

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

**REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2022-2-028  
Karar Sayısı : 22-55/850-350  
Karar Tarihi : 15.12.2022

(Önaraştırma)

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

Başkan : Birol KÜLE  
Üyeler : Ahmet ALGAN (İkinci Başkan), Şükran KODALAK,  
Hasan Hüseyin ÜNLÜ, Ayşe ERGEZEN, Cengiz ÇOLAK,  
Berat UZUN

**B. RAPORTÖRLER :** Çağlar Deniz ATA, Cansu TOPAK KORKMAZ, Nur KÖKSAL,  
Dilan FİDANER, Muhammed Salih TÜRK

**C. BAŞVURUDA**

**BULUNAN** : - Gizlilik talebi bulunmaktadır.

**D. HAKKINDA İNCELEME**

**YAPILAN** : - Duyça Gıda Dağıtım Pazarlama AŞ  
Başak Bedrettin Dalan Bulvarı İş Batı İş Merkezi  
D:NO:29/38 34490 İkitelli Osb/Başakşehir/İstanbul  
- Promas Gıda Ambalaj Pazarlama ve Ticaret Ltd. Şti.  
Temsilcisi: Murat YILMAZ  
19 Mayıs Mahallesi Sümer Sokak Sümko Sitesi M1/A Blok  
Dış Kapı No: 3CC K:9 D:40 Kadıköy/İstanbul

(1) **E. DOSYA KONUSU:** **Duyça Gıda Dağıtım Pazarlama AŞ ve Promas Gıda Ambalaj Pazarlama ve Ticaret Ltd. Şti'nin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesini ihlal ettikleri iddiası.**

(2) **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Hızlı tüketim malları sektöründe üretici olarak faaliyet gösteren Nestle Türkiye Gıda Sanayi AŞ (NESTLE) ile Nestle Türkiye Gıda Sanayi AŞ'nin distribütörleri Duyça Gıda Dağıtım Pazarlama AŞ (DUYÇA GIDA) ve Promas Gıda Ambalaj Pazarlama ve Ticaret Ltd. Şti'nin (PROMAS) 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 4. maddesini ihlal ettikleri iddiası.

(3) **G. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına 08.06.2022 tarih, 28663 sayı ile giren ve (.....) tarafından yapılan gizlilik talepli şikâyet başvurusunda özetle;

- (.....),
- (.....),
- NESTLE'nin, distribütörlerinin yeniden satış fiyatlarını ve müşterilerine verecekleri iskonto oranını belirlediği,
- NESTLE'nin, distribütörlerine müşteri ve bölge kısıtlaması uyguladığı,
- NESTLE'nin, distribütörleri arasında rekabeti engelleyecek şekilde ortak fiyat, asgari fiyat ve iskonto oranlarını belirlediği

ifade edilerek 4054 sayılı Kanun kapsamında gereğinin yapılması talep edilmiştir.

(4) Yukarıda yer verilen başvuru üzerine konu hakkında detaylı bilgi edinebilmek adına başvuru sahibi ile bir telefon görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmede başvuru sahibi tarafından;

- Şikâyetin kapsamının NESTLE Professional (ev dışı tüketim kanalı) ile ilgili olduğu,
- NESTLE'nin ürün dağıtımını distribütörleri aracılığıyla organize ettiği, dağıtımın kanal bazlı ilerlediği, ev dışı tüketim kanalının beş bölgeye ayrıldığı (Merkez İstanbul, Batı Marmara, Kuzey, Güney ve İç Anadolu), bu beş bölgenin de distribütörlere paylaştırıldığı, distribütörler bazında da müşterilerin kendi içinde otel, hastane, restoran gibi kanallara bölündüğü, müşterilere bu ayrımlara göre iskonto uygulandığı,
- NESTLE'nin İstanbul ilinde Anadolu Yakası'nda ve Avrupa Yakası'nda dağıtım yapmak üzere sırasıyla PROMAS ve DUYÇA GIDA unvanlı iki adet distribütörü olduğu, bunlara ek olarak İstanbul'da *A plus* restoranlara ve beş yıldızlı otellere hizmet veren Gıdaser Gıda Dağıtım Sanayi ve Ticaret AŞ adında bir dağıtıcısının daha bulunduğu,
- Hangi müşteriye hangi distribütör tarafından dağıtım yapılacağına NESTLE tarafından belirlendiği, müşteri ile belirlenen distribütör arasında uyumsuzluk olduğunda müşteriyi kaybetmemek adına, geçici süreliğine öncelik hakkı olan distribütör dışında başka bir distribütör tarafından söz konusu müşteriye satış yapılabildiği,
- Müşterinin hizmet alacağı distribütörün değişmesi durumunda, NESTLE personeline ve müşterilerine bu durumu haber veren bir bildirim dağıtıldığı,
- NESTLE tarafından distribütörlere, müşterilerine ürün satışlarında uygulayabilecekleri azami iskonto oranı verildiği,
- NESTLE tarafından distribütörlerin yeniden satış fiyatına müdahale edildiği,
- Müşterilerin bölgelere göre kırmızı, sarı ve yeşil kodlarla ayrıldığı, yeşil kodlu müşteriye her durumda iskontolu tutar üzerinden satış yapılabildiği, sarı kodlu müşterilerin satışlarının durumunun tespit ve takip edilmesi gereken müşteriler olduğu, kırmızı kodlu müşterilerin ise satış yapılmaması gereken ve satış yapıldığı durumda iskonto verilmeyecek olan müşteriler olduğu,
- NESTLE İstanbul Anadolu Yakası distribütörü PROMAS'ın Müdürü (.....) ve İstanbul Avrupa Yakası distribütörü DUYÇA GIDA'nın Müdürü (.....)'nın da kendi aralarında fiyatlar ve iskonto oranları konusunda anlaşığı,
- (.....)<sup>1</sup>

hususları ifade edilmiştir.

- (5) Söz konusu belgelere istinaden hazırlanan 07.07.2022 tarihli ve 2022-2-028/İİ sayılı İlk İnceleme Raporu, Rekabet Kurulunun (Kurul) 21.07.2022 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 22-35/529-M sayılı kararla NESTLE ile NESTLE'nin distribütörleri DUYÇA GIDA ve PROMAS hakkında, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettikleri iddiası ile ilgili olarak aynı Kanun'un 40. maddesi uyarınca önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.
- (6) Önaraştırma kapsamında, 08.11.2022 tarihinde NESTLE, DUYÇA GIDA ve PROMAS'ın merkezlerinde yerinde incelemeler yapılmış, yerinde inceleme ve bilgi isteme tutanakları ile teşebbüslerden bilgi talebinde bulunulmuştur. Cevabi yazılar sırasıyla 15.11.2022 tarih ve 32963 sayı, 18.11.2022 tarih ve 33077 sayı ve 18.11.2022 tarih ve 33091 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.

<sup>1</sup> (.....)

- (7) Ayrıca, önaraştırma sürecinde 23.11.2022 tarihli ve 53946 sayılı, 25.11.2022 tarihli ve 54224 sayılı ve 25.11.2022 tarihli ve 54229 sayılı yazılar ile NESTLE, DUYÇA GIDA ve PROMAS'tan bilgi talebinde bulunulmuş, ilgili cevabi yazılar sırasıyla 25.11.2022 tarih ve 33262 sayı, 29.11.2022 tarih ve 33333 sayı ve 29.11.2022 tarih ve 33346 sayı ile Kurum kayıtlarına girmiştir.
- (8) Mezkur Önaraştırma kararı uyarınca düzenlenen 07.12.2022 tarih ve 2022-2-028/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu, 15.12.2022 tarihli Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (9) **H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda,
- Nestle Türkiye Gıda Sanayi AŞ'nin distribütörlerinin yeniden satış fiyatını belirlemek ve distribütörlerine bölge ve müşteri kısıtı getirmek suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesini ihlal edip etmediğinin tespiti amacıyla, Nestle Türkiye Gıda Sanayi AŞ hakkında aynı Kanun'un 41. maddesinin birinci fıkrası uyarınca soruşturma açılması gerektiği,
  - Duyça Gıda Dağıtım Pazarlama AŞ ve Promas Gıda Ambalaj Pazarlama ve Ticaret Ltd. Şti.'nin aralarında ortak fiyat, asgari fiyat ve iskonto oranlarını belirlediğine yönelik iddialara ilişkin olarak adı geçen teşebbüsler hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığı kanaat ve sonucuna ulaşıldığı

ifade edilmiştir.

## I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

### I.1. İncelenen Teşebbüsler

#### I.1.1. Duyça Gıda Dağıtım Pazarlama AŞ (DUYÇA GIDA)

- (10) DUYÇA GIDA, içecek ve tütün toptan ticareti yapmak üzere 2015 yılında kurulmuştur. Teşebbüs, hâlihazırda ev dışı tüketim kanalında faaliyet gösteren kurum ve kuruluşlara ürün satışı ve dağıtımını yapmakta olup herhangi bir ürünün üretimini gerçekleştirilmemektedir. Ev dışı tüketim kanalında her ay (.....) noktaya, yıllık bazda ise (.....) noktaya hizmet vermektedir. DUYÇA GIDA'nın satışını ve dağıtımını gerçekleştirdiği ürünler ve markalar; NESTLE ev dışı tüketim ürünleri, Çaykur<sup>2</sup>, Lipton<sup>3</sup> ve Doğadan<sup>4</sup> markalı çay çeşitleri, Kurukahveci Mehmet Efendi<sup>5</sup> markalı kahve çeşitleri, Tat markalı<sup>6</sup> ketçap, mayonez, salça, doğranmış domates ürünleri, Fiero<sup>7</sup> markalı salepler, Pekşeker<sup>8</sup> ve Türkşeker<sup>9</sup> markalı kesme ve stick şekerleri gibi ürünlere ek olarak sarf malzemeleri kategorisinde de karton bardak, tahta karıştırıcı ve araç yedek parçaları olarak bildirilmiştir.
- (11) DUYÇA GIDA, NESTLE'nin ev dışı tüketim kanalı İstanbul Avrupa Bölge Distribütörü olarak faaliyetlerini sürdürmekte olup Arnavutköy, Bağcılar, Bahçelievler, Bakırköy, Başakşehir, Bayrampaşa, Beşiktaş, Beyoğlu, Eyüp, Fatih, Gaziosmanpaşa, Kâğıthane, Sarıyer, Sultangazi, Şişli ve Zeytinburnu ilçelerinde faaliyetlerini yoğunlaştırmaktadır.

<sup>2</sup> Çay İşletmeleri Genel Müdürlüğü'ne ait bir çay markasıdır.

<sup>3</sup> Unilever Sanayi ve Ticaret Türk AŞ'ye ait bir çay markasıdır.

<sup>4</sup> Doğadan Gıda Ürünleri San. ve Paz. AŞ'ye ait bir çay markasıdır.

<sup>5</sup> Kurukahveci Mehmet Efendi Mahdumları Ltd. Şti.'yi ifade etmektedir.

<sup>6</sup> Söz konusu ürünlerin dağıtımını Düzey Tüketim Malları Sanayi Pazarlama ve Ticaret AŞ tarafından yapılmaktadır.

<sup>7</sup> Arolez Gıda San. ve Tic. AŞ'ye ait bir markadır.

<sup>8</sup> Marmaraçay AŞ'ye ait bir şeker markasını ifade etmektedir.

<sup>9</sup> Türkiye Şeker Fabrikaları AŞ'ye ait bir şeker markasıdır.

### **I.1.2. Promas Gıda Ambalaj Pazarlama ve Ticaret Ltd. Şti. (PROMAS)**

- (12) PROMAS, gıda sektöründe çeşitli markalara ait ürünlerin satışını ve dağıtımını gerçekleştirmek amacıyla 2011 yılında kurulmuştur. PROMAS'ın satışını ve dağıtımını gerçekleştirdiği ürünler ve markalar; NESTLE ev dışı tüketim ürünleri, Doğuş Çay<sup>10</sup> markalı çay çeşitleri, Kurukahveci Mehmet Efendi markalı kahve çeşitleri, Pepsi<sup>11</sup> ve Coca Cola<sup>12</sup> markalı içecek çeşitleri, Sırma<sup>13</sup> ve Kızılay<sup>14</sup> markalı soda çeşitleri, Türkova<sup>15</sup> markalı süt ürünleri gibi ürünlere ek olarak endüstriyel temizlik ürünleri, kağıt ürünleri ve karton bardak olarak bildirilmiştir.
- (13) PROMAS, NESTLE'nin ev dışı tüketim kanalı İstanbul Anadolu Bölge Distribütörü olarak faaliyetlerini sürdürmekte olup Ataşehir, Beykoz, Çekmeköy, Kadıköy, Maltepe, Sultanbeyli, Ümraniye ve Üsküdar ilçelerinde faaliyetlerini yoğunlaştırmaktadır.

## **I.2. İlgili Pazar**

### **I.2.1 Sektöre İlişkin Genel Bilgiler**

#### **I.2.1.1. Tedarik Pazarları Hakkında Bilgi**

- (14) Hızlı tüketim malları (HTM) perakendeciliği, üreticiler/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.
- (15) 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.
- (16) Uluslararası ölçekte faaliyet gösteren teşebbüsler üretimlerini genellikle Türkiye sınırları içerisinde yapmakla beraber nihai ürünlerini doğrudan yurt dışında 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.
- (17) Üreticilerin/tedarikçilerin alternatif ürünlerin üretimine geçişinin sınırlı olması ve perakende noktalarında satılan ürünlerin tamamını üretememelerinin 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.
- (18) İncelenen teşebbüslerin ürünlerinin yer aldığı gıda ana kategorisi altında içecek (gazlı içecek, gazsız içecek, çay, kahve, su, maden suyu vb.), süt ürünleri ve kahvaltılıklar (süt, peynir, yoğurt, tereyağı, margarin, yumurta, zeytin vb.), atıştırmalıklar ve şekerlemeler (bisküvi, kek, çikolata kaplama, çikolata, krem çikolata, sakız, çerez, kuru

<sup>10</sup> Doğuş Çay ve Gıda Maddeleri Üretim Pazarlama İthalat İhracat AŞ'ye ait bir çay markasıdır.

<sup>11</sup> Pepsi Cola Servis ve Dağıtım Ltd.Şti.'ye ait markayı ifade etmektedir.

<sup>12</sup> Coca Cola Satış Dağıtım AŞ'ye ait markayı ifade etmektedir.

<sup>13</sup> Sırmagrup İçecek Sanayi ve Ticaret AŞ markayı ifade etmektedir.

<sup>14</sup> Kızılay İçecek AŞ'ye ait markayı ifade etmektedir.

<sup>15</sup> Türkova Gıda Mad. Paz. Tic. Ltd. Şti.'ye ait markayı ifade etmektedir.

meyve ve kuruyemiş), yağ (ayçiçek yağı, zeytinyağı vb.), unlu mamuller (makarna, un, paketli ekmek çeşitleri), et ve et ürünleri gibi alt kategoriler bulunmaktadır.

- (19) Ancak dosya kapsamında incelenen teşebbüslerin faaliyetlerini oluşturan ürün grupları incelendiğinde; çikolata, çikolata kaplamalı ürünler ve şekerleme kategorileri öne çıkmaktadır. Bahsedilen ürün grupları genel olarak, iki öğün arasında tüketilen atıştırmalıklar şeklinde tanımlanan “*macro-snack*” ürün grubu içerisinde yer almaktadır. Bu ürünler esasen tüketicinin alışveriş listesinde yer almayan, satış noktasında anında görüp aldığı “*impulse food*” olarak tabir edilen ürünlerdir. *Macro-snack* pazarının hangi ürünleri içerdiğine ilişkin net bir yaklaşım bulunmamakla birlikte yukarıda sayılan ürünlere ek olarak patates ve mısır cipsinin ve yaz aylarında dondurmanın da bu gruba dahil edilebileceği söylenebilecektir.
- (20) İlaveten çikolata ve şekerleme sektöründe faaliyet gösteren firmaların bu alt pazarların hemen hepsine ait ürün sunarak yatay anlamda ürün çeşitliliğine gitme çabası içinde oldukları görülmektedir. Bunun yanı sıra, aynı ürün grubu içinde farklı gelir seviyelerine hitap eden markaların yaratılması vasıtasıyla oluşan dikey anlamda ürün çeşitliliği de sektörün en önemli nitelikleri arasındadır.
- (21) Üretici/tedarikçi teşebbüs olan NESTLE, faaliyet gösterdiği alan bakımından HTM perakendeciliği pazarında gıda ana kategorisi altında yer almaktadır. DUYÇA GIDA ve PROMAS ise üretici/tedarikçi konumunda olan NESTLE ile aynı pazarda ortaya çıkan dikey ilişkinin dağıtıcı/distribütör ayağını oluşturmaktadır.

### **I.2.2. İlgili Ürün Pazarı**

- (22) İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz'da (İlgili Pazar Kılavuzu) 2010/4 sayılı Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ (2010/4 sayılı Tebliğ) hükümlerine atıfta bulunularak, ilgili ürün pazarının tespitinde dikkate alınacak unsurlar belirtilmektedir. Buna göre ilgili ürün pazarının tespitinde tüketicinin gözünde fiyatı, kullanım amaçları ve nitelikleri bakımından aynı sayılan mal ve hizmetlerden oluşan pazar dikkate alınmakta, ayrıca tespit edilen pazarı etkileyebilecek diğer unsurlar da değerlendirilebilmektedir.
- (23) Üretici/tedarikçi teşebbüs olan NESTLE çikolata, şekerleme, kahvaltılık gevrekler, süt ürünleri, kahve ürünleri, ev dışı ürünler, bebek beslenmesine yönelik ürünler, evcil hayvan yiyecekleri ve sağlıklı beslenme ürünleri de dâhil olmak üzere çok çeşitli yiyecek ve içecek ürünlerinin üretimi, pazarlaması ve satışı alanında faaliyet göstermektedir. DUYÇA GIDA ve PROMAS ise NESTLE'nin ve birçok farklı şirketin üretimini gerçekleştirdiği ürünlerin yalnızca satışını ve dağıtımını gerçekleştirmekte olan distribütörlerdir.
- (24) İlgili ürün pazarının belirlenmesinin işbu dosyada ulaşılan sonuçlar üzerinde etkisinin olmayacağı kanaatine varıldığından, İlgili Pazar Kılavuzu'nun 20. paragrafında yer alan “*inceleme konusu işlem, gerek ürün gerekse de coğrafi açıdan olası alternatif pazar tanımları çerçevesinde rekabet açısından endişeler yaratmıyor ya da alternatif tüm tanımlar açısından rekabeti bozucu bir etki söz konusu oluyorsa pazar tanımı yapılmayabilir*” açıklaması dikkate alınarak kesin bir ilgili ürün pazarı tanımı yapılmamıştır.

### **I.2.3. İlgili Coğrafi Pazar**

- (25) İlgili Pazar Kılavuzu'nda 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 bölgeler olarak tanımlanmıştır.

- (26) Öte yandan İlgili Pazar Kılavuzu'nun 20. paragrafında yer alan *"inceleme konusu işlem, gerek ürün gerekse de coğrafi açıdan olası alternatif pazar tanımları çerçevesinde rekabet açısından endişeler yaratmıyor ya da alternatif tüm tanımlar açısından rekabeti bozucu bir etki söz konusu oluyorsa pazar tanımı yapılmayabilir."* açıklaması dikkate alındığında coğrafi pazar tanımı yapılmasının dosyanın sonucuna herhangi bir etkisi olmayacağından ilgili coğrafi pazarın tanımlanmasına gerek olmadığı kanaatine ulaşılmıştır.

### **I.3. Değerlendirme**

- (27) Mevcut dosyanın konusunu; DUYÇA GIDA ve PROMAS'ın aralarında anlaşarak rekabeti kısıtlayıcı ortak fiyat, asgari fiyat ve iskonto oranlarını belirlemesi iddiaları oluşturmaktadır.
- (28) Rekabet hukuku kapsamında anlaşma olarak nitelendirilebilecek bir ihlalden söz edebilmek için teşebbüslerin ortak bir amaca veya sonuca yönelik niyetlerinin örtüştüğünü, bu amaca yönelik bağlılığın bilinçli olduğunu göstermek gerekmektedir. Bu bağlamda bir ihlalden bahsedebilmek için, öncelikle bu ihlalin taraflarını, kapsamını ortaya koyabilecek nitelikteki birincil delillere ihtiyaç duyulmaktadır. Öte yandan, bu tip delillerin tam anlamıyla var olmadığı, somut bir ihlal şablonunun ortaya konulmasında yetersiz kalıldığı durumlarda ikincil deliller devreye girmekte ve tabloda eksik kalan noktaların tamamlanması hedeflenmektedir<sup>16</sup>.
- (29) Yerinde incelemelerde elde edilen bilgi ve belgelerin incelenmesi neticesinde önaraştırma kapsamında yukarıda yer verilen iddialarla ilgili olabilecek nitelikte herhangi bir belgeye rastlanmamıştır. Yine şikâyetçi tarafından da söz konusu iddiayı desteklemeye yönelik olarak herhangi bir belgenin sunulmadığı görülmüştür. Bu kapsamda, somut bir ihlal şablonunun oluşmasında kullanılacak birincil veya ikincil delil niteliğinde olan herhangi bir bilgi veya belge mevcut dosya kapsamında yer almamaktadır.
- (30) Sonuç olarak, DUYÇA GIDA ve PROMAS'ın aralarında ortak fiyat, asgari fiyat ve iskonto oranlarını belirlediğine yönelik iddia kapsamında söz konusu teşebbüslerin 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettiklerine dair şüphe uyandıran herhangi bir bulguya mevcut dosya kapsamında ulaşılamadığından, söz konusu teşebbüsler hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığı kanaatine ulaşılmıştır.

---

<sup>16</sup> 26.10.2017 tarihli ve 17-35/562-245 sayılı Kurul kararı.

**J. SONUÇ**

- (31) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre, 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca, Duyça Gıda Dağıtım Pazarlama AŞ ve Promas Gıda Ambalaj Pazarlama ve Ticaret Ltd. Şti. hakkında soruşturma açılmamasına, gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 60 gün içinde Ankara İdare Mahkemelerinde yargı yolu açık olmak üzere OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.