

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

**REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2009-3-45 (Önaraştırma)  
Karar Sayısı : 09-29/604-144  
Karar Tarihi : 18.6.2009

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

10

**Başkan** : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI (Başkan V.)  
**Üyeler** : Mehmet Akif ERSİN, Dr. Mustafa ATEŞ,  
İsmail Hakkı KARAKELLE, Doç. Dr. Cevdet İlhan  
GÜNAY, Murat ÇETİNKAYA

**B. RAPORTÖRLER** : Pelin ERDOĞAN, Neyzar MENTEŞOĞLU,  
Nilgün KOCADAĞ

**C. BAŞVURUDA  
BULUNAN**

20

- Polbay Gıda Ltd. Şti.  
Ziya Gökalp Mah. Emekçi Sok. No: 14  
Kocasinan Kayseri

- Re'sen

**D. HAKKINDA İNCELEME YAPILAN TARAFLAR:**

30

- Özdörtler Gıda Tem. Md. ve Med. İnş. Bilg. Tar. San.  
ve Tic. Ltd. Şti.  
Esentepe Mah. Kocasinan Bulv. No: 431  
Kocasinan / Kayseri

- Kayçay Gıda ve İht. Md. San. Tic. Ltd. Şti.  
Toptancılar Sitesi 6. Sok. No: 26 Kocasinan / Kayseri

- Erciyes Çay Gıda ve İht. Md. San. Tic. Ltd. Şti.  
Yıldızevler Mah. 20. Cad. No: 97 / Kayseri

40

- İç Anadolu Çay Gıda Paz. ve Rek. Hizm. San. ve Tic.  
A.Ş. (Kayseri Bölgesi)  
Köşk Mah. Eşref Bitlis Bulv. Yazgızlar Sok. Berberoğlu  
Apt. No: 5/C Melikgazi / Kayseri

- Anka Çay Dağ. ve Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş.  
(Ankara Bölgesi)  
Çiğdem Mah. 1575. Sk. No:41/2 Balgat / Ankara

50

- Güneydoğu Çay Gıda Paz. Rekl. Hizm. San. ve Tic.  
A.Ş. (Malatya Bölgesi)  
Selçuklu Mah. Köprü Ağız Sok. No: 11 Malatya

- Doğu Anadolu Çay Rekl. ve Tanıtım Tic. Paz. A.Ş.  
(Erzurum Bölgesi)  
Gez Mah.Hastaneler Cad.Emre Apt. K: 1 Daire: 4  
Erzurum

- Marmara Çay Gıda Paz. ve Rekl. Hizm. San. ve Tic.  
A.Ş. (İstanbul Bölgesi)  
Kartal Hürriyet Mah.E-5 Yanyol Kartal İş Merk. B / Blok  
Kat: 4 No:63 Yakacık- Kartal / İstanbul

60

- Özüm Ege Çay Gıda Paz. ve Basın Yayın Rekl. Hizm.  
San. ve Tic. A.Ş. (İzmir Bölgesi)  
1249 Sok. No: 13 D: 103 Yenişehir / İzmir

- Doğu Akdeniz Çay Paz. ve Gıda Rekl. Hizm. San. ve  
Tic. A.Ş. (Mersin Bölgesi)  
Uray Cad. Cami Şerif Mah. Sezer İşhanı  
35/14 Mersin

70

- Ye-Kar Yeşil Karadeniz Çay Paz. ve Rekl. Hizm. San.  
ve Tic. A.Ş. (Rize Bölgesi)  
Riztop İş Merkezi Engindere Mah. B Blok K: 5 Rize

- Özde Karadeniz Çay Gıda Paz. ve Rekl. Hizm. San.  
ve Tic. A.Ş. (Samsun Bölgesi)  
19 Mayıs San.Sit. 61. Sok. No: 39 Kutlukent / Samsun

80

- ÇAYTAŞ Gıda Paz. ve Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş.  
Hürriyet Mah. E-5 Yanyol Kartal İş Merkezi B Blok No:  
63 Kat: 4 Kartal / İstanbul

**E. DOSYA KONUSU: Kayseri ilinde Çay İşletmeleri Genel Müdürlüğü'nün bayiliğini yapan teşebbüslerin, çay satışlarını bir araya gelerek kurdukları şirket aracılığıyla gerçekleştirdikleri ve kendi çıkarları için müşterileri mağdur ettikleri iddiası.**

90

**F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Şikayet dilekçesinde özetle, Çay İşletmeleri Genel Müdürlüğü'nün (Çay-Kur) Kayseri ilinde bayiliğini yapan üç teşebbüsün bir araya gelerek Erciyes Çay unvanlı bir şirket kurdukları ve çay satış ve dağıtım faaliyetlerini kurdukları bu şirket aracılığıyla gerçekleştirdikleri belirtilmiş ve bu teşebbüslerin kendi çıkarları için müşterileri mağdur ettikleri ifade edilmiştir.

100

**G. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 26.2.2009 tarih ve 1484 sayı ile intikal eden başvuru üzerine hazırlanan 20.3.2009 tarih, 2009-3-45/İİ-09-PE sayılı İlk İnceleme Raporu Rekabet Kurulu'nun 13.4.2009 tarihli toplantısında görüşülmüş ve Kayseri ilinde Çay-Kur bayiliğini yapan teşebbüslerin bir araya gelerek İç Anadolu Çay A.Ş. unvanlı bir çay dağıtım şirketi kurmaları işleminin niteliğinin ortaya konması ve söz konusu şirket vasıtasıyla 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un ihlal edilip edilmediğinin belirlenmesi amacıyla önaraştırma yapılmasına 09-14/303-M sayı ile karar

verilmiştir. İlgili Karar uyarınca yapılan inceleme sonucunda düzenlenen 10.6.2009 tarih ve 2009-3-45/ÖA-09-PE sayılı Öneri Raporu 12.6.2009 tarih, REK.0.07.00.00-110/148 sayılı Başkanlık Önergesi ile 09-29 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karar bağlanmıştır.

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

110 1. Kayseri ilindeki Çay-Kur bayileri Özdörtler Gıda Tem. Mad. ve Med. İnş. Bilg. Tarım San. ve Tic. Ltd. Şti. ile Kay-Çay Gıda ve İht. Mad. Ltd. Şti.'nin bir araya gelerek kurdukları Erciyes Çay Gıda ve İht. Mad. San. Tic. Ltd. Şti. ile koordinasyon içerisinde Çay-Kur'un verdiği indirimleri uygulamayarak müşterilerini mağdur ettikleri iddiasına yönelik herhangi bir bulguya rastlanmadığı, bu nedenle anılan teşebbüsler hakkında 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığı, şikayetin reddinin gerektiği;

2. Çay-Kur'un Ankara, İzmir, İstanbul, Malatya, Kayseri, Mersin, Rize, Samsun ve Erzurum Bölge Müdürlüklerine bağlı illerdeki bayilerinin bir araya gelerek

- 120 - Anka Çay Dağ. ve Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (Ankara Bölgesi),  
- Güneydoğu Çay Gıda Paz. Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (Malatya Bölgesi),  
- Doğu Anadolu Çay Rekl. ve Tanıtım Tic. Paz. A.Ş. (Erzurum Bölgesi),  
- Marmara Çay Gıda Paz. ve Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (İstanbul Bölgesi),  
- Özüm Ege Çay Gıda Paz. ve Basın Yayın Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (İzmir bölgesi),  
- İç Anadolu Çay Gıda Paz. ve Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (Kayseri Bölgesi),  
130 - Doğu Akdeniz Çay Paz. ve Gıda Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (Mersin Bölgesi),  
- Ye-Kar Yeşil Karadeniz Çay Paz. ve Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (Rize Bölgesi),  
- Özde Karadeniz Çay Gıda Paz. ve Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (Samsun Bölgesi) unvanlı teşebbüsleri ve

140 bu teşebbüslerin bir araya gelerek ÇAYTAŞ Gıda Paz. ve Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. unvanlı teşebbüsü kurmaları işlemlerinin siyah çay toptan ticareti pazarında birbirleriyle rakip teşebbüsler olmaları nedeniyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında taraflar arasında rekabeti sınırlayıcı nitelikte işbirliği anlaşmaları olduğu;

3. Bununla birlikte söz konusu işlemlere 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi çerçevesinde bireysel muafiyet tanınmasının uygun olacağı

ifade edilmiştir.

150 **I. İNCELEME VE TESPİTLER**

**I.1. İlgili Pazar**

**I.1.1. İlgili Ürün Pazarı**

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

Genel anlamda ticari içecekler pazarı içerisinde yer alan ürünlerin tüketiciler tarafından farklı yahut ikame kabul edilip edilmediğinin tespitinde, öncelikle bu ürünlerin başlıca kullanım amaçları itibarıyla incelenmesi gerekmektedir. Nitekim Coca-Cola Satış Dağıtım A.Ş. hakkında yürütülen soruşturma sonucunda hazırlanan 18.9.2003 tarih ve SR/03-11 sayılı Raporda ve buna istinaden alınan 23.1.2004 tarih ve 04-07/75-18 sayılı Kurul Kararında söz konusu ürünler öncelikle ayırıcı kullanım amaçları ve temel nitelikleri bakımından birbirlerinden ayrılmıştır. Anılan Kararda belirtildiği üzere, günlük tüketim içinde ağırlıklı olarak kahvaltıda ve öğün aralarında da sıklıkla tüketilen çay, diğer ticari içeceklere nispetle farklı bir kullanım amacına hitap etmektedir. Buna ek olarak çay tüketiminin, Türkiye'de son derece yaygın ve gelenekselleşmiş bir özelliğe sahip olduğu da göz önünde bulundurulmalıdır.

Gerek tüketici nezdindeki özgün niteliği, gerek üretim sürecindeki önemli farklılıklar, çayın ayrı bir pazar olarak belirlenmesini zorunlu kılmaktadır. Öte yandan önaraştırmaya konu teşebbüsler sadece siyah çay satışı ile değil, yeşil çay satışı ile de işgal etmektedir. Bir ürünün diğer bir ürünle aynı pazarda yer alabilmesi için bu ürünlerin tüketici gözünde nitelikleri, kullanım amaçları ve fiyatları bakımından benzer olmaları gerektiği dikkate alınarak siyah ve yeşil çay ayrımı incelenmiştir. Gerçekten de yeşil çay kullanım amacı ve tüketici gözündeki niteliği bakımından siyah çaydan ayrıldığı gibi, gerek maliyeti gerekse fiyatının da siyah çaydan belirgin yüksek olduğu belirlenmiştir. Yapılan incelemeler ve Raportörlerce sektör temsilcileri ile yapılan görüşmeler neticesinde yeşil çayın piyasada görece yeni bir ürün olması ve tüketiciler tarafından fazla tercih edilmemesi nedeniyle siyah çay ile ikame olarak düşünülmemeyeceği anlaşılmıştır. Dolayısıyla yeşil çayın ayrı bir ilgili pazar olarak belirlenmesi mümkündür, ancak yeşil çay tüketiminin toplam pazar içerisindeki yerinin ihmal edilebilir ölçüde olduğu tespit edilmiştir. Bu itibarla birinci olarak, dosya kapsamında siyah çay pazarının incelenmesinin, dolayısıyla ilgili ürün pazarının "siyah çay" olarak belirlenmesinin yeterli olacağı kanısına varılmıştır. İkinci olarak, haklarında önaraştırma yürütülen teşebbüsler, Çay-Kur çaylarının toptan dağıtımını perakende satış noktalarına yapmak üzere yetkili bayilerdir. Dolayısıyla haklarında önaraştırma yürütülen teşebbüslerin toptan ticaret seviyesinde faaliyet gösterdikleri anlaşılmaktadır.

200 Yukarıda yer verilen açıklamalar ışığında ilgili ürün pazarı “siyah çay toptan ticaret pazarı” olarak belirlenmiştir.

İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz’un 20. paragrafında inceleme konusu işlem, gerek ürün gerekse coğrafi açıdan olası alternatif pazar tanımları çerçevesinde rekabetçi endişeler yaratmıyor ise pazar tanımı yapılmayabileceği belirtilmiştir. Bu nedenle, inceleme konusu işlemin rekabetçi endişe yaratmadığı değerlendirildiği takdirde ilgili ürün pazarının tanımlanmasına gerek duyulmayacağı da belirtilmelidir.

### 210 **I.1.2. İlgili Coğrafi Pazar**

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

220 Şikayetin kapsamı Erciyes Çay unvanlı şirket kurularak Kayseri ilindeki Çay-Kur bayilerinin aralarındaki rekabeti engellediği yönündedir. Bayilerin Çay-Kur ile yaptıkları bayilik sözleşmesinden bayiliğin Kayseri ilini kapsayan bölge için verildiği anlaşılmıştır. İnceleme konusu bayilerin Çay-Kur ile imzaladıkları bayilik sözleşmesinde, bölge tanımının Kayseri ili özelinde olduğu ve sözleşme gereğince bölgeleri dışına aktif satış yapamadıkları değerlendirildiğinde, söz konusu inceleme bağlamında ilgili coğrafi pazar “Kayseri ili” olarak belirlenmiştir.

230 Bununla beraber, hakkında bireysel muafiyet değerlendirmesi yapılan İç Anadolu Çay Gıda Paz. ve Rekl. Hizm. San. Tic. A.Ş. (İç Anadolu Çay) için farklı bir coğrafi pazar tanımı yapılmasına gerek duyulmuştur. İç Anadolu Çay’ı kuran teşebbüsler Çay-Kur ürünlerinin dağıtımını Kayseri Bölge Müdürlüğü olarak tanımlanan Kayseri, Sivas, Niğde, Yozgat, Nevşehir ve Aksaray illeri ve ilçelerinde gerçekleştiren Çay-Kur bayileridir. Her ne kadar bu bayilerin bölgeleri dışına aktif satış yapmaları sözleşme ile sınırlanmış olsa da pasif satış yoluyla diğer illere ürün satışı yapılabilmektedir. Dolayısıyla İç Anadolu Çay’ın olası anti rekabetçi etkilerinin söz konusu bayilerin tamamının faaliyet alanında ortaya çıkması kaçınılmazdır. Bu nedenle ilgili coğrafi pazar “Kayseri, Sivas, Niğde, Yozgat, Nevşehir ve Aksaray illeri” olarak belirlenmiştir.

240 Aynı biçimde bireysel muafiyet değerlendirmesi yapılan Anka Çay Dağ. ve Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (Ankara Bölgesi), Güneydoğu Çay Gıda Paz. Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (Malatya Bölgesi), Doğu Anadolu Çay Rekl. ve Tanıtım Tic. Paz. A.Ş. (Erzurum Bölgesi), Marmara Çay Gıda Paz. ve Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (İstanbul Bölgesi), Özüm Ege Çay Gıda Paz. ve Basın Yayın Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (İzmir Bölgesi), Doğu Akdeniz Çay Paz. ve Gıda Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (Mersin Bölgesi), Yeşil Karadeniz Çay Paz. ve Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (Rize Bölgesi) ve Özde Karadeniz Çay Gıda Paz. ve Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (Samsun Bölgesi) için ise bağlı buldukları bölgelere dahil bulunan iller kapsamı ilgili coğrafi pazar olarak belirlenmiştir. Son olarak bu teşebbüslerin bir araya gelerek kurdukları

250 ÇAYTAŞ Gıda Paz. ve Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş.'nin tüm Türkiye'de faaliyet göstermesi nedeniyle coğrafi pazar "Türkiye" olarak belirlenmiştir.

## I.2. Taraflar

### I.2.1. Özdörtler Gıda Temizlik Mad. ve Medikal İnş. Bilg. Tarım San. ve Tic. Ltd. Şti. (Özdörtler Gıda)

260 Özdörtler Gıda genel olarak gıda ve temizlik maddeleri toptancılığı alanında faaliyet göstermektedir. Pek çok farklı ürün ve markanın distribütörlüğünü yapan teşebbüs 2001 yılından itibaren Çay-Kur bayiliği yapmaktadır. Özdörtler Gıda, Erciyes Çay Gıda Paz. Rekl. Hizm. A.Ş.'nin (Erciyes Çay) kuruluşundan itibaren ihale usulüyle çay satışına kısmen devam etmekle beraber bunun dışındaki çay kotasını Erciyes Çay'a faturalamakta, kendisi aktif çay satışı yapmamaktadır. Teşebbüsün cirosunun yaklaşık %(...) 'si Çay-Kur ürünlerinin satışından kaynaklanmaktadır. Teşebbüsün 2008 yılına ait cirosu (.....) TL'dir.

270 Tablo 1'de ortaklık yapısına yer verilen şirketin müdürleri ise şirket hissedarları Kemal Topsakal ve Fügen Topsakal ile şirket hissedarı olmayan Fuat Topsakal'dır. Özdörtler Gıda'nın hem hissedarı hem de müdürü olan Kemal Topsakal aynı zamanda Erciyes Çay'a da ortaktır. Ayrıca Özdörtler Gıda şirket olarak İç Anadolu Çay A.Ş.'nin ortakları arasındadır.

Tablo-1: Özdörtler Gıda'nın Ortaklık Yapısı

Ortağın Adı	Pay Oranı (%)
Kemal Topsakal	90
Fügen Topsakal	10
Toplam	100

### I.2.2. KayÇay Gıda ve İhtiyaç Mad. Ltd. Şti. (Kay Çay Gıda)

280 Çay ve gıda ihtiyaç maddeleri toptan ticareti alanında faaliyet gösteren Kay Çay Gıda, 2004 Mart ayından itibaren Çay-Kur bayiliği yapmaktadır. Teşebbüs, 2004 yılında Erciyes Çay'ın kuruluşundan itibaren aktif çay satışını sona erdirse de Çay-Kur bayiliğine devam etmektedir. Teşebbüsün 2008 yılına ait cirosu (.....) TL'dir.

Kay Çay Gıda şirket olarak İç Anadolu Çay'da hisse sahibi olmakla beraber, Kay Çay Gıda'nın ortaklarından Mehmet Büyüknalbant ve Adem Şahin de Erciyes Çay'da hissedar durumundadırlar.

290 Kay Çay Gıda'nın ortaklık yapısı Tablo 2'de gösterilmiş olup, hissedarların her biri şirketi temsil ve ilzam hakkına sahiptir.

Tablo-2: Kay Çay Gıda'nın Ortaklık Yapısı

Ortağın Adı	Pay Oranı (%)
Mehmet Büyüknalbant	33,3
Adem Şahin	33,3
Emin Danacı	33,3
Toplam	100,0

### I.2.3. Erciyes Çay Gıda ve İht. Mad. San. Tic. Ltd. Şti. (Erciyes Çay)

300 Erciyes Çay, Kay Çay Gıda ile Özdörtler Gıda tarafından 2004 yılında kurulmuş olup, çay ve gıda ihtiyaç maddeleri toptan ticareti alanında faaliyet göstermektedir. Raportörlerce şirket temsilcileri ile yapılan görüşmede belirtildiği üzere şirket, Kayçay Gıda ve Özdörtler Gıda tarafından Çay-Kur'dan aldıkları çayların dağıtımını tek şirket aracılığıyla yapıp dağıtım maliyetini azaltmak, dağıtımda etkinlik sağlamak amacıyla kurulmuş bir ortak girişimdir. Şirket'in kuruluşundan itibaren Kay Çay Gıda bütün çay kotasını Erciyes Çay'a faturalamakta, diğer alıcılara aktif çay satışı yapmamaktadır. Özdörtler Gıda ise ihale usulüyle çay satışına kısmen devam etmekle beraber bunun dışındaki çay kotasını Erciyes Çay'a faturalamakta, kendisi aktif çay satışı yapmamaktadır.

310 Erciyes Çay'ın 2008 yılına ait cirosu (.....) TL'dir. Erciyes Çay Kasım 2008 itibarıyla Çay-Kur'un Kayseri bayii statüsündedir. Erciyes Çay'ın ortaklık yapısına Tablo 3'te yer verilmiş olup, ortakların her biri herhangi bir diğer ortakla birlikte şirketi temsil ve ilzam hakkına sahiptir.

Tablo-3: Erciyes Çay'ın Ortaklık Yapısı

Ortağın Adı	Pay Oranı (%)
Mehmet Büyüknalbant	25
Adem Şahin	25
<i>Kay Çay Gıda Toplam</i>	<i>50</i>
Kemal Topsakal	25
Banu Topsakal	25
<i>Özdörtler Toplam</i>	<i>50</i>
Toplam	100

### I.2.4. İç Anadolu Çay Gıda Pazarlama ve Reklam Hizmetleri San. Tic. A.Ş. (İç Anadolu Çay)

320 İç Anadolu Çay 20.3.2005 tarihinde, Kayseri Bölge Müdürlüğü'ne bağlı olan Kayseri, Sivas, Niğde, Yozgat, Nevşehir, Aksaray illerinde faaliyet gösteren 14 yetkili Çay-Kur bayii tarafından kurulmuş bir reklam ve pazarlama şirkettir. Şirketin kuruluş amaçları şirket ana sözleşmesinde belirtilmiş olup, bunların içinde çay ve çay mamullerini üretmek, faaliyet alanıyla ilgili pazar araştırmaları yapmak, piyasa ve kamuoyu araştırması yapmak; pazarlama, tanıtım, danışmanlık ve halkla ilişkiler hizmetleri vermek; tüketici ambalaj ve tadım tesisleri kurmak; söz konusu malların satıldığı, bulunduğu, sergilendiği, korunduğu, dondurulduğu mekânları düzeltmek; tasnif etmek, temizlemek; malları saymak; satış noktaları oluşturmak; satış noktasına veya tüketiciye ulaşmak amacıyla malların dağıtımını yapmak, yaptırmak; satış noktası yetkilisine ve tüketiciye malların birebir tanıtımını yapmak gibi faaliyetler bulunmaktadır.

330 Şirketin kuruluş amacı geniş belirlenmiş olmasına karşın, önaraştırma döneminde Çay-Kur bayilerinin reklam ve pazarlama faaliyetlerini yürütmek üzere kurulduğu; bu bağlamda marketlerde elemanlarla tadım çalışmaları yapıldığı, birtakım etkinliklerde ücretsiz çay ikram edildiği, Çay-Kur ürünlerinin satışının artırılması amacıyla marketlerde promosyon çalışmaları yapıldığı,

rafların temizlenerek dizayn edildiği, promosyon ürünlerinin sipariş verildiği ve zincir marketlerin siparişlerinin bayiler aracılığıyla tesliminin yapılmasının sağlandığı tespit edilmiştir. İç Anadolu Çay'ın ortaklık yapısına Tablo 4'te yer verilmiştir:

340 Tablo-4: İç Anadolu Çay'ın Ortaklık Yapısı

Ortağın İsmi / Unvanı	Pay Oranı (%)
Kay-Çay Gıda ve İht. Mad. Tic. ve San. Ltd. Şti. (Kayseri)	12,73
Halil Büyüknalbant (Kay Çay Gıda)	0,05
<i>Kay Çay Gıda TOPLAM</i>	<i>12,78</i>
Özdörtler Gıda Tem. Mad. Tic. ve San. Ltd. Şti. (Kayseri)	16,08
Feridun Ecemiş (Niğde)	4,85
Yüksel Aksoy (Sivas)	7,71
Ali Yetkin (Bor - Niğde)	4,85
Bayram Aydın (Aksaray)	3,30
Mehmet Doğanay (Kayseri)	12,78
Tokdemirler Gıda ve İht. Mad. Tic. Ltd. Şti. (Nevşehir)	3,96
Akın Kuruyemiş Tic. ve San. A.Ş. (Sivas)	7,49
Coşkun Gıda Tekel Ür. ve Tem. Mad. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Yozgat)	7,93
Öznurlar Gıda Tar. Hay. Pet. Ür. Taş. Otom. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Sorgun - Yozgat)	6,83
Nurlular Gıda ve İht. Mad. Paz. Ltd. Şti. (Nevşehir)	3,96
Akgüller Tic. ve San. Koll. Şti. (Sivas)	7,49
Toplam	100,00

2008 yılına ait cirosu (.....) TL olan İç Anadolu Çay'ın yönetim kuruluna Tablo 5'te yer verilmiştir:

Tablo-5: İç Anadolu Çay'ın Yönetim Kurulu

Unvanı	İsmi	Bayi Unvanı
Başkan	Kemal Topsakal	Özdörtler / Erciyes Çay - Kayseri
Başkan Yardımcısı	Ekrem Nurlu	Nurlular – Nevşehir
Başkan Yardımcısı	Nuri Akgül	Akgüller – Sivas

İç Anadolu Çay türü reklam ve pazarlama şirketi yapılanması sadece Çay-Kur'un Kayseri Bölge Müdürlüğü'ne bağlı bayiliklere özgü bir girişim olmayıp, Türkiye'deki diğer Çay-Kur Bölge Müdürlüklerinin bulunduğu şehirlerde de benzeri şirketler mevcuttur. Bu şirketler ve şirket merkezleri, Ankaçay A.Ş. (Ankara), Özüm Ege Çay A.Ş. (İzmir), Güneydoğu Çay A.Ş. (Malatya), İç Anadolu Çay A.Ş. (Kayseri), Doğu Akdeniz Çay A.Ş. (Mersin), Ye-Kar Çay A.Ş. (Rize), Özde Karadeniz Çay A.Ş. (Samsun), Doğu Anadolu Çay A.Ş. (Erzurum)'dir.

### 1.2.5. Anka Çay Dağ. ve Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (Anka Çay)

Çay-Kur Ankara Bölge Müdürlüğüne bağlı olarak Ankara, Afyonkarahisar, Antalya, Bolu, Burdur, Çankırı, Eskişehir, Isparta, Kastamonu, Kırşehir, Konya, Kütahya, Zonguldak, Kırıkkale, Bartın ve Karabük illerinde faaliyette bulunan bayiler tarafından kurulan Anka Çay'ın ortaklık yapısı ve yönetim kuruluna Tablo 6 ve 7'de yer verilmiştir:



Tablo-6: Anka Çay'ın Ortaklık Yapısı

Ortağın İsmi / Unvanı	Pay Oranı (%)
Özgimat Gıda Paz. San. ve Tic. A.Ş. (Ankara)	43,09
Dempaş A.Ş. (Antalya)	6,50
Tarcanlar Gıda ve İht. Mad. Tic. ve San. A.Ş. (Eskişehir)	3,66
Duru Paz. Tic. ve San. A.Ş. (Antalya)	3,28
Pusuluk Gıda San. Ltd. Şti. (Konya)	3,12
APS Gıda En. Kim. Tar. San. ve Tic. A.Ş. (Konya)	3,12
Seyhan Sözen / APS / Pusuluk (Konya)	2,74
<i>APS Toplam</i>	<i>8,98</i>
Özbak Gıda ve İht. Mad. San. Tic. A.Ş. (Afyonkarahisar)	2,90
Arma Gıda San. Tic. Ltd. Şti. (Konya)	2,74
Başak Gıda ve Day. Tük. Mam. Tic. Paz. Ltd. Şti. (Burdur)	2,74
Gürberk İlet. Gıda ve İht. Mad. Paz. Tic. Ltd. Şti. (Kastamonu)	2,19
Ürgenler Gıda Paz. Tic. ve San. Ltd. Şti. (Kırıkkale)	1,86
Yeni Selenler Gıda Paz. San. Tic. Ltd. Şti. (Kırıkkale)	1,75
Göker Gıda ve İht. Mad. Tic. San. A.Ş. (Kütahya)	1,75
Beyhanlar Gıda İht. Mad. Maden İnş. Tur. San. Tic. A.Ş. (Kütahya)	1,75
Ahmet Kunduracı (Tavşanlı – Kütahya)	1,75
Aydın Gıda İht. Mad. Ltd. Şti. (Isparta)	1,64
Oktayer Gıda Mad. Tic. San. A.Ş. (Eskişehir)	1,64
Serkan Gıda Mad. Paz. Tic. ve San. Ltd. Şti. (Eskişehir)	1,42
Zekai Kamitoğlu / Emniyet Ticaret (Çaycuma – Zonguldak)	1,42
Burhan Toptan (Zonguldak)	1,37
Gülce Gıda Tur. İnş. İht. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Ankara)	1,09
Şükrü Yılmaz (Tavşanlı – Kütahya)	1,09
Baştek Tekel ve Gıda Mad. Dağ. Paz. A.Ş. (Bolu)	0,93
Canpek Gıda İnş. Hay. Üre. San. ve Tic. Paz. Ltd. Şti. (Çankırı)	0,82
Mizan Paz. Koll. Şti. Halil Çelen ve Ortakları (Bartın)	0,76
İsmet Çoban (Kırşehir)	0,60
Recep Ketenci / Ketenci Ticaret (Karabük)	0,60
Ramazan Işık / Işık Gıda San. Tic. Ltd. Şti. (Karabük)	0,54
Üçyıldız Tar. Ürü. Paz. ve Tic. Ltd. Şti. (Bartın)	0,54
Ferhat Köroğlu / İkiler Gıda San. Tic. Ltd. Şti. (Karabük)	0,60
Örnek İht. Gıda Mad. Tic. San. A.Ş. (Kırşehir)	0,54
Toplam	100,00

Tablo-7: Anka Çay'ın Yönetim Kurulu

Unvanı	İsmi	Bayi Unvanı
Başkan	Kemal Cırav	Özgimat – Ankara
Başkan Yardımcısı	Levent Kırman	Özgimat – Ankara
Murahhas Üye	Seyhan Sözen	APS / Pusuluk – Konya
Üye	Zekai Kamitoğlu	Emniyet Ticaret – Zonguldak
Üye	Gökalp Dinçmen	Dempaş - Antalya

### I.2.6. Güneydoğu Çay Gıda Paz. Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (Güneydoğu Çay)

Çay-Kur Malatya Bölge Müdürlüğüne bağlı olarak Diyarbakır, Adıyaman, Bingöl, Bitlis, Elazığ, Malatya, Mardin, Siirt, Tunceli, Şanlıurfa, Batman ve Şırnak illerinde faaliyette bulunan bayiler tarafından kurulan Güneydoğu Çay'ın ortaklık yapısı ve yönetim kuruluna Tablo 8 ve 9'da yer verilmiştir:

Tablo-8 Güneydoğu Çay'ın Ortaklık Yapısı

Ortağın İsmi / Unvanı	Pay Oranı (%)
Nusret Hamurcu / Hamurcuoğlu Gıda (Adıyaman)	8,0
Entar Gıda İnş. Ltd. Şti. (Bingöl)	3,5
Mustafa Tunç / Tunç Ticaret (Bingöl)	3,5
Edip Tüccaroğlu / Onur Ticaret (Bitlis)	3,0
Baş Tur. İnş. A.Ş. (Bitlis)	1,5
Fuat Kolsuz / Baktat Ticaret (Diyarbakır)	7,0
Mehmet Şah Yüksel / Yüksel Tic. (Diyarbakır)	4,0
Elaçay Paz. San. ve Ltd. Şti. (Elazığ)	6,5
Öztiryaki Gıda Ltd. Şti. (Elazığ)	8,0
Mehmet İncidelen / Yeni Harput Tic. (Elazığ)	6,5
Mehmet Çelenay / Avrupa Ticaret (Malatya)	13,5
Diriler Gıda Ltd. Şti. (Malatya)	13,5
Ülke Gıda Ltd. Şti. (Malatya)	10,0
Burç Gıda Ltd. Şti. (Mardin)	0,5
Zekeriya Acar (Siirt)	1,5
Hamut Kırboğa / Kırboğa Ticaret (Şanlıurfa)	1,0
Zeynel Açıkgöz (Tunceli)	3,0
Has-Ak Gıda Ltd. Şti. (Batman)	4,5
İlhan Kardeşler Gıda Ltd. Şti. (Şırnak)	1,0
Toplam	100,0

Tablo-9: Güneydoğu Çay'ın Yönetim Kurulu

Unvanı	İsmi	Bayi Unvanı
Başkan	Fehmi Diri	Diriler Gıda – Malatya
Başkan Yardımcısı	Mehmet İncidelen	Yeni Harput Tic. – Elazığ
Üye	Mehmet Çelenay	Avrupa Ticaret – Malatya
Üye	Zeynel Açıkgöz	Tunceli
Üye	Mehmet Şah Yüksel	Yüksel Ticaret - Diyarbakır

### I.2.7. Doğu Anadolu Çay Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (Doğu Anadolu Çay)

Çay-Kur Erzurum Bölge Müdürlüğüne bağlı olarak Erzurum, Ağrı, Erzincan, Hakkari, Kars, Muş, Van, Bayburt, Ardahan ve Iğdır illerinde faaliyette bulunan bayiler tarafından kurulan Doğu Anadolu Çay'ın ortaklık yapısı ve yönetim kuruluna Tablo 10 ve 11'de yer verilmiştir:

Tablo-10: Doğu Anadolu Çay'ın Ortaklık Yapısı

Ortağın İsmi / Unvanı	Pay Oranı (%)
Taşdemir Tek. ve Tic. Ltd. Şti. (Patnos Ağrı)	2,82
Gürsel İnş. İth. İhr. Tic. ve San. Ltd. Şti. (Ağrı)	2,82
Ali Kaya	2,82
Hasyılmazlar İnş. İth. İhr. Tic. San. Ltd. Şti. (Ağrı)	2,82
Ataş Tük. Mal. Paz. ve San. A.Ş. (Erzincan)	5,90
Ömer Yakup Müezzinoğlu /Müezzinoğlu Tic. (Erzincan)	5,90
Öz Denizli Gıda Ltd. Şti. (Erzurum)	15,90
Serçay Gıda Ltd. Şti. (Erzurum)	15,90
Menka Gıda Paz. San. Ltd. Şti. (Yüsekova – Hakkari)	0,51
Birçay Gıda Ltd. Şti. (Kars)	5,64
Öznur Tanyıldız / Tanyıldız Gıda (Kars)	5,64
Kemal Güner / Güner Ticaret (Bulanık – Muş)	1,53
Aktuna İnş. Elekt. San. Dış Tic. Ltd. Şti. (Muş)	2,05
Yekeler Gıda Tic. ve San. Ltd. Şti. (Van)	5,38
Derya İletişim Gıda İth. İhr. Ltd Şti. (Van)	5,13
<i>Yekeler Gıda Toplam</i>	<i>10,51</i>
Hasan Bakıncı / Çelebioğlu Ticaret (Erciş Van)	3,85
Bayçay Gıda Ltd Şti. (Bayburt)	5,13
Ardahan Çay Gıda Ltd. Şti. (Ardahan)	5,90
Muhtar Aras / Aras Ticaret (İğdir)	4,36
Toplam	100,00

Tablo-11: Doğu Anadolu Çay'ın Yönetim Kurulu

Unvanı	İsmi	Bayi Unvanı
Başkan	Afkan Yeke	Yekeler Gıda / Derya – Van
Başkan Yardımcısı	Ömer Yakup Müezzinoğlu	Müezzinoğlu Tic. – Erzincan
Başkan Yardımcısı	Talip Denizli	Öz Denizli Gıda – Erzurum
Başkan Yardımcısı	Enver Taşdemir	Taşdemir – Patnos Ağrı
Başkan Yardımcısı	Muhtar Aras	Aras Ticaret – İğdir

410

### I.2.8. Marmara Çay Gıda Paz. ve Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (Marmara Çay)

Çay-Kur İstanbul Bölge Müdürlüğüne bağlı olarak İstanbul, Bilecik, Bursa, Edirne, Kırklareli, Kocaeli, Sakarya, Tekirdağ, Yalova ve Düzce illerinde faaliyette bulunan bayiler tarafından kurulan Marmara Çay'ın ortaklık yapısı ve yönetim kuruluna Tablo 12 ve 13'te yer verilmiştir:

420

430

Tablo-12: Marmara Çay'ın Ortaklık Yapısı

Ortağın İsmi / Unvanı	Pay Oranı (%)
Anadolu Gıda Dağ. San. ve Tic. A.Ş. (İstanbul)	15,32
Seymen Seymenoğlu / Anadolu Gıda (İstanbul)	0,06
<i>Anadolu Gıda Toplam</i>	<i>15,38</i>
Ana Gıda Dağ. Paz. A.Ş. (İstanbul)	15,32
Avrasya Gıda ve İht. Mad. Paz. Ltd. Şti. (İstanbul)	10,93
Birleşim Gıda Tic. A.Ş. (İstanbul)	15,32
Beylik Çay Dağ. San. Tic. Paz. A.Ş. (İstanbul)	15,32
Çaycılar Gıda Paz. San. ve Tic. A.Ş. (İstanbul)	7,79
Kırımlı Gıda Mad. Ür. ve Paz. Tic. Ltd. Şti. (Tekirdağ)	1,33
Özcebeli Gıda San. ve Tic. A.Ş. (Lüleburgaz – Kırklareli)	0,68
Mustafa Kerami Mercan / Mercan Ticaret (Keşan – Edirne)	0,82
Marmara Gıda Mad. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Edirne)	0,82
Saruhanlar Tic. Gıda Nakl. İnş. San. Paz. ve Tic. Ltd. Şti. (Yalova)	1,64
Ahmet Yavuz / YVZ Gıda San. Tic. Ltd. Şti. (Gebze – İzmit)	3,76
Kalyoncular Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti. (İzmit)	1,92
Yıldırım Çay Şeker Gıda Paz. San Tic. Ltd. Şti. (İzmit)	1,92
Celiloğlu Gıda ve Tar. Ür. Paz. İnş. Taah. Tic. Ltd. Şti. (Düzce)	0,68
Bilçay Gıda San. Tic. Ltd. Şti. (Bilecik)	0,03
Çaysan Doğu Karadeniz Çay Enteg. San. A.Ş.	1,00
Altıyıldız Toptan Gıda San. Tic. Ltd. Şti. (Osmangazi – Bursa)	5,34
Toplam	100,00

Tablo-13: Marmara Çay'ın Yönetim Kurulu

Unvanı	İsmi	Bayi Unvanı
Başkan	Seymen Seymenoğlu	Anadolu Gıda – İstanbul
Başkan Yardımcısı	Remzi Tecer	Beylik Çay – İstanbul
Üye	Mustafa Akkılıç	Ana Gıda – İstanbul
Üye	Rahmi Özkırım	Kırımlı Gıda – Tekirdağ
Üye	İsmail Hakkı Kakşi	Çaycılar Gıda – İstanbul
Üye	Haluk Güllülü	Altıyıldız – Bursa
Üye	Recep Mete	Anadolu Gıda – İstanbul
Üye	Aydın Bahadır	Birleşim Çay – İstanbul
Üye	Ali Eyüpoğlu	Avrasya Gıda - İstanbul

440

### I.2.9. Özüm Ege Çay Gıda Paz. ve Basın Yayın Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (Özüm Ege Çay)

Çay-Kur İzmir Bölge Müdürlüğüne bağlı olarak İzmir, Aydın, Balıkesir, Çanakkale, Denizli, Manisa, Muğla ve Uşak illerinde faaliyette bulunan bayiler tarafından kurulan Özüm Ege Çay'ın ortaklık yapısı ve yönetim kuruluna Tablo 14 ve 15'te yer verilmiştir:

450

Tablo-14: Özüm Ege Çay'ın Ortaklık Yapısı

Ortağın İsmi / Unvanı	Pay Oranı (%)
Aydınçay Gıda Ltd. Şti. (Söke – Aydın)	1,91
Özşahinler Gıda Tar. Ltd. Şti. (Aydın)	1,99
Efeçay Gıda Tur. Ltd. Şti. (Aydın)	2,30
Denkaş Gıda Mad. Ltd. Şti. (Nazilli – Aydın)	1,91
Sami Tuna / Tuna Ticaret Ltd. Şti. (Bandırma – Balıkesir)	2,30
Mustafa Kelemençe / Osman Kelemençe ve Oğulları (Balıkesir)	3,52
Selvi Gıda San. Ltd. Şti. (Gönen – Balıkesir)	2,60
Seypa Gıda İht. Mad. A.Ş. (Balıkesir)	3,52
Hikmet Ağaoğlu / Remzi Çakar ve Ortakları (Balıkesir)	4,97
Özler Tur. Gıda A.Ş. (Çan – Çanakkale)	3,13
Kale Gıda San. A.Ş. (Çanakkale)	2,45
Çankaya Gıda San. Ltd. Şti. (Denizli)	4,60
Ekmel Mot. Mak. Malz. A.Ş. (Gümüşler – Denizli)	4,20
Dençay Şek. Gıda Ltd. Şti. (Denizli)	4,20
Kaşıkcılar Koll. Şti. (Eşrefpaşa – İzmir)	3,36
Suat Özyaman / Bençay Gıda San. Tic. Ltd. Şti. (Yenişehir – İzmir)	5,43
Ali Gönen / Gönen Kuru Kahve (Yenişehir – İzmir)	5,43
Şenyerli Gıda Ltd. Şti. (Yenişehir – İzmir)	5,43
Hamza Aydoğan / Aypa Gıda San. Tic. Ltd. Şti. (Yenişehir – İzmir)	5,43
Nizamettin Aydın / Karşıyaka Ticaret (Yenişehir – İzmir)	4,20
Çay-Pa Gıda Hayv. Ltd. Şti. (Bornova – İzmir)	5,73
Savaşır Gıda San. Ltd. Şti. (Manisa)	4,66
Ünal Pehlivan / Pehlivan Ticaret (Manisa)	4,66
Hasan Ok / Özlem Ticaret (Manisa)	4,66
Ferhat Helvacıoğlu / Helvacıoğlu Ticaret (Milas – Muğla)	1,60
Muteksan Tur. Tek. Ltd. Şti. (Yatağan – Muğla)	1,37
Kocaoğlu Gıda Ltd. Şti. (Uşak)	2,22
Gülka İht. Mad. Ltd. Şti. (Uşak)	2,22
Toplam	100,00

Tablo-15: Özüm Ege Çay'ın Yönetim Kurulu

Unvanı	İsmi	Bayi Unvanı
Başkan	Suat Özyaman	Bençay – İzmir
Başkan Yardımcısı	Ali Gönen	Gönen Kuru Kahve – İzmir
Başkan Yardımcısı	Mustafa Akkuş	Ekmel – Denizli
Üye	Y. Cemal Edincikli	Şenyerli – İzmir
Üye	Ünal Pehlivan	Pehlivan Ticaret – Manisa
Üye	Kaya Üzen	Kale Gıda – Çanakkale
Üye	Ahmet Selvi	Selvi Gıda – Gönen Balıkesir

460

### I.2.10. Doğu Akdeniz Çay Paz. ve Gıda Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (Doğu Akdeniz Çay)

Çay-Kur Mersin Bölge Müdürlüğüne bağlı olarak Mersin, Adana, Gaziantep, Hatay, Kahramanmaraş, Karaman ve Osmaniye illerinde faaliyette bulunan bayiler tarafından kurulan Doğu Akdeniz Çay'ın ortaklık yapısı ve yönetim kuruluna Tablo 16 ve 17'de yer verilmiştir:

470

Tablo-16: Doğu Akdeniz Çay'ın Ortaklık Yapısı

Ortağın İsmi / Unvanı	Pay Oranı (%)
Lonca Gıda Paz. A.Ş. (Adana)	11,77
Yiğitöl Gıda Tar. Nakl. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Kozan – Adana)	4,90
Levent Süt San. ve Tic. Ltd. Şti. (Gaziantep)	1,33
Ali Gürocağ / Ocakoğlu Ticaret (İsrahiye – Gaziantep)	0,43
Bayram Akdalğ / Bereket Ticaret (Antakya – Hatay)	2,43
Hüseyin Soylu / Soylu Çaykur Bayii (Dörtöl – Hatay)	3,10
Kaçar Gıda Mad. Trak. ve Kom. Otelc. Tic. Ltd. Şti. (Antakya – Hatay)	2,43
Mehmet Sarıkaya / Deniz Pazarlama (İskenderun)	3,10
Güneş Gıda Paz. İth. İhr. İnş. Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti. (İskenderun)	3,33
Var-Yağ Varlıbaşlar İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Kırıkhan – Hatay)	2,67
Hak Tic. İnş. Malz. Paz. Ltd. Şti. (Kırıkhan – Hatay)	2,67
Panel Dağ. İht. Mad. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Mersin)	12,73
Erdem Bakk. Gıda Tem. Mad. Kozm. Züc. İm. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Mersin)	10,00
Oğuzberk Gıda Bakk. Hub. Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Mersin)	10,00
Okan Akmansoy / Akmansoy Ticaret (Kahramanmaraş)	8,90
Keçebir Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti. (Elbistan – Kahramanmaraş)	6,67
Can Gıda Tic. Ltd. Şti. (Kadirli – Osmaniye)	4,00
3 KA Paz. Gıda İnş. Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Seyhan – Adana)	6,43
Şaban Ermut / Güvenal Toptan Bakk. (Karaman)	3,11
Toplam	100,00

Tablo-17: Doğu Akdeniz Çay'ın Yönetim Kurulu

Unvanı	İsmi	Bayi Unvanı
Başkan	Mehmet Kemal Varat	Panel Dağıtım – Mersin
Başkan Yardımcısı	Yusuf Kaçar	Kaçar Gıda – Antakya Hatay
Başkan Yardımcısı	Celal Kaldırım	Hak Ticaret – Kırıkhan Hatay
Üye	Hıdır Güneş	Güneş Gıda – İskenderun Hatay
Üye	Şaban Ermut	Güvenal - Karaman

### I.2.11. Yeşil Karadeniz Çay Paz. ve Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (Ye-Kar Çay)

480

Çay-Kur Rize Bölge Müdürlüğüne bağılı olarak Rize, Artvin, Giresun, Gümüşhane ve Trabzon illerinde faaliyette bulunan bayiler tarafından kurulan Ye-Kar Çay'ın ortaklık yapısı ve yönetim kuruluna Tablo 18 ve 19'da yer verilmiştir:

490

500 Tablo-18: Ye-Kar Çay'ın Ortaklık Yapısı

Ortağın İsmi / Unvanı	Pay Oranı (%)
Hilmi Akın / Akın Ticaret (Artvin)	5,78
Mehmet Seyfettin Kapucu (Hopa / Artvin)	4,05
Türkan Yılmaz / Başak Ticaret (Artvin)	5,78
Kemal Vanlı / Vanlı Ticaret (Rize)	1,59
İbrahim Vanlı / Vanlı Ticaret (Rize)	1,59
<i>Vanlı Ticaret Toplam</i>	<i>3,18</i>
Necati Erten / Karadeniz Çay Paz. (Çayeli)	3,18
Ma-Ko Gıda Ltd.Şti. (Rize)	6,94
Hasan Çakırmelikoğlu / Sultan Gıda (Giresun)	6,16
Emrullah Çakırmelikoğlu / Sultan Gıda (Giresun)	6,16
Şuvayip Çakırmelikoğlu / Sultan Gıda (Giresun)	6,16
<i>Sultan Gıda San. ve Tic. A.Ş. Toplam</i>	<i>18,48</i>
Şefik Zehir / Zehirler Gıda Mad. Dağ. Paz. ve Tic. Ltd. Şti. (Bulancağ / Giresun)	13,30
Aykent Gıda Paz. Tic. Ltd. Şti. (Gümüşhane)	6,94
Yılmaz Büyükkaydın / Alemdar Gıda (Trabzon)	17,92
Abdullah Öztürk / Sahil Pazarlama (Trabzon)	14,45
Toplam	100,00

Tablo-19: Ye-Kar Çay'ın Yönetim Kurulu

Unvanı	İsmi	Bayi Unvanı
Başkan	Necati Erten	Karadeniz Çay Paz. – Çayeli
Başkan Yardımcısı	Yılmaz Büyükkaydın	Alemdar Gıda – Trabzon
Başkan Yardımcısı	Abdullah Öztürk	Sahil Pazarlama – Trabzon
Üye	Emrullah Çakırmelikoğlu	Sultan Gıda – Giresun
Üye	Şefik Zehir	Zehirler Gıda – Giresun
Üye	Hasan Kotil	Ma-Ko Gıda – Rize
Üye	Kemal Vanlı	Vanlı Ticaret - Rize

### I.2.12. Özde Karadeniz Çay Gıda Paz. ve Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (Özde Karadeniz Çay)

510 Çay-Kur Samsun Bölge Müdürlüğüne bağlı olarak Samsun, Amasya, Çorum, Ordu, Sinop ve Tokat illerinde faaliyette bulunan bayiler tarafından kurulan Özde Karadeniz Çay'ın ortaklık yapısı ve yönetim kuruluna Tablo 20 ve 21'de yer verilmiştir:

530 Tablo-20: Özde Karadeniz Çay'ın Ortaklık Yapısı

Ortağın İsmi / Unvanı	Pay Oranı (%)
Samsun Çay Gıda Paz. Ltd. Şti. (Samsun)	8,88
Güdül Kardeşler Gıda San. ve Tic. A.Ş. (Samsun)	8,88
Gürsoy Gıda Mad. Tic. A.Ş. (Samsun)	8,88
Özer Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti. (Samsun)	8,88
Nam-Çek Gıda Tic. ve San. Ltd. Şti. (Amasya)	6,70
Dayı Tic. Gıda Mad. Nakl. Oto. Eml. San. Tic. Ltd. Şti. (Merzifon – Amasya)	6,70
Karslıoğlu İht. Mad. Tic. A.Ş. (Çorum)	8,15
İçim İht. Mad. Ve Gıda San. Tic. Ltd. Şti. (Çorum)	8,15
Hüseyin Akyol / Akyol Ticaret (Ordu)	4,53
Altaş Gıda Teks. Paz. İç ve Dış Tic. A.Ş. (Ordu)	4,90
Muharrem Demircan / Velioğlu Gıda İnş. Nakl. İlet. Kuy. İç Ve Dış Tic. Ltd. Şti. (Ayancık – Sinop)	3,07
Ünlü Kard. Gıda ve İht. Mad. Paz. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Boyabat – Sinop)	2,54
Çopuroğlu Gıda ve İht. Mad. Ltd. Şti. (Tokat)	5,25
Espa Gıda Mad. Paz. ve Tar. İşl. San. Tic. Ltd. Şti. (Tokat)	5,43
Hüseyin Genç / Genç Ticaret (Tokat)	4,16
Yamaner Gıda Nakl. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Ordu)	4,90
Toplam	100,00

Tablo-21: Özde Karadeniz Çay'ın Yönetim Kurulu

Unvanı	İsmi	Bayi Unvanı
Başkan	Mahmut Gürsoy	Samsun Çay - Samsun
Başkan Yardımcısı	Osman Esin	Espa Gıda – Tokat
Üye	Şevket Yamaner	Yamaner Gıda – Ordu
Üye	Muharrem Demircan	Velioğlu Gıda Ayancık – Sinop

### I.2.13. Çaytaş Gıda Paz. ve Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (ÇAYTAŞ)

540 Çay-Kur Bölge Müdürlüklerinin bulunduğu şehirlerde kurulan Anka Çay (Ankara), Marmara Çay (İstanbul), Özüm Ege Çay (İzmir), Güneydoğu Çay (Malatya), İç Anadolu Çay (Kayseri), Doğu Akdeniz Çay (Mersin), Ye-Kar Çay (Rize), Özde Karadeniz Çay (Samsun), Doğu Anadolu Çay (Erzurum); kendi aralarında birleşerek, uygulayacakları pazarlama ve satış destek stratejilerini belirlemek ve her bölge için yapılması gerekli çalışmaları Çay-Kur ilkeleri doğrultusunda yapabilmek için Aralık 2005'te ÇAYTAŞ'ı kurmuşlar ve Türkiye genelindeki organizasyonel yapılanmalarını tamamlamışlardır.

ÇAYTAŞ'ın kuruluş amacı ÇAYTAŞ Yönetim Kurulu Başkanı Seymen Seymenoğlu tarafından pazarın özel sektör rekabetine açılmasının ardından Çay-Kur'un pazar payı kaybetmeye başlaması üzerine, Çay-Kur'un pazar payını kaybetmesini önlemek ve rakiplerle daha etkin rekabet edebilmeye yönelik çalışmalar yapmak olarak açıklanmıştır.

550

ÇAYTAŞ'ın 2008 yılı cirosu (.....) TL olup, ortaklık yapısı ve yönetim kuruluna Tablo 22 ve 23'te yer verilmiştir.



Tablo-22: ÇAYTAŞ'ın Ortaklık Yapısı

Hissedarın Unvanı	Hisse Oranı (%)
Anka Çay Dağ. ve Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş.	23
Güneydoğu Çay Gıda Paz. Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş.	4
Doğu Anadolu Çay Rekl. ve Tanıtım Tic. Paz. A.Ş.	4
Marmara Çay Gıda Paz. ve Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş.	32
Özümege Çay Gıda Paz. ve Basın Yayın Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş.	16
İç Anadolu Çay Gıda Paz. ve Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş.	6
Doğu Akdeniz Çay Paz. ve Gıda Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş.	5
Ye-Kar Yeşil Karadeniz Çay Paz. ve Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş.	3
Özde Karadeniz Çay Gıda Paz. ve Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş.	6
Çaysan Doğu Karadeniz Çay Entegre San. A.Ş. (Çay-Kur İştiraki)	1
TOPLAM	100

560 Tablo-23: ÇAYTAŞ'ın Yönetim Kurulu

UNVANI	İSMİ	TEŞEBBÜS
Başkan	Seymen Seymenoğlu	Marmara Çay A.Ş. Yön. Kur. Bşk.
Başkan Yardımcısı	Şinasi Erdönmez	Anka Çay A.Ş. Yön. Kur. Bşk.
Üye	Suat Özyaman	Özüm Ege Çay A.Ş. Yön. Kur. Bşk.
Üye	Kemal Topsakal	İç Anadolu Çay A.Ş. Yön. Kur. Bşk.
Üye	Mahmut Gürsoy	Özde Karadeniz Çay A.Ş. Yön. Kur. Bşk.
Üye	Mehmet Kemal Varat	Doğu Akdeniz Çay A.Ş. Yön. Kur. Bşk.
Üye	Fehmi Diri	Güneydoğu Çay A.Ş. Yön. Kur. Bşk.
Üye	Afkan Yeke	Doğu Anadolu Çay A.Ş. Yön. Kur. Bşk.
Üye	Necati Erten	Yeşil Karadeniz Çay A.Ş. Yön. Kur. Bşk.

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

#### I.3.1. Şikâyete Konu Uygulamanın Değerlendirilmesi

570 Şikâyet konusu Kayseri ilindeki Çay-Kur bayilerinin çay satış ve dağıtım faaliyetini, bir araya gelerek kurdukları Erciyes Çay aracılığıyla yaptıkları, Erciyes Çay'ın Çay-Kur'un verdiği indirimleri müşterilerine yansıtmadığı ve bu durum nedeniyle müşterilerin mağdur olduğudur. Yapılan ilk incelemede, Kayseri'deki Çay-Kur bayilerinin Erciyes Çay unvanlı değil, İç Anadolu Çay unvanlı bir ortaklık kurdukları bilgisine ulaşılmıştır.

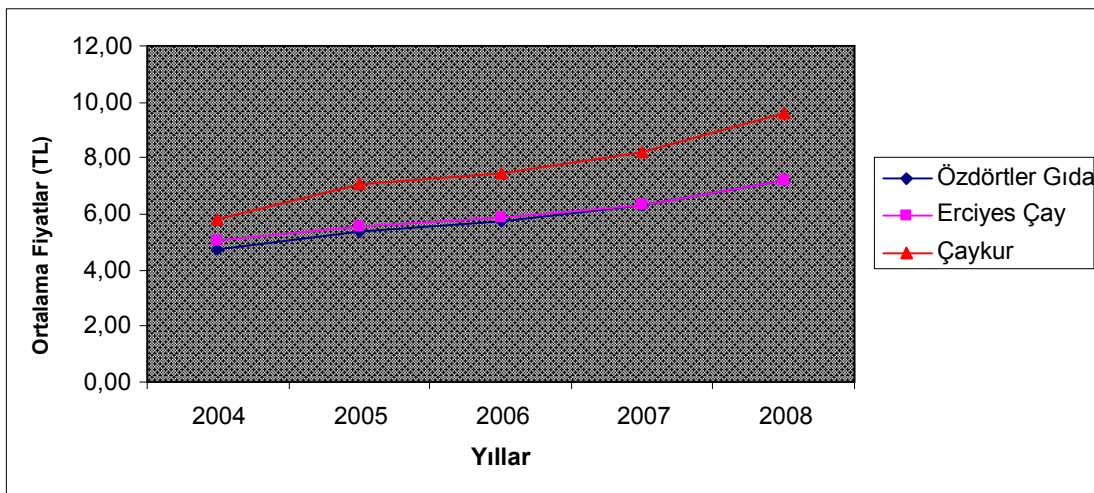
İlk inceleme sürecinde İç Anadolu Çay'ın faaliyet alanının Kayseri'yle sınırlı olmadığı, Nevşehir, Niğde, Sivas, Yozgat ve Aksaray illerini de kapsadığı bilgisine ulaşılmış ve benzer yapılanmaların Kayseri dışında pek çok ilde daha gerçekleştirildiği ve bu türden şirketlerin sayısının günümüz itibarıyla dokuza ulaştığı tespit edilmiştir.

580 13.4.2009 tarih ve 09-14/303-M sayılı Kurul Kararı uyarınca yürütülen önaraştırma sürecinde incelemeye konu İç Anadolu Çay'ın çay satış ve dağıtım işi ile iştigal etmediği ve Çay-Kur ürünlerinin tanıtım ve promosyonunun bayilerin her biri tarafından ayrı ayrı yapılması yerine tek elden yapılmasını sağlamak için kurulmuş bir şirket olduğu tespit edilmiştir. Şikâyet başvurusunda adı geçen Erciyes Çay'ın ise Çay-Kur'un Kayseri bayileri olan Özdörtler Gıda ve Kay Çay Gıda ortaklığı ile kurulmuş bir şirket olduğu ve Çay-Kur ürünlerinin satış ve dağıtımını yaptığı anlaşılmıştır. Erciyes Çay 2004 yılında kurulmuştur. Erciyes Çay'ın kurulmasının ardından Kay Çay

590 Gıda çay satış ve dağıtım işinden çekilmiştir. Buna rağmen Kay Çay Gıda'nın Çay-Kur bayiliği statüsü halen devam etmekte, ancak bayi kotasının tamamını Erciyes Çay'a fatura etmektedir. Özdörtler Gıda ise sadece ihale usulü ile talep eden müşteriler veya satın aldığı diğer ürünlerin yanında çayı da Özdörtler Gıda'dan temin etmek isteyen müşteriler dışında Çay-Kur ürünlerini satmamaktadır. Öte yandan Kayseri'de Çay-Kur bayiliği yapan diğer bir teşebbüs Be-So-To Gıda Sanayi Ltd. Şti.'nin (Be-So-To Gıda) Çay-Kur bayiliğinin sahte teminat mektubu sunması ve borçlarını ödeyemez duruma gelmesi gerekçeleriyle 31.10.2008 tarihinde sona erdirildiği anlaşılmıştır. Kayseri'de Çay-Kur bayii sayısının ikiye düşmesi üzerine, Erciyes Çay Kasım 2008'de Çay-Kur bayiliğine başlamıştır.

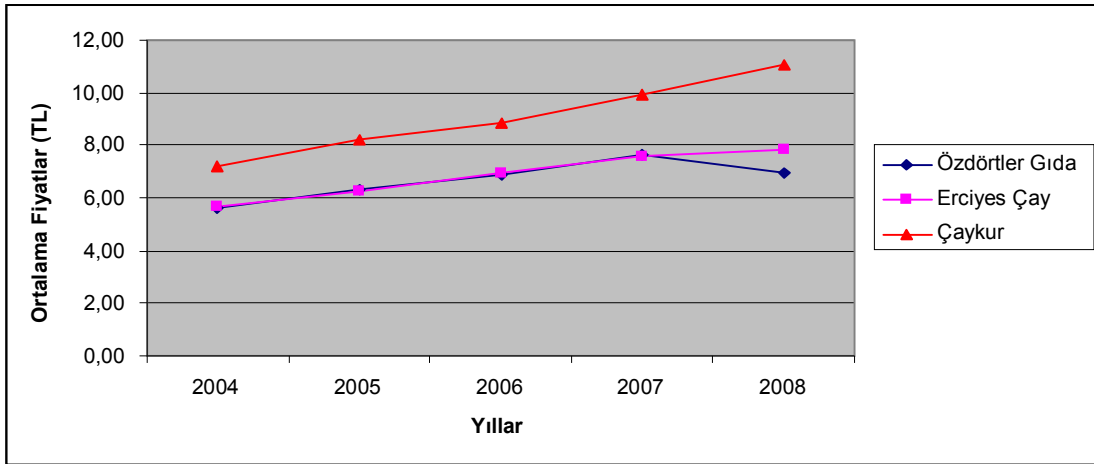
600 Şikayetçinin iddia ettiği üzere Çay-Kur'un verdiği indirimlerin uygulanmamasına ilişkin olarak yapılan incelemede teşebbüslerin bu yönde bir eylemi olduğu tespit edilememiştir. Bayi yetkilileri ile Raportörlerce yapılan görüşmelerden indirim oranlarının miktar bazlı belirlendiğinin, aynı miktarda ürün alan herkese aynı oranda indirimin uygulandığının ve piyasa koşullarının gereğine göre daha fazla indirim de yapılabildiğinin belirtildiği anlaşılmıştır. Bu noktada önemli olan husus, Erciyes Çay'ın kurulmasından önce ve sonra bayilerin uyguladıkları fiyatlarla Çay-Kur'un önerdiği fiyatlar arasında nasıl bir ilişki olduğudur. Bu nedenle 2004 yılından itibaren bayiler tarafından en çok satılan üç Çay-Kur ürününün<sup>1</sup> fiyatlarının Çay-Kur tarafından önerilen liste fiyatlarına göre ne yönde değiştiği incelenmiştir. Çay-Kur'un yayımlanmış olduğu liste fiyatları ve bayilerin aylık ortalama satış fiyatları karşılaştırılarak fiyatların Erciyes Çay'ın kurulmasından sonraki seyrine aşağıdaki grafiklerde yer verilmiştir. Bu noktada önaraştırma kapsamında gerçekleştirilen yerinde incelemelerde Çay-Kur bayiliği Ekim 2008'de iptal edilen Be-So-To Gıda adresinde bulunamadığından, anılan teşebbüsten geçmişe yönelik aylık ortalama satış fiyatlarının elde edilemediği belirtilmelidir.

620 Grafik 1: Tiryaki Ürününün Çay-Kur ve Bayi Fiyatlarının Seyri

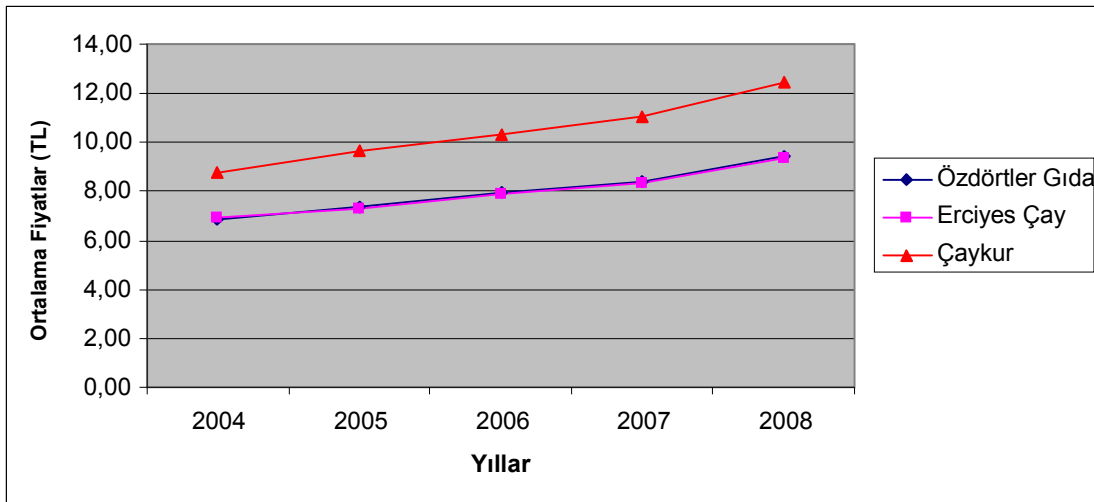


<sup>1</sup> Seçilen ürünler Tiryaki - 1000 gr, Rize Turist – 1000 gr ve Filiz Lüks – 500 gr ürünleridir.

Grafik 2: Rize Turist Ürününün Çay-Kur ve Bayi Fiyatlarının Seyri



Grafik 3: Filiz Lüks Ürününün Çay-Kur ve Bayi Fiyatlarının Seyri



630

Yukarıda yer verilen grafiklerde de görüldüğü üzere Erciyes Çay ve Özdörtler Gıda'nın Tiryaki, Rize Turist ve Filiz Lüks ürünleri için ortalama satış fiyatları Çay-Kur tarafından tavsiye edilen perakende satış fiyatından oldukça düşük seyretmektedir. 2008 yılında Çay-Kur'un tavsiye ettiği satış fiyatı ile bayilerin ortalama satış fiyatları arasındaki farkın 2004 yılı ile kıyaslandığında daha fazla olduğu görülmektedir. Özellikle, Rize Turist ürünü Özdörtler Gıda'nın ortalama satış fiyatı Erciyes Çay'ın ortalama satış fiyatından da düşük gerçekleşmiştir. Teşebbüslerin ortalama satış fiyatlarının incelenmesi sonucunda, bayilerin Çay-Kur'un verdiği indirimleri uygulamadıkları yönünde bir tespite ulaşılamamıştır.

640

Bu bağlamda, şikayet başvurusunda belirtilen Kayseri ilindeki Çay-Kur bayilerinin bir araya gelerek kurdukları Erciyes Çay ile koordinasyon içerisinde Çay-Kur'un verdiği indirimleri uygulamayarak müşterilerini mağdur ettikleri iddiasının gerçek durumu yansıtmadığı kanısına ulaşılmıştır.

### I.3.2. İç Anadolu Çay'ın Hukuki Niteliği

650 1997/1 sayılı Tebliğ'in 2. maddesinin (c) bendine göre, "amaçlarını gerçekleştirmek üzere işgücü ve malvarlığına sahip olacak şekilde bağımsız bir iktisadi varlık olarak ortaya çıkan ve taraflar arasındaki veya taraflarla ortak girişim arasındaki rekabeti sınırlayıcı amacı veya etkisi olmayan ortak girişimler (joint-venture)" birleşme/devralma sayılan hallerden kabul edilmektedir. Bu hüküm doğrultusunda teşebbüsler arası bir işlemin birleşme veya devralma sayılabilmesi için taşıması gereken unsurlar şunlardır:

- Ortak kontrol altında bir teşebbüsün bulunması,
- Ortak girişimin bağımsız bir iktisadi varlık olarak ortaya çıkması,
- 660 - Ortak girişimin, taraflar arasındaki veya taraflarla ortak girişim arasındaki rekabeti sınırlayıcı amacı veya etkisinin olmaması.

İç Anadolu Çay'ın 1997/1 sayılı Tebliğ kapsamında bir devralma olarak değerlendirilebilmesi için yukarıda sayılan unsurların tamamını taşıması gerekmektedir. İç Anadolu Çay'ın ortaklık yapısı incelendiğinde (Tablo-4), şirkete ortak olan Çay-Kur bayilerinin iştiraklerine göre değişik oranlarda pay sahibi oldukları görülmektedir. Örneğin Çay-Kur'un Nevşehir bayii olan Nurlular Gıda'nın İç Anadolu Çay'daki pay oranı %3,96 iken Kay Çay Gıda'nın pay oranı %12,78'dir. Şirket, hissedarlarının tamamı olmadan da karar almak için gerekli olan hukuki çoğunluğu sağlayabilmektedir. Böyle bir yönetim yapısında şirketin ortak kontrol altında olmadığı kanaatine ulaşılmıştır. Bu nedenle diğer unsurları taşıyıp taşımadığından bağımsız olarak İç Anadolu Çay'ın 1997/1 sayılı Tebliğ kapsamında bir ortak girişim olmadığı söylenebilir. Bununla birlikte İç Anadolu Çay, rakiplerin bir alanda işbirliğine gitmek üzere kurduğu bir yapı olması nedeniyle yatay işbirliği anlaşmaları çerçevesinde değerlendirilebilecektir.

Teşebbüsler arasındaki işbirlikleri satın alma, üretim, araştırma-geliştirme veya ticarileştirme gibi alanlarda görülebilmektedir. Taşeronluk (subcontracting), uzmanlaşma (specialization), ticarileştirme (commercialization), Ar-Ge ve teknoloji transferi biçimlerinde ortaya çıkabilen işbirlikleri ağır rekabet sınırlamaları içermedikleri sürece doğrudukları pozitif etkilerin neden oldukları negatif etkileri aştığı varsayılmakta ve bu anlaşmalar muafiyet imkânından yararlanabilmektedir. Nitekim hukukumuzda Ar-Ge ve teknoloji transferi anlaşmaları, ilgili grup muafiyeti tebliğlerinden yararlanabilmekte; ancak uzmanlaşma, taşeronluk ve ticarileştirme anlaşmalarına ilişkin bu tür bir düzenleme bulunmamaktadır.

İç Anadolu Çay Kayseri bölgesindeki Çay-Kur bayilerinin Çay-Kur ürünlerinin tanıtımının ve promosyonunun yapılması amacıyla kurduğu bir şirkettir. Şirketin kuruluş amacının satış veya dağıtım yapmak değil, esas olarak şirket ortaklarının bulunduğu illerde Çay-Kur adına pazarlama ve tanıtım faaliyetinde bulunmak olduğu anlaşılmıştır. Bu yönüyle söz konusu oluşumun ortak ticarileştirme anlaşması olarak değerlendirilmesi gerekmektedir.

Ortak ticarileştirme anlaşmaları satış, dağıtım ya da promosyon alanında rakipler arasında kurulan işbirliklerini içerir. Söz konusu işbirlikleri konusu olan

700 pazarlama faaliyetinin niteliğine göre -bir ürünün satımına ilişkin her türlü konuyu belirlemekten (fiyat dahil), sadece belirli bir pazarlama fonksiyonunu yerine getirmeye (sadece dağıtım ya da reklam anlaşmaları gibi) kadar- farklı türlerde olabilmektedir. İç Anadolu Çay ile Çay-Kur bayileri sadece promosyon ve reklam faaliyetinin ortak yürütülmesini hedeflemektedir. Bu açıdan oluşum ortak ticarileştirme anlaşmalarının bir türü olan ortak pazarlama anlaşması olarak değerlendirilmiştir.

710 Bu çerçevede inceleme konusu İç Anadolu Çay öncelikle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi çerçevesinde değerlendirilecek, daha sonra 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan koşullar bakımından incelenerek konu hakkında bireysel muafiyet değerlendirmesi yapılacaktır.

### 710 **I.3.3. İç Anadolu Çay'ın 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi Çerçevesinde Değerlendirilmesi**

İç Anadolu Çay Çay-Kur'un Kayseri Bölgesi bayilerinin bir araya gelerek kurdukları bir pazarlama şirkettir. Çay-Kur tarafından bayilere münhasır bölgeler tahsis edilmiş ve bölge dışına aktif satış yapma yasağı getirilmiş olsa dahi bu bayiler arasında pasif satış imkânından kaynaklanan marka içi rekabet söz konusudur.

720 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi "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"ni yasaklamaktadır. Bir anlaşma ya da eylemin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında değerlendirilmesi için amacının veya etkisinin rekabeti sınırlayıcı olması gerekmektedir.

730 Yapılan incelemelerde İç Anadolu Çay'ın kuruluş amacının promosyon faaliyetinin Çay-Kur bayilerinin her biri tarafından ayrı ayrı yapılması yerine tek elden yürütülmesi olduğu anlaşılmıştır. İç Anadolu Çay ve diğer bölgelerdeki benzer oluşumların üst kuruluşu durumundaki ÇAYTAŞ Yönetim Kurulu Başkanı tarafından Kurumumuza gönderilen yazıda, pazarın özel sektör rekabetine açılmasının ardından Çay-Kur'un pazar payı kaybetmeye başladığı, Çay-Kur'un pazar payını kaybetmesini önlemek ve rakiplerle daha etkin rekabet edebilmeye yönelik çalışmalar yapmak için şirket kurarak ortak çalışma kararı alındığı ifade edilmiştir. Söz konusu yazıda; bu kararın alınmasında Çay-Kur'un ihale usulü ile çalışmasının reklam sektörüne uygun olmaması ve Çay-Kur'un rakiplerinin hızlı ve agresif pazar hareketlerine karşılık verememesinin etkili olduğu belirtilmiştir. Amacı rekabeti sınırlamak  
740 olmasa da söz konusu anlaşmanın pazarda doğuracağı etkiler rekabeti sınırlayıcı olabilecektir. Ortak pazarlama anlaşmaları hakkındaki rekabetçi değerlendirmeler için asıl olan husus, teşebbüsler arasındaki ilişkinin niteliği ve piyasada yaratacağı etkidir. Bahse konu anlaşmalar, teşebbüslerin pazarlama ya da fiyatlama stratejileri gibi rekabet açısından kritik ticari bilgilerinin paylaşımına veya ortak yürütülen faaliyetin maliyetteki payının yüksek olması halinde teşebbüslerin maliyetlerinin yaklaşmasına yol açabilmektedir. Sonuç olarak anlaşmanın fiyat ve satış koşulları gibi konularda

750 rekabetin ortadan kalkmasına ve bu yolla tüketici tercihlerinin sınırlandırılmasına yol açma ihtimali bulunmaktadır. Bu nedenle İç Anadolu Çay oluşumunun rakip markalar arasındaki rekabete olumlu etkileri olabileceği varsayılmakla beraber marka içi rekabet üzerinde olumsuz etkileri olabilecektir.

760 Rakipler arasındaki bu tür bir anlaşmanın rekabeti engelleme, kısıtlama ya da bozma etkisini doğurabilecek yönleri dikkate alınmalıdır. Diğer taraftan rakipler arasında süresiz olarak kurulan ve kritik ticari ve operasyonel bilgilerin aktarımını gerektiren bir anlaşmanın taraflar arasındaki rekabet güdüsünü en aza indirmesi hatta yok etmesi de olasılık dâhilindedir. Rakipler arasında kurulan işbirliklerine ilişkin alınan önceki Kurul kararlarında, anlaşmaların 4. madde kapsamında olduğu ve bireysel muafiyet değerlendirmesi yapılması gerektiği sonucuna varılmıştır.<sup>2</sup>

Dolayısıyla, İç Anadolu Çay'ın kurulması işleminin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olduğu kanaatine varılmıştır. Kanun'un 5. maddesi, Kurul'a belirli şartların varlığı halinde bazı anlaşmaları 4. madde hükümlerinin uygulanmasından muaf tutma yetkisi vermektedir. Bu nedenle İç Anadolu Çay'ın bireysel muafiyet açısından değerlendirilmesi gerekmektedir.

#### **I.3.4. Bireysel Muafiyet Değerlendirmesi**

770 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olan bir anlaşma rekabet hukuku çerçevesinde ele alınırken, ortaya çıkardığı pozitif etkilerin rekabet üzerindeki negatif etkisinden büyük olup olmadığı değerlendirilmektedir. Söz konusu pozitif etkilerin Kanun'un 5. maddesinde sayılan şartların sağlanması ile ortaya çıktığı kabul edilmektedir. Anılan şartları sağlayan bir anlaşma 4. maddenin hükümlerinin uygulanmasından muaf tutulabilecektir.

##### **I.3.4.1. Malların Üretim veya Dağıtım ile Hizmetlerin Sunulmasında Yeni Gelişme ve İyileşmelerin ya da Ekonomik veya Teknik Gelişmenin Sağlanması**

780 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (a) bendi, malların üretim veya dağıtım ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması şartını getirmektedir. Söz konusu gelişme ve iyileşme çeşitli şekillerde gerçekleşebilmektedir.

790 Raportörlerce Çay-Kur bayileri ile yapılan görüşmelerde bayi yetkilileri tarafından Çay-Kur'un rakibi olan çay markalarıyla daha etkin rekabet edebilmek için tanıtım ve promosyon faaliyetinin gerçekleştirilmesi ihtiyacının olduğu ve bu ihtiyacın karşılanması için İç Anadolu Çay'ın kurulduğu belirtilmiştir. İç Anadolu Çay'ın kurulması ile Çay-Kur tarafından sağlanmayan promosyon faaliyeti yapılmaya başlanmıştır. Bu yolla Çay-Kur ürünlerinin tanıtımının yapılması, marketlerde Çay-Kur ürünleri için raf düzenlemesi ve temizliğinin gerçekleştirilmesi, tüketicilere hediye edilecek çeşitli promosyon ürünleri (bardak, şemsiye gibi) hazırlanarak dağıtılması ve tüketicilere Çay-

<sup>2</sup> 16.10.2008 tarih ve 08-58/923-370 sayılı Kurul Kararı, 22.6.2006 tarih ve 06-45/568-153 sayılı Kurul Kararı, 2.3.2006 tarih ve 06-16/189-49 sayılı Kurul Kararı

Kur ürünlerinin daha cazip şekilde sunulması amaçlanmaktadır. Bu yönüyle İç Anadolu Çay, Çay-Kur ürünlerinin tüketiciye sunulması konusunda iyileşme sağlamaktadır.

800 Öte yandan söz konusu faaliyetin her bayi tarafından ayrı ayrı yapılması ekonomik olarak etkin olmamaktadır. ÇAYTAŞ Yönetim Kurulu Başkanı tarafından Kurumumuza gönderilen yazıda da, bayilerin bireysel pazarlama faaliyetlerinin pazardaki etkisinin fazla olmadığı ve bir sistem dahilinde yapılan reklam ve tanıtım çalışmalarının pazarda yaşanan özel sektör rekabetini karşılamak açısından daha etkin olacağı ifade edilmiştir. Promosyon faaliyetinin ortak yürütülmesi neticesinde ölçek ekonomilerinden faydalanılarak maliyetlerin düşürülmesi sağlanmaktadır.

810 Dolayısıyla, İç Anadolu Çay 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (a) bendinin aradığı şartı sağlamaktadır.

#### **I.3.4.2. Tüketicinin Bundan Yarar Sağlaması**

820 Bir anlaşmanın 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin uygulanmasından muaf olabilmesi için Kanun'un 5. maddesinin (b) bendi uyarınca (a) bendinde sayılan gelişme ya da iyileştirmelerden tüketicinin yarar sağlaması gerekmektedir. İç Anadolu Çay'ın faaliyetinin tüketiciyi ve tüketiciye sunulan hizmetin kalitesini etkileyen bir yönü vardır. Ürün tanıtım ve tadım faaliyeti tüketicilerin ürünleri daha bilinçli satın almasına katkıda bulunmaktadır. Yapılan promosyonlar doğrudan tüketiciye fayda sağlamaktadır. Diğer yandan

830 Çay-Kur bayilerinin her birinin anılan faaliyeti ayrıca yapması operasyonel maliyetleri artıracak ve maliyet artışları fiyatlara yansıtacaktır. Oysa bu faaliyetin tek elden ve daha büyük ölçekte gerçekleştirilmesi ile oluşacak maliyet avantajları ürünlerin fiyatlarını olumlu yönde etkileyebilecektir.

Konuya ilişkin dikkate alınması gereken bir diğer husus İç Anadolu Çay'ın faaliyeti ile marka içi rekabetin kısıtlanması ihtimalinin varlığına rağmen markalar arası rekabetin artacağıdır. İç Anadolu Çay rakip çay markaları ile daha etkin rekabet etmek amacıyla kurulmuştur. Bu yolla rakip markaların gerçekleştirdiği gibi promosyon çalışmaları yapılacak ve markalar arası

840 rekabet seviyesi artacaktır. Dolayısıyla İç Anadolu Çay, markalar arası rekabetin artması yönünden de tüketicilere fayda sağlayacaktır.

Yukarıda belirtilen nedenlerle, İç Anadolu Çay'ın ortaya çıkardığı etkinlik ve gelişmeden tüketicilerin yarar sağlamanın mümkün olduğu ve dolayısıyla 5. maddenin (b) bendinde sayılan şartın karşılandığı kanaatine ulaşılmıştır.

#### **I.3.4.3. İlgili Piyasanın Önemli Bir Bölümünde Rekabetin Ortadan Kalkmaması**

840 İç Anadolu Çay'ın piyasadaki rekabet üzerinde yarattığı etkiler ele alınırken öncelikle piyasanın yapısı ile Çay-Kur'un ve rakibi olan diğer markaların pazardaki konumu incelenmelidir.

Pazarın 1984 yılında serbestleşmesinin ardından Çay-Kur'a rakip birçok özel sektör teşebbüsü kurulmuş ve bununla birlikte Çay-Kur'un pazar payı düşmeye başlamıştır. Pazar payı tek gösterge olmamakla beraber teşebbüslerin pazardaki konumu ve pazar gücü hakkında fikir edinebilmek için en önemli verilerden biridir. Tablo 24'te Çay-Kur ve en yakın iki rakibinin pazar payları gösterilmektedir.

850

Tablo-24: Siyah Çay Pazarındaki İlk Üç Teşebbüsün Pazar Payları

Çay-Kur ve Rakiplerinin Pazar Payları (%)					
Teşebbüs	2005	2006	2007	2008	2009 Ocak-Nisan
Çay-Kur	59,8	58,5	[55-60]	[55-60]	[50-55]
Unilever	10,1	9,8	[5-10]	[10-15]	[10-15]
Doğuş	10,1	11,1	[10-15]	[10-15]	[10-15]

Kaynak: ÇAYTAŞ'tan elde edilen veriler

Yıllar içinde rakiplerinin pazar payı artarken, pazar payı kaybetmesine rağmen Çay-Kur hala rakiplerinden oldukça yüksek bir pazar payı ile pazar lideri konumundadır. Çay-Kur'un en yakın rakibi Lipton markasıyla pazarda yer alan Unilever San. ve Tic. Türk A.Ş. (Unilever)'dir. Unilever'in ardından pazardaki en büyük teşebbüs Doğuş Çay A.Ş. (Doğuş Çay)'dir. Bununla birlikte pazarın durağan bir yapısı olmadığı teşebbüslerin değişken pazar paylarından anlaşılmaktadır. Bu durum teşebbüslerin siyah çay pazarındaki iki farklı ürün olan "dökme çay" ve "poşet çay"daki pazar paylarının değişiminin incelenmesi ile daha açık görülebilir. Tablo 25 ve Tablo 26'da siyah çay pazarının alt segmentleri olan dökme siyah çay ve poşetli siyah çay pazarlarındaki ilk beş teşebbüsün pazar paylarına yer verilmiştir.

860

Tablo 25: İlk Dört Teşebbüsün Dökme Siyah Çay Pazarındaki Pazar Payı

Çay-Kur ve Rakiplerinin Pazar Payları (%)						
Teşebbüs	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Çay-Kur	68,20	66,17	63,80	62,91	[60-65]	[55-60]
Unilever	4,66	7,10	9,48	9,17	[5-10]	[5-10]
Doğuş	5,05	7,20	8,88	9,43	[5-10]	[5-10]
OfÇaysan	3,33	3,02	3,02	2,59	[0-5]	[0-5]
Ülker	0,00	0,00	0,02	0,71	[0-5]	[0-5]
Diğer	19,8	16,5	14,81	15,19	[15-20]	[15-20]

Kaynak: Unilever'den elde edilen veriler

870

Tablo 26: İlk Beş Teşebbüsün Poşet Çay Pazarındaki Pazar Payları

Çay-Kur ve Rakiplerinin Pazar Payları (%)						
Teşebbüs	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Unilever	66,20	63,31	56,52	54,28	[45-50]	[45-50]
Doğuş	12,30	15,98	20,82	22,13	[20-25]	[15-20]
Çay-Kur	8,45	7,51	6,44	7,61	[5-10]	[10-15]
Oba	2,23	3,17	4,60	4,13	[0-5]	[0-5]
Marsan	0,00	0,00	0,00	0,00	[5-10]	[0-5]
Diğer	10,80	10,00	11,62	11,85	[10-15]	[10-15]

Kaynak: Unilever'den elde edilen veriler



Çay-Kur'un lider olduğu dökme çay pazarında yıllar içindeki değişim dikkate alındığında, Çay-Kur'un pazar kaybettiği ve diğer teşebbüslerin pazar paylarının artış eğiliminde olduğu görülmektedir. Unilever ve Doğuş'un pazar payları önemli oranda artmıştır. Ancak Çay-Kur'un pazar payındaki azalışın tamamı bu teşebbüslere kaymamış ve pazarda yer alan daha küçük teşebbüslerin de pazar payları artmıştır. Dolayısıyla Çay-Kur rakiplerinin faaliyetinden kaynaklanan bir rekabet baskısı altındadır. İç Anadolu Çay'ın kurulduğu 2005 tarihinden itibaren Çay-Kur'un rakiplerinin pazar payında yaşanan artış dikkate alınırca İç Anadolu Çay'ın markalar arası rekabeti sınırlayıcı bir etkisi olmadığı ileri sürülebilir.

880

Ayrıca Raportörlerce Kayseri ilindeki Çay-Kur bayileri ile yapılan görüşmelerde bayilerin fiyat, vade, indirim gibi çay satış koşullarını bağımsız olarak pazar şartlarına göre belirledikleri ve bu yönde bir koordinasyon içinde olmadıkları belirtilmiştir. Nitekim bu durum yukarıda yer verilen grafiklerde de görülmektedir. Bununla beraber, diğer bölgelerden ve spot piyasadan Çay-Kur ürünlerinin alınmasının mümkün olduğu ve pek çok alternatif temin kaynağının bulunduğu ifade edilmiştir.

890

Yukarıda yer verilen değerlendirmeler ışığında, İç Anadolu Çay'ın kurulmasının 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (c) bendinde aranan ilgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması şartını sağladığı kanaatine ulaşılmıştır.

#### **I.3.4.4. Rekabetin (a) ve (b) Bentlerindeki Amaçların Elde Edilmesi İçin Zorunlu Olandan Fazla Kısıtlanmaması**

900

Muafiyete konu olan anlaşmaların hem olumlu, hem de olumsuz yönlerinin bulunduğu söylenebilir. Bu noktada, anlaşma ile beklenen faydalara ulaşırken rekabetin gereğinden fazla kısıtlanıp kısıtlanmadığı önem arz etmektedir.

İç Anadolu Çay'ın faaliyet raporlarında, Çay-Kur ürünlerinin satışını arttırmak için reklam, tanzim, teşhir ve tadım çalışmaları yapıldığı ve bunun dışında herhangi bir faaliyette bulunulmadığı görülmektedir. Ayrıca İç Anadolu Çay aracılığıyla Çay-Kur bayilerinin birbirlerinin satış koşulları veya fiyat gibi konulardaki kararlarına herhangi bir sınırlama getirilmemekte, bayiler bağımsız birer teşebbüs olarak ekonomik faaliyetine devam etmektedir.

910

Dosya mevcudu bilgi ve belgelerden, İç Anadolu Çay'a ortak olan bayilere İç Anadolu Çay'ın varlık amacı olan Çay-Kur ürünlerinin promosyonunu aşacak herhangi bir konuda kısıtlama getirilmediği anlaşılmıştır. Bu nedenle, İç Anadolu Çay ile rekabetin (a) ve (b) bendindeki şartların sağlanması için gerekli olandan fazla kısıtlanmadığı kanısına varılmıştır.

#### **I.3.5. ÇAYTAŞ ve Diğer Bölgelerdeki Bayi Ortaklıklarının Değerlendirilmesi**

920

ÇAYTAŞ, 9 bölgede bulunan ve Çay-Kur bayileri tarafından kurulan Marmara Çay, Doğu Anadolu Çay, Anka Çay, Özde Karadeniz Çay, İç Anadolu Çay, Ye-Kar Çay, Özüm Ege Çay, Doğu Akdeniz Çay ve Güneydoğu Çay

930 ortaklığında promosyon ve tanıtım faaliyetine başlamıştır. Kararın 1.2.5-1.2.12 bölümlerinde yer verildiği gibi, diğer 8 bölgede bulunan ve yukarıda adı geçen şirketlerin yönetim yapıları, kuruluş amaçları ve faaliyetleri İç Anadolu Çay ile aynıdır. Bu nedenle, yukarıda 1.3.2., 1.3.3 ve 1.3.4 bölümlerinde İç Anadolu Çay hakkında yapılan değerlendirmelerin ÇAYTAŞ ve diğer bölgelerdeki promosyon şirketleri hakkında da geçerli olduğu, tekrardan kaçınmak üzere ayrı bir değerlendirme yapılmasına gerek olmadığı; dolayısıyla ÇAYTAŞ, Marmara Çay, Doğu Anadolu Çay, Anka Çay, Özde Karadeniz Çay, Ye-Kar Çay, Özüm Ege Çay, Doğu Akdeniz Çay ve Güneydoğu Çay'ın da 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan şartların tamamını karşıladığı ve bireysel muafiyet alabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

## J. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve dosya kapsamına göre:

940 1- Kayseri ilindeki Çay-Kur bayileri Özdörtler Gıda Tem. Mad. ve Med. İnş. Bilg.Tarım San. ve Tic. Ltd. Şti. ile Kay-Çay Gıda ve İht. Mad. Ltd. Şti.'nin bir araya gelerek kurdukları Erciyes Çay Gıda ve İht. Mad. San. Tic. Ltd. Şti. ile koordinasyon içerisinde Çay-Kur'un verdiği indirimleri uygulamayarak müşterilerini mağdur ettikleri iddiasına yönelik herhangi bir bulguya rastlanmadığına, bu nedenle anılan teşebbüsler hakkında 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığına, şikayetin reddine;

950 2- Çay-Kur'un Ankara, İstanbul, İzmir, Malatya, Kayseri, Mersin, Rize, Samsun ve Erzurum bölge müdürlüklerine bağlı illerdeki bayilerin bir araya gelerek

- Anka Çay Dağ. ve Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (Ankara Bölgesi)
- Güneydoğu Çay Gıda Paz. Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (Malatya Bölgesi)
- Doğu Anadolu Çay Rekl. ve Tanıtım Tic. Paz. A.Ş. (Erzurum Bölgesi)
- Marmara Çay Gıda Paz. ve Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (İstanbul Bölgesi)
- Özüm Ege Çay Gıda Paz. ve Basın Yayın Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (İzmir Bölgesi)
- İç Anadolu Çay Gıda Paz. ve Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (Kayseri Bölgesi)
- Doğu Karadeniz Çay Paz. ve Gıda Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (Mersin Bölgesi)
- Ye-Kar Yeşil Karadeniz Çay Paz. ve Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (Rize Bölgesi)
- Özde Karadeniz Çay Gıda Paz. ve Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. (Samsun Bölgesi)

960 unvanlı teşebbüsleri ve bu teşebbüslerin bir araya gelerek ÇAYTAŞ Gıda Paz. ve Rekl. Hizm. San. ve Tic. A.Ş. unvanlı teşebbüsü kurmaları işlemlerinin siyah çay toptan ticareti pazarında birbirleriyle rakip teşebbüsler olmaları nedeniyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında taraflar arasında rekabeti sınırlayıcı nitelikte işbirliği anlaşmaları olduğuna;

**09-29/604-144**

3- Bununla birlikte söz konusu işlemlere 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi çerçevesinde bireysel muafiyet tanınmasına

OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.