

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2016-5-20 (Soruşturma)
Karar Sayısı : 17-41/641-280
Karar Tarihi : 14.12.2017

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Prof. Dr. Ömer TORLAK
Üyeler : Arslan NARİN, Adem BİRCAN, Şükran KODALAK, Mehmet AYAN

B. RAPORTÖRLER : İmren KOL, Erdem AKTEKİN, Cihan BİLAÇLI,
Ahmet Ogün KARAGÜLLE

C. BAŞVURUDA

BULUNANLAR : - Gizlilik Talepli 3 Başvuru

D. HAKKINDA SORUŞTURMA YAPILAN:

- Trakya Cam Sanayii A.Ş.
Temsilcileri: Av. Dr. Ercüment ERDEM, Av. Piraye ERDEM
Valikonağı Caddesi, Başaran Apt. No: 21/1 Nişantaşı 34367
İstanbul

(1) **E. DOSYA KONUSU: Trakya Cam Sanayii A.Ş.'nin 4054 sayılı Kanun'un 4. ve 6. maddelerini ihlal ettiği iddiası.**

(2) **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına 05.05.2016 tarih ve 2973 sayılı ile intikal eden başvuruda

- Cam sektöründe faaliyet gösteren başvuru sahibinin 2016 yılı öncesinde Düzce Cam A.Ş. (DÜZCE CAM), Güneydoğu Cam A.Ş. (GÜNDEYDOĞU CAM), Cam Merkezi A.Ş. (CAM MERKEZİ), Dost Cam A.Ş. (DOST CAM), (.....) ve Salt Cam A.Ş.'den (SALT CAM) mal tedariki gerçekleştirdiği, ancak Ocak 2016 itibarıyla, Rekabet Kurulu (Kurul) tarafından Türkiye Şişe ve Cam Fabrikaları A.Ş.'nin (ŞİŞECAM¹) bölge bayilik sistemine izin verilmemesine rağmen² Şişe Cam'ın bölge bayilik sistemini aktif olarak yürütmeye başladığı, bu sebeple tüm cam alımlarını (.....) ilinde bulunan (.....)'dan karşılamak zorunda kaldıkları,
- 2016 yılının (.....) ayı içerisinde (.....) firma sahibi, ŞİŞECAM (.....) bayi yöneticisi ve (.....) satış sorumlusunun teşebbüslerini ziyarete geldiği ve firmalarının artık sadece ŞİŞECAM ürünleri alması gerektiği, aksi takdirde ŞİŞECAM ürünlerinin kendilerine satışına müsaade etmeyecekleri ve teşebbüslerine karşı kampanya uygulayarak zarar vereceklerini belirttikleri,
- (.....) bayi yöneticisi ve ŞİŞECAM (.....) bayi yöneticisi tarafından farklı firmalardan mal alımını bırakmaları gerektiği, aksi takdirde kendilerine cam tedarikini durduracaklarının belirtildiği ve daha sonraki tarihlerde ise (.....)'a yapılan nakit ödemeli siparişlerinin (.....) tarafından geri çevrildiği

¹ Düzcam alanında ŞİŞECAM'a bağlı bir kuruluş olan Trakya Cam Sanayii A.Ş. faaliyet göstermektedir. Dolayısıyla başvuruda "Şişe Cam" ifadesiyle kastedilen teşebbüs Trakya Cam Sanayii A.Ş.'dir.

² Kurul'un 02.12.2015 tarih ve 15-42/704-258 sayılı kararı ile Trakya Cam Sanayii A.Ş. ile Anadolu Cam San. ve Tic. Ltd. Şti. arasında imzalanan ve toplamda 18 bayi ile imzalanması öngörülen "Yetkili Bayilik Sözleşmesi"nin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) kapsamında olduğu ve ilgili sözleşmenin 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan şartların tamamını karşılamaması nedeniyle bireysel muafiyetten yararlanamayacağına hükmedilmiştir.

ifade edilerek gereğinin yapılması talep edilmiştir.

- (3) Kurum kayıtlarına 15.06.2016 tarih ve 3856 sayı ile giren bir diğer başvuruda özetle;
- ŞİŞECAM'a bağlı bir kuruluş olan Trakya Cam Sanayii A.Ş.'nin (TRAKYA CAM) düzcam alanında hâkim durumda bulunduğu,
 - TRAKYA CAM'ın düzcam ürününün satış ve dağıtımını sanayici ve ısıcam yetkili müşteri grubuna doğrudan, diğer müşteri gruplarına ise yetkili bayiler aracılığıyla gerçekleştirdiği,
 - Kurul tarafından TRAKYA CAM ile Anadolu Cam San. ve Tic. Ltd. Şti. (ANADOLU CAM) arasında imzalanan ve toplamda on sekiz bayi ile imzalanması öngörülen "Yetkili Bayilik Sözleşmesi"ne 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 5. maddesinde sayılan şartların tamamının karşılanmaması nedeniyle bireysel muafiyet tanınamayacağına karar verildiği, buna karşın TRAKYA CAM'ın, ANADOLU CAM ve 2016 yılı itibarıyla yeni atanan 18 adet yetkili satıcı/bayi ile Kurul'un açıkça 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine aykırı olduğunu tespit ettiği sözleşmeyi 2016 yılı Ocak ayı itibarıyla fiilen uygulamaya geçirdiği, böylece rekabeti bozucu anlaşma, karar ve uygulamalar yoluyla ve ayrıca hakim durumunu kötüye kullanmak suretiyle düzcam pazarında rekabeti engelleme ve kısıtlama amacına yöneldiği

ifade edilerek gereğinin yapılması ve konuya ilişkin olarak geçici tedbir uygulanması talep edilmiştir.

- (4) Yukarıdaki başvurulara ek olarak önaraştırma kararının alınması sonrasında Rekabet Kurumu kayıtlarına 14.10.2016 tarih ve 6063 sayı ile giren bir diğer başvuruda ise özetle;
- TRAKYA CAM'ın 2009 yılından bu yana gerek satış rakamları gerek üretim miktarı açısından cam pazarında lider konumda olduğu,
 - TRAKYA CAM'ın Yetkili Bölge Bayi sistemine geçtiği,
 - Yetkili Bölge Bayisi olarak seçilen dağıtıcıların büyük kısmının yeniden sanayici/yeniden üretici grubu içinde yer aldığı, bu durumun diğer sanayicilere kıyasla Yetkili Bölge Bayilerinin daha avantajlı ölçek, fiyat, promosyon, fatura altı indirimi, iade fatura vb. gibi yöntemlerle mal almasına neden olduğu ve böylece sanayici/yeniden üretici pazarında rekabetin bozulduğu,
 - Bölgelerde uygulanan farklı fiyat politikalarının aynı iş kolunda olan sanayiciler arasında rekabeti bozucu etkileri olduğu,
 - TRAKYA CAM'ın belirli projeler kapsamında Yetkili Bölge Bayilerine farklılaşan fiyatlar verdiği,
 - Sözleşmelerde açıkça ifade edilmemiş olsa da; TRAKYA CAM'ın Yetkili Bölge Bayilerinin satışlarını takip edebilmek için ayrı bir şirket kurduğunu ve Yetkili Bölge Bayilerinin kendilerine çizilen bölgelerin dışında satış yapmalarını yasakladığı,
 - Pazarın ithal camlara kapanması durumunda %85 kapasite kullanım oranıyla çalışan TRAKYA CAM'ın toplam cam talebini karşılayamayacağı, bunun yanında ithal camlara uygulanan bir takım regülatif engeller bulunduğu, lojistik maliyetinin yüksekliği sebebiyle Rusya, İran, Mısır, İsrail ve Romanya dışındaki ülkelerden ithalatın ekonomik olarak elverişli olmadığı, uygulanacak Yetkili Bölge Bayiliğinin cam ürününün "bulunabilirliğini" ve "hızlı teminini" aksatacağı,
 - TRAKYA CAM'ın, bayilerinden sadece TRAKYA CAM'ın ürünlerini işlemelerini, ithalat yapmamalarını ve ithalat yapan başka bir satıcıdan ya da DÜZCE CAM'dan

ürün satın almamalarını talep ederek bir pazardaki hâkim durumunu başka bir pazarda kötüye kullandığı,

- TRAKYA CAM'ın önerdiği şekilde bölge bazında getirilecek bir tek yetkili satıcılık sisteminin, düzcam ürününün pasif satışının da pratikte mümkün olmaması sebebiyle, marka içi rekabeti tamamen ortadan kaldıracığı,
- TRAKYA CAM tarafından önerilen model ile düzcam pazarının diğer markalara ve diğer üreticilere neredeyse kapanacağı,
- TRAKYA CAM'ın önerdiği sistemin tek elden dağıtımın yanı sıra, tek elden satın almayı da öngördüğü, bayilerin diğer bayilerden satın alma yapmasını engelleyerek onların da arbitraj imkânını ortadan kaldırdığı, bunun sonucu olarak da üreticinin bayilere eşit olmayan şartlar altında satış yapmasının, dikey anlaşmaya özgü etkinliklerin ortadan kalkmasının ve nihai tüketiciler açısından fiyatların yükselmesinin söz konusu olabileceği

ifade edilerek gereğinin yapılması talep edilmiştir.

- (5) **G. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 05.05.2016 tarih ve 2973 sayılı, 15.06.2016 tarih ve 3856 sayılı yazılar ile giren başvuruların 4054 sayılı Kanun kapsamında olduğu ve başvurularda yer alan iddialara yönelik olarak önaraştırma yapılması gerektiği değerlendirilmesini içeren 13.07.2016 tarihli ve 2016-5-20/İİ sayılı İlk İnceleme Raporu Kurul'un 19.07.2016 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 16-24/413-M sayı ile söz konusu iddialara ilişkin olarak TRAKYA CAM ile bayi ve yeniden satıcılarının hakkında 4054 sayılı Kanun'un 40/1'inci maddesi uyarınca önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.
- (6) Önaraştırma neticesinde hazırlanan 17.11.2016 tarih ve 2016-5-20/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu, Kurul'un 24.11.2016 tarihli toplantısında görüşülmüş; 24.11.2016 tarih ve 16-41/672-M sayılı karar ile TRAKYA CAM'ın, 02.12.2015 tarih ve 15-42/704-258 sayılı Kurul kararında (Trakya Cam/Düzcam Muafiyet kararı) 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal eder nitelikte olduğu tespit edilen bayilik sistemini fiili olarak uygulamaya başlayarak 4054 sayılı Kanun'u ihlal edip etmediğinin tespitine yönelik olarak TRAKYA CAM hakkında 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına karar verilmiştir.
- (7) 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca soruşturma kararı ve ileri sürülen iddiaların türü ve niteliği hakkında yeterli bilgi 05.12.2016 tarihli ve 13055 sayılı yazı ile TRAKYA CAM'a tebliğ edilerek 30 gün içinde ilk yazılı savunmalarının yapılması talep edilmiştir. Soruşturma bildirimi TRAKYA CAM tarafından 07.12.2016 tarihinde tebellüğ edilmiş, tarafların ilk yazılı savunması 06.01.2017 tarih ve 156 sayı ile yasal süresi içinde Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (8) Soruşturma Heyeti tarafından hazırlanan 22.05.2017 tarihli ve 2016-5-20/SR sayılı Soruşturma Raporu ve ekleri Kurul üyeleri ile hakkında soruşturma yürütülen tarafa tebliğ edilmiştir. Soruşturma Raporu teşebbüs tarafından 26.25.2017 tarihinde tebellüğ edilmiştir. Soruşturma tarafı ikinci yazılı savunmanın sunulması için 30 günlük ek süre talep etmiş; tarafların bu talebi 08.06.2017 tarihli ve 17-19/307-M sayılı Kurul kararıyla kabul edilmiştir.
- (9) TRAKYA CAM'ın ikinci yazılı savunması 26.07.2017 tarih ve 5377 sayı ile Kurum kayıtlarına süresi içinde intikal etmiştir. Tarafın ikinci yazılı savunmalarına ilişkin olarak Soruşturma Heyetince hazırlanan 09.08.2017 tarihli ve 2016-5-20/EG sayılı Ek Yazılı Görüş, Kurul üyeleri ile hakkında soruşturma yürütülen taraflara tebliğ edilmiştir. Ek Yazılı Görüş, 14.08.2017 tarihinde soruşturma tarafı teşebbüs tarafından tebellüğ edilmiştir. Üçüncü yazılı savunmanın sunulması için 30 günlük ek süre talep edilmiş; anılan talep 07.09.2017 tarihli ve 17-28/480-M sayılı Kurul kararıyla kabul edilmiştir. Teşebbüsün

üçüncü yazılı savunması yasal süresi içinde 16.10.2017 tarih ve 7445 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.

- (10) TRAKYA CAM'ın sözlü savunma hakkını kullanma yönündeki talebi doğrultusunda Rekabet Kurulu 26.10.2016 tarihli toplantısında, sözlü savunma toplantısının 30.11.2017 tarihinde yapılmasına 17-35/566-M sayılı karar vermiştir. Kararın ardından teşebbüs vekilinin Kurum kayıtlarına 30.10.2017 tarih ve 7832 sayı ile giren dilekçesinde sözlü savunma toplantısının mücbir sebepler nedeniyle bir başka tarihe alınması yönündeki talebi makul görülmüş ve Kurul'un 09.11.2017 tarihli ve 17-36/589-M sayılı kararı ile sözlü savunma toplantısı 28.11.2017'de yapılmıştır. Kurul 14.12.2017 tarihli toplantısında, 17-41/641-280 sayılı nihai kararını vermiştir.
- (11) **H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili Soruşturma Raporunda;
- TRAKYA CAM'ın, 02.12.2015 tarih ve 15-42/704-258 sayılı Kurul kararında 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal eder nitelikte olduğu tespit edilmiş olan bayilik dağıtım anlaşmalarını 2016 yılı itibarıyla fiili olarak uygulamaya başlamak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği,
 - TRAKYA CAM'a 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin ikinci fıkrası ve "*Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem Ve Kararlar İle Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik*" uyarınca idari para cezası verilmesi gerektiği,
 - TRAKYA CAM'ın sanayici müşterileriyle yaptığı sözleşmelerde yer alan ve müşterilerin satın aldıkları ürün üzerindeki tasarruflarını sınırlandıran hükümlere 24.01.2013 tarih ve 13-07/73-42 sayılı Kurul kararıyla verilen muafiyetin 4054 sayılı Kanun'un 13. maddesi uyarınca geri alınması gerektiği
 - TRAKYA CAM'a, hâlihazırda çalışmakta olduğu 18 bayisine (YES) bölgesel münhasırlığın bulunmadığı, dolayısıyla tüm Türkiye genelinde aktif satış yapabilecekleri hususunun yazılı olarak bildirmesi gerektiği yönünde görüş gönderilmesinin uygun olacağı

kanaat ve sonucuna varılmıştır.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. Hakkında İnceleme Yapılan Taraf: TRAKYA CAM

- (12) TRAKYA CAM on yedi bağlı ortaklık, üç iş ortaklığı ve üç iştirakten oluşmaktadır. 1978 yılında kurulan teşebbüs 1981 yılında üretime başlamıştır. ŞİŞECAM'a bağlı bir kuruluş olan TRAKYA CAM; temel camlar (düzcam, buzlu cam, ayna, lamine cam, kaplamalı cam, mimari projelere yönelik camlar), otomotiv camları ve diğer ulaşım araçları camları, enerji camları, beyaz eşya camlarının üretimi alanında faaliyet göstermektedir. Bu ürünlerin başlıca alıcıları inşaat, otomotiv, enerji, beyaz eşya, mobilya ve tarım sektörlerinde hizmet vermektedir.
- (13) TRAKYA CAM Türkiye'nin dört ayrı noktasında bulunan fabrikalarındaki on adet "yüzdürme yöntemiyle üretim" (float) hattında, yıllık toplam iki milyon ton kapasiteyle Türkiye'nin en büyük cam üreticisi olarak faaliyet göstermekte ve bu hatlarda üretilen mamullerle yurtiçi piyasasına ve ihracata yönelik satış gerçekleştirmektedir. TRAKYA CAM, Bulgaristan ve Rusya'da yer alan float hatları da hesaba katıldığında düzcam üretiminde dünyada altıncı, Avrupa'da ise üçüncü büyük firma konumundadır. TRAKYA CAM'ın ortaklık yapısı aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 1: TRAKYA CAM'ın Ortaklık Yapısı

Ortaklar	Pay Tutarı (TL)	Pay Oranı (%)
ŞİŞECAM	620.990.718	69,38
Şişecam Grubu Şirketleri	3.589.792	0,40
Halka Açık	269.837.854	30,16
IFC	581.636	0,06
Toplam	895.000.000	100,00

Kaynak: Bildirim Formu ve teşebbüsün internet sitesi

Tablo 2: ŞİŞECAM Ortaklık Yapısı

Ortaklar	İştirak Oranı (%)
Türkiye İş Bankası A.Ş.	65,47
Efes Holding A.Ş.	3,72
T. İş Bankası Mensupları Munz. Sos. Güv. Ve Yar. San. Vakfı	4,46
Anadolu Hayat Emeklilik A.Ş.	0,05
Diğer	26,30
Toplam	100,00

Kaynak: Teşebbüsün internet sitesi

- (14) Yukarıdaki tablolardan da görüleceği üzere TRAKYA CAM, ŞİŞECAM'ın kontrolünde, ŞİŞECAM ise Türkiye İş Bankası A.Ş.'nin kontrolünde bulunmaktadır.

I.2. İlgili Pazar

I.2.1. İlgili Ürün Pazarı

- (15) Rekabet hukukunda pazar tanımı, teşebbüsler arasındaki rekabetin sınırlarını tespit etmekte kullanılan bir araçtır. İlgili pazar, ürün ve coğrafi pazar olmak üzere iki temel boyuttan oluşmaktadır. Pazarı hem ürün hem de coğrafi bölge boyutlarıyla tanımlamaktaki amaç teşebbüslerin davranışlarını sınırlama ve etkin bir rekabetçi baskıdan bağımsız olarak davranmalarını önleme gücüne sahip rakiplerin ortaya çıkarılmasıdır.
- (16) TRAKYA CAM, ŞİŞECAM'ın düzcam faaliyetlerinin tümünü yürüten bir iştirakidir. TRAKYA CAM, temel camlar (düzcam, buzlu cam, ayna, lamine cam, kaplamalı cam, mimari projelere yönelik camlar), otomotiv camları ve diğer ulaşım araçları camları, enerji camları, beyaz eşya camları gibi hemen hemen tüm düzcam ürün gruplarında pazarda aktif olarak yer almaktadır. Gelen başvurularda düzcam ürünleri arasında herhangi bir ayrıma gidilmemiş, TRAKYA CAM'ın düzcam pazarında uygulamaya geçtiği bayilik sistemi şikâyet konusu olmuştur.
- (17) İlgili pazara ilişkin geçmiş Kurul kararları incelendiğinde de düzcam ürününe ilişkin alt ürün pazarlarının ayrı pazarlar olarak tanımlanmadığı görülmektedir. Kurul'un *Trakya Cam-I* kararında³; düzcamın çeşitli süreçler sonucu nihai ürün niteliği kazandığı, (örneğin, bir düzcam plakasının sadece uygun ebatlarda kesilerek çift camda kullanılabileceği gibi; kaplama, temperleme gibi işlemlerden geçirilerek çok farklı alanlarda kullanılabilmesi), float teknolojisi sayesinde üretim standartlarına uyulduğu takdirde hattan alınan ilk ürünün nitelik ve kalite açısından farklılık göstermediği göz önünde bulundurularak ilgili ürün pazarı "*düzcam pazarı*" olarak tanımlanmıştır. Yine Kurul'un *Trakya Cam Sanayii A.Ş.*'nin ısıcam yetkili üreticileri, yetkili satıcılar ve sanayici müşteriler şeklinde adlandırılan müşteri gruplarıyla akdettiği sözleşmelere ve fiili uygulamalarına yönelik *Trakya Cam/Isıcam Muafiyet* kararında⁴ ilgili ürün pazarı "*düzcam pazarı*" olarak belirlenmiştir.

³ 17.11.2011 tarihli ve 11-57/1477-533 sayılı *Trakya Cam-I* kararı.

⁴ 24.01.2013 tarih ve 13-07/73-42 sayılı *Trakya Cam/Isıcam Muafiyet* kararı.

Benzer şekilde, detaylarına ileride yer verilen, TRAKYA CAM'ın yeni bayilik sisteminin incelendiği, Aralık 2015 tarihinde alınan Trakya Cam/Düzcam Muafiyet kararında da ilgili ürün pazarı “*düzcam pazarı*” olarak tespit edilmiştir.

- (18) Bu çerçevede, konuyla ilgili geçmiş Kurul kararları göz önünde bulundurularak, ilgili ürün pazarı “*düzcam pazarı*” olarak belirlenmiştir.

I.2.2. İlgili Coğrafi Pazar

- (19) İlgili coğrafi pazarın belirlenmesinde; teşebbüslerin ürün ve hizmetlerin arz ve talebi konusunda faaliyet gösterdikleri bölgeler baz alınmakla birlikte, rekabet koşullarının ilgili bölge içinde homojen olması ile bu koşulların komşu bölgelerden kolayca ayrılabilmesini sağlayacak ölçüde farklı olması şartı da aranmaktadır.
- (20) Şikâyet konusu ürünlerin tüm Türkiye’de dağıtım, pazarlama ve satışının yapılabildiği ve ülke genelinde rekabet koşullarında bölgeler bazında belirgin farklılıklar olmadığı göz önüne alındığında, yukarıda değinilen Kurul kararlarına da paralel şekilde, ilgili coğrafi pazar “Türkiye” olarak belirlenmiştir.

I.3. Geçmiş Kurul Kararları Çerçevesinde TRAKYA CAM ve Rakiplerinin Pazardaki Konumu

- (21) Türkiye’de düzcam sektöründe üretici olarak faaliyet gösteren iki adet teşebbüs bulunmaktadır: TRAKYA CAM ve Düzce Cam San. Tic. A.Ş. (DÜZCE CAM). Bu iki teşebbüs haricindeki diğer firmalar üretici olmayıp düzcam ürününü yerli üreticilerden satın almakta veya yurt dışından ithal etmektedir.
- (22) Düzcam ürünlerinin son kullanıcıya ulaştırılmasında toptancılar ve cam ürününü işleyip satışını yapan cam işleyici teşebbüsler (sanayici) önemli rol oynamaktadır. Bunun yanı sıra pazarda faaliyet gösteren bu teşebbüslerin alt bayisi ve perakendecisi durumunda olan birçok daha küçük ölçekli teşebbüs de bulunmaktadır.
- (23) Kurul’un *Trakya Cam-I* kararında, yukarıda yer verilen tüm bu hususlar irdelenmiş ve TRAKYA CAM’ın, %70’lerin üzerinde seyreden pazar payı; pazara giriş engellerinin varlığı; yedi “float” hattının sağladığı portföy gücü; ŞİŞECAM grubunun parçası olmaktan kaynaklanan yüksek finansman kapasitesi; Isıcam markasının güçlü imajı ve grubun yıllardır piyasada tek üretici olmasının getirdiği güvenilirlik ile yürürlükte bulunan dış ticaret sınırlandırmaları gibi unsurların etkisiyle düzcam piyasasında güçlü bir biçimde hâkim durumda bulunduğu tespiti yapılmıştır.
- (24) Kurul’un *Trakya Cam/Isıcam Muafiyet* kararında ise yukarıda anılan karardaki tespitlerin dayandığı pazar şartlarında dikkate değer bir değişiklik olmadığı değerlendirilerek TRAKYA CAM’ın ilgili pazarlarda önemli bir pazar gücüne sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
- (25) *Trakya Cam/Düzcam Muafiyet* kararında ise TRAKYA CAM’ın pazardaki konumunu tespit edebilmek amacıyla TRAKYA CAM ve rakiplerinin 2012 ila 2015 yılları arasındaki pazar payları değerlendirilmiştir. Soruşturma döneminde elde edilen bilgiler çerçevesinde 2016 yılının da dahil edildiği aşağıdaki Tablo 3’ten görüleceği üzere, TRAKYA CAM 2016 yılı itibarıyla satış tutarı üzerinden %(.) pay ile pazarın lider oyuncusu konumundadır. Pazarda TRAKYA CAM’ın tek yerli rakibi olarak faaliyet gösteren DÜZCE CAM’ın aynı dönemde payı %(.) ithalatın payı %(.) oranında gerçekleşmiştir. Bu çerçevede TRAKYA CAM’ın tek rakibi olan yerli üretici DÜZCE CAM’ın yaklaşık (.) pazar payına sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 3: Düzcam Pazarındaki Teşebbüslerin Satış Tutarları (1.000 TL) ve Pazar Payları (%)

	2012	2013	2014	2015	2016
Toplam Tüketim	865.783	1.093.752	1.409.417	1.515.984	1.688.511
Trakya Cam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Düzce Cam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İthalat	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Trakya Cam Pazar Payı (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Düzce Cam Pazar Payı (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İthalat Pazar Payı (%)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: *Trakya Cam/Düzcam Muafiyet* kararı, 2016-5-15 sayılı dosya kapsamında yapılan bildirim ve TRAKYA CAM tarafından sunulan bilgiler

- (26) Kararda TRAKYA CAM'ın pazardan aldığı payın yanı sıra üretim kapasitesi bakımından da Türkiye'nin en büyük üreticisi olduğu, kapasitesiyle cam sanayi yurtiçi üretim kapasitesinin %90'ını karşıladığı, ürün gamı ve çeşitliliğinin, mali güç ve marka bilinirliğinin yüksek olduğu, pazara giriş engellerinin ise ithalata konan kotolar ve ek mali yükümlülüklerin varlığı nedeniyle yüksek olduğu tespit edilmiştir.

I.4. Trakya Cam/Düzcam Muafiyet Kararı

- (27) Dosya kapsamında incelenen üç şikâyet başvurusu değerlendirildiğinde, her üç başvuruda da TRAKYA CAM'a yöneltilen iddiaların temelinde, teşebbüsün planladığı "azaltılmış bayilik sistemini", ilgili sisteme ilişkin teşebbüsçe gerçekleştirilen muafiyet başvurusunun 2015 yılı sonunda başarısız sonuçlanmasına karşın, 2016 yılı başından itibaren uygulamaya koyulduğu yer almaktadır. Bu bakımdan soruşturmanın konusunu da Trakya Cam/Düzcam Muafiyet kararı ile Kurul'un 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olduğu tespitini yaptığı bayilik anlaşmasının ve bu anlaşmayla kurulacak olan azaltılmış bayilik sisteminin TRAKYA CAM tarafından uygulanıp uygulanmadığı oluşturmaktadır.
- (28) Bu kapsamda öncelikle, anılan kararda incelenen bayilik anlaşmasının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olduğu sonucuna ulaştıran anlaşma hükümlerine ilişkin yapılan değerlendirmelere yer verilmektedir.
- (29) TRAKYA CAM, Kuruma yaptığı 27.08.2015 tarihli başvuruda, bir bayisi ile imzaladığı ve muafiyet tanınması halinde toplamda yirmi bir bayi⁵ ile imzalamayı planladığını belirttiği "Yetkili Bayilik Sözleşmesi"ne muafiyet verilmesini talep etmiştir. Başvuru sonucu hazırlanan rapor Kurul'un 02.12.2015 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 4. madde kapsamında olduğu tespit edilen sözleşmenin 5. maddede sayılan şartların tamamını sağlamaması nedeniyle bireysel muafiyet alamayacağına karar verilmiştir.
- (30) Kurul ilgili kararda yetkili bayi sayısını nihai olarak seksen sekizden on sekize indirmeyi planlayan yeni yetkili bayilik sözleşmesinin, 4054 sayılı Kanun kapsamında değerlendirilebilecek hükümlerine ilişkin aşağıdaki tespitlerde bulunmuştur:

"Düzcam pazarında TRAKYA CAM ile TRAKYA CAM'ın bayisi konumundaki ANADOLU CAM ile imzalanan ve diğer yetkili satıcılar ile imzalanacak Sözleşme yeniden satış fiyatının tespiti, yeniden satış fiyatına minimum sınır getirilmesi ve pasif satışların engellenmesi gibi dikey anlaşmalarda genel olarak amaç bakımından rekabeti kısıtlayıcı olduğu kabul edilen düzenlemeleri içermemektedir. Bununla birlikte sözleşmede münhasır dağıtım ve rekabet etmeme yükümlülüğüne ilişkin düzenlemeler olduğu görülmektedir.

⁵ Başvuru sürecinde bu sayı teşebbüs tarafından 18'e düşürülmüştür.

Aşağıda Sözleşme'nin münhasır dağıtım ve rekabet etmeme yükümlülüğüne yönelik maddelerine yer verilmektedir. Bu çerçevede Sözleşme'nin;

- 3.1.5. maddesinde, "BAYİ, Bölge dışında ve münhasıran bir başka BAYİ'ye tahsis edilmiş bölgede aktif bir şekilde: (a) Ürünlerin satış ve dağıtımını yapmayacak, (b) Şube açmayacak, (c) Cam dağıtım deposu tahsis etmeyecektir."
- 4.1. maddesinde, "ŞİŞECAM DÜZCAM, Bölge'de Ürünler'in satışını münhasıran BAYİ'ye yapacaktır. Bununla birlikte, Ürünler'in ŞİŞECAM DÜZCAM tarafından yetkilendirilmiş, Sanayici Müşteri niteliği taşıyan firmalara satış ve dağıtımını münhasıran ŞİŞECAM DÜZCAM'a aittir."
- 3.2.11. maddesinde, "... BAYİ, bu kapsamda Bayi Yöneticisi ile birlikte; (a) Ziyaret kapsamına alınacak satış noktalarına ilişkin ziyaret planlarını hazırlayacak, uygulamaya koyacak, gerekli hallerde değişiklikler önerecektir. (b) Satış faaliyetleri konusunda işbirliğinde bulunacak ve satış noktaları ile iyi ilişkiler kuracaktır ve sürdürecektir..."
- 3.1.1. maddesinde, "BAYİ, Ürünleri, yeniden satış amacıyla, ŞİŞECAM DÜZCAM'dan satın alacaktır."
- 3.3.1. maddesinde, "BAYİ, Ürünler'in stoklandığı alanda başka hiçbir ürün veya ürün ile ilişkili olmayan malzeme bulundurmamıştır. BAYİ, Ürünler ile birlikte depolayabileceği diğer mamulleri önceden ŞİŞECAM DÜZCAM'a onaylatacaktır."
- "Rekabet Etmeme Yükümlülüğü" başlıklı 3.4.1. maddesinde, "BAYİ, ŞİŞECAM DÜZCAM'ın ürettiği, sattığı, pazarladığı ürünlerin aynısını veya ürünlere benzer ve rakip nitelikteki ürünleri üretmez, ithal edemez, satamaz, dağıtamaz, stoklarında bulduramaz ve tanıtımını yapamaz. BAYİ, şirket ortakları veya hissedarları veya çalışanları, ŞİŞECAM DÜZCAM'ın ürettiği, sattığı, pazarladığı ürünlerle rekabet halindeki Ürünleri üreten ve dağıtan şirketlere ortak olamaz, çalışan sıfatıyla görev ifa edemez ve bağlı şirketleri ile de bu tip faaliyetlerde bulunamaz."
- 3.4.2. maddesinde, "BAYİ, ŞİŞECAM DÜZCAM'ın rakibi firmalara ait ürünlere ilişkin olarak ŞİŞECAM DÜZCAM'ın rakibi olan firmalardan bayilik, temsilcilik veya acentelik almayacak ve/veya söz konusu firmalarla benzeri ticari ilişkiler kurmayacaktır."
- 3.4.3. maddesinde, "BAYİ, ŞİŞECAM DÜZCAM'ın rakibi bir firma tarafından üretilen, pazarlanan, dağıtılan veya üretilecek, pazarlanacak, dağıtılacak olan ürüne ait markayı veya bir rakip firmanın unvanını, logosunu içeren malzemeleri işyerinde, işletmesinde, dağıtım araçlarında veya müşterilerinde bulundurmamıştır, teşhir etmeyecek, bulundurmasında veya teşhir edilmesine izin vermeyecektir."
- 3.4.4. maddesinde, "BAYİ, sözleşme konusu ürünler ve rakip ürünler dışında kalan ürünlerin BAYİ'liğini, ticaretini, üretimini alım-satımını yapmak ister ise, önceden ŞİŞECAM DÜZCAM'a yazılı olarak bildirimde bulunmak ve bu konuda bilgi vermek zorundadır..."

ifadelerine yer verildiği görülmektedir. Yukarıda yer verilen Sözleşme maddeleriyle yetkili bayilere getirilen, belirli bölgelere/müşterilere aktif satış yapmamaya, düzcam ürünlerini sadece TRAKYA CAM'dan ya da TRAKYA CAM'ın göstereceği yerden temin etmeye ve doğrudan ve dolaylı olarak rakip ürün üretmemeye, satmamaya, pazarlamamaya yönelik kısıtlamalar, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamındadır."

- (31) Kurul bildirime konu sözleşme çerçevesinde getirilen yeni dağıtım sisteminin bazı etkinlikler yaratarak 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (a) bendindeki koşulu sağlayacağını belirtmiştir⁶. Bununla birlikte kararda aktif satışların sözleşme ile kısıtlandığı, pasif satışların ise ürünün kendine has özelliklerinden dolayı yok denecek düzeyde olduğu, buna bağlı olarak marka içi rekabetin ortadan kalktığı sözleşmelerde, markalar arası rekabetin de çok kısıtlı olması nedeniyle kısıtlamaların olumsuz etkisi daha fazla olacağı, pazarda sağlayıcının rakiplerinin uyguladığı rekabet baskısının yeterince güçlü olmadığı durumda bu kısıtlamalarla tüketicilerin seçebilme özgürlüğünün ve diğer seçenekleri ortadan kaldırılacağı, tek elden dağıtımla tek elden satın alma yükümlülüğünün aynı anda getirilmesinin ise dikey anlaşmaya özgü etkinliklerin ortadan kalkmasına ve nihai tüketiciler açısından fiyatların yükselmesine yol açacağı değerlendirilerek yapılarak 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinin (b) bendindeki koşulun sağlanmadığı sonucuna varılmıştır⁷.
- (32) Kararda ilgili piyasanın önemli bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması şartı değerlendirilirken TRAKYA CAM'ın ve rakip teşebbüslerin pazardaki konumu, giriş engelleri, pazarın olgunluk seviyesi gibi unsurlar birlikte ele alınmıştır. Yapılan incelemeler çerçevesinde TRAKYA CAM'ın sahip olduğu pazar payı, kapasitesi, ürün gamı ve çeşitliliği, mali gücü ve marka bilinirliğiyle düzcam pazarında rakipleri karşısında oldukça güçlü bir konumda olduğu⁸ ve pazarda giriş engellerinin bulunduğu⁹ sonucuna varılmış; sözleşmenin yürürlüğe girmesiyle birlikte alt pazarda düzcam ürünün özellikle bölgeler arası ticaretinin zorlaşacağı¹⁰ tespit edilmiş ve sözleşme süresinin kısa olmasının tehdit olarak algılanabileceği¹¹ vurgulanmıştır.
- (33) Pazarın genel yapısından ulaşılan çıkarımlara ek olarak karar, sözleşme ile bayilerin bilişim sistemlerine yüklenecek yazılım programının ve oluşturulması planlanan bayi yöneticiliği sisteminin etkilerini bireysel muafiyet analizi kapsamında ayrıca ele almıştır¹².
- (34) Kararda kullanılması planlanan yazılımın dağıtım sistemine etkilerine ilişkin olarak *"TRAKYA CAM yetkili bayilerin stok ve satış durumunu daha etkin bir şekilde gözlemleyerek, daha etkin üretim planlaması yapma imkânına kavuşabileceğini ileri sürmektedir. Ancak bu yazılım programının olumsuz tarafları da bulunmaktadır. Bu yazılım programıyla TRAKYA CAM yetkili bayilerinin hangi bölgelere, hangi müşterilere ne miktarda ürün sattığını görebilmektedir. Yüklenen yazılım programıyla kime ne ürün satıldığı TRAKYA CAM tarafından tespit edilebilen bayi kendi bölgesi dışına pasif de olsa ürün satmakta isteksiz davranabilecek, bu durum pasif satışları daha da olumsuz etkileyebilecektir"* değerlendirilmesine yer verilmiştir¹³.

⁶ Prg. 54.

⁷ Prg. 64.

⁸ Prg. 74.

⁹ Prg. 86.

¹⁰ Prg. 98.

¹¹ Prg. 101.

¹² Yazılıma ve bayi yöneticiliğine ilişkin hükümler, TRAKYA CAM tarafından 29.04.2016 tarihinde gerçekleştirilen ikinci muafiyet başvurusu kapsamında sunulan "Yetkili Bayilik Sözleşmesi" taslağında yer almıştır.

¹³ Prg. 102.

- (35) Bunun yanında, incelenen sözleşme ile getirilmek istenen bayi yöneticiliği sisteminin de pasif satış olasılığını ve marka içi rekabeti olumsuz etkilediği belirtilmiştir¹⁴. Sözleşmeye göre bayi yöneticisi, bayi ile birlikte bayinin satış ekibinin satış noktalarına ilişkin ziyaret planlarını hazırlayacak, uygulamaya koyacak, bayinin TRAKYA CAM ile satış faaliyetleri konusundaki işbirliğini koordine edecek, bayinin bölgesindeki satış hacmi, ürünlerin bulunabilirliği, satış analizleri gibi raporlamaların bayi tarafından TRAKYA CAM'a yapılmasını sağlayacak ve TRAKYA CAM adına bayinin ana merkezinde çalışacak personeli ifade etmektedir. Kurul'a göre TRAKYA CAM tarafından gönderilen bayi yöneticisi bayinin hemen hemen tüm satış planlamasını ve stratejisini belirleyebilecek veya kontrol edebilecek olması, bayiler üzerindeki denetimin ve/veya muhtemel baskının artmasına neden olabilecektir. Karara göre bu durum TRAKYA CAM ile bayilerinin neredeyse aynı ekonomik bütünlüğe ait tek bir teşebbüs gibi davranması ve dolayısıyla marka içi rekabetin olumsuz etkilenmesi sonucunu doğurabilecektir.
- (36) Kararda ayrıca, sözleşmede yer alan tavsiye fiyat hükmünün alt pazarda bayiler arasındaki fiyat rekabetini olumsuz etkileyebileceği değerlendirilerek¹⁵ bildirim konu sözleşme ile piyasanın önemli bölümünde rekabetin ortadan kalkacağı belirtilmiştir.
- (37) Son olarak, sözleşmede yer alan rekabet etmeme yükümlülüklerinin TRAKYA CAM'ın pazarda çok güçlü bir konumda olması, pazarda TRAKYA CAM ürünlerine bağımlılık bulunması gibi hususlar göz önünde bulundurulduğunda pazarın diğer rakiplere kapanmasına yol açacağı değerlendirilerek bildirim konu sözleşmenin düzcam pazarı bakımından 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan koşulların tümünü sağlamadığı sonucuna varılmıştır¹⁶.

I.5. Yapılan Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Bilgi ve Belgeler

I.5.1. 4. Madde Kapsamına Girdiği Tespit Edilen Anlaşmanın (Bayilik Sisteminin) Uygulandığına İşaret Eden Belgeler

a) TRAKYA CAM'dan Elde Edilen Belgeler

- (38) TRAKYA CAM'da yapılan yerinde incelemede şikâyete konu bayilik sisteminin uygulandığına yönelik aşağıdaki deliller elde edilmiştir:

Delil 1: Marmara-1 Bölge Satış Müdürü (.....) tarafından TRAKYA CAM Yurt İçi Satışlar Grup Müdürü (.....)'a ve diğer teşebbüs çalışanlarına gönderilen 12.07.2016 tarihli eposta ekinde yer alan Marmara 1 Bölge Satış Şefi (.....) tarafından hazırlanmış "Marmara Bölgesi Pazar Bilgisi" başlıklı raporda aşağıdaki ifadeler yer almaktadır¹⁷.

".....
(.....)."

- (39) **Delil 2:** Düzcam Grup Başkanı (.....) bilgisayarından edinilen "Aralık 2015 Yurtiçi Satışlar Grup Müdürlüğü Aylık Rapor" başlıklı raporda ".....(.....)." ifadeleri yer almaktadır.
- (40) **Delil 3:** Düzcam Grup Başkanı (.....)'nın bilgisayarından edinilen "Kasım 2015 Yurtiçi Satışlar Grup Müdürlüğü Aylık Rapor" başlıklı raporda "(.....)." ifadeleri yer almaktadır.

¹⁴ Prg. 103.

¹⁵ Prg. 105.

¹⁶ TRAKYA CAM muafiyet verilmemesi üzerine yetkili bayilik sözleşmesinde değişikliğe giderek 29.04.2016 tarihinde yeni bir muafiyet bildirimini yapmıştır.

¹⁷ TRAKYA CAM toptancı bayilerine "Yurt İçi Yetkili Satıcı" adını vermekte ve YES kısaltmasını kullanmaktadır.

(41) **Delil 4:** Teşebbüs çalışanı (.....) tarafından TRAKYA CAM Pazarlama ve Satış Başkan Yardımcısı (.....)'na gönderilen 01.09.2016 tarih ve "Isıcam bayi topl. hakk." başlıklı eposta metninde aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

".....(.....):

.....

• (.....).

....."

(42) **Delil 5:** TRAKYA CAM Akdeniz-Doğu Anadolu Bölge Satış Müdürü Hamdi ERDAL'a (.....) @trakyacam.dipa.com.tr adresinden gönderilen epostanın ekinde Bayi Yöneticisi olduğu belirtilen (.....) tarafından hazırlanmış 01-21.04.2016 dönemini kapsayan "Performans Değerlendirme Sunumu" başlıklı raporun, bayi yöneticilerinin Şişecam'dan beklentilerine ilişkin kısmında aşağıdaki ifadeler yer verilmiştir:

"(.....)"

(43) **Delil 6:** Teşebbüs çalışanı (.....) tarafından TRAKYA CAM Pazarlama ve Satış Başkan Yardımcısı (.....)'na gönderilmiş 15.08.2016 tarihli ve "İzmir ve Manisa illeri seyahati değerlendirmeleri" başlıklı eposta ekinde yer alan raporda aşağıdaki ifadeler bulunmaktadır:

".....

(.....)."

(44) **Delil 7:** TRAKYA CAM Yurt İçi Satışlar Grup Müdürü (.....)'ın bilgisayarından edinilen 07.10.2016 tarih ve "Strateji Toplantılarının Sonuçlarına yönelik paylaşım" başlıklı epostanın ekinde yer alan Trakya Cam Stratejik Planlama Uzmanı (.....) tarafından hazırlanmış sunuda aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

"..."

(.....), ..."

(45) **Delil 8:** TRAKYA CAM Ticari Satışlar Operasyon Sorumlusu (.....) tarafından 21.09.2016 tarihinde gönderilen "YES Satış Raporu Birikimli" başlıklı epostada (.....):

(.....TİCARİ SIR.....)

(46) **Delil 9:** TRAKYA CAM Ticari Satışlar Operasyon Sorumlusu (.....) tarafından 12.10.2016 tarihinde gönderilen "Yurtiçi Satışlar Eylül Ayı Raporu" başlıklı eposta ekinde yer alan raporda aşağıdaki ifadeler bulunmaktadır:

".....

(.....)."

- (47) **Delil 10:** TRAKYA CAM Yurt İçi Satışlar Grup Müdürü (.....)'dan Düzcamlar Grup Başkanı (.....)'ya gönderilmiş 05.05.2016 tarihli ve "YES İl Dağılımı" başlıklı epostanın ekinde (.....):

(.....TİCARİ SIR.....)

- (48) **Delil 11:** Düzcamlar Grup Başkanı (.....)'nın bilgisayarından edinilen "2017-2021 Stratejik Planı Strateji Gözden Geçirme ve Yönlendirme Toplantısı" başlıklı sunumda "(.....)." ifadeleri bulunmaktadır.
- (49) **Delil 12:** İlk olarak TRAKYA CAM Ürün Müdürü (.....) tarafından 10.05.2016 tarihinde TRAKYA CAM Pazarlama ve Satış Başkan Yardımcısı (.....)'na gönderilen ve devamında Marmara-1 Bölge Satış Müdürü (.....) tarafından eklemeler yapılarak çeşitli TRAKYA CAM çalışanlarına iletilen "Toplantı notu-7 Mayıs 2016 Belgrad" başlıklı eposta silsilesinde, bahsi geçen YES Belgrad Toplantısı'nda parantez içinde yer verilen YES yetkililerince belirtildiği anlaşılan aşağıdaki ifadeler bulunmaktadır:

".....
- (.....)"

- (50) **Delil 13:** TRAKYA CAM Ticari Satışlar Operasyon Sorumlusu (.....) tarafından TRAKYA CAM Yurt İçi Satışlar Grup Müdürü (.....)'a 08.06.2016 tarihinde gönderilmiş "Satınalma Cam YES Aylık Satış Raporu" başlıklı epostada (.....).

(.....TİCARİ SIR.....)

- (51) **Delil 14:** TRAKYA CAM Ticari Satışlar Operasyon Sorumlusu (.....) tarafından TRAKYA CAM Yurt İçi Satışlar Grup Müdürü (.....)'a 17.10.2016 tarihinde gönderilen üçüncü çeyrek değerlendirme raporunda aşağıdaki ifadeler bulunmaktadır:

"...(.....)
.....
(.....).

- (52) **Delil 15:** Düzcamlar Grup Başkanı (.....)'nın bilgisayarından elde edilen 12.06.2016 tarihli "Bayi Dosyaları" başlıklı epostanın ekinde yer alan GÜNEYDOĞU CAM raporunda

"...(.....)."

ifadeleri yer almaktadır.

- (53) **Delil 16:** Ankara'da bulunan KIRATLIOĞLU CAM sahibi (.....) tarafından Düzcamlar Grup Başkanı (.....)'ya 13.01.2016 tarihinde yollanan epostada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

"...(.....)."

- (54) **Delil 17:** Düzcam Grup Başkanı (.....)'nın bilgisayarından edinilen 18.07.2016 tarihli "Stratejik Planlama Direktörlüğü Düzcam Grubu 2016 Ocak-Haziran Değerlendirmesi" başlıklı raporda

"... (.....)."

ifadeleri yer almaktadır.

- (55) **Delil 18:** SALT CAM bayi yöneticisi (.....) tarafından çeşitli "dipa"¹⁸ uzantılı eposta adreslerine ve SALT CAM uzantılı eposta adreslerine gönderilen 09.09.2016 tarihli ve "Önemli Okuduktan Sonra Silinmesi Gerekmemektedir" başlıklı epostada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

"(.....)."

- (56) **Delil 19:** 05.09.2016 tarihinde (.....) tarafından Marmara-1 Bölge Satış Müdürü (.....)'a gönderilen "bayi listesi" başlıklı epostada güncel bayi listesi sorulmuş; akabinde (.....) tarafından verilen yanıt "*Bayi 18 adete indi onu mu müşterilerimi*" olmuştur.

b) EGE ÇAĞDAŞ CAM'dan Elde Edilen Belgeler

- (57) EGE ÇAĞDAŞ CAM'da yapılan yerinde incelemede şikâyete konu bayilik sisteminin uygulandığına yönelik aşağıdaki deliller elde edilmiştir:

Delil 20: EGE ÇAĞDAŞ CAM Yönetim Kurulu Üyesi (.....) tarafından çeşitli EGE ÇAĞDAŞ CAM çalışanlarına ve EGE ÇAĞDAŞ CAM bayi yöneticisi (.....) ((.....)@trakyacam.dipa.com.tr) ile (.....)'a ((.....)@trakyacam.dipa.com.tr) 07.01.2016 tarihinde gönderilmiş "**ÖNEMLİ BİLGİLENDİRME**" başlıklı eposta metninde aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

"..... (.....)."

- (58) **Delil 21:** EGE ÇAĞDAŞ CAM Yönetim Kurulu Üyesi (.....) ile (.....)'ın satın almasında görevli (.....) tarafından 21.03.2016 ila 18.07.2016 tarihleri arasında yapılan "şişe cam fiyatı" başlıklı bir dizi yazışmada aşağıdaki ifadeler bulunmaktadır:

"..... (.....)....."

c) DOST CAM'dan Elde Edilen Belgeler

- (59) DOST CAM'da yapılan yerinde incelemede şikâyete konu bayilik sisteminin uygulandığına yönelik aşağıdaki deliller elde edilmiştir:

Delil 22: DOST CAM bayi yöneticisi (.....) ((.....)@trakyacam.dipa.com.tr) tarafından TRAKYA CAM Ticari Operasyonlar Sorumlusu (.....)'ye gönderilen 12.02.2016 tarihli ve "Ocak Satış Raporu" başlıklı epostada "... istemiş olduğunuz ocak 2016 satış raporu ekli dosyada bilgilerinize sunulmuştur. ..." ifadeleri bulunmaktadır. Buna ilaveten DOST CAM bayi yöneticisi (.....)'in odasından alınan "*Şubat 2016 İzmir Bölge Transfer Satış Performans Değerlendirme Toplantısı*" başlıklı sunumda müşteriler ve pazardaki durum hakkında bilgiler, pazarın sisteme bakışı, bayi yöneticisi ve bayi arasında yaşanan problemler, bayi yöneticilerinin ŞİŞECAM'dan beklentileri başlıklı değerlendirmeler bulunmaktadır. "(.....)." ifadeleri yer almaktadır.

- (60) **Delil 23:** Teşebbüs çalışanı (.....) tarafından 15.04.2016 tarihinde TRAKYA CAM Ege Bölgesi Satış Müdürü (.....)'ya gönderilmiş "Bölge Teamülünün Bozulması" başlıklı epostada "(.....)" ifadeleri yer almakta ve bir facebook adresi paylaşılmaktadır. Ardından ilgili eposta aynı çalışan tarafından 16.04.2016 tarihinde bayi yöneticisi (.....)'e iletilmiştir.

¹⁸ Dipa Yönetim Danışmanlığı Araş. Hizm. Rekl. ve Tic. Ltd. Şti. (DİPA)

I.5.2. Bayi Yöneticiliği Sisteminin Uygulandığını Gösteren Belgeler

a) TRAKYA CAM'dan Elde Edilen Belgeler

- (61) TRAKYA CAM'da yapılan yerinde incelemelerde bayi yöneticiliğinin uygulandığına ilişkin aşağıdaki belgeler elde edilmiştir:
- Delil 24:** (.....) ((.....) @trakyacam.dipa.com.tr) tarafından TRAKYA CAM Yurt İçi Satışlar Grup Müdürü (.....)'ın da dâhil olduğu mail gruplarına 01.09.2016 tarihinde gönderilmiş "Bilgilendirme" başlıklı epostada aşağıdaki ifadeler bulunmaktadır:
- ".....,(.....)."
- (62) **Delil 25:** (.....) ((.....) @trakyacam.dipa.com.tr) tarafından TRAKYA CAM Yurt İçi Satışlar Grup Müdürü (.....)'ın da dâhil olduğu mail gruplarına 06.09.2016 tarihinde gönderilmiş "Bilgilendirme" başlıklı epostada aşağıdaki ifadeler bulunmaktadır:
- ".....,(.....)."
- (63) **Delil 26:** 14.07.2016 tarihli TRAKYA CAM Ticari Satışlar Operasyon Sorumlusu (.....) tarafından (.....)'e gönderilmiş "Camekan Dergisi Ek Talep" başlıklı epostada aşağıdaki ifadeler bulunmaktadır:
- ".....(.....)."
- (64) **Delil 27:** TRAKYA CAM Marmara 2 Bölge Satış Sorumlusu (.....) tarafından 05.01.2016 tarihinde bayi yöneticisi olduğu belirtilen (.....)'e yollanan "Ocak 2016 Hedefleri" başlıklı epostada Ocak ayı ürün bazlı miktar hedeflerine yer verilmiştir ve 26.01.2016¹⁹ tarihinde performans değerlendirme toplantısına katılması rica edilmiştir. Benzer şekilde, aynı tarihte (.....) tarafından bayi yöneticisi (.....)'e de Ocak ayı ürün bazında miktar hedefleri gönderilmiştir.
- (65) **Delil 28:** (.....) ((.....) @trakyacam.dipa.com.tr) tarafından DİPA çalışanı (.....)'e gönderilen 10.10.2016 tarihli epostada "(.....)." ifadeleri yer almaktadır.
- (66) **Delil 29:** TRAKYA CAM Marmara 2 Bölge Satış Sorumlusu (.....)'nin bilgisayarından elde edilen belgede (.....):

(.....TİCARİ SIR.....)

- (67) **Delil 30:** TRAKYA CAM Marmara 2 Bölge Satış Sorumlusu (.....)'nin bilgisayarından kırtasiye, araç kiralama, konaklama gibi ürün ve hizmet alımları karşılığında DİPA'ya kesilen faturalar ve bu alımların TRAKYA CAM tarafından ödenmesi için oluşturulan masraf formları elde edilmiştir.
- (68) **Delil 31:** Teşebbüs çalışanı (.....) tarafından Düzcamlar Grup Başkanı (.....)'ya gönderilen 24.11.2015 tarihli ve "TY 2016 Bütçe Danışmanlık ve Tanıtım Tutundurma Detayları" başlıklı eposta ekinde yer alan dosyadan DİPA Satış Ekibi açıklaması altında (.....) bütçe ayrıldığı anlaşılmaktadır.

¹⁹ Epostada anılan tarihle ilgili olarak "26.Ocak.2015 Salı günü" ifadesi yer almaktadır. İfadedeki 2015'in yazım hatası olduğu değerlendirilmektedir.

- (69) **Delil 32:** TRAKYA CAM Akdeniz-Doğu Anadolu Bölge Satış Müdürü (.....) tarafından gönderilen 13.04.2016 tarihli “YES toplantısı – Belgrad/Sırbistan katılımcı bilgileri” başlıklı epostada “(.....)” ifadeleri bulunmaktadır.
- (70) **Delil 33:** TRAKYA CAM Akdeniz-Doğu Anadolu Bölge Satış Müdürü (.....)’a (.....) @trakyacam.dipa.com.tr adresinden gönderilen epostanın ekinde bayi yöneticisi olduğu belirtilen (.....) tarafından hazırlanmış 01-21.04.2016 dönemini kapsayan “Performans Değerlendirme Sunumu” başlıklı rapor bulunmaktadır. Anılan raporda bölge yetkili satıcısı GÜNEYDOĞU CAM’ın düzcam, ayna, lamine ve buzlu cam dönem başı ve dönem sonu stok tutarları ve bilgilerine, yetkili üreticilere ve sanayici üreticilere gerçekleşen satış miktarlarına, alt bayilere ve bölgedeki illere il bazında gerçekleşen satış miktarlarına, potansiyel müşteri listelerini bayi ve yönetici arasında yaşanan problemleri, bayi yöneticilerinin ŞİŞECAM’dan beklentilerini içeren detaylı bilgilere yer verilmektedir.
- (71) **Delil 34:** SALT CAM bayi yöneticisi (.....) tarafından ((.....) @trakyacam.dipa.com.tr) 18.10.20126 tarihinde Ortak Satış Temsilcisi ve Bölge Satış Yöneticisi gibi unvanlara sahip olukları anlaşılan DİPA çalışanlarına ait DİPA uzantılı eposta adreslerine ve Trakya Cam Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu Bölge Satış Müdürü (.....)’a gönderilen epostada SALT CAM tarafından hazırlanmış 17.10.2016 tarihli fiyat listesi bulunmakta olup “(.....)” ifadelerine yer verilmiştir.
- (72) **Delil 35:** Bölge satış yöneticisi (.....) tarafından TRAKYA CAM Ticari Operasyonlar Sorumlusu (.....), TRAKYA CAM Akdeniz-Doğu Anadolu Bölge Satış Müdürü (.....) ve SALT CAM bayi yöneticisi (.....)’a gönderilmiş 05.09.2016 tarih ve “Kargı stok + konsolide (ağustos ayı) başlıklı epostada Kargı Cam’a ait ağustos ayı ve stok verilerini içerdiği belirtilen excel dosyaları yer almaktadır. Akabinde aynı kişi tarafından aynı kişilere 06.09.2016 tarihinde “Revüze Temmuz ayı sunum + Ağustos Ayı Konsolide + Stok” başlıklı bir eposta daha gönderilmiştir. Anılan epostanın eklerinde Kargı Cam’a ait ağustos ayı stok ve satış verileri ile Kargı Cam Performans Sunumu başlıklı, Kargı Cam’a ait temmuz ayı stok ve satış verilerini, potansiyel müşterilerin durumunu, pazardaki rekabet ile ilgili haberleri içeren bir sunum yer almaktadır.
- (73) **Delil 36:** Bayi yöneticisi (.....) ((.....) @trakyacam.dipa.com.tr) tarafından TRAKYA CAM Ticari Operasyonlar Sorumlusu (.....) ve TRAKYA CAM Akdeniz-Doğu Anadolu Bölge Satış Müdürü (.....)’a 22.09.2016 tarih ve “Ağustos ayı sunum Elazığ Ciplioğulları” başlıklı epostada Ciplioğulları Cam²⁰’a ait ağustos ayı stok ve satış verilerini, potansiyel müşterilerin durumunu, pazardaki rekabet ile ilgili haberleri içeren bir sunum yer almaktadır.

b) ANADOLU CAM’dan Elde Edilen Belgeler

- (74) ANADOLU CAM’da yapılan yerinde incelemelerde bayi yöneticiliğinin uygulandığına ilişkin aşağıdaki belgeler elde edilmiştir:
- (75) **Delil 37:** ANADOLU CAM Yönetim Kurulu Üyesi (.....) tarafından serdar@anadolucam.net adresine 20.10.2016 tarihinde gönderilmiş “FW: Kalan Alt kanal %6 iskontolu mal” başlıklı eposta metninde ANADOLU CAM bayi yöneticisi (.....) ((.....) @trakyacam.dipa.com.tr) tarafından (.....)’ne gönderilen aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“.....(.....)

(.....TİCARİ SIR.....)

²⁰ Ciplioğulları Cam San. ve. Tic. Ltd. Şti.

c) EGE ÇAĞDAŞ CAM'da Elde Edilen Belgeler

- (79) EGE ÇAĞDAŞ CAM'da yapılan yerinde incelemelerde bayi yöneticiliğinin uygulandığına ilişkin aşağıdaki belgeler elde edilmiştir:
- (80) **Delil 41:** EGE ÇAĞDAŞ CAM'da Yönetim Kurulu Üyesi (.....) tarafından EGE ÇAĞDAŞ CAM bayi yöneticisi (.....)'e ((.....) @trakyacam.dipa.com.tr) 17.01.2016 tarihinde gönderilmiş "BİLGİ TALEP" başlıklı eposta metninde aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:
".....(.....)."
- (81) **Delil 42:** EGE ÇAĞDAŞ CAM çalışanı (.....) tarafından çeşitli teşebbüs çalışanlarına ve EGE ÇAĞDAŞ CAM bayi yöneticisi (.....)'e ((.....) @trakyacam.dipa.com.tr) 20.10.2016 tarihinde gönderilmiş "Arslan Cam – Ortaca – 20.10.2016" başlıklı epostanın ekinde depodan çıkan cam ürünlerinin satıldığı müşteri adı, bulunduğu şehir ve ürünün cinsi, adedinin yazıldığı ambar çıkış bildirim formları yer verilmiştir.
- (82) **Delil 43:** EGE ÇAĞDAŞ CAM Yönetim Kurulu Üyesi (.....) tarafından çeşitli teşebbüs çalışanlarına ve EGE ÇAĞDAŞ CAM bayi yöneticisi (.....)'e ((.....) @trakyacam.dipa.com.tr) 16.01.2016 tarihinde gönderilmiş "REVİZE TABLOLAR EKTEDİR." başlıklı epostada aşağıdaki ifadeler yer almakta olup bahsi geçen ekteki tablolar bayinin kar oranları ve minimum satış fiyatlarına ilişkindir:
"....." ..."
- (83) **Delil 44:** EGE ÇAĞDAŞ CAM Yönetim Kurulu Üyesi (.....) tarafından çeşitli teşebbüs çalışanlarına ve EGE ÇAĞDAŞ CAM bayi yöneticisi (.....)'e ((.....) @trakyacam.dipa.com.tr) gönderilen 09.07.2016 tarih ve "Önemli Bilgilendirme" başlıklı epostada ".....(.....)." ifadeleri yer almaktadır.
- (84) **Delil 45:** EGE ÇAĞDAŞ CAM Yönetim Kurulu Üyesi (.....) tarafından çeşitli teşebbüs çalışanlarına ve EGE ÇAĞDAŞ CAM bayi yöneticisi (.....)'e ((.....) @trakyacam.dipa.com.tr) gönderilen 09.06.2016 tarih "Yeni Görev Bilgilendirme" başlıklı epostada ".....(.....)." ifadeleri yer almaktadır.
- (85) **Delil 46:** EGE ÇAĞDAŞ CAM Yönetim Kurulu Üyesi (.....) tarafından (.....) ve EGE ÇAĞDAŞ CAM bayi yöneticisi (.....)'e ((.....)@trakyacam.dipa.com.tr) gönderilen 07.01.2016 tarih ve "Brüt Kar Oran Analiz Tablosu Ektedir" başlıklı epostada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:
"....."."

d) DOST CAM'da Elde Edilen Belgeler

- (86) DOST CAM'da yapılan yerinde incelemelerde bayi yöneticiliğinin uygulandığına ilişkin aşağıdaki belgeler elde edilmiştir:
- (87) **Delil 47:** DOST CAM Muhasebe Müdürü Necati YILDIRIM tarafından DOST CAM bayi yöneticisi (.....) ((.....)@trakyacam.dipa.com.tr), DOST CAM Finansman ve İdari İşler Müdürü Doğan YALNIZ'a 24.02.2016 tarihinde gönderilmiş "24/02/2016 itibari ile satışlar ve stok ---yücel bey ile hazırlandı" başlıklı epostada DOST CAM'ın satış miktarlarını ve stok miktarlarını gösterir tablolar yer almaktadır.
- (88) **Delil 48:** DOST CAM Muhasebe Müdürü (.....) tarafından DOST CAM bayi yöneticisi (.....) ((.....)@trakyacam.dipa.com.tr) ve DOST CAM Finansman ve İdari İşler Müdürü (.....)'a 17.02.2016 tarihinde gönderilmiş, "şubat satış ve alış revize.....(yücel bey hazırlandı)" başlıklı epostada DOST CAM'ın satış miktarlarını ve TRAKYA CAM'dan yaptığı alışların miktarlarını gösterir tablolar yer almaktadır.

- (89) **Delil 49:** DOST CAM Muhasebe Müdürü (.....) tarafından DOST CAM Finansman ve İdari İşler Müdürü (.....)'a 10.09.2016 tarihinde gönderilen “FW: E-posta gönderiliyor: YES SATIŞ—revize (ocak başı stok ve ticarilerde üretimden satış ilaveli)” başlıklı epostada (.....) tarafından DOST CAM bayi yöneticisi (.....)'e ((.....)@trakyacam.dipa.com.tr) gönderilmiş çeşitli cam türlerinin Ocak ayı stok bilgilerini, alış ve satış tutarlarını, İYU'lere satış miktarı ve tutarını gösteren tablolar bulunmaktadır.
- (90) **Delil 50:** DOST CAM bayi yöneticisi (.....) tarafından, DOST CAM Muhasebe Müdürü (.....)'a 22.03.2016 tarihinde gönderilen “FW: ILT: SUNUM FORMAT.pptx” başlıklı epostada, “(.....) günaydın, Bundan sonraki toplantı formatını bu şekilde olacak. Ben perşembe günü döneceğim. detaylara beraber bakarız...” denilerek 21.03.2016 tarihinde TRAKYA CAM Ticari Operasyonlar Sorumlusu (.....) tarafından (yesyönetici@trakyacam.dipa.com.tr) adresli mail grubuna gönderilmiş e-posta iletilmiştir. (.....) tarafından gönderilen e-postanın ekinde bayi yöneticilerinin sorumlu oldukları bayilerin (YES'lerin) faaliyetine ilişkin düzenli olarak sunacakları bilgilere ilişkin “Performans Değerlendirme Sunumu” başlıklı sunum bulunmaktadır. Sunumda DOST CAM'ın stok bilgisi, hedef ve gerçekleşen satış miktarı ve tutarı, alt bayilere satış miktarı, il bazında satış miktarı, müşterilerin risk durumu, potansiyel müşterilerin ve pazardaki rekabetin değerlendirilmesi, bayi ve yönetici arasında yaşanan problemler ve bayi yöneticilerinin ŞİŞECAM'dan beklentileri gibi bilgilerin sunuş formatları yer almaktadır.
- (91) **Delil 51:** DOST CAM Satış ve Pazarlama Müdürü (.....) tarafından DOST CAM bayi yöneticisi (.....)'e 06.01.2016 tarihinde “deneme” başlıklı boş bir e-posta gönderilmektedir.
- (92) **Delil 52:** DOST CAM Pazarlama ve Satış Müdür Yardımcısı (.....) tarafından DOST CAM bayi yöneticisi (.....)'e 28.01.2016 tarihinde gönderilmiş “RE: şişe cam alış satış” başlıklı eposta metninin ekinde “Şişecam 28-01-2016 STOK.xlsx” adlı excel dosyasının ekran görüntüsü bulunmaktadır.
- (93) **Delil 53:** DOST CAM Muhasebe Müdürü (.....) tarafından DOST CAM bayi yöneticisi (.....)'e ((.....)@trakyacam.dipa.com.tr) 28.01.2016 tarihinde gönderilen e-posta ekinde, DOST CAM'ın Ocak ayı müşteri bazında satış miktarları ve fiyatları ile TRAKYA CAM'dan yaptığı alım miktarları yer almaktadır.
- (94) **Delil 54:** DOST CAM bayi yöneticisi (.....) tarafından DOST CAM Satış Temsilcisi (.....)'ya 15.01.2016 tarihinde gönderilen “Fwd: ILT: FW: Raporlar-Satış, Şartı Tablo” başlıklı eposta, ilk olarak TRAKYA CAM Yurtiçi Bölge Satış Müdürlüğü Ticari Operasyon Sorumlusu (.....) tarafından 28.12.2015 tarihinde TRAKYA CAM Ege Bölgesi Satış Müdürü (.....)'ya, daha sonra (.....) tarafından da DOST CAM bayi yöneticisi (.....) ve kendi sorumlu olduğu bölgedeki diğer bayi yöneticilerinin DİPA uzantılı eposta adreslerine gönderilmiştir. İlgili e-postanın ekinde, günlük olarak hangi fiyattan hangi müşteriye hangi miktarda ürün satıldığı bilgisini içeren, aylık olarak ise alış, satış stok, hedef karşılaştırması, sipariş ve sevkiyat bilgisi gibi bilgileri içeren rapor örnekleri, haftalık ziyaret planı ve satış şartı tablosu bulunmaktadır.
- (95) **Delil 55:** DOST CAM bayi yöneticisi (.....) tarafından DOST CAM Satış Temsilcisi (.....)'ya 19.01.2016 tarihinde gönderilmiş “REV. fiyat listesi” başlıklı epostada, ŞİŞECAM tarafından sanayici müşterilerine doğrudan satışlarda uygulanan fiyat listesi olduğu düşünülen listenin yanına DOST CAM'a ait fiyat listesinin eklenerek bayi yöneticisi tarafından bayi çalışanına gönderildiği görülmektedir.
- (96) **Delil 56:** DOST CAM çalışanı Yücel AKGÜN tarafından DOST CAM bayi yöneticisi (.....)'e ((.....)@trakyacam.dipa.com.tr) 03.10.2016-10.10.2016 tarihleri arasında yollanmış 4 adet e-postanın ekinde DOST CAM'ın 2016 yılı içerisinde o tarihe kadar yapılan alış ve satış miktarları ile satış yapılan müşteri adı ve satış fiyatlarını içeren excel dosyaları bulunmaktadır.

- (97) **Delil 57:** DOST CAM bayi yöneticisi (.....)'in odasından alınan “*Performans Değerlendirme Sunumu – Mart 2016 İzmir Bölge Dost Cam*” ve “*Performans Değerlendirme Sunumu – Mayıs 2016 İzmir Bölge Dost Cam*” başlıklı sunularda DOST CAM'in dönem başı ve dönem sonu stok bilgileri, stok devir hızı, alt bayiler ve il bazında satış tablosu, satışların niteliğine göre dağılımı, müşterilerin risk durumu, potansiyel müşterilerin ve pazardaki rekabetin değerlendirilmesi hakkında bilgiler yer almaktadır.
- (98) **Delil 58:** (.....) Fabrika Müdürü (.....) tarafından 26.01.2016 tarihinde DOST CAM çalışanı (.....)'ya ve ortak satış temsilcisi ünvanlı DİPA çalışanı (.....)'a ((.....)@trakyacam.dipa.com.tr) gönderilen “(.....) Sipariş Detayı” başlıklı epostada “.....(.....).” ifadeleri bulunmakta; epostanın ekinde de hazırlanan fiyat teklifine yer verilmektedir.

e) GÜNEYDOĞU CAM'da Elde Edilen Belgeler

- (99) GÜNEYDOĞU CAM'da yapılan yerinde incelemelerde bayi yöneticiliğinin uygulandığına ilişkin aşağıdaki belgeler elde edilmiştir:
- Delil 59:** GÜNEYDOĞU CAM'ın bayi yöneticisi (.....) ((.....)@trakyacam.dipa.com) tarafından GÜNEYDOĞU CAM Genel Müdürü (.....)'na 15.01.2016 tarihinde gönderilmiş “*salt cam kamyon bazında fiyat*” başlıklı eposta metninde “.....(.....)” ifadeleri bulunmaktadır. E-posta bilgi olarak, ortak satış temsilcisi ünvanlı DİPA çalışanı olduğu anlaşılan (.....) ve (.....)'a da gönderilmektedir.
- (100) **Delil 60:** GÜNEYDOĞU CAM'ın bayi yöneticisi (.....) ((.....)@trakyacam.dipa.com) tarafından GÜNEYDOĞU CAM Genel Müdürü (.....)'na ve ortak satış temsilcisi ünvanlı DİPA çalışanı olduğu anlaşılan (.....) ve (.....)'a 15.01.2016 tarihinde “*salt ve ciplioğulları fiyatlar*” başlıklı epostanın ekinde SALT CAM'a ve CİPLİOĞLU CAM'a ait fiyat listesi bulunmaktadır.
- (101) **Delil 61:** (.....) ((.....)@trakyacam.dipa.com.tr) tarafından GÜNEYDOĞU CAM Genel Müdürü (.....)'na 24.01.2016 tarihinde gönderilen “*Temmuz pazar analizi*” başlıklı epostada il bazında satış analizi bulunmaktadır: Bu analizde il ve ürün bazında bayinin yaptığı satışlar, TRAKYA CAM tarafından doğrudan yapılan satışlar ve toplam pazar tahmini yer almaktadır.

I.5.3. Diğer Belgeler: Şişecam Panorama Portalı Hakkında Bulgular

- (102) **Delil 62:** DOST CAM'da yapılan yerinde inceleme sırasında teşebbüs yetkileri tarafından DOST CAM'ın TRAKYA CAM'dan alımlarını ve müşterilerine yaptığı satışları ŞİŞECAM PANORAMA adı verilen bir portal ile takip ettiği, satışlar bakımında bu portalın temel amacının TRAKYA CAM'ın DOST CAM'a ödeyeceği satış primlerinin hesaplanmasına olanak sağlamak ve siparişlerin müşterilere zamanında ve tam olarak ulaşıp ulaşmadığının kontrolünü sağlamak olduğu ifade edilmiştir. İlgili portalın ekran görüntüleri DOST CAM ve GÜNEYDOĞU CAM'da yapılan incelemelerde alınmıştır. Bu görüntülerde bayinin müşteri bazlı kazandığı pirim tutarlarına yer verildiği görülmektedir. DOST CAM tarafından da belirtildiği üzere bu tutarların hesaplanabilmesi için bayilerin müşteri bazlı satış bilgilerini sisteme girdiği anlaşılmaktadır. Bu kapsamda, portalın, bayi yöneticilerinin TRAKYA CAM'a gönderdiği raporlara ek olarak, TRAKYA CAM'ın bayilerin satışlarını takip ettiği ilave bir kanal olduğu değerlendirilmektedir.

I.6. Teşebbüslerden Talep Edilen Bilgiler Çerçevesinde Yapılan Tespitler

I.6.1. TRAKYA CAM ile Bayiler Arasında İmzalanan Mevcut Yetkili Satıcılık Sözleşmeleri

- (103) Yerinde incelemeler esnasında bayilerden TRAKYA CAM ile imzalamış oldukları yürürlükteki sözleşmeleri talep edilmiştir
- (104) Sözleşme incelendiğinde, sözleşmenin ikinci maddesinde “(.....)” hükmünün yer aldığı görülmektedir. Dolayısıyla ilgili sözleşmede münhasırlığa ilişkin herhangi bir düzenlemenin ve gerek aktif gerek pasif satışları kısıtlayıcı bir hükmün bulunmadığı anlaşılmaktadır.
- (105) Ayrıca, ilgili sözleşmelerde rekabet etmeme yükümlülüğü, yeniden satış fiyatının belirlenmesi, fiyat tavsiyesinde bulunulması gibi rekabet hukuku kapsamında değerlendirilecek konularda da herhangi bir düzenlemeye gidilmediği görülmektedir. Sözleşmeler bir yıl süreyle geçerli olup tarafların karşılıklı mutabakata varması halinde bir yıl süreyle uzatılabilmektedir.

I.6.2. TRAKYA CAM ile DİPA Arasında İmzalanan Sözleşme

- (106) Yapılan yerinde incelemeler esnasında alınan belgelerden “Dipa” uzantılı eposta adreslerine sahip kişilerin bayi yöneticisi, bölge satış yöneticisi ya da ortak satış temsilcisi gibi unvanlarla TRAKYA CAM yetkilileriyle iletişime geçtiği görülmektedir. Yerinde incelemelerde elde edilen belgelerden bu iki teşebbüs arasındaki iletişimlerin başlangıcının 2014 yılına uzandığı anlaşılmıştır. Şöyle ki, TRAKYA CAM’da yapılan yerinde incelemelerde TRAKYA CAM ile DİPA arasında 01.04.2014-30.04.2015 tarihleri arasında geçerli olmak üzere hazırlanmış taslak bir sözleşme elde edilmiştir. Buna ilaveten 26.11.2014 tarihinde TRAKYA CAM Yurt İçi Satışlar Grup Müdürü (.....) tarafından TRAKYA CAM bölge satış müdürlerine gönderilen epostada DİPA’nın TRAKYA CAM adına pazar araştırmaları yaptığı anlaşılmaktadır. TRAKYA CAM Marmara Bölge Satış Müdürü (.....) tarafından diğer bölge satış müdürleri ve DİPA çalışanlarına gönderilen 10.12.2015 tarihli epostada ise Aralık 2015 itibarıyla sözleşme ile hizmet alınan DİPA çalışan sayısının otuz yediye ulaştığı ve bayi yöneticilerine laptop alınması gibi hazırlıklar içerisinde bulunduğu dolayısıyla bayi yöneticiliği sisteminin hayata geçirilmeye başlandığı anlaşılmaktadır.
- (107) TRAKYA CAM’ın DİPA ile “Saha Satış Destek Hizmetleri Verilmesine İlişkin Sözleşme” başlıklı güncel sözleşmesi incelenmiştir. İlgili sözleşmenin 5.1. maddesi gereği bayi yöneticilerinin ücret, yemek, araç kira ve takip, saha operasyon yazılımı, hatlı telefon masrafları TRAKYA CAM’a fatura edilmektedir. TRAKYA CAM ile DİPA arasındaki güncel sözleşme, 01.05.2016 tarihinde imzalanmış olup DİPA tarafından sunulan hizmetin 49 kişiyle sağlanacağı düzenlenmekte ve DİPA çalışanlarına aşağıdaki sorumluluklar yüklenmektedir²¹ :

“(.....)”

- (108) Anılan Sözleşme (.....).

I.6.3. Dosya Kapsamında Elde Edilen Bilgiler Çerçevesinde Yapılan Sayısal Analizler

- (109) 2016 yılında TRAKYA CAM yetkili bayisi olan teşebbüslerden 2014 Ocak ila 2016 Eylül ayları arasındaki düzcam satış miktarı ve tutarları, satışların hangi illere yapıldığı, yapılan ithalat miktarı ve tutarı gibi bilgiler talep edilmiş ve değerlendirilmiştir.

²¹ Sözleşmedeki “Firma” ifadesi DİPA’yı temsil etmektedir.

(110) Daha önce muafiyet verilmeyen bayilik sisteminin uygulanıp uygulanmadığına yönelik ilk olarak, 2014-2016 yıllarında yetkili bayilerin satışlarının illere göre dağılımı incelenmiştir. İlgili bayilerin satış yaptığı illerin bölge içi ve bölge dışı olarak değerlendirilmesinde, 2016-5-16 sayılı dosyada TRAKYA CAM tarafından yapılan muafiyet başvurusunda sunulan yetkili bayi bölgeleri esas alınmıştır. Elde edilen bulgular aşağıda Tablo 4 ve Tablo 5'te yer almaktadır:

Tablo 4: Bayilerin Düzcam Satışlarının Miktar Bakımından Bölge İçi ve Bölge Dışı Dağılımı

Bayi Adı	Satışlar	Satış Miktarı (m ²)		
		2014	2015	2016
DOST CAM	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	21%	30%	2%
SALT CAM ²²	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	64%	61%	2%
ANADOLU CAM ²³	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	48%	31%	7%
GÜNEYDOĞU CAM	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	75%	75%	1%
EGE ÇAĞDAŞ CAM ²⁴	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	15%	13%	1%
AKANSU CAM	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	28%	17%	2%

²² Öneraştırma döneminde aykırı müşteri kodu nedeniyle bölge içine dâhil edilmiş olan müşterilerin, soruşturma döneminde bölge dışında yer alan müşteri veya yurtdışı satışları olduğu anlaşıldığından, öneraştırma döneminde yapılan hesaplamada düzeltme yapılmıştır.

²³ Öneraştırma raporunda ANADOLU CAM'ın bölge dışı satışlarında bir azalma olmadığı ifade edilmekle birlikte, öneraştırma sürecinde teşebbüsün İstanbul ilindeki satışları, Avrupa ve Anadolu yakaları özelinde detaylı biçimde ayrıştırılmamış ve teşebbüsün İstanbul iline yaptığı tüm satışlar Anadolu yakasına yapılmış olarak kabul edilmiştir. Ancak soruşturma sürecinde teşebbüsün İstanbul ilindeki satışları Avrupa ve Anadolu bölgelerine ayrıştırılarak yeniden analiz edilmiştir. Yapılan analizde Avrupa yakasına yapılan satışlar, muafiyet başvurusundaki bilgilere uygun şekilde, bölge dışı satış olarak ele alınmıştır.

²⁴ Soruşturma sürecinde, EGE ÇAĞDAŞ CAM'ın öneraştırma döneminde yolladığı verilerde, satışların yapıldığı bölgelere ilişkin birtakım uyumsuzluklar tespit edilmiştir. Söz konusu uyumsuzlukların giderilmesinin ardından yapılan hesaplamalar neticesinde, teşebbüsün soruşturma bildiriminde hesaplanan oranlarında (2014 yılı için %23; 2015 yılı için %13; 2016 yılı için %6) düzeltme yapılmıştır.

Tablo 4'ün devamı:

Bayi Adı	Satışlar	Satış Miktarı (m2)		
		2014	2015	2016
ARDIÇ CAM	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	29%	37%	4%
CAM PLAZA	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	35%	33%	1%
CİPLİOĞLU CAM	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	46%	41%	0% ²⁵
ÇIRAYLAR CAM	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	32%	52%	0%
ÇÖLYEN CAM	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	63%	46%	6%
ERGANİ CAM	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	2%	1%	1%
GÖKALP CAM	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	12%	13%	1%
GÜLER CAM	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	18%	3%	10%
TEMKAR CAM	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	63%	59%	17%

²⁵ Tabloda yer alan %0 değeri, sonucun yuvarlanmasından dolayı oluşmuştur.

Tablo 4'ün devamı:

Bayi Adı	Satışlar	Satış Miktarı (m2)		
		2014	2015	2016
RESMAN CAM	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	38%	38%	18%
ÖMÜRDEN CAM	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	18%	11%	6%
AVRUPA CAM	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	(.....)	(.....)	3%

Kaynak: Teşebbüslerden edinilen bilgiler çerçevesinde raportörlerce yapılan hesaplamalar

Tablo 5: Bayilerin Düzcam Satışlarının Tutarları Bakımından Bölge İçi ve Bölge Dışı Dağılımı

Bayi Adı	Satışlar	Satış Tutarı (TL)		
		2014	2015	2016
DOST CAM	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	22%	29%	3%
SALT CAM	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	64%	61%	2%
ANADOLU CAM	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	47%	32%	11%
GÜNEYDOĞU CAM	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	77%	78%	1%

Tablo 5'in devamı:

Bayi Adı	Satışlar	Satış Tutarı (TL)		
		2014	2015	2016
EGE ÇAĞDAŞ CAM	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	14%	13%	1%
AKANSU CAM	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	26%	16%	2%
ARDIÇ CAM	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	32%	36%	4%
CAM PLAZA	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	36%	35%	1%
CİPLİOĞLU CAM	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	45%	42%	0%
ÇIRAYLAR CAM	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	41%	57%	0%
ÇÖLYEN CAM	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	61%	38%	5%
GÜLER CAM	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	19%	3%	10%

Tablo 5'in devamı:

Bayi Adı	Satışlar	Satış Tutarı (TL)		
		2014	2015	2016
TEMKAR CAM	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	63%	60%	16%
RESMAN CAM	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	36%	37%	16%
ÖMÜRDEN CAM	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	16%	10%	6%
AVRUPA CAM ²⁶	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	(.....)	(.....)	3%
GÜLER CAM	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	19%	3%	10%
TEMKAR CAM	Bölge İçi	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı	(.....)	(.....)	(.....)
	Bölge Dışı Satışların Toplam Satışlar İçinde Oranı	63%	60%	16%

Kaynak: Teşebbüslerden edinilen bilgiler çerçevesinde raportörlerce yapılan hesaplamalar

²⁶ Armağan Cam Paz. San. Tic. Koll. Şti. (ARMAĞAN CAM) ve Yöre Cam San. ve Tic. A.Ş. (YÖRE CAM) yetkilileri tarafından kurulan Avrupa Cam San. ve Tic. Ltd. Şti. (AVRUPA CAM), 07.12.2015 tarihinde faaliyete başladığı için 2014 ve 2015 yıllarına ait verileri bulunmamaktadır. Bununla birlikte ARMAĞAN CAM ve YÖRE CAM'ın 2014-2015 yılları arasındaki satışları tutar bakımından incelendiğinde:

- ARMAĞAN CAM'ın satışları içerisinde İstanbul – Avrupa bölgesinin payının 2014-2015 yıllarında (.....); İstanbul – Anadolu bölgesinin ise (.....) olduğu görülmektedir.
- YÖRE CAM'ın satışları içerisinde İstanbul – Avrupa bölgesinin payının 2014-2015 yıllarında (.....); İstanbul – Anadolu bölgesinin ise sırasıyla (.....) olduğu görülmektedir.

- (111) Yukarıdaki tablolardan görüleceği üzere, Güler Cam ve Petrol Ürün. Paz. San. Tic. Ltd. Şti. (GÜLER CAM) dışındaki bayilerin neredeyse tamamının bölge dışı satışları gerek miktar gerek tutar bakımından 2016 yılı ile birlikte önemli oranda azalmış ve Resman Cam Pvc Alüminyum San. ve Tic. A.Ş. (RESMAN) ve Temkar Cam Plastik İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti. (TEMKAR CAM) hariç %1-2 gibi oldukça düşük seviyelere gelmiştir. Tablo 5'e bakıldığında, teşebbüslerin satışlarının tutar bakımından dağılımının izlediği seyir de miktar bakımından dağılımın izlediği seyir ile benzerlik gösterdiği anlaşılmaktadır.
- (112) İncelenen 18 bayinin bölge dışına yaptığı satışlar toplulaştırılarak ele alındığında da bölge dışı satışların 2016 yılıyla birlikte önemli oranda azaldığı görülmektedir. Aşağıdaki Tablo 6'dan görüleceği üzere, bayilerin bölge dışına yaptığı satışlar 2015 yılında miktar bakımından %52, tutar bakımından %62 oranında artış gösterirken; soruşturma konusu sistemin uygulamaya başlandığı değerlendirilen 2016 yılıyla birlikte miktar bakımından %89, tutar bakımından %86 oranında azalmıştır.

Tablo 6: 18 Bayinin Bölge Dışına Yaptığı Toplam Satışlar ve Değişimi

Yıl	Miktar Bazında Bölge Dışı Satışın Toplam Satışa Oranı (%)	Toplam Bölge Dışı Satış (Miktar, m ²)	Bölge Dışı Satış Değişim Oranı (%)	Tutar Bazında Bölge Dışı Satışın Toplam Satışa Oranı (%)	Toplam Bölge Dışı Satış (Tutar, TL)	Bölge Dışı Satış Değişim Oranı (%)
2014	46	11.544.642	-	47	136.501.008	-
2015	48	17.520.450	52	49	220.504.359	62
2016	5	1.861.082	-89	6	30.373.995	-86

Kaynak: Teşebbüslerden edinilen bilgiler çerçevesinde raportörlerce yapılan hesaplamalar

- (113) Bayilerin 2014 ila 2016 yılları arasında yaptığı ithalat miktar ve tutarlarına bakıldığında (Tablo 7), ilgili bayilerin birçoğunun anılan dönemde ithalat faaliyetinin olmadığı görülmektedir. Bununla birlikte DOST CAM, RESMAN CAM, Ardiç Kardeşler Cam Pazarlama Ltd. Şti. (ARDIÇ CAM) ve Çıraylar Cam İnş. Mlz. San. ve Tic. A.Ş. (ÇIRAYLAR CAM) bakımından 2016 yılı itibarıyla belirgin bir değişiklik olduğu gözlemlenmektedir. Tablodaki verilerden RESMAN CAM ve DOST CAM'ın 2016 yılı itibarıyla ithalatı durdurduğu; ARDIÇ CAM ve ÇIRAYLAR CAM'ın da ithalatlarını büyük oranda azalttığı söylenebilecektir. ARDIÇ CAM'ın düzcamlar ithalatı 2015 yılında miktar bakımından yaklaşık %43, tutar bakımından yaklaşık %30 oranında artış gösterirken 2016 yılında hem miktar hem de tutar bakımından yaklaşık %96 oranında azalmıştır. ÇIRAYLAR CAM'ın ithalatı ise 2015 yılında yaklaşık yarısına gerilerken; 2016 yılında miktar bakımından yaklaşık %96, tutar bakımından yaklaşık %80 oranında azalış göstermiştir. Diğer teşebbüslerden farklı olarak ANADOLU CAM'ın ithalatı toplam alımlarının yaklaşık binde biri düzeyinde olmak üzere, üç yılda da devam etmiştir.

Tablo 7: Bayilerin İthalat Verileri

İthalat Miktarı (m ²)			
Bayi Adı	2014	2015	2016
Dost Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Salt Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Anadolu Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Güneydoğu Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Ege Çağdaş Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Akansu Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Ardıç Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Cam Plaza	(.....)	(.....)	(.....)
Ciplioğlu Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Çıraylar Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Çölyen Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Ergani Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Gökalp Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Güler Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Ömürden/Yavuz	(.....)	(.....)	(.....)
Resman Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Temkar Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Avrupa Cam ²⁸	(.....)	(.....)	(.....)

İthalat Tutarı (TL)			
Bayi Adı	2014	2015	2016
Dost Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Salt Cam ²⁷	(.....)	(.....)	(.....)
Anadolu Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Güneydoğu Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Ege Çağdaş Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Akansu Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Ardıç Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Cam Plaza	(.....)	(.....)	(.....)
Ciplioğlu Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Çıraylar Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Çölyen Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Ergani Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Gökalp Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Güler Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Ömürden/Yavuz	(.....)	(.....)	(.....)
Resman Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Temkar Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Avrupa Cam	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden edinilen bilgiler çerçevesinde raportörlerce yapılan hesaplamalar

- (114) Söz konusu bayilerin, yurtiçi TRAKYA CAM dışı düzcam alımlarını içeren aşağıdaki Tablo 8 incelendiğinde ise 2016 yılında, daha önceki yıllarda diğer düzcam alımı gerçekleştiren teşebbüsler arasında, Gökalp Cam Tic. A.Ş. (GÖKALP CAM) hariç bayilerin tamamının diğer düzcam alımlarını durdurduğu görülmektedir.

²⁷ Teşebbüsün ithalat tutarı (.....) ABD Doları'dır. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası tarafından 2014 yılında yayımlanan ortalama yıllık efektif satış kuru kullanılarak çevrilmiştir (1 ABD Doları≈2,19TL).

²⁸ 07.12.2015 tarihinde faaliyete başlayan AVRUPA CAM'in 2016 yılında ithalatı bulunmamaktadır.

Tablo 8: Bayilerin Diğer Düzcam Alımları²⁹

Diğer Alım Miktarı (m ²)			
Bayi Adı	2014	2015	2016
Dost Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Salt Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Anadolu Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Güneydoğu Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Ege Çağdaş Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Akansu Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Ardıç Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Cam Plaza	(.....)	(.....)	(.....)
Ciplioğlu Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Çıraylar Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Çölyen Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Ergani Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Gökalp Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Güler Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Ömürden/Yavuz	(.....)	(.....)	(.....)
Resman Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Temkar Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Avrupa Cam ³⁰	(.....)	(.....)	(.....)

Diğer Alım Tutarı (TL)			
Bayi Adı	2014	2015	2016
Dost Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Salt Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Anadolu Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Güneydoğu Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Ege Çağdaş Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Akansu Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Ardıç Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Cam Plaza	(.....)	(.....)	(.....)
Ciplioğlu Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Çıraylar Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Çölyen Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Ergani Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Gökalp Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Güler Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Ömürden/Yavuz	(.....)	(.....)	(.....)
Resman Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Temkar Cam	(.....)	(.....)	(.....)
Avrupa Cam	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden edinilen bilgiler çerçevesinde raportörlerce yapılan hesaplamalar

I.6.4. Mevcut ve Eski Bayiler ile Müşterilerden Elde Edilen Bilgiler

- (115) Soruşturma kapsamında bayilere 2016 yılında bölge dışına yaptıkları satışların 2014-2015 yılına kıyasla önemli ölçüde azalmasının gerekçesi sorulmuştur³¹. Bayilerin 2014-2016 yıllarında bölge içi ya da bölge dışı satışlarından önemli pay alan müşterilerine de 2016 yılında dağıtım sisteminde gözlemledikleri değişiklikler sorulmuştur. Bayi özelinde elde edilen bilgilere aşağıda yer verilmektedir.

²⁹ Teşebbüslerin 2014 ve 2015 yıllarında gerçekleştirdikleri yurtiçi diğer alımları DÜZCE CAM, yurtiçindeki ithalatçı teşebbüsler ve tedarik kanalı tespit edilemeyen teşebbüslerden yapılmıştır. Teşebbüslerin TRAKYA CAM'ın diğer bayilerinden ve/veya sanayici müşterilerinden tedarik ettikleri dâhil edilmemiştir.

³⁰ AVRUPA CAM, 07.12.2015 tarihinde faaliyete başlamış olup 2016 yılında TRAKYA CAM dışında düzcam alımı bulunmamaktadır.

³¹ Bayilerden ÇÖLYEN CAM, satış miktarı oldukça sınırlı olduğundan; Çorum ili ile sınırlı bir bölgeye sahip olan Ergani Cam San. ve Tic. Ltd. Şti. (ERGANİ CAM), bölge dışı satışları tüm yıllarda %1 ile sınırlı olduğundan ve AVRUPA CAM, 2016 yılında yeni kurulduğundan değerlendirmeye dâhil edilmemiştir. GÜLER CAM'ın ise 2016 yılında bölge dışına satışlarının oranı artmış görüldüğünden sadece büyük müşterilerine soru sorulmuş, bu müşterilerden (.....) tarafından da ürün temininde bir farklılık ortaya çıkmadığı belirtilmiştir.

I.6.4.1. Akansu Cam San. ve Tic. A.Ş. (AKANSU CAM) ve Müşterilerinden Elde Edilen Bilgiler

- (116) Bölge dışı satışlarının azalmasına gerekçe olarak AKANSU CAM³², 2015 yılında piyasa şartlarından dolayı Türkiye genelinde isim yapmış firmaların iflas etmesi nedeniyle, müşteri portföyünü firmanın merkezi olan Kayseri ve yakın illere (150-200 km arası) yoğunlaştırmaya karar verdiğini belirtmiştir. Bu yolla, yıllardır takip edip bildikleri firmalarla çalıştıklarında riski azaltacakları, ayrıca satış maliyetlerini en düşük seviyede tutarak rekabet şartlarını kolaylaştıracakları ifade edilmiştir. Gelişmiş bir mobilya sektörüne sahip olan Kayseri’de 2016 yılında inşaat sektöründe de yükseliş olduğu, bu yılda 2015 yılına göre talebin %50 civarında arttığı ve bu talep artışının eksiksiz karşılamak adına tercihlerini Kayseri, Sivas, Kırşehir, Nevşehir, Niğde, Yozgat, Tokat gibi Kayseri’ye yakın illerden yana kullanmak zorunda kaldıkları belirtilmiştir.
- (117) Bayinin satışlarını Kayseri, Sivas, Kırşehir, Nevşehir, Niğde, Yozgat, Tokat illerine yönlendirdiği yönündeki ifadesinin aksine 2016 yılında Kayseri ve Sivas dışındaki illere satışının çok azaldığı görülmektedir. Söz konusu bayinin örneğin Tokat iline 2014 yılında (.....) ton; 2015 yılında (.....) ton satışı olmuş iken (ilgili satışların tamamı (.....)’a yapılmıştır); 2016 yılında Tokat iline satışı (.....) ton ile sınırlı kalmıştır. Benzer şekilde Nevşehir, Niğde, Yozgat ve Kırşehir illerine de satışları çok sınırlıdır. Bayinin toplam satışları 2016 yılında artmış iken bölge dışı satışları önemli miktarda düşmüştür. Örneğin Ankara iline, 2014 yılında (.....) ton; 2015 yılında (.....) ton satış yapmış iken (ilgili satışların tamamı (.....) yapılmıştır) 2016 yılında bu ile satışı bulunmamaktadır.
- (118) İlgili bayinin bölgesine dâhil olmayan illerde yer alan ve 2014-2015 yıllarında önemli miktarda alım yapmış olan müşterilerine, 2016 yılında bayiden alımlarının azalmasının nedeni sorulmuştur.
- (119) Bu müşterilerden (.....) tarafından, 2016 yılı öncesi ürünleri değişik bayilerden fiyat araştırmasıyla aldıkları ancak 2016 yılında bayilerce satış mevkilerinin değiştiği ve bayilere bölge bayiliklerinin verildiğinin kendilerine sözlü olarak bildirildiği ifade edilmiştir. Kendilerine tek bir bayiden alım yapabileceklerinin sözlü olarak bildirildiği, bu durumun kendilerini fiyat araştırma, rekabet etme konusunda etkisiz hale getirdiği, bölge bayisi olan RESMAN CAM’dan alım yapmak zorunda kaldıkları belirtilmiştir. Teşebbüsün alımları incelendiğinde 2014-2015 yıllarında Türkiye genelinde 4 farklı TRAKYA CAM bayisinden alım yapmış iken, 2016 yılında yalnızca Tokat iline atandığı değerlendirilen RESMAN CAM’dan alım yaptığı görülmüştür.
- (120) Bu müşterilerden (.....) ilinde bulunan, (.....) tarafından ise, 2016 yılında sözlü olarak dağıtım sistemde değişime gidileceğine dair bildirim aldıkları, sözlü bildirim istinaden bölgelerine atanan bayiden alım yaptıkları belirtilmiştir.
- (121) Bu müşterilerden (.....) ilinde bulunan (.....) tarafından, bayilerden ve TRAKYA CAM'dan, 2016 yılı itibarıyla TRAKYA CAM'ın satış politikasını değiştireceğine dair sözlü bildirim aldıkları, bu politika ile daraltılmış bayi ağı çerçevesinde satış yapılacağı bildirildiği belirtilmiştir. 2016 yılı itibarıyla alımlarını, daha önceden de ürün aldıkları SALT CAM'a kaydardıkları, bu durumun ulaşımın yakın olması, ürün teslimlerinin daha hızlı olması, nakliyat ücretinin düşük olması gibi sebeplerinin olduğu belirtilmiştir.
- (122) 2014-2015 döneminde bölge dışı alım yapan müşterilere ek olarak, ilgili bayinin bölgesinde yer alan büyük müşterilerine 2016 yılında dağıtım sisteminde değişiklik olup olmadığı sorulmuştur.

³² TRAKYA CAM tarafından yapılan son muafiyet başvurusuna göre bayie atanan bölge Kayseri ve Sivas illerini kapsamaktadır.

- (123) Bu müşterilerden (.....) tarafından, 2016 yılı itibarıyla AKANSU CAM'ın bölgelerinde tek yetkili TRAKYA CAM tedarikçisi olduğu, bölge dışından bir bayinin artık bu bölgeye satış yapmadığı, bu durumun TRAKYA CAM bölge yöneticileri ve AKANSU cam yetkilileri tarafından sözlü olarak kendilerine bildirildiği, yazılı herhangi bir evrak verilmediği belirtilmiştir. Buldukları bölgedeki sanayici müşterilerin TRAKYA CAM'dan doğrudan cam alımı yapabildikleri ancak plaka olarak piyasaya cam satışı yapamadıkları ifade edilmiştir. 2015 yılında farklı bayilerden pazarlıkla farklı fiyat ve vadelerde cam alımı yapılabilirken, bu değişikliklerle beraber, 2016 yılında sadece AKANSU CAM'dan fiyat ve vade alınabildiği belirtilmiştir. Tek yetkili bayi AKANSU CAM'ın deposunda istenilen ürünün bulunmaması durumunda, ürünün tedariki için verilen temin sürelerinin 45 güne kadar uzayabildiği ve başka bayilerden de ürün tedariki yapılamaması nedeniyle, müşterilerinin siparişleri iptal edebildiği ve gelir kaybına uğradıkları ifade edilmiştir. Özellikle nitelikli cam gruplarında (füme, bronz, füme ve bronz reflektif), ithal veya yerli ikame ürün alternatifi olmaması nedeniyle AKANSU CAM'a tam bağımlılık bulunduğu ve bayinin deposunda ürün bulunmadığında ürüne ulaşımın kesildiği/aksadığı belirtilmiştir.
- (124) İlgili müşterinin 2014-2015 yıllarında Türkiye genelinde 3 farklı TRAKYA CAM bayisinden alım yapmış iken, 2016 yılında yalnızca bölgesine atanmış olan AKANSU CAM'dan alım yaptığı görülmüştür.
- (125) Bu müşterilerden (.....) tarafından ise TRAKYA CAM marka cam ürünlerinin temininde son dönemde önemli değişiklikler olduğu, kendilerinin olumsuz etkilendiği, zor duruma düştükleri, tekelleşme sonucunda vadelerin kısaldığı, bayi seçme olanağının daraltıldığı ve rekabet şansının azaltıldığı belirtilmiştir.
- (126) Yukarıda değinilen hususlar ve dosya kapsamında elde edilen bilgiler çerçevesinde, AKANSU CAM'ın satışlarını Kayseri ve Sivas, Kırşehir, Nevşehir, Niğde, Yozgat, Tokat illerine yönlendirdiği yönündeki ifadesinin aksine 2016 yılında Kayseri ve Sivas dışındaki illere satışının çok azaldığı görülmektedir. Söz konusu bayinin örneğin Tokat iline 2014 yılında (.....) ton; 2015 yılında (.....) ton satışı olmuş iken ((.....)); 2016 yılında Tokat iline satışı (.....) ton ile sınırlı kalmıştır. Benzer şekilde Nevşehir, Niğde, Yozgat ve Kırşehir illerine de satışları çok sınırlıdır. Bayinin toplam satışları 2016 yılında artmış iken bölge dışı satışları önemli miktarda düşmüştür. Örneğin Ankara iline, 2014 yılında (.....) ton; 2015 yılında (.....) ton satış yapmış iken 2016 yılında bu ile satışı bulunmamaktadır. Bayinin eski ve yeni müşterilerinden alınan görüşler değerlendirildiğinde, bayinin geçmiş yıllardaki bölge dışı müşterileri olan (.....) ile halen bölge içi müşterisi olan (.....) tarafından verilen ifadelerden TRAKYA CAM'ın bölge münhasırlığına dayanan bir bayilik sistemine geçtiği açıkça anlaşılmaktadır. Bu müşterilerin 2016 yılında önceki yıllardaki alışkanlıkları gibi bölge dışı bayilerden fiyat almaya çalıştıkları ancak alamadıkları ve bölgelerindeki bayiden alım yapmak zorunda kaldıkları, bu durumun da kendilerine sözlü olarak bildirildiği görülmektedir.

1.6.4.2. CİPLİOĞLU CAM ve Müşterilerinden Elde Edilen Bilgiler

- (127) Bölge dışı satışlarının azalmasına gerekçe olarak CİPLİOĞLU CAM³³ tarafından, 2014 yılında piyasalardaki durgunluk sonrası bayilerin birbirleriyle girdikleri rekabet sonucu toptan satış kâr oranlarının düştüğü, ayrıca bazı müşterilerin ödenmeyen borçları olduğu, bu sebeplerde buldukları ile yakın, tanıdıkları bölgelerde satış yapma zorunluluğunun doğduğu belirtilmiştir.
- (128) İlgili bayinin bölgesine dahil olmayan illerde yer alan ve 2014-2015 yıllarında önemli miktarda alım yapmış olan müşterilerine, 2016 yılında bayiden alımlarının azalmasının nedeni sorulmuştur.

³³ TRAKYA CAM tarafından yapılan son muafiyet başvurusuna göre bayiye atanan bölge Elazığ, Bingöl, Muş, Tunceli illerini kapsamaktadır.

- (129) Bu müşterilerden (.....) ilinde bulunan (.....) tarafından, 2015 yılının son çeyreğinden itibaren TRAKYA CAM'ın 18 bayii ile sınırlı bir sisteme geçtiği, bayilerin kendilerine tanımlanan bölgelerle sınırlı olacak şekilde, bölgesel tek bayilik sisteminde faaliyet göstermeye başladığı ve bu bilginin sözlü olarak kendilerine bildirildiği belirtilmiştir. 2015 yılının son çeyreğinde başlayan bu sistemin, 2016 yılında da uygulandığı, 2016 yılında bölgesel sisteme geçişten sonra vade kısıtları ile karşılaştığı, sadece bölgelerindeki TRAKYA CAM bayisinden alım yapmak zorunda kaldıkları, farklı bayiler ve farklı ticari seçenek olanaklarından bölge dışı satış yasağı sebebiyle faydalanamadıkları ifade edilmiştir.
- (130) 2014-2015 döneminde bölge dışı alım yapan müşterilere ek olarak, ilgili bayinin bölgesinde yer alan büyük müşterilerine 2016 yılında dağıtım sisteminde değişiklik olup olmadığı sorulmuştur.
- (131) Bu müşterilerden (.....) tarafından, TRAKYA CAM bayisi olmadıklarından dolayı herhangi bir bildirim almadıkları, ancak bayi ağının daraltıldığını duydukları ifade edilmiştir. Bir diğer müşteri (.....) tarafından ise son dönemde bölgesel bayiliğe geçildiği ve her firmanın kendi bölgesindeki bayiden alım yapacağına sözlü olarak kendilerine belirtildiği ifade edilmiştir.
- (132) Son olarak, ilgili bayinin bölgesine dâhil olmayan illerde yer alan ve 2016 yılında ilgili bayiden alım yapmış müşterilere bu alımların nasıl gerçekleştiği sorulmuştur.
- (133) Bu müşterilerden (.....) tarafından düzcam ihtiyaçları için bölgelerine yakın birkaç bayiden teklif aldıkları, hangi firmada fiyat, temin süresi, ödeme şartları uygun ise o firmadan alışveriş yapıldığı, bu firmaların kendilerini aradıkları gibi kendilerinin de onlarla iletişime geçtiği belirtilmiştir.
- (134) Yukarıda değinilen hususlar ve dosya kapsamında elde edilen bilgiler çerçevesinde, CİPLİOĞLU CAM tarafından müşterilerin yaşadığı ödeme güçlükleri nedeniyle faaliyet gösterilen bölgenin daraltıldığı belirtilmiş olmakla birlikte 2014-2015 bölge dışı müşterisi (.....)'a bakıldığında bu açıklamayla çelişen bir durum gözlemlenmektedir. (.....) 2016 yılında halen önemli miktarda alım yapan bir firma olup verdiği yanıtta mevcut durumdan şikâyetçi olduğu ve CİPLİOĞLU CAM'ın kendisine yaptığı satışları durdurmasının nedenin bölgesel sisteme geçiş dolayısıyla bölge dışı bayilerden alım yapılamaması olduğu anlaşılmaktadır. Bayinin büyük müşterilerinden (.....) bayi ağının daraltıldığını duyduğunu, (.....) ise sözlü olarak kendisine bayilerinin bölge münhasırlığı sistemine geçtiği ve bölgelerindeki bayiden alım yapmaları gerektiğinin bildirildiğini ifade etmiştir. 2016 yılında (.....)'nın CİPLİOĞLU CAM'dan bölge dışı mal alımı yaptığı görülse de bu alımın (.....) m² gibi sektör için çok ufak bir rakamla sınırlı olduğu ve CİPLİOĞLU CAM'ın toplam bölge dışı satışlarının da toplam satışlarına oranının % 0,2'nin bile altında olduğu verisi ile değerlendirildiğinde genel sistem içerisinde münferit bir olay olduğu değerlendirilmektedir.

I.6.4.3. TEMKAR CAM ve Müşterilerinden Elde Edilen Bilgiler

- (135) Bölge dışı satışlarının azalmasına gerekçe olarak TEMKAR CAM³⁴ tarafından 2014 ve 2015 yıllarında Kocaeli dışındaki illere yaptıkları satışlarda tahsilat problemleri yaşadıkları, 2016 yılı ve sonrasında temkinli olunmasına karar verildiği ancak sürekliliği sağlayan bölge dışı firmaları ile çalışmaya devam edildiği, TRAKYA CAM'ın bayilerini azaltması nedeniyle yakın çevrelerinde bulunan müşterilerin taleplerinin arttığı, bu nedenle o müşterilere yoğunlaşıldığı belirtilmiştir.

³⁴ TRAKYA CAM tarafından yapılan son muafiyet başvurusuna göre bayiye atanan bölge Sakarya, Düzce ve Kocaeli (Gebze, Çayırova, Darıca, Dilovası hariç) illerini kapsamaktadır.

- (136) İlgili bayinin bölgesine dâhil olmayan illerde yer alan ve 2014-2015 yıllarında önemli miktarda alım yapmış olan müşterilerine, 2016 yılında bayiden alımlarının azalmasının nedeni sorulmuştur.
- (137) Bu müşterilerden (.....) tarafından 2016-2017 yıllarında TEMKAR CAM ve bölgesine yakın bayi RESMAN CAM'dan alımlarının devam ettiği belirtilmiştir.
- (138) 2014-2015 döneminde bölge dışı alım yapan müşterilere ek olarak ilgili bayinin bölgesinde yer alan büyük müşterilerine 2016 yılında dağıtım sisteminde değişiklik olup olmadığı sorulmuştur.
- (139) Bu müşterilerden (.....) tarafından 2015 yılında TRAKYA CAM'ın Türkiye genelindeki farklı bayilerinden alım yapabiliyorken 2016 yılında TRAKYA CAM'ın bayi sayısını 18'e düşürerek bayilere bölge münhasırlığı getirdiği ve bu nedenle kendilerini bölge bayisine yönlendirdiği belirtilmiştir. TRAKYA CAM'dan sözlü olarak bölge bayiliği bilgisini aldıkları, 2016 yılında diğer bölgedeki satıcılardan cam alamadıkları da ifade edilmiştir. 2015 yılında iskonto ve vadeler bakımından Türkiye genelindeki farklı satıcılar arasında rekabetten faydalanırken, yeni dönemde tek satıcıya düşüldüğünden bu imkânın ellerinden alındığı belirtilmiştir.
- (140) Bir diğer müşteri (.....) tarafından ürün alımı yaptıkları bayilerden veya TRAKYA CAM'dan 2016 yılı itibarıyla dağıtım sistemine ilişkin herhangi bir yazılı bildirim almadıkları ve TRAKYA CAM marka cam ürünlerinin temininde 2016 yılında herhangi bir değişiklik olmadığı belirtilmiştir. Ancak bu müşterinin de 2015 yılında alımlarının önemli miktarını GÜNEYDOĞU CAM'dan yapmış iken 2016 yılında bu alımlarını TEMKAR CAM'a kaydırıldığı görülmektedir.
- (141) Son olarak, ilgili bayinin bölgesine dâhil olmayan illerde yer alan ve 2016 yılında ilgili bayiden alım yapmış müşterilere bu alımların nasıl gerçekleştiği sorulmuştur.
- (142) Bu müşterilerden (.....) tarafından 2016 yılı içerisinde TEMKAR tarafından satış yapma isteğinin kendilerine ulaştırıldığı, kendileri tarafından da uygun görülüp ticarete başlandığı belirtilmiştir.
- (143) TEMKAR CAM tarafından 2016 yılında yakın çevrelerinde yer alan müşterilere yoğunlaşıldığı ancak bölge dışına satışların da belli ölçüde sürdüğünü belirtilmektedir. TEMKAR'ın bölgesi dışında bulunan (.....)'in 2016 yılında TEMKAR CAM'dan alım yaptığı görülmektedir. Ancak TEMKAR CAM'ın bölge içi müşterilerinin farklı bölgedeki bayilerden yaptıkları alımları durduğu da gözlemlenmektedir. 2016 yılında TEMKAR CAM'ın bölgesinde bulunan (.....) ifadesinde 2016 yılında bir değişiklik olmadığını belirtmekle birlikte, 2015 yılında bölgesi dışında bulunan GÜNEYDOĞU CAM'dan yüksek miktarda alım yapmış iken 2016 yılında alımlarını bölgesindeki TEMKAR CAM'a kaydırıştır. TEMKAR CAM'ın bölgesinde bulunan (.....) ise TRAKYA CAM'dan sözlü olarak bayi sayısının azaltılması ile birlikte münhasır bölge bayiliği sisteme geçiş bilgisini aldıklarını ve 2016 yılında diğer bölgedeki satıcılardan cam alamadıklarını ifade etmektedir.

I.6.4.4. DOST CAM ve Müşterilerinden Elde Edilen Bilgiler

- (144) Bölge dışı satışlarının azalmasına gerekçe olarak DOST CAM³⁵ tarafından 2016 yılı başı itibarıyla yetkili satıcı sayısının azalması nedeniyle çevrelerinden gelen taleplerin arttığı, 2016'da yaşanan krizlerin kendilerini ve müşterilerini finansal açıdan çok kritik noktalara getirdiği, bu nedenle satışlarında seçici davranıp kolay ulaşılabilecekleri, hizmeti daha düşük maliyetlerle karşılayabilecekleri, finansal açıdan risksiz müşterilere odaklanmaya karar verdikleri belirtilmiştir.

³⁵ TRAKYA CAM tarafından yapılan son muafiyet başvurusuna göre bayiye atanan bölge İzmir, Manisa, Balıkesir, Çanakkale illerini kapsamaktadır.

- (145) İlgili bayinin bölgesine dâhil olmayan illerde yer alan ve 2014-2015 yıllarında önemli miktarda alım yapmış olan müşterilerine, 2016 yılında bayiden alımlarının azalmasının nedeni sorulmuştur.
- (146) Bu müşterilerden (.....)'da bulunan (.....) tarafından 2016 yılında bölgesel sisteme geçildiğinden rekabet şansının ortadan kalktığı, bölgeye atanan bayinin vade ve fiyat konusunda tekel haline geldiği, ürüne ancak bir bayi üzerinden ulaşılabildiği, alımlarını bölgedeki bayiye kaydırma sebebinin diğer bayilerin kendilerine mal vermemeleri olduğu, TRAKYA CAM'ın dağıtım sisteminde değişikliğe gittiğini sözlü olarak kendilerine bildirdiği, TRAKYA CAM gibi bir kuruluşun rekabet yasasına aykırı bir konuda yazılı e-posta, faks vb. belge vermesinin düşünülmemeyeceği belirtilmiştir.
- (147) 2014-2015 döneminde bölge dışı alım yapan müşterilere ek olarak, ilgili bayinin bölgesinde yer alan büyük müşterilerine 2016 yılında dağıtım sisteminde değişiklik olup olmadığı sorulmuştur.
- (148) Bu müşterilerden (.....) tarafından TRAKYA CAM bayi sayısının 2016 yılında azaltıldığı, TRAKYA CAM tarafından azaltılmış bayi sistemine geçiş yapıldığının sözlü olarak kendilerine bildirildiği, TRAKYA CAM ürünlerinin temininde 2015 ve 2016 yılları arasında herhangi bir farklılık ortaya çıkmadığı belirtilmiştir. Ancak ilgili müşterinin 2014 ve 2015 yıllarında SALT CAM ve GÜNEYDOĞU CAM gibi farklı bölgelerde bulunan bayilerden de alım yaparken 2016'da alımlarının tamamını bölgesinde bulunan DOST CAM'a kaydırmış olduğu görülmektedir.
- (149) Son olarak, ilgili bayinin bölgesine dâhil olmayan illerde yer alan ve 2016 yılında ilgili bayiden alım yapmış müşterilere bu alımların nasıl gerçekleştiği sorulmuştur.
- (150) Bu müşterilerden (.....) tarafından 2016 yılında DOST CAM'a ürün satın alma talebini kendilerinin götürdüğü, bu alımı DOST CAM'ın bölgesinde bulunan İzmir ilinde kurulu firmaları için yaptıkları belirtilmiştir.
- (151) Bir diğer müşteri (.....) ise alımlarını ihraç etmek üzere yaptıklarını, DOST CAM ile 2-3 sene önce fuarda karşılaştıklarını, liman teslim fiyatı aldıklarını, bayinin diğer firmalara kıyasla kendilerine daha uygun fiyat verdiği ve aralarında geçmişe dayalı güven ilişkisi olduğu belirtmiştir.
- (152) Yukarıda değinilen hususlar ve dosya kapsamında elde edilen bilgiler çerçevesinde, DOST CAM tarafından hem müşterilerinin hem de kendilerinin yaşadığı mali sıkıntılar ve yakın bölgedeki müşterilerden gelen talep artışı nedeniyle 2016 yılında yakın bölgelere odaklanıldığı belirtilse de, bölge dışındaki 2014-2015 yılları müşterisi (.....) TRAKYA CAM'ın münhasır bölge dağıtım sistemine geçtiğini sözlü olarak kendilerine bildirdiğini, alımlarını kendi bölgesindeki bayiye kaydırmalarının sebebinin diğer bayilerin kendilerine mal vermemeleri olduğunu, bu sistemle rekabet şansının ortadan kalktığını, bölgeye atanan bayinin vade ve fiyat konusunda tekel haline geldiği belirtmektedir. Bayinin bölge içi müşterilerinden (.....) 2016 yılında herhangi bir değişiklik olmadığını belirtmişse de ilgili müşterinin 2014 ve 2015 yıllarında SALT CAM ve GÜNEYDOĞU CAM gibi farklı bölgelerden bulunan bayilerden de alım yaparken 2016'da alımlarının tamamını bölgesinde bulunan DOST CAM'a kaydırmış olduğu görülmektedir. 2016 yılında bölge dışından küçük miktarlarda DOST CAM'dan alım yapan (.....) ve (.....)'nın alımlarının birinin esasında DOST CAM'ın bölgesinde yer alan kuruluşlarına teslim amaçlı olduğu, diğerinin ise ihraç amaçlı alım yaptığı görülmektedir.

I.6.4.5. EGE ÇAĞDAŞ CAM ve Müşterilerinden Elde Edilen Bilgiler

- (153) Bölge dışı satışlarının azalmasına gerekçe olarak EGE ÇAĞDAŞ CAM³⁶ tarafından 2016 yılıyla birlikte geçilen azaltılmış bayi sistemiyle daha sade bir sistemin geldiği, satıcı sayısının azalmasının müşteri portföyünün değişmesine ve alıcı sayısının artmasına sebep olduğu, 2016 yılında yaşanan siyasi ve ekonomik gelişmeler neticesinde tahsilat sorunlarının yaşanmaya başladığı, kredi imkânlarının azaldığı ve düzcam talebinin olumsuz etkilendiği ifade edilmiştir. Bunun akabinde yüksek cirolu olmasına karşın düşük kar marjlı olan düzcam satışında tahsilat riskinin en aza indirilmesi yönünde çabalarının olduğu ve risksiz satışlara yoğunlaşıldığı belirtilmiştir. Bu tür satışlara örnek olarak Uşak ve Burdur illerine giden araçların bir günde geri dönememesi, bu illerin kış şartlarının ağır olması; Ankara ve Adana illerindeki müşterilerinin cam taşıma maliyetlerini kaybetmesi ve bedellerinin kendilerince karşılanmak zorunda kalınması verilmiştir.
- (154) İlgili bayinin bölgesinde yer alan büyük müşterilerine 2016 yılında dağıtım sisteminde değişiklik olup olmadığı sorulmuştur.
- (155) Bu müşterilerden (.....) tarafından piyasadan TRAKYA CAM'ın bayi sayısını azalttıklarını duyduklarını, TRAKYA CAM'ın ürün temininde hiçbir zaman sorun olmadığı, her zaman hangi ürün yazdırılırsa fabrikadan hemen geldiği ve iki üç senedir hizmetlerinde iyileşme olduğu, kendilerinin mal alımı yapmadan önce DÜZCE CAM ve ithal ürün satan teşebbüslerden fiyat aldıkları, hangisinin fiyatı daha düşükse onu tercih ettikleri ancak son zamanlarda hizmeti daha iyi olduğu için fiyatı daha yüksek olsa bile TRAKYA CAM'dan almayı tercih edebildikleri belirtilmiştir.
- (156) Yukarıda değinilen hususlar ve dosya kapsamında elde edilen bilgiler çerçevesinde, EGE ÇAĞDAŞ CAM tarafından azaltılmış bayi sistemine geçildiği bilgisinin verildiği görülmektedir. Bunun yanında bölgesinde yer alan büyük müşterilerinden (.....) tarafından da diğer bayilerden alım imkânlarına ilişkin bir bilgi sunulmamış, sadece bayi sayısının azaltıldığı bilgisi verilmiştir. 2014-2015 yıllarında EGE ÇAĞDAŞ CAM'dan alım yapmış olan bölge dışı müşterilerden örneğin (.....) 2016 yılında bölge bayisi olan Camplaza Cam İnş. San. ve Tic. A.Ş. (CAM PLAZA) bayisine geçtiği görülmüştür.

I.6.4.6. GÜNEYDOĞU CAM ve Müşterilerinden Elde Edilen Bilgiler

- (157) Bölge dışı satışlarının azalmasına gerekçe olarak GÜNEYDOĞU CAM³⁷ tarafından 2016 yılında risk politikalarının değişmesinden ve TRAKYA CAM'ın bayi sayısını azaltmasından dolayı, kontrolü daha kolay olan yakın illerde satış yapmaya karar verdikleri, uzak illere yapılan satışlarda karlılığın düşük olabildiği ve iletişim sorunundan dolayı tahsilat yapamadıkları, önceleri müşterilerine kamyon bazında satış yaptıkları için risklerinin çok kârlarının az olduğu, ancak şimdi depodan paçal satışlar yaptıkları için hem risklerinin azaldığı hem de kârlarının yükseldiği belirtilmiştir.
- (158) İlgili bayinin bölgesine dâhil olmayan illerde yer alan ve 2014-2015 yıllarında önemli miktarda alım yapmış olan müşterilerine, 2016 yılında bayiden alımlarının azalmasının nedeni sorulmuştur.
- (159) Bu müşterilerden (.....) tarafından, 2016 yılı için TRAKYA CAM'IN tek bir bayiden daha yüksek iskontolarla mal alabileceklerini sözlü olarak bildirdiği, bu nedenle GÜNEYDOĞU CAM'dan 2016 yılında alım yapılmadığı, diğer bölgedeki bayilerden bölge bayisi ile aynı şartlarda alım yapamayacaklarının hem TRAKYA CAM hem de belirlenen bayiler tarafından sözlü olarak kendilerine iletiildiği belirtilmiştir.

³⁶ TRAKYA CAM tarafından yapılan son muafiyet başvurusuna göre bayiye atanan bölge Aydın, Muğla, Denizli illerini kapsamaktadır.

³⁷ TRAKYA CAM tarafından yapılan son muafiyet başvurusuna göre bayiye atanan bölge Gaziantep, Urfa, Kilis, Adıyaman, Diyarbakır, Mardin, Şırnak, Bitlis, Batman, Hakkâri, Van, Siirt illerini kapsamaktadır.

- (160) Bir diğer müşteri (.....) tarafından, 2016 yılının başından itibaren bölge bayisi olan EGE ÇAĞDAŞ CAM haricindeki bayilerden cam gönderilmeyeceğinin kendilerine sözlü olarak bildirildiği, daha önce alışveriş yaptıkları bayilerin de kendilerine sözlü olarak cam veremeyeceklerini ilettiği ve sonucunda bölge dışındaki bayilerden mal alamadıkları ifade edilmiştir. Ayrıca (.....) tarafından ise TRAKYA CAM'ın bayi sayısını azaltacağını öğrendikleri, ancak kendilerinin yüksek miktar alım yaptıkları firmalardan sadece (.....)'in bayiliğe devam etmediği ve ondan alım yapmadıkları, ANADOLU CAM ve GÜNEYDOĞU CAM bayiliğe devam ettiğinden bayi sayısının azalmasının kendilerini etkilemediği belirtilmiştir. Ancak teşebbüsün 2016 yılı alımlarına bakıldığında bölgesi dışında yer alan GÜNEYDOĞU CAM'dan alım yapmadığı görülmüştür. Teşebbüs tarafından ayrıca 2016 yılında özellikle ANADOLU CAM'ın kendisine 150-160 gün vade imkânı sağladığı, ancak diğer bayilerin en fazla 95-100 gün arasında vade sağlayabileceklerini bildirdikleri ifade edilmiştir.
- (161) 2014-2015 döneminde bölge dışı alım yapan müşterilere ek olarak, ilgili bayinin bölgesinde yer alan büyük müşterilerine 2016 yılında dağıtım sisteminde değişiklik olup olmadığı sorulmuştur. Bu müşterilerden (.....) ve (.....) tarafından sistemde herhangi bir değişiklik olmadığı belirtilmiştir.
- (162) Son olarak, ilgili bayinin bölgesine dâhil olmayan illerde yer alan ve 2016 yılında ilgili bayiden alım yapmış müşterilere bu alımların nasıl gerçekleştiği sorulmuştur.
- (163) Bu müşterilerden (.....), TRAKYA CAM'ın 2016 yılında iskonto oranlarında değişiklik yaparak kendi bayilerine daha yüksek iskonto uygulamasına geçtiği, iskonto oranlarının düşük kaldığından dolayı kendi yaptıkları araştırmalar sonucunda GÜNEYDOĞU CAM ve SALT CAM ile çalıştıkları takdirde daha fazla iskonto alabildikleri için bu bayilerle anlaşma sağladıkları ifade edilmiştir. GÜNEYDOĞU CAM'ın 2016 yılında çok azalmış olan bölge dışına satışının tamamına yakını bu teşebbüse gerçekleştirilmiştir.
- (164) Yukarıda değinilen hususlar ve dosya kapsamında elde edilen bilgiler çerçevesinde, GÜNEYDOĞU CAM tarafından bölge dışı satışların azalmasının gerekçesi olarak uzak bölgelere yapılan satışlardaki tahsilat sorunlarından bahsedilmiş ancak 2014'de yaklaşık (.....) m², 2015'de ise yaklaşık (.....) m² bölge dışı satışı olduğu görülmektedir. Bayi tarafından 2016 yılından itibaren yakın bölge müşteriye odaklanıldığında karlılığın arttığının belirtilmesi de bölge müşterilerinin fiyat artışı ile karşılaştığı izlenimi vermektedir. GÜNEYDOĞU CAM'ın bölgesi dışında bulunan 2014-2015 yılı müşterilerinin cevapları, 2016 yılı itibarıyla bölgesel münhasırlığın sözlü olarak bildirildiği ve fiilen uygulandığına işaret etmektedir. GÜNEYDOĞU CAM'ın 2016 yılında çok azalmış olan bölge dışına satışının tamamına yakını gerçekleştirildiği teşebbüsün de pasif satış kapsamında alım yaptığı anlaşılmaktadır.

1.6.4.7. ANADOLU CAM ve Müşterilerinden Elde Edilen Bilgiler

- (165) Bölge dışı satışlarının azalmasına gerekçe olarak ANADOLU CAM³⁸ tarafından İstanbul ili Avrupa Yakasında en yüksek hacimli ciroyla faaliyet gösteren müşterisi (.....)'in son yıllardaki ekonomik dalgalardan olumsuz yönde etkilenerek iflasını açıkladığı, bu çapta büyük bir müşteriyi zararlı bir şekilde kaybetmenin Avrupa yakası satışlarının yaptığı cironun azalmasına sebep olduğu belirtilmiştir.
- (166) İlgili bayinin bölgesine dâhil olmayan illerde yer alan ve 2014-2015 yıllarında önemli miktarda alım yapmış olan müşterilerine, 2016 yılında bayiden alımlarının azalmasının nedeni sorulmuştur.

³⁸ TRAKYA CAM tarafından yapılan son muafiyet başvurusuna göre bayiye atanan bölge İstanbul Anadolu Yakası, Bursa, Kocaeli (sadece Gebze, Çayırova, Darıca, Dilovası ilçeleri) illerini kapsamaktadır.

- (167) Bu müşterilerden (.....) tarafından ANADOLU CAM ile 2013 yılından başlayan ticari faaliyetlerinin hala devam ettiği, 2016 yılında TRAKYA CAM marka ürünlerin fiyatlarındaki değişikliklerin vade artışından ve ticari menfaatler gereği karşılıklı yapılan yıllık anlaşmalardan kaynaklandığı belirtilmiştir. Ancak ANADOLU CAM'ın 2016 yılı satışlarına bakıldığında bu teşebbüse hiç satışı olmadığı görülmektedir.
- (168) Bir diğer müşteri (.....) tarafından ise 2016 yılında ürünlerin lojistik avantaj nedeni ile AVRUPA CAM'dan temin edilmeye başlandığı, TRAKYA CAM tarafından 2015 yılı içinde yapılan toplantıda 2016 yılında Türkiye genelinde satıcı bayi sayısının azaltılacağına sözlü olarak beyan edildiği, kendilerinin de lojistik açıdan faydalı olabilecek ve yıllık fiyat anlaşması yaptıkları bayiler ile çalışmayı ticari açıdan daha uygun bulduklarından tedarikçi değişikliğine gittikleri ifade edilmiştir.
- (169) 2014-2015 döneminde bölge dışı alım yapan müşterilere ek olarak, ilgili bayinin bölgesinde yer alan büyük müşterilerine 2016 yılında dağıtım sisteminde değişiklik olup olmadığı sorulmuştur.
- (170) Bu müşterilerden (.....) tarafından 2016 yılında TRAKYA CAM'ın bayi sayısını düşürdüğü, kendilerinin sanayici müşteri olarak kamyon ve tır ile TRAKYA CAM'dan doğrudan alım yaptığı, palet cam ihtiyaçları olduğu zaman 2014-2016 yıllarında ANADOLU CAM bayisinden alım yaptıkları belirtilmiştir. Bir diğer müşteri (.....) tarafından da cam alımlarının ANADOLU CAM'dan yapılmaya devam edildiği ve 2016 yılında herhangi bir değişiklik olmadığı belirtilmiştir.
- (171) Yukarıda değinilen hususlar ve dosya kapsamında elde edilen bilgiler çerçevesinde, ANADOLU CAM tarafından bölge dışı satışlarının azalması, Avrupa yakasında bulunan önemli müşterilerinden (.....)'ın iflasından dolayı bu teşebbüse satışların durdurulması ile ilişkilendirilmiştir. Ancak 2015 yılında bölge dışı satışların toplamı olan yaklaşık (.....) m² cam satışının sadece (.....)'a satışlardan kaynaklanmaktadır. Bu nedenle yapılan açıklamanın bölge dışı satışların azalmasındaki gerekçeyi açıklamakta yetersiz kaldığı değerlendirilmektedir. Teşebbüsün 2014-2015 yılı bölge dışı müşterilerinden (.....) bayiden alımlarının devam ettiğini belirtmiş olsa da ANADOLU CAM'ın 2016 yılı satışlarına bakıldığında bu teşebbüse hiç satışı olmadığı görülmektedir.

I.6.4.8. SALT CAM ve Müşterilerinden Elde Edilen Bilgiler

- (172) Bölge dışı satışlarının azalmasına gerekçe olarak SALT CAM³⁹ tarafından 2010-2016 yıllarında Türkiye'de çok sayıda cam bayisinin olması nedeniyle bayilerin düşük karlarla çalıştığı, çok uzak yerlere kontrolsüz bir şekilde cam satıldığı, azaltılmış bayi sistemi sayesinde kendilerine yakın olan illerdeki müşteri taleplerinin artmasıyla ancak bu müşterilerin ihtiyacını karşılayabildikleri, yakın çevre illerine ağırlık verdiklerinde tahsilat güçlüklerinin önemli ölçüde azaldığı, karlılık oranlarının arttığı belirtilmiştir.
- (173) İlgili bayinin bölgesine dâhil olmayan illerde yer alan ve 2014-2015 yıllarında önemli miktarda alım yapmış olan müşterilerine, 2016 yılında bayiden alımlarının azalmasının nedeni sorulmuştur.

³⁹ TRAKYA CAM tarafından yapılan son muafiyet başvurusuna göre bayiye atanan bölge Mersin, Antalya, Adana, Karaman, Niğde, Osmaniye, Hatay, Kahramanmaraş, Malatya illerini kapsamaktadır.

- (174) Bu müşterilerden (.....) tarafından, 2016 yılı başında TRAKYA CAM yetkililerinin sözlü olarak bayi dağıtım sisteminin değiştirildiğini bildirdiği, bu kapsamda TRAKYA CAM'dan yapılacak doğrudan alımlar dışında TRAKYA CAM'ın bölge bazında yetkilendirdiği bölge bayisinden alım yapılabileceği bilgisinin verildiği, kendilerinin 2014-2015 yıllarında TRAKYA CAM bayileri ile çalışmaktayken, 2016 yılında TRAKYA CAM'ın bayi dağıtım sisteminde değişikliğe gitmesinden ve kendilerine doğrudan alımlarda verdiği iskonto oranını revize ederek daha cazip hale getirmesinden dolayı, TRAKYA CAM'ın sunduğu alternatifler arasından doğrudan alım yöntemini seçtikleri belirtilmiştir.
- (175) Bir diğer müşteri (.....) tarafından ise SALT CAM firmasından yaptıkları alımlarda 2014-2015 yıllarında %(.....) oranlarında iskonto alabilirken, 2016 yılında yeni gelen ve haksız olan sistemden ötürü SALT CAM ve diğer firmalarla yaptıkları ticaretin engellendiği, ticari özgürlüklerinin kısıtlandığı, 2016 yılı itibarıyla kendilerine TRAKYA CAM ürünlerini yalnızca GÜNEYDOĞU CAM firmasından tedarik edebileceklerinin bildirildiği, sadece GÜNEYDOĞU CAM firmasıyla çalıştıklarında daha önce elde edebildikleri iskonto ve vadeleri alamadıkları, yeni dağıtım sistemi nedeniyle hem kendilerinin hem de ticaret yapmış oldukları firmaların zarar uğradığı belirtilmiştir.
- (176) Bunun yanında, (.....) tarafından, 2014-2015 yıllarında ÇIRAYLAR CAM ve SALT CAM'dan da ürün aldıkları, 2016 yılında sadece ARDIÇ CAM'dan ürün alındığı, TRAKYA CAM'ın bölgesel bayilik sistemine geçtiğine ilişkin sözlü bilgi edindikleri, 2016 yılından itibaren bölge bayisinden ya da TRAKYA CAM'ın kendisinden ürün alınması zorunluluğu olduğu, bölge dışından aldıkları zaman fiyat farkının ortaya çıktığı belirtilmiştir.
- (177) (.....) tarafından da 2016 yılında bayi sayısının azalmasından dolayı kendilerine daha uygun şartlar sunan firmaları tercih ettikleri, nakliye avantajı sağlamasından dolayı daha önce ticaret yaptıkları ve 2016 yılı itibarıyla TRAKYA CAM bayisi olmayan bir firmadan alım yapmayı tercih ettikleri belirtilmiştir.
- (178) 2014-2015 döneminde bölge dışı alım yapan müşterilere ek olarak, ilgili bayinin bölgesinde yer alan büyük müşterilerine 2016 yılında dağıtım sisteminde değişiklik olup olmadığı sorulmuştur.
- (179) Bu müşterilerden (.....) tarafından TRAKYA CAM'ın doğrudan müşterisi oldukları, TRAKYA CAM'dan doğrudan alımların yanı sıra SALT CAM'dan da alım yaptıkları, Isıcam Yetkili Üretici bayi şartlarında alım yaptıklarından 2016 yılında kendileri için herhangi bir değişiklik olmadığı ancak yetkili satıcı bayilerin azaltıldığını duydukları belirtilmiştir.
- (180) Son olarak, ilgili bayinin bölgesine dâhil olmayan illerde alan ve 2016 yılında ilgili bayiden alım yapmış müşterilere bu alımların nasıl gerçekleştiği sorulmuştur.
- (181) Bu müşterilerden (.....) tarafından TRAKYA CAM'ın 2016 yılında iskonto oranlarında değişiklik yaparak kendi bayilerine daha yüksek iskonto uygulamasına geçtiği, iskonto oranlarının düşük kaldığından dolayı kendi yaptıkları araştırmalar sonucunda GÜNEYDOĞU CAM ve SALT CAM ile çalıştıkları takdirde daha fazla iskonto alabildikleri için bu bayilerle anlaşma sağladıkları ifade edilmiştir.

(182) SALT CAM tarafından 2016 yılında azaltılmış bayi sistemi sayesinde kendilerine yakın olan illerdeki müşteri taleplerinin artması nedeniyle bölge dışı illerdeki müşterilere satışlarının son bulunduğu belirtilmektedir. Ancak teşebbüsün 2016 yılı toplam satışlarının 2015 yılına göre yarı yarıya azaldığı dikkate alındığında, yakın yerlerdeki müşterilerin talep artışı sebebiyle bölge dışı müşterilerin talebini karşılamakta güçlük yaşadığı şeklindeki açıklamasının makul olmadığı görülmektedir. Bayinin 2014-2015 yıllarında bölge dışı müşterisi olan teşebbüslerden (.....) tarafından, TRAKYA CAM'ın 2016 yılı itibarıyla kendilerine sadece iki seçenek sunduğu ve alımlarını ya TRAKYA CAM'dan doğrudan ya da TRAKYA CAM'ın bölge bazında yetkilendirdiği bölge bayisinden yapılabildiği belirtilmiştir. Yine bu müşterilerden (.....) tarafından da 2016 yılında bayilerin bölgesel sisteme geçtikleri, yeni gelen ve haksız olan bu sistemden ötürü SALT CAM ve diğer firmalarla yaptıkları ticaretin engellendiği, ticari özgürlüklerinin kısıtlandığı, 2016 yılı itibarıyla kendilerine TRAKYA CAM ürünlerini yalnızca bölge bayisi olan GÜNEYDOĞU CAM firmasından tedarik edebileceklerinin bildirildiği ifade edilmiştir. Benzer şekilde bu müşterilerden (.....) tarafından TRAKYA CAM 2016 yılından itibaren bölge bayiliği verdiği için bölge bayisinden ya da TRAKYA CAM'ın kendisinden ürün alınması zorunluluğu olduğu, bölge dışından aldıkları zaman fiyat farkının ortaya çıktığı belirtilmiştir. SALT CAM'ın 2016 yılında oldukça azalmış olan bölge dışı satış müşterilerinden (.....) cevabından ise ilgili işlemin pasif satış niteliğinde olduğu anlaşılmaktadır.

1.6.4.9. ARDIÇ CAM ve Müşterilerinden Elde Edilen Bilgiler

- (183) Bölge dışı satışlarının azalmasına gerekçesi sorulan ARDIÇ CAM⁴⁰ tarafından 2014 ve 2015 yıllarına kıyasla 2016 yılında hem m² hem de TL bazında toptan satışlarında artış olduğu, bir azalma olmadığı belirtilmiştir.
- (184) İlgili bayinin bölgesine dâhil olmayan illerde yer alan ve 2014-2015 yıllarında önemli miktarda alım yapmış olan müşterilerine, 2016 yılında bayiden alımlarının azalmasının nedeni sorulmuştur.
- (185) Bu müşterilerden (.....) 2016 yılında ARDIÇ CAM ve bölge bayisi SALT CAM'dan alım yaptığını, 2016 yılında TRAKYA CAM'dan sistemin değiştiğine dair herhangi bir bildirim almadıklarını belirtmiştir. Ancak ARDIÇ CAM'ın 2016 yılı satışları incelendiğinde, 2016 yılında bu müşterinin ARDIÇ CAM'dan alım yapmayı durdurduğu tespit edilmiştir.
- (186) Bir diğer müşteri (.....) tarafından ise 2016 yılında bayi sayısı azalmış olmasına rağmen bu durumun TRAKYA CAM ürünlerine ulaşmakta bir sıkıntıya yol açmadığı, 2016 yılında ekonomik ve siyasal alanlardaki gelişmelerin sonucunda uzaktan, bölge dışından cam aldıkları bayilerin fiyat, ödeme koşullarında ve temininde önceki yıllardaki esnekliklerini bırakıp orta vadeli ya da peşin cam satışına yöneldiği, bu nedenle bu yılda bu bayilerden alım yapmayı uygun görmedikleri, ekonomideki belirsizlik ve bankaların bayilere sunduğu koşulları kötüleştirilmesi neticesinde bayilerin yakınında ve kontrolünde olan firmalara satış yapmayı tercih eder hale geldiği, bu nedenle bölge dışındaki bayilerden alımlarının eskisi gibi yoğunlukta olmadığı belirtilmiştir. Bununla birlikte, teşebbüs bu ifadelerle çelişir şekilde fiyat teklifi aldığı ve alım yaptığı bayi sayısının değişmediği, üç-dört bayi ile çalışmaya devam ettiğini belirtmiştir. Tüm bunlara ek olarak, ARDIÇ CAM'ın 2016 yılı satışları incelendiğinde, bu müşterinin 2016 yılında ARDIÇ CAM'dan alım yapmadığı tespit edilmiştir.
- (187) Bunun yanında (.....) tarafından TRAKYA CAM bayilerinden 2014-2015 yıllarında alımlarının olduğu 2016 yılında alımlarının azalmasının sebebinin faaliyet alanlarını değiştirmeleri olduğu belirtilmiştir.

⁴⁰ TRAKYA CAM tarafından yapılan son muafiyet başvurusuna göre bayiye atanan bölge Ankara, Kırıkkale, Kırşehir, Bolu, Zonguldak, Karabük, Bartın, Çankırı illerini kapsamaktadır.

- (188) 2014-2015 döneminde bölge dışı alım yapan müşterilere ek olarak, ilgili bayinin bölgesinde yer alan büyük müşterilerine 2016 yılında dağıtım sisteminde değişiklik olup olmadığı sorulmuştur.
- (189) Bu müşterilerden (.....) tarafından kendilerinin yetkili satıcılığının (.....) yılında iptal edildiği, toptan satış yaptıkları için (sadece işlenerek satılan ürünlere ilişkin olan) sanayici bayilik yoluyla da TRAKYA CAM'dan doğrudan alım yapamadıkları çünkü sanayici bayilik sözleşmesi kapsamında toptan satışın yasaklanmış olduğu, diğer illerdeki yetkili satıcılardan da ürün temin edilemediği için toptan bazda satışını yapacakları ürünleri ARDIÇ CAM'dan almaya zorunlu bırakıldıkları, TRAKYA CAM'ın muafiyet alamamasına rağmen yeni distribütörlük sistemine geçtiğini sözlü olarak duyurduğu, Türkiye genelinde 96 olan yetkili satıcı sayısının 18 e düşürüldüğü, tüm yetkili satıcıların bölgesinin ayrıldığı ve belirlendiği, kendi bölgesi dışına satış yapmalarının kesinlikle yasaklandığı, bu olayların tüm piyasada alt müşteriler tarafından da bilindiği ifade edilmiştir.
- (190) Bir diğer müşteri (.....) tarafından 2016 yılında TRAKYA CAM ürünlerinin temininde belirgin bir farklılık olmadığı, bayilik sisteminde herhangi bir değişikliğe dair TRAKYA CAM tarafından sözlü ya da yazılı bir bildirimde bulunulmadığı belirtilmiştir.
- (191) Son olarak, ilgili bayinin bölgesine dâhil olmayan illerde yer alan ve 2016 yılında ilgili bayiden alım yapmış müşterilere bu alımların nasıl gerçekleştiği sorulmuştur.
- (192) Bu müşterilerden (.....) tarafından 2016 yılında birkaç firmadan teklif alınarak, fiyat vade temin süresi hizmet kalitesi gibi kriterler değerlendirilerek çalışılacak firmanın seçiminin yapıldığı belirtilmiştir.
- (193) Bu müşterilerden (.....) tarafından ARDIÇ CAM'ın uzun yıllardır ticari ilişkilerinin devam ettiği bir firma olduğu, bu bağlamda acil ihtiyaçları doğrultusunda onlara taleplerini ilettikleri ve bu talebin firmanın kendi deposundan nakliye araçlarına yükleyerek karşılandığı, uzun yıllar TRAKYA CAM ürünlerinin bayiliğini yaptıkları, 2016 yılı itibarıyla bayilik ilişkilerinin TRAKYA CAM tarafından sonlandırıldığı ve bu nedenle ağırlıklı olarak yurt dışından mal tedariki yolunu izledikleri belirtilmiştir.
- (194) Yukarıda değinilen hususlar ve dosya kapsamında elde edilen bilgiler çerçevesinde, ARDIÇ CAM tarafından bölge dışı satışların 2016 yılında arttığı ifade edilmekle birlikte Tablo 4 ve 5'ten görüldüğü üzere teşebbüsün bölge dışı satışlarında bir azalma gözlemlenmektedir. Teşebbüs bu durumuna ilişkin herhangi bir açıklama getirilmezken, önceki yıllarda kendisinden alım yapan bölge dışı müşterilerinden (.....) tarafından 2016 yılında bölge dışından cam aldıkları bayilerin fiyat, ödeme koşullarında ve teminde önceki yıllardaki esnekliklerini bırakıp orta vadeli ya da peşin cam satışına yöneldiği ifade edilmiştir. Dolayısıyla bölge dışı bayilerin müşteriye sundukları ödeme koşullarında 2016 yılına kötüleşme olduğu şüphesi uyanmaktadır. Bununla birlikte, teşebbüs bu ifadelerle çelişir şekilde fiyat teklifi aldığı ve alım yaptığı bayi sayısının değişmediği, üç-dört bayi ile çalışmaya devam ettiği belirtmiştir. Tüm bunlara ek olarak, ARDIÇ CAM'ın 2016 yılı satışları incelendiğinde, bu müşterinin 2016 yılında ARDIÇ CAM'dan alım yapmadığı tespit edilmiştir. Benzer şekilde bu kategorideki müşterilerden (.....) da ARDIÇ CAM'dan alımlarının devam ettiğini belirtmiş olmasına rağmen, ARDIÇ CAM'ın 2016 yılı satışları incelendiğinde, 2016 yılında bu müşterinin ARDIÇ CAM'dan alım yapmayı durdurduğu tespit edilmiştir. Yetkili satıcılığının (.....) yılında iptal edilen ve bayinin büyük müşterilerinden (.....) tarafından ise, 2016 yılında diğer illerdeki yetkili satıcılardan da ürün temin edilemediği için toptan bazda satışını yapacakları ürünleri ARDIÇ CAM'dan almaya zorunlu bırakıldıkları; sanayici bayilik yoluyla da TRAKYA CAM'dan doğrudan alım yapamadıkları çünkü sanayici bayilik sözleşmesi kapsamında toptan satışın yasaklanmış olduğu ve sadece işlenerek satılan ürünler için alım yapılabilirdiği belirtilmiştir. 2016 yılında ARDIÇ CAM tarafından gerçekleştirilen oldukça düşük miktardaki bölge dışı

satışların da, görüş sorulan ilgili müşterilerin ifadelerinden, pasif satış niteliğinde olduğu anlaşılmaktadır.

I.6.4.10. Ömürden Cam ve Plastik San. İnş. Tic. Ltd. Şti. (ÖMÜRDEN CAM) ve Müşterilerinden Elde Edilen Bilgiler

- (195) Bölge dışı satışlarının azalmasına gerekçe olarak ÖMÜRDEN CAM⁴¹ tarafından 2014-2015 yıllarında bölge dışı illerden sadece Ordu iline toptan cam satışı bulunduğu ve bu satışların devam ettiği, bu ilde daha önce satış yaptıkları müşterilerinin sayısının azaldığı, bunun sebebinin ise bu müşterilerin istedikleri satış şartlarına uymaması olduğu belirtilmiştir.
- (196) Bayinin bölge dışında kalan müşterilerinden (.....) tarafından ÖMÜRDEN CAM ile uzun yıllardır çalıştıkları, bayiden fiyat talebinde kendilerinin bulunduğu, 2015 ve 2016 yıllarında bazı camları Samsun ilinden bazı camları da DÜZCE CAM'dan aldıkları, fiyat ve ödeme kolaylığı veren firmalardan alımlarını gerçekleştirdikleri belirtilmiştir.
- (197) Bayinin bölge dışında kalan müşterilerinden (.....) tarafından 2014-2015 yıllarında ÖMÜRDEN CAM'dan ürün aldıkları ve halen devam ettikleri, bazen kendilerinin bayiyi aradığı bazen bayinin geldiği ifade edilmiştir.

I.6.4.11. CAM PLAZA ve Müşterilerinden Elde Edilen Bilgiler

- (198) Bölge dışı satışlarının azalmasına gerekçe olarak CAM PLAZA⁴² tarafından 2016 yılında Türkiye'deki olumsuz finansal gelişmeler ışığında (genel ekonomik kötüleşme ve bankaların kredi kullandırma konusundaki zorlayıcı davranışları) araçlarını hizmet odaklı kullanıp kontrol edebilecekleri küçük ölçekli satışlara yoğunlaştırdıkları, bu nedenle önceliklerinin ekonomisindeki iniş çıkışları gözlemleyebilecekleri çok uzakta olmayan müşterilere hizmet vermek olduğu belirtilmiştir. Bununla birlikte 2016 yılında bayinin toplam satışlarının yaklaşık iki katı arttığı görülmektedir.
- (199) İlgili bayinin bölgesine dâhil olmayan illerde yer alan ve 2014-2015 yıllarında önemli miktarda alım yapmış olan müşterilerine, 2016 yılında bayiden alımlarının azalmasının nedeni sorulmuştur.
- (200) Bu müşterilerden (.....) tarafından TRAKYA CAM'ın 2015 yılı sonunda tek bayilik sistemine geçmesi, 2016 yılı başından itibaren de kendilerini tek bayiden alım yapmaya zorlaması sebebiyle önceki yıllardan daha düşük iskontolarla ve daha düşük vadelerle mal almak mecburiyetinde bırakıldıkları, bölge bayinin ellerinde bulunmadığını belirttiği ürünleri diğer illerdeki bayilerden talep ettiklerinde, fazla fiyat dahi teklif edip kendi araçlarıyla depolarından almak istedikleri halde, bölge dışına satış yapamayacaklarını, firmalarında TRAKYA CAM personeli bulunduğunu, bu personelin faturaları kontrol ettiklerini, kendilerine belirtilen bölgelerin dışına çıkamayacaklarını, fatura kesemeyeceklerini belirterek, ürün taleplerini sonuçsuz bıraktıkları ifade edilmiştir.
- (201) 2014-2015 döneminde bölge dışı alım yapan müşterilere ek olarak, ilgili bayinin bölgesinde yer alan büyük müşterilerine 2016 yılında dağıtım sisteminde değişiklik olup olmadığı sorulmuştur.
- (202) Bu müşterilerden (.....) tarafından 2016 yılında TRAKYA CAM'ın bölgesel bayilik sistemine geçtiği, bu sistemde sadece bölge bayisinden cam satın alınabildiği ve önceki yıllarda bayilerden almış oldukları iskontoyu alamadıkları belirtilmiştir.

⁴¹ TRAKYA CAM tarafından yapılan son muafiyet başvurusuna göre bayiyeye atanan bölge Trabzon, Rize, Giresun, Artvin, Gümüşhane, Bayburt illerini kapsamaktadır.

⁴² TRAKYA CAM tarafından yapılan son muafiyet başvurusuna göre bayiyeye atanan bölge Konya, Isparta, Burdur, Uşak illerini kapsamaktadır.

- (203) Son olarak, ilgili bayinin bölgesine dâhil olmayan illerde yer alan ve 2016 yılında ilgili bayiden alım yapmış müşterilere bu alımların nasıl gerçekleştiği sorulmuştur.
- (204) Bu müşterilerden (.....) tarafından Isıcam Yetkili Üretici Bayi olduğu, rekabetçi fiyat ve hizmet kalitesi nedeniyle CAM PLAZA'dan ürün temin ettikleri belirtilmiştir.
- (205) Bu müşterilerden bir diğeri (.....) tarafından CAM PLAZA firmasına sektördeki mevcudiyetinden dolayı kendilerinin ulaştığı, bölge dışından tedariklerinin proje bazlı olarak sağlandığı ifade edilmiştir.
- (206) CAM PLAZA tarafından 2016 yılında bölge dışı satışların düşmesine gerekçe olarak ülkedeki olumsuz koşullar nedeniyle finansal durumunu gözlemleyebildikleri yakın bölgedeki müşterilere odaklanmayı seçtikleri belirtildiği anlaşılmaktadır. Bununla birlikte 2016 yılında bayinin toplam satışlarının yaklaşık iki katı arttığı görülmektedir. Bayinin 2014-2015 yılı müşterisi (.....) tarafından 2016 yılı başından itibaren TRAKYA CAM'ın kendilerini tek bayiden alım yapmaya zorlaması sebebiyle önceki yıllardan daha düşük iskontolarla ve daha düşük vadelerle mal almak mecburiyetinde bırakıldıkları, bölge bayinin ellerinde bulunmadığını belirttikleri ürünleri diğer illerdeki bayilerden talep ettiklerinde, fazla fiyat dahi teklif edip kendi araçlarıyla depolarından almak istedikleri halde, firmalarında TRAKYA CAM personeli bulunduğunu, bu personelin faturaları kontrol ettiklerini, kendilerine belirtilen bölgelerin dışına çıkamayacaklarını, fatura kesemeyeceklerini belirttikleri ifade edilmiştir. Bu müşterilerden (.....) da bölge münhasırlığı uygulamasına başladığını belirtmiştir. 2016 yılında bayiden bölge dışı alım yapan firmalar pasif satış olduğu izlenimi uyandırmakta ve alım miktarlarının da oldukça düşük ve teşebbüsün toplam satışlarının %1'inden az olduğu görülmektedir.

I.6.4.12. RESMAN CAM'dan Elde Edilen Bilgiler

- (207) Bölge dışı satışlarının azalmasına gerekçe olarak RESMAN CAM⁴³ tarafından 2016 yılında yaşanan piyasalardaki daralma ve kriz ile bankaların kredi verirken daha titiz davranması sebebiyle müşteri seçiminde daha dikkatli olmaya ve daha az risk taşıyan firmaları tercih etmeye yöneldikleri, aynı zamanda yaşanan ticari durgunluk nedeniyle bazı firmaların yetkili satıcı görevlerini bırakmaları ya da farklı nedenlerle ticari faaliyetlerini bitirmelerinin de satış yönünü değiştirdiği, TRAKYA CAM'ın Ordu ve Kastamonu'daki bazı yetkili satıcılarının işi bırakmasının o illerden daha fazla talep gelmesine ve bu illerin yakın çevre iller olması nedeniyle de nakliye maliyetlerinin düşük olmasının satışlarının bu illere kaymasına neden olduğu belirtilmiştir. Bununla birlikte bayinin 2016 yılı satışları değerlendirildiğinde hem m² hem de ciro bazında satışlarının bir önceki yıla göre üç kata yaklaşan düzeyde arttığı görülmektedir.

I.6.4.13. GÖKALP CAM ve Müşterilerinden Elde Edilen Bilgiler

- (208) Bölge dışı satışlarının azalmasına gerekçe olarak GÖKALP CAM⁴⁴ tarafından 2016 yılında TRAKYA CAM'ın bayi sayısının azaltılması nedeni ile geçmiş yıllardan farklı müşterilerin portföylerine dâhil olduğu, 2016 yılındaki ekonomik gelişmelerin, kredilerdeki sıkıntı ve risklerin artması sebebiyle müşteri bakımından çok seçici davranmaya başladıkları, 2016 yılındaki Eskişehir-Kütahya-Bilecik illerine yoğunlaşma sebebinin düşük düşük sevkiyat maliyetleri olduğu, ayrıca 2016 yılında bir tır ve iki kamyonlarını yüksek maliyetler sebebi ile sattıkları, bu nedenle nakliye güçlerinin zayıfladığı belirtilmiştir.

⁴³ TRAKYA CAM tarafından yapılan son muafiyet başvurusuna göre bayiye atanan bölge Samsun, Kastamonu, Sinop, Tokat, Amasya, Ordu illerini kapsamaktadır.

⁴⁴ TRAKYA CAM tarafından yapılan son muafiyet başvurusuna göre bayiye atanan bölge Eskişehir, Kütahya, Bilecik illerini kapsamaktadır.

- (209) Bayinin bölgesinde bulunan büyük müşterilerinden (.....) ve (.....) tarafından 2016 yılında TRAKYA CAM ürünlerinin temin koşullarında bir değişiklik olmadığı belirtilmiştir.
- (210) İlgili bayinin bölgesine dâhil olmayan illerde yer alan ve 2016 yılında ilgili bayiden alım yapmış müşterilere bu alımların nasıl gerçekleştiği sorulmuştur.
- (211) Bu müşterilerden (.....) tarafından 2016 yılında GÖKALP CAM bayisinden taraflarına kesilen son fatura tarihinin (.....) olup (.....) tarihinde firmalarının (.....) adresinde faaliyet gösterdiği belirtilmiştir. Dolayısıyla ilgili müşterinin 2016 yılında bölge dışı müşteri olmadığı anlaşılmaktadır. 2016 yılında bayinin satışları %25 artarken bölge dışı satışlarının %1'in altına gerilediği görülmektedir.
- (212) GÖKALP CAM'ın da diğer bayilere benzer şekilde 2016 yılında bölge dışı satışların düşmesine gerekçe olarak ekonomik koşullar ve kapasitenin bayi sayısının azalması nedeniyle artan talebi karşılayamamasını gösterdiği görülmektedir. Bununla birlikte teşebbüsün 2016 yılındaki satışlarının bir önceki yıla göre yaklaşık %50 oranında arttığı gözlemlenmiştir.

1.6.4.14. ÇIRAYLAR CAM ve Müşterilerinden Elde Edilen Bilgiler

- (213) Bölge dışı satışlarının azalmasına gerekçe olarak ÇIRAYLAR CAM⁴⁵ tarafından 2016 yılında ekonomideki gerilemenin etkisiyle müşteri risklerini kontrol edebilecekleri, tahsilatta zorlanma yaşamayacakları müşterileri tercih ettikleri, bu sebeple daha önce çalıştıkları firmalar olması, aradaki mesafenin kısa olması sebepleriyle depo açarak Afyonkarahisar iline odaklanmayı hedefledikleri belirtilmiştir.
- (214) İlgili bayinin bölgesine dâhil olmayan illerde yer alan ve 2014-2015 yıllarında önemli miktarda alım yapmış olan müşterilerine, 2016 yılında bayiden alımlarının azalmasının nedeni sorulmuştur.
- (215) Bu müşterilerden (.....) tarafından TRAKYA CAM'ın 2015 yılı sonunda tek bayilik sistemine geçmesi, 2016 yılı başından itibaren de kendilerini tek bayiden alım yapmaya zorlaması sebebiyle önceki yıllardan daha düşük ıskontolarla ve daha düşük vadelerle mal almak mecburiyetinde bırakıldıkları, bölge bayinin ellerinde bulunmadığını belirttikleri ürünleri diğer illerdeki bayilerden talep ettiklerinde, fazla fiyat dahi teklif edip kendi araçlarıyla depolarından almak istedikleri halde, bölge dışına satış yapamayacaklarını, firmalarında TRAKYA CAM personeli bulunduğunu, bu personelin faturaları kontrol ettiklerini, kendilerine belirtilen bölgelerin dışına çıkamayacaklarını ve fatura kesemeyeceklerini belirterek ürün taleplerini sonuçsuz bıraktıkları ifade edilmiştir.
- (216) Yine bu müşterilerden (.....) tarafından 2016 yılında TRAKYA CAM bayi sayısının azaldığı, ancak meydana gelen bu değişikliğin kendilerini etkilemediği, sanayici bayi olarak istedikleri ürünü TRAKYA CAM ya da herhangi bir bayiden veya farklı bir firmadan almakla ilgili bir sorun yaşamadıkları ifade edilmiştir. Ancak teşebbüsün alımlarına bakıldığında 2014-2015 yıllarında TRAKYA CAM'dan doğrudan alımlarına ek olarak ÇIRAYLAR CAM'dan da alım yaptığı, 2016 yılında ise alımlarını bölge bayisi DOST CAM'a kaydırıldığı görülmektedir.
- (217) 2014-2015 döneminde bölge dışı alım yapan müşterilere ek olarak, ilgili bayinin bölgesinde yer alan büyük müşterilerine 2016 yılında dağıtım sisteminde değişiklik olup olmadığı sorulmuştur.

⁴⁵ TRAKYA CAM tarafından yapılan son muafiyet başvurusuna göre bayiye atanan bölge Konya, Afyon illerini kapsamaktadır.

- (218) Bu müşterilerden (.....) tarafından 2016 yılında TRAKYA CAM'ın hizmet odaklı azaltılmış bayilik sistemine geçtiğinin sözlü bilgisini aldıkları belirtilmiştir. Yine bu müşterilerden (.....) tarafından TRAKYA CAM'ın 2016 yılında yetkili satıcı sayısının azaltıldığını pazardaki oyuncularından ve firma yetkililerinden öğrendikleri belirtilmiştir.
- (219) ÇIRAYLAR CAM tarafından bölge dışı satışların azalmasının gerekçesine ilişkin olarak 2016 yılında ekonomideki gerilemenin etkisiyle tahsilatta zorlanma yaşamayacakları müşterilere odaklandıklarının belirtildiği görülmektedir. Ancak bayinin 2014-2015 yıllarında bölge dışından müşterisi olup 2016 yılında kendisinden ürün alamadığını belirten (.....) tarafından bu durumun esas gerekçesinin bölge münhasırlığı uygulaması olduğu belirtilmiştir. 2014-2015 döneminde bir diğer bölge dışı müşteri (.....) ise mevcut durumda bir değişiklik olmadığı, herhangi bir bayiden alım yapabildiğini belirtmiş olsa da önceki yıllarda müşterisi olduğu ÇIRAYLAR CAM'dan alımlarını 2016 yılında durdurarak DOST CAM'a kaydırmıştır.

I.6.4.15. Eski Bayilerden Elde Edilen Bilgiler

- (220) Dosya kapsamında ayrıca 2016 yılı öncesinde TRAKYA CAM bayi olan ancak 2016 yılında bayiliği sonlandırılmış bazı teşebbüslere de görüşleri sorulmuştur.
- (221) Bu teşebbüslerden (.....) tarafından 2015 yılının üçüncü çeyreğinde TRAKYA CAM'ın yetkili dağıtıcı sayısını 18'e düşüreceğini ve Türkiye coğrafyasını bölgelere ayırarak ve her bölge için tek yetkili satıcılık sistemi ile ilerleme isteğini belirttiği, 2015 yılının son çeyreğinden itibaren bunu fiilen uygulamaya başladığı, bölge bayilerine bölgeleri haricinde satış yapması yasağı getirildiği, getirilen tek yetkili bayilik sistemi ile bölge içerisinde aktif satış yasağı ortaya çıktığı, bayilere TRAKYA CAM'dan birinin istihdam edilmesi zorunluluğu getirildiği duyumu alındığı, ilgili sistemin marka içi rekabeti tamamen ortadan kaldırdığı 2015 yılı sonunda kendilerine uygulanan toplam iskontonun %9 oranında gerçekleştiği ancak 2016 yılında düzcamda fiyat artışı olduğu ve 2016 yılı sonunda sadece %5 oranında miktar iskontosu alabildikleri, pazarda aktif ve pasif satışın yasaklanmasından sonra, birinci yıl içerisinde iskonto oranlarının yaklaşık %50'lik düşüş olduğu, yeni sistemle birlikte serbest piyasa koşullarının dışında keyfiyete göre iskonto indirimleri/fiyat artışları yaşandığı belirtilmiştir.
- (222) Bu teşebbüslerden (.....) tarafından 2015 yılında TRAKYA CAM yetkili satıcısı olarak faaliyet gösterdikleri, 2016 yılından itibaren ise azaltılmış yetkili satıcılık sisteminde teklif edilen satıcılığı kabul etmeyip toptan cam ticaretini ithal ürünler, DÜZCE CAM ürünleri ile TRAKYA CAM ürünlerini diğer firmalar üzerinden temin ederek devam ettirdikleri, tüm cam temin ettikleri firmalar gibi TRAKYA CAM ürünlerini de anlık pazarlık ve peşin alım güçlerini kullanarak en uygun şartları yaratma usulü ile temin ettikleri belirtilmiştir .
- (223) Bu teşebbüslerden (.....) tarafından 2016 yılında kendilerinin düzcam satış bayiliğinin alındığı, (.....) yılından bu yana bayilik yaptıkları, 2016 yılında yeni bayilere daha düşük iskontolar verildiği, bölge bayiliği ARDIÇ CAM'a verilene kadar kendilerinin TRAKYA CAM'dan cam aldıkları, bayilik ARDIÇ CAM'a verildikten sonra ise (.....)'dan cam almaya zorunlu kaldıkları belirtilmiştir.

I.7. Değerlendirme

- (224) Daha önce belirtildiği üzere, dosya konusu iddialar temelde TRAKYA CAM'ın yeni bayilik sisteminin (azaltılmış bayilik sisteminin), Kurul'un *Trakya Cam/Düzcam Muafiyet* kararı ile muafiyet alamamış olmasına rağmen uygulanmaya başlanmış olmasını içermektedir. Yürütülen soruşturma kapsamı 4054 sayılı Kanun'un 4. ve 6. maddeleri olarak belirlenmiş ve bu çerçevede yapılan değerlendirmelere aşağıda yer verilmiştir.

I.7.1. 4054 sayılı Kanun'un 4. Maddesi Çerçevesinde Değerlendirme

- (225) 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi uyarınca *"Belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacı taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemleri"* yasaklanmaktadır.
- (226) Daha önce değinildiği üzere, Kurul *Trakya Cam/Düzcam Muafiyet* kararında TRAKYA CAM'ın 18 ayrı münhasır dağıtım bölgesi oluşturmak, her birine bir bayi atamak ve bayilere tek elden satın alma ve rekabet etmeme yükümlüğü getirmek suretiyle oluşturmayı planladığı dağıtım sisteminin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında rekabeti sınırladığına ve 5. maddesindeki şartları taşımadığından muafiyet alamayacağına karar vermiştir. Ayrıca kararda TRAKYA CAM'ın bu dağıtım sistemi ile birlikte getirmek istediği münhasır bayilere bayi yöneticisi atanması ve yazılım kurulması uygulamalarının da kısıtlanacağı öngörülen marka- içi rekabeti azaltıcı ilave unsurlar olduğu değerlendirilmiştir. Dosya konusu şikâyetlerde de Kurul tarafından muafiyet verilmeyen bu bayilik sisteminin fiilen uygulanmaya başlandığı ifade edilmektedir.
- (227) Yapılan yerinde incelemede elde edilen belgeler incelendiğinde, 2016 yılının başından itibaren TRAKYA CAM'ın dağıtım sistemini yeniden yapılandığı anlaşılmaktadır. Zira yukarıda detaylarına yer verildiği üzere, Delil-1 ila Delil-21 arasındaki yazışmalarda yeni bir bayilik sistemi uygulanmaya başlandığına yönelik:

- "(.....)" (Delil-11),
- "(.....)" (Delil-14),
- "(.....)" (Delil-16),
- "(.....)" (Delil-19),
- "(.....)" (Delil -20)
- "(.....)" (Delil-21)

ifadelerine rastlanılmaktadır. Delil-10'da yer alan tabloda da 18 adet bayiye (YES) ve bu bayilerin sorumlu olduğu illere yer verildiği; Delil-8 ve Delil-13'te yer alan tablolarda da bu bayilere ait satış raporlarının sunulduğu görülmektedir. Dolayısıyla TRAKYA CAM'ın 2016 yılının başından itibaren, bayi sayısını 18'e indirerek yeni bir sistemi uygulamaya başladığı anlaşılmaktadır.

- (228) Yukarıdaki belgelerde TRAKYA CAM'ın muafiyet başvurusunda öngörülene paralel şekilde bayi sayısını bir başka deyişle yeniden satış amacıyla doğrudan ürün sağladığı toptancı teşebbüslerin sayısını 2016 yılı itibarıyla 18'e indirdiği görülmektedir. Belgelerin tümünden ise, bu türden teşebbüsleri kendi iç yazışmalarında "Yetkili Yurtiçi Satıcı" (YES) olarak tanımladığı anlaşılmaktadır. TRAKYA CAM'dan talep edilen bilgiler çerçevesinde, TRAKYA CAM'ın YES kategorisinde yer alan teşebbüslere doğrudan yaptığı satışlar incelenmiştir. Buna göre 2014 yılında 93, 2015 yılında ise 85 adet YES'e satış yapılmış iken, 2016 yılında sadece 18 adet YES'e satış yapılmıştır. Bahse konu 18 teşebbüsün Delil 10'da yer alan "YES il dağılımı"na ilişkin tablodaki teşebbüsler ile aynı olduğu görülmektedir. Bu teşebbüslerin illere dağılımına ilişkin olarak yerinde incelemelerde ayrıca aşağıdaki belgelere ulaşılmıştır:

- "(.....)" (Delil-2)
- "(.....)" (Delil-3)
- "(.....)" (Delil-9)
- "(.....)" (Delil-14)

(229) Bayi sayısının, muafiyet başvurusunda öngörülen sayı ile paralel olarak 18'e düşürülmüş olması, başvurularda iddia edildiği üzere Kurul tarafından muafiyet tanınmayan bayilik sistemin uygulanmaya başlandığı yönünde şüphe doğurmaktadır. Bu açıdan öncelikle, TRAKYA CAM'ın dosya konusu uygulamaları çerçevesinde bayilere münhasır bölge tahsis edilip edilmediği önem arz etmektedir.

I.7.1.1. Mevcut Uygulama ile Münhasır Bölge Tahsis Edildiğine Yönelik Değerlendirme

(230) Dosya kapsamında incelenen bayiler ile TRAKYA CAM arasında 2016 yılının başında imzalanan sözleşmelerde bölge münhasırlığına ilişkin herhangi bir hüküm bulunmamakla birlikte, Delil-10'da bayilerin bölgelere ve illere göre dağılımının bulunduğu bir tablo yer almaktadır. Buna ek olarak:

- Delil-4'de yer alan "(.....)" ifadeleri,
- Delil-5'de yer alan "(.....)" ifadeleri,
- Delil-6'da yer alan "(.....)" ifadeleri,
- Delil-12'de yer alan "(.....)" ifadeleri,
- Delil-16'da yer alan "(.....)" ifadeleri,
- Delil-18'de yer alan "Önemli Okuduktan Sonra Silinmesi Gerekmemektedir" başlıklı epostada "(.....)" ifadeleri,
- Delil-22'de yer alan "(.....)" ifadeleri
- Delil-23'te yer alan "Bölge Teamülünün Bozulması" başlıklı eposta

çerçevesinde, 2016 yılının başından itibaren uygulanan yeni bayilik sistemi neticesinde bayilere münhasıran bazı bölgelerin verilmiş olabileceği değerlendirilmiştir.

(231) Dosya kapsamında incelenen bayilerin satışları analiz edildiğinde bu hususu destekler nitelikte bulgulara ulaşılmaktadır. Önceki bölümde yer verilen bayilerin satış dağılımlarının incelendiği Tablo 4 ve Tablo 5'ten GÜLER CAM dışındaki bayilerin neredeyse tamamının bölge dışı satışlarının gerek miktar gerek tutar bakımından 2016 yılı ile birlikte önemli oranda azalmış olduğu ve birkaçı hariç %1-2 gibi oldukça düşük seviyelere geldiği görülmektedir.

(232) Bayi özelinde incelenecek olursa:

- DOST CAM'ın miktar bakımından bölge dışı satışlarının payı 2014 ve 2015 yıllarında sırasıyla %21 ve %30 iken 2016 yılında %2'ye gerilemiştir.
- SALT CAM'ın miktar bakımından bölge dışı satışlarının payı 2014 ve 2015 yıllarında sırasıyla %64 ve %61 iken 2016 yılında %2'ye gerilemiştir.
- ANADOLU CAM'ın miktar bakımından bölge dışı satışlarının payı 2014 ve 2015 yıllarında sırasıyla %48 ve %31 iken 2016 yılında %7'ye gerilemiştir.
- GÜNEYDOĞU CAM'ın miktar bakımından bölge dışı satışlarının payı 2014 ve 2015 yıllarında sırasıyla %75 ve %75 iken 2016 yılında %1'e gerilemiştir.
- EGE ÇAĞDAŞ CAM'ın miktar bakımından bölge dışı satışlarının payı 2014 ve 2015 yıllarında sırasıyla %15 ve %13 iken 2016 yılında %1'e gerilemiştir.
- AKANSU CAM'ın miktar bakımından bölge dışı satışlarının payı 2014 ve 2015 yıllarında sırasıyla %28 ve %17 iken 2016 yılında %2'ye gerilemiştir.
- ARDIÇ CAM'ın miktar bakımından bölge dışı satışlarının payı 2014 ve 2015 yıllarında sırasıyla %29 ve %37 iken 2016 yılında %4'e gerilemiştir.
- CAM PLAZA CAM'ın miktar bakımından bölge dışı satışlarının payı 2014 ve 2015 yıllarında sırasıyla %35 ve %33 iken 2016 yılında %1'e gerilemiştir.
- ÇIRAYLAR CAM'ın miktar bakımından bölge dışı satışlarının payı 2014 ve 2015 yıllarında sırasıyla %32 ve %52 iken 2016 yılında %0'a gerilemiştir.
- CİPLİOĞLU CAM'ın miktar bakımından bölge dışı satışlarının payı 2014 ve 2015 yıllarında sırasıyla %46 ve %41 iken 2016 yılında %0'a gerilemiştir.
- Çölyen Cam Tic. ve San. Ltd. Şti.'nin (ÇÖLYEN CAM) miktar bakımından bölge dışı satışlarının payı 2014 ve 2015 yıllarında sırasıyla %63 ve %46 iken 2016 yılında %6'ya gerilemiştir.
- GÖKALP CAM'ın miktar bakımından bölge dışı satışlarının payı 2014 ve 2015 yıllarında sırasıyla %12 ve %13 iken 2016 yılında %1'e gerilemiştir.
- TEMKAR CAM'ın miktar bakımından bölge dışı satışlarının payı 2014 ve 2015 yıllarında sırasıyla %63 ve %59 iken 2016 yılında %17'ye gerilemiştir.
- RESMAN CAM'ın miktar bakımından bölge dışı satışlarının payı 2014 ve 2015 yıllarında sırasıyla %38 ve %38 iken 2016 yılında %18'e gerilemiştir.
- ÖMÜRDEN/YAVUZ CAM'ın miktar bakımından bölge dışı satışlarının payı 2014 ve 2015 yıllarında sırasıyla %18 ve %11 iken 2016 yılında %6'ya gerilemiştir.

(233) GÜLER CAM'ın bölge dışına yaptığı satışlar ise diğer bayilerden farklı olarak 2015 yılında azalmış, 2016 yılında tekrar artış göstermiştir. GÜLER CAM'ın miktar bakımından bölge dışı satışlarının payı 2014 ve 2015 yıllarında sırasıyla %18 ve %3 iken 2016 yılında %10'a çıkmıştır.

- (234) Buna göre, incelenen bayilerin 2016 yılıyla birlikte bölge dışına satışlarının oldukça azaldığı görülmektedir. Önceki bölümde yer verilen Tablo 6 da bu genel görünümü yansıtmaktadır. 2014-2015 yıllarında TRAKYA CAM bayilerince yapılan toplam toptan satışların sırasıyla %46 ve %48'i bayilerin bölgeleri dışına yaptıkları satışlardan oluşmakta iken 2016 yılında bu oran %5'e düşmüştür.
- (235) Bölge dışına yapılan satışlardaki bu azalmanın gerekçesi bayilerin tamamınca, ülke genelinde ekonomik koşulların kötüleşmesi ve bankaların kredi imkânlarını kısıması ile birlikte, 2016 yılında ödeme gücünü çekmediklerini bildikleri ve tahsilatta sorun yaşamayacakları yakın bölge müşterilerine odaklanmayı seçmeleri olarak açıklanmıştır. Ancak bayilerin 2016 yılında mal vermeyi bıraktığı bölge dışı müşterilerinin halen önemli miktarda alım yapan firmalar olduğu, sadece yeni sistem sebebiyle kendi bölge bayilerinden alım yapmaya başladıkları görülmektedir. Bu nedenle bölge dışı müşterilerin bu gerekçelerle terkedilmiş olduğu yönündeki açıklamaların makul olmadığı değerlendirilmektedir. Bununla birlikte bayilerce finansal sıkıntıya vurgu yapılmasına rağmen 2016 yılında toptan cam satışı tutarının arttığı görülmektedir.
- (236) 2014-2015 yıllarında bayilerin bölge dışı müşterisi olup 2016 yılında bölge bayisine yönlenen müşteriler, çoğunlukla bu durumun münhasır bölge dağıtım sistemine geçişten dolayı oluşan bir zorunluluk olduğunu belirtmiş; münhasır bölgeye geçişin kendilerine sözlü olarak bildirildiğini ifade etmiştir. Alımlarını kendi bölgesindeki bayiye kaydırmalarının sebebinin diğer bayilerin kendilerine mal vermemeleri ya da bölge dışı bayilerin müşteriye sundukları ödeme koşullarını 2016 yılında kötüleştirmeleri olduğu ve yeni sistemle bölgeye atanan bayinin vade ve fiyat konusunda tekel haline geldiği de bu müşterilerce belirtilmiştir. Bu müşterilerden az sayıda da olsa mevcut durumda bir değişikliği olmadığı, halen farklı bayilerden alım yaptığını belirtmiş olanların da, alım verileri incelendiğinde 2016 yılında bölge dışı bayiden alımlarını durdurarak bölge bayisine geçiş yaptıkları görülmüştür. 2016 yılında bölgesi dışından alım yapmak isteyen müşterilerinin önceki yıllarda çalıştıkları bayilerle irtibat kurduklarında bu taleplerinin reddedildiğine yönelik beyanları da uygulanan sistem ile yalnız aktif satışların değil bayilere bölge dışından ulaşan müşterilere yapılacak pasif satışların da kısıtlandığı izlenimi oluşturmuştur.
- (237) Bayinin bölgesinde yer alan ve 2016 yılında da alıma devam etmiş büyük müşterilerin ise çoğunlukla bölge kendi alımları bakımından bir değişiklik olmadığı görüşünde oldukları ancak bu müşterilerin geçmişte de bölge içi alım yaptığı, bu nedenle yeni sistemden etkilenmediklerini ifade etmiş oldukları belirtilmelidir.
- (238) 2016 yılında bölge dışı alım yapmış olan müşteri grubunun çok küçük miktarlarda alım yaptığı, bu alımların kimi zaman proje bazlı olabildiği ya da aslında bölge içinde bulunan bir tesisi için alım yaptığı ve bu işlemlerin çoğunlukla pasif satış niteliğinde olduğu gözlemlenmiştir.
- (239) 2016 yılı öncesinde TRAKYA CAM'ın bayisi olan ancak 2016 yılında bayiliği sonlandırılmış ve alım için bayilere yönlendirilmiş teşebbüsler ise verdikleri görüşlerde bölge münhasırlığı uygulamasına geçildiğini açıkça belirtmiştir.

(240) Sonuç olarak, bayilerin 2016 yılında gerçekleşen bölge dışı satışlarındaki ciddi düşüş, yerinde incelemede elde edilen belgelerde geçen bölge münhasırlığına dayalı bir sistemin uygulamaya başlandığına yönelik ifadeler ve özellikle 2016 yılı öncesi bölge dışı bayilerden alım yapmış müşterilerin 2016 yılında bölge dışı alım imkânlarının kısıtlandığı yönündeki ifadeleri birlikte değerlendirildiğinde, TRAKYA CAM'ın 2016 yılı başından itibaren hayata geçirdiği azaltılmış bayilik sisteminin Kurul tarafından 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği tespit edilen bölge münhasırlığını içerdiği kanaatine varılmıştır.

I.7.1.2. Mevcut Uygulama ile Tek Elden Satın Alma, Rekabet Etmeme Yükümlülüğü Getirildiğine ve Bayi Yöneticiliği Sisteminin Uygulandığına Dair Değerlendirme

(241) Daha önce belirtildiği üzere, bölge münhasırlığına ek olarak, muafiyet başvurusunda sunulan anlaşmada bayilere tek elden satın alma ve rekabet etmeme yükümlülüklerinin getirilmesi öngörülmektedir. Önceki bölümde sunulan Tablo-7 ve Tablo-8 incelendiğinde bayilerin genel olarak, gerek ithalat gerek yurtiçi rakip ürün alımları bakımından, TRAKYA CAM dışındaki alımlarının oldukça düşük düzeyde olduğu, 2016 yılı itibarıyla da bir miktar daha azaldığı gözlemlenmiştir.

(242) Öte yandan belirtmek gerekir ki, *Trakya Cam/Düzcam Muafiyet* kararında 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlali bakımından bölge münhasırlığı, tek elden satın alma ve rekabet etmeme yükümlülükleri bir bütün olarak değerlendirilerek sözleşmenin tümüne muafiyet tanınmamış olmakla birlikte, kararın geneli değerlendirildiğinde sözleşmenin muafiyet alamamasının nedeni olan esas düzenlemenin bölge münhasırlığına ve bunun kontrolü amacıyla getirilen bayi yöneticiliğine yönelik hükümler olduğu görülmektedir.

(243) *Trakya Cam/Düzcam Muafiyet* kararında, münhasır bayilere bayi yöneticisinin atanması ve yazılım kurulması uygulamalarının da, kısıtlanacağı öngörülen marka-içi rekabeti azaltıcı ilave bir unsur olduğu değerlendirilmiştir. Kurul, *Trakya Cam/Düzcam Muafiyet* kararında bayi yöneticilerinin işlevine ilişkin olarak, TRAKYA CAM tarafından görevlendirilen ve bayilerde çalışacak olan bayi yöneticisinin hemen hemen bayinin tüm satış planlamasını ve stratejisini belirleyeceği veya kontrol edeceği, böylelikle bayiler üzerinde baskı ve denetimin artacağı, dolayısıyla marka içi rekabet ve pasif satış imkânlarının olumsuz etkileneceği sonucuna ulaşmıştır.

(244) Yukarıda detaylıca yer verildiği üzere, dosya kapsamında yapılan yerinde incelemelerde bayilere, DİPA adlı araştırma şirketi aracılığıyla "bayi yöneticisi" olarak adlandırılan kişilerin atandığı görülmektedir (Delil-24, 25, 26, 28, 29,41). Delil 32'deki yazışmadan ise, bazı alt bayilere de bayi yöneticisi atanabildiği izlenimi edinilmektedir. Anılan deliller bir arada değerlendirildiğinde, bayiler, bayi yöneticileri ve sorumlu olunan illerle ilgili aşağıdaki tablo oluşmaktadır:

Tablo 9: Bayiler, Bayi Yöneticileri, Bölgeleri ve Sorumlu Olunan İller

Adı	Görevi	Bölge	YES	YES'e Atanan İller	NOT
(.....)	Bayi (YES) Yöneticisi	Marmara 2	GÜLER CAM	Edirne, Kırklareli, Tekirdağ	
(.....)	Bayi (YES) Yöneticisi				
(.....)	Bayi (YES) Yöneticisi	Marmara 1	ANADOLU CAM	İstanbul Anadolu, Bursa	Ağustos 2016'ya kadar
(.....)	Bayi (YES) Yöneticisi	Marmara 1	ANADOLU CAM	İstanbul Anadolu, Bursa	Eylül 2016'dan itibaren
(.....)	Bayi (YES) Yöneticisi	İç Anadolu-Karadeniz	RESMAN CAM	Samsun, Kastamonu,Ordu, Sinop, Amasya	
(.....)	Bayi (YES) Yöneticisi	Marmara 2	AVRUPA CAM	İstanbul Avrupa	Ekim 2016'dan itibaren
(.....)	Bayi (YES) Yöneticisi	Akdeniz - Güneydoğu Anadolu	GÜNEYDOĞU CAM	Gaziantep, Diyarbakır, Şanlıurfa, Kilis, Mardin, Adıyaman, Van, Hakkâri, Siirt, Bitlis, Batman, Şırnak	
(.....)	Bayi (YES) Yöneticisi	İç Anadolu-Karadeniz	ARDIÇ	Ankara, Çankırı, Kırıkkale, Kırşehir, Bolu, Bartın, Karabük, Zonguldak	
(.....)	Bayi (YES) Yöneticisi	İç Anadolu-Karadeniz	ÖMÜRDEN CAM	Trabzon, Artvin, Rize, Bayburt, Gümüşhane, Giresun	
(.....)	Bayi (YES) Yöneticisi	İç Anadolu-Karadeniz	AKANSU CAM	Kayseri, Sivas	
(.....)	Bayi (YES) Yöneticisi	İç Anadolu-Karadeniz	ÇÖLYEN CAM	Nevşehir, Aksaray, Yozgat, Erzurum, Erzincan, Kars, Iğdır, Ardahan	
(.....)	Bayi (YES) Yöneticisi/ Bölge Satış Yöneticisi	İç Anadolu-Karadeniz	ERGANİ CAM	Çorum	
(.....)	Bayi (YES) Yöneticisi	Marmara 1	TEMKA CAM	Kocaeli, Sakarya, Düzce ,Yalova	
(.....)	Bayi (YES) Yöneticisi	Ege	DOST CAM	Balıkesir, Çanakkale, İzmir, Manisa	
(.....)	Bayi (YES) Yöneticisi	Ege	CAM PLAZA	Konya, Uşak, Isparta ,Burdur	
(.....)	Bayi (YES) Yöneticisi	Ege	ÇIRAYLAR CAM	Konya, Afyon	
(.....)	Bayi (YES) Yöneticisi	Ege	EGE ÇAĞDAŞ CAM	Aydın, Muğla, Denizli	
(.....)	Bayi (YES) Yöneticisi	Ege	GÖKALP CAM	Eskişehir, Bilecik Kütahya	
(.....)	Bayi (YES) Yöneticisi	Akdeniz - Güneydoğu Anadolu	SALT CAM	Mersin, Adana, Antalya, Niğde, Kahramanmaraş, Hatay, Malatya, Osmaniye, Karaman	
(.....)	Bayi (YES) Yöneticisi/ Bölge Satış Yöneticisi	Akdeniz - Güneydoğu Anadolu	CİPLİOĞLU CAM	Elazığ, Tunceli, Bingöl, Muş	
(.....)	Bölge Satış Yöneticisi	Alanya			
(.....)	Bölge Satış Yöneticisi	Bursa			
(.....)	Ortak Satış Temsilcisi	Diyarbakır			
(.....)	Ortak Satış Temsilcisi	Van			
(.....)	Ortak Satış Temsilcisi	İzmir			
(.....)	Ortak Satış Temsilcisi	İzmir			
(.....)	Ortak Satış Temsilcisi	Hatay			
(.....)	Ortak Satış Temsilcisi	Antalya			

Kaynak: Delil-10, 29, TRAKYA CAM'da elde edilen belgeler.

(245) Yapılan yerinde incelemelerde TRAKYA CAM Ticari Satışlar Operasyon Sorumlusu (.....) tarafından 21.03.2016 tarihinde (yesyönetici@trakyacam.dipa.com.tr) adresli eposta grubuna bayi yöneticilerinin sorumlu oldukları bayilerin faaliyetine ilişkin düzenli olarak sunacakları bilgilere ilişkin "Performans Değerlendirme Sunumu" başlıklı bir sunum formatı gönderdiği görülmüştür (Delil-50)⁴⁶. Elde edilen belgelerden bayi yöneticilerinin de çeşitli zamanlarda, sorumlu oldukları bayiler hakkında formata uygun şekilde rapor hazırladığı ve TRAKYA CAM yöneticilerine ilettiği görülmektedir (Delil-22, 33, 35, 36,38 57). Raporlar aşağıdaki konulara ilişkin bilgiler içermektedir:

- Stok bilgisi,
- Hedef ile gerçekleşen satış miktarı ve tutarı,
- Alt bayilere satış miktarı,
- İl bazında satış miktarı,
- Müşterilerin risk durumu,
- Potansiyel müşterilerin ve pazardaki rekabetin değerlendirilmesi,
- Bayi ve yönetici arasında yaşanan problemler,
- Bayilerin ŞİŞECAM'dan beklentileri.

(246) Görüldüğü üzere, bayi yöneticileri sorumlu oldukları bayilerin stok bilgisi, alt bayilere ve il bazında yaptıkları satış miktarı ve tutarı gibi önemli ticari veriler ile pazarın durumu hakkında bilgileri TRAKYA CAM'a düzenli olarak raporlama yapmaktadır.

(247) Bunun yanı sıra, bayi yöneticilerinin sorumlu oldukları bayilerin çalışan ve yetkililerine (Delil-37, 39, 40, 61) ya da bayi çalışanları tarafından bayi yöneticilerine yollanan (Delil-42,47, 48, 49, 52, 53, 56) bayilerin cam alımları, satışları, fiyatları, stok durumu, müşterileri gibi ticari verilerin bulunduğu tabloları içeren yazışmalar elde edilmiştir.

(248) Bu yazışmalar, yukarıda yer alan diğer yazışmalar ile birlikte değerlendirildiğinde, bayi yöneticisinin bayinin tüm ticari faaliyetlerinin merkezinde yer aldığı, bu faaliyetleri düzenli olarak takip ettiği ve TRAKYA CAM'a raporladığı görülmektedir.

(249) *Trakya Cam/Düzcamlar Muafiyet* kararı kapsamında bildiren sözleşmede, bu raporlarda sunulan bilgilerin bayilere kurulacak bir yazılım yoluyla TRAKYA CAM'a ulaştırılmasının planlandığı görülmektedir. Daha önce belirtildiği üzere kararda, bu yazılımın da bayi yöneticisi uygulaması ile birlikte marka-içi rekabeti azaltıcı bir unsur olduğu değerlendirilmiştir. Yerinde incelemelerde elde edilen belgelerden, TRAKYA CAM'ın bu bilgilere bayi yöneticisi aracılığıyla eriştiği görülmektedir. Bu husus TRAKYA CAM'ın hazırladığı "*Stratejik Planlama Direktörlüğü Düzcamlar Grubu 2016 Ocak-Haziran Değerlendirmesi*" başlıklı raporda da açıkça belirtilmektedir. İlgili raporda (.....)" ifadeleri yer almaktadır. Bahse konu hedeflerin bayi yöneticilerine TRAKYA CAM tarafından gönderildiği de Delil 27'deki yazışmalardan görülebilmektedir. Bu açıdan teşebbüsün, bayi yöneticilerini kullanarak *Trakya Cam/Düzcamlar Muafiyet* kararının yazılım yüklenmesine ilişkin sonuçlarının etrafından dolaştığı değerlendirilmektedir.

⁴⁶ Delil-54'te 28.12.2015 tarihinde bayi yöneticilerine gönderilmiş bir format daha bulunmaktadır. Bu formatta Delil-50'dekinden farklı olarak günlük her müşteriye hangi fiyattan ne miktarda ürün satıldığına dair bilgileri içeren tablo ve haftalık müşteri ziyaretlerini içeren daha detaylı tablolar yer almaktadır. Delil-50'de yer alan formatın en güncel format olması ve yerinde incelemelerde elde edilen raporların içeriğinin Delil-50'deki formatla uyuşması nedeniyle Delil-50 esas alınmıştır.

- (250) DOST CAM'da yapılan yerinde inceleme sırasında teşebbüs yetkileri tarafından DOST CAM'ın TRAKYA CAM'dan alımlarını ve müşterilerine yaptığı satışları ŞİŞECAM PANORAMA adı verilen bir portal ile takip ettiği, satışlar bakımında bu portalın temel amacının TRAKYA CAM'ın DOST CAM'a ödeyeceği satış primlerinin hesaplanmasına olanak sağlamak ve siparişlerin müşterilere zamanında ve tam olarak ulaşım ulaşımadığının kontrolünü sağlamak olduğu ifade edilmiştir. İlgili portalın ekran görüntüleri DOST CAM ve GÜNEYDOĞU CAM'da yapılan incelemelerde alınmıştır. Bu görüntülerde bayinin müşteri bazlı kazandığı pirim tutarlarına yer verildiği görülmektedir. DOST CAM tarafından da belirtildiği üzere, bu tutarların hesaplanabilmesi için bayilerin müşteri bazlı satış bilgilerini sisteme girdiği anlaşılmaktadır. Bu kapsamda, portalın, bayi yöneticilerinin TRAKYA CAM'a gönderdiği raporlara ek olarak, TRAKYA CAM'ın bayilerin satışlarını takip ettiği ilave bir kanal olduğu değerlendirilmektedir⁴⁷.
- (251) Bayilerden elde edilen belgelerden, bayi yöneticilerinin bayi ve pazar verilerini raporlamadan başka faaliyetlerde de bulunabildikleri değerlendirilmektedir. Örneğin EGE ÇAĞDAŞ CAM'da elde edilen Delil-44'te plasiyere limit açılması için önce bayi yöneticisi (.....)'e gidileceği, (.....)'in de bu talebi reddedebileceği yazmaktadır. Yine aynı teşebbüste elde edilen Delil-45'te teşebbüste yeni göreve başlayan lojistik sorumlusunun teşebbüs yöneticisinin yanında (.....)'e de bağlı olacağı ifade edilmektedir. DOST CAM'da yapılan yerinde incelemede elde edilen Delil-58'de ortak satış temsilcisi unvanlı DİPA çalışanının müşteri ile görüşerek fiyat teklifi hazırladığı anlaşılmaktadır. Son olarak, EGE ÇAĞDAŞ CAM'da yapılan yerinde incelemede elde edilen Delil-43 ve Delil-46'da, bahse konu bayinin yetkilisinin hazırlamış olduğu satış fiyatları ve kar oranlarına ilişkin çalışmasını görüş almak amacıyla bayi yöneticisine gönderdiği görülmektedir. Bu bakımdan, bayilerin bağımsız bir ekonomik birim olarak yürüttüğü faaliyetlere de TRAKYA CAM tarafından atanan bayi yöneticilerinin dâhil olabildiği görülmektedir.
- (252) Delil-34'ten SALT CAM bayi yöneticisi (.....) tarafından SALT CAM'a ait 17.10.2016 tarihli fiyat listesinin, "(.....)" notuyla SALT CAM'ın sorumlu olduğu Hatay, Antalya ve Alanya bölgelerindeki bölge satış temsilcisi ve ortak satış temsilcisi unvanlı diğer DİPA çalışanlarına ve TRAKYA CAM Akdeniz-Güneydoğu Anadolu Bölge Satış Müdürü (.....)'a gönderildiği anlaşılmaktadır. Ayrıca Delil-60'ta yer verildiği üzere, GÜNEYDOĞU CAM bayi yöneticisi tarafından teşebbüs yöneticisi (.....)'na ve GÜNEYDOĞU CAM'ın sorumlu olduğu Diyarbakır ve Van bölgelerindeki bölge satış temsilcisi ve ortak satış temsilcisi unvanlı diğer DİPA çalışanlarına, diğer bayilerden SALT CAM ve CİPLİOĞLU CAM'ın satış fiyatları gönderilmiştir. Bu şekilde, bayi yöneticilerinin başka bayilere ait fiyat listesini edinip paylaşması neticesinde marka içi rekabet olumsuz yönde etkilenebilecektir. Marka- içi rekabetin olumsuz etkilenmesine yol açabilecek bir başka husus olarak Delil-55 gösterilebilir. Delil-55'te DOST CAM bayi yöneticisi (.....)'in bayi çalışanına TRAKYA CAM fiyatları ile DOST CAM fiyatlarının karşılaştırılması gönderilmiştir. Delil 22'de ise bayi yöneticisinin TRAKYA CAM'a yaptığı bir raporlamada, "(.....)" denilerek bu durumun bayi ile yaşanan bir problem olduğu belirtilmektedir. Bayi yöneticilerinin bayi fiyatlarıyla ilgili bu türden bilgi paylaşımları yapmasının marka- içi rekabeti azaltıcı etki yaratabileceği değerlendirilmektedir.

⁴⁷ Delil-62.

(253) Sonuç olarak, TRAKYA CAM'ın 2016 yılında başlatmış olduğu anlaşılan yeni bayilik sisteminin, Kurul tarafından *Trakya Cam Muafiyet* kararında 4. maddeyi ihlal ettiği tespit edilen yetkili satıcılık sözleşmesi ile kurulması öngörülen bayilik sisteminin unsurlarını içerdiği, bu kapsamda TRAKYA CAM'ın bayilerine fiili olarak münhasır bölge yaratmış ve tek elden satın alma ve rekabet etmeme yükümlülükleri getirmiş olduğu ve kararda sistemin marka-içi rekabeti azaltıcı etkilerini artırabileceği öngörülen bayi yöneticilerinin de faaliyette oldukları kanaatine varılmıştır.

1.7.1.3. Sanayici Müşteriler ile İmzalanan Sözleşmelerde Yer Alan Plaka Olarak Satmama Yükümlülüğüne İlişkin Değerlendirme

(254) Soruşturma kapsamında uygulanıp uygulanmadığı incelenen ve muafiyet verilmeyen dağıtım sözleşmeleri incelendiğinde sözleşmelerde "(.....)." maddesinin de yer aldığı görülmektedir.

(255) Bu çerçevede soruşturma kapsamında TRAKYA CAM'ın Sanayici Müşterileri ile imzaladığı sözleşmeler de incelenmiş ve ilgili sözleşmelerde sanayici müşterilere düzcam ürünlerinin plaka olarak yeniden satışını yasaklayan hükümler bulunduğu görülmüştür. Sözleşmelerin "**PLAKA OLARAK SATMAMA YÜKÜMLÜLÜĞÜ**" başlıklı 4.7. maddesi altında aşağıdaki hükümler yer almaktadır:

"4.7.1. SANAYİCİ MÜŞTERİ, üretiminde hammadde olarak kullanmak üzere yalnızca TRAKYACAM'dan ve/veya onunla bağlantılı bir başka teşebbüsten satın aldığı sözleşme konusu ürünleri, işlem görmeden tek cam (plaka) olarak satamaz. SANAYİCİ MÜŞTERİ, ancak almış olduğu bir siparişin bütünü içinde, kesilmiş ve/veya işlenmiş plaka olarak tek cam kullanımının olduğu talepleri karşılayabilecektir.

4.7.2.SANAYİCİ MÜŞTERİ, fason kesime ve/veya üretim yaptırdığı takdirde, fason kesim ve/veya üretime gönderdiği tek camların (plaka), kalınlık, ebat ve miktar bilgisi ile fason kesim ve/veya üretim yaptıracığı firma adını TRAKYA CAM'a önceden bildirmekle yükümlüdür."

(256) Sanayici müşteriler TRAKYA CAM'ın düzcam ürünlerini doğrudan ve plaka olarak satışını yaptığı üç müşteri grubundan biridir. Sanayici müşteri grubunun ürünleri temel alım amacı işledikten sonra yeniden satmak ya da kendi üretimlerinde kullanmaktır. Yukarıda yer alan sözleşme maddeleri de sanayici müşterilerin TRAKYA CAM'dan aldıkları düzcam ürününü işlemeyen bir başka deyişle plaka olarak yeniden satmasını yasaklamaktadır. Düzcam ürünlerinin plaka olarak doğrudan satışının yapıldığı diğer iki müşteri grubu Isıcam Yetkili Üreticileri (IYU) ile mevcut soruşturmanın konusunu oluşturan Yetkili Satıcılardır (YES). YES'lerin TRAKYA CAM'dan esas ürün alış amacı işlemeyen yeniden satmak iken, IYU'lar çiftcam alanında faaliyet göstermekte, satın aldıkları düzcam ürünlerini çiftcam üretiminde kullanarak ISICAM markası altında satmaktadır.

(257) Sanayici müşterilere getirilen plaka olarak yeniden satmama yükümlülüğünün dikey anlaşmaları 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği (2002/2 sayılı Tebliğ) ile tanınan grup muafiyeti kapsamı dışına çıkaran sınırlamalardan olduğu belirtilmelidir. Şöyle ki, 2002/2 sayılı Tebliğ'in "Anlaşmaları Grup Muafiyeti Kapsamı Dışına Çıkaran Sınırlamalar" başlıklı dördüncü maddesinde "Aşağıda sayılan, rekabeti doğrudan veya dolaylı olarak engelleme amacı taşıyan sınırlamaları içeren dikey anlaşmalar bu Tebliğ ile tanınan muafiyetten yararlanamaz." denilmekte; maddenin (b) bendinde şu hüküm yer almaktadır:

"b) Aşağıdaki haller dışında, alıcının sözleşme konusu mal veya hizmetleri satacağı bölge veya müşterilere ilişkin kısıtlamalar getirilmesi.

1) Alıcının müşterilerince yapılacak satışları kapsamaması kaydıyla, sağlayıcı tarafından kendisine veya bir alıcıya tahsis edilmiş münhasır bir bölgeye ya da münhasır müşteri grubuna yapılacak aktif satışların kısıtlanması,

2) Toptancı seviyesinde faaliyet gösteren alıcının son kullanıcılara yönelik satışlarının kısıtlanması,

3) Bir seçici dağıtım sistemi üyelerinin yetkili olmayan dağıtıcılara satış yapmalarının kısıtlanması,

4) Birleştirilmek amacıyla tedarik edilen parçaların söz konusu olması halinde, alıcının bunları üretici konumundaki sağlayıcının rakiplerine satmasının kısıtlanması."

(258) Sanayici müşterilere getirilen plaka olarak satmama yükümlülüğü, yukarıda yer verilen Tebliğ maddesinde anlaşmaları 2002/2 sayılı Tebliğ ile tanınan grup muafiyeti kapsamı dışına çıkardığı belirtilen "sağlayıcı tarafından alıcının sözleşme konusu mal veya hizmetleri satacağı bölge veya müşterilere ilişkin kısıtlamalar getirilmesi" niteliğinde olup maddenin (b) bendinde sayılan dört istisnai durumdan herhangi biri kapsamına da girmemekte dolayısıyla ilgili Tebliğ'in kara listesinde yer almaktadır.

(259) 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinin ilgili bendi ile getirilen istisnalar belirli koşullarda dağıtım sisteminin işlemesi ve tüketicilerin bundan yarar sağlaması için elzem olan kısıtlı koşulları sıralamakta, bağımsız bir teşebbüs olarak faaliyet gösteren alıcılarının satış fiyatlarına olduğu gibi satış tercihlerine ve satış yapacakları bölgelere/müşterilere müdahale edilmemesi gerekliliğinden ancak bu istisnalar altında vazgeçilebileceğini belirlemektedir. Kaldı ki ilk istisna durumunda da belirtildiği üzere, teşebbüsün münhasır bölge atadığı dağıtıcılarının satış yaptığı, toptan dağıtım sistemine dâhil olmayan müşterilerinin satışları ilgili istisnanın kapsamı dışında bırakılmıştır.

- (260) Anılan yükümlülüğün teşebbüsün önceki sözleşmelerinde de yer aldığı ve bu kapsamda *Trakya Cam/Isıcam Muafiyet* kararında⁴⁸ incelendiği ve ilgili yükümlülüğün bulunduğu sözleşmelere muafiyet tanındığı görülmüştür. İlgili kararda konuya ilişkin olarak aşağıdaki değerlendirmelere yer verilmiştir.

“SM Sözleşmesinde rekabeti kısıtlayıcı nitelikte göze çarpan başlıca unsurun, anılan sözleşmenin “Plaka Olarak Satmama Yükümlülüğü” yan başlıklı 4.7.1. maddesinde öngörülen, SM’nin Trakya Cam’dan satın aldığı ürünleri işlem görmeden (tek cam) olarak satamayacağı hükmü olduğu görülmektedir. Hemen hemen aynı hüküm, Camtaş Düzcamlar Pazarlama A.Ş. ile SM’ler arasında imzalanan sözleşmelere ilişkin muafiyet değerlendirmesinin yapıldığı Rekabet Kurulunun 22.07.2004 tarihli ve 04-48/641-160 sayılı kararında incelenmiş ve sözleşmenin ilgili maddelerinde yeniden satış koşullarına ilişkin sınırlama getirildiği belirtildikten sonra, söz konusu rekabet sınırlamalarının dikey anlaşmaları 2002/2 sayılı Tebliğ’de belirtilen grup muafiyeti kapsamı dışına çıkaran hükümlerden olmadığına karar verilmiştir.

...

Tebliğ’in anılan maddesinde yer alan hükümler dikkate alındığında, sözleşmelerde SM’lere yönelik getirilen, Trakya Cam’dan satın aldığı ürünleri işlem görmeden (tek cam) olarak satma yasağının, anlaşmaya taraf olan alıcıların yeniden satış imkânını ve özellikle arbitraj olanağını ortadan kaldırmak suretiyle marka içi rekabeti kısıtlaması nedeniyle aynı Tebliğ’in 4. maddesi anlamında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme amacı taşıyan bir sınırlama olduğu; bu nedenle pazar payı eşliğinin sağlandığı bir durumda dahi ilgili dikey anlaşmaları 2002/2 sayılı Tebliğ ile tanınan grup muafiyeti kapsamı dışına çıkaracağı sonucuna varılmıştır. Bununla birlikte, sözleşmelerin konusu ve alıcıların niteliği, sözleşmenin birer yıllık düzenlenmesi, tek elden satın alma hükmü içermemesi ve son olarak SM’lerin Trakya Cam toplam satışları içerisindeki paylarının görece düşük olması hususları bir arada değerlendirildiğinde, anılan sözleşmenin mevcut haliyle 4054 sayılı Kanun’un 5. maddesinin birinci fıkrasının (d) bendinde öngörülen koşulu sağladığı anlaşılmıştır.”

- (261) 4054 sayılı Kanun’un “*Muafiyet ve Menfi Tespit Kararlarının Geri Alınması*” başlıklı 13. maddesi uyarınca “ a) Kararın alınmasına esas teşkil eden herhangi bir olayda değişiklik olması, b) Karara bağlanan şartların veya yükümlülüklerin yerine getirilmemesi, c) Kararın söz konusu anlaşma hakkında yanlış veya eksik bilgiye dayanarak verilmiş olması” koşullarından birinin sağlanması halinde muafiyet ve menfi tespit kararları geri alınabilmektedir. Mevcut durumda TRAKYA CAM tarafından yetkili bayi sayısının azaltılması ile birlikte, anılan kararın alınmasına esas teşkil eden koşullarda bir değişiklik olduğu değerlendirilmektedir.
- (262) İncelenen sözleşme maddesi, 2002/2 sayılı Tebliğ çerçevesinde dağıtım sisteminin yaratacağı faydanın ortaya çıkarılması için ancak belirli koşulların varlığı halinde uygulayabileceği öngörülen istisnalar kapsamına girmeyen ve toptan dağıtıcı konumunda bulunmayan müşterilerinin satın aldıkları ürün üzerinde sahip olmaları gereken tasarrufu sınırlandıran bir düzenlemedir. Kararın alındığı dönemde 80’i sadece Isıcam Yetkili Üreticisi (İYÜ); 63’ü hem İYÜ hem Yetkili Satıcı (YES) olmak üzere toplam 143 adet İYÜ bulunmaktadır. 30’u sadece yetkili satıcılık yapanlar olmak üzere toplam 93 adet de YES bulunmaktadır. Sanayici müşteri sayısı ise 34 ile sınırlıdır⁴⁹. Mevcut durumda ise YES sayısı 18’e düşürülmüştür. Daha önce YES konumunda olan teşebbüslerden bir kısmı ise TRAKYA CAM’dan doğrudan alım yapmaya devam edebilmeleri için sanayici müşteri kategorisine dâhil edilmiştir.

⁴⁸ 24.01.2013 tarih ve 13-07/73-42 sayılı *Trakya Cam/Isıcam Muafiyet* kararı.

⁴⁹ 10.01.2013 tarih ve 2011-1-262/MM sayılı *Muafiyet Raporu*, s.18.

(263) Dolayısıyla, yeni başlayan azaltılmış yetkili satıcılık sistemi ile birlikte müşterilerin plaka ürün temin edebilecekleri sağlayıcı sayısı oldukça azaltılmıştır. Bu çerçevede rekabet ortamı oldukça daraltılmış, müşteriler bakımından arbitraj olanağı sınırlandırılmıştır. Aşağıdaki tabloda plaka düzcam satışlarının yapıldığı müşteri gruplarının toplam satışlardan aldığı pay görülebilmektedir.

Tablo 10: Düzcam Satışlarının Yapıldığı Müşteri Gruplarının Toplam Satışlardan Aldığı Pay

	2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016	
	Miktar (ton)	Pay (%)	Miktar (ton)	Pay (%)	Miktar (ton)	Pay (%)	Miktar (ton)	Pay (%)	Miktar (ton)	Pay (%)	Miktar (ton)	Pay (%)	Miktar (ton)	Pay (%)
Yetkili Satıcı (1)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Yetkili Satıcı Toptancı Faaliyeti (1b)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Yetkili Satıcı Sanayici Faaliyeti (1c)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Isıcam Yetkili Üretici (İYÜ) (2)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Sanayici Müşteri (3)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Sanayicilik Faaliyeti Toptan (1c+2+3)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden edinilen bilgiler

(264) Yukarıdaki tabloya göre *Trakya Cam/Isıcam Muafiyet* kararının incelediği dönem olan 2012 yılında sanayicilik faaliyeti kapsamına giren satışların toplam TRAKYA CAM satışlarından aldığı pay % (.....) iken 2016 yılında bu oranın % (.....)'e yükseldiği görülmektedir. Buna ilaveten yukarıda anılan kararda İYÜ sözleşmelerinde yer alan plaka olarak satmama yükümlülüğüne de muafiyet verilmektedir. Dolayısıyla aynı hükme İYÜ'ler ile imzalanan sözleşmeler için de muafiyet tanınmıştır.

(265) Sonuç itibarıyla, hâlihazırda yukarıdaki tabloda düzcamın plaka olarak yeniden satışını yapabilen grubun 2016 yılı itibarıyla sadece toplam satışların % (.....)'ini oluşturan YES'ler ile sınırlı olduğu ve YES'lerin de Türkiye genelinde sadece 18 teşebbüsten ibaret olduğu görülmektedir. Bu anlamda *Trakya Cam/Isıcam Muafiyet* kararının alındığı dönemde plaka yeniden satışı yapabilen tek müşteri grubu olan YES'ler Türkiye genelinde toplam 93 adet teşebbüsten oluşmakta ve toplam satışların % (.....)'ünü temsil etmekteyken; 2016 yılı itibarıyla Türkiye genelinde toplam 18 adet teşebbüsten oluşmakta ve toplam satışların % (.....) temsil etmektedir. Dolayısıyla ilgili hükmü içeren sözleşmeye muafiyet tanıyan kararın alınmasına esas teşkil eden koşullarda değişiklik olduğu ve mevcut koşullar altında TRAKYA CAM ürünlerinin müşterileri bakımından arbitraj olanağını azaltan ve rekabet imkanlarını oldukça daraltan bu sınırlama nedeniyle, "Sanayici Müşteri Satın Alma Sözleşmesi"ne 24.01.2013 tarih ve 13-07/73-42 sayılı Kurul kararıyla verilen muafiyetin geri alınması gerektiği kanaatine varılmıştır.

I.7.2. 4054 sayılı Kanun'un 6. Maddesi Çerçevesinde Değerlendirme

I.7.2.1. TRAKYA CAM'a Yönelik Hâkim Durum Değerlendirmesi

(266) 1978 yılında ŞİŞECAM bünyesinde grubun düz cam faaliyetlerini yürütmek üzere kurulan ve 1981 yılında ilk float hattını devreye alan TRAKYA CAM, rakibi DÜZCE CAM'ın fiilen üretime başladığı tarih olan 2010 yılı Haziran ayına kadar pazarda faaliyet gösteren tek yerli üretici konumunda olmuş ve bu zaman diliminde sadece ithalatçı teşebbüsler ile rekabet etmiştir⁵⁰.

⁵⁰ Bkz. Kurul'un 17.11.2011 tarih ve 11-57/1477-533 sayılı *Trakya Cam-I* kararı.

- (267) Tablo 3'ten görüleceği üzere, TRAKYA CAM 2016 yılı itibarıyla satış tutarı üzerinden %(...) pay ile pazarın lider oyuncusu konumundadır. Pazarda TRAKYA CAM'ın tek yerli rakibi olarak faaliyet gösteren DÜZCE CAM'ın aynı dönemde payı %(...), ithalatın payı ise %(...) oranında gerçekleşmiştir. Bu çerçevede TRAKYA CAM'ın, tek yerli rakip üretici olan DÜZCE CAM karşısında yaklaşık (...) pazar payına sahip olduğu görülmektedir.
- (268) TRAKYA CAM düzcam üretim kapasitesi bakımından Türkiye'nin en büyük üreticisidir. Yılda yaklaşık 2 milyon ton kapasiteyle düzcam üretiminde dünyada ve Avrupa'da önde gelen üreticilerden biridir. Dolayısıyla üretim kapasitesi bakımından da TRAKYA CAM'ın rakipleri karşısında üstün bir konumda olduğu anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra teşebbüs, yedi float hattı ile tüketicilerin tüm ihtiyaçlarını karşılayabilecek şekilde düzcam ürünlerinin tüm çeşitlerini üretebilmektedir. TRAKYACAM bu farklı ihtiyaçlara yönelik ürün çeşitliliğinin yanı sıra aynı ihtiyacı karşılayan ürünler içindeki çeşitliliğiyle de son derece geniş bir ürün gamma sahiptir⁵¹.
- (269) Şişecam Grubu 13 ülkede kurulu 44 üretim tesisi ve 22.000'e yakın çalışanı ile uluslararası alanda faaliyet gösteren köklü bir kuruluş konumundadır. 2016 yılı satış geliri 8,4 milyar TL olan Şişecam Grubu bu satışlarının %53'ünü yurtdışına gerçekleştirmiş ve toplamda 1,04 milyar TL dönem kârı elde etmiştir. 2016 yılı sonu itibarıyla 150 ülkeye ihracat yapan Grubun özvarlığı 11,3 milyar TL'dir⁵². Bu bağlamda cam sanayiinin tüm temel alanlarında uzmanlaşmış, yatırımları, üretim kapasitesi ve ciroyuyla dünyanın önde gelen kuruluşlarından biri olan Şişecam Grubu bünyesinde faaliyet gösteren TRAKYA CAM'ın finansman gücüne sahip olduğu anlaşılmaktadır⁵³.
- (270) TRAKYA CAM, ısı yalıtımı ve güneş kontrol özelliklerini bir arada sağlayan çift veya daha fazla düz cam/kaplamalı cam sistemli yalıtım camlarını "Isıcam" markası altında pazara sunmuştur. Teşebbüs Avrupa'da 1980'li yıllarda yalıtım camının yaygınlaşmasının ardından, bu ürünü Türkiye'ye getiren ilk girişimcidir. TRAKYA CAM yalıtım camını önce kendi bünyesinde üretmiş, daha sonra yalıtım camının en önemli girdisi olan düzcam plakalarını Isıcam markasıyla kurduğu franchise sistemi vasıtasıyla pazarlamaya başlamıştır. Yalıtım camının ilk kez piyasaya sunulduğu dönemde, pazarda tek yalıtım camı markasının Isıcam olması, yalıtım camını adeta Isıcam markasıyla özdeşleştirmiş ve TRAKYA CAM'ın pazarda güçlü ve güvenilir bir marka imajı elde etmesine önemli katkı sağlamıştır⁵⁴. Ayrıca ilk yerli üretici olma özelliği ve yıllardan beri pazardaki güçlü konumuyla Trakya Cam'ın önemli bir marka bilinirliğine de sahip olduğu görülmektedir⁵⁵.
- (271) Rekabet hukukunda hâkim durumun göstergesi olarak dikkate alınan önemli unsurlardan biri de pazara giriş engellerinin varlığıdır. Kurul'un 17.11.2011 tarih ve 11-57/1477-533 sayılı *Trakya Cam-I* kararında cam üretiminin teknoloji ve büyük ölçekli yatırım gerektiren sermaye yoğun yapısı, talebi tam olarak karşılayabilmek için çok sayıda float hattına sahip olma ihtiyacı, bunlardan kaynaklı olarak ilk yatırım maliyetinin görece yüksekliği, izabe teknolojisine dayalı enerji yoğun kesintisiz üretim zorunluluğu, başa-baş noktasının yüksekliği, hammadde yoğun üretim yapısının hammaddenin tedarik sürecinin güvence altına alınmasını gerektirmesi gibi hususların pazara girişi zorlaştıran unsurlar olduğu değerlendirilmiştir.

⁵¹ Bkz. Kurul'un 02.12.2015 tarihli 15-42/704-258 sayılı *Trakya Cam/Düzcam Muafiyet* kararı.

⁵² Bu bölümdeki veriler ŞİŞECAM'ın 2016 yılı faaliyet raporundan elde edilmiştir.

⁵³ Aynı değerlendirme için bkz. Kurul'un 02.12.2015 tarihli 15-42/704-258 sayılı *Trakya Cam/Düzcam Muafiyet* kararı.

⁵⁴ Bkz. Kurul'un 17.11.2011 tarih ve 11-57/1477-533 sayılı *Trakya Cam-I* kararı.

⁵⁵ Aynı değerlendirme için bkz. Kurul'un 02.12.2015 tarihli 15-42/704-258 sayılı *Trakya Cam/Düzcam Muafiyet* kararı.

- (272) Kurul'un 02.12.2015 tarihli 15-42/704-258 sayılı *Trakya Cam/Düzcamlar Muafiyet* kararında da yukarıda sayılan benzer hususlarla birlikte, TRAKYA CAM'ın float hattı sayısı ile bağlantılı ürün çeşitliliğinden kaynaklanan portföy gücü ve pazara ilk giren olma avantajı nedeniyle marka bağımlılığının olması, dış ticaret sınırlandırmaları gibi 56 unsurlar ele alınarak ilgili pazarda giriş engellerinin yüksek olduğu değerlendirilmeleri yapılmıştır.
- (273) Yukarıda yer verilen değerlendirmelerin ışığında; % (.....)'lerin üzerinde seyreden pazar payı; pazara giriş engellerinin varlığı; yedi float hattının sağladığı portföy gücü, üretim kapasitesi; Şişecam Grubu'nun parçası olmaktan kaynaklanan yüksek finansman gücü; güçlü marka imajı ve bilinirliği ile TRAKYA CAM'ın düzcamlar pazarında hâkim durumda olduğu kanaatine varılmıştır. Ayrıca TRAKYA CAM'ın hakim durumda olduğu tespiti yapılan 17.11.2011 tarih ve 11-57/1477-533 sayılı *Trakya Cam-I* karardan bu yana pazar yapısı ve koşullarında, TRAKYA CAM'ın ve rakiplerinin pazardaki konumlarında önemli bir değişikliğin olmadığı da görülmektedir.

1.7.2.2. Hakim Durumun Kötüye Kullanılması Değerlendirmesi

- (274) TRAKYA CAM'ın soruşturma konusu olan ve Kurul'un 2015 tarihli *Trakya Cam/Düzcamlar Muafiyet* kararında ilgili sözleşmeye muafiyet tanınamasının başlıca nedenini oluşturan eylemlerinden biri yetkili bayilere münhasır bölge ve/veya müşteri grupları tahsis etmesi, kendi bölge ve/veya müşteri grupları dışındakilere aktif satış yapmama kısıtlaması getirmesidir. Anılan kararda da belirtildiği üzere, aktif satışların yasaklandığı bir yetkili satıcılık ilişkisi sonucunda marka içi rekabetin devam edebilmesi için münhasır olarak belirlenen bölgeler arasında pasif satış imkânlarının olması gerekmektedir. Ancak ilgili kararda düzcamlar ürününde pasif satış olanağının kısıtlı olduğu değerlendirilerek yapılarak, markalar arası rekabetin de yetersiz olduğu pazarda bölge/müşteri grubu münhasırlığı içeren dağıtım anlaşmalarının tüketici tercihlerinin ve seçme özgürlüğünün önemli ölçüde sınırlandırılmasına neden olabileceği, ekonomik açıdan daha etkin ve yenilikçi dağıtıcıların pazarda yer almasını engelleyebileceği, bu durumun ise dağıtım kanalındaki yenilik arayışlarını azaltırken tüketicinin fiyat-hizmet karşılaştırması yaparak tercihte bulunmasını olumsuz etkileyeceği belirtilmiştir.
- (275) Aktif satışların kısıtlanmasının yanı sıra bayi yöneticiliği uygulamasıyla ilgili olarak Kurul'un 2015 tarihli *Trakya Cam/Düzcamlar Muafiyet* kararında;

“Ancak yukarıda ifade edildiği üzere, düz cam ürününün kendine has özelliklerinden dolayı pasif satış imkânı pek bulunmamaktadır. [...] Buna ek olarak bayilere yüklenecek yazılım programının ve bayilerde ikamet edecek olan bayi yöneticilerinin pasif satış imkânlarını engelleyebilmesi olasılığının bulunması nedeniyle pasif satış olanağı tamamen ortadan kalkabilecektir. Marka içi rekabetin bütünüyle ortadan kalktığı bu durum, alt pazarda rekabete ciddi bir şekilde zarar verecek ve alt bayiler ile diğer perakendecilerin kendi bölgesindeki yetkili bayiden başka seçeneklerinin olmayacak olması nedeniyle tüketici refahının azalması söz konusu olabilecektir.”

değerlendirmesinde bulunulmuştur.

⁵⁶ Bu husus Kurul'un 02.12.2015 tarihli 15-42/704-258 sayılı *Trakya Cam/Düzcamlar Muafiyet* kararında “Bu noktada ithalata uygulanan kotalar ve ek mali yükümlülükler önem kazanmaktadır. Ekonomi Bakanlığı tarafından yayımlanan 2015/6 sayılı *İthalatta Korunma Önlemlerine İlişkin Tebliğ*'de 70.04 ve 70.05 gümrük tarife pozisyonlarında yer alan düz cam ürün çeşitleri ithalatında üç yıl süreyle; birinci dönemde ton başına 60, ikinci dönemde ton başına 55, üçüncü dönemde ise ton başına 50 ABD Doları ek mali yükümlülük şeklinde korunma önlemleri getirilmiştir. 2015/16 sayılı *İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesine İlişkin Tebliğ* ile 70.04 kodlu emniyet camlarında Çin'e %63,7, İsrail'e %53,2 (CIF %) oranında olmak üzere geçici önlemler yürürlüğe konulmuştur. Yine 2015/23 sayılı *Tebliğ* ile renksiz düz cam için İsrail'e %37,57 (CIF %) oranında kesin önlem yürürlüğe konulmuştur. 2013/24 numaralı *Tebliğ* ile renksiz düz cam için Romanya'ya %25 (CIF %) kesin önlem yürürlüğe konulmuştur. Bunun yanı sıra İran'a cam ayna ürününde 2017 yılına kadar miktar kısıtlaması önlemi uygulanmaktadır...” şeklinde vurgulanmıştır.

(276) 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinin ikinci fıkrasının e) bendinde *"Tüketicinin zararına olarak üretimin, pazarlamanın ya da teknik gelişmenin kısıtlanması"* hakim durumun kötüye kullanılması örneklerinden biri olarak gösterilmektedir. Düzcamlar pazarında markalar arası rekabetin yetersiz düzeyde olması ve pasif satış olanağının da gerek ürünün özelliği gerekse 1.7.1.2. numaralı bölümde uygulandığı belirtilen bayi yöneticiliği sistemi nedeniyle kısıtlı olması karşısında, TRAKYA CAM'ın marka içi rekabeti azaltacak şekilde yetkili bayilerine münhasır bölgeler tahsis etmesi ve aktif satış yasağı getirmesi, daha etkin ve yenilikçi dağıtıcıların pazarda yer almasını engellemek ve tüketicinin fiyat-hizmet seçeneklerini azaltmak suretiyle tüketici zararına yol açması muhtemel bir rekabet kısıtı niteliğinde olduğundan tüketicinin zararına olarak pazarlamanın kısıtlanması kapsamında değerlendirilmiş, bu itibarla TRAKYA CAM'ın 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini de ihlal ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

I.7.3. TRAKYA CAM Tarafından Yapılan Savunmalar ve Değerlendirilmesi

I.7.3.1. Usule İlişkin Savunmalar ve Değerlendirilmesi

- (277) Savunmada, TRAKYA CAM'ın 2015 yılında yeni bir bayilik yapısı oluşturabilmek amacıyla Rekabet Kurulu'na ilettiği muafiyet talebinin reddedilmesinin ardından, Rekabet Kurulu'nun muafiyet ret kararında belirttiği hususlar ve görüşleri dikkate alınarak 2016-5-015 numaralı başvurunun hazırlandığı; pazardaki gelişen şartların müşteriye en iyi hizmeti sağlayacak aksiyonları gerekli kıldığı; bu nedenle 2016-5-015 numaralı başvuru sonuçlanıncaya kadar daha az sayıda, pazara odaklı bayilerle çalışılan geçici bir sistem uygulanmaya başlandığı; TRAKYA CAM'ın Kurul'un hassasiyetlerine dikkat ettiği, yönlendirmelerine uyduğu ve iyiniyetli şekilde hareket etmiş olduğu; Kurul kararına rağmen rekabeti kısıtlayıcı bir sistemi uygulamak yönünde bir kastının bulunmadığı belirtilmiştir.
- (278) 2015 yılında Kurul tarafından verilen muafiyet ret kararı aleyhine TRAKYA CAM tarafından Ankara 8. İdare Mahkemesinde 2016/1809 E. sayılı iptal davası açıldığı; kararın iptal edilmesi halinde soruşturma bildiriminin en temel iddiası olan 2015 yılında Kurul tarafında reddedilen bayilik sisteminin 2016 yılında fiilen uygulanmaya başlandığı iddiasının, anılan sisteme muafiyet tanınabileceğinden, konusuz kalacağı; bu nedenle söz konusu iptal davasının sonucunun beklenmesinin yerinde olacağı ifade edilmiştir.
- (279) 4054 sayılı Kanun'un 43-49. maddelerinde Kurulca açılan soruşturmalarda izlenecek usul ve buna ilişkin sürelerle yer verilmektedir. 43. maddede ayrıca *"Kurulun soruşturmaya başlama kararı kesindir"* ifadesine yer verilmektedir. Bu kapsamda soruşturma kararı alınmış bir dosyaya ilişkin ilgili maddelerde yer verilen usulün izlenmesinin zorunlu olduğu ve yargı kararının sonucunun beklenmesinin mümkün olmadığı değerlendirilmektedir.
- (280) Teşebbüs savunmasında ayrıca dosyaya giriş hakkının kullanılmasına ilişkin olarak; soruşturma heyeti tarafından 19.07.2017 tarihinde gönderilen elektronik postada sonuç kısmına yer verilen Rekabet Kurulu'nun konuya ilişkin almış olduğu 13.07.2017 tarih ve 17-22/352-157 sayılı kararda, teşebbüs tarafından talep edilen belgelerin, teşebbüs hakkında kullanılmış ve/veya ihlal isnadı yapılmış olan bölümlerinin hâlihazırda tarafına gönderildiğinin ifade edildiğini, bununla birlikte ilgili belgelerin kendisine gönderilmediğini belirtmektedir. Bunun yanında Kurum'da evrakin incelenmesi sırasında not tutulmasına izin verilmediği, toplamda yüzlerce sayfayı bulan sayfanın okunmasının ve akılda tutulmasının fiilen imkânsız olduğu, pazardaki müşterilerden gelen yorumların soruşturma konusu iddialar için büyük önem taşıdığı, bu kapsamda savunma hakkının kullanılmasının önemli ölçüde güçleştiği ifade edilmektedir.

- (281) Teşebbüsün dosyaya giriş talebi 4054 sayılı Kanun'un ve 2010/3 sayılı Dosyaya Giriş Hakkının Düzenlenmesine ve Ticari Sırların Korunmasına İlişkin Tebliğ'in ilgili hükümleri kapsamında değerlendirilmiş ve Kurul'un konu üzerine aldığı karar ile açıklanan mevzuatın işaret ettiği biçimde kullanılmıştır.
- (282) Sanayici müşteriler ile imzalanan sözleşmelerde yer alan plaka olarak cam satmama yükümlülüğüne yönelik değerlendirmelere ilişkin savunmada *Trakya Cam/Isıcam Muafiyet* kararı ile tanınan muafiyetin geri alınmasının usulen doğru olmadığı, iki dosyanın tamamen farklı konulara ilişkin olduğu, tamamen farklı pazar koşullarına ilişkin ayrı bir dosyaya ilişkin değerlendirmenin bu dosya özelinde yapılmasının usulen kabul edilemeyeceği, soruşturma kapsamında toptan satış kanalındaki yeniden satıcıların bayilik sözleşmelerinin incelendiği, soruşturma konusu iddialardan bağımsız olarak süreç içerisinde sanayici müşterilerle yapılan sözleşmelerde yer alan ve daha önce Rekabet Kurulu tarafından muafiyet tanınmış olan "plaka olarak satmama yükümlülüğü" konusunda değerlendirmelerin yapıldığı ve pazar şartlarındaki değişim iddiasıyla anılan muafiyetin geri alınmasının talep edildiği, TRAKYA CAM toptan düzcam bayileriyle ilgili sözleşmeler kapsamındaki iddiaların değerlendirildiği bir soruşturma kapsamında tamamen bambaşka rekabetçi koşulların söz konusu olduğu cam işleme pazarındaki sanayici müşterilere ilişkin bir karar alınmasının Muafiyet Kılavuzu'nun ruhuna ve belirlediği yönteme ilişkin esaslara aykırı olduğu, yeniden satış fiyatı gibi bazı dikey kısıtlamaların amacının rekabeti sınırlamak olduğunun ilk bakışta görüleceği, amacı rekabeti sınırlamak olmayan kısıtlamaların 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesindeki şartları taşıyıp taşımadığının detaylı bir inceleme gerektirdiği, bu nedenlerle Soruşturma Raporu ile bu konudaki kanaatini ortaya koymuş soruşturma heyetinden ayrı, cam işleme faaliyetine ilişkin yoğun pazar analizlerine dayanan bir incelemenin yapılmasının daha uygun olacağı belirtilmiştir.
- (283) Geri alınması gerektiği değerlendirilen muafiyet, toptan düzcam satışı pazarına doğrudan etkisi olan sanayici müşterilerin satın aldıkları camları plaka olarak satmasının engellemesine ilişkin hükmü içeren sözleşmelere tanınan muafiyettir. Yukarıda da değinildiği üzere, TRAKYA CAM'ın muafiyet başvurusunda bulunduğu, soruşturma raporu kapsamında pazarda fiilen uygulamaya koyduğu kanaatine ulaşılan, bayi sayısını azaltan, sanayici müşterileri münhasıran kendisine ayıran yeni toptan düzcam dağıtım sistemi, toptan düzcam satışı pazarını yeniden şekillendirmiştir. Bu yeni düzen içerisinde eski pazar yapısına göre muafiyet tanınmış sözleşmelerin doğrudan toptan cam satışı pazarına etki eden hükümlerinin de yeniden değerlendirme ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda ilgili sözleşme maddesine yönelik değerlendirmeler yukarıda 1.7.2.3 numaralı bölümde ve aşağıda 1.7.3.10 numaralı bölümde yapılmıştır.

I.7.3.2. Mevcut Uygulamanın Niteliğine Yönelik Savunmalar ve Değerlendirilmesi

(284) Savunmada, TRAKYA CAM tarafından uygulanan mevcut bayilik sisteminin 2015 yılında Kurul tarafından verilen muafiyet ret kararına konu olan sistemden oldukça farklı olduğu; iki sistem arasındaki farklılıkların ise aşağıdaki gibi olduğu belirtilmiştir. Buna göre;

- Mevcut sistemin bir geçiş sistemi olduğu ve münhasır bir bölge tahsisi içermediği, bu çerçevede bayilerin aktif ve pasif olarak Türkiye'nin her yerine satış yapabildikleri; buna ilişkin herhangi bir sözleşme engeli olmadığı gibi fiili bir engel de bulunmadığı, mevcut sistemde rekabet etmeme yükümlülüğünün bulunmadığı, bayilerin TRAKYA CAM dışında ithal da dâhil olmak üzere diledikleri sağlayıcıdan mal almakta özgür oldukları,
- Mevcut sistemde 2015 yılındaki muafiyet ret kararında değerlendirilen bayi yöneticisi uygulamasının kesinlikle bulunmadığı, saha yetkililerinin sadece satış tutundurma ve ürün tanıtımı ile görevli olduğu, bu hususun TRAKYA CAM'ın DİPA ile imzalamış olduğu sözleşmelerden açıkça görüldüğü, ilgili sözleşmenin 2. maddesi uyarınca sözleşmenin konusunun DİPA'nın TRAKYA CAM'a satış destek hizmeti sağlaması olduğu, düzcam ürünlerinin ciddi bir üretim planlaması gerektirdiği, 9 renkte, 16 farklı kalınlıkta ve çok sayıda ebatta üretilen ürünlerin depolanması ve tüketiciye ulaştırılması için tüketicilerin bu ürünlere kolaylıkla ulaşip ulaşamadıkları hakkında geri dönüşlerin alınmasının gerektiği, saha yetkililerinin bunu sağlamak amaçlı çalıştıkları, süresi bir yıl olarak belirlenen sözleşmelerle istenilen performansa ulaşamayan bayilerin kolaylıkla değiştirilebileceği,
- Mevcut sistemde 2015 yılındaki muafiyet ret kararında geçen şekilde bir bilgisayar programı veya bir benzerinin kullanılmadığı ifade edilmiştir. Mevcut sistemin 4054 sayılı Kanun'u ihlal eder nitelikte olmadığı; bu kapsamda TRAKYA CAM'ın mevcut sisteme ilişkin olarak kendi kendine değerlendirme kriterleri çerçevesinde muafiyet alınabileceği görüşünde olduğu ve bu nedenle bu konuda herhangi bir bildirimde bulunmamış olduğu

belirtilmiştir.

(285) Yukarıda 2016 yılında TRAKYA CAM'ın uyguladığı sistem değerlendirildiği I.7.2. numaralı bölümde de yer verildiği üzere, teşebbüs muafiyet tanınması talebiyle başvurduğu dağıtım sisteminde planlanan şekilde toptan düzcam satışı yapan dağıtıcı sayısını 2016 yılı başı itibarıyla azaltmıştır. Bu husus hem ilgili bölümde yer verilen şirket içi yazışmalardan ve teşebbüsün 2016 yılı toptan satış dağılımları ile teyit edilmekte hem de teşebbüs tarafından kabul edilmektedir. Bununla birlikte TRAKYA CAM bu sistemin münhasır bölge tahsisi içermediğini ve yine Kurulun muafiyet ret kararında bu yükümlülüğün uygulamasını güçlendireceğini belirttiği bayi yöneticisi sisteminin de uygulanmadığını ileri sürmektedir.

(286) I.7.2 numaralı bölümde yer verildiği üzere teşebbüsün ve bayilerinin yazışmalarında bölge tahsisinin gerçekleştirildiğine dair açık ifadeler, 2014-2015 yıllarında 2016 yılında bölgelerine atandığı değerlendirilen bayiler dışındaki bayilerden alım yapan müşterilerin beyanları, tüm Türkiye genelinde bölge dışı gerçekleştirilen satışların toplam satışlara oranının %50'ye yakın oranlardan %5'e gerilemesi hususları bir arada değerlendirildiğinde 2016 yılında bölge münhasırlığı uygulamasına geçildiği kanaatine ulaşılmıştır.

- (287) Yine savunmasında teşebbüs tarafından mevcut sistemde 2015 yılındaki muafiyet ret kararında değerlendirilen bayi yöneticisi uygulamasının kesinlikle bulunmadığı, saha yetkililerinin sadece satış tutundurma ve ürün tanıtımı ile görevli olduğu, bu hususun TRAKYA CAM'ın DİPA ile imzalamış olduğu sözleşmelerden açıkça görüldüğü, ilgili sözleşmenin 2. maddesi uyarınca sözleşmenin konusunun DİPA'nın TRAKYA CAM'a satış destek hizmeti sağlaması olduğu ileri sürülmüştür.
- (288) Yapılan yerinde incelemelerde TRAKYA CAM'dan elde edilen belgelerde, bayi yöneticiliği ve YES yöneticiliği kavramlarının TRAKYA CAM çalışanlarınca yazışmalarda kullanıldığı görülmektedir. Ayrıca TRAKYA CAM Ticari Satışlar Operasyon Sorumlusu (.....) tarafından 21.03.2016 tarihinde (yesyönetici@trakyacam.dipa.com.tr) adresli eposta grubuna bayi yöneticilerinin sorumlu oldukları bayilerin faaliyetine ilişkin düzenli olarak sunacakları bilgilere (stok bilgisi, hedef/gerçekleştirilen satış miktarları, alt bayilere satış miktarları, il bazında satış miktarları, vb.) ilişkin "Performans Değerlendirme Sunumu" başlıklı bir sunum formatı gönderdiği görülmüştür (Delil-50). Delil-22, 33, 35, 36, 38 ve 57'den ise bayi yöneticilerinin çeşitli zamanlarda, sorumlu oldukları bayiler hakkında formata uygun şekilde rapor hazırladığı ve TRAKYA CAM yöneticilerine ilettiği anlaşılmıştır. Bu yazışmalardan, bayi yöneticisinin bayinin tüm ticari faaliyetlerinin merkezinde yer aldığı, bu faaliyetleri düzenli olarak takip ettiği ve bayilerin stok bilgisi, alt bayilere ve il bazında yaptıkları satış miktarı gibi önemli ticari verileri TRAKYA CAM'a raporladığı görülmektedir. Buna ilaveten bayilerden elde edilen bazı belgelerde (Delil-43, 44, 45, 46, 58) bayi yöneticilerinin raporlama faaliyetleri haricinde de, bayinin günlük ticari faaliyetlerinde görev aldığı görülmektedir. Bu nedenle teşebbüsün bayi yöneticisi bulunmadığı ve saha yetkilisi olarak adlandırılabilir personel yalnızca satış tutundurma ve ürün tanıtımı ile görevli olduğu yönündeki savunmasına katılmak mümkün olmamıştır.
- (289) Tüm bunlara ek olarak, rekabet hukuku uygulamasında "anlaşma" kavramı geniş olarak yorumlanmakta, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında kabul edilmesi için anlaşmanın yazılı olması, hukuki bağlayıcılığının bulunması veya bir yaptırım içermesi gerekmemektedir. Aksine 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin, şekline bakılmaksızın, taraflar arasında belirli bir irade uyuşmasını içeren, tüm anlaşma ve/veya uyumlu eylemleri kapsadığı kabul edilmektedir. Bu kapsamda 2016 yılına ilişkin bayilerle imzalanmış sözleşmelerde bölge münhasırlığına ilişkin bir hüküm bulunmaması, TRAKYA CAM ve dağıtıcıları arasında bölge münhasırlığı içeren bir anlaşmanın uygulandığına dair ulaşılan kanaati zedeleyici görülmemiştir.
- (290) Ayrıca savunma tarafınca soruşturma konusu dağıtım sisteminin Kurul'un muafiyet tanımadığı 2015 tarihli muafiyet başvurusuyla (birinci başvuru) getirilmek istenen bayilik sistemi değil; Kurul tarafından 2016-5-015 numaralı muafiyet başvurusuna (ikinci başvuru) muafiyet tanınincaya kadar getirilmiş bir "Geçiş Sistemi" olduğu ve bu sistemin *Trakya Cam/Düzcam Muafiyet* kararı ile reddedilen sistemin fiilen uygulamaya geçirilmiş hali olmadığı belirtilmiştir.
- (291) Buna ek olarak sistemin uygulandığı iddiasıyla soruşturma açılmasına rağmen iddianın somut kanıtlarla desteklenemediği, birinci başvuruda sakıncalı görülen unsurlar ışığında yeniden tasarlanan yeni bir dağıtım sistemine ilişkin başvurunun yapıldığı ve savunmaların bu beyan dikkate alınarak değerlendirilmesi talep edilmiştir.
- (292) Soruşturmanın konusunu, TRAKYA CAM'ın *Trakya Cam/Düzcam Muafiyet* kararı çerçevesinde 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamına girdiğine ve muafiyet tanınamayacağına karar verilen münhasır bölge tahsisi, tek elden satın alma yükümlülüğü, rekabet etmeme yükümlülüğü gibi dikey kısıtlamaların kararın sonrasındaki dönemde pazarda uygulamaya geçirip geçirmediğinin tespiti oluşturmaktadır.

- (293) Teşebbüsün savunmasında da belirtildiği üzere, dikey kısıtlamaların uygulanıp uygulanmadığının tespitinde; bayilerin 2016 yılı satışları, yerinde incelemede elde edilen belgelerdeki ifadeler ve bayilerin geçmiş müşterilerinden elde edilen bilgiler derlenmiş ve yapılan değerlendirmede bahse konu dikey kısıtlamaların teşebbüs tarafından geçiş sistemi olarak adlandırılan yapılanma kapsamında pazarda uygulandığı kanaatine ulaşılmıştır.
- (294) Savunmada 2016-5-15 dosya sayısı altında incelenen ikinci muafiyet başvurusu ile Kurul'un muafiyet ret kararındaki endişelerinin giderildiği belirtilse de, teşebbüs tarafından başvuru konusu sistemi özetleyen 18.11.2016 tarihli 6750 sayılı yazıdan da görüleceği üzere, yeni sistemde de, kararda 4. madde kapsamında yer aldığı tespitinde bulunulan münhasır bölge tahsisi ve rekabet etmeme yükümlülüklerine ilişkin dikey kısıtlamaların korunduğu anlaşılmıştır.

I.7.3.3. Münhasır Bölge Tahsisine Yönelik Savunmalar ve Değerlendirilmesi

- (295) Savunmada, münhasır bölge tahsisi iddialarını içeren belgelere ilişkin olarak öncelikle; soruşturma heyetinin bölgesel münhasırlık iddialarını dayandırdığı belgelerin bu sonuca ulaşmak için yeterli olmadığı; örneğin, soruşturma heyetinin başlığı dışında hiçbir anlam ifade etmeyen bir eposta olan Belge 23'ü değerlendirilirken yalnızca mesajın başlığını dikkate aldığı, ilgili mesajda yer alan uzantının ulaşılabilir olmamasına rağmen dayandığı belgeler arasında gösterdiği ifade edilmiştir.
- (296) Öncelikle, soruşturma bildiriminde konuyla ilgili yapılan analiz değerlendirildiğinde bölge münhasırlığının uygulandığına ilişkin tespitın yalnızca yerinde incelemede elde edilen belgeler kullanılarak yapılmadığı, önaraştırma döneminde satış verilerine ulaşılan beş bayinin dördünün bölge dışı satışlarında 2016 yılında gözlemlenen büyük düşüşün de dikkate alındığı belirtilmelidir. Ek olarak, ilgili bölümde yer verildiği üzere bu analiz soruşturma döneminde tüm bayileri kapsayacak ve ayrıca 2014-2015 yıllarında bölge dışı önemli miktarda alım yapan müşterilerinden elde edilen bilgilere de yer verecek şekilde genişletilmiştir. Bir an için satış verilerine ilişkin analiz ve müşterilerden elde edilen bilgiler bir kenara bırakılsa dahi, yerinde incelemede elde edilen yazışmaların başlı başına bölge münhasırlığı uygulamasına geçildiğine işaret eden ifadeler taşıdığı değerlendirilmektedir. Bu kapsamda soruşturma raporunda, teşebbüs tarafından örnek olarak verilen Delil-23'ün de aralarında olduğu sekiz yazışmaya yer verilmiştir. Örneğin, bir teşebbüs çalışanı tarafından TRAKYA CAM Pazarlama ve Satış Başkan Yardımcısı (.....)'na gönderilen 01.09.2016 tarihli ve "Isıcam bayi topl. hakk." başlıklı epostada, "(.....)." şeklinde ısıcam bayilerinin yapmış oldukları değerlendirmeye yer verildiği görülmüştür (Delil-4).
- (297) Yine bir teşebbüs çalışanı tarafından TRAKYA CAM Pazarlama ve Satış Başkan Yardımcısı (.....)'na gönderilmiş 15.08.2016 tarihli ve "İzmir ve Manisa illeri seyahati değerlendirmeleri" başlıklı eposta ekinde yer alan raporda "(.....)" ifadeleri yer almaktadır.
- (298) Bu kapsamda, tek başlarına ele alındıklarında bile kararda yer verilen sekiz belgedeki içeriklerin, 2016 yılının başından itibaren bölge münhasırlığı uygulamasına geçildiğine ilişkin güçlü bir kanaat oluşturduğu, pazardaki satış rakamları ve müşteri beyanlarının da bu kanaati sağlamlaştırdığı değerlendirilmektedir.

- (299) Münhasır bölge tahsisi iddialarına ilişkin savunmalar kapsamında ayrıca, soruŐtırma heyetinin bölgesel münhasırlık uygulamasına ilişkin iddialarını genel olarak Belge 10'da yer alan bölge ve bayilere göre yapmış olduğu satış analizlerine dayandırdığı, ancak Belge 10'un TRAKYA CAM'ın ilgili bölgelerde çalıştığı bayileri göstermekte olduğu, iddiaların aksine bayilerin satış yapacağı illeri göstermediği; Belge 10'un tarihinin 05.05.2016 olduğu ve belgede belirtilen bayilerin 2016 yılı başından mayıs ayına kadarki faaliyetlerinin ve performanslarının saha yetkilileri aracılılığıyla izlenmesi neticesinde, hangi bayinin ağırlıklı olarak, hangi illerde faaliyet gösterdiğin dair bir pazar analizini içerdiği; saha yetkililerinin bayilerin stoklarını da müşteri memnuniyeti bakımından bayi performansını ölçmek için takip ettiği, bölgelerdeki tüketicilerin taleplerinin zaman zaman depolarda bulunmayan ürünlere ilişkin olabileceği ve bu nedenle bayilerin tespiti sırasında hangi bayilerin hangi illerde yoğun olarak faaliyet gösterdiklerinin dikkate alındığı belirtilmiştir.
- (300)  ncellikle ifade etmek gerekir ki, teşebbüsün belgede yer alan illerin bayilere yapılan bölge tahsisini değil, saha yetkileri aracılılığıyla bayilerin faaliyetlerinin izlenmesi neticesinde bayinin ağırlıklı olarak çalıştığı illeri gösterdiğine ilişkin savunmasının, teşebbüsün saha yetkilerinin yalnızca satış tutundurma ve ürün tanıtımı ile görevli olduğu yönündeki savunmasıyla çeliştiği görülmektedir. Tablonun teşebbüsün iddia ettiği Şekilde saha yetkililerinden alınan bilgiler iŐıĐında bayilerin 2015 Mayıs ayına kadar ağırlıklı faaliyet gösterdiği illeri gösterebilmesi ancak saha yetkililerinin bayinin satış yaptığı illere ilişkin bilgi toplaması halinde mümkün olacaktır.
- (301) Belgede yer alan ve bayilerin satışlarını yoĐunlaŐtırdıĐı illeri gösterdiği  ne sürülen tablo, teşebbüs tarafından 2016 yılında bölge münhasırlığına ilişkin tekrarladığı muafiyet başvurusunun ekinde yer alan ve bayilere atanması planlanan bölgeleri gösteren tablo ile karŐılaŐtırıldıĐında iki tablonun büyük  lde uyuŐtuĐu görülmektedir. Bölge dışı satış rakamları ve elde edilen bilgiler bu durumun rastlantı ile açıklanamayacağı kanaati oluşturmaktadır. Kaldı ki belgenin bayilerin satışlarını yoğunlaştırdıkları illeri gösterdiğine yönelik savunma, bayilerin 2015–2016 yılları arasında bu iller dışında kalan illere yaptıkları satışlardaki büyük d ŐuŐu açıklamakta da yetersiz kalmaktadır.
- (302)  te yandan savunmada, Delil-10'un TRAKYA CAM'ın bayilere tahsis ettiği bölgeleri değil bayilerin 2016 Mayıs ayına kadar ağırlıklı faaliyet gösterdikleri illeri gösteriyor olduğu yönündeki savunmanın teşebbüsün bayilerin satışlarını kontrol etmediği iddiası ile çeliŐtiĐine ilişkin değerlendirmenin isabetli olmadığı, anılan belgedeki belirtilen Őehirlerin bayilerin mayıs ayma kadarki faaliyetlerinin izlenmesi sonucunda bayilerin ağırlıklı alıŐtıĐıkları illere ilişkin bir pazar resmi olduğu, saha yetkilerinin satış rakamları değil müşterilere mal ulaşıp ulaŐmadıĐına yönelik takip yaptıkları, ikinci muafiyet başvurusunda sunulan bölgeler ile bu çalıŐmanın  rtuŐmesinin doğal olduğu zira tasarlanan sistemin bu pazar resmi ile  rtuŐmesinin uygun olacağına karar verildiği belirtilmektedir.
- (303) Delil-10 soruŐtırma kapsamında TRAKYA CAM'ın bayilerini belirli bölgelere ayırdığını desteklemek amacıyla kullanılmıştır. Bir an için teşebbüsün iddia ettiği türden *bayilerin* genel faaliyetlerini gösterir bir tablonun, bayi yöneticilerinin bayilerin satışlarını birebir takip etmeden genel sevkiyat durumlarını kontrol ederek (ki bunun için en azından yöneticilerin bayilerin satışlarını hangi ile yaptıklarını kontrol etmeleri gerekecektir) oluŐturabileceĐi, yani savunmada çeliŐki olmadığı kabul edilse bile, bu durum Delil-10'un teşebbüsün iddiasının aksine bayilerin faaliyetlerini değil TRAKYA CAM tarafından atanan bölgeleri gösterdiği ve teşebbüsün başka belgelerce de ortaya konulduğu üzere bayilerinin satışlarını miktar bazlı da takip ettiği kanaatini deĐiŐtirmemektedir.

- (304) Delil-10'da yer verilen e-postanın başlığı olan "YES il Dağılımı" ifadesinin bayilerin aktif faaliyet gösterdiği illeri gösterir bir tablodan ziyade bölge dağılımını gösteren *bir* tabloya işaret ettiği değerlendirilmektedir. Mayıs ayı tarihli belgede bayiler ve karşılarında sunulan iller yalnızca 29.04.2016 tarihinde yapılan ikinci muafiyet başvurusunda planlanan bölgeler ve bayiler ile değil, 27.08.2015 tarihinde yapılan muafiyet başvurusunda planlanan bölgeler ve bayiler ile de önemli ölçüde örtüşmektedir. Bu noktada soruşturma kapsamında yapılan satış analizlerinde Delil-10'daki tablo yerine son muafiyet başvurusunda yer alan bölgelerin kullanıldığı belirtilmelidir.
- (305) Buna ek olarak, yukarıda 251 ve 252. paragraflarda yer verildiği üzere, TRAKYA CAM tarafından bayi yöneticilerine bir sunum formatı gönderilmiş ve bu kapsamda raporlama yapılması talep edilmiştir. Elde edilen belgelerden bayi yöneticilerinin de çeşitli zamanlarda, sorumlu oldukları bayiler hakkında formata uygun şekilde bayilerin stok bilgileri, hedef ile gerçekleşen satış miktarları, alt bayilere satış miktarları, il bazında satış miktarları vb. bilgileri içeren rapor hazırladığı ve TRAKYA CAM yöneticilerine ilettiği görülmüştür (Delil-22, 33, 35, 36, 38, 57). Bu belgeler ve diğer yazışmalarda geçen ifadeler bayi yöneticilerinin topladıkları bilginin niteliğini açıkça ortaya koymaktadır.
- (306) Savunmada, soruşturma bildiriminde bayi satışlarının Belge 10'da yer alan bölgelere göre analiz edilmesi sonucunda, münhasırlık uygulaması iddiasını destekler nitelikte bulgulara ulaşıldığının belirtildiği ancak teşebbüslerin uzak bölgelere mal satmamaya ilişkin pek çok gerekçesi olabileceği belirtilerek,
- 2016 yılında yaşanan olumsuz gelişmeler neticesinde bayilerin risk iştahlarının azaldığı bu kapsamda daha güvende oldukları alanda satış yapmayı tercih etmiş olabilecekları, 2015 yılı genelinde düzcam toptan satış pazarında ödeme güçlüklerinin gözlemlendiği, bu çerçevede yüksek meblağlara ulaşan satışlarına karşın düşük kar oranlarıyla çalışan bayilerin, riskli satışlara ilişkin yaklaşımının değişmiş olabileceği, bayiler, ciro miktarı olarak daha düşük, ancak kar oranı olarak daha yüksek olan satışlara yöneldiği ve bunu da ticari durumlarını her zaman izleyebilecekleri alıcılara yürütmeyi tercih ettikleri,
 - 2016 yılında banka ve finansal kuruluşlar tarafından artan risk kavramına bağlı olarak genel olarak kredi imkânlarının azaltıldığı, bu kapsamda bayilerin yüksek miktarlı, ancak daha fazla risk barındıran uzak mesafe satışları yerine, düşük miktarlı ancak karı yüksek olan perakende satışlara yoğunlaşmış oldukları,
 - Bayilere bölgesel münhasırlık hükümleri içeren sistemin Rekabet Kurumu'nda inceleme altında olduğuna dair bilgi verildiği, dolayısıyla bayilerin kendi iradeleriyle, kendilerine yakın bölgelere depo kurulması, araç satın alınması ve eleman istihdamı gibi yatırımlar yaptıkları, bayiler açısından, kendi araç ve elemanları ile hızlı ve kısmi teslimatlar yoluyla düzcam satışı yapmanın, uzak mesafelere yapılan toptan satışlara göre daha kazançlı hale geldiği, bayi sayısının azalması neticesinde müşterilerin, doğal olarak maliyet avantajı sağlayacağı için, en yakınlarında olan bayiye yöneldikleri, alımlarını en yakındaki bayi üzerinde yoğunlaştırdıklarının tahmin edildiği
- ifade edilmiştir.
- (307) Soruşturma döneminde, bayilere yöneltilen 2016 yılında önceki dönemlere göre belirli illere yapılan satışlarının düşme gerekçesine ilişkin sorulara verilen yanıtların teşebbüsçe yukarıda ileri sürülen savlara büyük ölçüde benzerlik içermesi ve bu cevaplara ilişkin ayrıntılı değerlendirmelerin soruşturma raporunun ilgili kısmında yer verildiği dikkate alınarak bu savunmaya tekrara düşmemek adına daha özet bir yanıt verilmesi uygun görülmüştür.

- (308) Savunmadaki iddialara yönelik olarak bayilerin satışları değerlendirildiğinde, satışlarını durdukları 2016 yılı öncesi kendilerinden önemli miktarda alım yapan bölge dışı müşterilerinin, 2016 yılında da halen bölge bayilerinden önemli miktarlarda cam alımına devam eden teşebbüsler oldukları görülmüştür. Buna ek olarak bu müşteriler ağırlıklı olarak halen bölge dışı alım yapmaya devam etmek istediklerini ancak yeni sistem nedeniyle alım yapamadıklarını beyan etmişlerdir. Bu doğrultuda 2015 yılında bayileri zor durumda bırakan müşteriler nedeniyle 2016 yılında satışların bu müşterilerden çekildiğine işaret eden savunma bölge dışı satışlarda yaşanan büyük düşüşü açıklayabilir nitelikte görülmemiştir⁵⁷.
- (309) Bayi satış tutarlarından görülen bir diğer durum da yeni sistem ile birlikte önceki senelerde bölge dışı satışı çok yüksek miktarda olan SALT CAM ve GÜNEYDOĞU CAM hariç diğer tüm bayilerin satışlarının artmış olduğudur. Satışlarda görülen bu durumun yukarıda özetlenen savunmanın ikinci kısmında sunulan açıklama ile çeliştiği değerlendirilmektedir.
- (310) Bölge dışı satışlardaki büyük düşüşün gerekçesi olarak bayilerin maliyetleri düşürmek adına yakın illere yöneldiği hem de müşterilerin yakın bayilerden ürün almayı tercih etmeye başladıklarını ileri süren savunmaya ise aksi yöndeki müşteri beyanları ve Delil-8'den de görüleceği üzere bayiler tarafından gerçekleştirilen toptan düzcam satışlarının yarısının TRAKYA CAM fabrikaları tarafından doğrudan müşteriye teslim olduğu dikkate alındığında katılmak mümkün olmamıştır.
- (311) Savunmada bölge dışı satış analizlerinin ANADOLU CAM'ın iddia konusu dönemde bölge dışı satışlarının azalmamış olduğunu gösterdiği, TRAKYA CAM'ın bölgesel münhasırlık sistemini son derece büyük bir bayi olan ANADOLU CAM'ı dışlayarak uygulamasının son derece anlamsız olduğu, çünkü ANADOLU CAM'ın tek başına bütün bayilik sistemini tehdit edebilecek kadar yoğun şekilde bölge dışına satış yapabilecek finansal ve ticari yeterlilikte olduğu belirtilmiştir.
- (312) İlgili kısımda açıklandığı üzere, soruşturma bildiriminde ANADOLU CAM'ın bölge dışı satışlarında bir azalma olmadığı ifade edilmekle birlikte, önaraştırma sürecinde teşebbüsün İstanbul ilindeki satışları, Avrupa ve Anadolu yakaları özelinde detaylı biçimde ayrıştırılamamış ve teşebbüsün İstanbul iline yaptığı tüm satışlar bölgesi olduğu değerlendirilen İstanbul - Anadolu yakasına yapılmış olarak kabul edilmiştir. Ancak soruşturma sürecinde teşebbüsün İstanbul ilindeki satışları Avrupa ve Anadolu bölgelerine ayrıştırılarak yeniden analiz edilmiştir. Yapılan analizde Avrupa yakasına yapılan satışlar bölge dışı satış olarak ele alınmıştır. Bu hesaplama göre ANADOLU CAM 2015 yılında bölge içine (.....) m², bölge dışına (.....) m² olmak üzere toplam (.....) m² satış gerçekleştirmiştir. 2016 yılında ise teşebbüs bölge içine (.....) m² bölge dışına ise (.....) m² cam satışı yapmıştır. Teşebbüsün hem toplam satışlarının hem de bölge dışı satışlarının 2016 yılında düştüğü gözlemlenmektedir. Türkiye genelinde toplam bölge dışı satışların toplam satışlara oranı 2015 yılındaki %49 seviyesinden 2016 yılında %5'e düşmüştür.

⁵⁷ Teşebbüs tarafından bayilerin, uzak mesafelere yaptıkları satışlardaki kar marjlarının yakın mesafedeki satışlarına göre düşük olması nedeniyle genelde faaliyette buldukları bölgelerdeki alıcılara çalışmaya ağırlık vermelerinin doğal olduğunun düşünüldüğü belirtilmiştir. Bu çerçevede yapılan değerlendirme teşebbüsün "2015 yılında bayileri zor durumda bırakan müşteriler nedeniyle 2016 yılında satışların bu müşterilerden çekildiğine işaret eden" ilk savunmasına cevap olarak hazırlanmıştır. Teşebbüsün sonraki savunmalarında bu iddiasını değiştirdiği görülse de aşağıdaki paragraflarda yapılan değerlendirmeler ışığında bu savunmaya katılmak mümkün olmamıştır.

- (313) Savunmada ayrıca, Belge 7'de TRAKYA CAM'ın yeni dizayn edilmiş, perakende hizmet odaklı dağıtım sisteminin unsurlarının net olarak görülebileceği, TRAKYA CAM tarafından benimsenen stratejik hedefin küçük ölçekli bayilere hizmet götürülmesine katkı sağlayarak, düzcam ürünlerinin bulunabilirliğini artırmak olduğu, bu amaçla bayilerin hizmet kalitesini artıracak depo, araç ve stok yatırımlarına katkı sağlandığı, saha yetkililerinin raporlarında sık sık geçen stok durumu, satılan ürünlerin türü gibi bilgilerin de bu amaçla toplandığı ve bayilerin stok durumlarının hizmet kalitesi açısından takip edildiği belirtilmiştir.
- (314) Yukarıda yer verilen savunma yeni oluşturulan bayilik sisteminin bölge münhasırlığı içerdiği iddiasına yönelik değil, oluşturulan bayilik sisteminin faydalarına ilişkindir. Ancak belirtmek gerekir ki, teklif edilen sistem Kurul tarafından değerlendirilmiş ve muafiyet alamayacağına karar verilmiş bir sistemdir.
- (315) Savunmada, Belge 16'da yer alan epostanın, yeni bayilik sisteminin uygulandığı ve bölge münhasırlığının varlığı yönünde bir delil olarak değerlendirildiği, ancak anılan teşebbüsün temel şikâyetinin bayiler aracılığı ile cam almak istememesi, TRAKYA CAM'dan doğrudan cam almak istemesi olduğu, anılan teşebbüsün yanlış anlaşılmanın çözülmesi neticesinde bugün itibarıyla doğrudan TRAKYA CAM'dan cam tedarik ettiği, TRAKYA CAM tarafından cevaben gönderilen mailde ise rekabet hukukuna ilişkin hassasiyetlerin vurgulandığı, problemin çözümü yönünde olumlu bir tavır sergilendiği ifade edilmiştir.
- (316) Teşebbüsün yukarıda yer verilen savunmasına benzer görüşler içermesi nedeniyle tekrara düşmemek adına bu savunmaya ayrıca cevap verilmemiştir.
- (317) Savunma tarafınca bayi sayısının geçici sistemde azaltıldığı, bu sayının sistemin başlangıcında 18 iken sonradan 19'a yükseldiği, bayi olarak belirlenmiş teşebbüslerin istenilen performansa ulaşamaması durumunda değişmesinin söz konusu olacağı belirtilerek bu özelliğin tek başına sistemin bir "geçiş sistemi" olduğunu ortaya koyduğu belirtilmektedir.
- (318) Soruşturmanın konusu belirli dikey kısıtlamaların uygulanıp uygulanmadığının tespitidir. Sistemin ne şekilde isimlendirildiğinin ve bayi sayısının 18'den 19'a çıkarılmış olmasının değerlendirmelere etkisi bulunmamaktadır.
- (319) Savunmada, bölgesel münhasırlık uygulandığı iddiasının büyük oranda bayilerin 2016 yılında bölge dışı satışlarında gerçekleşen düşüşe dayandırıldığı, bu durumun bayi sayısının azaltılması sonucunda bayilerin artan talep karşısında bölgelerine yoğunlaşmalarının bir sonucu olabileceği, alıcıların en yakındaki bayiye yönelmelerinin bayilerin stoklarında daha çok çeşit mal tutması sonucunu doğurarak etkinlik kazanımları ortaya çıkardığı, bu durumun Yetkili Satıcıların (YES) müşterilerinden gelen bazı görüşlerde de ifade edildiğinin görüldüğü, YES'lerin merkezlerinden uzak müşterilere ilişkin risk değerlemelerinin 2016 yılında yükselmesi nedeniyle bu müşterilere satış yapmayı durdurmuş olabilecekleri, toptan satılan camların %(.....)'sinin TRAKYA CAM tarafından YES'lerin müşterilerine doğrudan %(.....)'sinin YES depolarına yapıldığı, YES'lerin daha risksiz kendilerine yakın müşterilere yoğunlaşmış olabilecekleri, önceki dönemde bayi olarak çalışılan teşebbüslerin olumsuz beyanlarının bayiliklerinin sona erdirilmesinin bir sonucu olarak yapılmış olabileceğinin tahmin edildiği belirtilerek TRAKYA CAM'ın bayi sayısını düşürme kararı pazarda bölge dışı satışların azalması sonucunu doğurmuşsa bu sonuç üzerinde teşebbüsün herhangi bir kontrolü olmadığı ifade edilmiştir.

- (320) Savunmada iddia edildiğinin aksine münhasır bölge tahsisinin uygulandığı kanaatine teşebbüste yapılan yerinde incelemede elde edilen iç yazışmalardaki ifadeler, müşteri beyanları ve bölge dışı satışlarda yaşanan büyük düşüşün bir arada değerlendirilmesi ile ulaşılmıştır. Bununla birlikte elde edilen belgelerdeki ifadeler ve müşteri beyanları dikkate alınmasa dahi teşebbüsün bayilerin artan talep nedeniyle yakın müşterilerine hizmet vermeyi seçmiş olabilecekleri ya da uzaktaki müşterileri daha riskli değerlemeleri sonucunda bu müşterilere yapılan satışları durdurdukları yönündeki savunmaların pazarda ortaya çıkan resmi açıklamada yetersiz kaldığı değerlendirilmektedir. Söyle ki 2015 yılında bölge dışı satışların %65'ini; toplamda ise sırasıyla (.....) ve (.....) m² düzcam satışı gerçekleştirmiş SALT CAM ve GUNEYDOGU CAM'ın 2016 yılı ilk 9 ay toplam satışları bir önceki yıla göre yarıdan fazla azalmıştır. Toplam satışlarındaki bu büyük azalış dikkate alındığında, 2016 yılında bölge dışı satışları hemen hemen sıfır olan bu iki teşebbüs için, bölgelerine yönelmeleri sonucunda farklı bölgelerdeki talepleri karşılayamadıkları gibi bir ihtimalden bahsetmek mümkün görünmemektedir.
- (321) Buna ek olarak, hem müşteri özelinde hem de genel olarak yukarıda değerlendirildiği üzere 2015 yılında bölge dışı bayilerden büyük miktarda alımlar gerçekleştirmiş ve 2016 yılında yeni sistem nedeniyle bölge bayilerinden bu alımları gerçekleştirmeye devam etmiş birçok müşteri bulunmaktadır. Bu kapsamda daha önceki yıllarda bayilerin büyük miktarda ürün sevk ettiği, 2016 yılında bölge bayisinden benzer büyüklükte alım yapması nedeniyle finansal pozisyonlarında dramatik bir bozulma yaşanmadığı anlaşılan bu müşteriler ile bayilerin 2016 yılında "risk değerlemelerinin arttığı" gerekçesiyle çalışmayı durdurmuş olabilecekleri argümanının olağan ticari hayatın gerçekleriyle uyumlu olmadığı değerlendirilmektedir.
- (322) Son olarak, bayilerin satışlarının ancak (.....) kendi depolarından yapılması hususu vurgulanmalıdır. Kalan %(.....) oranındaki satışın TRAKYA CAM tarafından bayi müşterilerine doğrudan sevkiyat yoluyla yapıldığı dikkate alındığında, 2016 yılında toplam bölge dışı satışlarında gözlemlenen %90'lık azalışın (toplam satışların %48'inden %5'ine), bayilerin ticari olanaklarını (araç ve eleman olanakları) bölgedeki müşterilerine hizmet vermek için kullanması ile açıklanamayacağı değerlendirilmektedir.
- (323) Savunmada bayi sayısının azaltılmasının etkinlik artırıcı yönleri olduğu şeklindeki iddialar esasen bu soruşturmanın değil yapılacak muafiyet değerlendirmesi kapsamında ele alınabilecek hususlardandır. Soruşturma kapsamında sistemin tüketiciler üzerindeki etkileri değil; 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamına girdiği ve muafiyet tanınamayacağı tespiti yapılan dikey kısıtlamaların mevcudiyeti konu edilmektedir. Esasen bu tür bir muafiyet değerlendirmesi de Kurul'un ilk muafiyet ret kararında yapılmış ve bu kısıtlamaların 5. maddede sayılan dört koşulu sağlayamadığına karar verilmiştir. Ayrıca müşterilerin bölgeleri içerisinde tek bir satıcıya bağlı kalmaları aldıkları hizmetin kalitesini artırabileceği gibi karşılaştıkları fiyatların ve ürüne ulaşım sürelerinin artması sonuçlarını da doğurabilecektir. Yukarıda yer verildiği üzere kimi müşteriler 2016 yılında yeni geçilen sistem ile bu tür sıkıntılar ile karşılaştıklarını beyan etmişlerdir.

I.7.3.4. Rekabet Etmeme Yükümlülüğüne Yönelik Savunmalar ve Değerlendirilmesi

(324) Savunmada;

- TRAKYA CAM tarafından, bayilerine rekabet etmeme yükümlülüğü getirilmediği, bölgesel bayilik sistemi için rekabet etmeme yükümlülüğünün çok büyük önem arz ettiği, ithal ürünlerin genel olarak daha ucuz olduğu, rekabet etmeme yükümlülüğü getirilmeyen bir sistemde bayilerin ucuz olan ithal ürünü tedarik edeceği ve bölge dışına satacağı, böylece diğer bayilerin faaliyet gösterdikleri bölgelerde pazar paylarını kaybedecekleri, bu durumun dağıtıcının bölgesel bayilik sisteminden elde etmeyi umduğu faydayı elde edememesi anlamına geleceği, bölgesel bayilik sistemi için rekabet etmeme yükümlülüğünün getirilmesinin gerekli olduğunun düşünüldüğü
- Soruşturma bildiriminde bayilerin ithalat miktar ve tutarları ile TRAKYA CAM dışındaki yurt içi alımlarının incelendiği ve söz konusu inceleme sonucunda rekabet etmeme yükümlülüğünün 2016 yılında yürürlüğe koyulup koyulmadığına ilişkin olarak bir bayi dışında önemli bir değişiklik olmadığı belirtilmiştir; dolayısıyla TRAKYA CAM'ın bayilere herhangi bir rekabet yasağı öngörmemiş olduğu ve bayilerin TRAKYA CAM dışında diledikleri sağlayıcıdan mal almakta özgür olduğunun ortaya çıktığı,
- Soruşturma bildiriminde bir tek DOST CAM'ın ithal alımlarını azalttığı tespitinin yapıldığı, ancak anılan teşebbüsün daha önceleri TRAKYA CAM ile çalışmayan bir çiftcam üreticisi olduğu ve toptan satış faaliyetlerine yeni girdiği, TRAKYA CAM bayisi olmasından sonra daha çok TRAKYA CAM'ın ürünlerini kullanmayı tercih ettiğinin bilindiği

ifade edilmiştir.

(325) Soruşturma sürecinde önaraştırma döneminde bir kısım bayiler için hazırlanabilmiş ithalat ve diğer düzcam satışı gerçekleştiren teşebbüslerden alımlarına (DÜZCE CAM ve ithalatçı teşebbüslerden yapılan alımlar) ilişkin analiz tüm bayilere genişletilmiştir. Buna göre 2014-2015 yıllarında 18 bayiden yalnızca ikisinin kayda değer bir düzeyde ithalat gerçekleştirdiği ve her iki bayinin de 2016 yılında ithalatlarını önemli ölçüde azalttığı görülmüştür (%99 ve %95 oranında). Diğer DÜZCE CAM satışı gerçekleştiren teşebbüslerden yapılan alımlara bakıldığında ise 2014-2015 yıllarında dört teşebbüsün bahsi geçen türden teşebbüslerden kayda değer miktarda alım yaptığı bununla birlikte 2016 yılında üç teşebbüsün alımlarını durdurduğu bir teşebbüsün ise önemli ölçüde azalttığı (yaklaşık %97) görülmektedir.

(326) Öte yandan ilgili kısımda da değerlendirildiği üzere, *Trakya Cam Muafiyet* kararında 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlali bakımından bölge münhasırlığı, tek elden satın alma ve rekabet etmeme yükümlülükleri bir bütün olarak değerlendirilerek sözleşmeye muafiyet tanınmamış olmakla birlikte, kararın geneli değerlendirildiğinde sözleşmenin muafiyet alamamasının nedeni olan esas düzenlemenin bölge münhasırlığına ve bunun kontrolü amacıyla getirilen bayi yöneticiliğine yönelik hükümler olduğu görülmektedir.

- (327) 2016 yılında bayilik sisteminin, teşebbüsün ileri sürdüğü gibi rekabet etmeme yükümlülüğü ve bölgesel münhasırlık uygulamalarını içermediği kabul edildiğinde, bayilerin kâr edeceklerini düşünmeleri halinde ithalat yaparak başka bölgelere ürün satmalarının önünde mevcut durumda da herhangi bir engel bulunmamaktadır. Bayiler teşebbüsün iddia ettiğinin aksine bölgesel münhasırlığın olmadığı bir sistemde de başka bölgelere ucuz ithal ürün satarak pazar payı elde edebileceklerdir. Bununla birlikte 2016 yılında 18 bayi hemen hemen hiç ithalat yapmamışlardır. Bu çerçevede teşebbüs tarafından, bölge münhasırlığı uygulaması ile bayilerin ithalat güdüsü arasında varlığı ileri sürülen ve net olarak ortaya konulamayan ilişkiye yönelik iddiaya katılmak mümkün olmamıştır.
- (328) Ayrıca teşebbüsün de bahsettiği gibi daha uygun fiyatla temin edilerek daha yüksek kar marjı ile satılması mümkün olan alternatif ürünlerin bu on sekiz bayi tarafından neredeyse hiç tercih edilmediği görülmektedir. Teşebbüsün de pazar bilgisi ile çizdiği üzere, bayilerin bu duruşunun herhangi bir kısıtlama altında bulunmayan bir bayinin beklenen faaliyet şekli ile tam olarak uyuştüğundan bahsetmek güçtür.
- (329) TRAKYA CAM tarafından bayilerine rekabet etmeme yükümlülüğü getirilmediği, bu kapsamda bir bölgesel bayilik sistemi de uygulanmadığı, soruşturma kapsamında 2014-2015 senelerinde 18 bölge bayisinden ikisinin kayda değer ithalat gerçekleştirdiğinin belirtildiği, bu kapsamda yalnızca iki bayinin ithalat tercihine bakarak yapılacak genel çıkarımların yanlış sonuçlar vereceği, bölge bayilerinin 2014 yılından itibaren döviz kurundaki artış nedeniyle ithalatın zorlaşması ve gerek bölge bayisi sayısının düşmesinden kaynaklanan ciro artışlarından gerekse de TRAKYA CAM'ın daha az sayıda bayiye hizmet veriyor olmasından kaynaklanan üretim planlamasında ve servis kalitesinde meydana gelen iyileşmeden dolayı TRAKYA CAM ürünlerini tercih etmiş olabilecekleri, bunun ticari hayatın gereklerine uygun olduğu, cam toptan satış kanalında 500'den fazla yeniden satıcı olduğunun kabul edildiği, bunlar içinden yalnız 19 tanesinin ithal ya da rakip ürünler yerine TRAKYA CAM ürünleri ağırlıklı çalışmasının rekabeti sınırlayıcı olmadığı ifade edilmiştir.
- (330) Yukarıda da belirtildiği üzere *Trakya Cam/Düzcamlu Muafiyet* kararının geneli değerlendirildiğinde sözleşmenin muafiyet alamamasının nedeni olan esas düzenleme bölge münhasırlığına ve bunun kontrolü amacıyla getirilen bayi yöneticiliğine yönelik hükümlerdir. Bu iki dikey kısıtlamaya yönelik uygulamanın ise açıkça ortaya konduğu değerlendirilmektedir.

I.7.3.5. Bayi Yöneticiliği Sistemine Yönelik Savunmalar ve Değerlendirilmesi

- (331) Savunmada;
- Soruşturma bildirimindeki değerlendirmelerin aksine mevcut sistemde 2015 yılındaki muafiyet ret kararında değerlendirilen bayi yöneticisi uygulamasının kesinlikle bulunmadığı, TRAKYA CAM'ın saha yetkilileri ile olan ilişkisinin TRAKYA CAM ile DİPA arasında imzalanan sözleşme uyarınca DİPA'nın TRAKYA CAM'a sunduğu satış destek ve tutundurma hizmeti ile sınırlı olduğu,

- Saha yetkililerinin görevlerinin (1) bölgedeki pazar şartları, satış potansiyeli ve müşteri memnuniyeti gibi unsurları araştırmak, bu konularda satış artırma amaçlı destek sağlamak, (2) müşterilerin tüm taleplerinin karşılanması konusunda da makul çabayı göstermek, (3) bölgedeki her müşteriye ve noktaya ürünlerin ulaştırılıp ulaştırılmadığı, lojistik açısından herhangi bir sıkıntı yaşanıp yaşanmadığını incelemek, (4) TRAKYACAM ile bayi arasında köprü görevi görmek, bu çerçevede stoklama başta olmak üzere tüm lojistik faaliyetlerde bayi ihtiyaçları doğrultusunda bayiler ile işbirliği sağlamak, (5) TRAKYA CAM'ın reklam ve promosyon faaliyetleri kapsamında yeni geliştirilen ürünlerin tanıtımı, ayıplı ürünler ve lojistik kaynaklı şikayetlerin ortadan kaldırılması amacıyla ziyaretlerde bulunmak ile sınırlı olduğu,
- TRAKYA CAM'ın Ticari Operasyonlar Sorumlusu (.....)'nin saha yetkililerinin görev tanımlarına ilişkin DİPA çalışanları ile paylaştığı eposta mesajının yukarıda sayılan görev tanımı ile örtüştüğü

belirtilmiştir.

(332) Teşebbüsün yukarıda yer verilen savunmasına benzer görüşler içermesi nedeniyle tekrara düşmemek adına bu savunmaya ayrıca cevap verilmemiştir.

(333) Savunmada ayrıca;

- Rekabet Kurulu'nun 03.07.2008 tarih ve 08-43/591-223 sayılı kararında tek elden dağıtım anlaşmalarından beklenen faydanın sağlanabilmesi için distribütör ile sağlayıcı arasında koordinasyondan sorumlu bayi yöneticisinin distribütörün faturalarını kontrol etmesinin normal karşılanabileceği, bu durumun ancak sağlayıcının distribütörler ile kurduğu bu yakın ilişki sonucunda elde ettiği bilgileri kötüye kullanmaması ya da bayilerin müşterilere verecekleri iskontoaların sağlayıcı tarafından belirlendiği bir durumda, bayi yöneticisinin bayilerin bu iskonto oranlarına uyup uymadığını kontrol etmesi halinde ihlal niteliğinde olacağı belirtilmiştir,
- Rekabet Kurulu'nun 07.07.2015 tarih, 15-28/318-96 sayılı kararında SANDISK tarafından distribütörlerden talep edilen raporlamalar kapsamında, ürünlerin hangi müşteriye, hangi fiyattan satıldığı bilgisinin toplanmasının, dosya kapsamında yeniden satış fiyatının tespitine ilişkin herhangi bir delil bulunmaması nedeniyle ihlal olarak nitelendirilmediğinin belirtildiği,
- Dolayısıyla mevcut dosyada da saha yetkililerinin bayilerin bazı bilgilerine ulaşmaları ve raporlamalarının ihlal tespiti için yeterli olmaması gerektiği, saha yetkililerinin fiyat ya da indirimlerin tespiti durumunda buna uyulup uyulmadığının ortaya çıkarılması amacıyla çalıştığının ispat edilmesinin gerektiği,
- Bayi yöneticiliği ile ilgili belgelerin, saha yetkilileri aracılığıyla TRAKYA CAM tarafından bayilerin satış politikaları üzerinde baskı uygulandığı yönünde yorumlandığı, Rekabet Kurulu'nun yukarıda yer verilen kararında da açıkça görülebileceği üzere saha yetkililerinin sadece bayilerin bazı bilgilerine erişmesinin başlı başına bir ihlal olarak algılanamayacağı, dolayısıyla TRAKYA CAM'ın saha yetkilisi uygulamaların Kurul'un önceki kararları ışığında rekabeti kısıtlayıcı olarak nitelendirilemeyeceği

belirtilmiştir.

- (334) Sağlayıcılar tarafından dağıtıcılara getirilen rekabeti kısıtlayıcı yükümlülöklere belirli koşulların varlığı halinde izin verilebilmektedir. Faturaların kontrolü uygulaması, bağlamına, şekline ve koşullarına bağlı olarak iki teşebbüs arasında belirli ticari nedenlerle varılan mutabakat çerçevesinde yapılan ve rekabeti kısıtlayıcı olmayan ya da muafiyet verilebilir bir uygulama olarak ele alınabileceği gibi, TRAKYA CAM tarafından da belirtildiği üzere, sağlayıcıların anlaşmalarında yer verdikleri rekabeti kısıtlayıcı hükümlerin (belirlenen iskontolara uyumun veya bölge münhasırlığı uygulamasının takip edilmesi gibi) denetiminde de kullanılabilir bir uygulamadır.
- (335) Teşebbüs yukarıda yer verilen savunmalarında bayi yöneticilerinin (teşebbüs tarafından savunmasında saha yetkilileri olarak ifade edilmektedir) yalnızca satış destek ve tutundurma hizmeti verdiklerini ileri sürmektedir. Oysa ki teşebbüs bu savunmasında bayi yöneticilerinin bayilerin faturalarını incelediklerini ancak bu durumun, burada ileri sürüldüğü üzere, rekabeti kısıtlayıcı bir hükmün denetiminde kullanılmadığı müddetçe 4054 sayılı Kanun'a aykırılık içermediğini belirtmektedir. Eğer bayi yöneticileri teşebbüsçe bu noktada kabul edildiği üzere bayi faturalarını inceliyor ise bayinin satışlarına ilişkin miktar, satış tutarı, satış yapılan il, verilen iskonto miktarı gibi olağan ticari hayatta bağımsız iki teşebbüs arasında gizli kalması gereken verilere erişme imkanı bulunmaktadır.
- (336) Bu durumun, Delil-22, 33, 35, 36, 38, 50 ve 57 kapsamında ortaya koyulan ve bayi yöneticilerinin TRAKYA CAM'a bayilerin hassas ticari bilgilerini raporladığına dair iddia ile uyumlu olduğu; teşebbüsün genel beyanlarıyla ise çeliştiği değerlendirilmektedir. Özetle, bayi faturalarının TRAKYA CAM adına çalışan bayi yöneticileri tarafından kontrol edilmesinin, yukarıda değerlendirme bölümünde de yer verildiği üzere bölge münhasırlığının bayi yöneticileri yoluyla kontrol edilmesi amacına hizmet edeceği kanaatine varılmıştır.
- (337) Savunmada ayrıca, EGE ÇAĞDAŞ CAM ve DOST CAM'dan elde edilen belgeler ve özellikle Belge 43, 44, 45, 46 ve 58'e ilişkin olarak ise; TRAKYA CAM'ın saha yetkililerinin raporlarının içeriği ve gönderilecek bilgilerin niteliği konusunda oldukça hassas davranıyor olmasına⁵⁸ karşın, bu raporlarda çeşitli yanlışlıkların olmasının da imkan dâhilinde olduğu, zira saha yetkililerinin dışardan hizmet alımı yoluyla istihdam edildiği ve rapor formatlarındaki bazı hatalar nedeniyle TRAKYA CAM tarafından sık sık uyarıldığı, hatta hatalı şekilde raporlama yapan ve TRAKYA CAM kurumsal kimliğine aykırı davranan saha yetkililerinin işlerine son verildiği, saha yetkilileri ile bayi temsilcileri arasında zaman içerisinde oluşan güven ilişkisine bağlı olarak, saha yetkililerinin görevleri dışına çıkabildiklerinin görülebildiği, anılan belgelerde EGE ÇAĞDAŞ CAM'ın ödeme güçlüğü içindeki şirketler hakkında ciddi bir bilgi birikimi bulunan saha yetkilisinin bu özelliklerinden faydalanmak amacıyla adeta bir "danışmanlık" hizmeti aldığı görüldüğü, saha yetkilisinin talep üzerine bayiye tavsiyeler vermesinin TRAKYA CAM'ın bilgisi dahilinde olmadığı ve kurumsal anlamda bağlayıcı olmadığı, EGE ÇAĞDAŞ CAM'dan alınan belgelerden de görülebileceği üzere, bu sürecin hiçbir yerine TRAKYA CAM yetkililerinin dahil olmadığı ve bu durumdan haberdar olduklarına dair bir emare de bulunmadığı, dolayısıyla anılan uygulamanın, saha yetkilisinin kendi isteği veya kişisel ikbal arzusu nedeniyle görev tanımının dışına çıkması olarak değerlendirilmesi ve TRAKYA CAM'ın rekabet ihlali yönünde bir delil olarak değerlendirilmemesi gerektiği, DOST CAM'a ilişkin olarak ise, Belge 58'deki elektronik postanın 26.01.2016 tarihli olduğu ve bu tarihin geçici dağıtım sisteminin başlangıcına denk geldiği göz önüne alındığında, bu durumun tamamen yeni bayi olan DOST CAM'ın tecrübesizliğinden kaynaklandığının düşünüldüğü, hiçbir belgeden TRAKYA CAM'ın bayilere saha

⁵⁸ Buna örnek olarak gönderilen epostada, Ticari Operasyonlar Sorumlusu (.....) tarafından saha yetkililerine 20.09.2016 tarihinde raporlamanın içeriği konusunda açıkça alt kırılım istenmediği, "ürün detayı" içerecek şekilde raporlama yapılmaması gerektiği ifade edilmektedir.

yetkilisinin "fiyat teklifi" hazırlaması yönünde bir talebinin bulunduğu görülmediği, Belge 58'de yer alan DOST CAM'ın saha yetkilisinin hizmet akdinin TRAKYA CAM'ın isteği üzerine feshedildiği, bu durumun sadece bu iki bayi ile sınırlı olmasının da anılan aykırılıkların yaygın bir uygulama olmadığı ve TRAKYA CAM'ın genel politikasını yansıtmadığı yönünde güçlü bir emare olarak kabul edilmesi gerektiği ifade edilmiştir.

- (338) Teşebbüsün savunmasında yer verdiği Delil 43, 44, 45 ve 46'da, EGE ÇAĞDAŞ CAM Yönetim Kurulu Üyesi (.....) tarafından EGE ÇAĞDAŞ CAM bayi yöneticisi (.....)'e gönderilmiş değişik tarihlere ait (ikisi Ocak, biri Haziran ve biri Temmuz ayına ait olmak üzere) epostalara yer verilmiştir.
- (339) Öncelikle belirtmek gerekir ki, bu belgeler teşebbüsün savunmasında bahsettiğinin aksine bayi yöneticileri tarafından TRAKYA CAM'a yapılan raporlamalara ilişkin değildir. Belgelerin tümü bayi yetkilisi ile bayi yöneticisi arasındaki yazışmalardır. Bunlardan Ocak ayında gönderilmiş olanlarında (Delil-43 ve Delil-46) bayi yetkilisi, uygulayacağı fiyatlamaya, brüt karlılıklarına ve pazardaki rekabet stratejisine ilişkin görüşlerini bayi yöneticisi ve çalışanlarıyla paylaşmaktadır. Haziran ayında gönderilen epostada (Delil-45) ise yine bayi yetkilisi, bayisinde yeni görevlendirilen grup lojistik sorumlusunun bir bayi çalışanıyla beraber bayi yöneticisine bağlı olarak çalışacağını çalışanlarına duyurmaktadır. Temmuz ayında gönderilen eposta (Delil-44) ise bayi plasiyerlerinin müşterilere ilişkin limit arttırma konularında aralarında bayi yöneticisinin de bulunduğu bir silsileden onay almalarını açıklayan şirket içi bir yazışmadır.
- (340) Yazışmalar değerlendirildiğinde bunların teşebbüsün savunmasında ileri sürdüğü üzere bayi yöneticisinin deneyiminden yararlanmaya yönelik, bayi yöneticisi tarafından bayiye sunulan tavsiyelerden ziyade, bayi yetkilisinin uyguladıkları fiyatlara ilişkin bayi yöneticisini bilgilendirmeleri veya karar alım süreçlerinde bayi yöneticisinin rolüne ilişkin görevlendirmeleri olduğu görülmektedir.
- (341) TRAKYA CAM tarafından bayilerde görevlendirildiği anlaşılan çalışanların eylemlerinin TRAKYA CAM açısından bağlayıcı olmadığını kabul etmek de mümkün değildir. Elde edilen yazışmalardan sonuncusunun Temmuz ayına ait olduğu dikkate alındığında kendisine gönderilen bu bilgileri reddetmeyen ve bayinin iç süreçlerinde sorumluluk alan bayi yöneticisinin eylemlerinin yedi aylık bir sürecin tümüne yayıldığı anlaşılmaktadır. Ayrıca, daha önce Delil-50'de ortaya konulduğu üzere bayi yöneticileri kendilerine 21.03.2016 tarihinde TRAKYA CAM Ticari Operasyonlar Sorumlusu (.....) tarafından gönderilen raporlama formatı kapsamında atandıkları bayilerin stok bilgisi, hedef ve gerçekleşen satış miktarı ve tutarı, alt bayilere satış miktarı, il bazında satış miktarı gibi bilgilerini TRAKYA CAM'a raporlamaktadır.
- (342) Bu noktada teşebbüs tarafından savunmasının beş numaralı ekinde sunulan ve yine aynı TRAKYA CAM çalışanına ait bayi yöneticilerine gönderilen "SATIŞ RAPORU" konulu e-postanın da açıklanan durumu desteklediği ve süreç ile uyumlu olduğu görülmektedir. İlgili epostada şu ifadeler yer almaktadır:
- “(.....).”
- (343) Yazışmadan anlaşıldığı üzere TRAKYA CAM bayi yöneticilerinden Nisan ayı itibarıyla başladıkları raporlama sistemine uygun olarak "satış raporu" göndermelerini talep etmektedir. Bu raporlama sisteminin yukarıda yer verilen 21.03.2016 tarihinde aynı TRAKYA CAM yetkilisi tarafından bayi yöneticilerine gönderilmiş raporlama sistemi olduğu değerlendirilmektedir. E-postadan TRAKYA CAM yetkilisinin ürün detayı istememekle birlikte tüm ürünler için toplam ton bazında bayi satış verilerini talep ettiği görülmektedir.

- (344) Açıklanan kapsamda, teşebbüs tarafından sunulan bu yazışmanın TRAKYA CAM'ın bayi yöneticilerinden bayilerin satışlarına ilişkin raporlama istediğini gösteren bir diğer belge olduğu ve teşebbüs tarafından bayi yöneticisinin fonksiyonuna ilişkin yapılan tüm savunmaların aksini gösterdiği değerlendirilmektedir.
- (345) DOST CAM'da elde edilen belgelere ilişkin olarak ise savunmada, Belge 58'deki elektronik postanın 26.01.2016 tarihli olduğu ve bu tarihin geçici dağıtım sisteminin başlangıcına denk geldiği göz önüne alındığında, bu durumun tamamen yeni bayi olan DOST CAM'ın tecrübesizliğinden kaynaklandığının düşünüldüğü belirtilmektedir.
- (346) DOST CAM'dan elde edilen belgelerden, aralarında teşebbüsün de savunmasında yer verdiği Belge-58'in de olduğu on iki adet yazışmaya, bayi yöneticiliği sisteminin varlığını gösterdiği gerekçesiyle soruşturma bildiriminde ve raporunda yer verilmiştir. Teşebbüs savunmasında bu e-postada ismi geçen çalışanın iş akdine son verildiğini ifade etmektedir. Bununla birlikte kalan on bir yazışma farklı bir çalışan olan DOST CAM bayi yöneticisi (.....)'e gönderilmiştir.
- (347) Ocak-Ekim 2016 dönemine ait bu yazışmalardan Ekim ayında gerçekleştirilen sonuncusu (Delil-56), bir DOST CAM çalışanının bayi yöneticisi (.....)'e DOST CAM'ın 2016 yılı içerisinde o tarihe kadar yapılan alış ve satış miktarları ile satış yapılan müşteri adı ve satış fiyatlarını içeren "Excel" dosyalarını içermektedir. Ekim 2016 tarihli bu yazışmanın tek başına bayi yöneticilerinin sistem içerisindeki görevlerine ve amaçlarına ilişkin yeterli bilgiyi göstermekte olduğu ve yazışmaların bayinin tecrübesizliği gibi nedenlere bağlanamayacağı değerlendirilmektedir.
- (348) Savunmada ayrıca ANADOLU CAM'da bulunan belgelere (Belge 37, 38, 39 ve 40) ilişkin olarak, belgelerin belirli bir hedef ile sınırlı olarak belirli bir zaman diliminde yapılan bir pazarlama çalışması olan kampanyalı ürünlerin müşterilere dağılımına ilişkin olduğu; bu çerçevede, TRAKYA CAM'ın bir çalışanı olarak nitelendirilebilecek saha yetkilileri ile bayi yetkililerinin iletişim halinde bulunmasının oldukça doğal, lojistik ve finansal açıdan da bir gereklilik olduğu, alınan belgelerden de görülebileceği üzere saha yetkilisinin bayi temsilcileri ile yaptığı yazışmalarda kampanya kapsamında alınan ürünlerin sevkiyat tarihlerinin, miktarlarının ve lojistik açıdan uygunluklarının karşılıklı olarak değerlendirildiği belirtilmiştir.
- (349) Soruşturma bildirimi ve raporunda yer verilen bu dört yazışmanın (Ekim, Delil-37) ve (Haziran-Temmuz, Delil-38, 39 ve 40) iki ayrı kampanyaya ilişkin olduğu anlaşılmıştır. Sağlayıcıdan bağımsız konumda olan dağıtıcı teşebbüsün kampanyalı ürün satışlarını, müşteri adı ve satın aldığı miktar özelinde sağlayıcısı ile paylaşmasını doğal, lojistik ve finansal açıdan bir gereklilik olarak kabul etmek mümkün değildir. Kaldı ki bu dört epostanın üçünde bilgilendirme bayi yetkilisi tarafından bayi yöneticisine değil; tam aksine TRAKYA CAM çalışanı olan bayi yöneticisi tarafından bayi yetkilisine yapılmaktadır. Bu epostalarda bayi yöneticisi tarafından kullanılan "..(.....)." ifadelerinin bayi yöneticilerinin bayinin alacağı kararlarda sahip oldukları olağanüstü konumu gösterdiği değerlendirilmektedir.

- (350) Teşebbüs ayrıca, ilk muafiyet başvurusunda yer alan bayi yöneticisi ile TRAKYA CAM'ın saha yetkilileri arasında büyük farklar bulunduğunu, bayi yöneticilerinin bayilerin faturalarını incelediklerine dair bir beyanlarının olmadığını, Kurul'un Benksier⁵⁹ ve SanDisk⁶⁰ kararlarında olduğu gibi sağlayıcının distribütörlerin bazı bilgilerine erişmesinin dağıtım sisteminden beklenen yararların elde edilebilmesi açısından gerekli olarak kabul edilebileceğinin düşünüldüğünü, aksi halde sağlayıcının bu uygulamaları ancak fiyatı tespit etmek, iskontoları engellemek gibi amaçlarla gerçekleştirdiği takdirde ihlal olacağını ifade etmiştir.
- (351) Bayi yöneticilerinin bayilerin tüm ticari bilgilerine erişim imkanı bulduğu tespiti, sehven teşebbüsün savunmasında yer alan bir tespit olarak ele alınmıştır. Bu tespit esasında;
- Delil-22, 33, 35, 36, 38, 50 ve 57 kapsamında ortaya koyulan ve bayi yöneticilerinin TRAKYA CAM'a bayilerin hassas ticari bilgilerini raporlandığına dair bulgulara;
 - Bayi yöneticilerinin sorumlu oldukları bayilerin çalışan ve yetkililerine (Delil-37, 39, 40, 61) ya da bayi çalışanları tarafından bayi yöneticilerine yollanan (Delil-42,47, 48, 49, 52, 53, 56) bayilerin cam alımları, satışları, fiyatları, stok durumu, müşterileri gibi ticari verilerin bulunduğu tabloları içeren yazışmalara
- dayanarak yapılmıştır.
- (352) Teşebbüs tarafından Delil 43, 44, 45 ve 46'dan bayi yetkilerinin uyguladıkları fiyatlara ilişkin bayi yöneticisini bilgilendirdikleri veya karar alım süreçlerinde bayi yöneticisinin rolüne ilişkin görevlendirme yaptıklarının belirtildiği, bu belgelerin hiçbirinde TRAKYA CAM'ın sürece dâhil olduğu ya da bu durumdan haberdar olduğuna dair bir emare bulunmadığı, bu durumun saha yetkilisinin kendi isteği ya da kişisel ikbali doğrultusunda gerçekleştiği, TRAKYA CAM tarafından bu davranışlara herhangi bir katkı sunulmadığı ve bu davranışların Dipa Sözleşmesi dışında kaldığı belirtilerek bu kapsamda teşebbüsün rekabeti ihlal ettiği yönünde delil olarak değerlendirilmemesi gerektiği belirtilmektedir.
- (353) TRAKYA CAM tarafından bayilerde görevlendirildiği anlaşılan çalışanların eylemlerinin TRAKYA CAM açısından bağlayıcı olmadığını kabul etmek mümkün değildir. Elde edilen yazışmalardan sonuncusunun Temmuz ayına ait olduğu dikkate alındığında kendisine gönderilen bu bilgileri reddetmeyen ve bayinin iç süreçlerinde sorumluluk alan bayi yöneticisinin eylemlerinin yedi aylık bir sürecin tümüne yayıldığı anlaşılmaktadır.
- (354) Buna ek olarak belirtmek gerekir ki ilgili tespitler bayi yöneticilerinin faaliyetlerinin kapsamını ortaya koyan yazışmalardan yalnızca bir bölümüdür. Bayi yöneticilerine ilişkin tespitlerin tümü bir arada değerlendirilerek, bayi yöneticilerinin bayilerin günlük ticari faaliyetlerinin en basitinden bilgi toplamak amacıyla içerisinde yer aldıkları ve topladıkları bilgileri TRAKYA CAM'a raporladıkları görülmüştür. İlgili tespitlerden ulaşılan bu sonuç teşebbüsün muafiyet verilmeyen dağıtım sistemini uyguladığına yönelik kanaati destekleyici olarak kullanılmıştır.

⁵⁹ Kurul'un 03.07.2008 tarihli ve 08-43/591-223 sayılı kararı.

⁶⁰ Kurul'un 07.07.2015 tarihli ve 15-28/318-96 sayılı kararı.

- (355) TRAKYA CAM tarafından TRAKYA CAM'ın Dipa Sözleşmesi kapsamında 48 kişilik bir ekipten satış destek hizmeti aldığı, bu kişilerin görevinin TRAKYA CAM ürünlerine ilişkin olarak pazarda çeşitli araştırmalar yapmakla sınırlı olduğu, TRAKYA CAM'ın ilgilendiği asıl noktanın istenilen rakamlardan ziyade müşterilere mal ulaşıp ulaşımadığı gibi hizmet kalitesini ilgilendiren meseleler olduğu, benzer şekilde Soruşturma Raporu'nda yer alan Belge-56'daki yazışmaların da hizmet kalitesine ilişkin yapıldığının düşünüldüğü, Belge-37 ve Belge-40'da yer alan ürün miktarı, bunun ne kadarının müşterilere nakledileceği ve sevkiyat tarihlerinin sürekli olmayan, belirli bir süre ve hedefli sınırlı kampanyaları ile ilgili olduğu, kampanya dönemlerinde bayilerden gelen yüksek talebin kısa dönemde karşılanması için TRAKYA CAM ile bayiler arasında bir iletişime gereksinimin doğal olduğu, bu kapsamda iddia edildiği gibi bayi yöneticilerinin bayilerin alacağı kararlarda olağanüstü bir konumu bulunmadığı, TRAKYA CAM'ın alt kırımları içermeyen, sadece gerekli olduğu kadarıyla pazardaki büyümeyi ve satış miktarını gösteren ideal raporlama formatı oluşturmayı hedeflediği, bu konunun TRAKYA CAM tarafından hizmet kalitesi ve ürün bulunabilirliği artırmaya yönelik bir faaliyet olarak değerlendirilmesi gerektiği, geçiş sisteminin uygulanması sırasında bazı hataların bulunabileceği ancak bunların kurumsal bir politikanın parçası olarak değerlendirilmemesinin gerektiği belirtilmiştir.
- (356) Yukarıda detaylı bir şekilde yer verildiği üzere, soruşturma kapsamında yapılan incelemede bayi yöneticilerinin, kendilerine 21.03.2016 tarihinde TRAKYA CAM Ticari Operasyonlar Sorumlusu (.....) tarafından gönderilen raporlama formatı kapsamında atandıkları bayilerin stok bilgisi, hedef ve gerçekleşen satış miktarı ve tutarı, alt bayilere satış miktarı, il bazında satış miktarı gibi bilgilerini TRAKYA CAM'a raporladığı tespit edilmiştir. Bu nedenle teşebbüsün bayi yöneticilerinin görevlerinin kapsamına ilişkin açıklamalarına katılmak mümkün olmamıştır.

1.7.3.6. Yazılım Programına Yönelik Savunma ve Değerlendirilmesi

- (357) Savunmada Panorama programının, 2015 yılındaki muafiyet ret kararında ifade edilen gibi bir program olmadığı, programın yaklaşık üç yıl önce kullanılmaya başlanmış olan bir sevkiyat ve sipariş takip programı olduğu, dolayısıyla söz konusu programın başvuru süreçlerinden çok daha önce kullanılmaya başlandığı, 2015 yılındaki muafiyet ret kararında yer alan yazılım sisteminin kullanılmayacağına ilişkin kararın ise Delil 17'de açıkça görüldüğü, Panorama programı uyarınca müşterilerden daha önceleri telefonla alınan siparişlerin portala girilerek online olarak alındığı, TRAKYA CAM'ın bu program aracılığı ile müşterilerin stoklarını görmesinin söz konusu olmadığı, tersine müşterilerin sipariş verirken talep ettikleri ürünün TRAKYA CAM stoklarında yer alıp almadığını görebildiği, ayrıca müşterilerin anılan portala satış miktarına ilişkin bilgi girdiği ancak bu bilgilerin müşterilerin ya da bayilerin tüm faaliyetlerine ilişkin satış miktarlarını içeren bilgiler olmayıp, sadece TRAKYA CAM tarafından ekstra prim uygulanan ürünlere ve faaliyetlere ilişkin olduğu, bu kapsamda soruşturma bildiriminde dayanılmış olan belgelerin TRAKYA CAM'ın 4054 Sayılı Kanun'u ihlal edecek bir eylemde bulunduğunu kesinlikle göstermediği belirtilmiştir.

- (358) Panorama programı ile ilgili olarak ayrıca TRAKYA CAM'ın satış tutundurma ve ürün tanıtımı işlerinin yürütülmesi için saha yetkilisi sisteminin kurulduğu, buna ek olarak bayilerin TRAKYA CAM tarafından yapılan sevkiyat ve TRAKYA CAM'daki kendi siparişlerini takip edebilmeleri amacıyla Panorama yazılımının kullanıldığı, bu program sayesinde daha önce telefon yoluyla alınan siparişlerin çevrimiçi olarak alınmasının gerçekleştiği, bu sayede telefon yoluyla sipariş verilmesinden kaynaklı zaman kayıplarının ve yanlış anlaşılmanın önüne geçildiği, bu program yoluyla TRAKYA CAM'ın müşteri stoklarını görmesinin mümkün olmadığı, tam tersine bayilerin siparişini verdikleri camların TRAKYA CAM'ın stoklarını stokta var ya da yok görmesinin mümkün olduğu, bunun yanında bayilerin portala girdiği bir diğer bilginin sadece TRAKYA CAM tarafından ekstra prim uygulanan ürünlere ve faaliyetlere ilişkin olarak üretim ve satış miktarları olduğu, toplanan bu bilgilerin anlık olarak değil geciktirilerek fiyat içermeyecek şekilde ve toplu olarak alındığı ifade edilmiştir.
- (359) Delil-62'de yer verildiği üzere DOST CAM'da yapılan yerinde inceleme sırasında, teşebbüs yetkileri tarafından DOST CAM'ın TRAKYA CAM'dan alımlarını ve müşterilerine yaptığı satışları ŞİŞECAM PANORAMA adı verilen bir portal ile takip ettiği, satışlar bakımından bu portalın temel amacının TRAKYA CAM'ın DOST CAM'a ödeyeceği satış primlerinin hesaplanmasına olanak sağlamak ve siparişlerin müşterilere zamanında ve tam olarak ulaşım ulaşımadığının kontrolü olduğu ifade edilmiştir. İlgili portalın ekran görüntüleri 19.10.2016 tarihinde DOST CAM ve GÜNEYDOĞU CAM'da yapılan incelemelerde elde edilmiştir. Bu görüntülerde bayinin ticaret primi alabilmek için aralarında müşteri adı ve net tutar gibi bilgilerin de bulunduğu bilgilerin TRAKYA CAM'a raporlandığı görülmektedir. Bu kapsamda, portalın, bayi yöneticilerinin TRAKYA CAM'a gönderdiği raporlara ek olarak, TRAKYA CAM'ın bayilerin satışlarını takip ettiği ilave bir kanal olduğu değerlendirilmektedir.

I.7.3.7. İspat Standardının Sağlanmadığına Dair Savunmalar ve Değerlendirilmesi

- (360) Savunmada, soruşturma raporunda TRAKYA CAM'ın 2016 yılı başından itibaren bölge münhasırlığı sistemini uyguladığının iddia edildiği, yine raporda TRAKYA CAM'ın bu sistemi uygulamaya çalıştığına ya da bu sistemi uygulamayan bayilerini cezalandırdığına dair bir delilin yer almadığı, raporda pazardaki müşterilerin bazılarının dağıtım sisteminin değiştiği konusunda TRAKYA CAM ya da bayi yetkililerinden sözlü bilgi aldıklarının ifade edildiğinin görüldüğü, bu durumun sürmekte olan geçiş sistemi ya da İkinci başvurudaki şartların yanlış anlaşılması veya bunların birbirine karıştırılmış olmasından kaynaklandığının düşünüldüğü ifade edilmiştir.

(361) Bunun yanında dosyaya giriş hakkı çerçevesinde edinilen pazardaki alıcıların yorumları doğrultusunda genel olarak olumlu yorumların çoğunlukta olduğu, 71 belge içinde yalnızca 16 adet belgenin olumsuz ifade içerdiği, olumsuz ifade verilmesinin muhtemel nedenlerinin;

- Finansman sorunlu ya da riski yüksek müşterilerin cam temininde zorlanmaları,
- İthalatçıların ya da yerel üreticinin menfaatleri doğrultusunda cam alıcılarını yönlendirmeleri,
- Eski bayilerin kırgınlıkları,
- Yetkili satıcıların sanayi faaliyetlerinden kaynaklanan sorunlar,
- Fiyat ve vade konusundaki 2016 yılındaki ekonomik olumsuzluklardan kaynaklı gelişmeler,

şeklinde sayılabileceği, Kurul'un Xerox⁶¹ ve Frito Lay⁶² kararlarında dağıtıcının bayilerine baskı yaptığı yönünde bir delil bulunmadığı ve bu nedenle bayiler bakımından pasif satışa dair bir engel bulunmadığının tespit edildiği belirtilmiştir.

(362) Teşebbüsler arasında 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında bir anlaşma / uyumlu eylemin tespiti için caydırıcı mekanizmaların varlığının ortaya koyulması gerekmemektedir. Kaldı ki mevcut soruşturma kapsamında olduğu üzere dikey anlaşmalar söz konusu olduğunda, faaliyetlerinin devamı için sağlayıcıya bağımlı olan dağıtıcı teşebbüslerin sunulan, bu olayda olduğu üzere kimi durumda kendileri için de faydalı olacak, dikey kısıtlamaları herhangi bir yaptırıma gerek olmadan kabul ettikleri bilinmektedir. Buna ek olarak yukarıda 236. paragrafta teşebbüsün münhasır bölge uygulamasını hayata geçirdiğine işaret eden iç yazışmalarına da yer verilmiş bu yazışmalar satış analizleri ve müşteri beyanları ile desteklenmiştir.

(363) Soruşturma kapsamında bayi müşterileri, bayinin bölgesi dışında yer alıp 2016 yılı öncesi bayiden yüksek miktarda mal almış müşteriler, bayinin bölgesinde yer alan büyük çaplı müşteriler ve 2016 yılında bölgesi dışındaki bir bayiden mal almış müşteriler şeklinde gruplandırılarak bilgilerine başvurulmuştur. Müşterilerin cevaplarında sisteme ilişkin olumlu veya olumsuz şahsi kanaatlerinden ziyade sistemin genel işleyişine yönelik sundukları bilgiler üzerinde durulmuştur.

(364) Buna göre 2014-2015 yıllarında bayilerin bölge dışı müşterisi olup 2016 yılında bölge bayisine yönelen müşterilerin, çoğunlukla bu durumun münhasır bölge dağıtım sistemine geçişten dolayı oluşan bir zorunluluk olduğunu belirttiği; münhasır bölgeye geçişin kendilerine sözlü olarak bildirildiğini ifade ettikleri görülmüştür.

(365) Bayinin bölgesinde yer alan ve 2016 yılında da alıma devam etmiş büyük müşterilerin ise çoğunlukla kendi bölge alımları bakımından bir değişiklik olmadığı görüşünde oldukları ancak bu müşterilerin geçmişte de bölge içi alım yaptığı, bu nedenle yeni sistemden etkilenmelerinin beklenmediği değerlendirilmiştir. 2016 yılında bölge dışı alım yapmış olan müşteri grubunun çok küçük miktarlarda alım yaptığı, bu alımların kimi zaman proje bazlı olabildiği ya da aslında bölge içinde bulunan bir tesisi için alım yaptığı ve bu işlemlerin çoğunlukla pasif satış niteliğinde olduğu gözlemlenmiştir.

⁶¹ 02.05.2013 tarih ve 13-25/331-150 sayılı karar.

⁶² 11.01.2007 tarih ve 07-01/12-7 sayılı karar.

I.7.3.8. Para Cezasına İlişkin Savunmalar ve Değerlendirilmesi

- (366) Savunmada, soruşturma raporunda TRAKYA CAM için Kanun'un 16. maddesi ve Rekabet, Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hakim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik (Ceza Yönetmeliği) uyarınca teklif edilen para cezasının Kurul'un geçmiş tarihli Lido Su kararı⁶³, Dogati kararı⁶⁴ ve EAE kararı⁶⁵ ile çeliştiği, anılan kararlarda dikey anlaşmaların yatay anlaşmalara kıyasla daha az rekabeti kısıtlayıcı olduğu kabulünden yola çıkılarak para cezasına hükmetmek yerine ilgili teşebbüslerin ihlal konusu hükümlerde tadil yapmalarına karar verildiği belirtilmiştir.
- (367) 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında giren anlaşmalara getirilecek yaptırımlar açısından Kanun'da yatay ve dikey anlaşmalar bakımından herhangi bir ayırım getirilmemiştir. Bu yönde bir ayırım Ceza Yönetmeliği kapsamında ancak "kartel" olarak nitelendirilebilecek yatay anlaşmalar ve diğer ihlaller arasında mevcuttur. Bununla birlikte 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettiği tespit edilenlere verilecek para cezasının takdirinde Kurul Ceza Yönetmeliği'nin 5. maddesinin ikinci fıkrası çerçevesinde ihlalin ağırlığı, ilgili teşebbüsün gücü gibi hususları dikkate almaktadır.
- (368) TRAKYA CAM için haksız yere temel para cezası hesapladığı durumda TRAKYA CAM'ın toplam cirosu üzerinden değil ilgili ürün pazarında elde ettiği ciro temel alınarak hesaplanmasının yapılması gerektiği, Kurul'un geçmiş tarihli Akzo Nobel⁶⁶, Sarten Ambalaj⁶⁷, Ege Bölgesi Hazır Beton Üreticileri⁶⁸, TNet-Türk Telekomünikasyon⁶⁹, Yangın Sigortaları⁷⁰ kararlarında bu yaklaşımın benimsendiği, dosya konusunun TRAKYA CAM'ın sanayici ve Isıcam faaliyetlerini kapsamadığı, aynı şekilde TRAKYA CAM'ın otomotiv camları ve ihracattan elde ettiği cironun soruşturma dosyası ile hiçbir alakası bulunmadığı, bu kapsamda TRAKYA CAM aleyhine temel para cezası hesaplanması halinde cironun sadece TRAKYA CAM'ın toptan düzcam satışlarından elde ettiği ciro ile sınırlandırılması gerektiği belirtilmiştir.
- (369) Dosya kapsamında temel para cezasının Ceza Yönetmeliği'nin düzenlemeleri ile uyumlu olarak teşebbüsün toplam cirosu üzerinden verilmesine karar verilmiştir.
- (370) Teşebbüs ayrıca, TRAKYA CAM'ın yasal yükümlülüklerin yerine getirilmesi haricinde incelemeye yardımcı olduğunun ve soruşturma sürecinde Rekabet Kurumundan gelen her türlü talebi işbirliği içinde karşıladığının göz önünde bulundurulması gerektiğini, planlanan bütün sistem değişikliklerini Rekabet Kurumuna bildirdiğini, TRAKYA CAM'ın kurumsal kimliği ile uyuşmayan faaliyetler içerisine girdiği tespit edilen saha yetkililerinin sözleşmelerine son verdiğini, soruşturma heyetinin TRAKYA CAM'ın hâlihazırda çalışmakta olduğu yetkili satıcılara münhasırlığın bulunmadığı ve tüm Türkiye genelinde aktif satış yapabilecekleri konusunun yazılı olarak bildirilmesi gerektiği yönündeki görüşünü uygulamış olduğu, iddiaların kabulü anlamına gelmemekle birlikte bu durumun "uygulamaya son veren nitelikte bir işbirliği" olarak algılanabileceği, ihlal iddiaları çerçevesinde oluşan cironun toplam ciro içerisindeki payının çok düşük olduğu, bu hususların Ceza Yönetmeliği'nin 7. maddesi uyarınca indirim nedeni olarak kabul edilebileceği ifade edilmiştir.

⁶³ 27.06.2008 tarih ve 08-41/566-214 sayılı karar.

⁶⁴ 22.10.2014 tarih ve 14-42/764-340 sayılı karar.

⁶⁵ 22.08.2007 tarih ve 107-66/810-305 sayılı karar.

⁶⁶ 18.03.2010 tarih ve 10-24/339-123 sayılı karar.

⁶⁷ 15.04.2010 tarih ve 10-31/471-175 sayılı karar.

⁶⁸ 25.09.2008 tarih ve 08-56/898-358 sayılı karar.

⁶⁹ 19.11.2008 tarih ve 08-65/1055-411 sayılı karar.

⁷⁰ 05.01.2006 tarih ve 06-02/44-6 sayılı karar.

(371) Dosya kapsamında TRAKYA CAM'a verilecek idari para cezasında indirimine gidilmesini gerektirecek herhangi bir hafifletici unsurun bulunmadığı değerlendirilmiştir.

1.7.3.9. Sanayici Müşteriler İle İmzalanan Sözleşmelerde Yer Alan Plaka Olarak Cam Satmama Yükümlülüğüne İlişkin Savunmalar ve Değerlendirilmesi

(372) Teşebbüs tarafından savunmasında, muafiyet verilmesine esas teşkil eden koşullarda değişiklik olup olmadığı konusunda şekilci yaklaşıldığı, sadece bayi sayısının azalması ile pazarda oluşan diğer hiçbir faktörün göz önünde bulundurulmadan muafiyetin geri alınmasının teklif edildiği, pratikte sanayici müşterilerin arbitraj imkânının sınırlandırıldığına ilişkin hiçbir delil öne sürülmediği, sağlıklı bir değerlendirme için pazar şartlarındaki değişimi ilgili pazar özelinde incelemek gerektiği, Tablo-10'da TRAKYA CAM'ın düzcamlarının yapıldığı müşteri gruplarının toplam satışlardan aldıkları payların görüldüğü, tablo incelendiğinde yetkili satıcıların alımlarının oranı kayda değer bir şekilde değişmediği için söz konusu muafiyetin alındığı pazar şartlarında dikkate değer bir değişim yaşanmadığı, pazardaki sanayicilik faaliyetinin giderek arttığı düşünüldüğünde toptancılık kanalının düşük düzeylerde olmasının doğal bir sonuç olduğu, toptancılık kanalı ve sanayici kanalın birbirinden farklı dinamikleri olduğu, her iki kanalda uygulanan ticari şartların anılan müşterilerin bu farklı ihtiyaçları çerçevesinde şekillendirildiği, anılan yükümlülük ile sanayici müşterilerin aldıkları indirimleri amaçlandığı üzere makine ve işleme altyapılarının geliştirilmesi için kullanmalarının hedeflendiği, bunun yanında sanayici müşterilere ilişkin bir yükümlülük değerlendirilmesinde şartların değiştiği iddiasının sadece yetkili sayısına bakılarak yapılmaması, pazardaki diğer kanallar olan İYÜ ve sanayici müşteri sayısının da dikkate alınması gerektiği, *Trakya Cam / Isıcam Muafiyet* kararında pazarın özellikle bu iki kanalının yoğun olarak incelendiğinin görüldüğü belirtilmiştir.

(373) Soruşturma kapsamında bayi sayısının azalmasının yanı sıra toplam satışların dağılımı da incelenmiştir. Buna göre *Trakya Cam/Isıcam Muafiyet* kararının incelediği dönem olan 2012 yılında 93 adet YES faaliyet göstermekte ve bu bayilerce yapılan toptan satışlar tüm cam satışlarının %(.....)'ünü temsil etmektedir. Mevcut durumda ise bayi sayısı 19'a çekilmiş ve bayilerin yaptığı toptan satışların tüm satışlar içerisindeki payı %(.....)'e düşmüştür.

(374) Buna ilaveten yukarıda anılan kararda İYÜ sözleşmelerinde yer alan plaka olarak satmama yükümlülüğüne de muafiyet verilmektedir. Dolayısıyla aynı hükme İYÜ'ler ile imzalanan sözleşmeler için de muafiyet tanınmıştır. Böylelikle sanayicilik faaliyeti kapsamında pazarın %(.....)'ini temsil eden teşebbüslerin bu ürünleri yeniden satması tamamen engellenmekte, bayiler üzerindeki alternatif rekabet baskısı ortadan kaldırılmış olmaktadır.

(375) 2002/2 sayılı Tebliğ'in ancak münhasır bir bölge tahsis edilmesi ve alıcının müşterilerini kapsamaması halinde ve yine sadece aktif satışlara yönelik bir yasağı, sağlayıcının %40'ın altında pazar payına sahip olması durumunda getirilmesine cevaz verdiği dikkate alındığında, müşteri konumundaki sanayici müşterilerin aktif ve pasif tüm satışlarının yasaklanmasının, TRAKYA CAM'ın pazar payı ve yukarıda açıklandığı üzere YES'lerin sayısındaki ve tüm satışlardan aldıkları paydaki düşüş dikkate alındığında pazardaki rekabet üzerinde olumsuz etki yarattığı değerlendirilmiştir.

I.8. Ceza Yönetmeliği Kapsamında Değerlendirme

- (376) 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrasında "*Bu Kanun'un 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*" hükmüne yer verilmiştir. Ceza Yönetmeliği'nin 1. maddesinde ise Yönetmeliğin amacı; "*4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanunun 4 üncü ve 6 ncı maddelerinde yasaklanmış davranışlarda bulunan teşebbüs ile teşebbüs birlikleri veya bu birliklerin üyeleri ile bunların yönetici ve çalışanlarına, aynı Kanunun 16 ncı maddesi gereğince verilecek para cezasının tespitine ilişkin usul ve esasları düzenlemek*" şeklinde belirlenmiştir.
- (377) Bu bağlamda yukarıda yer verilen tüm açıklamalar çerçevesinde TRAKYA CAM'ın 4054 sayılı Kanun'un 4. ve 6. maddelerini ihlal ettiği, söz konusu teşebbüse 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesi ve ilgili Ceza Yönetmeliği hükümleri uyarınca idari para cezası uygulanması gerektiği kanaatine varılmıştır.
- (378) Ceza Yönetmeliği uyarınca nihai para cezası miktarı belirlenirken, öncelikle temel para cezası belirlenmeli ve ardından varsa ağırlaştırıcı ve hafifletici unsurlar uygulanarak nihai para cezası tespit edilmelidir. Ceza Yönetmeliği'nin 5. maddesinde temel para cezasının hesaplanması bakımından "karteller" ve "diğer ihlaller" şeklinde bir ayırım yapıldığı görülmektedir. Buna göre TRAKYA CAM'ın 4054 sayılı Kanun'un 4. ve 6. maddelerini ihlal eden eylemleri, "diğer ihlaller" kategorisinde değerlendirilmiştir. Ceza Yönetmeliği'nin 5. maddesinin ikinci fıkrası çerçevesinde TRAKYA CAM'ın pazar gücü dikkate alınarak temel para cezasına esas oran $\%(\dots)$ olarak belirlenmiş; bu oran, yeni bayilik sistemine geçişin 2016 yılı başında olması, dolayısıyla ihlalin süresinin bir yıldan uzun olmaması nedeniyle artırılmamıştır. Bu çerçevede temel para cezası oranı $\%(\dots)$ olarak belirlenmiştir. Dosya kapsamında herhangi bir hafifletici ya da ağırlaştırıcı unsurun bulunmadığı değerlendirildiğinden, teşebbüse nihai olarak Ceza Yönetmeliği'nin 5. maddesinin birinci fıkrasının (b) bendi ve ikinci fıkrası hükümleri uyarınca 2016 mali yılı sonunda oluşan ve Kurul tarafından belirlenen yıllık gayri safi gelirin $\%(\dots)$ oranında idari para cezası takdir edilmiştir.

J. SONUÇ

(379) 24.11.2016 tarihli ve 16-41/672-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,

1. Trakya Cam Sanayii A.Ş.'nin, 02.12.2015 tarih ve 15-42/704-258 sayılı Kurul kararında 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal eder nitelikte olduğu tespit edilmiş olan bayilik dağıtım anlaşmalarını 2016 yılı itibarıyla fiili olarak uygulamaya başlamak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. ve 6. maddelerini ihlal ettiğine OYBİRLİĞİ ile,
2. Bu nedenle, 4054 sayılı 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 5. maddesinin birinci fıkrasının (b) bendi ve ikinci fıkrası hükümleri uyarınca 2016 mali yılı sonunda oluşan ve Kurul tarafından belirlenen yıllık gayri safi gelirin % (.....) oranında olmak üzere,
 - Trakya Cam Sanayii A.Ş.'ye 17.497.141,63 TL idari para cezası verilmesine OYBİRLİĞİ ile,
3. Trakya Cam Sanayii A.Ş.'nin, sanayici müşterileriyle yaptığı ve müşterilerin satın aldıkları ürün üzerindeki tasarruflarını sınırlandıran hükümleri içeren "Sanayici Müşteri Satın Alma Sözleşmesi"ne 24.01.2013 tarih ve 13-07/73-42 sayılı Kurul kararıyla verilen muafiyetin 4054 sayılı Kanun'un 13. maddesi uyarınca geri alınmasına OYBİRLİĞİ ile,
4. 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin birinci fıkrası çerçevesinde, Trakya Cam A.Ş.'nin hâlihazırda çalışmakta olduğu 18 bayisine (YES), bölgesel münhasırlığın bulunmadığı, dolayısıyla tüm Türkiye genelinde aktif satış yapabilecekleri hususunu yazılı olarak bildirmesi gerektiğine OYBİRLİĞİ ile,

gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 60 gün içinde Ankara İdare Mahkemelerinde yargı yolu açık olmak üzere, karar verilmiştir.