerin maliyet artışlarından kaynaklı olarak liste fiyatlarını artırılabileceği hususunda herhangi bir tereddüt bulunmamaktadır. Ancak özellikle TESPİT 1 altında yer verilen belgelerde açıkça görüldüğü üzere, SAVOLA'nın sıvıyağ ürünlerine ilişkin olarak perakendeciler arasında SAVOLA aracılığıyla fiyatların ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlandığı, yine SAVOLA aracılığıyla geleceğe dönük fiyatlar, fiyat geçiş tarihleri, dönemsel aktiviteler ve kampanyalar gibi rekabete hassas bilgilerin paylaşıldığı anlaşılmaktadır.

**- Topla-dağıt bilgi değişiminin varlığının kabul edilmesi için sağlayıcı A'nın ortak perakendeci X'e rakip sağlayıcı B'nin pazar davranışlarını etkilemek niyetiyle geleceğe dönük fiyatlama bilgilerini aktarması, perakendeci X'in bu fiyatlama bilgilerini B'ye aktarması, B'nin de rakip firma A'ya ait olduğuna inandığı (kesin kanaat getirdiği) bu bilgileri kullanarak kendi fiyatlama politikasını belirlemesine yönelik bu üç kriteri tamamlaması, bilinçli ve ortak bir şekilde ortak niyetin benimsenmesi gerektiği savunması.**

(616) Dosya kapsamında çok sayıda olan ve bazı örneklerine aşağıda da yer verilen yazışmalardan, perakendecilerin bilinçli bir şekilde aralarındaki koordinasyonu sağlaması için SAVOLA'yı bir aracı gibi kullandıkları, SAVOLA'nın da perakendeciler arası bilgi akışını sağladığı ve nihayetinde fiyat geçişi neticesinde tüm tarafların fiyat artışından menfaat sağladığı anlaşılmaktadır. Söz gelimi elde edilen yazışmalarda:

- 10.08.2018 tarihinde;  
*"[MIGROS]-Migros (.....): Guzel abi piyasa yükselirse sorun yok:)  
Bu arada raf fiyatları salı gunu itibariyle yükselecek  
Ptesi organize olup herkesin salı gunune geçmesi gerekiyor"*
- 13.02.2019 tarihinde,

“[A101]-A101 (.....): Şok halledilmeden bi işlem yapamayız (...)

1.25 teki durum şu

Şok cumaya kadar fiyatı yukarı atarsa rafı bozmuyoruz

Yukarı attığında 14,25 fiyatıyla 2\*1,25 aksiyon yapacağız”

- 16.01.2020 tarihinde,  
“[MİGROS]- (.....) Migros: (.....) günaydın  
Cuma gününe organize oluyoruz biz fiyat geçişinde sen a101 ve diğer tarafları organize eder misin ?  
Cuma rafa yansıyacak  
[SAVOLA]- (.....): Günaydın tammadır”
- 16.03.2020 tarihinde;  
“[SAVOLA]- (.....): Günaydın bugün yeni tavsiye raf fiyatlanm sisteme tanımladınız değil mi ? C4 tanımladı aynı gün diye sorun olmasın teyit etmek istedim . (.....) Bey bugün için tanımlanacak demişti piyasayı ona göre organize ediyoruz  
[MİGROS]- (.....) Migros: (.....) selam ok bizde sıkıntı yok fiyatlar yarına güncel Bizim için a101 önemli orayıda organize etmeniz gerekiyor  
[SAVOLA]- (.....): Tamamdır onlarda Cumartesiye organize ediyoruz ikinci fiyat geçişi için  
5 lt pet tanımlandı mı fiyat güncellenmesi gereken birşey varsa destek olayım hemen  
[MİGROS]- (.....) Migros: 5 l pet tanımlandı fiyatı güncellenecek haftaya ptesı sipariş gelir”
- 06.04.2020 tarihinde;  
“[CARREFOURSA]- (.....) Carrefour: Bizde yükselttik senin söyleğin fiyatlara geçmiştik  
Onlar geçneyine bizde geri çektik  
Geçiriseniz bizde geöeriz”
- 08.02.2021 tarihinde;  
“[SAVOLA 1]- (.....): Abi migrostan dönüş varmı A101 soruyor (...)  
[SAVOLA 2]- (.....): Konuştum Çarşamba sabah kesin”

ifadelerine yer verildiği görülmektedir.

- SAVOLA'nın fiyat geçişlerinden menfaat sağladığı iddiasının pazara dair oldukça yüzeysel bir çıkarım olduğu, bu durumun yağ pazarındaki dinamiklerin göz ardı edilmesinin sonucu olarak değerlendirilebileceği, SAVOLA'nın yeni liste fiyatlarını bahsi geçen perakendecilerde uygulamaya koyamaması ve perakendecilerin kestikleri fark faturalarını karşılamak zorunda bırakılması sebebiyle indirim market ve zincir marketlerin bulunduğu kanallarda zarar ettiği, SAVOLA'nın bu kanallar ve perakendeciler ile bilinçli olarak belli bir menfaat doğrultusunda belli organizasyonların içerisine girmiş olması halinde daha fazla kar elde etmesinin bekleneceği, bu durumun söz konusu olmadığı, özellikle bu kanallarda vadesi geçen ödemeler, kar farkı faturaları, ciro kaybı faturaları ve fiyat fark faturaları ile karşı karşıya kalındığı, topla-dağıt karteli iddialarına konu olan beş perakendeciye (A101, BİM, CARREFOURSA, MİGROS ve ŞOK) yaptığı satışlardan zarar ettiği, kartel iddiası olmayan perakendecilere yaptığı

**satışlardan ise kâr ettiği, bu durumun dahi ihlale karışması için herhangi bir menfaatinin bulunmadığını gösterdiği, böylesi bir kartel iddiasının anlamlı ve hayatın doğal akışına uygun olmadığı savunması.**

(617) SAVOLA aracılığıyla fiyat geçişine ilişkin her girişimin başarıya ulaştığı iddiasında bulunulmadığı gibi, açıkça rekabeti kısıtlama amacı taşıyan bir anlaşma veya uyumlu eylem hakkında ihlal sonucuna ulaşmak bakımından her durumda zararlı sonucun doğduğunun gösterilmesi gibi bir zorunluluk da söz konusu değildir. Kaldı ki SAVOLA tarafından bu yönde oldukça fazla girişimde/temasta bulunulduğu ve SAVOLA aracılığıyla başarıyla sonuçlanan perakende raf fiyatı geçişlerinin olduğu görülmektedir. Söz konusu temasların olmaması durumunda tarafın iddia ettiği doğrultuda daha fazla zarar edebilecek olan SAVOLA, başarıya ulaşan fiyat geçişleri ile birlikte olası zararlarını asgari seviyeye indirmiş olabilecektir. Bunun da göreceli olarak SAVOLA'nın söz konusu işbirliğinden menfaat sağladığını gösterdiği değerlendirilmektedir. Son tahlilde SAVOLA'nın anılan perakendecilere yaptığı satışlar üzerinden ortalamada zarar ediyor olması fiyat geçişlerinde rekabet karşıtı amaca sahip koordineli hareketin varlığını ya da bu hareketin hukuka aykırılığını ortadan kaldırmamaktadır.

(618) Öte yandan SAVOLA'da yapılan yerinde incelemede elde edilen "NADISC. *Takip Konular 04.12.2020*" isimli sunum dosyasında yer alan "... *Piyasa raf fiyatlarımızı tüm kanallarda yukarı çekerek çok yakın fiyatlara oturtmamız gerekiyor.*" ifadesinin de SAVOLA'nın bu yöndeki motivasyonunu göstermesi açısından önemli olduğu değerlendirilmektedir.

**- Pazardaki rekabet dinamikleri çerçevesinde perakendecilerin baskısının, SAVOLA'nın liste fiyatlarının uygulanmasını sağlama çabası ve amacının, yeniden satış fiyatlarının herhangi bir şekilde tavsiyenin ötesine geçemediğini gösterdiği, pazar gücü veya portföy gücü olarak SAVOLA'nın perakendecilerin fiyatlarına müdahale etme imkanı olmadığı, raf fiyatlarına ilişkin yazışmaların aslında liste fiyatının uygulanmasına dair bir pazarlık usulü olduğu, geleceğe dönük fiyatların alıcıların ve satıcının dâhil olduğu bir karteli amaçlamaktan ziyade SAVOLA açısından liste fiyatlarının uygulanmasının amaçladığının dikkate alınması gerektiği savunması.**

(619) 24.01.2017 tarihli yazışma, 11.05.2018 tarihli yazışma, tarihli yazışma, 14.11.2018 tarihli yazışma, 27.01.2019 tarihli yazışma, 01.03.2019 tarihli yazışma, 15.10.2019 tarihli yazışma, 01.09.2020 tarihli yazışma, 21.12.2020 tarihli yazışma, 15.01.2021 tarihli yazışma ve 18.01.2021 tarihli yazışmadan görüldüğü üzere SAVOLA, belgelerde adı geçen perakendecilerin satış fiyatlarına doğrudan müdahalede bulunmuş ve söz konusu perakendecilerin fiyatlarını tespit etmiştir. Dolayısıyla pazar gücü veya portföy gücü olarak SAVOLA'nın perakendecilerin fiyatlarına müdahale etme imkanı olmadığı ve raf fiyatlarına ilişkin yazışmaların aslında liste fiyatının uygulanmasına dair bir pazarlık usulü olduğu savunmasına katılmak mümkün olmamıştır. SAVOLA'nın perakendeciler arasındaki geleceğe dönük fiyatların değişimine aracılık ettiği, liste ve/veya raf fiyatlarının uygulanmasının amaçlandığı konusunda bir tereddüt bulunmamaktadır. Oysa söz konusu uygulamaya yönelik karar alma süreçlerinde perakende satış noktalarının müstakilen kendi özgür iradeleri ile bu kararı vermeleri gerekmektedir. Ancak yerinde incelemede elde edilen belgelerde görüldüğü üzere, liste ve/veya raf fiyatlarının geçişlerinde rekabetin getirdiği risklerden kaçınmak üzere birlikte/topluca hareket edildiği ve perakendecilerin koordineli hareketinde SAVOLA'nın aracılık ederek gerekli iletişimi ve koordinasyonu sağladığı; yine birçok

belgede de geçtiği üzere “*piyasayı organize ettiği*” anlaşılmaktadır. Bununla birlikte perakendecilerin alıcı güçleri SAVOLA'ya uygulanan her iki idari para cezası oranın belirlenmesinde hafifletici unsur olarak dikkate alınmıştır.

(620) Bunun yanında, Danıştay 13. Dairesinin 2016/4902 E., 2019/4247 K. sayılı kararında rakipler arasında geleceğe ilişkin fiyat veya buna ilişkin stratejik bilgi paylaşımlarında, rekabeti ihlâl etme amacının ayrıca irdelenmeye ihtiyaç göstermeyecek şekilde ortada olduğu, teşebbüsler arası bilgi paylaşımlarının, piyasada bir etkisinin olmadığı ileri sürülebilirse de, belirtilen rekabete hassas bilgi paylaşımının, teşebbüslerin gelecekte piyasada alacakları kararlarda etkili olacağına aksi ispatlanmadıkça kabul edilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Dolayısıyla SAVOLA'nın rakip perakendeciler arasında aracılık ettiği geleceğe dönük bilgi paylaşımıyla rekabetin amaç bakımından ihlal edildiği mahkeme içtihadına göre de açıkken, teşebbüslerin koordineli bir şekilde hareket ederek ve böylelikle kendi bağımsız davranışlarının dışına çıkarak fiyatları yükselttikleri ortaya konulmuştur.

**- BİM hariç tüm perakendecilerin tüm ürünlerinin fiyatları çevrimiçi satış kanallarında bulunduğundan perakendecilerin rahatlıkla birbirlerinin anlık fiyat, kampanya değişim ve güncellemelerini takip edebildiği, bu çevrimiçi platformların sadece anlık fiyatlar haricinde gelecek haftalardaki fiyat geçişlerini de içerebildiği, söz konusu verilere bu derece kolaylıkla erişilebilen şeffaf bir piyasada SAVOLA'nın varlığı olsa da olmasa da fiyat paralelliğinin oluşabileceğinin dikkate alınması gerektiği, bilgi değişiminin doğrudan bir sonucu olarak fiyatların rekabetçi seviyeden farklı bir seviyede oluşup oluşmadığına dair herhangi bir değerlendirme/kanıtın bulunmadığı, SAVOLA'nın liste fiyatlarının uygulamaya geçirilmesi için yaptığı pazarlık yazışmalarının rekabet hukukuna aykırı bir bilgi değişimine sebebiyet verdiği iddiasının Kurulun neredeyse aynı dinamiklerle değerlendirdiği içtihatlarına ters düştüğü, SAVOLA ürünlerinin raf fiyatının artmasının firmaya fayda sağlamadığı, bunun aksine ürün fiyatları arttıkça SAVOLA'nın pazar payının azaldığı, SAVOLA'nın fiyat artışından kaynaklı olarak bir fayda elde etmeyeceği savunması.**

(621) Piyasanın oldukça şeffaf olması perakendecilerin tedarikçiler aracılığıyla geleceğe yönelik fiyat bilgilerini paylaşmasını meşru kılmamaktadır. Kaldı ki tedarikçi aracılığıyla paylaşılan bilgilerin açık kaynaklardan elde edilebilecek bilgilerin çok ötesine geçtiği görülmektedir. Zira yukarıda örneklerine yer verilen yazışmalardan görüldüğü üzere paylaşılan bilgilerin önemli bir bölümü geleceğe dönük bilgilerdir. Dolayısıyla herhangi bir teşebbüsün kampanya insertleri dışında rakip perakendecilere ilişkin geleceğe dönük satış ve raf fiyatı bilgilerini açık kaynaklardan öğrenmesi mümkün değildir. Öte yandan çevrimiçi satış kanallarında yer alan geleceğe dönük satış fiyatı bilgileri de sadece kampanyalı/indirimli ürünlere ilişkin olup marketlerde satılan tüm ürünlerin raf fiyatlarını kapsamamaktadır.

(622) Rakip teşebbüsler arasında geleceğe dönük satış fiyatı bilgisi paylaşımıyla rekabetin amaç bakımından ihlal edilmiş olacağına açık olması yanında, teşebbüslerin koordineli bir şekilde hareket ederek ve böylelikle kendi bağımsız davranışlarının dışına çıkarak fiyatları yükselttikleri ortaya konulmuştur. Dosya kapsamında elde edilen belgelerdeki yazışmaların bilgi paylaşımına taraf tüm teşebbüslerin bilgisi dâhilinde gerçekleştiğinden hareketle dosya özelinde yapılan değerlendirmeler ve ulaşılan sonuç, farklı durumların ele alındığı geçmiş tarihli Kurul kararlarından farklılık arz edebilecektir.

(623) Her ne kadar SAVOLA ürünlerinin raf fiyatının artmasının firmaya fayda sağlamadığı, bunun aksine ürün fiyatları arttıkça SAVOLA'nın pazar payının azaldığı belirtilse de 16.03.2017 tarihli yazışma, 01.12.2018 tarihli yazışma ve 21.02.2019 tarihli yazışmalardan görüldüğü üzere SAVOLA tarafından, perakende raf fiyatlarının yakından takip edildiği ve fiyatları istenen düzeyde olmayan perakendecilerin raf fiyatlarının yukarı çekildiği; yine "NADISC. Takip Konular 04.12.2020" isimli sunum dosyasında yer alan "... Piyasa raf fiyatlarımızı tüm kanallarda yukarı çekerek çok yakın fiyatlara oturtmamız gerekiyor." ifadesinden de, savunmada öne sürülenin aksine bu durumun teşebbüs tarafından özellikle hedeflendiği anlaşılmaktadır.

- Perakendecilerin, diğer perakendecilerin raf fiyatlarından yola çıkarak SAVOLA'nın yeni liste fiyatını kabul etmediği, açıklanan yeni liste fiyatlarıyla önce diğer perakendecilerin alım yapmasını beklediği, SAVOLA kendi liste fiyatında artış yapmak istediğinde bu artışın her bir perakendecinin kendi ticari kararı neticesinde raf fiyatına yansımadağı, perakendecilerin listeden çıkarma, fark faturası kesme gibi tehditleri ile karşı karşıya kalan SAVOLA'nın alım sözleşmelerine uymaya (liste fiyatı geçişi) bile perakendecileri yönlendiremediği, perakendecilerin kendi kar marjlarını/kategori karlılıklarını ve raf fiyatlarını tamamen kendileri belirlediği, perakendecilerin birbirlerinin fiyatlarını yakından takip etmesi ve fiyatların birbiri ile uyumlu olması durumunun SAVOLA'nın faaliyet göstermediği pazarlarda da söz konusu olduğu, fiyat üzerinde SAVOLA'nın tek başına bir etkisi olduğu iddiasının SAVOLA'nın pazar ve portföy gücü dikkate alındığında gerçekçi olmadığı, fiyat paralelliğinin herhangi bir takip ya da koordinasyon çabasından değil pazarın oldukça şeffaf olan yapısından kaynaklandığı savunması.

(624) Belgelerde görüldüğü üzere, bazı durumlarda, perakendecileri (A101, BİM, CARREFOURSA, MİGROS ve ŞOK) tek tek alış ve/veya raf fiyatı geçişine yönlendiremeyen SAVOLA'nın, perakendecilerin toplu olarak fiyat geçişine aracılık ettiği anlaşılmaktadır. Perakendecilerin SAVOLA'nın faaliyet göstermediği pazarlarda da birbirlerinin fiyatlarını yakından takip etmeleri ve fiyatlarının birbirleriyle uyumlu olması, SAVOLA'nın soruşturma kapsamındaki sorumluluğunu ortadan kaldırmamaktadır.

(625) Topla-dağıt bilgi değişimine yönelik olarak fiyat üzerinde SAVOLA'nın tek başına bir etkisi olduğu iddiasında bulunulmamıştır. Bununla birlikte kararın yeniden satış fiyatının tespitine yönelik bölümündeki belgelerde görüldüğü üzere SAVOLA'nın pek çok kez fiyatlara doğrudan müdahalede bulunduğu anlaşılmaktadır.

(626) Yerinde incelemede elde edilen belgeler, teşebbüslerin aralarında geleceğe dönük fiyat ve satış bilgilerini paylaştığını, koordineli bir şekilde piyasayı organize ettiklerini göstermektedir. Dolayısıyla fiyat paralelliğini salt pazarın şeffaflığına dayandırmak herhangi bir iletişim delilinin bulunmadığı kimi durumlarda makul karşılanabilecekken teşebbüsler arasında sarahaten bu denli stratejik bilgilerin paylaşılması, söz konusu argümanı dayanaksız kılmaktadır.

(627) İhlal iddiasına konu eylemlerin etkisine veya herhangi bir etkisinin olup olmadığına dair analiz yapılmadığı, iddia edilen ihlal neticesinde gerçekleşmesi muhtemel zararın ağırlığının yokluğunun içtihadı aykırı olarak değerlendirilmediği, geçmiş Kurul kararlarının bazılarında ihlalin pazardaki etkisinin düşük olduğu ya da olmadığı analizi yapıldığı, bu kararlarda teşebbüslerin 4054 Sayılı Kanun'un 9/3. maddesi kapsamında uyarıldığı, SAVOLA'nın önemsiz pazar gücünün, perakendecilerin yüksek alıcı gücünün,

**HTM sektörünün şeffaflığının değerlendirmeye alınmadığı, beş perakendecide SAVOLA ürünlerine yönelik herhangi bir fiyat hareketinin toplam pazarın çok küçük bir kısmını etkilediği, rekabetin kısıtlanması amacı olduğu varsayımında dahi SAVOLA'nın pazar payının ve pazar gücünün düşük olduğu, bu durum göz önüne alınarak SAVOLA için 4054 sayılı Kanun'un 9/3. maddesinin işletilmesi ve durumun nasıl çözüleceğine ilişkin SAVOLA'ya görüş yazısı gönderilmesinin içtihadı uygun olacağı savunması.**

- (628) 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmalar veya uyumlu eylemlerin yasaklandığı hükme bağlanmıştır. Bununla birlikte açık ve ağır ihlal niteliğindeki fiyat tespitinin amacı yönünden rekabeti ihlal ettiğinde herhangi bir tereddüt bulunmamaktadır. Dolayısıyla amacı bakımından rekabet ihlali teşkil eden soruşturma konusu davranışların ayrıca etkisinin gösterilmesi ihlalin varlığının ortaya konulması açısından zorunlu değildir. Zira amacı bakımından rekabeti kısıtlayıcı olan bir anlaşmanın/uyumlu eylemin ne ölçüde uygulandığından ya da etki doğurduğundan bağımsız olarak 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında rekabet ihlali teşkil edeceği açıktır.
- (629) Kurulun 4054 sayılı Kanun'un ihlal edilmiş olabileceği şüphesi taşıdığı kimi dosyalarda Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca görüş göndermeyi tercih ettiği kararları bulunmakla birlikte, bu kararlar soruşturma açılmasına gerek olup olmadığının değerlendirildiği önaraştırma süreçlerinin sonunda, usul ekonomisi kaygıları güdülerek bazı koşulların varlığı halinde alınan kararlardır. Nitelikleri gereği bu kararlarda Kanun'un ihlal edilip edilmediği değil; soruşturma açılmasına gerek olup olmadığı konusunda bir sonuca ulaşılmakta ve Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası çerçevesinde görüş gönderilmiş olması Kanun'un ihlal edildiği (tersi de geçerli olmak üzere) anlamına gelmemektedir. 4054 sayılı Kanun'un ihlal edilip edilmediğinin tespitine yönelik olarak yürütülen soruşturma sürecinin sonunda ise (taahhüt mekanizmasının kullanılmadığı varsayımı altında) soruşturma konusu uygulamalarla Kanun'un ihlal edilip edilmediğine yönelik nihai bir kararın alınması gerekmektedir. 4054 sayılı Kanun'u ihlal etmiş olduğu tespit edilen teşebbüslere hangi durumlarda idari para cezası uygulanmayabileceği (pişmanlık nedeniyle idari para cezasından tam muafiyet gibi) ise ayrıca düzenlenmiş olup, Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası bu amaçla kullanılabilir bir mekanizma değildir.

**- SAVOLA'nın işbirliği içinde olduğu iddia edilen perakendecilerden tek bir zincir marketin payının dahi *Duru Bulgur* kararında marketlerin alıcı gücü için kabul edilen pazar payından çok daha yüksek olduğu, *Duru Bulgur* kararının da benzer şekilde HTM perakendeciliği sektörünü ilgilendirdiği, SAVOLA'ya isnat edilen ihlallere ilişkin sunulan belgelerin benzerlerinin değerlendirilmiş olmasına rağmen *Duru Bulgur* kararında Kurulun soruşturma açılmamasına karar verdiği savunması.**

- (630) Kurulun 08.03.2018 tarih ve 18-07/112-59 sayılı *Duru Bulgur* kararı Ankara 13. İdare Mahkemesinin 2020/315 E., 2020/1569 K. sayılı kararıyla iptal edilmiştir. Karara karşı yapılan istinaf başvurusu ise Ankara Bölge İdare Mahkemesi 8. İdari Dava Dairesinin 2021/222 E., 2021/580 K. sayılı kararı ile reddedilmiş olup davanın temyiz süreci devam etmektedir. Bununla birlikte İdari Yargılama Usulü Kanunu'nun *Kararların sonuçları* başlıklı 28. maddesinde yer alan Danıştay, bölge idare mahkemeleri, idare ve vergi mahkemelerinin esasa ve yürütmenin durdurulmasına ilişkin kararlarının icaplarına göre idarenin gecikmeksizin işlem tesis etmeye veya eylemde bulunmaya



mecbur olduğu, bu sürenin hiçbir şekilde kararın idareye tebliğinden başlayarak otuz günü geçemeyeceği hükmü uyarınca Duru Bulgur hakkında soruşturma açılmış olup söz konusu dosya devam etmektedir.

- (631) Dolayısıyla hem halihazırda iptal edilmiş olması, hem de soruşturma sürecinden farklı hukuki amaç ve nitelikleri olan önaraştırma sürecinin sonunda alınan bir karar olarak Duru Bulgur'un 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettiği ya da etmediği yönünde herhangi bir sonuç içermemesi, sadece teşebbüs hakkında soruşturma açılmaması sonucunu içermesi nedeniyle, 08.03.2018 tarih ve 18-07/112-59 sayılı *Duru Bulgur* kararı, SAVOLA'nın soruşturma konusu davranışları bakımından emsal oluşturmamaktadır.

**- SAVOLA'nın perakendecilere karşı yaptırım gücünün, portföy ya da pazar gücünün bulunmadığı, perakendecilere raf fiyatlarının SAVOLA'nın önerdiği fiyatların altına düşmemesini sağlamaya yönelik olarak baskı yapmadığı, bu kapsamda herhangi bir ceza/ödül mekanizmasının bulunmadığı, yaptırım uygulanmadığı, SAVOLA'nın kendi marjını korumak üzere bir liste fiyatı belirlediği, önerdiği tavsiye raf fiyatını perakendecilerle paylaştığı, SAVOLA'nın önerdiği tavsiye raf fiyatı ile aynı, düşük veya yüksek fiyattan ürün satmanın perakendecilerin inisiyatifinde olduğu, bu tercihlerin önüne geçecek bir sistem kurulmadığı, yeniden satış fiyatının belirlenmesi iddiasına ilişkin bir etki analizi yapılmadığı savunması.**

- (632) 16.03.2017 tarihli yazışma ve 21.02.2019 tarihli yazışmalardan görüldüğü üzere SAVOLA tarafından, perakende raf fiyatlarının yakından takip edildiği ve fiyatları istenen düzeyde olmayan perakendecilerin raf fiyatlarının yukarı çekildiği anlaşılmaktadır. Bununla birlikte SAVOLA'nın perakendecilerin satış fiyatlarına doğrudan müdahalede bulunduğu ve söz konusu perakendecilerin fiyatlarını tespit ettiği çok sayıda belge bulunmaktadır. Örneğin 01.09.2020 tarihinde SAVOLA çalışanı (.....) tarafından MOPAŞ çalışanı (.....) gönderilen e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

"(...)

*Özetle; Stoklar çok değerli ve beraber kayıp yaşamamak adına, önceden paylaştığımız tavsiye<sup>176</sup> raf fiyatlarından ilerlemenin şu dönemde çok anlamlı ve değerli olacağını öngörüyorum.*

*Sendeki fiyatlar 13,90 ve 24,90 – 48,90*

*Tavsiye Çalışılan 17,25 – 27,90 – 55,90 (Cuma)*

..."

- (633) Söz konusu e-postaya cevaben MOPAŞ çalışanı (.....) tarafından SAVOLA çalışanı (.....) gönderilen e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

"(.....) müdür

*Merhaba;*

*Fiyatların böyle dengesiz olan bir ortamda, zaten yükselecek olan fiyatlara niye müdahale edipte panik havası veriyorsunuz anlamakta güçlük çekiyorum.*

*Bırakın piyasa kendi halinde hareket etsin*

- (634) Öte yandan, SAVOLA bünyesinde farklı ticaret kanallarına bakan yöneticiler arasında gerçekleştirilen 21.12.2020 tarihli yazışmada yer alan ilgili e-postaların ve yazışmaların silinmesine dönük uyarının, SAVOLA tarafından bilinçli bir şekilde hareket edildiğini gösterdiği değerlendirilmektedir.

<sup>176</sup> "Tavsiye" ifadesinin kastedildiği değerlendirilmektedir.

(635) 2021/2 sayılı Tebliğ ile 2021/3 sayılı Tebliğ uyarınca ağır ve açık ihlal olarak nitelendirilen yeniden satış fiyatı tespitinin amacı yönünden rekabet ihlali teşkil ettiği kabul edildiğinden, ihlalin varlığının ortaya konması için etki analizi yapma zorunluluğu bulunmamaktadır. Nitekim Kurulun son dönemki *Anadolu Elektronik*<sup>177</sup>, *Tüketici Elektronik*<sup>178</sup>, *Sony*<sup>179</sup>, *Turkcell*<sup>180</sup> ve *Akaryakıt*<sup>181</sup> kararlarında da yeniden satış fiyatının belirlenmesinin amaç yönünden rekabeti kısıtladığı yönünde değerlendirme yapıldığı görülmektedir. Diğer yandan perakendecilerin alıcı gücü karşısında SAVOLA'nın yeniden satış fiyatının tespitine yönelik uygulamalarının rekabet üzerindeki olumsuz etkisinin sınırlanmış olabileceği hususu, teşebbüse verilecek idari para cezasının takdirinde hafifletici bir unsur olarak dikkate alınmıştır.

**- SAVOLA'nın perakendecilerle tek taraflı olarak raf fiyatlarına ilişkin yaptığı yazışmaların liste fiyatının uygulanması için yapılan pazarlıklar kapsamında yazışmalar olduğu, SAVOLA'nın kendi raf fiyatlarını belirlemenin yanında alıcı gücü sebebiyle kendi liste fiyatında dahi söz hakkı bulunmadığı, yeni liste fiyatları kabul edilmese dahi ticari ilişkilerin devamı, alıcı gücü ve hane tüketim payı yüksek olan özellikle beş perakendecinin raflarında yerini koruyabilmek için iskonto ve fark faturası taleplerinin kabul edilmek zorunda kalındığı savunması.**

(636) SAVOLA'nın beş büyük perakendecinin yanı sıra ÇAĞDAŞ, YUNUS, MOPAŞ ve GROSERİ gibi yerel perakende zincirlerinin de fiyatlarına müdahalede bulunduğu görülmektedir. Bununla birlikte yazışmaların içeriğine bakıldığında pazarlık sürecinin söz konusu olmasından ziyade doğrudan fiyatlara müdahale edildiği ve fiyatların düzeltildiği anlaşılmaktadır.

**- 26.02.2019 tarihinde A101 tarafından SAVOLA'ya gönderilen yazışmadan da görüleceği üzere perakendecilerin kendi zararlarını SAVOLA'ya fatura etmek yönünde tehditte bulunduğu, SAVOLA'nın söz konusu fiyatlar üzerinden tedarikin mümkün olmadığını belirttiği, aynı yazışmada SAVOLA ve perakendeci arasında tartışılan fiyatın raf fiyatı değil SAVOLA'nın teklif ettiği liste fiyatı olduğu, perakendecilerin çoğunlukla tedarikçilerin açıklamış olduğu liste fiyatlarının aslında uygulamaya geçmemiş olduğu, kâğıt üstünde kaldığının görüldüğü savunması.**

(637) Yukarıda da belirtildiği üzere, Hızlı Tüketim Malları Perakendeciliği Sektör İncelemesi Ön Raporunda da ortaya konulduğu haliyle indirim marketler ile birlikte zincir marketlerin önemli derecede alıcı gücüne sahip olduğu bilinmektedir. Yerinde incelemede elde edilen belgelerden söz konusu alıcı gücüyle, görece zarar edilen bazı durumlarda fark faturaları kesilerek zararın tedarikçiye yükletildiği anlaşılmaktadır. Ancak bu durum SAVOLA'nın söz konusu marketler arasında bilgi paylaşımına aracılık etmesini meşru hale getirmemektedir. Öte yandan yazışmada geçen fiyatların raf fiyatı olduğu anlaşılmaktadır. Zira söz konusu fiyatların alış fiyatı olması durumunda yazışmada geçen A101'in ancak rakip perakendecilerin alış fiyatlarını ya da marjlarını bilmesi durumunda bozuk fiyat tespitinde bulunabileceği, dolayısıyla yazışmada geçen fiyatların raf fiyatları olduğu değerlendirilmektedir. Öte yandan A101, BİM, ŞOK, CARREFOURSA ve MİGROS'un alıcı gücü ve oluşturdukları baskı SAVOLA'ya verilen idari para cezasının takdirinde hafifletici bir unsur olarak dikkate alınmıştır.

<sup>177</sup> 23.06.2011 tarihli ve 11-39/838-262 sayılı Kurul kararı.

<sup>178</sup> 07.11.2016 tarih ve 16-37/628-279 sayılı Kurul kararı.

<sup>179</sup> 22.11.2018 tarih ve 18-44/703-345 sayılı Kurul kararı.

<sup>180</sup> 10.01.2019 tarih ve 19-03/23-10 sayılı Kurul kararı.

<sup>181</sup> 12.03.2020 tarih ve 20-14/192-98 sayılı Kurul kararı.

- SAVOLA'nın perakendecilerine sunduğu liste fiyatına zam yaparak, ürünün fiyatını güncellemesinin "fiyat geçişi" olarak adlandırıldığı, bu tür fiyat geçişlerinde perakendecilerin yeni liste fiyatını uygulayabilmesi için zamana ihtiyacı olduğu, SAVOLA'nın tavsiye raf fiyatını da güncelleyerek perakendeciye göndermesinin ve perakendecinin alımlarında yeni liste fiyatının uygulanmasını talep etmesinin "fiyat geçişi" olarak adlandırıldığı, dosyadan görülebileceği üzere birçok kez perakendecilerin SAVOLA'nın tavsiye raf fiyatlarını uygulamadığı, kendi raf fiyatlarını tavsiyeden farklı şekilde belirlediği, tedarikçinin kendi ürünlerinin raf fiyatlarını gözlemlemesinin tek başına ilgili teşebbüsün perakendecilerin yeniden satış fiyatlarına müdahale ettiğini göstermediği savunması.

(638) Yazışmalarda geçen "fiyat geçişi" ifadesi ile raf fiyatlarının geçirilmesinin/yükseltilmesinin kastedildiği açıktır. Nitekim 07.09.2019 tarihinde "Strategy team" isimli Whatsapp grubunda SAVOLA çalışanı (.....) "A101 (.....)" olarak kayıtlı A101 çalışanı ile yapmış olduğu Whatsapp görüşmesine ait ekran görüntüsü paylaşımında (.....) "Günaydın Müdürüm. Migros raf fiyatı 5lt tnk 44.95TL oldu fiyat geçişi için sizi bekliyoruz..." ifadesini kullanmıştır. Söz konusu yazışma uyarınca "fiyat geçişi"nden raf fiyatı geçişinin kastedildiği açıkça görülebilmektedir.

(639) SAVOLA'nın aracılık ettiği her fiyat geçişinin başarıya ulaştığına dair bir iddiada bulunulmamıştır. Ancak başarıyla sonuçlanan fiyat geçişi girişimlerinin olduğu açık bir şekilde görülmektedir. Söz gelimi perakendecilerin tavsiye raf fiyatlarını uyguladığına ilişkin 16.04.2020 tarihinde "Strategy team" isimli Whatsapp grubunda SAVOLA çalışanı (.....) "(.....) Migros" olarak kayıtlı MİGROS çalışanı ile yapmış olduğu Whatsapp görüşmesine ait ekran görüntüsü paylaşımında;

"(.....): Günaydın bugün yeni tavsiye raf fiyatlanm sisteme tanımladınız değil mi ? C4 tanımladı aynı gün diye sorun olmasın teyit etmek istedim . (.....) Bey bugün için tanımlanacak demişti piyasayı ona göre organize ediyoruz

(.....) Migros: (.....) selam ok bizde sıkıntı yok fiyatlar yarına güncel Bizim için a101 önemli orayıda organize etmeniz gerekiyor

(.....): Tamamdır onlarda Cumartesiye organize ediyoruz ikinci fiyat geçişi için 5 lt pet tanımlandı mı fiyat güncellenmesi gereken birşey varsa destek olayım hemen

(.....) Migros: 5 l pet tanımlandı fiyatı güncellenecek haftaya ptesı sipariş gelir"

ifadeleri dikkat çekmektedir. Söz konusu ifadelerden hem perakendecilerin tavsiye raf fiyatlarına uyumu hem de fiyat geçişinden raf fiyatlarının kastedildiği açıkça görülmektedir.

(640) Belgeler uyarınca SAVOLA'nın piyasadaki raf fiyatlarının uygulanmasını sadece izleyerek takip etmediği, fiyatlara müdahalede bulunduğu ve fiyatları düzelttiği tespit edilmektedir. Nitekim bu durum 16.03.2017 tarihli yazışma, 01.12.2018 tarihli yazışma ve 21.02.2019 tarihli yazışmalarda görülebilmektedir.

- SAVOLA tarafından 01.07.2019 tarihinde CARREFOUR'a gönderilen "RE: Savloa17 Haziran Tavsiye Raf Satış Fiyatları Hk" konulu e-posta ile başlayan yazışma silsilesi bütün olarak dikkate alındığında SAVOLA'nın kendi maliyetlerini karşılayabilecek liste fiyatına geçebilmek için ciddi bir mücadele verdiği, yeni liste fiyatına geçtiğinde dahi fark faturası ile karşı karşıya kalabildiği, perakendecinin tavsiye edilen satış fiyatını uygulayacağını beyan etmesinin SAVOLA için perakendecinin yeni liste fiyatından alım yapmayı kabul

**etmesi dışında başka bir anlama gelmediği, SAVOLA'nın 2020 yılı fiyat artışlarının doğrudan maliyet artışıyla ilişkili olduğu savunması.**

- (641) İlgili e-posta silsilesine bakıldığında yazışma içerisinde yalnızca tavsiye raf fiyatlarına yer verildiği, bununla birlikte her ne kadar e-posta içeriğinde artan yarı mamul maliyetleri nedeniyle yeni raf fiyatlarının tavsiye edildiği belirtilse de yazışmanın herhangi bir yerinde alış fiyatına yönelik bir betimlemenin yapılmadığı görülmektedir. Öte yandan yerinde incelemede elde edilen belgelerin geneline bakıldığında maliyet artışları veya sair sebeplerle liste fiyatı artışlarını perakendecilere dolayısıyla raflara geçirtmek isteyen SAVOLA'nın bunu müstakilen tek bir perakendeci üzerinde uygulayamadığı durumlarda tüm perakendecilerin aralarında bilgi paylaşarak fiyatlarını topluca geçirtme yoluna gittiği görülmektedir. Hemen hemen piyasanın doğal işleyişi noktasına gelen söz konusu uygulamaların alış fiyatı geçişinde başarıya ulaşamayan tedarikçiler açısından herhangi bir meşru zemin oluşturamayacağı mütalaa edilmektedir. Zira anılan uygulamalarla teşebbüslerin fiyat oluşum sürecinde kendi bağımsız iradeleri ortadan kalkmakta ve ortak bir anlayış etrafında söz konusu ürünlerin raf fiyatları oluşmaktadır. Bu durum ise 4054 sayılı Kanun'un ihlali anlamına gelmektedir. Dosya kapsamında tedarikçilerin liste fiyatlarına, yani perakendecilerin alış fiyatlarına yönelik herhangi bir değerlendirmede bulunulmamış olup kaynağından bağımsız ve koordineli bir şekilde teşebbüsler arası bilgi paylaşımı sonrası raf fiyatlarının belirlenip belirlenmediği tespit edilmeye çalışılmıştır.

**- HTM Sektör Raporu'ndan faydalandığı söylene de alıcı gücü ve alıcı gücünün iktisadi analizinin göz ardı edildiği, perakendecilerin alıcı gücünün ayrıntılı bir analizine yer verilmediği, bunun da değerlendirmede bir eksiklik oluşturduğu, perakendecilerin alıcı güçlerini kullanarak SAVOLA üzerinde baskı kurduğu, SAVOLA'nın alıcı gücüne karşı koyabilme kabiliyetinin bulunmadığı, perakendecilerin SAVOLA'dan ürün almadan da satışlarını devam ettirme gücüne sahip olduğu savunması.**

- (642) Alıcı gücünün varlığı SAVOLA'nın rekabet ihlali teşkil eden davranışlarının rekabet ihlali olma vasfını değiştirmese de, başta soruşturmaya taraf beş büyük perakendeci olmak üzere perakendecilerin alıcı gücü teşebbüse verilen idari para cezasının takdirinde hafifletici bir unsur olarak dikkate alınmıştır.

**- SAVOLA'ya aynı fiilden dolayı hem topla-dağıt karteli hem yeniden satış fiyatının belirlenmesi iddialarına dayanarak ayrı ayrı idari para ceza verilmesinin ne bis in idem ilkesi ile bağdaşmadığı, hem yeniden satış fiyatının belirlenmesi hem de topla-dağıt karteli için kullanılan beş delilin aynı olduğu, yeniden satış fiyatının belirlenmesi ve topla-dağıt karteli ihlallerine konu eylemlerin birbirinin aynısı olduğu, SAVOLA'nın ilgili davranışının kronolojik olarak aynı zaman diliminde ve aynı pazarda meydana geldiği dikkate alınarak ne bis in idem ilkesinin uygulanması gerektiği, SAVOLA'nın topla-dağıt karteli ve yeniden satış fiyatının belirlenmesi ihlalleri gerekçe gösterilerek tekrarlı olarak cezalandırılmaması gerektiğinin Kurulun ve Danıştayın içtihadında açıkça görüldüğü, ne bis in idem ilkesinin mevcut dosyada uygulanmasının Ceza Yönetmeliği ve Kurumun içtihadı ile uyumlu olduğu, SAVOLA'nın perakendecilerle fiyatlara ilişkin iletişim ve eylemlerinin birden fazla bağımsız "davranış" teşkil etmediği savunması.**

- (643) SAVOLA hakkında iki ayrı ihlal isnadının ve böylelikle iki ayrı idari para cezası uygulanmasının temel gerekçesi, söz konusu ihlal isnadına esas teşkil eden davranışların niteliğindeki ve özündeki esaslı ayrımdır. Nitekim SAVOLA bir yandan

kendi ürünleri bakımından beş büyük perakendeci arasında alt pazarda raf fiyatları ve fiyat geçişleri konusunda danışıklılığı/koordinasyonun sağlanması ve bu danışıklılığın sürdürülmesi, yine bu çerçevede perakendecilerin geleceğe dönük fiyatları ve fiyat geçiş tarihleri gibi rekabete hassas bilgilerin paylaşımına aracılık etmek suretiyle topla-dağıt karteli niteliğindeki özü bakımından yatay bir fiyat anlaşmasına iştirak etmiş; diğer yandan ise bu tür bir danışıklılığa taraf olduğu yönünde herhangi bir bulgu bulunmayan ÇAĞDAŞ, YUNUS, ONUR, MOPAŞ ve GROSERİ gibi yerel perakende zincirlerinin dikey düzlemde yeniden satış fiyatının tespitine dönük doğrudan müdahalelerde bulunmuştur. Hatta zaman zaman büyük perakende zincirlerinin fiyatlarına müstakil olarak müdahaleye dönük girişimlerde bulunduğu da gözlemlenmiştir.

- (644) Öte yandan genel olarak farklı ihlal isnadları bakımından farklı yönleriyle delil teşkil edebilecek bir belgenin ispat vasıtası olarak ortak kullanımının önünde bir engel olmadığı değerlendirilse de, dosya kapsamında SAVOLA'ya isnad edilen her bir ihlalin farklı delillerle ispatlanması yoluna gidilmiştir.
- (645) Bu noktada SAVOLA'nın birbirinden özü itibarıyla (yatay-dikey) bağımsız nitelikteki söz konusu iki ayrı ihlalinin, yürüyen tek bir soruşturma kapsamında tespit edilmesinin, teşebbüs hakkında bu iki ayrı ihlalden dolayı ayrı ayrı idari para cezası uygulanmasına engel de teşkil etmeyeceği vurgulanmalıdır. Bu bakımdan savunmada yer verilen, SAVOLA hakkında soruşturma kapsamında tespit edilen iki ayrı ihlalden bahisle yine iki ayrı idari yaptırım kararı alınmasının *ne bis in idem* ilkesi ile çelişeceği yönündeki iddiaya iştirak etme imkânı bulunmamıştır.

#### 1.4.1.4.2. P&G'nin Savunması ve Değerlendirilmesi

- Toplamda üç belgeye dayandırılarak ileri sürülen iddiaların gerçeği yansıtmadığı, söz konusu belgelerin pazar gerçekleri ile çeliştiği ve anılan belgelerin P&G tarafından iştirak edilen topla-dağıt ihlalini veya başka bir ihlali göstermediği, değerlendirmelerden perakendecilerin kendi aralarında doğrudan temas yoluyla kartel oluşturdukları ve bu kartelin P&G aleyhine dayanak gösterilen söz konusu belgelerin tarihlerinden önce ve sonra da aktif olduğunun anlaşıldığı, kartelin bisküviden deterjana kadar oldukça geniş bir ürün portföyünü kapsadığı, perakendeciler arasında hâlihazırda doğrudan bir temas bulunuyorken P&G aracılığı ile dolaylı bilgi paylaşımı gerçekleştirmelerinin mantıksız olduğu, ayrıca P&G aleyhine kullanılan belgelerin topla-dağıt kartelinin olmazsa olmaz beş şartını sağlamadığı, belgelerin ispat standardını karşılamadığı savunması.

- P&G aleyhine ileri sürülen 10.04.2020 tarihli A101 iç yazışmasında hiçbir şekilde raf fiyatlarından bahsedilmediği, belgede geçen “öncelik” kelimesinin ise aslında (.....) P&G'nin hiçbir indirim marketine ayrımcılık yapmadığı, söz konusu belgenin TESPİT 9'a konu belgeler ile benzer nitelikler taşımadığı savunması.

- P&G çalışanları arasında geçen 16.07.2020 tarihli belgede P&G tarafından perakendeciler arasında fiyat geçişlerine aracılık edildiğini gösteren hiçbir ibarenin bulunmadığı, belgenin lafzında dahi BİM'in gelecekteki fiyat bilgilerini P&G'ye iletmediği, P&G'nin de böyle bir bilgiyi MİGROS'a iletmediği, belgede (.....) tarafından ifade edilen “*valla dostum konuşamadık bilmiyorum*” ibaresinden de anlaşılacağı üzere aslında P&G çalışanı (.....)'un BİM'den herhangi bir bilgi almadan MİGROS'a BİM'in fiyat geçeceğini belirttiği, bu durumun ise P&G ile MİGROS arasında geçen ikili bir görüşmeyi yansıttığı, (.....) tarafından verilen bu bilginin aslında MİGROS'u başından savmak ve üzerinde kurulan baskıdan kurtulmak amacıyla verildiği, konuşma içeriğinde (.....)

tarafından argo kelimeler ile ifade edilen durumun da aslında perakendecilerin tedarikçiler üzerinde kurduğu baskının önemli bir göstergesi olduğu, TESPİT 24 kapsamında perakendeciler tarafından tedarikçilere uygulanan baskılara ayrıca yer verildiği, söz konusu konuşma içeriğinden bir suçlama yapılacaksa perakendeciler tarafından sürekli baskıya maruz kalan tedarikçilerin değil perakendecilerin suçlanması gerektiği, belgenin perakendeciden gelmiş bir bilgi olmadığı için P&G'nin fiyat bilgisi değişimine aracılık etmediğini kanıtlandığı, ayrıca belgede MİGROS'a verilen bilginin P&G çalışanının BİM'in raf fiyatlarının artacağına yönelik pazar tahminini içeren kişisel görüşünü yansıttığı, konuşma tarihinden bir gün önce A101 ve ŞOK'un raf fiyatlarını geçmiş olmasının ve fiyat geçişinde uygulanan fiyat korumasının konuşma tarihinden yaklaşık 15 gün önce bitmiş olması sebebiyle yükselen maliyetlerin BİM'in raf fiyatlarına eninde sonunda yansıtacağına bu görüşün oluşmasında etkili olduğu, belgede yanlış yorumlanan bir diğer hususun ise MİGROS'un fiyat değişikliği yapmak istemiyor olmasına rağmen P&G tarafından ikna edildiği iddiası olduğu, pazarın iki büyük oyuncusu olan A101 ve ŞOK'un konuşma tarihinden bir gün önce fiyat geçişi yapmış oldukları, bu bağlamda söz konusu konuşmada (.....) tarafından kullanılan "*migros bim gecmeyecekse vs ayak yapıyor*" ifadesinin pazarın lider oyuncusu olan BİM'in de raf fiyat değişikliğini yapıp yapmayacağına yönelik tedarikçinin perakendecisi (MİGROS) ile yapmış olduğu ikili fikir teatisini kastettiği, konuşma tarihinden önce A101 ve ŞOK'un fiyat geçişi yapmış olması sebebiyle MİGROS'un da fiyatlarını aynı seviyeye çekmesinin hayatın olağan akışı içerisinde makul olduğu, bu durumun P&G ile bir bağlantısının olmadığı savunması.

- İddialara konu belgelerden 20.10.2020 tarihli A101 iç yazışmasının aslında A101 çalışanları arasında geçen bir tartışma olduğu, bu tartışma içinde A101 icra kurulu üyesinin yanlış fiyatlandırma dolayısı ile kategori müdürüne kızmakta olduğu, kategori müdürünün ise hatasını tedarikçiye yüklemek istediği, A101 kategori müdürünün P&G ile olan diyaloglarını yanlış anlaması sebebiyle kendi fiyatlandırma kararını hatalı anlayışa dayandığı, dolayısıyla A101 icra kurulu üyesi tarafından azarlandığı, A101 ile P&G arasında geçen herhangi bir konuşma olmadığı ve bu durumun başka herhangi bir belge ile desteklenmediği, belgenin konusunu oluşturan fiyat geçişleri incelendiğinde aslında MİGROS'un *Fairy* ürünlerinde 14.10.2020 tarihinde, CARREFOURSA'nın 15.10.2020 tarihinde fiyat geçişi yaptığı, A101 ve ŞOK'un ise onları 19.10.2020 tarihinde takip ettiği ancak 18.10.2020 tarihinde fiyatını yeniden eski seviyesine düşüren MİGROS'u fark etmedikleri, *Ariel 1.5 Kg* ürününde ise MİGROS'un 14.10.2020 tarihinde CARREFOURSA'nın 16.10.2020 tarihinde fiyat geçişi yaptıkları A101 ve ŞOK'un onları 19.10.2020 tarihinde takip ettiği ancak benzer şekilde 16.10.2020 tarihinde eski fiyatına dönen MİGROS'u fark etmediklerinin tahmin edildiği, fiyat geçişlerine yönelik A101 çalışanı tarafından yapılan bu yanlış değerlendirmeden P&G'nin sorumlu tutulamayacağı, belgede geçen "*Migrosu nasıl geçirememişler?*" ifadesinin aslında topla-dağıt kartelinin var olmadığını gösterdiği, bu ifadenin aslında A101 ile MİGROS arasında fiyat konusunda herhangi bir fikir birliği olmadığını ve P&G'nin de MİGROS ile ilgili hiçbir şeyin uyumlaştırılmasına aracılık etmediğini gösterdiği, belgede geçen "*Dün de sorduk sorun yok dediler şimdi ulaşamıyoruz diyorlar*" ifadesinin güvenilirliği ve inanılabilirliği hakkında şüphe bulunduğu savunması.



(646) Danıştay 13 Dairesinin 2015/3353 E. ve 2019/4244 K. sayılı kararında, başka bir teşebbüste elde edilen veya rakip tarafından oluşturulan bir belgenin diğer teşebbüsler aleyhine delil olarak kullanılıp kullanılmayacağı hususunda mahkeme, uzlaşmaya ilişkin delillerin kartele taraf olan teşebbüslerin her birinde yapılan incelemelerde elde edilmesine gerek olmadığı, rakiplerden birinde bu tür bir belgenin tespit edilmesinin yeterli olduğu, bununla birlikte kartellerin gizliliği sebebiyle her teşebbüste delil bulunmasının beklenemeyeceği, aksi durumun delilleri yok etmede en başarılı olan teşebbüslerin ödüllendirilmesine yol açacağı değerlendirilmesinde bulunmuştur.

**- Soruşturma Raporunda P&G aleyhine A101, BİM ve MİGROS dışında başka bir perakendeci ile topla-dağıt karteli iddiasına yer verilmemişken sonuç kısmında ilk olarak A101, BİM, CARREFOURSA, MİGROS ve ŞOK arasında olduğu iddia edilen kartele değinildiği devamında ise “SAVOLA ve P&G’nin de kendi ürünleri bakımından söz konusu perakendeciler ile...” ihlalde bulunduğu iddiasına yer verildiği, savunma haklarını olumsuz yönde etkileyen bu durumun açıklığa kavuşturulması gerektiği savunması.**

**- Tedarikçiler arasındaki bilgi değişimine yönelik yapılan değerlendirmelere ilişkin olarak, P&G’nin, perakendecilerden, rakiplerinin gelecekteki eylem ve planları hakkında herhangi bir veri elde etmediği, müşterilerden elde edilen tüm verilerin yalnızca geçmiş satış verilerini içerdiği, bu bilgileri toplamamın amacının ise rekabet gücünü artırmak olduğu savunması.**

(647) Soruşturma kapsamında elde edilen tüm bilgi, belge ve tespitler doğrultusunda, olası rekabet ihlallerinin önüne geçilmesi amacıyla, pazarı ve faaliyet alanı fark etmeksizin bilgi değişimine taraf olan ya da aracılık eden tüm tedarikçiler ile perakendecilerin gerek kendi pazarlarındaki rakiplerine, gerekse de dikey ilişkide bulunan tarafların birbirlerinin rakiplerine ilişkin rekabete hassas bilgilerin değişimine dair bu kararda yer verilen tespitler ile Kılavuz’da yer alan açıklamaları göz önünde bulundurarak hareket etmeleri gerektiği yönünde soruşturma taraflarına görüş yazısı gönderilmesinin uygun olduğu değerlendirilmiştir.

**- P&G tarafından perakendecilere ilişkin tüm değerlendirmeleri ve kanıtları görmek için talepte bulunulduğu ancak çok sınırlı bir erişimin sağlandığı, topla-dağıt kartelinin diğer tarafında olan perakendecilerin beyanlarına erişim izni verilmemesi sebebiyle kartelin muhteviyatının tam ve eksiksiz anlaşılmadığı, dolayısıyla savunma haklarının kısıtlandığı, P&G hakkında ceza takdir edilmesi durumunda incelemeye yardımcı olunması gibi hafifletici unsurların dikkate alınması gerektiği savunması.**

(648) Dosyaya giriş hakkının kullanılması kapsamında P&G tarafından, kendisi ile ilgili olsun ya da olmasın Soruşturma Raporunda kullanılan hemen hemen tüm belgeler ile Soruşturma Raporunda kullanılmayan belgeler, Soruşturma Raporunun tamamı ve soruşturma taraflarının cevabi yazıları talep edilmiştir. Söz konusu talebe ilişkin olarak Kurul;

- Soruşturma Raporunda doğrudan teşebbüs hakkındaki ihlal isnadına ya da teşebbüs ve muhtelif tedarikçiler arasındaki bilgi değişimine ilişkin değerlendirmelere esas teşkil eden bilgi ve belgelerin ticari sır, gizli bilgi ya da kişisel verilerden arındırılmak suretiyle fotokopi yolu ile çoğaltılmış nüshalarının teşebbüse verilmesine; ancak bahse konu yazışmaların ekinde yer alan Excel tabloları gibi dokümanların yüksek düzeyde ticari sır, gizli bilgi ya da kişisel veri içermeleri nedeniyle bu delillerin Kurum merkezinde herhangi bir elektronik veya mekanik kopyası alınmadan erişime açılmasına,

- TESPİT 9 ve söz konusu tespite dair değerlendirmeler ile bu tespit ve değerlendirmelere esas teşkil eden e-posta yazışmalarının ticari sır, gizli bilgi ya da kişisel verilerden arındırılmak suretiyle fotokopi yolu ile çoğaltılmış nüshalarının teşebbüse verilmesine,
- Teşebbüs hakkındaki ihlal isnadına esas teşkil etmemekle birlikte, teşebbüs ürünlerine ilişkin olarak soruşturma tarafı diğer teşebbüsler hakkında bulguların yer aldığı TESPİT 18'in ve bu tespite dair değerlendirmelerin ticari sır, gizli bilgi ya da kişisel verilerden arındırılmak suretiyle fotokopi yolu ile çoğaltılmış nüshalarının teşebbüse verilmesine,
- Bunların dışında kalan diğer erişim taleplerinin ise; erişim talep edilen söz konusu belgelerin Kurum bünyesinde teşebbüs hakkında düzenlenmiş ya da elde edilmiş evrak niteliği taşıyamaları yahut teşebbüs bakımından aklayıcı ya da suçlayıcı delil niteliği taşıyan yönlerinin bulunmaması veya söz konusu belgelerin diğer teşebbüs veya kişilere ilişkin yüksek düzeyde ticari sır ve diğer gizli bilgileri içermeleri nedeniyle reddine

karar vermiştir. Dolayısıyla tarafın savunma hakkının kısıtlandığına dair savunmasına katılmak mümkün olmamıştır.

**- P&G için ihlal isnadında bulunulan ürünlerin, fiyatları değiştirilen toplam 2.626 adet SKU'nun yalnızca ikisini oluşturduğu ve söz konusu ürünlerin P&G satışları içindeki payının Fairy 650 ml için %(.....), Fairy 33'lü tablet için %(.....) olduğu savunması.**

(649) Yukarıda P&G'nin savunmalarında ileri sürdüğü bazı hususlara cevap verilmiş olup, temel olarak 4054 sayılı Kanun'u ihlal etmediği savını içeren diğer savunmaları bakımından, teşebbüs hakkında elde edilen delillerin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiğini ispatlamakta yetersiz olduğu sonucuna ulaşıldığından, bunun ötesinde bir değerlendirme yapmaya gerek görülmemiştir.

#### **I.4.1.5. İdari Para Cezasına İlişkin Savunmalar Ve Değerlendirilmesi**

**- Soruşturma konusu davranışların topla-dağıt tipi kartele işaret etmediği, yeniden satış fiyatının belirlenmesi olarak sınıflandırabileceği ya da bilgi değişiminin söz konusu olabileceği, dolayısıyla cezanın diğer ihlaller başlığı altında belirlenmesi gerektiği, olası ihlal iddialarının yalnızca sınırlı sayıda ürünle ilişkili olduğu, ilgili ürünlerden elde edilen satış gelirinin toplam satış gelirlerinin küçük bir kısmını karşıladığı, bu durumun ceza tespiti yapılırken hafifletici unsur olarak göz önüne alınması gerektiği ya da bu ürün gruplarının cirosu üzerinden ceza hesaplaması yapılması gerektiği, olası ihlalin diğer teşebbüslerin zorlamasıyla işlenmiş olmasının ve soruşturma sürecinde gösterilen işbirliğine yönelik davranışların hafifletici unsur olarak kabul edilmesi gerektiği savunması.**

(650) Birçok tespitten görüldüğü üzere teşebbüslerin eylemleri, satışa sundukları pek çok ürünün perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt özelliği de sergileyen kartel niteliğindeki anlaşma veya uyumlu eylemlerdir. Dolayısıyla tespit edilen ihlallerin yeniden satış fiyatının belirlenmesi veya bilgi değişiminden bahisle diğer ihlaller başlığı altında belirlenmesi gerektiğine ilişkin savunmaya iştirak edilmemektedir.

(651) İhlal iddialarının yalnızca sınırlı sayıda ürünle ilişkili olduğu, ilgili ürünlerden elde edilen satış gelirinin toplam satış gelirlerinin küçük bir kısmını karşıladığı ve bu durumun hafifletici unsur olarak göz önüne alınması gerektiği savunması da dikkate alınarak,

ihlale konu ürünlerin ihlale taraf perakendecilerin cirolarının küçük bir bölümünü temsil etmesi Ceza Yönetmeliği'nin 7. maddesinin birinci fıkrası çerçevesinde hafifletici unsur olarak dikkate alınmıştır.

(652) Uygulanacak idari para cezasının, ihlale konu ürün gruplarının cirosu üzerinden hesaplanması gerektiği savunmasına ilişkin olarak, 4054 sayılı Kanun'da idari para cezasının gayri safi gelir üzerinden verileceği belirtildiğinden ve bu hususta ilgili ürün pazarından elde edilen gelir bakımından bir ayrıma gidilmediğinden bu savunmaya katılmak mümkün olmamıştır.

(653) İhlale tedarikçilerin baskısının sebep olduğu savunmasına katılmak da mümkün olmamıştır. Zira yukarıda daha önce de ifade edildiği üzere, dosya kapsamında 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettiği sonucuna ulaşılan perakendecilerin alıcı gücüne de sahip olduğu değerlendirilmektedir.

(654) Son olarak soruşturma sürecinde işbirliği gösterildiği hususu da hafifletici unsur olarak değerlendirilemeyecektir. Nitekim gerek yerinde incelemelerde gerekse dosya sürecinde teşebbüslerin yasal yükümlülüklerini yerine getirmenin ötesinde bir işbirliğinde bulunmadıkları değerlendirilmektedir.

**- Soruşturmanın kapsamının COVID-19 salgını sürecine ilişkin olduğu, dolayısıyla ülkemizde ilk COVID-19 vakasının görüldüğü 11.03.2020 tarihinden önceki bir döneme ait tespit ya da ihlal isnadının dosya kapsamı dışında kaldığı, bu sebeple A101 aleyhinde bir tespite dayanak teşkil eden ilk delilin 25.03.2020 ve son delilin ise 17.02.2021 tarihli olduğu, bu çerçevede ihlalin bir seneden çok beş seneden az sürdüğünden bahisle cezanın yarısı oranında artırılması görüşünün dayanaksız olduğu savunması.**

(655) Kurulun 31.03.2020 tarihli ve 20-17/242-M sayılı kararı ile Covid-19 salgını sürecinde, perakende gıda ve temizlik ürünleri ticareti ile iştigal eden zincir marketler ile bunların tedarikçileri konumunda olan üretici ve toptancı seviyesindeki teşebbüslerin fiyatlama davranışları ile 4054 sayılı Kanun'u ihlal edip etmediklerinin tespiti amacıyla önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. Bu kapsam dahilinde yürütülen önaraştırma neticesinde, incelemenin derinleştirilmesi maksadıyla dosya soruşturma aşamasına taşınmıştır.

(656) Nitekim Kurulun 07.05.2020 tarihli ve 20-23/298-M sayılı soruşturma kararında, mevcut soruşturmanın kapsamı ilgili teşebbüslerin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edip etmediklerinin tespiti şeklinde belirlenmiş olup herhangi bir süre sınırlaması öngörülmemiştir. Kaldı ki, Kabahatler Kanunu'nun "Soruşturma Zamanaşımı" başlıklı 20. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca, 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinde yer verilen nispi idari para cezasını gerektiren kabahatlerde soruşturma zamanaşımı süresi sekiz yıldır. Hal böyleyken, söz konusu savunmaya katılmak mümkün olmamaktadır.

**- BİM'i ilgilendiren bulgulardan yalnızca TESPİT 1'de yer alan bulgular kapsamında ilk belge ile son belgenin arasındaki sürenin bir yılı aştığının görüldüğü, bu tespit kapsamındaki bulguların ispat değerinin olmadığı, bu bulguların, ihlalin süresini bir bütün olarak ele almayı sağlayacak şekilde bir ardıllık ilişkisi oluşturmadığı, diğer bulguların hiçbirinde bir yılı aşan bir periyodun ortaya çıkmadığı, pek çok tespit bakımından gün ve hafta ölçeğinde periyodların gözlemlendiği, olası bir ihlalin süresinin bir yılı aşan bir periyod olarak ele alınamayacağı savunması.**

(657) Belgeler bir bütün halinde değerlendirildiğinde her bir yazışmanın teşebbüsler tarafından güdülen ortak amacın birer parçası olduğu anlaşılmaktadır. Daha önce de belirtildiği gibi özellikle karmaşık kartellerde ihlalin başlangıcı ile sona erdiği tarih arasındaki dönemin tamamına ilişkin birincil delillerin tespit edilmesi güç olduğundan, hakkında delil bulunamayan dönemlerde de ihlalin devam ettiğini kabul etmeye yetecek objektif ve tutarlı delillerin varlığı durumunda kartelin kesintisiz olarak devam ettiği varsayılmaktadır. Dolayısıyla elde edilen delillerin ispat gücü ve niteliğinin kartel süresi boyunca aynı düzeyde olması gerekmemektedir.

- **ŞOK tarafından dile getirilen, soruşturma kapsamında iddia edilen ihlalin başlangıcı olarak belirlenen 28.05.2018 tarihi ile ihlalin bitişi olarak kabul edilen 17.02.2021 tarihi arasındaki farklılığın ortaya konulmadığı, 28.05.2018 tarihli konuşmanın ise ŞOK ile bir ilgisinin bulunmadığı, ŞOK ile ilgili olduğu iddia edilen 14.08.2018 tarihli konuşmanın ise ŞOK'un bilgisi dışında gerçekleştirildiği, bu konuşmadan ŞOK'un haberdar olduğuna yönelik tek bir delilin bulunmadığı, SAVOLA ve P&G haricinde topla-dağıt karteli iddiası hakkında diğer tedarikçilerin soruşturmada itham edilmediği, bu sebeple ilgili belgeler bakımından ihlalin soruşturma bildiriminden sonra da devam ettiğini söylemenin mümkün olmadığı, dosya kapsamında bir ihlal bulunmadığından yalnızca 4054 sayılı Kanun'un 9/3. maddesi gereğince görüş gönderilmesi ve dosyanın sonlandırılmasının gerektiği savunması.**

(658) İhlalin ortaya konulması sürecinde, mevzuat ve içtihat uyarınca, soruşturma kapsamında elde edilen bilgi, belge ve delillerin değerlendirilmesinde bütüncül bir yaklaşım benimsenmiştir. Öte yandan Danıştay 13. Dairesinin 2015/3353 E. ve 2019/4244 K. sayılı kararında başka bir teşebbüste elde edilen veya rakip tarafından oluşturulan bir belgenin diğer teşebbüsler aleyhine delil olarak kullanılıp kullanılmayacağı hususunda mahkeme, uzlaşmaya ilişkin delillerin kartele taraf olan teşebbüslerin her birinde yapılan incelemelerde elde edilmesine gerek olmadığı, rakiplerden birinde bu tür bir belgenin tespit edilmesinin yeterli olduğu, bununla birlikte kartellerin gizliliği sebebiyle her teşebbüste delil bulunmasının beklenemeyeceği, aksi durumun delilleri yok etmede en başarılı olan teşebbüslerin ödüllendirilmesine yol açacağı değerlendirmesinde bulunmuştur.

(659) Daha önce belirtildiği üzere soruşturmanın tarafı olmayan çeşitli üretici/tedarikçi niteliğindeki teşebbüsler hakkında mevcut soruşturma kapsamında elde edilen bulgular doğrultusunda Kurulun 26.04.2021 tarihli ve 21-23/271-M sayılı kararı ile re'sen soruşturma açılmıştır.

(660) Soruşturma Bildiriminde soruşturmaya taraf teşebbüsler dosya kapsamında topla-dağıt karteline ilişkin de incelemelerin yapıldığına ve yapılacağına ilişkin bilgilendirilmişlerdir.

(661) Dosya kapsamında teşebbüslerin çok sayıda tüketiciyi doğrudan etkileyen, ağır ve açık ihlal niteliğinde olan ve satışa sundukları pek çok ürünün perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt özelliği de sergileyen kartel niteliğindeki anlaşma veya uyumlu eylemler yoluyla, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettikleri tespitinde bulunulmuştur. Diğer yandan bu ihlal tespitinin ardından, yukarıda 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrasının uygulanması gerektiği yönünde yapılan savunmaya cevaben açıklanan nedenlerle, 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrasının işletilmesi mümkün değildir.

- **Temel para cezası belirlenirken CARREFOUR'un pazar gücüne sahip olmaması, olası bir ihlalde gerçekleşmesi beklenen bir zararın bulunmaması, cezanın**

**CARREFOURSA'nın ekonomik mahvına sebep olabileceği, soruşturma konusu davranışların bir yıldan kısa sürmesi hususlarının göz önüne alınması ve cezanın alt sınırdan belirlenmesi gerektiği savunması.**

(662) Önde gelen perakende zincirlerinin, satışa sundukları pek çok ürünün perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt özelliği de sergileyen kartel niteliğindeki anlaşma veya uyumlu eylemler yoluyla 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiklerinin ortaya konulmuş olması karşısında, olası bir ihlalde beklenen bir zararın bulunmadığı yönündeki savunmanın kabulü mümkün değildir. Benzer şekilde söz konusu ihlalin bir yıldan uzun sürdüğü de kuşkuyla mahal olmayacak şekilde gösterilmiştir.

#### **I.4.2. Diğer Teşebbüslerin Savunmaları ve Değerlendirilmesi**

- **KATMER UN tarafından; rakipler ile fiyat paylaşımı, rekabeti kısıtlayıcı anlaşma ya da pazar stratejisi hakkında bilgi değişimi yapılmadığı, fiyat geçişi yapılacağı zaman yeni listenin aynı gün müşterilere iletildiği, yaklaşık bir ay boyunca eski fiyattan ürün sevkiyatı yapıldığı, daha sonrasında yeni fiyata geçildiği, GRATİS tarafından; faaliyet gösterilen harcialem kozmetik ve kişisel bakım ürünlerinin perakende satışı pazarının rekabetçi bir pazar yapısı sergilediği, ilgili pazara giriş engellerinin düşük olduğu, haklarında herhangi bir ihlale yönelik delil veya bulgu bulunmadığı, bir anlaşma veya uyumlu eyleme taraf olunmadığı,**

- **WATSONS tarafından; bir fiyat artışı niyetinde olunmadığı, tedarikçilerden gelen fiyat artışı taleplerine karşı çıkıldığı, WATSONS'ın rakipleri ile herhangi bir uzlaşma içerisinde olmadığı, rekabete aykırı bir eylemde bulunulmadığı,**

- **BEŞLER, BANVİT, METRO tarafından; 4054 sayılı Kanun'un ihlal edilmediği, rasyonel gerekçelerle ve bağımsız şekilde fiyatların belirlendiği, herhangi bir uzlaşmaya taraf olunmadığı,**

- **ECZACIBAŞI tarafından; ECZACIBAŞI ile YUNUS ve ÇAĞRI arasında yapılan yazışmaların içerdiği bilgi paylaşımının rekabet karşıtı amaca sahip olmadığı, paylaşımın süresi ve özellikle değiştirilen bilginin pazarı kapsama derecesi bakımından toplam pazarın oldukça sınırlı bir bölümünü kapsadığı, bu bilgi paylaşımı yoluyla 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlal edilmediği sonucuna ulaşılması gerektiği, ECZACIBAŞI'nın Kurul tarafından görüş gönderilmesine neden olacak bir davranışta bulunmadığı,**

- **HENKEL tarafından; yazışmaların ve nihayetinde yerel perakendeciler tarafından paylaşılan bilgilerin, gerek amaç gerekse etki itibarıyla herhangi bir şekilde pazardaki rekabet aleyhine kullanılmasının söz konusu olmadığı, değerlendirmelere konu bilgi değişimi neticesinde geleceğe dönük fiyat ve miktar gibi rekabete hassas bilgilerin değiştirildiğine dair bilgi, belge veya bulgu bulunmadığı ve incelemeye konu bilgi paylaşımlarının pazarda herhangi bir etki doğurmadığı,**

- **YUNUS tarafından; YUNUS'un faaliyet gösterdiği tüm bölgelerde fiyat, ürün çeşitliliği, hizmet, raf düzeni ve kalite gibi perakende pazarının önemli unsurları bakımından tüketici tercihleri ve tek taraflı şirket politikaları doğrultusunda hareket ettiği, HTM pazarında pazara girişin önünde herhangi bir engel bulunmadığı, geleneksel kanalın pazarda önemli bir ağırlığı olduğu ve organize pazar üzerinde rekabetçi baskı yarattığı, HTM ürünlerine yönelik online platform perakendeciliğinin, son 2-3 yılda kayda değer bir gelişim gösterdiği, bu çerçevede HTM perakendeciliği pazarının rekabetçi yapısına yönelik analizlerde**

bu oyuncuların dikkate alınması gerektiği, tedarikçilerden gelen bilgi taleplerinin yalnızca tedarikçinin kendi bilgileri açısından karşılanması yönünde uygulamaya geçildiği,

- EVYAP tarafından; COVID-19 salgını süresindeki fiyat uygulamalarının salgın öncesindeki uygulamalardan tüketici zararına herhangi bir farklılık göstermediği, tüketici zararına herhangi bir faaliyetinin bulunmamasının yanı sıra dosya kapsamında mevzuata aykırı herhangi bir faaliyete dair delil bulunmadığı, EVYAP'ın tavsiye niteliğindeki satış fiyatlarına uyulmaması halinde herhangi bir yaptırım uygulamadığı, ürün vermeme, fazla ürün almaya mecbur etme gibi herhangi bir tehdidi bulunmadığı, perakendecilerin satış fiyatlarına müdahale edilmediğinden EVYAP'ın pazarın bu denli küçük bir kısmından edindiği bilgi ile rekabeti sınırlayabilmesinin çok güç olduğu, Kurumun HTM Perakendeciliği Sektör Araştırması Ön Raporu'nda da belirtildiği üzere alıcı gücü nedeniyle HTM sektöründe güç dengelerinin değişebildiği, bu doğrultuda tedarikçinin perakendeciye fiyatı artırma konusunda bir baskı yapabilmesinin oldukça güç olduğu, piyasadaki eğilimin perakendecinin tedarikçilere çeşitli yöntemler ile fiyatı azaltma baskısı yapma yönünde olduğu,

- SÖKE UN tarafından; anılan fiyat listelerinin piyasayla paylaşılmış olan eski tarihli bilgiler olduğu, her iki fiyat listesinin de hali hazırda müşterilerle paylaşılmış olması sebebiyle ilgili listelerin geleceğe yönelik bilgi mahiyetinde olmadığı, ilgili fiyat listelerinin hâlihazırda pazar ile paylaşılması, dolayısıyla geleceğe dönük olmaması ve geleceğe dönük rekabete hassas bilgilerin rakipler arasında gizli olarak değiştirildiğine dair bilgi veya bulguya rastlanmaması sebebiyle amacı bakımından rekabeti ihlal edebilecek bir durumun mevcut olmadığı, SÖKE UN'un faaliyet gösterdiği buğday unu pazarının şeffaf olduğu ve eski tarihli bir bilgi değişiminin pazardaki şeffaflığı artırabilecek bir nitelik taşımadığı, SÖKE UN'un pazar payının ihmal edilebilir (%(.....)) seviyelerde kaldığı, pazarda yoğunlaşma seviyesinin oldukça düşük olduğu, kapasite kullanım oranının yaklaşık %(.....) seviyesinde kaldığı, söz konusu kapasite fazlasının pazardaki teşebbüsler üzerinde rekabetçi baskı oluşturan ve koordinasyon ihtimalini düşüren bir unsur olduğu, SÖKE UN'un faaliyet gösterdiği buğday unu pazarının pazarlıkların yoğun yaşanması sebebiyle piyasadaki teşebbüslerin faaliyet ve fiyat hareketlerinin gözlenebilir seviyede şeffaf nitelikte olduğu, SÖKE UN ve KATMER UN'un faaliyet yapılarının ve ortalama raf fiyatlarındaki farklılığın bu teşebbüsler arasında simetrik özelliklerin bulunmadığını teyit ettiği, pazardaki teşebbüslerin paylarının görece düşük ve dalgalı bir şekilde seyretmesi, giriş engellerinin bulunmaması ve talep eğiliminin değişken olması hususlarının pazarın istikrarsız yapısını gösterdiği, un pazarında rekabeti kısıtlama amacı olmayan ve geçmişe dönük olan bilgi değişiminin, un pazarının özellikleri dikkate alınarak rekabeti kısıtlayıcı etki doğurma ihtimalinin de bulunmadığı,

- NESTLE tarafından; NESTLE aleyhinde soruşturma başlatılmasının hukuki dayanağı bulunmadığı, NESTLE'nin soruşturmaya tabi hiçbir ürün veya kategori üzerinde pazar gücüne sahip olmadığı, soruşturma kapsamına giren tek ürünün görece düşük bir pazar payına (2019 yılı için genel süt piyasasında %(.....) ve aromalı süt segmentinde %(.....)) sahip olan aromalı süt ürünü Nesquik olduğu, soruşturma dönemi süresince (1 Mart – 12 Mayıs 2020) aromalı süt ürünlerinin (Nesquik) fiyatlarında hiçbir artış gerçekleştirmediği, NESTLE'nin soruşturma



kapsamında olan herhangi bir ürün için herhangi bir perakendecinin kategori kaptanı veya lideri konumunda bulunmadığı,

- J&J tarafından; Soruşturma Raporunun yalnızca tedarikçiler arası bilgi değişimine yönelik bilgi ve değerlendirmeler içeren bölümünün kendilerine sunulduğu, bu nedenle J&J'nin diğer bölümlere ilişkin savunma hakkını saklı tuttuğu, kendilerine sunulan bölümde "Temizlik ve Hijyen Kategorisi" altında faaliyet gösteren teşebbüslere ilişkin bulgu ve değerlendirmelerin yer aldığı, J&J adına herhangi bir iletişim veya değerlendirmeye yer verilmediği, bu yönüyle J&J'nin 4054 sayılı Kanun'u ihlal etmediğinin tespit edildiği

hususları ifade edilmiştir.

(663) Soruşturmaya taraf diğer teşebbüslerin temel olarak 4054 sayılı Kanun'u ihlal etmedikleri savı üzerine oturan yukarıdaki savunmaları için, söz konusu teşebbüslerin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal etmedikleri sonucuna ulaşıldığından, savunmaların ayrıntılı olarak değerlendirilmesine gerek görülmemiştir.

- METRO'nun; Soruşturma Raporunun zincir marketlere ilişkin hazırlanan ve zincir marketlerle ilgili ihlal iddialarını ve tespitlerini içeren versiyonunun iletilmesi gerektiği savunması.

(664) METRO'ya iletilen Soruşturma Raporu kendisi ile ilgili her türlü bilgi ve değerlendirmeyi içermektedir. Bununla birlikte diğer teşebbüslere ilişkin olan tespit ve değerlendirmelerin yer aldığı Raporun diğer kısımlarında METRO hakkında herhangi bir tespite yer verilmemiştir. Bu kapsamda zincir marketlere ilişkin hazırlanan ve zincir marketlerle ilgili ihlal iddialarını ve tespitlerini içeren versiyonunun iletilmesi gerektiği savunmasına katılmak mümkün değildir.

(665) Öte yandan 4054 sayılı Kanun'un "Delillerin Toplanması ve Tarafların Bilgilendirilmesi" başlıklı 44. maddesinin ikinci fıkrası; *"Haklarında soruşturmaya başlandığı bildirilen taraflar sözlü savunma hakkını kullanma taleplerine kadar kurum bünyesinde kendileri ile ilgili düzenlenmiş her türlü evrakın ve mümkünse elde edilmiş olan her türlü delilin bir nüshasının kendilerine verilmesini isteyebilir"* hükmünü amirdir. Bu kapsamda 2010/3 sayılı Tebliğ'in 6. maddesinde yer alan, *"Taraflar dosyaya giriş hakkı kapsamında, Kurum içi yazışmalar ve başka teşebbüs, teşebbüs birliği ve kişilere ilişkin ticari sır ve diğer gizli bilgileri içerenler hariç olmak üzere, Kurum bünyesinde kendileri ile ilgili düzenlenmiş her türlü evraka ve elde edilmiş her türlü delile erişebilir."* hükmüyle, tarafların kendileri hakkında düzenlenmiş evrak ve delillere ulaşabileceği ifade edilmiştir. Bu kapsamda sözlü savunma hakkını kullanma talebi aşamasına kadar soruşturma taraflarının dosyaya giriş talebinde bulunmalarının önünde bir engel bulunmamaktadır.

- ECZACIBAŞI'nın; ÇAĞRI ve/veya YUNUS'tan elde edilen kasa çıkış bilgilerinin rekabeti sınırlama amacına matuf olmadığı, kasa çıkış bilgilerini edinmesinin sebeplerinin; piyasada daha rekabetçi bir tutum sergilemek amacıyla tüketicinin tercihlerini, dolayısıyla talep trendini anlamak; piyasayı analiz etmek suretiyle tüketiciye sürdürülebilir ve kaliteli hizmet vermek olduğu, somut olaydaki bilgileri edinmenin doğrudan rakiplerden temin edilmemek kaydıyla perakende kanalı/bayi kanalından temin edilmesinin bilgi toplamanın güvenli yollarından biri olduğu, Kurul tarafından verilen kararlar göz önüne alındığında kasa çıkış bilgilerinin az sayıdaki yerel perakendeciden zaman zaman edinilmiş olmasının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında rekabete hassas bilgi değişimi olarak nitelendirilemeyeceği savunması.

- NIVEA'nın; soruşturmaya konu tüm tedarikçi ve perakendecilerin, gerek kendi pazarlarındaki rakiplerine, gerekse de dikey ilişkide bulunan tarafların birbirlerinin rakiplerine ilişkin rekabete hassas bilgilerin değişiminden kaçınmaları ve dikey ilişkide buldukları taraflarla yalnızca kendilerine ait bilgileri paylaşmalarına yönelik yükümlülük getirilmesinin, NIVEA hakkında herhangi bir ihlal tespiti olmaması ve yükümlülüğün sadece "olası rekabet ihlallerinin önüne geçilmesi" amacıyla getirildiği göz önüne alındığında hukuki dayanaktan yoksun olduğu ve bu yaklaşımın benchmarking ve pazar araştırması faaliyetlerinin rekabeti artırıcı etkilerinin doğmasını engelleyeceği, yükümlülüğün bulgu ve tespitler yalnızca belirli perakendeciler ve tedarikçilerle ilgili olmasına rağmen soruşturmaya dahil olan tüm tedarikçi ve perakendecileri kapsadığı, bu sebeple hakkaniyetli olmadığı, bu yaklaşımın, Yatay İşbirliği Anlaşmaları Hakkında Kılavuz'da belirtilen ilkelere aykırı olduğu, değişime konu olan bilginin niteliğine ilişkin argümanların hatalı olduğu ve tedarik pazarının özelliklerinin göz ardı edildiği, bilgi değişiminin (kartel bağlamı dışında kalan bilgi değişimi) rekabeti kısıtlayabileceği ve dolayısıyla rekabetçi endişeleri bertaraf edecek bir yükümlülük getirmenin gerekli olduğu sonucuna varılabilmesi için bilgi değişiminin işbirlikçi sonuca (collusive outcome) yol açması gerektiği, bilgi değişiminin gerçekleştiği pazarın ve/veya ilgili bir alt pazarın rekabete aykırı bir şekilde rakiplere kapanmasına neden olması gerektiği, rekabet hukuku bakımından var olduğu düşünülen endişeleri ortadan kaldırmak için neden böyle bir yükümlülüğün gerekli olduğunu ispat yükünün Rekabet Kurumunun üzerinde olduğu, böyle bir yükümlülüğün gerekliliğini gösterecek hiçbir analize yer verilmediği, pazar araştırması faaliyetlerinin önemli birtakım etkinlik kazanımlarının olduğu ve belirli rakip bilgisinin piyasadandan toplanmasının pazardaki rekabet seviyesinin artmasına imkan tanıdığı, taraflardan birinin etkinlik kazanımlarına ilişkin esaslı ve güçlü deliller sunduğu durumlarda Kurulun bu delilleri incelemesi ve yapılan iddiaları herhangi bir açıklama veya gerekçe olmaksızın göz ardı etmemesi gerektiği, ağır kısıtlamalar içeren açık kartel soruşturmalarında dahi Rekabet Kurumunun etkinlik kazanımlarını ve muafiyet koşullarının somut olayda karşılanıp karşılanmadığını değerlendirdiği savunması.

- COLGATE PALMOLİVE'in; erişimlerinin olduğu bilgilerin ne pazarın tamamını ne de rakip ürünlerin tamamını kapsadığı, YUNUS'tan alınan ve YUNUS'un tüm tedarikçilerinin bilgisini içeren verilerin, satış miktarı ve tutarına ilişkin bilgiden daha fazlasını içermediği, yalnızca COLGATE PALMOLİVE'in rakiplerinin (i) YUNUS'taki ve (ii) satışını yaptığı sınırlı ürün yelpazesindeki geçmişe dönük pazar paylarının hesaplanması için kullanılabileceği, bu nedenle COLGATE PALMOLİVE'in YUNUS ile olan ilişkisi nedeniyle sunulan bilgilerin pazardaki rekabeti az bir oranda dahi etkileme olasılığı bulunmadığı, COLGATE PALMOLİVE ile ilgili olarak değerlendirilen belgelerin yalnızca YUNUS'tan alınan bilgilere ilişkin olduğu, COLGATE PALMOLİVE'in geleceğe dönük verilere erişimi olduğunu gösteren herhangi bir belge bulunmadığı, COLGATE PALMOLİVE'e sağlanan bilgilerin geriye dönük olduğu, hiçbir şekilde rekabete hassas bilgi niteliği taşımadığı, HTM sektöründe fiyatlandırmanın çok dinamik olduğu, fiyatların sürekli değişime tabi olduğu, sektörde sık sık günlük ve hatta saatlik promosyon ve kampanyalara başvurulduğu, sektörün dinamikleri göz önüne alınarak, bir ay veya birkaç hafta öncesine ait geçmişe yönelik verilerin geçmiş tarihli bilgi olarak kabul edilmesi gerektiği, COLGATE PALMOLİVE'in ürün kategorilerinin hiçbirinde lider teşebbüs olarak değerlendirilmediğinin

anlaşıldığı, COLGATE PALMOLİVE'in tedarikçilere ilişkin bilgi edinme konusunda ısrarının olmadığı, tanımlanan kategorilerin hiçbirinde önemli bir pazar gücüne sahip olmadığı, faaliyet gösterilen pazarlarda alıcı gücünün yüksek olması sebebiyle perakendecilerin tedarikçilerle olan pazarlıklarında oldukça avantajlı konuma geçtiği, özel markalı ürün satan perakendecilerin tedarikçilerin rakibi haline gelerek kendilerini marka sahibi tedarikçiler karşısında daha iyi konumlandırabildiği, COLGATE PALMOLİVE'in tek taraflı olarak aldığı kararlara dayanan bağımsız bir fiyatlandırma stratejisi benimsediği, görüş yazısı gönderilmesinin perakendecilerden tedarikçilere gerçekleştirilen neredeyse tüm veri akışını bütüncül ve kategorik şekilde yasaklamış olacağı, bu durum ürünlerin kalite değerlendirmelerinin yapılması, maliyet ve üretimde etkinlik gibi rekabeti artırıcı kazanımların ortadan kalkmasına ve faaliyet gösterilen temizlik ve hijyen ürünlerini de içeren HTM sektörünün dinamikleri dikkate alındığında üçüncü taraflar (yani dikey ilişkili pazarlarda faaliyet gösteren teşebbüsler) aracılığıyla belirli türde rakip verilerine erişimin ve bunların toplanmasının etkinliği artırıcı sonuçlarının engellenmesine neden olabileceği, taranmış rakip kasa çıkış verilerinin paylaşılmasının Avrupa Birliği ve Amerika Birleşik Devletleri genelinde kabul gören bir uygulama olduğu ve etkin bir kategori yönetimi için hayati önem taşıdığı, veri kullanımının her geçen gün yeni gelişmeler kat eden HTM sektöründe giderek daha da önemli hale geldiği savunması.

- UNILEVER'in; rakipler arası herhangi bir bilgi paylaşımı içermeyen geçmişe yönelik perakendecilerin uyguladığı fiyat ve bu seviyedeki satış miktarı verilerinin perakendeciler tarafından tedarikçilere iletilmesinin rekabet karşıtı amaca sahip olmadığı, paylaşımın süresi ve özellikle değiştirilen bilginin toplam pazarın oldukça sınırlı bir bölümünü kapsamaması dikkate alındığında rekabeti kısıtlayıcı etki de doğurmadığı, UNILEVER'in sınırlı sayıda perakendeci müşteriden edindiği rakiplerin pazar payı ve satış değerleri/miktarlarına ilişkin verilerin yalnızca kendini rakiplerine göre daha rekabetçi biçimde konumlandırmak amacıyla toplandığı, soruşturma sırasında ilgili bilgi değişimlerine ilişkin toplanan çok fazla bilgi ve belge içerisinde bunun dışında bir amaca işaret edebilecek bir bilgi ve belge bulunmadığı, Kılavuz'da belirtildiği gibi bilgi değişiminin pazarda işbirlikçi bir sonuca ulaşılmasını ne kadar kolaylaştıracağı yönünde bir sonuca varılması gerektiği, UNILEVER'in teşebbüs bazında veri edinilmesinin pazar oyuncuları için kendilerini rekabetçi bir pozisyona konumlandırmaları açısından toplulaştırılmış veriler ile sağlanamayacak çeşitli etkinlikler sağladığı, elde edilen bilgilerin pazardaki şeffaflık seviyesinde kayda değer bir artışa yol açtığı değerlendirmesine katılmanın mümkün olmadığı, tıpkı perakende fiyatlarda olduğu gibi rakiplerin tüketiciye yönelik yaptığı promosyonların da UNILEVER'in saha ekibi tarafından takip edildiği, piyasadaki diğer teşebbüslerin perakende seviyesinde edindikleri toplam ciro, toplam satış miktarı ve pazar payı bilgilerinin ise doğrudan gözlemlenebilen veriler olmadığı, bununla birlikte İPSOS ve NIELSEN gibi pazar araştırması yapan şirketlerden hem ilgili ürün pazarları bazında hem de ürün kategorileri ve kanallar gibi ayrımlar bazında ve çeşitli zaman dilimleri itibarıyla rakiplerin satış tutarı, satış miktarı ve pazar payları gibi verilerinin ücreti karşılığı kolay, rahat ve güvenilir biçimde ve tüm pazarı kapsayacak şekilde elde edilebilir olduğu, dolayısıyla HTM sektöründe teşebbüslerin pazar payı, toplam ciro ve satış hacmi verilerinin şeffaf olduğunun kabulü gerektiği, ilgili verilerin pazarın çok küçük bir bölümünü teşkil eden istisnai bazı müşterilerden perakendeci

bazında alınmasının pazardaki şeffaflık seviyesinde kayda değer bir artışa neden olmayacağı, farazi bir ortak anlayıştan sapanların tespit edilmesi ve bu şekilde uzlaşının sürdürülmesinin sağlanması açısından ise perakendecilerden edinilen pazar payı ve toplam satış hacmi/cirosu verilerinin her halükarda pazar araştırması şirketlerinin sağladığının ötesinde bir şeffaflık etkisi yaratamayacağı, bu kapsamda HTM pazarında perakende seviyesindeki fiyat, satış hacmi ve pazar payı gibi verilerin stratejik niteliğinin görece düşük olduğu ve bu tür verilerin edinilmesinin ilave bir şeffaflık sağlamadığı, temizlik ve kişisel bakım kategorisi altında çok sayıda oyuncu ve buna paralel olarak çok fazla ürün grubunun mevcut olduğu, söz konusu pazarların giriş engellerinin düşük olduğu rekabetçi, dinamik ve karmaşık pazarlar olduğu, UNILEVER'in perakendecilerden elde ettiği bilgilerin pazardaki rekabet seviyesini yükselttiği ve tüketicilere en uygun fiyatlarla en kaliteli ürünlerin sunulması sonuçlarını doğurduğu, kendi konumlarını görmek açısından kategori bazındaki bilgilerin yeterli olduğu ve bu sebeple rakip verisi alınmasının “zorunluluk” unsurunu yerine getiremeyeceğine ilişkin değerlendirmeye katılmanın mümkün olmadığı, herhalükarda bilgi değişimine yönelik kategorik bir değerlendirme yapılmasının ve buna ilişkin görüş gönderilmesinin rekabetin maksimize edilmesi açısından isabetli olmayacağı, bilgi değişimine ilişkin Kurul kararlarının teşebbüs bazında bilgi toplanmasının kategorik bir yasak olmadığını gösterdiği ve bu uygulamanın çok kez Kurul tarafından menfi tespit/ bireysel muafiyete layık görüldüğü, Kurul'un TAİD kararında gerçekleşmiş perakende satış adetlerinin marka bazında ve aylık paylaşımına menfi tespit verildiği, müşterilerden rakiplere ilişkin teşebbüs bazlı veri alınmasının kategorik olarak yasaklanmasının Kurul kararlarında gösterilen yaklaşım ile çeliştiği savunması.

- (666) Savunmalarda dile getirilen bu hususlar esasen yukarıda etraflıca değerlendirilmiştir. Nitekim mevcut bilgi değişiminin niteliği, süresi ve unsurlarına ilişkin ayrıntılı bilgi verilmiştir. Perakendeciler aracılığıyla tedarikçi teşebbüslerin rakipleri ile ilgili elde ettikleri bilgilere bakıldığında söz konusu bilgilerin teşebbüs bazında ve her bir ürün hatta her bir ambalaj bazında detaylandırıldığı görülmektedir. Dolayısıyla dosya kapsamındaki değişime konu bilgilerin, tedarikçi teşebbüsler arasında söz konusu olabilecek ortak bir anlayışa varmayı kolaylaştırabileceği, öte yandan tarafların anlaşmadan sapan ya da pazara yeni giren teşebbüsleri hedef almalarını sağlayarak uygun cezalandırma stratejileri geliştirmelerini mümkün kılabileceği değerlendirilmektedir. Zira paylaşımına konu verilerin toplulaştırılmış bir veri olmadığı, bilakis teşebbüs bazında detaylandırıldığı anlaşılmaktadır.
- (667) Değiştirilen bilgilerin güncelliğine bakıldığında tedarikçi teşebbüslerin geçmiş tarihli bilgileri perakendecilerden elde ettikleri, bununla birlikte söz konusu bilgilerin güncellenmesi kapsamında, içinde bulunulan ayın başında geride kalan aya ilişkin bilgileri de düzenli olarak istedikleri anlaşılmaktadır. Dolayısıyla perakendeciler aracılığıyla geçmiş verilerin yanında elde edilen güncel bilgilerin tedarikçi teşebbüsler arasında söz konusu olabilecek ortak bir anlayışa varmayı kolaylaştırabileceği, öte yandan tarafların anlaşmadan sapan ya da pazara yeni giren teşebbüsleri hedef almalarını sağlayarak uygun cezalandırma stratejileri geliştirmelerini mümkün kılabileceği kanaati oluşmaktadır.
- (668) Bilgi değişiminin sıklığı bakımından Kılavuz'da, sık aralıklarla yapılan bilgi değişimlerinin teşebbüslerin pazarda ortak bir anlayışa ulaşmasını ve anlaşmadan sapanların izlenmesini kolaylaştırarak işbirlikçi sonuç riskini artırdığı dile getirilmektedir. İlgili belgelerde görüldüğü üzere, tedarikçi teşebbüsler ihtiyaç olması

halinde anlık olarak da perakendecilerden bilgiler toplayabilmekte, bunun dışında genellikle aylık olarak bilgi elde etmektedir. Yine teşebbüs çalışanları arasında geçen konuşmalardan verinin düzenli olarak sağlanmasına gayret edilmesi hususuna dikkat çekildiği anlaşılmaktadır. Ayrıca perakendeciler aracılığıyla elde edilen rakiplere ilişkin bilgilerin kamuya açık bilgi olarak nitelendirilemeyeceği değerlendirilmektedir.

- (669) UNİLEVER tarafından ilgili verilerin halihazırda İPSOS ve NİELSEN'den temin edilebildiği ifade edilmektedir. NİELSEN ve İPSOS tarafından gönderilen cevabi yazılarda, SKU seviyesine inebilecek detayda satış cirosu, satış hacmi, ortalama fiyat gibi bilgiler sağlanabilse de bu verilerin toplulaştırıldığı ve anonimleştirildiği, verilerin toplanmasında (i) (.....) (ii) (.....) (iii) (.....) (iv) (.....) gibi yöntemlerin kullanıldığı, istisnai durumlarda (.....) yöntemiyle tahminleme yapılabildiği, SKU bazında perakendeci özelinde değer ve hacim bazlı veri sağlanamadığı, bununla birlikte SKU bazlı raporlamalarda satış geliri ve satış miktarı raporlaması yapılsa dahi bunun tüketici beyanı ile yapılan (.....) ve (.....) şeklinde toplulaştırılmış veriler kullanılarak yapıldığı belirtilmektedir. Bu bakımdan, tekil bir perakendeci marketten elde edilen verilerin söz konusu pazar araştırma firmaları tarafından da sağlanabildiği teyit edilmemektedir.
- (670) Dolayısıyla, söz konusu firmalar tarafından sağlanan raporlar/veri hizmetleri tamamen toplulaştırılmış ve anonimleştirilmiş veri kümelerinin kullanılmasıyla oluşturulmaktadır. Bu çerçevede, ilgili verilerin/raporlamaların araştırma şirketleri tarafından da sağlandığı savunması kabul edilebilir bulunmamaktadır.

### **I.5. Ceza Yönetmeliği Kapsamında Değerlendirme**

- (671) 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrası; *"Bu Kanunun 4, 6 ve 7 nci maddelerinde yasaklanmış davranışlarda bulunanlara, ceza verilecek teşebbüs ile teşebbüs birlikleri veya bu birliklerin üyelerinin nihai karardan bir önceki mali yılsonunda oluşan veya bunun hesaplanması mümkün olmazsa nihai karar tarihine en yakın mali yılsonunda oluşan ve Kurul tarafından saptanacak olan yıllık gayri safi gelirlerinin yüzde onuna kadar idarî para cezası verilir."* hükmünü amirdir.
- (672) Soruşturma kapsamında yapılan inceleme ve değerlendirmeler çerçevesinde A101, BİM, CARREFOURSA, MİGROS ve ŞOK'un satışa sundukları pek çok ürünün perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt özelliği de sergileyen kartel niteliğindeki anlaşma veya uyumlu eylemler yoluyla; SAVOLA'nın ise kendi ürünleri bakımından rekabete hassas bilgilerin paylaşımına aracılık ederek perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip bu topla-dağıt kartel görünümünde ortaya çıkan anlaşmalar veya uyumlu eylemlere dahil olmak ve ayrıca perakende seviyesinde faaliyet gösteren teşebbüslerin yeniden satış fiyatlarını belirlemek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettikleri sonucuna varılmıştır. Bu bakımdan ilgili teşebbüslere 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrası kapsamında idari para cezası verilmesi, takdir edilecek idari para cezasının, Kanun'un 16. maddesinin son fıkrası uyarınca yürürlüğe konulan Ceza Yönetmeliği çerçevesinde değerlendirilmesi gerekmektedir.
- (673) Ceza Yönetmeliği'nin 4. maddesi, teşebbüslere uygulanacak idari para cezalarının takdiri bakımından ilk olarak temel para cezasının belirlenmesi hususunu düzenlemektedir. Ceza Yönetmeliği'nin temel para cezasını düzenleyen 5. maddesinin ilk fıkrasına göre; temel para cezası hesaplanırken ihlale taraf olan teşebbüslerin Kurul tarafından saptanacak yıllık gayri safi gelirlerinin, karteller için %2'si ile %4'ü, diğer ihlaller için %0,5'i ile %3'ü arasında bir oran esas alınacaktır. Bu çerçevede, ilk olarak tespit edilen ihlalin hukuki niteliğinin değerlendirilmesi gerekmektedir.

(674) Ceza Yönetmeliği'nin 3. maddesinde; *"Fiyat tespiti, müşterilerin, sağlayıcıların, bölgelerin ya da ticaret kanallarının paylaşılması, arz miktarının kısıtlanması veya kotalar konması, ihalelerde danışıklı hareket konularında, rakipler arasında gerçekleşen, rekabeti sınırlayıcı anlaşma ve uyumlu eylemler"*, "kartel" olarak tanımlanmaktadır. A101, BİM, CARREFOURSA, MİGROS, ŞOK ve SAVOLA arasında tespit olunan anlaşma/uyumlu eylemin kartel niteliğinde olduğundan; bu itibarla bu ihalden dolayı yukarıda belirtilen teşebbüsler hakkında yıllık gayri safi gelirlerinin %2'si ile %4'ü arasında bir temel para cezasının belirlenmesi gerekmektedir.

(675) Ek olarak Yönetmeliğin 5. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca temel para cezasının belirlenmesinde ilgili teşebbüslerin *"piyasadaki gücü, ihlal neticesinde gerçekleşen veya gerçekleşmesi muhtemel zararın ağırlığı"* gibi hususların dikkate alınması gerekmektedir. Bu hususlar dikkate alınarak bahse konu altı teşebbüsün dahil olduğu ihlal bakımından temel para cezasına esas oran **%(.....)** olarak belirlenmiştir.

(676) Ceza Yönetmeliği'nin 5. maddesinin üçüncü fıkrasında ise ihlalin süresinin temel para cezasının tespitinde dikkate alınacağı öngörülmektedir. Belirtilen hükme göre temel para cezasının miktarı; bir ila beş yıl arasında süren ihlallerde yarısı oranında, beş yıldan uzun süren ihlallerde ise bir katı oranında artırılacaktır. Bu bağlamda teşebbüslerin sorumluluğu incelendiğinde;

- i. A101 bakımından TESPİT 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 15, 17, 18, 19, 20 ve 21 doğrultusunda,
- ii. BİM bakımından TESPİT 1, 2, 4, 5, 7, 8, 9, 11, 13, 18, 20, 21 ve 22 doğrultusunda,
- iii. CARREFOURSA bakımından TESPİT 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 15, 16, 17 ve 18 doğrultusunda,
- iv. MİGROS bakımından TESPİT 1, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 15, 16, 17, 18, 19 ve 22 doğrultusunda,
- v. ŞOK bakımından TESPİT 1, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18 ve 19 doğrultusunda,

ihlalin süresinin bir yıldan uzun ve beş yıldan kısa olduğu; SAVOLA'nın ihale teşkil eden davranışlarının ise 2018 yılı ortalarından 2021 yılı Şubat ayına kadar, dolayısıyla SAVOLA bakımından da ihlalin bir yıldan uzun beş yıldan kısa bir dönem boyunca sürdüğü değerlendirilmektedir.

(677) Bu nedenle A101, BİM, CARREFOURSA, MİGROS, ŞOK ve SAVOLA için Yönetmeliğin 5. maddesinin üçüncü fıkrasının (a) bendi çerçevesinde **%(.....)** oranının yarısı oranında artırıma gidilerek temel para cezası oranı **%(.....)** olarak tespit edilmiştir.

(678) Diğer yandan tespit edilen ihlal açısından Ceza Yönetmeliğinin 6. maddesi çerçevesinde değerlendirilecek ağırlaştırıcı unsur bulunmamakla birlikte, ihlale konu ürün gruplarının cirosunun A101, BİM, CARREFOURSA, MİGROS ve ŞOK'un toplam ciroları içindeki payının düşüklüğü Yönetmeliğin 7. maddesinin birinci fıkrası çerçevesinde göz önünde bulundurularak bu teşebbüslere uygulanacak cezada beşte iki oranında indirimle gidilmiş, böylelikle **%(.....)** oranına ulaşılmıştır. Ele alınan ihlalde SAVOLA'ya uygulanacak ceza oranı bakımından ise, ihlale taraf olan perakendecilerin alıcı gücü ve bu anlamda SAVOLA üzerindeki potansiyel baskıları hafifletici unsur olarak dikkate alınarak Yönetmeliğin 7. maddesinin birinci fıkrası çerçevesinde beşte



iki oranında indirim gidilmiş ve bu teşebbüs bakımından da %(.....) oranına ulaşılmıştır.

- (679) Yukarıda ayrıntılarıyla yer verildiği üzere, SAVOLA'nın ayrıca perakende seviyesinde faaliyet gösteren teşebbüslerin yeniden satış fiyatlarını belirlemek suretiyle de 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu ihlal Ceza Yönetmeliği'nin 3. maddesinde yer verilen "diğer ihlaller" tanımına uymaktadır. Bu nedenle Ceza Yönetmeliği'nin 5. maddesinin birinci fıkrasının (b) bendi çerçevesinde ve aynı maddenin ikinci fıkrası gözönünde bulundurularak temel para cezasına esas oran %(.....) olarak belirlenmiştir.
- (680) SAVOLA'nın ihlale konu davranışlarının 2017 yılı başından 2021 yılı Şubat ayına kadar, diğer bir deyişle bir yıldan uzun beş yıldan kısa bir dönem boyunca sürdüğü değerlendirildiğinden, Yönetmeliğin 5. maddesinin üçüncü fıkrasının (a) bendi çerçevesinde %(.....) oranı, yarısı oranında artırılarak temel para cezası oranı %(.....) olarak belirlenmiştir.
- (681) Ele alınan bu ihlal açısından Ceza Yönetmeliği'nin 6. maddesi çerçevesinde değerlendirilecek ağırlaştırıcı unsur bulunmama ile birlikte, başta zincir marketler ve büyük indirim marketleri olmak üzere genel olarak organize perakendecilerin alıcı gücü ve bu alıcı gücünün SAVOLA'nın ihlale konu davranışlarının rekabet üzerindeki etkisini sınırlandırabilecek oluşu hafifletici unsur olarak dikkate alınarak, teşebbüse uygulanacak idari para cezasında, Ceza Yönetmeliği'nin 7. maddesinin birinci fıkrası çerçevesinde beşte iki oranında indirim gidilmiş ve %(.....) oranına ulaşılmıştır.
- (682) 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrası 4054 sayılı Kanun'u ihlal eden teşebbüslere nihai karardan bir önceki mali yılsonunda oluşan veya bunun hesaplanması mümkün olmazsa nihai karar tarihine en yakın mali yılsonunda oluşan ve Kurul tarafından saptanacak olan yıllık gayri safi gelirleri üzerinden para cezası verilmesini düzenlemektedir. Buna göre para cezasının hesaplanmasında teşebbüslerin 2020 yılı ciro bilgileri esas alınmıştır.

## K. SONUÇ

(683) 07.05.2020 tarih ve 20-23/298-M sayılı Kurul kararı uyarınca yürütülen soruşturma ile ilgili olarak düzenlenen Rapor'a ve Ek Görüş'e, toplanan delillere, yazılı savunmalara, sözlü savunma toplantısında yapılan açıklamalara ve incelenen dosya kapsamına göre,

- I. a) Yeni Mağazacılık A.Ş., BİM Birleşik Mağazalar A.Ş., CarrefourSA Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş., Migros Ticaret A.Ş. ve Şok Marketler Ticaret A.Ş. arasında doğrudan veya ortak tedarikçiler aracılığıyla dolaylı temaslar yoluyla fiyatların ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlandığı; yine doğrudan veya ortak tedarikçiler aracılığıyla geleceğe dönük fiyatlar, fiyat geçiş tarihleri, dönemsel aktiviteler ve kampanyalar gibi rekabete hassas bilgilerin paylaşıldığı; fiyat indirimine giden veya pazar genelinde fiyatların arttığı dönemde henüz fiyat artışı yapmayan teşebbüslerin fiyatlarına tedarikçiler aracılığıyla müdahale edilmek suretiyle söz konusu fiyatların tüketiciler aleyhine yükseltilmesinin sağlandığı; rakip fiyatlarının yükselmemesi halinde ürün ve/veya bölge özelinde süratle hayata geçirilen fiyat indirimleri ve/veya tedarikçiye iade faturası kesmek gibi cezalandırma stratejileri yoluyla teşebbüsler arasındaki danışıklılığa uyumun sürekli olarak gözetildiği; böylelikle adı geçen teşebbüslerin satışa sundukları pek çok ürünün perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt (hub and spoke) özelliği de sergileyen kartel niteliğindeki anlaşma veya uyumlu eylemler yoluyla, anılan teşebbüslerin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiklerine,
- b) Yukarıda adı geçen teşebbüslerle birlikte soruşturma tarafı tedarikçilerden Savola Gıda ve San. Tic. A.Ş.'nin de kendi ürünleri bakımından söz konusu perakendeciler arasında raf fiyatları ve fiyat geçişleri konusunda danışıklılığın/koordinasyonun sağlanması ve bu danışıklılığın sürdürülmesi, yine bu çerçevede perakendecilerin geleceğe dönük fiyatları ve fiyat geçiş tarihleri gibi rekabete hassas bilgilerin paylaşımına aracılık etmesi yönüyle açıkça perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip topla-dağıt (hub and spoke) kartel görünümünde ortaya çıkan anlaşmalar veya uyumlu eylemler yoluyla 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiğine ve bu ihlal nedeniyle perakendeciler ile birlikte ve eşit derecede sorumlu olduğuna,
- c) Bu çerçevede Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrası ve "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar İle Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik" in (Ceza Yönetmeliği) 5. maddesinin birinci fıkrasının (a) bendi, ikinci fıkrası ve üçüncü fıkrasının (a) bendi ile 7. maddesinin birinci fıkrası hükümleri uyarınca 2020 mali yılı sonunda oluşan ve Kurul tarafından belirlenen yıllık gayri safi gelirlerinin takdiren
  1. %(.....) oranında olmak üzere BİM Birleşik Mağazalar A.Ş.'ye 958.129.194,39-TL;
  2. %(.....) oranında olmak üzere CarrefourSA Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş.'ye 142.469.772,07-TL;
  3. %(.....) oranında olmak üzere Migros Ticaret A.Ş.'ye 517.672.762,75-TL;
  4. %(.....) oranında olmak üzere Savola Gıda ve San. Tic. A.Ş.'ye 22.210.998,63-TL;
  5. %(.....) oranında olmak üzere Şok Marketler Ticaret A.Ş.'ye

384.369.037,15-TL;

6. %(. ....) oranında olmak üzere Yeni Mağazacılık A.Ş.'ye 646.582.329,39-TL;

idari para cezası verilmesine,

II. a) Sağlayıcı/tedarikçi konumundaki Savola Gıda ve San. Tic. A.Ş.'nin perakende seviyesinde faaliyet gösteren teşebbüslerin yeniden satış fiyatlarını belirlemek suretiyle de 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiğine,

b) Bu nedenle adı geçen teşebbüs hakkında 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrası ve Ceza Yönetmeliğinin 5. maddesinin birinci fıkrasının (b) bendi, ikinci fıkrası, üçüncü fıkrasının (a) bendi ile 7. maddesinin birinci fıkrası uyarınca ayrıca 2020 mali yılı sonunda oluşan Kurul tarafından belirlenen yıllık gayri safi gelirlerinin takdiren %(. ....) oranında olmak üzere 11.105.499,32-TL idari para cezası verilmesine,

- III. a)
1. Çağrı Gıda Temizlik Maddeleri İnşaat Sanayi ve Ticaret A.Ş.
  2. Metro Grosmarket Bakırköy Alışveriş Hizmetleri Tic. Ltd. Şti.
  3. Yeni Çağdaş İhtiyaç ve Gıda Maddeleri İnş. Tic. Ltd. Şti.
  4. Yunus Market İşletmeleri Ticaret A.Ş.
  5. Gratis İç ve Dış Tic. A.Ş.
  6. A.S. Watson Güzellik ve Bakım Ürünleri Tic. A.Ş.
  7. Karizma Beşler Et Gıda Sanayi ve Tic. A.Ş.
  8. Türk Henkel Kimya San. ve Tic. A.Ş.
  9. Banvit Bandırma Vitaminli Yem San. A.Ş.
  10. Söke Değirmencilik San. ve Tic. A.Ş.
  11. Katmer Un İrmik San. ve Tic. A.Ş.
  12. Evpaş Evyap Paz. ve Tic. A.Ş.
  13. Colgate-Palmolive Temizlik Ürün. San. ve Tic. A.Ş.
  14. Beypi Beypazarı Tar. Ür. Paz. San. Tic. A.Ş.
  15. Küçükbay Yağ ve Deterjan Sanayi A.Ş.
  16. Johnson and Johnson Sıhhi Malzeme San. ve Tic. Ltd. Şti.
  17. Unilever Sanayi ve Ticaret Türk A.Ş.
  18. Nivea Beiersdorf Kozmetik San. ve Tic. A.Ş.
  19. Dentavit Sağlık Ürünleri Tic. Ltd. Şti.
  20. Eczacıbaşı Tüketim Ürün. San. ve Tic. A.Ş.
  21. Dalan Kimya End. A.Ş.
  22. Nestle Türkiye Gıda Sanayi A.Ş.
  23. Procter&Gamble Tüketim Malları San. A.Ş.

unvanlı teşebbüsler ve Gıda Perakendecileri Derneği tarafından 4054 sayılı Kanun'un ihlal edildiğine yönelik bulguya ulaşamadığından, ilgili teşebbüsler hakkında idari para cezası uygulanmasına yer olmadığına,

b) Bununla birlikte soruşturma tarafı tüm tedarikçiler ve perakendecilerin gerek kendi pazarlarındaki rakiplerine gerekse de dikey ilişkide bulunan tarafların birbirlerinin rakiplerine ilişkin rekabete hassas bilgilerin değişiminde dikkate almaları gereken hususlarla ilgili olarak soruşturma taraflarına görüş yazısı

**21-53/747-360**

gönderilmesini teminen Başkanlığa yetki verilmesine  
gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 60 gün içinde Ankara İdare Mahkemelerinde yargı  
yolu açık olmak üzere, OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.