

*Uzmanlık Tezleri Serisi No: 217*

# REKABET KURUMU

GELENEKSEL VE DİJİTAL  
PAZARLARDA  
TOPLA DAĞIT KARTELİ

*TÜLAY ŞİMŞEK SARI*

# **GELENEKSEL VE DİJİTAL PAZARLARDA TOPLA DAĞIT KARTELİ**

*TÜLAY ŞİMŞEK SARI*

Ekim 2022

©Bu eserin tüm telif hakları  
Rekabet Kurumuna aittir. 2022

Baskı, Ekim 2022  
Rekabet Kurumu-ANKARA

Bu kitapta öne sürülen fikirler eserin yazarına aittir;  
Rekabet Kurumunun görüşlerini yansıtmaz.

Bu tez, Rekabet Kurumu Başkan Yardımcısı Ferhat TOPKAYA,  
Rekabet Kurumu Başkan Yardımcısı Dr. Faik Metin TİRYAKİ, V.  
Denetim ve Uygulama Dairesi Başkanı Nazlı VAROL, Dış İlişkiler ve  
Rekabet Savunuculuğu Dairesi Başkanı Zeynep MADAN ve VI. Denetim  
ve Uygulama Dairesi Başkan Yardımcısı Vekili Hilal YILMAZ'dan oluşan  
Tez Değerlendirme Heyeti tarafından 01 Eylül 2021 tarihinde yürütülen  
Tez Savunma Toplantısı sonucunda yeterli ve başarılı kabul edilmiştir.

Tez yazarı Tülay ŞİMŞEK SARI, 08.11.2021 tarihinde yapılan Yeterlik  
Yazılı Sınavında ve 03.12.2021 tarihinde yapılan Yeterlik Sözlü Sınavında  
başarılı olmuş ve Başkanlık Makamınının 21.02.2022 tarih ve 39458 sayılı  
onayı ile Rekabet Uzmanı olarak atanmıştır.

YAYIN NO

401

*Eşime, oğlum Salih Vefa'ya,  
Ve her daim destekçim olan anneme ve babama...*



## İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR.....	iv
GİRİŞ .....	1

### BÖLÜM 1

#### TOPLA DAĞIT KARTELİNE GENEL BAKIŞ

1.1. TOPLA DAĞIT KARTELİ TANIMI.....	4
1.2. TOPLA DAĞIT KARTELİNİN ORTAYA ÇIKIŞ ŞEKİLLERİ.....	8
1.2.1. Sağlayıcının Perakendecilerin Çağrılarına Cevap Vermesi.....	8
1.2.2. Sağlayıcının Aktarmak İsteddiği Maliyet Artışları.....	12
1.2.3. Sağlayıcı Anlaşması .....	17
1.2.4. Güçlü Bir Perakendecinin Sağlayıcı Düzeyinde Anlaşmayı Teşvik Etmesi .....	19
1.3. TOPLA DAĞIT KARTELİ TARAFLARI ARASINDAKİ İLİŞKİLER VE TARAFLARIN SORUMLULUKLARI.....	24
1.3.1. A ve B Teşebbüsü .....	24
1.3.2. B ve C Teşebbüsü .....	29

### BÖLÜM 2

#### TOPLA DAĞIT KARTELİNİN REKABETİ KISITLAYICI ANLAŞMALAR REJİMİ BAKIMINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

2.1. TOPLA DAĞIT KARTELİNİN ÖZELLİKLERİ.....	33
2.1.1. Fiyat Rekabetine Yönelik Yatay Bir İhlal Olması ve Kartel Niteliği Taşınması.....	33
2.1.2. Dolaylı Bilgi Değişimine Dayalı Anlaşma ve/veya Uyumlu Eylem Olması.....	35
2.1.3. Marka İçerisi ve/veya Markalar Arası Rekabetin Zarar Görmesi .....	37
2.2. TOPLA DAĞIT KARTELİNİN YATAY VE DİKEY UNSURLARI .....	39
2.2.1. Topla Dağıt Kartelinin Yatay Unsurları.....	39

2.2.2. Topla Dağıt Kartelinin Dikey Unsurları .....	39
2.2.2.1. Yeniden Satış Fiyatının Belirlenmesi .....	39
2.2.2.2. En Çok Kayırılan Müşteri Koşulu (EKM) (Most Favoured Nation Clauses, MFN) .....	42
2.2.2.3. Alıcı Gücünün Kötüye Kullanılması .....	43
2.3. TOPLA DAĞIT KARTELİ İLE YENİDEN SATIŞ FİYATININ BELİRLENMESİ ARASINDAKİ FARKLAR .....	44
2.3.1. Oluşumları Bakımından Farklar .....	44
2.3.2. Sonuçları Bakımından Farklar .....	46

### **BÖLÜM 3**

#### **ALGORİTMALAR YOLU İLE KURULAN TOPLA DAĞIT KARTELİ**

3.1. TEKNOLOJİK GELİŞMELERİN REKABETE ETKİSİ VE E-TİCARET TANIMI .....	49
3.2. ALGORİTMALAR .....	50
3.2.1. Tanımı ve Kullanımı .....	50
3.3. ALGORİTMALARIN REKABET KARŞITI ETKİLERİ .....	50
3.3.1. Algoritmaların Yol Açtığı Rekabet İhlalleri .....	50
3.3.1.1. Algoritmaların Yol Açtığı Topla Dağıt Kartelleri .....	53
3.3.1.1.1. Algoritmalar Yolu ile Uygulanan Topla Dağıt Kartellerinde Platformlar Arası Denklik Anlaşmaları .....	59

### **BÖLÜM 4**

#### **TOPLA DAĞIT KARTELİNİN TÜRK REKABET HUKUKUNA YANSIMALARI**

4.1. ANADOLU ELEKTRONİK KARARI .....	62
4.2. LSİD KARARI .....	65
4.3. ARAL OYUN KARARI .....	67
<b>SONUÇ ve ÖNERİLER .....</b>	<b>72</b>

<b>ABSTRACT</b> .....	75
<b>KAYNAKÇA</b> .....	76
<b>TABLO DİZİNİ</b>	
<b>Tablo 1:</b> Topla Dağıt Karteline Genel Bakış .....	23
<b>Tablo 2:</b> Aral Oyun Kararı.....	71
<b>ŞEKİL DİZİNİ</b>	
<b>Şekil 1:</b> Kartel Tarafları Arasındaki İlişki.....	5
<b>Şekil 2:</b> Sağlayıcının Merkez Olarak Hareket Ettiği Senaryo .....	5
<b>Şekil 3:</b> Perakendecinin Merkez Olarak Hareket Ettiği Senaryo .....	6
<b>Şekil 4:</b> Yeniden Satış Fiyatının Belirlenmesi Uygulamasında Teşebbüsler Arası İlişkiler .....	46



## KISALTMALAR

<b>4054 sayılı Kanun</b>	: 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun
<b>AB</b>	: Avrupa Birliği
<b>ABAD</b>	: Avrupa Birliği Adalet Divanı
<b>ABD</b>	: Amerika Birleşik Devletleri
<b>ABİDA</b>	: Avrupa Birliğinin İşleyişine Dair Antlaşma
<b>a.g.k</b>	: Adı geçen kaynak/karar
<b>BCA</b>	: Belçika Rekabet Otoritesi (Belgian Competition Authority)
<b>BK</b>	: Birleşik Krallık
<b>bkz.</b>	: Bakınız
<b>CA</b>	: Birleşik Krallık Temyiz Mahkemesi (Court of Appeal)
<b>CAT</b>	: Birleşik Krallık Rekabet Temyiz Mahkemesi (Competition Appeal Tribunal)
<b>CCA</b>	: Şili Rekabet Otoritesi (Chilean Competition Authority)
<b>CCI</b>	: Hindistan Rekabet Otoritesi
<b>CMA</b>	: İngiltere Rekabet Otoritesi (Competition and Markets Authority)
<b>DOJ</b>	: ABD Adalet Bakanlığı (Department of Justice)
<b>FTC</b>	: Federal Ticaret Komisyonu (Federal Trade Commission)
<b>Kurul</b>	: Rekabet Kurulu
<b>Kurum</b>	: Rekabet Kurumu
<b>Komisyon</b>	: Avrupa Birliği Komisyonu
<b>OECD</b>	: Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (Organisation for Economic Co-Operation and Development)
<b>p.</b>	: Paragraf
<b>s.</b>	: Sayfa
<b>TM:</b>	: ABD Temyiz Mahkemesi
<b>UOKIK</b>	: Polonya Rekabet Otoritesi
<b>vd.</b>	: ve diđerleri
<b>Vol.</b>	: Volume (Cilt)
<b>YM</b>	: ABD Yüksek Mahkemesi
<b>YSFB</b>	: Yeniden Satış Fiyatının Belirlenmesi

## GİRİŞ

Kartel kavramı OECD tarafından 2021 yılında yayımlanan “*Açık/Ağır (Hard Core) Kartellere Karşı Etkin Mücadeleye İlişkin Tavsiye*” metninde fiyat tespiti, ihalelerde danışıklı fiyat teklifi, arz kısıtlaması veya kota konulması yahut müşterilerin, sağlayıcıların, bölgelerin ya da dağıtım kanallarının bölüşülmesi yoluyla pazar paylaşımı eylemlerinde bulunmak üzere gerçek veya potansiyel rakipler arasında yapılan rekabeti sınırlayıcı anlaşmalar ve uyumlu eylemler olarak tanımlanmıştır<sup>1</sup> (OECD 2021, 6).

Kartel üyeleri daha az üretim ve yatırımla daha fazla kâr elde ederken, teşebbüslerin haksız kazancı tüketicilerin refah kaybı ve kaynakların etkisiz dağılımına yol açmaktadır (Can 2012, 17). Sayılan sebeplerle kartel hukuk düzenlerinin tamamı bakımından en ağır rekabet ihlali olarak kabul görmekte (OECD 2002, 5), “*serbest piyasa ekonomilerinin kanserli unsurları*” şeklinde nitelendirilmektedir (Massey 2006, 184). Nitekim bu nedenle kartellerle mücadele Rekabet Kurulu (*Kurul*) da dahil olmak üzere bütün rekabet otoritelerinin öncelikli amacını oluşturmaktadır.

Rekabet otoriteleri tarafından kartellerle mücadele konusunda gösterilen kararlı tutum bir yandan teşebbüslerin ihlal davranışı gösterme motivasyonlarını düşürmekte, diğer yandan bir kartel oluşumuna taraf olmaları halinde iz bırakmadan hareket etme güdülerini beslemektedir. Nitekim son yıllarda rekabet hukuku bilgi ve bilincinin artması, rekabet savunuculuğu faaliyetleri ve teknolojik gelişmeler sayesinde alternatif iletişim yollarının ortaya çıkması, kartel taraflarını

<sup>1</sup> Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hakim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik'teki kartel tanımı da paralel ifadeler içermektedir. <http://www.rekabet.gov.tr/Dosya/yonetmelikler/rekabeti-sinirleyici-anlasma-uyumlu-eylem-ve-kararlar-ile-hakim-durumun-kotuye-kullanilmasi-halinde-verilecek-para-cezalarina-iliskin-yonetmelik-20180219102616054.pdf>, Erişim Tarihi: 22.04.2021.

rekabet otoriteleri karşısında ihlali gizli şekilde yürütebilmeleri açısından avantajlı hale getirmektedir. Bütün bu olumsuzluklara ek olarak, kartellerin karmaşık ve değişken yapı sergilemeleri ihlalin tarafları, süresi, kapsamı gibi unsurların tespitini zorlaştırmaktadır (Kekevi 2008, 13).

Kartellerdeki koordinasyon süreci tipik olarak kartel üyelerinin doğrudan birbirleriyle iletişim kurmasıyla sağlanmaktadır. Kartel üyeleri arasındaki doğrudan iletişim rekabet edilen senaryodan daha avantajlı bir sonuç elde etmenin en etkili yolu olarak görünse de iş birliği yapan firmaların niyet ve gözlemlerini paylaştığı tek yol bununla sınırlı değildir (Harrington 2018, 2). Son dönemde rekabet otoriteleri bir teşebbüsün rakipleriyle doğrudan oluşturduğu kartellere ek olarak bir ticaret ortağı aracılığıyla oluşturduğu atipik kartellerle de karşılaşmaktadır (Odudu 2011, 205). Bahse konu ihlal türü OECD, AB ve ABD rekabet hukuku terminolojisinde “*hub and spoke kartel*” (*merkez ve uç karteli*) olarak (Orbach 2016, 3); Birleşik Krallık Adil Ticaret Ofisi (OFT)<sup>2</sup> tarafından ise “*A-B-C bilgi değişimi*” ve “*topla dağıt*” olarak isimlendirilmektedir<sup>3</sup>. Kurul tarafından ise OFT ile aynı terminoloji<sup>4</sup> benimsenmiş olup söz konusu ihlal türü topla dağıt karteli<sup>5</sup> olarak ifade edilmektedir<sup>6</sup>.

Bu kapsamda çalışmanın birinci bölümünde topla dağıt kartelinin oluşum şekillerine ve örnek kararlara yer verilecek; ardından kartel taraflarının birbirleriyle olan ilişkileri ve ihlal kapsamındaki sorumlulukları aktarılacaktır. İkinci bölümde öncelikle topla dağıt kartelinin rekabeti kısıtlayıcı anlaşmalar rejimi bakımından nasıl değerlendirilmesi gerektiği ele alınacak; devamında ise söz konusu ihlalin

<sup>2</sup> O dönemde Birleşik Krallık'ta (BK) Rekabet Otoritesi olarak faaliyet gösteren OFT ve Rekabet Komisyonu, 2014 yılında Rekabet ve Piyasalar Otoritesi (CMA) çatısı altında birleştirilmiştir.

<sup>3</sup> Birleşik Krallık Rekabet Temyiz Mahkemesi (CAT) Kararı Dava No. 1188/1/11 Tesco Stores Limited Tesco Holdings Limited Tesco PLS v. Office of Fair Trading (2011).

<sup>4</sup> Topla dağıt karteli uygulamasında dikey ilişkili teşebbüsün işlevini tanımlamak için ABD Hukuku'nda tekerlek jantı (*rim of the wheel*) tabiri kullanılmaktadır (Wijekmanns ve Tuytschaever 2011, 142). Buna göre dikey aktör, yatay aktörleri ahşap bir tekerleğin parçalarını bir arada ve dağılmadan tutan metal kuşak görevi görmektedir. Yapılan bu tanımdan yola çıkarak çalışma boyunca topla dağıt kartelinde toplayıcı (*hub*) ifadesini temsilen merkez; dağıtıcı (*spokes*) ifadesini temsilen ise uç/uçlar kullanımına yer verilecektir.

<sup>5</sup> Bkz. Rekabet Terimleri Sözlüğü, <http://www.rekabet.gov.tr/tr/Sayfa/Yayinlar/rekabet-terimleri-sozlugu/terimler-listesi?icerik=685f7181-807c-45b2-9c2b-8e819b6d6e27>, Erişim Tarihi: 23.03.2021.

<sup>6</sup> Çalışma boyunca topla dağıt karteli kavramı kullanılacaktır, ancak ayrıntılı anlatımına öneriler kısmında yer verilmiş olmakla birlikte “*mekik diplomasisi karteli*” ifadesinin söz konusu ihlali tanımlamada daha yerinde olacağı değerlendirilmektedir.

yatay ve dikey unsurları belirtilecektir. Üçüncü bölümde son dönemde rekabet otoritelerince mercek altına alınan algoritmalar yoluyla meydana gelen rekabet ihlallerine topla dağıt karteli bağlamında değinilecektir. Dördüncü bölümde ise Kurul tarafından ele alınan ve topla dağıt karteli şüphesiyle yaklaşılan örnek kararlara ve bunların değlendirmesine yer verilecektir.

## BÖLÜM 1

### TOPLA DAĞIT KARTELİNE GENEL BAKIŞ

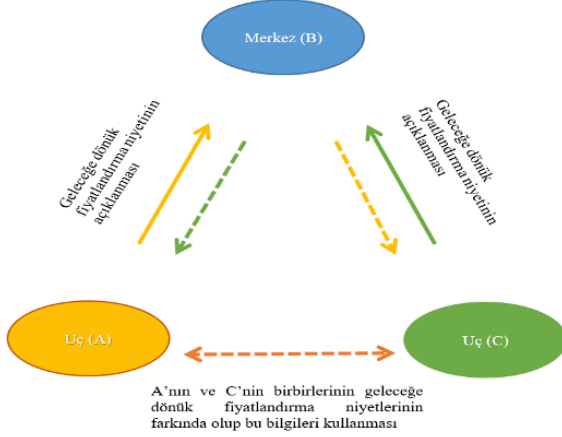
#### 1.1. TOPLA DAĞIT KARTELİ TANIMI

Rekabet hukuku uygulamalarında bu zamana kadar karşılaşılan tipik kartel oluşumlarından farklı olarak yatay düzlemdeki rakipler arasında doğrudan temaslar yoluyla koordine edilmeyip dikey ilişkili bir sağlayıcının veya perakendecinin dolaylı bilgi değişimleri yoluyla koordine edilen topla dağıt karteli (OECD 2019, 2) hem dikey hem yatay ihlal özelliklerini içerisinde barındırması sebebiyle yeni bir ihlal türü olarak değerlendirilmektedir (Yıldız 2020, 23).

Topla dağıt karteli temel olarak tedarik zincirinin bir seviyesindeki ekonomik aktörlerle (*uçlar*) zincirin alt ya da üst seviyesindeki ortak bir ticaret ortağı (*merkez*) arasındaki birden fazla sayıda dikey anlaşma yoluyla oluşturulan ve dolaylı bilgi alışverişine dayanan ihlal türü olarak tanımlanmaktadır (Klein 2017, 426).

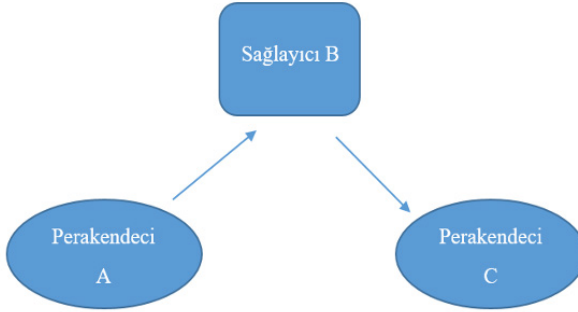
Garrity (2016, 90 ve 91) topla dağıt kartelini bir pazardaki teşebbüslerin, bir üst sağlayıcı veya alt müşteri aracılığıyla iletişim kurarak davranışlarını koordine ettiği; Orbach (2019,1458) ise merkez rolünü üstlenen teşebbüsün pazarın yukarı veya aşağı seviyesinde yer alan uç teşebbüslere uygulamış olduğu dikey sınırlamalarla gizli anlaşmayı organize ettiği bir kartel türü olarak tanımlamaktadır. Topla dağıt kartelinin oluşumunun daha net ortaya koyulabilmesi adına Şekil-1’de kartelin tarafları arasındaki ilişkiye yer verilmektedir.

Şekil 1: Topla Dağıt Karteli Tarafları Arasındaki İlişkiler



Topla dağıt kartel türünde merkez ile uçların pazarda yer aldıkları konum iki farklı şekilde görülebilmektedir. *Toys*<sup>7</sup> kararı sağlayıcının merkez, perakendecilerin ise uç olarak hareket ettiği topla dağıt karteli oluşumuna örnek teşkil etmektedir. Bu oluşuma Şekil-2'de yer verilmektedir.

Şekil 2: Sağlayıcının Merkez Olarak Hareket Ettiği Senaryo

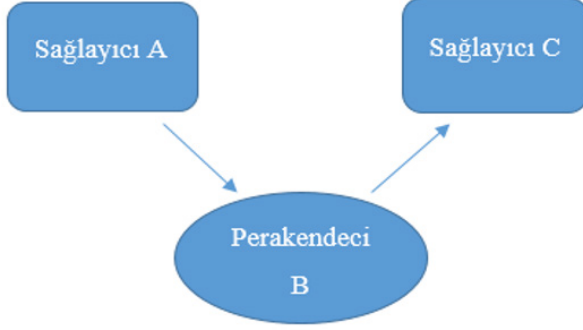


*Interstate Circuit*<sup>8</sup> davası ise tam tersi olarak perakendeci teşebbüsün merkez, sağlayıcı teşebbüslerin ise uç olarak yer aldığı kartel oluşumuna örnektir. Bu oluşuma Şekil-3'te yer verilmektedir.

<sup>7</sup> Decision number, CA/98/8/2003, [2004] 4 UKCLR 717.

<sup>8</sup> *Interstate Circuit, Inc. v. United States*, 306 U.S. 208 (1939).

**Şekil 3:** Perakendecinin Merkez Olarak Hareket Ettiği Senaryo



*Replica Kit*<sup>9</sup> kararında CAT ve Temyiz Mahkemesi (*Court of Appeal, CA*) tarafından topla dağıt kartelinin hangi şartlarda oluştuğu ortaya konulmuştur (OECD 2010, 286). Buna göre:

*İlk olarak, A perakendecisi B sağlayıcısına gelecekteki fiyatlandırma niyetlerini açıklarken, vermiş olduğu bilgilerin B tarafından diğer perakendecilerle (C veya bir başka rakip teşebbüs) piyasa koşullarını etkilemek amacıyla paylaşacağını bilmesi/öngörmesi; ikinci olarak C'nin B tarafından kendisine verilen bilgileri aldığı sırada söz konusu bilgilerin A'dan B'ye hangi koşullar altında iletildiğini bilebilecek durumda olması; son olarak C'nin B'den aldığı bilgileri gelecekteki fiyatlama niyetlerinde kullanması. Bu halde A, B ve C'nin tümü, hedefi rekabetin kısıtlanması veya bozulması olan uyumlu eylem tarafları olarak görülmelidir*<sup>10</sup>.

*Replica Kit* kararından sonra alınan *Tesco*<sup>11</sup> kararında benzer değerlendirmelere yer verilmekle birlikte topla dağıt karteli şüphesi doğuran ihlallerde hangi şartların aranması gerektiği ayrıntılarıyla açıklanmaktadır. Karara göre bu ihlal türünden bahsedebilmek için somut olayda aşağıda yer alan beş unsurun kümülatif bir biçimde var olması gerekmektedir:

<sup>9</sup> OFT, CA98/06/2003, 01.08.2003.

<sup>10</sup> Case Nos 2005/1071, 1074 and 1623 *Argos Limited and Littlewoods Limited v Office of Fair Trading and JJB Sports Plc v Office of Fair Trading* (2006) EVCA Civ 1318, p. 141; [https://www.catribunal.org.uk/sites/default/files/Jdg\\_CoA\\_1014Argos\\_Little\\_JJB191006.pdf](https://www.catribunal.org.uk/sites/default/files/Jdg_CoA_1014Argos_Little_JJB191006.pdf), Erişim Tarihi: 08.12.2020.

<sup>11</sup> CAT, 1188/1/1/11, 20.12.2012, [https://www.catribunal.org.uk/sites/default/files/1188\\_Tesco\\_Judgment\\_CAT\\_31\\_201212.pdf](https://www.catribunal.org.uk/sites/default/files/1188_Tesco_Judgment_CAT_31_201212.pdf), Erişim Tarihi: 02.03.2021.

- i. Perakendeci A'nın sağlayıcı B'ye, gelecek fiyat stratejisi hakkında bilgi vermesi,
- ii. A'nın niyetinin, B'nin bu bilgiyi pazar koşullarını etkilemek amacıyla pazarda faaliyet gösteren perakendeci C'ye iletmesi olabileceğinin gösterilmesi,
- iii. B'nin bu bilgiyi C'ye iletmesi,
- iv. C'nin, A'nın bu bilgiyi hangi koşullarda B'ye iletmediğini bilebilecek/öngörebilecek durumda olduğunun gösterilmesi,
- v. C'nin bu bilgiyi kendi geleceğe dönük fiyat stratejisini belirlerken kullanması<sup>12</sup>.

*Tesco* kararıyla belirlenen bu şartlar CMA tarafından benimsenen ve uygulanan içtihadın temelini oluşturmaktadır.

Kararda yer alan ii. ve iv. unsurlar “zihin durumu” (*State of Mind*) olarak tanımlanmaktadır. Buna göre bilginin A'dan B'ye ve B'den C'ye aktarılmış olması kâfi gelmemekte, A ve C'de mevcut bulunması ve ispatlanması gereken subjektif ve manevi bir unsur da bulunmaktadır. Bunlar; bilgiyi paylaşırken A'nın sahip olduğu amaç ve C'nin bilginin neden paylaşıldığını biliyor olması veya bu hususu öngörebilecek durumda olması şeklindedir (Malobecka 2016, 72). Diğer yandan i., iii. ve v. unsurlar ise anlaşma ve/veya uyumlu eylem tespitinin yapılabilmesi için kullanılmaktadır.

Pazarın bir veya her iki tarafında bir dereceye kadar pazar gücünün olması topla dağıt kartelini daha başarılı hale getirebilmektedir (Overd 2010). Bu argüman, genellikle oyuncuların en az birinin belirli bir pazar gücüne sahip olduğu veya paralel ağların geçerli olduğu durumlarda dikey kısıtlamaların rekabetçi açıdan daha endişe doğurucu olduğu bakış açısıyla da uyum sağlamaktadır (OECD 2008, 29).

Topla dağıt karteli sonucunda perakende seviyesinde azalan rekabet nedeniyle sağlayıcının satış hacminde bir azalma görülecek; sağlayıcı seviyesindeki azalan rekabet ise artan girdi maliyetlerine ve perakendeci için daha düşük marjlara yol açacaktır. Anlaşmanın taraflarca yürütülmesini sağlayacak en büyük motivasyon

---

<sup>12</sup> a.g.k. s. 57 vd.



ise kârlılık üzerindeki bu olumsuz etkilerin fiyatlarda yaşanan artışla birlikte bertaraf edilmesidir. Kurulacak anlaşma genel refahı azaltacak olsa da, perakendeci ve sağlayıcıların elde edeceği kâr artmaktadır (OECD 2013, 30-32).

## 1.2. TOPLA DAĞIT KARTELİNİN ORTAYA ÇIKIŞ ŞEKİLLERİ

### 1.2.1. Sağlayıcının Perakendecilerin Çağrılarına Cevap Vermesi

Olağan şartlarda bir sağlayıcının pazarın perakende seviyesinde yaşanan yoğun rekabetten memnuniyet duyması beklenmektedir. Çünkü bu durum sağlayıcının daha çok ürün satmasına ve daha fazla kâr elde etmesine olanak sağlamaktadır. Sayılan faydaları elde edebilmek için sağlayıcı tarafından perakendecilerine yeterli stok bulundurma, satış öncesi ve sonrası hizmetler, ürünlerin sunumu, personel kalitesi gibi satış şartları getirilmekte; fiyat dışı bu şartlar ile pazarda gerçekleşen güçlü rekabete katkı sağlanmaya çalışılmaktadır (OECD 2019, 9).

Bu gelişmeler sağlayıcı açısından olumlu değerlendirilirken yoğun marka içi rekabet ile birlikte perakendeciler tarafından düşük perakende fiyatları ve kâr marjları sebebiyle endişe duyulmakta ve bu şikâyetler sağlayıcıya bildirilmektedir. BK'da görülen *Replica Kit*<sup>13</sup> ve *Toys*<sup>14</sup> kararları bu duruma örnektir.

*Replica Kit* kararında Umbro, lisanslı taraftar ürünlerinin sağlayıcısıdır. Ürünlerin nihai tüketicilere ulaştırıldığı perakende pazarında ise Allsports, Blacks, JJB Sports, JD ve Sports Soccer mağazaları faaliyet göstermektedir. Umbro, ürün tedarikinde bulunduğu alt pazardaki perakendecilerine tavsiye niteliğinde satış fiyatı önermektedir. Sports Soccer'ın agresif bir şekilde Umbro'nun tavsiye ettiği fiyatların altında fiyatlandırma politikası benimsemesi üzerine rakip perakendeciler, kâr marjlarını koruyabilmek amacıyla toptan satış fiyatını düşürmesi için Umbro'ya baskı yapmaya başlamıştır. Lisanslı futbol ürünleri satışının büyük bir kısmını tek başına gerçekleştiren JJB Sports<sup>15</sup> da Sports Soccer'ın agresif fiyatlandırmasını durdurması için Umbro'ya başvurmuştur. *Toys* kararında ise Hasbro, pazardaki en büyük oyuncak ve oyun üreticilerindendir. Hasbro da benzer şekilde, perakende pazarında faaliyet gösteren Argos ve Littlewoods'tan düşük kâr marjlarıyla ilgili şikâyetler<sup>16</sup> almıştır.

<sup>13</sup> OFT, CA98/06/2003, 01.08.2003.

<sup>14</sup> OFT, CA/98/8/2003, [2004] 4 UKCLR 717.

<sup>15</sup> a.g.k. s. 19.

<sup>16</sup> Argos Ltd & Anor v. Office of Fair Trading [2006] EWCA Civ 1318 [114].

Yaşanan bu şikâyetler sonrasında sağlayıcı tarafından izlenecek iki yol bulunmaktadır: Birinci yol, sağlayıcının toptan satış fiyatını kendi marjı pahasına düşürerek perakendeciye nihai fiyatlarını belirlerken daha fazla alan açmasıdır. Sağlayıcı şayet pazarda güçlü bir pazar payına sahip değil ise bunu yapmak zorundadır (Buccirossi ve Zampa 2013, 95). Sağlayıcı tarafından toptan fiyatlarda yapılacak indirimler kendi kârlılığını düşürürken perakende pazarında yaşanan rekabete katkı sağlayacak ve perakendecinin şikâyetlerini sona erdirecektir.

İkinci seçenek ise sağlayıcının pazardaki yeniden satış fiyatını, perakendecileri teşvik ederek ve yapılacak düzenlemeleri kolaylaştırarak yükseltmesi ya da sabit hale getirmesidir (Odudu 2011, 217). *Replica Kit* kararında söz konusu seçeneğe uygun davranan sağlayıcı Umbro, tüm perakendecilerle tavsiye edilen satış fiyatı veya üzerinde fiyatlandırma yapmaları için ikili iletişime geçmiş ve diğer perakendecilerin de bunu yapmayı planladığının bilgisini vermiştir (Harrington 2018, 31). *Toys* kararında ise Hasbro, Argos ve Littlewoods ile ayrı ayrı olmak üzere anlaşma sağlanacak ürünler ve yeniden satış fiyatının belirlenmesi (*YSFB*) konusunda kapsamlı görüşmeler gerçekleştirmiştir<sup>17</sup>.

Sağlayıcı, piyasadaki fiyatları izleyerek ve tespit edilen fiyata uymayan teşebbüsü cezalandırarak koordineli şekilde oluşturulan perakende fiyatlarındaki artışı istikrarlı ve uygulanması kolay hale getirmektedir (Bennett vd. 2011, 1291). Piyasada oluşturulacak bu yapıya karşı perakendecilerin kendi pazar paylarını kaybetmeyeceklerine ve rakiplerinin belirlenen fiyatları uygulayacağına dair güven duymaları gerekmektedir. *Replica Kit* kararında Umbro tarafından kurulan ve perakendecilerin dolaylı olarak birbirlerinin fiyatlandırma niyetlerinden haberdar olmalarını sağlayan iletişimler sayesinde<sup>18</sup>, her bir perakendeci rakiplerinin ortak şekilde davranacağı ve herhangi bir kayıp yaşamayacağı konusunda ikna

---

<sup>17</sup> Pazarda başka oyuncak perakendecileri olmasına rağmen Hasbro'nun sadece Argos ve Littlewoods'a odaklanmasının sebebi, ikisinin pazar lideri olması ve kurulacak anlaşma bakımından kilit role sahip olmalarıdır. Diğer perakendecilerin koordinasyona herhangi bir dahli olmamış, verilen kararda da bununla paralel olarak sadece anlaşma tarafı üç teşebbüse para cezası verilmiştir (OECD 2019, 6).

<sup>18</sup> Umbro tarafların birbirlerine anlaşmaya uyacakları konusunda güven duymalarını sağlamak amacıyla, ihlale katılan taraflar arasında istisnai de olsa doğrudan bilgi değişiminde bulunulmasını teşvik etmiştir (a.g.k. s. 60). Nitekim Sports Soccer, bu tür toplantılarda diğer perakendecilerin fiyatlandırma niyetleri konusunda güvence talep ettiğini ve bu güvenceyi aldığı doğrulamıştır (a.g.k. s.165). Karar rakipler arasında görülen doğrudan bilgi değişimi nedeniyle diğer topla dağıt kartellerinden farklılık göstermektedir.

olmuştur<sup>19</sup>. Benzer şekilde *Toys* kararında Argos ve Littlewoods'un her biri karşı tarafın pazar payını yükseltmek için yapılan anlaşmadan caymasından ve belirlenen fiyatların altında satış yapmasından endişe etmekte; her bir tarafın anlaşmada belirlenen fiyatlara uyacağından emin olmak istemektedir. Tarafların endişe ettiği bu husus konusunda merkez Hasbro, doğrudan iletişimde bulunmayan perakendecilerin her birine, diğerinin fiyatlar ve ürünler konusunda ortak niyet ve kararda olduğu bilgisini iletmiştir. Her iki kararda da merkez rolünü üstlenen sağlayıcılar, hem doğrudan hem de perakendecilerden alınan bilgiler aracılığıyla anlaşmaya taraf teşebbüslerin davranışlarının sürekli izlenmesinde önemli bir rol oynamıştır (Lubambo 2015, 141).

Özetle sağlayıcının aksamadan işleyen bir kartel için pazarı şeffaflaştırdığı, pazardaki gelişmeleri takip ettiği ve bu takip sonucunda fiyatlara uymayan teşebbüslerin tekrar uyması için harekete geçtiği görülmektedir. Yüksek fiyatların uygulandığı ilk aşamada toplam satış hacminin düşmesi söz konusu olurken, elde edilen toplam kârın rekabetçi durumdan yüksek olması halinde her iki taraf içinde fayda sağlanan ve çıkarların uyumlu hale getirildiği bir senaryo ortaya çıkmakta; diğer yandan artan fiyatlar nihai tüketicilerin ve genel refahın zarar görmesine neden olmaktadır (OECD 2019, 9-10). Buna bağlı olarak marj baskısının yoğun olarak hissedildiği perakende pazarlarında, pazarda oluşacak koordinasyon sonrasında daha yüksek kârlılık oranlarına ulaşacaklarını öngören perakendeciler sağlayıcı tarafından organize edilen bir koordinasyona daha fazla destek vermektedir (Overd 2010).

Kurulacak koordinasyon sonrasında ortaya çıkacak kartel, sonuçları itibarıyla yatay pazarı etkilemekte, ancak fiyatların yükseltilmesinde araç olarak dikey bir kısıtlama türü olan YSFB kullanılmaktadır. Dikey kısıtlamalar, yatay pazarda yer alan teşebbüslerin gizli ya da açık bir uyuşma içine girmelerini kolaylaştırabilecek potansiyele sahiptir (Hovenkamp 2010, 3). Araç olarak kullanılan YSFB alt pazardaki marka içi rekabeti kısıtlayarak üst pazarda paralel fiyatlama mekanizmalarına yardımcı olmakta, diğer taraftan pazar gücüne sahip sağlayıcıların bu güçlerini alt pazarlarda kullanmalarına olanak sağlayarak markalararası rekabetin de zarar görmesine sebep olabilmektedir<sup>20</sup>.

<sup>19</sup> a.g.k. s. 58.

<sup>20</sup> Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz (Dikey Kılavuz), p. 83.

*Replica Kit* kararında OFT, fiyat tespitine yönelik olarak Umbro tarafından perakendecilerle YSFB'ye yönelik ayrı ayrı yapılan anlaşmaların büyük bir bütünün parçası olduğunu belirtmiştir<sup>21</sup>. OFT, Euro 2000 dönemine tekabül eden Nisan 2000-Ağustos 2000 tarihleri arasında futbol kulüplerinin lisanslı ürünlerinin satışında anlaşmaya varıldığını, satış fiyatı tavsiyesinin tek başına yasaya aykırı olmadığını, ancak somut olayda söz konusu durumun YSFB uygulaması haline gelerek odak noktası görevi gördüğünü değerlendirerek taraflara para cezası uygulamıştır (Harrington 2018, 31). *Toys* kararında ise OFT tarafından, Hasbro, Argos ve Littlewoods'un, belirli Hasbro oyuncaklarının ve oyunlarının fiyatını sabitlemek için bir anlaşma ve/veya uyumlu eylem içerisinde oldukları ve nihayetinde amaç bakımından rekabetin kısıtlandığı sonucuna varılmıştır<sup>22</sup>.

Sağlayıcının perakendecilerin çağrılarına cevap verdiği perakendeci kaynaklı topla dağıt kartellerinin oluşma olasılığı, perakende düzeyinin yoğunlaştığı ve perakendecilerin alıcı gücüne sahip olduğu pazarlarda daha yüksektir (Sahuguet ve Walckiers 2014, 3-4). Anlaşma sağlanacak az sayıda perakendecinin olması pazarda fiyat istikrarını veya artış planının uygulanmasını ve fiyatların koordinasyonunu kolaylaştıracaktır. Kurulacak fiyat koordinasyonu, daha küçük perakendecilerin pazar liderlerinin fiyatlandırma politikalarına uyum sağlama eğiliminde oldukları pazarlarda da beklenen etkiyi gösterecektir. Nitekim *Toys* kararında Hasbro, kurulacak anlaşmanın tüm büyük oyuncak perakendecileri tarafından takip edilmesi için en büyük iki oyuncu olan Argos ve Littlewoods'un gemiye alınmasının yeterli olduğu görüşünü benimsemiştir, zira söz konusu iki teşebbüs dışında kalan perakendeciler fiyat takipçileridir<sup>23</sup>. Diğer yandan perakende pazarının rekabetçi olması; perakendecilerin pazar gücünün bulunmaması, bir başka deyişle alıcı gücüne sahip olmaması halinde perakendeciler tarafından farklı tedarik kanallarına geçebileceklerine dair sağlayıcıya yöneltilen tehditlerin bir önemi bulunmamaktadır.

Arz tarafında bulunan sağlayıcıların oluşturduğu pazarın rekabetçi olması halinde, perakendecilerin satın alma güçlerini kullanmaları ve sağlayıcıları istedikleri noktaya getirerek topla dağıt kartelini kurmaları daha muhtemeldir.

---

<sup>21</sup> Argos Ltd & Anor v. Office of Fair Trading [2006] EWCA Civ 1318 [114], s. 113.

<sup>22</sup> a.g.k. s. 1.

<sup>23</sup> a.g.k. s. 55.

Ancak *Toys ve Replica Kit* vakalarında olduğu gibi, perakendeci kaynaklı topla dağıt kartelinin, güçlü sağlayıcıların bulunduğu pazarlarda görülme ihtimali de yüksektir (OECD 2019, 10,11).

### 1.2.2. Sağlayıcının Aktarmak İstedığı Maliyet Artışları

Maliyet artışlarıyla karşı karşıya kalan sağlayıcı bu artışların bir kısmını perakendecilere aktarmak isteyebilir. Ancak perakende pazarı rekabetçi ise, perakendeciler tarafından bu artışın tamamen nihai tüketicilere yansıtılması güçleşmektedir. Bu noktada sağlayıcı devreye girerek maliyet artışlarına bağlı olarak yapılan fiyat artışının daha yüksek perakende fiyatları şeklinde nihai tüketicilere aktarılmasını sağlamaya çalışabilmektedir. Söz konusu senaryo, perakendeciler genelinde perakende fiyat seviyesinde genel bir artışı ve yeni fiyatlandırma planına bağlı kalındığı müddetçe tüm perakendecilerin avantajlı olacağını vaat ederek; diğer yandan perakendecilerin dezavantajlı duruma düşmesini önlemek için bilgi değişimi, güvence verme, izleme, teşvikler sunma ve uyulmaması halinde cezalandırma gibi yöntemlerle uyumu kolaylaştırarak uygulanabilir (OECD 2019, 11). Çiğ süt fiyatlarının artışı konu edinen *Tesco*<sup>24</sup> kararı bu senaryonun tipik bir örneğini oluşturmaktadır. İlgili kararda OFT, 2002 ve 2003 yıllarında belirli süt ürünlerinin perakende fiyatlarını artırmak amacıyla pazardaki bazı süpermarketler ve süt ürünleri işleyicilerinin/sağlayıcılarının<sup>25</sup> hassas ticari bilgileri paylaştığı tespitinde bulunmuştur<sup>26</sup>. İhlalin amacı, çiftçilerin üretmiş oldukları çiğ süt fiyatlarındaki artışı, toptan ve perakende seviyesinde peynir fiyatlarının artışı yolu ile desteklemektir<sup>27</sup>. Zira sağlayıcılar süpermarketlere aktarmak istedikleri bir maliyet artışıyla karşılaşmışlardır<sup>28</sup>.

Süpermarketler (*uçlar*), fiyat artışına yönelik planlarını aralarında doğrudan paylaşmak yerine, merkez olarak hareket eden sağlayıcı aracılığıyla bilgi değişiminde bulunmuşlardır. Merkez, perakendecilerin fiyatlandırma niyetlerini her biriyle ayrı ayrı kurduğu iletişimler yoluyla paylaşarak, süpermarketler arasında

---

<sup>24</sup> Facts are from Decision of the Office of Fair Trading, CA98/03/2011, Dairy retail price initiatives, 26 July 2011, (Case CE/3094-03).

<sup>25</sup> *Tesco* kararıyla ilgili kısımlarda bundan sonrası için sağlayıcı ifadesine yer verilecektir.

<sup>26</sup> Karar farklı ürün grupları hakkında birkaç bölüm içermektedir, ancak çalışma kapsamında yalnızca peynir fiyatlarını yükseltmek için kurulan topla dağıt karteli incelenecektir.

<sup>27</sup> a.g.k. p. 14.

<sup>28</sup> a.g.k. p. 231.

karşılıklı anlayışın sağlanmasında kilit rol oynamış, ayrıca süpermarketlere rakiplerinin belirlenen fiyatlara uyacaklarının bilgisini ve fiyatların tüm pazarda artacağına garantisini vermiştir (Harrington 2018, 32). Merkez tarafından verilen fiyat artışı garantisi süpermarketler açısından ihlal tarafı olmak kararı noktasında son derece belirleyicidir. Örneğin Sainsbury's yetkilisi rakiplerinin fiyat artış planını desteklememeleri halinde kendilerinin de bu plana uyamayacaklarını ifade etmiştir<sup>29</sup>. Dolayısıyla standart bir topla dağıt karteliyle tutarlı olarak merkez, bir süpermarkete rakiplerinin de aynı şeyi yapacağına garantisini vererek süpermarketlerin fiyatlandırma niyetlerini rakipler arasında yaymıştır.

Kararda OFT tarafından, süpermarketlerin ve sağlayıcıların rekabetin kısıtlanması amacını taşıyan bir uyumlu eyleme taraf oldukları ve bu yolla fiyatların yükselmesine neden olarak rekabeti ihlal ettikleri tespitinde bulunulmuştur (FCA 2019, 89).

Bahsi geçen sağlayıcı davranışı, pazar gücü bulunan bir sağlayıcının ya da benzer maliyet ve paralel davranış yapılarına sahip olan sağlayıcıların bulunduğu pazar yapılarında daha mümkün görünmektedir. Tek başına veya birlikte pazar gücüyle desteklenen ve paralel davranışların görüldüğü bir yapı olmadan perakendecilerin daha yüksek toptan satış fiyatlarını kabul etmeye ikna olmaları ihtimalinin düşük olması beklenmektedir. Sağlayıcı pazarının daha rekabetçi olduğu bir yapıda perakendecilerin rekabet karşıtı bir perakende fiyat artışının başarısına güvenmek yerine daha mantıklı yol olan sağlayıcı değişimine gitmeleri daha olası görülmektedir.

Her ne kadar topla dağıt karteli tespiti yapılmamış olsa da Polonya Rekabet Otoritesi (*UOKIK*) tarafından alınan ve taraflarını oligopol bir pazar yapısına sahip boya ve vernik sağlayıcılarıyla kendin yap mağaza zincirlerinin (*do it yourself-DIY*) oluşturduğu *Paints and Varnishes*<sup>30</sup> kararı bir diğer örnek olarak verilebilir.

İlgili olayda hammadde fiyatlarının artmasıyla birlikte, sağlayıcılar boya ve verniklerin toptan fiyatlarını yükseltmek istemiş, ancak kâr marjlarının azalacağı endişesini taşıyan perakendeciler buna direnç göstermiştir (Harrington 2018, 38). Bunun üzerine 2005 yılının başlarında, boya ve vernik üreticisi olan Polifarb

---

<sup>29</sup> a.g.k. p. 231.

<sup>30</sup> UOKIK Decision DOK-1-400/7/05/MB/AS.

Cieszyn Wroclaw (PCW), perakendecileri daha yüksek perakende fiyatları belirlemeye teşvik etmek için bir plan oluşturmuştur. Tüm büyük DIY zincirlerinin PCW tarafından belirlenen fiyatlara uyması, planın başarısının anahtarıdır. Perakendecilerden birinin sapması, genellikle diğer rakiplerin ani tepki vermesine ve birbirleriyle rekabet edebilmek için perakende fiyatlarını düşürmelerine veya düşürmekle tehdit etmelerine yol açmaktadır. Teşebbüslerden birinin belirlenen fiyatlara uymaması halinde tedarikler durdurulurken, anlaşmaya uyan tarafları ödüllendirmek amacıyla dengeleyici bir indirim ödenmektedir. PCW, tüm DIY zincirleriyle ikili dikey anlaşmalar imzalamış ve konuyla ilgili olarak teşebbüslerin her birini bilgilendirmiştir. Perakendeci düzeyinde herhangi bir iletişim yaşanmamış, teşebbüsler arasında gerçekleşen tüm bilgi değişimi dolaylı olarak PCW vasıtasıyla gerçekleştirilmiştir. PCW ayrıca, perakende pazarındaki teşebbüsler arasında yaşanan anlaşmazlıkların çözümünde de başat rol oynamıştır (Bolecki 2011, 32-33).

Dosyada yer alan uygulamalar her ne kadar topla dağıt kartelini açıkça tanımlayacak özelliklere sahip olsa da perakendeciler arasında doğrudan gizli anlaşma olduğuna dair herhangi bir gösterge bulunamadığından sağlayıcılar tarafından YSFB uygulamasına gidildiği gerekçesiyle sağlayıcılar cezalandırılmış, perakendeciler ise herhangi bir ceza almamıştır (Bolecki 2011, 17-18). Ancak yapılan değerlendirmelerde sağlayıcının merkez olarak yer aldığı ve perakendecileri yönettiği yatay anlaşma niteliğine vurgu yapılmış olup karar metninde yer alan ifadeler de uygulamaları topla dağıt karteli olarak tanımlamaktadır (OECD 2019, 12).

PCW'nin tasarladığı planda başarılı olması, sağlayıcı pazarında faaliyet gösteren Akzo Nobel ve Tikkurila'yı benzer sistemler oluşturmaları konusunda teşvik etmiş ve her biri kendi topla dağıt kartelini kurmuştur (Harrington 2018, 37). Bu durum ise markalar arası rekabetin zarar görmesine sebep olmuştur.

Oligopol yapıda olan bir sağlayıcı pazarının karşısında rekabetçi bir perakende pazarının olması durumunda, sağlayıcı tarafından toptan satış fiyatının yükseltilmesi daha kolay olacaktır. Çünkü perakendeciler sağlayıcı konusunda sınırlı sayıda alternatifte sahip olduklarından maliyet artışının bir kısmını içselleştirmek zorunda kalacaklardır. Oligopol yapıda olan bir sağlayıcı pazarının

karşısında perakende pazarının sınırlı da olsa alıcı gücüne sahip teşebbüslerden oluşması halinde ise, sağlayıcı perakendecisini kaybetmek istemeyeceğinden, alt pazardaki maliyet artışına sebep olacak adımlar konusunda daha dikkatli davranacak ve alternatif yollar bulmaya çalışacaktır. Bu nedenle sağlayıcı kaynaklı topla dağıt kartelinin perakende düzeyindeki sınırlı sayıda oyuncudan oluşan veya bazı güçlü perakendecilerle fiyat takipçisi olan daha küçük ölçekli perakendecilerden kurulu karma bir pazar yapısında görülmesi daha mümkün olacaktır.

Almanya Federal Kartel Ofisinin (*Bundeskartellamt*) gıda perakendeciliği ve tedarik pazarlarının piyasa yapısına ilişkin yaptığı gözlemlerle bu hususlar desteklenmektedir. Bira<sup>31</sup>, kahve<sup>32</sup> ve meyveli şeker<sup>33</sup> pazarlarındaki<sup>34</sup> YSFB ihlalleri, sağlayıcı kaynaklı topla dağıt kartelleriyle güçlü benzerliklere sahiptir.

Söz konusu kararlarda maliyet artışlarının sağlayıcılar tarafından perakendecilere aktarılmak istendiği, bunun için perakende pazarında yer alan güçlü teşebbüslerin daha yüksek satış fiyatları konusunda ikna edilmeye çalışıldığı, tüm sürecin merkez konumundaki sağlayıcı vasıtasıyla gerçekleşen dolaylı bilgi değişimleri yoluyla yürütüldüğü, sağlayıcının sürecin izlenmesi ve sapmalar durumunda müdahale edilmesi konusunda belirleyici olduğuna dikkat çekilmektedir (OECD 2019, 29). Buna ek olarak ilgili olaylarda perakende pazarının % 85'ine sahip dört büyük perakendeciyle yoğunlaşmış bir yapı sergilediği, sağlayıcı pazarının da aynı şekilde birkaç büyük teşebbüsten oluştuğu ve yoğunlaşmış bir yapıda olduğu belirtilmektedir (Bundeskartellamt 2017, 13).

Diğer yandan benzer mantık çerçevesinde sağlayıcı kaynaklı koordinasyona Belçika Rekabet Otoritesi (*Belgian Competition Authority, BCA*) tarafından alınan *Drugstore, Perfumery and Hygiene Products*<sup>35</sup> kararı örnek verilebilir. BCA, Haziran 2015'te, 2002 ile 2007 yılları arasında 18 teşebbüsün (*7 perakendeci ve 11 sağlayıcı*), eczane, parfümeri ve hijyen (*DPH*) ürünlerinin perakende fiyatlarını

<sup>31</sup> Bundeskartellamt, B10-20/15, 14.12.2016.

<sup>32</sup> Bundeskartellamt, B10-050/14, 18.01.2016.

<sup>33</sup> Bundeskartellamt, B10-040/14, 14.12.2016.

<sup>34</sup> Çalışmanın devam eden bölümünde her üç karar birlikte *Gıda Perakendeciliği* kararı olarak anılacaktır.

<sup>35</sup> Belgian Competition Authority (*BCA*), Decision No. ABC-2015-I / O-19-AUD of June 22, 2015, Case CONCI/O-06/0038.



artırmak için<sup>36</sup> bilgi değişiminde bulunduğunu tespit etmiştir (Favart 2015). Kararda sağlayıcıların ve perakendecilerin kendi aralarında doğrudan bilgi değişiminde bulunmadığı<sup>37</sup>, perakendecilerin davranışlarını sağlayıcıları aracılığıyla koordine ettiği ve her bir sağlayıcının kendi ürünleri için merkez görevi gördüğü tespit edilmiştir. İnceleme sonucunda sağlayıcılar arasında herhangi bir iletişim deliline rastlanmamıştır (Harrington 2018, 38).

BCA ihlalin dört aşamada meydana geldiğini tespit etmiştir<sup>38</sup> (Mattioli 2016, 262):

- i. Sağlayıcının perakendecilere ürünleriyle ilgili öngörülen fiyat artışı bilgilerini aktardığı başlangıç aşaması (Bu aşamada perakendecilerin sağlayıcıyla paylaştığı bilgiler sağlayıcı tarafından ihlal tarafı diğer perakendecilere aktarılmaktadır.),
- ii. Sağlayıcının ve perakendecilerin, özellikle artış miktarı, uygulama tarihi ve katılımcılarla ilgili olarak önerilen fiyat artışını tartıştıkları müzakere aşaması,
- iii. Belirlenen fiyatların uygulanması aşaması,
- iv. Son olarak, her sağlayıcının kendi ürünleriyle ilgili olarak, koordineli fiyat artışının fiili uygulamasını kontrolü aşamasıdır. Bu aşamada perakendeci, rakiplerinden birinin anlaşma ve/veya uyumlu eylemden sapma gösterdiğini öğrendiğinde sağlayıcıya başvurarak müdahale edilmesini talep etmektedir.

Söz konusu düzenlemelerin daha yüksek fiyatlara ve daha düşük satış hacmine sebep olmalarından ötürü genel refaha olumsuz etkilerinin bulunduğu açıktır. Kurulan topla dağıt karteli sonucunda girdi maliyetleri yükünün fiyat artışı yoluyla nihai tüketicilere aktarılması sağlayıcı ve perakendeciler arasındaki mârj paylaşımına katkı sağladığından anlaşma tarafı teşebbüslerin çıkarları birbirleriyle uyumludur (OECD 2019, 13).

---

<sup>36</sup> a.g.k. p. 20.

<sup>37</sup> a.g.k. p. 8.

<sup>38</sup> a.g.k. p. 31-34.

### 1.2.3. Sağlayıcı Anlaşması

Klasik zarar teorisi, sağlayıcıların neden daha düşük satış hacimleriyle sonuçlanan perakendeci koordinasyonuna dahil olduklarını açıklamaktadır. Sağlayıcılar arasında toptan satış fiyatlarına yönelik bir anlaşma kurmak anlaşmanın uygulanışını takip açısından görece daha fazla zorluk içermekteyken; nihai perakende fiyatlarının izlenmesi sağlayıcı açısından daha kolaydır (Bennett vd. 2011, 1290-1291).

Bu senaryoda, sağlayıcılar perakendecileri belirli bir fiyat seviyesine bağlı kalmaya veya fiyatları artırmaya ikna etmek durumunda olup bunu başarmak için gereken mekanizmalar önceki senaryolarla benzerlik göstermektedir<sup>39</sup>. Burada fiyatlar YSFB aracılığıyla dizayn edilebilmektedir. Özellikle perakende düzeyindeki teşebbüslerin bir dereceye kadar alıcı gücüne sahip olmaları planın işlerliğini kolaylaştırmaktadır (Anchustegui ve Nowag 2017, 6). Nihayetinde fiyat artışı tüm sağlayıcıları kapsadığından fiyatlar yükselip üretim miktarı düşecek ve genel refah etkisi olumsuz olacaktır.

Arz tarafındaki oligopolcü sağlayıcı pazarı, perakendecilerin fiyat artışlarına itiraz etmeleri durumunda tedarik alternatifleri bulmalarını zorlaştıracağı için kurulacak topla dağıt karteline uygun zemin hazırlamakta, ayrıca sağlayıcıların motivasyon kaynaklarına açıklık getirmektedir (OECD 2019, 14). ABD'deki *E-book*<sup>40</sup> davası hem bu başlık altında incelenen topla dağıt karteli tipine hem de bir sonraki başlıkta ayrıntılarıyla işlenecek güçlü perakendecilerin yol açtığı topla dağıt karteli türüne örnek teşkil etmektedir.

Karar e-kitap sektöründeki beş<sup>41</sup> sağlayıcı/yayıncı<sup>42</sup> ile Apple ve Amazon arasındaki eylemleri konu edinmektedir. 2007 yılı Kasım ayında Kindle ürününü piyasaya süren Amazon, e-kitap (*e-book*) fiyatlarını 9,99 ABD doları seviyesine düşürmüş, diğer e-kitap satıcıları da Amazon'u takip ederek fiyatlarını aynı seviyeye çekmiştir. Yayıncılar e-kitap fiyatlarında yaşanan düşüşten rahatsız olarak aralarında fiyatları yükseltmek ve Amazon'un pazarda büyümesini engellemek

---

<sup>39</sup> bkz. s. 11.

<sup>40</sup> United States v. Apple, Inc., 791 F.3d 290 (2d Cir. 2015).

<sup>41</sup> Pazarda altı büyük kitap yayıncısı bulunmakta ve bunlar “*Big Six*” olarak anılmakta olup Apple bunlardan beşi ile anlaşmaya varmıştır.

<sup>42</sup> Devam eden kısımda sağlayıcı/yayıncı yerine geçen yayıncı ifadesi kullanılacaktır.

amacıyla harekete geçmiştir. Devam eden süreçte e-kitap sektörüne Ipad’le giriş yapan Apple ve beş e-kitap yayıncısının, e-kitapların Apple ile yapılacak acentelik sözleşmesiyle satılması konusunda anlaştıkları ve e-kitapların perakende fiyatını sabitlemek için yayıncılarla iş birliği kurmaktan dolayı Sherman Yasası’nın 1. bölümünü ihlal ettikleri tespit edilmiştir<sup>43</sup>. ABD Temyiz Mahkemesi (*TM*) Apple’ın her bir yayıncıyla yaptığı anlaşmanın tek başına rakipler arası gizli bir anlaşmayı ortaya koyamayacağına, ancak her bir yayıncının bağımsız olarak hareket etmediği yönündeki delillerin Apple ve yayıncılar arasında gizli bir anlaşmayı kanıtladığına hükmetmiştir<sup>44</sup> (Harrington 2018, 46).

Arz tarafında yer alan sağlayıcıların bir araya gelip kurmaya çalıştıkları anlaşma, alternatif perakende pazar yapılarına göre farklı şekillere bürünmekte ve her uygulama çeşidi sağlayıcılar açısından anlaşmanın kurulması ve sürdürülmesi amacıyla katlanılacak maliyetleri farklılaştırmaktadır. Perakende pazarının rekabetçi olduğu ve küçük ölçekli teşebbüslerden oluştuğu senaryoda, sağlayıcıların bir araya gelerek kurdukları kartel sonucunda uygulanacak toptan fiyatlardaki artış, perakende pazarında nihai fiyatların artışı şeklinde karşılık bulacağından sağlayıcılar ayrıca topla dağıt karteli kurmaya ihtiyaç duymayabilir. Diğer yandan perakende pazarının oligopolistik özellikler taşıdığı veya birkaç büyük teşebbüsün ve onları takip eden küçük teşebbüslerin bulunduğu pazar yapısında koordinasyon kurmak, daha az sayıda teşebbüsün takibini gerektireceği için sağlayıcılar açısından daha az maliyetli olabilecektir. Ancak böyle bir durumda, perakendeciler alıcı gücüne sahip olduklarından, daha güçlü bir anlaşma tarafı olarak kendi çıkarlarına yönelik daha fazla talepte bulunabilecektir.

Şili Rekabet Otoritesi (*Chilean Competition Authority, CCA*) tarafından beyaz et piyasasında kurulan topla dağıt kartelinin ortaya çıkartıldığı *Chicken*<sup>45</sup> kararı, sağlayıcı teşebbüsler arasında kurulan kartel sonucunda ülkenin en büyük üç süpermarket zincirini oluşturan perakende düzeyindeki teşebbüslerin topla dağıt karteli kurmaya teşvik edildiği örnek karar niteliğindedir. Söz konusu ihlal üç kümes hayvanı sağlayıcısı arasında kurulan ve 10 yıl süreyle devam ettirilen kartel soruşturması sırasında ortaya çıkartılmıştır. Sağlayıcılar tarafından

---

<sup>43</sup> United States District Court for the Southern District of New York, Civil Action No. 1:12-CV-2826, Competitive Impact Statement, April 11, 2012, p. 4-5.

<sup>44</sup> United States v. Apple, Inc., 791 F.3d 290 (2d Cir. 2015).

<sup>45</sup> Judgment No. 167/2019.

YSFB yoluyla perakende pazarında kurulan topla dağıt kartelinde sağlayıcılar merkez, perakendeciler ise uç olarak hareket etmiş olup perakendeciler, sağlayıcı aracılığıyla belirlenen fiyatlara ilişkin sapmaları takip edebilmişlerdir. İnceleme sonucunda rekabetin ihlal edildiği tespit edilmiş ve taraflara para cezası uygulanmıştır (Bueno 2021, 34-35).

1.2.2. no.lu başlıkta ayrıntılarına yer verilen *Gıda Perakendeciliği*<sup>46</sup> kararları da sağlayıcıların paralel davranışlarından kaynaklanan topla dağıt kartelleriyle benzerlik göstermektedir. Söz konusu soruşturmalar sonucunda sağlayıcı teşebbüsler YSFB nedeniyle cezalandırılmıştır. İlgili soruşturmalardan önce ise söz konusu pazarında rakipler arasında rekabete hassas bilgi alışverişi iddialarıyla ilgili incelemeler yapılmıştır. Her ne kadar iki ayrı inceleme konusu varmış gibi görünse de iki anlaşmanın bir bütün olarak sağlayıcı anlaşmasına dayalı bir topla dağıt karteli uygulamasıyla güçlü benzerliklerinin bulunduğu ileri sürülmektedir (Becker ve Vollmer'den aktaran OECD 2019, 15).

1.2.2. no.lu başlıkta ayrıntılarına yer verilen *Drugstore, Perfumery and Hygiene Products*<sup>47</sup> ve *Paints and Varnishes*<sup>48</sup> kararları da sağlayıcıların davranışlarındaki çarpıcı paralelliklere örnek olarak verilebilir. Ancak her iki kararda da sağlayıcılar arasında doğrudan gizli anlaşma olduğuna dair herhangi bir kanıt ulaşılamamıştır. Anılan kararlar, sağlayıcı pazarındaki oligopolistik yapının, sağlayıcı kaynaklı topla dağıt kartelini daha olası hale getirdiğini göstermektedir (Bueno 2021, 15).

Diğer yandan sağlayıcıların kendi aralarında kurdukları kartel sonrası perakende düzeyinde teşvik ettikleri topla dağıt karteli ile kartelin parçası olan perakendeciler, kartelin parçası olmayan perakendecileri anlaşma kapsamında belirlenen fiyatlara uymaya zorlamak amacıyla, sağlayıcılar karşısındaki güçlü konumlarını kullanarak pazar çapında YSFB uygulamasını isteyebilmektedir.

#### **1.2.4. Güçlü Bir Perakendecinin Sağlayıcı Düzeyinde Anlaşmayı Teşvik Etmesi**

Bir perakendecinin merkez olarak hareket etme ve üst pazardaki sağlayıcıların davranışlarını koordine etme motivasyonunun, esas olarak tek tarafı zarar teorileriyle bağlantılı olduğu görülmektedir (OECD 2019, 16).

<sup>46</sup> Cases B10/-040/14, B10-041/14, B10-050/14, B10-20/15.

<sup>47</sup> Belgian Competition Authority, ABC-2015-I/O-19-AUD, 22.06.2015.

<sup>48</sup> UOKiK Decisions DOK-1-400/7/05/MB/AS; DOK1-410/1/06/AS; DOK1-410/2/06/AS.

Güçlü bir perakendeci, sağlayıcıları tarafından kurulacak bir anlaşmadan rakipleri karşısında avantajlı hale gelebileceği birçok fayda sağlayabilir. Sağlayıcılar arasında kurulacak yatay bir anlaşma, perakendecinin rakiplerini kendi pazar stratejisine uygun hale getirilebilmesini, rekabet güçlerinin azaltılmasını, pazardan çıkışlarının hızlandırılmasını sağlayabilecek veya pazara girişlerini engelleyebilecektir. Dolayısıyla en nihayetinde anlaşmaya merkez olarak hizmet eden perakendeci pazar gücünü artırabilecek ve düzenlemeden kazançlı çıkabilecektir. Söz konusu yapı 1.2.1. no.lu başlık altında yer verilen perakendeci kaynaklı topla dağıt kartellerinin ardından ikinci tip perakendeci kaynaklı ihlal türü olarak karşımıza çıkmaktadır. *Interstate Circuit*<sup>49</sup> ve *TRU*<sup>50</sup> davaları, etkili koordinasyonun sağlayıcıların çekincelerinin üstesinden gelmeye ne kadar yardımcı olabileceğini gösteren perakendeci kaynaklı topla dağıt karteline örnektir (Harrington 2018, 10-18).

ABD'deki en büyük film gösterimcilerinden biri olan Interstate Circuit, hem yeni çıkan filmlerin gösterildiği ilk sinema salonlarını hem de piyasaya sürüldükten bir süre sonra daha düşük bir fiyatla filmlerin gösterildiği ikinci sinema salonlarını işletmektedir. İlk gösterim ücreti olan 40 sentin (*cent*) tersine 25 sentten daha düşük bir fiyata film gösteren ikinci gösterim sinemalarının sert rekabeti nedeniyle Interstate Circuit ilk gösterim sinemalarındaki satışlarını kaybetmiştir. Bunun üzerine harekete geçen teşebbüs, dağıtıcılar/sağlayıcılar<sup>51</sup> ile ikinci kez gösterime giren filmler için 25 sentten daha az ücret talep edilmemesi konusunda anlaşma sağlamaya çalışmıştır. Ayrıca Interstate Circuit, anlaşmaya uyulmaması halinde, dağıtıcıları filmlerini sinemalarında göstermemekle tehdit etmiştir. Söz konusu davada Interstate Circuit merkez, film dağıtıcıları ise uç olarak hareket etmiştir. Interstate Circuit tarafından önerilen planın ancak pazardaki çoğu film dağıtıcısının bağlı kalması halinde işe yarayabilecek olmasından ötürü Interstate Circuit'in plana olabildiğince fazla sayıda film dağıtıcısını dâhil etmesi gerekmiştir. Zira aksi senaryoda, plana dahil olan bir dağıtıcının bağımsız hareket eden diğer bir dağıtıcıya karşı satışlarını kaybetme ve bu durumun yaşanması halinde ise teşebbüs tarafından dağıtıcılara karşı yapılan tehdidin inandırıcılığını

<sup>49</sup> *Interstate Circuit, Inc. v. United States*, 306 U.S. 208 (1939).

<sup>50</sup> US Courts of Appeals, 98-4107, 01.08.2000.

<sup>51</sup> Interstate Circuit kararına ilişkin anlatımın yapıldığı kısımda bundan sonrası için dağıtıcı ifadesine yer verilecektir.

yitirme riski bulunmaktadır. Bu nedenle Interstate Circuit tarafından dağıtıcıların her birinin temsilcisine hitap eden ve sunulan tekliflerin rakipleri tarafından da değerlendirildiğinin açık olduğu mektuplar gönderilmiştir. Mektupları, Interstate Circuit ile her bir dağıtıcı arasında yaşanan ikili görüşmeler izlemiştir (Orbach 2019, 1477 ve 1478). Interstate Circuit, bir merkez olarak hareket ederek uçları fiyatları artırma planına katılmaya ikna etmeyi başarmış, böylece dağıtıcılar arasında fiilen herhangi bir doğrudan iletişim gerçekleşmeden pazardaki rekabetin sınırlandırılmasını sağlamıştır (Klein 2020, 128, 129).

ABD Yüksek Mahkemesi (YM) *Interstate Circuit* davasının Sherman Yasasının 1. maddesini ihlal eden yatay bir anlaşma ve/veya uyumlu eylem olduğu tespitinde bulunmuş ve dağıtıcılardan istenen fiyatların artırılması ve kalitenin düşürülmesi hususlarını ise Sherman Yasasının 2. maddesini ihlal eden dışlayıcı davranışlar (*alıcı gücünün kötüye kullanılması*) kapsamında değerlendirmiştir (OECD US 2019, 5).

Benzer şekilde TRU davası da perakendecinin merkez, sağlayıcıların ise uç olarak hareket ettiği topla dağıt karteli örneklerindedir. TRU, ABD oyuncak pazarında %20 pazar payıyla en büyük oyuncu ve sağlayıcılar açısından vazgeçilmez bir perakendeci konumundadır<sup>52</sup>. TRU oyuncak pazarında faaliyet gösteren depo kulüplerinin (*warehouse club*) düşük fiyatlarla satış yapmasından rahatsızlık duymuş ve düşük perakende fiyatlarını engellemek amacıyla sağlayıcıların her biriyle ayrı ayrı görüşmeler gerçekleştirmiştir. TRU ve sağlayıcılar arasında yapılan görüşmeler esnasında pazardaki büyük sağlayıcılar, rakiplerinin de uyması halinde depo kulüplerine ürün vermeyeceklerini belirtmişlerdir<sup>53</sup>. Teşebbüsler arasında varılan uzlaşma sonucunda depo kulüplerine sadece TRU tarafından onaylanan ürünlerin verilmesi konusunda on farklı sağlayıcıyla bağımsız dikey anlaşmalar yapılmıştır<sup>54</sup>. Depo kulüplerine yapacakları satışları sınırlandıracak olan sağlayıcıların en büyük endişesi rakiplerinin bunu yapmaması halinde düşecekleri dezavantajlı durum olarak görülmektedir. Bu duruma düşmemek için sağlayıcılar rakiplerinin de aynı kurala tabi olduğuna dair TRU'dan güvence istemiş ve rakipleri karşısında dezavantajlı

---

<sup>52</sup> a.g.k. s. 3.

<sup>53</sup> a.g.k. s. 6.

<sup>54</sup> a.g.k. s. 5.

duruma düşmekten kaçınmak için eşit bir oyun alanı istediklerini bildirmişlerdir (Harrington 2018, 13). TRU tüm sağlayıcılara rakiplerinin anlaşma ve/veya uyumlu eyleme uyacakları konusunda güvence sağlamış ve böylece sağlayıcılar TRU üzerinden birbirlerini kontrol etmişlerdir.

Devam eden süreçte TRU tüm sağlayıcıları izlemiş, anlaşmadan sapma gösterilen durumlarda ise teşebbüsleri uyarmaya başlamıştır<sup>55</sup>. TRU'nun kurguladığı plan sadece fiyatların yükseltilmesiyle sınırlı kalmamış, depo kulüplerinin sağlayıcılar tarafından dışlanması sonucunu da doğurmuştur. İhlal süresince sağlayıcıların birbirleriyle doğrudan iletişime geçmeleri nadiren yaşanmakla birlikte esas olarak tüm süreç TRU üzerinden sağlanan dolaylı bilgi değişimi yoluyla ilerlemiştir. Dava kapsamında TM tarafından TRU'nun çeşitli sağlayıcılar arasında yatay bir anlaşma düzenlediği ve uyguladığı, TRU'nun kurulan kartelde merkez olarak hareket ettiği tespitinde bulunulmuştur (Klein 2017, 18).

Yer verilen örneklerden de görüldüğü üzere, alt pazardaki perakendecinin güçlü bir pazar payına sahip olmadan sağlayıcıları böyle bir anlaşma kurmaya ikna etmesi zor olacaktır. Kurulan anlaşma yatay düzlemdeki sağlayıcıları elde edecekleri kazanç bakımından ikna etmelidir; aksi takdirde, sağlayıcıları diğer perakendeci alternatiflerine zarar vererek tek bir perakendeciye bağımlılıklarını artırmaya ikna etmek ticari hayatın genel mantığına ters düşecektir.

Ancak bu durumun tersi bir önceki başlık altında ayrıntılarına yer verilen *E-book*<sup>56</sup> kararında göze çarpmaktadır. Çünkü Apple pazara yeni giren ve e-kitap pazarında herhangi bir gücü olmayan bir teşebbüstür. Ancak Apple'ın sağlayıcılar nezdinde oluşan ve onları birlikte hareket etmeye iten bu itibarını halihazırda dijital piyasalardaki marka gücüne dayandırmak mümkündür.

Öte yandan tek taraflı davranış modelini esas alan topla dağıt karteli senaryolarında, perakendeci tarafından başlatılan bir anlaşma girişimi üst pazarda az sayıda sağlayıcının olması halinde başarıya ulaşma şansını artırabilecektir. Aksi durumda alt pazarda merkez rolünde bulunan perakendeci için koordinasyonu başlatmak ve denetlemek oldukça maliyetli olabilecektir.

---

<sup>55</sup> a.g.k. s. 5.

<sup>56</sup> United States v. Apple, Inc., 791 F.3d 290 (2d Cir. 2015).

Bu tip perakendeci kaynaklı bir topla dağıt kartelinin sonucunda negatif refah etkileri meydana gelecek olup perakendecinin elinde bulunan tek taraflı pazar gücü, daha yüksek fiyatlar ve kalite, çeşitlilik, yenilik vb. gibi fiyat dışı rekabet parametrelerinde azalmayla kendini gösterebilecektir.

Topla dağıt karteli oluşum türlerine ilişkin genel bakış niteliğindeki Tablo-1'e aşağıda yer verilmektedir:

**Tablo 1:** Topla Dağıt Karteline Genel Bakış

Topla Dağıt Kartelinin Ortaya Çıkış Şekilleri	Merkez ve Uç Ayrımı	Başarılı Bir Topla Dağıt Karteli için Sağlayıcı Pazar Yapısı Özellikleri	Başarılı Bir Topla Dağıt Karteli için Perakendeci Pazar Yapısı Özellikleri	Rekabetin Kısıtlandığı Seviye	Örnek Kararlar
Sağlayıcıların Perakendecilerin Çağrılarına Cevap Vermesi	Merkez: Sağlayıcı Uç: Perakendeciler	Rekabetçi pazar yapısı (ancak belirli bir pazar gücüne sahip olması kolaylaştırıcı etkindir)	Perakende pazarının yoğun olması; perakendecilerin alıcı gücüne sahip olması	Esas etki: Marka içi rekabet Muhtemel etki: Markalar arası rekabet	Replica Kit ve Toys kararları.
Sağlayıcıların Aktarmak İstedikleri Maliyet Artışları	Merkez: Sağlayıcı Uç: Perakendeciler	Sağlayıcıların pazar gücüne ya da benzer maliyet ve paralel davranış yapılarına sahip olması	Rekabetçi pazar yapısı (ancak belirli bir pazar gücüne sahip olması kolaylaştırıcı etkindir)	Esas etki: Marka içi rekabet Muhtemel etki: Markalar arası rekabet	Tesco , Drugstore, Perfumery and Hygiene Products, Paints and Varnishes ve Almanya Perakende kararları.
Sağlayıcı Anlaşması	Merkez: Sağlayıcı Uç: Perakendeciler	Oligopolistik pazar yapısı	Oligopolistik pazar yapısı ya da birkaç büyük teşebbüs ve onları takip eden küçük teşebbüslerin bulunduğu pazar yapısı	Esas etki: Marka içi rekabet ve markalar arası rekabet	E-book ve Chicken kararları
Güçlü Bir Perakendecinin Sağlayıcı Düzeyinde Anlaşmayı Teşvik Etmesi	Merkez: Perakendeci Uç: Sağlayıcılar	Az sayıda teşebbüsün yer aldığı bir pazar yapısı	Pazar gücüne sahip perakendeci pazarı	Esas Etki: Markalar arası rekabet Muhtemel Etki: Marka içi rekabet	Interstate Circuit ve TRU kararları

**Kaynak:** Harrington 2018, 7-44.

Tablo-1'de görüldüğü üzere pazarın bir veya her iki tarafı bir dereceye kadar pazar gücü ile karakterize edildiğinde veya paralel hareket ettiğinde, topla dağıt kartelinin görülme olasılığı daha muhtemel hale gelmektedir.



Topla dağıt kartelleri, gıda perakendeciliği gibi belirli bir ürün pazarıyla sınırlı olmayıp spor ürünleri, oyuncaklar, kitaplar vb. birçok pazarda uygulaması olan bir ihlal türü olarak ortaya çıkmaktadır. Rekabet otoritelerinin özellikle alt ve üst pazarlarda yoğunlaşmanın olduğu, yoğun dikey ilişkilerin ve marj baskısının yaşandığı piyasalarda topla dağıt karteli oluşumuna karşı daha ihtiyatlı davranması gerekmektedir. Aksi halde sayılan şartlar altında alt ve üst pazarda gerçekleşecek etkileşimler ve paralel müzakereler topla dağıt kartellerinin ortaya çıkışını daha kolay ve daha mümkün hale getirebilmektedir (Buccirosi ve Zampa 2013, 94).

### **1.3. TOPLA DAĞIT KARTELİ TARAFLARI ARASINDAKİ İLİŞKİLER VE TARAFLARIN SORUMLULUKLARI**

Bugüne değin AB ve ABD'den örnek verilen kararlar ışığında ihlal tarafları arasında gerçekleşen ilişkilere ve tarafların sorumluluklarına ilişkin ayrıntılara aşağıda yer verilmektedir.

#### **1.3.1. A ve B Teşebbüsü**

Avrupa Birliğinin İşleyişine Dair Anlaşma (*ABİDA*) 101. maddesi, 1998 BK Rekabet Yasası I. Bölümü ve Sherman Yasasının 1. bölümü teşebbüsler arasında gerçekleşen rekabeti kısıtlayıcı anlaşma, uyumlu eylem ve teşebbüs birliği kararlarına uygulanmaktadır. Söz konusu uygulamalar, aynı ilgili ürün pazarında ticari faaliyet yürüten rakip teşebbüsler arasındaki yatay anlaşmalarla sınırlı olmayıp üretim ve/veya dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren teşebbüsler arasındaki dikey anlaşmalar için de öngörülmektedir.

Rakipler arasında gerçekleşen doğrudan bilgi alışverişinin analizinde, sadece alınıp verilen bilginin türü ve kimler arasında değiştirildiği incelenerek rekabete aykırı amaç konusunda yorum yapmak daha kolaydır. Çünkü rekabet kavramından özü itibarıyla her bir teşebbüsten rakipleriyle koordinasyon içerisinde bulunmaması ve pazarda bağımsız olarak hareket etmesi beklenmektedir (Whish 2006, 20).

CAT'ın *Replica Kit* kararında kabul ettiği şekliyle topla dağıt karteli özelinde ise, A rekabete hassas bilgi paylaşımında bulunduğu esnada vermiş

olduğu bilgilerin B tarafından piyasa koşullarını etkilemek için kullanacağını öngörebiliyorsa ve bu niyetle bilgi paylaşımında bulunuyorsa, A'nın B'ye gelecekteki fiyatlandırma niyetlerini açıkladığı aşamada gizli anlaşmanın kurulduğu belirtilmektedir<sup>57</sup>.

A tarafından B ile paylaşılan bilgilerin aralarındaki dikey ilişki kapsamındaki mallar veya hizmetlerle ilgili olmaması durumunda rekabete aykırı niyet varsayımı uygulanamayacaktır<sup>58</sup>. Benzer şekilde, A, B'ye verdiği bilgilerin B tarafından rakiplerine ifşa edilmemesini sağlamak amacıyla gereken önlemleri alması halinde, A tarafından yapılan bilgi paylaşımına ilişkin rekabete aykırı niyet çıkarımı yapmak zorlaşacaktır<sup>59</sup>.

Rekabet hukuku amacı ya da etkisi itibari ile rekabeti kısıtlayıcı olmayan anlaşmalara uygulanmamaktadır (Korah 2007, 5). Dolayısıyla sadece A ve B arasındaki dikey ilişki kapsamında yaşanan bilgi değişiminden yola çıkarak anlaşmanın rekabeti kısıtlayıp kısıtlamadığı konusunda bir sonuca varmak mümkün değildir (Odudu 2013, 247). Zira üretim veya dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren, yani dikey ilişki içerisinde bulunan teşebbüsler arasında ticari açıdan hassas bilgilerin değişimine sıkça rastlanmakta ve bu durum normal kabul edilmektedir (OECD 2010, 31). CAT tarafından da bir üreticinin, perakendecilerinden ürünlerini sattıkları fiyatlar ve koşullarla ilgili olarak onu bilgilendirmesini istemesinin rutin ve beklenen bir durum olduğu belirtilmiştir<sup>60</sup>. Bu nedenle, rekabet karşıtı amacın, rakipler arasında doğrudan bilgi alışverişi durumundan daha açık bir şekilde ortaya konulması gerekmektedir.

Özetle topla dağıt kartelinin ilk aşaması olan A ve B arasındaki bilgi paylaşımında güçlü bir yasallık karinesi vardır ve bu kapsamda meşru bir gerekçenin yokluğunun ispat edilmesi gerekmektedir. Teşebbüs A'nın daha iyi koşullar elde etmek maksadıyla B ile pazarlık yapması, gelecek döneme ilişkin

<sup>57</sup> Case 1021/1/1/03 and 1022/1/1/03, *JJB Sports Plc v Office of Fair Trading; Allsports Limited v Office of Fair Trading* [2004] CAT 17, P. 141.

<sup>58</sup> Case 1188/1/1/11, *Tesco v Office of Fair Trading* [2012] CAT 31, p. 300 ve 368.

<sup>59</sup> US Federal Trade Commission and the US Department of Justice, Antitrust Guidelines for Collaborations among Competitors, April 2010, p. 3.34(e), [https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/public\\_events/joint-venture-hearings-antitrust-guidelines-collaboration-among-competitors/ftcdojguidelines-2.pdf](https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/public_events/joint-venture-hearings-antitrust-guidelines-collaboration-among-competitors/ftcdojguidelines-2.pdf), Erişim Tarihi: 18.05.2021.

<sup>60</sup> Case No: 2005/1071, 1074, 1623, *Argos Limited and Littlewoods Limited v Office of Fair Trading and JJB Sports Plc v Office of Fair Trading* [2006] EWCA Civ 1318, p. 99 ve 106.

fiyatları tartışması ve daha iyi koşullar elde edebilmek için rakibi C'nin satış fiyatlarıyla ilgili şikâyetlerde bulunması dikey ilişki kapsamında kabul edilebilir durumlar<sup>61</sup> olup A tarafından B'ye yapılan şikâyetler tek başına bir ihlalin ortaya koyulabilmesi açısından yeterli görülmemektedir. CAT'ın bu konuya ilişkin yorumu “*Şikâyetin koşulları, şikâyetçinin şikâyetine yanıt olarak herhangi bir işlem yapılmasını veya en azından herhangi bir yasadışı işlem yapılmasını beklemeyeceği şekilde olabilir*” şeklindedir<sup>62</sup>. CAT'a göre perakendeci tarafından yapılan şikâyet sonrasında sağlayıcının şikâyete göre hareket etmeyi seçmesi halinde şikâyette bulunan perakendeci 1998 tarihli BK Rekabet Yasası uyarınca sorumlu tutulamayacaktır<sup>63</sup>.

Bu noktada A'nın hangi durumda ortaya çıkan rekabet ihlalden sorumlu olacağı önemli bir ayrım noktasıdır. CAT'ın vurguladığı şekliyle rekabete aykırı amacın ortaya koyulabilmesi için incelemeyi sürdüren rekabet otoritesi tarafından A ve B arasında rekabete hassas bilgilerin değişimi esnasında, A'nın bir veya daha fazla rakibine bilgilerin ifşa edileceğini bildiğinin/öngördüğünün kanıtlanması gerekmektedir. Söz konusu tespit A'nın sorumluluğunun ortaya konulması açısından zorunluluktur. Bir başka deyişle, rekabete aykırı davranış A tarafından B'ye sağlanan bilgilerin aralarındaki dikey ilişkinin kapsamını aştığı durumlarda ortaya çıkmaktadır (Odudu 2013, 247 ve 249).

Öncesinde de ifade edildiği üzere, CAT hem *Replica Kit* hem de *Toys* kararlarında ‘A, B'nin bu bilgileri piyasa koşullarını etkilemek için kullanacağını öngörebilir’ ifadesine yer vermiştir<sup>64</sup>. A'nın bu bilgiye/öngörüye sahip olduğu çıkarımını yapabileceğiniz çeşitli senaryolar bulunmaktadır. İlk olarak B, A ile iletişim kurduğu ve ondan ticarete hassas bilgileri elde ettiği esnada söz konusu bilgileri rakibi C'ye aktaracağını ifade etmesi halinde A'nın bilme/öngörme şartını sağladığı varsayılacaktır. Burada A sorumluluktan kurtulabilmek için bilgi paylaşımı konusunda ihlalde bulunma niyetine sahip olmadığını ispat etmekle yükümlüdür (Harrington 2018,57).

<sup>61</sup> Court of Appeal, 2005/1071, 1074, 1623, 19.10.2006, p. 82.

<sup>62</sup> Case No: 2005/1071, 1074, 1623, *Argos Limited and Littlewoods Limited v Office of Fair Trading and JJB Sports Plc v Office of Fair Trading* [2006] EWCA Civ 1318, p. 84 ve 86.

<sup>63</sup> Cases 1021/1/1/03 and 1022/1/1/03 *JJB Sports plc v Office of Fair Trading; Allsports Limited v Office of Fair Trading* [2004] CAT 17, p. 664. <https://www.catribunal.org.uk/sites/default/files/Jdg1021Umbro011004.pdf>, Erişim Tarihi: 27.08.2020.

<sup>64</sup> Case No: 2005/1071, 1074, 1623, *Argos Limited and Littlewoods Limited v Office of Fair Trading and JJB Sports Plc v Office of Fair Trading* [2006] EWCA Civ 1318, p. 141, 144.

İkinci senaryo ise A, B'den C'nin geleceğe yönelik fiyatlandırma niyetini öğrendikten sonra kendi fiyatlandırma niyetini B ile paylaşması halinde, bu bilgilerin B tarafından C ile paylaşılacağını makul bir şekilde öngörebileceği şeklindedir (Odudu 2011, 234). A'nın B'ye ticari olarak hassas bilgi vermesinin yanı sıra B tarafından C'den elde edilen aynı nitelikteki bilginin A'ya aktarılması iki yönlü bilgi akışı yaşandığını ve A'nın bilme/öngörme şartını sağladığını ortaya koymaktadır<sup>65</sup>.

Üçüncü olarak, A'nın rekabete hassas bilgilerinin B tarafından A'nın rakipleri ile paylaşılmasının B'nin çıkarlarına hizmet ettiğinin A'nın farkında olabileceği bir durum olduğu düşünülmektedir. Zira B, yatay pazarda yer alan teşebbüslerin fiyatları yükseltmeye yönelik niyetlerinden haberdar olduğunda bu bilgiyi söz konusu teşebbüsler arasında yayarak fayda sağlayabilecektir. Bu noktada uç teşebbüsün B'ye vermiş olduğu rekabete hassas bilginin hangi amaçla kullanılacağını bilebilecek/öngörebilecek durumda olduğu; ve hatta B'ye ilişkin söz konusu öngörüye sahip A'nın bilgi paylaşımında bulunmasının bir mesaj niteliği taşıdığı düşünülmektedir (Prewitt ve Fails 2015, 69).

Dördüncü olarak, A tarafından verilen bilgilerin B tarafından A'nın rakipleri ile paylaşılması ve böylece diğer uçların davranışlarını etkileyebilecek olması A'nın yararına olacaktır. Örneğin, A'nın B'ye C'nin düşük fiyatları hakkında şikayette bulunması durumunu ele aldığımızda, A şayet bu şikayet sonrasında B'nin harekete geçeceğine dair bir beklenti içinde değilse bu paylaşımı yapmasının bir anlamı olmayacaktır. Bir diğer açıdan baktığımızda A'nın B'ye fiyatlarını artırma niyetini ifade ettiği bir senaryoda, bu bilginin B tarafından rakipleri ile paylaşılacağını düşünmüyorsa/öngörmüyorsa ve yatay pazardaki fiyatların koordineli bir şekilde artışı sağlamak için kullanılmayacağına kanaat getiriyorsa bu bilgiyi paylaşmanın A'ya bir fayda sağlamayacağı açıktır. Bu açıdan bakıldığında A'nın geleceğe yönelik fiyat niyetini paylaşmasının altında bu bilginin B tarafından A'nın rakipleri ile paylaşılacağı beklentisinin olması gerekmektedir (Harrington 2018, 58).

Yukarıda yer verilenler dışında A'nın bilmesi/öngörmesi şartını sağlayacak alternatif senaryolar üretmek mümkündür. Yer verilen bilgilerden yola çıkarak

---

<sup>65</sup> a.g.k. p. 118-123.

karşılaşılan topla dağıt karteli incelemelerinde A'nın sorumluluğuna gidebilmek için özetle iki gerekliliğin bulunması beklenmektedir. Öncelikle A'nın B'ye ilettiği bilgilerin, doğrudan C'ye iletilmiş olması halinde bu durumun yatay bir anlaşmayı kolaylaştırıp kolaylaştırmayacağını ortaya koyulabilmesi; ikinci olarak yukarıda yer verilen senaryolarda da görüldüğü üzere, A tarafından B'ye bilgi aktarımında bulunduğu esnada A'nın bu bilgilerin B tarafından C'ye aktarılmasını öngörebilmesi koşulunun sağlanması şeklindedir.

Topla dağıt kartelinde B'nin sorumluluğu ise, yatay anlaşmanın kurulduğu pazarda faaliyet göstermediğinden ve A ve C ile ilişki içerisinde bulunduğundan, yatay düzlemde gerçekleşen anlaşmadan habersiz olabileceği görüşü sebebiyle tartışmalı bir konudur (OECD 2019, 26). ABİDA 101. maddenin etkin şekilde uygulanmasının sağlanması amacıyla Avrupa'nın kartel kolaylaştırıcılarına yönelik olarak rehberlik sağlayacak genişlikteki içtihadi birikiminin, topla dağıt kartelinin merkezi olarak hareket eden teşebbüslere uygulanabileceği genel kabul görmektedir. Bu kapsamda *AC Treuhand*<sup>66</sup> kararları da topla dağıt kartelinin merkezi olarak hareket eden B teşebbüsünün ihlalin yatay seviyesinde yer alan teşebbüslerle birlikte sorumlu tutulabilmesi açısından yol gösterici olmuştur.

<sup>66</sup> *AC Treuhand I* (Case T-99/04, *AC-Treuhand v Commission* [2008] ECR II-1501) ve *AC Treuhand II* (Case T-27/10, *AC Treuhand v Commission* [2014]) kararları farklı pazarlarda yer alan kartel oluşumlarını konu almakla birlikte ortak yanları kartel sürecinde gerçekleştirilen dolaylı bilgi değişiminin AC Treuhand isimli danışmanlık firması tarafından yürütülmüş olmasıdır. Söz konusu danışmanlık firmasının ilgili pazarlarda dikey ya da yatay nitelikte herhangi bir faaliyeti bulunmayıp sağladığı tek fayda danışmanlık ücreti elde etmesidir. Yapılan incelemelerde AC Treuhand'ın söz konusu ihlallerin yürütülmesi kapsamında birçok görevinin olduğu tespit edilmiştir. Bu kararlar farklı bir pazarda faaliyet gösteren ortak bir üçüncü tarafın dolaylı bilgi değişimini sağlaması nedeniyle dikkate şayandır. Komisyon tarafından teşebbüsün faaliyet gösterdiği pazarın, rekabet kısıtlamasının meydana geldiği kabul edilen pazarla tamamen aynı olmasına gerek olmadığı, AC Treuhand'ın kartel kolaylaştırıcısı olarak hareket ettiği değerlendirilmesinde bulunulmuştur. Buna ek olarak, diğer herhangi bir teşebbüs gibi, bir danışmanlık firmasının da, kartelin kurulduğu piyasada aktif olmamasına rağmen, ABİDA 101. madde yasağının kendisine uygulanacağını makul bir şekilde öngörebilmesi gerektiği, davranışlarının rekabete aykırı bir sonuç ortaya çıkaracağı bilincinde olduğu ve rekabeti bozucu bir anlaşmaya bilerek katkıda bulunduğu belirtilmiştir. Kanatımızca bu konuda 5326 sayılı Kabahatler Kanunu'nun 14. maddesinde yer alan "*Kabahatin işlenişine birden fazla kişinin iştirak etmesi halinde bu kişilerin her biri hakkında, fail olarak idarî para cezası verilir.*" şeklindeki "iştirak"e ilişkin hüküm, AC Treuhand'ın ceza almasının altında yatan sebebin hukuksal mantığını ortaya koymaktadır. Bu durumun aksini düşünmek failer açısından bir kanun boşluğu oluşturacak ve kabahatin cezasız kalmasına sebep olacaktır (AC Treuhand kararıyla benzer özellikler taşıyan bir başka karar için bkz. Rekabet Kurulu'nun 02.12.2013 tarih, 13-67/929-391 sayılı Çorum Yapı Denetim kararı).

Çalışma kapsamında incelenen “*Replica Kit*”, “*Toys*”, “*Tesco*” ve “*Drugstore, Perfumery and Hygiene Products*” kararlarında da merkezin yatay pazarda yer alan teşebbüslerle birlikte anlaşma ve/veya uyumlu eylem içerisinde olduğu ve nihayetinde amaç bakımından rekabeti kısıtlandığı sonucuna varılmıştır (OECD 2019, 26).

ABD içtihat hukukuna göre ise, pazarın dikey düzleminde yer alan B'nin sorumluluğunun ortaya koyulabilmesi için rekabet ihlaline bilinçli olarak katıldığı ve ihlali kolaylaştırdığının kanıtlanması gerekmektedir (Solek 2017, 23). *E-book* kararında merkez rolünde yer alan Apple istemeden yayıncılar arasındaki iletişimi kolaylaştırdığını kabul etmiştir. Ancak Mahkeme bu savunmayla ikna olmayarak Apple'ın yayıncılar arasındaki anlaşmadan haberdar olduğunu ve anlaşmayı kolaylaştırdığını tespit etmiş (Klein 2017, 445) ve Apple'ın yayıncılar (uç) kadar suçlu olduğu kanaatine varmıştır. Mahkemenin bu değerlendirmesinden, merkez olarak davranan teşebbüsün, rekabetin kısıtlanmasından etkilenen ilgili pazarda ekonomik olarak aktif olmamasının, ihlalin ortak faili olarak değerlendirilmesine engel olamayacağı ve merkezin de uçlarla birlikte *per se*<sup>67</sup> yasak kapsamında sorumlu tutulacağı anlaşılmaktadır (Harrington 2018, 54).

ABD ve Avrupa'da benzer bir bakış açısıyla, rekabeti ihlal etmek amacı ile kurulan anlaşmada, merkezin belirlenen hedeflere katkıda bulunma niyetinin, kurgulanan plana ve sonuçlarına yönelik farkındalığının ve risk alma istekliliğinin ortaya konulması gerektiği belirtilmektedir.

### 1.3.2. B ve C Teşebbüsü

A ve B teşebbüsleri arasındaki ilişkide olduğu gibi, B ve C teşebbüsleri arasındaki ilişkiye ABİDA'nın 101. maddesinin uygulanabilmesi için rekabeti kısıtlayıcı anlaşma veya uyumlu eylemin kanıtlanması gerekmektedir (Odudu 2011, 235). CAT, B ve C teşebbüsleri arasındaki anlaşma şartının, B'nin A'dan elde etmiş olduğu bilgiyi C'ye iletmesi ile karşılandığını belirtmektedir<sup>68</sup>. CAT

<sup>67</sup> *Per se* yaklaşım, davranışın gerçekleşmiş veya muhtemel etkilerine yönelik ayrıntılı incelemeye ihtiyaç duyulmaksızın, sadece belli şekil şartlarını taşıyıp taşımadığına göre hukuka uygun ya da aykırı bulunduğu kurallar bütünüdür (O'Donoghue 2007, 4).

<sup>68</sup> Cases 2005/1071, 1074 and 1623, *Argos Limited and Littlewoods Limited v Office of Fair Trading and JBB Sports plc v Office of Fair Trading* [2006] EWCA Civ 1318, p. 141.

*Anic*<sup>69</sup> davasındaki içtihadın dolaylı bilgi alışverişleri için de uygulanabileceğini belirterek (Odudu 2013, 254), C'nin bu tür verileri almak istemediğine dair net bir beyanla yanıt vermediği sürece bilgileri kabul ettiğinin ve piyasa davranışını buna göre uyarladığının varsayıldığını belirtmiştir.

Avrupa Birliği Adalet Divanı (*ABAD*), teşebbüsler arasında gerçekleşen bir uyumlu eylemin, ancak bu teşebbüslerin kasıtlı ve karşılıklı ortak niyetlerinin açıklanabileceği durumlarda ortaya çıkabileceğini ileri sürmektedir (Odudu 2011, 220). Avrupa Birliği Yatay İşbirliği Kılavuzunda (*AB Yatay Kılavuzu*) stratejik nitelikteki bir bilginin tek tarafı değişiminin, bu bilgiyi edinen rakipler bakımından piyasadaki belirsizliği azaltması sebebiyle teşebbüsler arasındaki uyumlu eylemin hukuki unsurunu sağladığı belirtilmiştir<sup>70</sup>. Bunun nedeni, yalnızca bir teşebbüs gelecekteki ticari politikasını ifşa etse dahi, anlaşma tarafı tüm rakipler için pazardaki belirsizliğin azaltılacak olmasıdır<sup>71</sup>. *ABAD* Başsavcısı *Vesterdorf*'a göre de stratejik açıdan hassas bilgilerin ifşa edilmesi, C'nin piyasa durumunu önemli ölçüde daha kesin bir şekilde değerlendirmesini ve buna göre hareket etmesini sağlayacaktır (Odudu 2011, 224).

Belirsizliğin azaltılması rekabeti ihlal eden anlaşmalara kapı aralasa da, tek başına belirsizliğin azaltılması ihlal olarak değerlendirilmemektedir (Capobianco 2004, 1261; Albors-Llorens 2006, 837 ve 839). *Anic* kararında teşebbüsler arası bilgi değişimi sonrasında, değişime konu bilgilere teşebbüslerce güvenilirlik olmadığı ve bu bağlamda kararlarını etkileyip etkilemediği sorularına cevap aranmıştır. Mahkeme, teşebbüslerin aksini kanıtlamalarının mümkün olmasıyla birlikte, uyumlu eyleme katılan ve piyasada aktif olan teşebbüslerin, kendileriyle mübadele edilen bilgileri kendi ticari faaliyetleri ile ilgili konularda dikkate aldıklarının varsayılması gerektiğini ifade etmektedir. İlgili kararda özellikle teşebbüslerin uzun süre boyunca periyodik olarak bir araya gelmeleri halinde bu durumun daha da geçerlilik kazanabileceği belirtilmiştir<sup>72</sup>. Söz konusu kararda

---

<sup>69</sup> Case C-49/92 P, *Anic Partecipazioni* [1999] ECR I-4125.

<sup>70</sup> EU Guidelines on the applicability of Article 101 of the Treaty on the Functioning of the European Union to horizontal co-operation agreements, p. 62, [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011XC0114\(04\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011XC0114(04)&from=EN), Erişim Tarihi: 09.05.2020.

<sup>71</sup> Case C-8/08, *T-Mobile Netherlands v Raad van bestuur van de Nederlandse Mededingingsautoriteit* [2009] ECR I-4529, AG Opinion p. 54 .

<sup>72</sup> Case C-49/92 P, *Anic Partecipazioni* [1999] ECR I-4125, p. 121.

teşebbüslerin rakiplerince verilen bilgileri açıkça reddetmemesi halinde ihlalin tarafı olarak değerlendirileceği yönünde yapılan yorum CAT tarafından topla dağıt karteli incelemeleri için de kabul görmektedir<sup>73</sup>.

ABAD'ın *Adriatica di Navigazione*<sup>74</sup> davasında yer verdiği değerlendirmeler, bir teşebbüsün rakip teşebbüse ilişkin rekabete hassas bilgi aktarımıyla karşılaştığında, iyi niyetini nasıl kanıtlaması gerektiğine dair ışık tutacak niteliktedir. Bu kapsamda C'nin sorumluluktan kurtulmak için B tarafından C ile yapılan bilgi paylaşımı sonrası pazar davranışlarında bu bilgilere dayanmadığını ispat etmesi gerekecektir. Bu durumda C, B'nin A'ya ait hassas bilgilerin kendisine ifşa edilmiş olduğu gerçeğini geri alamasa da, ihlale taraf olmadığını çeşitli yollarla kanıtlayabilecektir. Öncelikle C, bilginin ifşa edilmesinin devam eden operasyonları üzerindeki etkilerini ortadan kaldırmak için önleyici adımlar atmalıdır (Odudu 2013, 255). Mahkeme anılan kararda, böyle bir durumda sadece teşebbüs içi alınacak önlemlerin yetersiz kalacağını belirterek, bu tür iç talimatların dışsallaştırıldığına dair kanıtların da sunulması gerektiğini belirtmiştir<sup>75</sup> (Vereecken 2015, 19). Buna yönelik olarak C, talep etmediği böyle bir bilgiyi aldığıda, B'ye bu bilgiyi istemediğini ve buna karşı olduğunu belirten bir yanıt vermelidir. Söz konusu yanıt makul hızda olmalı ve yazılı olarak yapılmalıdır; bu konuda yapılacak teşebbüs içi yazışmalar ve sözlü yanıtlar yeterli görülmemektedir. Ayrıca Bailey (2008, 191-195) tarafından reddin üst yönetim düzeyinde gerçekleşmesi gerektiği ifade edilmektedir. İkinci olarak C, bilgi ifşasının ardından pazardaki davranışları konusunda faaliyetlerine ilişkin geleceğe dönük kararlarında bağımsız hareket edebildiğini kanıtlayarak sorumluluktan kurtulabilir (Bailey 2008, 177, 200). Son olarak CAT tarafından *Tesco* kararında kabul edildiği şekliyle C, paylaşılan bilgilerin kendisine hareket alanı tanımayacak kadar kısa bir süre içerisinde kamuoyunun bilgisine meşru yollarla sunulduğunu kanıtladığı takdirde ihlale taraf olduğu ve rekabeti kısıtladığı iddiasını çürütebilecektir<sup>76</sup>.

Bununla birlikte CAT, C'nin kendisine B tarafından verilen bilginin A tarafından B'ye sağlandığını biliyor/öngörüyor olması koşulunu da aramaktadır.

---

<sup>73</sup> Case 1188/1/11, *Tesco v Office of Fair Trading* [2012] CAT 31, p. 86.

<sup>74</sup> Case T-61/99, *Adriatica di Navigazione SpA v Commission* [2003] ECR II-5349.

<sup>75</sup> a.g.k. p. 133 ve 137.

<sup>76</sup> Case 1188/1/11, *Tesco v Office of Fair Trading* [2012] CAT 31, p. 277-278.



Aranan bu kriter C tarafından bilginin güvenilir görülmesiyle ilgilidir (Vereecken 2015, 17). Burada B tarafından C'ye verilen bilginin güvenilirliğini çeşitli unsurlar belirlemektedir. Öncelikle B'nin bilgi kaynağına yakınlığının; bir başka deyişle bilgi kaynağıyla temasın doğrudanlık derecesinin artmasıyla birlikte C tarafından bilgiye duyulacak güven artacaktır. Diğer yandan B'nin A ile ilgili olarak C'ye daha önce vermiş olduğu bilgiler doğru çıkmış ve C bu konuda B tarafından herhangi bir yanlışlığa düşürülmemiş ise C'nin B'ye güvenmemesi için bir sebep bulunmayacaktır. Bu kapsamda C, B tarafından kendisine verilen bilginin direkt olarak A'dan alındığını bilmesi/öngörmesi halinde C'nin pazar davranışlarını buna göre revize etmesi ve bağımsız karar alma güdüsünü kaybetmesi beklenen bir durum haline gelmektedir (Odudu 2013, 252).

Sonuç olarak, A-B ve B-C ilişkisi kendi içinde ve kendi başına tekil olarak değerlendirildiğinde, rekabet hukukunu ihlal etme ya da etmeme potansiyelinin her ikisini de bünyesinde barındırmaktadır. Topla dağıt kartelinde ise paralel şekilde yürütülen ve B tarafından birbirine bağlı hale getirilen bu dikey anlaşmalar tek bir yatay anlaşmanın aşamaları olarak görülmektedir. A ve B teşebbüsü arasındaki ilişki aşamasında elde edilen bilgilerin B ve C teşebbüsleri arasındaki aşamada kullanılması A, B ve C teşebbüslerini tek bir yatay anlaşmanın tarafı haline getirmektedir.

Bu bölüm kapsamında topla dağıt kartelinin oluş şekillerine, karşılaşılan örneklerle ve A, B ve C teşebbüslerinin birbirleriyle olan ilişkisine ve sorumluluklarına yer verilmiştir. Devam eden bölümde topla dağıt kartellerinin rekabeti kısıtlayıcı anlaşmalar rejimi bakımından nasıl değerlendirilmesi gerektiğine ve söz konusu ihlalin yatay ve dikey unsurlarına değinilecektir.

## BÖLÜM 2

# TOPLA DAĞIT KARTELİNİN REKABETİ KISITLAYICI ANLAŞMALAR REJİMİ BAKIMINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

## 2.1. TOPLA DAĞIT KARTELİNİN ÖZELLİKLERİ

4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 4. maddesi "*Belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemleri hukuka aykırı ve yasaktır.*" şeklinde düzenlenmiştir. ABİDA'nın 101. maddesi ve Sherman Yasasının 1. bölümü de paralel düzenlemeler içermektedir. Bir önceki bölümde incelenen topla dağıt kartellerinin ortaya çıkış şekillerinden hareketle söz konusu ihlal türünün rekabeti kısıtlayıcı anlaşmalar rejimi bakımından nasıl değerlendirilmesi gerektiğine ilişkin bilgilere aşağıda yer verilmektedir.

### 2.1.1. Fiyat Rekabetine Yönelik Yatay Bir İhlal Olması ve Kartel Niteliği Taşınması

Karteller rekabeti kısıtlayıcı amaç taşıyan yatay anlaşmaların başında gelmekte; tüketici zararına yol açtığı yerleşik rekabet hukuku deneyimi ile sabit görülmektedir. Topla dağıt kartelleri de fiyat tespitine yönelik olmaları dolayısıyla kartel niteliği taşımakta ve amaç bakımından rekabeti kısıtlamaktadır (Harrington 2018, 56). Topla dağıt kartelinde temel soru günlük ticari hayatta

sıkça karşılaşılan ve tekil olarak değerlendirildiğinde yasal kabul edilen dikey bir sağlayıcı-perakendeci ilişkisinin, tamamı ile veya çoğunlukla dolaylı bilgi değişimlerine dayalı olarak hangi durumda yatay bir anlaşmaya ve/veya uyumlu eyleme vücut verdiği.

*Toys* kararına taraflarca itiraz edilmesi sonucunda; TM, CAT ve OFT'nin ihlal kararını onamış ve sağlayıcılar ile perakendeciler arasında olan dikey anlaşmaların paralel nitelikli dikey anlaşmalar olarak görülemeyeceğine; teşebbüslerin eylemlerinin yatay bir anlaşmayla sonuçlandığına ve topla dağıt kartellerinin dikey yapısının kartelin yapısını/organizasyonunu açıkladığına karar vermiştir (OECD 2019, 18).

Söz konusu ihlal türünde dikey düzlemde yer alan teşebbüsün amacı yatay düzlemdeki teşebbüslerin arasındaki ilişkiyi tesis etmek ve sürdürmektir. ABD Hukuku'nda dikey ilişkili teşebbüsün işlevi yatay aktörleri ahşap bir tekerleğin parçalarını bir arada ve dağılmadan tutan metal kuşak görevi gören tekerlek jantı tabiri ile açıklanmaktadır (Wijckmanns ve Tuytschaever 2011, 142). Merkezin yatay düzlemde yer alan teşebbüslerin anlaşma yapmalarını sağlaması nedeniyle, yapılacak ekonomik ve hukuki değerlendirmeler kartel değerlendirmeleri ile aynı olmakta ve pazarda doğurduğu etkiye bakılmaksızın amaç yönünden rekabet ihlali kategorisinde değerlendirilmektedir (OECD 2019, 8).

Pazarın dikey ve yatay aktörlerinin bir araya gelerek onlara rekabet ihlali motivasyonunu sağlayan ana unsurun ne olduğunun da açıklığa kavuşturulması gerekmektedir. Bugüne kadar çeşitli ülkelerde karşılaşılmış ve topla dağıt karteli özelliklerine sahip “*Toys (U.K.)*”, “*Paints and Varnishes*”, “*Replica Football Kits*”, “*Tesco*”, “*Drugstore, Perfumery, Hygiene Products*” ve “*E-Book*” dosyalarında doğrudan; “*Interstate Circuit*” ve “*Toys (U.S)*” dosyalarında ise dışlayıcı davranışlar yolu ile fiyatların belirlendiği, teşebbüslerin ana saikinin fiyatların yükseltilmesi olduğu görülmektedir.

Tüm bu açıklamalar çerçevesinde, ilgili ihlal türünün amaç bakımından rekabeti ihlal eden, fiyat rekabetine yönelik kartel niteliğinde yatay bir uygulama olarak değerlendirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır.

### 2.1.2. Dolaylı Bilgi Değişimine Dayalı Anlaşma ve/veya Uyumlu Eylem Olması

Uyumlu eylem, teşebbüsler arasında, tam anlamıyla bir anlaşmanın yapıldığı aşamaya gelmeden, rekabetin getirdiği risklerden kaçınmak ve kendi bağımsız davranışlarının yerine geçmek üzere bilinçli olarak yapılan her türlü pratik işbirliğini veya koordinasyonu ifade etmektedir<sup>77</sup>. Bu tanımdan her ekonomik aktörün faaliyet gösterdiği pazarda benimsemeyi planladığı politikayı bağımsız olarak belirlemesi gerektiği çıkarımı yapılabilecektir. Uyumlu eylem kavramıyla birlikte, anlaşmaya varılamayan ve bir şekilde gizli düzenlemeler yoluyla rekabeti kısıtlayıcı anlaşmalara yönelik rejim uygulanmasından kaçınan teşebbüslerin ortaya çıkarılması hedeflenmektedir (Jones ve Sufrin 2016, 153).

Rekabet hukuku bakımından bilgi değişimi ise, aynı pazarda faaliyet gösteren iki veya daha fazla teşebbüsün tek yanlı yahut karşılıklı olarak, rekabetçi kararlarına etki eden her türlü ticari bilgilerini paylaşmaları olarak tanımlanmaktadır<sup>78</sup> (Pişmaf 2012, 5-6). Komisyon tarafından geleceğe yönelik planlanan fiyat ve miktar bilgisi paylaşımlarının rekabeti amaç yönünden sınırlandırdığı, geri kalan paylaşımların ise etkileri bakımından rekabete aykırı olup olmadıklarının incelenmesi gerektiği belirtilmektedir. Ayrıca Komisyon, saf bilgi paylaşımlarının anlaşmalar veya uyumlu eylemler gibi incelenmesi gerektiğini belirtmiştir (AB 2011)<sup>79</sup>. Kurul tarafından yayımlanan Yatay Kılavuz'da da benzer nitelikte düzenlemeler yer almaktadır.

ABAD'a göre doğrudan ve dolaylı iletişim yolu ile teşebbüslerin pazardaki davranışlarını kendi tercihlerine göre belirleme ihtimalleri ortadan kalkmaktadır (Odudu 2013, 243). Diğer yandan rakipler arasında gerçekleşen bilgi değişimi, fiyat veya miktar tespiti amacını taşıyan bir anlaşma niteliğinde olduğunda kartel olarak kabul edilmekte ve cezalandırılmaktadır<sup>80</sup>.

*American Column and Lumber*<sup>81</sup> kararında YM, paylaşılan bilginin geleceğe yönelik fiyatlara veya üretim miktarına ilişkin olması halinde, bilgi paylaşımının

<sup>77</sup> Yatay İşbirliği Anlaşmaları Hakkında Kılavuz (Yatay Kılavuz), s. 1.

<sup>78</sup> Bilgi değişimi konusunda detaylı bilgi için bkz. Pişmaf (2012).

<sup>79</sup> <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2011:011:0001:0072:EN:PDF>, Erişim Tarihi: 25.03.2021.

<sup>80</sup> Yatay Kılavuz, p. 44.

<sup>81</sup> *American Column and Lumber Co v. US*, 257 US 377 (1921).

amacının üretim miktarının azaltılması ve fiyatların yükseltilmesi olduğu sonucuna varmıştır. *Cimenteries CBR SA v Commission*<sup>82</sup> kararında ise teşebbüsler arasında gerçekleşen ve ilgili pazardaki sonuçları amacı veya etkisi itibarıyla rekabete aykırı olan rekabete hassas her türlü doğrudan veya dolaylı iletişimin, ABİDA'nın 101. maddesi kapsamında uyumlu eylem teşkil edeceği belirtilmiştir (OECD 2010, 153).

Rekabet hukuku çoğunlukla rakipler arasındaki doğrudan bilgi değişimine odaklanmış durumdadır. Ancak Yatay Kılavuz'da bilgi değişimlerinin üçüncü bir tarafın aracı edilmesi (örneğin sağlayıcı ve perakendeciler arasındaki bilgi değişimleri) yolu ile de gerçekleştirilebileceği ve rekabetin ihlal edilebileceği belirtilmektedir<sup>83</sup>.

Çalışmanın ana konusunu oluşturan topla dağıt kartelinin karakteristik özelliği ise rakip teşebbüsler arasındaki bilgi değişiminin dikey ilişkili teşebbüs tarafından dolaylı olarak gerçekleştiriliyor olmasıdır (OECD 2010, 30-31). Böylelikle rakipler birbirlerinin geleceğe yönelik fiyat bilgilerine erişmekte ve pazardaki belirsizlik azaltılmakta; sonuç olarak her bir teşebbüs fiyatını rakibinin fiyatına göre ayarlamaktadır (Jones ve Sufrin 2016, 160). Söz konusu ihlal türünde sıradan kartel davalarının aksine, rakipler arasında hiç ya da hemen hemen hiç doğrudan temas olmadığı<sup>84</sup> için ihlalin kanıtlanmasında zorluklar yaşanmaktadır (OECD 2019, 28).

Topla dağıt kartelinde pazarın alt ya da üst seviyesinde faaliyet gösteren bir teşebbüs vasıtasıyla (B), rakip teşebbüsler (A ve C) arasında gerçekleşen dolaylı bilgi değişimi sonucunda A, B ve C teşebbüslerinin davranışları genel itibarıyla ABİDA 101. madde kapsamında bir uyumlu eylem olarak değerlendirilmektedir. Bu yaklaşımın altında yatan sebep, yatay pazarda yer alan teşebbüslerin birbirleri ile olan rekabete hassas bilgi değişimlerini doğrudan bir araya gelerek değil, merkez vasıtasıyla sürdürüyor olmalarıdır (Faull ve Nikpay 2014, 632).

Diğer yandan anlaşma ve uyumlu eylem, şartları, yoğunlukları ve kendilerini gösterdikleri biçimlerle birbirinden ayırt edilebilir olsa da, bu kavramlar

---

<sup>82</sup> Joined Case T-25/95, *Cimenteries CBR SA and Others v Commission* [2000], ECR II-491, [2000] 5 CMLR 204, p. 1852.

<sup>83</sup> Yatay Kılavuz, p. 40.

<sup>84</sup> Bazı istisnaları için bkz. *E-book* ve *TRU* kararları.

birbirleri ile örtüşür niteliktedir (Jones ve Sufrin 2016, 140). Anlaşma ve uyumlu eylem yalnızca kullanılan ispat standartları bakımından farklılık göstermekte; anlaşmanın ortaya konması için irade uyuşmasının bulunduğu gösteren birincil ve ikincil deliller gerekmektedir, uyumlu eylemin mevcudiyeti için ikincil deliller vasıtasıyla zımnî irade uyuşması aranmaktadır (Can 2012, 14-15, 67-68). Esasında, ikisi arasında bir ayırım yapmaya çalışmak çoğu zaman tercih edilen bir durum olmayıp Komisyon tarafından kartel davalarında sıklıkla anlaşma ve/veya uyumlu eylem kavramı tercih edilmektedir (Faull ve Nikpay 2014, 633). Nitekim topla dağıt karteli kararlarında da net bir şekilde anlaşma ve uyumlu eylem ayrımı gözetilmemiştir. Örneğin *Tesco ve Replica Kit* kararlarında uyumlu eylem ifadesi kullanılırken; *Drugstore, Perfumery and Hygiene Products* kararında bu ayırma gidilmeyerek anlaşma ve/veya uyumlu eylem kavramına yer verilmiştir.

Bu başlık altında anlatılanlar ışığında, topla dağıt karteli için yapılacak anlaşma ve uyumlu eylem ayırımının nihai değerlendirme için herhangi bir farklılık yaratmayacağı göz önünde bulundurulduğunda topla dağıt kartellerinin anlaşma ve/veya uyumlu eylem kapsamında değerlendirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır.

### **2.1.3. Marka İçi ve/veya Markalar Arası Rekabetin Zarar Görmesi**

Çalışmanın birinci bölümü kapsamında ayrıntıları ile yer verilen “*Toys*”, “*Paints and Varnishes*”, “*Replica Kit*”, “*Tesco*” ve “*Drugstore, Perfumery, Hygiene Products*” topla dağıt karteli kararı örneklerinde merkez tarafından bir dikey kısıtlama türü olan YSFB uygulamasına başvurulduğu görülmektedir. Bugüne değin yapılan araştırmalarda YSFB uygulamasının hem markalar arası hem marka içi rekabete zarar verdiği görülmektedir (Kirkwood 210, 430). Buna ilaveten YSFB'nin uygulandığı pazarda faaliyet gösteren sağlayıcı ve perakendeci teşebbüslerin sahip oldukları pazar gücü, marka içi ve/veya markalar arası rekabetin zarar görme durumunu ve derecesini belirleyen ana etkidir.

Sağlayıcıların perakendecilerin çağrılarına cevap vermesi sonucunda ortaya çıkan topla dağıt kartellerinde perakende pazarındaki teşebbüslerin alıcı gücüne sahip olmalarından ötürü YSFB sonrasında pazarda aynı markalı ürünü farklı

fiyattan bulma imkanı ortadan kalkmakta ve marka içi rekabet zarar görmektedir (Sahuguet ve Walckiers 2014, 6). Diğer yandan alıcı gücünü elinde bulunduran ve sadece tek sağlayıcının değil pazarda faaliyet gösteren diğer sağlayıcıların da ürünlerinin satışını gerçekleştiren perakendecilerin, diğer sağlayıcılara da aynı taleple gitmesi durumunda markalar arası rekabet de zarar görebilecektir (Buccirossi ve Zampa 2013, 98).

Sağlayıcıların aktarmak istediği maliyet artışları sonucunda ortaya çıkan topla dağıt karteli senaryosunda genelde, pazar gücüne sahip sağlayıcı/sağlayıcılar karşısında nispeten daha rekabetçi bir perakende pazarı yer almaktadır. İhlal kapsamında fiyatların yükseltilmesi için araç olarak kullanılan YSFB, alt pazarda marka içi rekabeti bastırırken, üst pazarda paralel fiyatlama mekanizmalarına yardımcı olmakta, diğer taraftan pazar gücüne sahip sağlayıcıların bu güçlerini alt pazarlarda kullanmalarına olanak sağlayarak markalar arası rekabetin de zarar görmesine sebep olabilmektedir<sup>85</sup>.

Sağlayıcı anlaşmasına dayalı topla dağıt karteli senaryosunu da sağlayıcıların aktarmak istedikleri maliyet artışlarındaki yaklaşım çerçevesinde değerlendirmek mümkündür. Hem sağlayıcı hem perakendeci pazarının yoğun olduğu bu senaryoda da YSFB uygulaması markalar arası ve marka içi rekabetin her ikisini de etkileyecektir (OECD 2019, 17).

Son olarak yoğun bir yapı sergileyen sağlayıcı pazarı ve yine pazar gücüne sahip perakendeci pazarının bulunduğu bir pazarda güçlü bir perakendecinin sağlayıcı düzeyinde topla dağıt kartelini teşvik etmesi ise, markalar arası rekabetin zarar görmesine sebep olacaktır (Harrington 2018, 10-18).

Verilen bilgiler ışığında bir veya her iki tarafı pazar gücü ile karakterize edilen pazarlarda YSFB uygulaması yolu ile görülen ve fiyatların yükselmesi sonucunu doğuran topla dağıt kartellerinin genel itibarıyla, hem marka içi hem de markalar arası rekabete zarar verdiği şeklinde değerlendirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır.

---

<sup>85</sup> Dikey Kılavuz, p. 83.

## 2.2. TOPLA DAĞIT KARTELİNİN YATAY VE DİKEY UNSURLARI

### 2.2.1. Topla Dağıt Kartelinin Yatay Unsurları

Çalışmanın 2.1. başlığı altında topla dağıt kartelinin fiyat rekabetine yönelik yatay bir ihlal tipi olduğu, amacı bakımından rekabete zarar verdiği, dolaylı bilgi değişimine dayalı olduğu, anlaşma ve/veya uyumlu eylem olarak değerlendirilmesi gerektiği ve hem marka içi hem de markalar arası rekabete zarar verdiği ayrıntıları ile anlatılmıştır. Tekrar olmaması açısından bu hususlara bu başlık altında ayrıca yer verilmeyecektir.

### 2.2.2. Topla Dağıt Kartelinin Dikey Unsurları

Topla dağıt kartelini atipik hale getiren ve diğer kartel türlerinden ayıran husus dikey nitelikli ihlalleri de bünyesinde barındırıyor olmasıdır. Bu başlık altında topla dağıt kartelinde karşılaşılan dikey kısıtlamalar<sup>86</sup> olan YSFB, en çok kayrılan müşteri koşulu (*EKM koşulu*) ve alıcı gücünün kötüye kullanılması hususlarına yer verilecektir.

#### 2.2.2.1. Yeniden Satış Fiyatının Belirlenmesi

RKHK'nın 4. maddesi uyarınca bir dikey ilişkide, satıcı tarafından alıcının sabit veya asgari satış fiyatının belirlenmesi yasaklanmaktadır. Ancak, sabit veya asgari satış fiyatına dönüşmemesi koşuluyla sağlayıcının, alıcının azami satış fiyatını belirlemesi veya alıcıya satış fiyatını tavsiye etmesi mümkündür. Alıcıya bildirilen azami veya tavsiye nitelikteki satış fiyatlarının asgari veya sabit fiyata dönüşmemesi için, söz konusu fiyatların azami veya tavsiye niteliğinde olduğunun yayınlanan fiyat listelerinde ya da ürünün üzerinde açıkça belirtilmesi gerekmektedir<sup>87</sup>.

Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılmasına Yönelik Önerştirmelerde ve Soruşturmelerde Sunulacak Taahhütlere İlişkin Tebliğ'de<sup>88</sup> de “*Üretim veya dağıtım zincirinin farklı*

<sup>86</sup> Dikey kısıtlamalar, teşebbüsler arası bir dizi işlemde, bir basamakta bulunan bir teşebbüsün (*genellikle sağlayıcı*) başka bir basamakta bulunan teşebbüsün (*genellikle alıcı*) davranışları üzerinde uyguladığı kısıtlamalardır (Yavuz 2003, 10).

<sup>87</sup> Dikey Kılavuz, p. 17.

<sup>88</sup> Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılmasına Yönelik Önerştirmelerde ve Soruşturmelerde Sunulacak Taahhütlere İlişkin Tebliğ (Tebliğ), 4. madde.



seviyelerinde faaliyet gösteren teşebbüsler arası ilişkide alıcının sabit veya asgari satış fiyatının belirlenmesi” açık ve ağır ihlal türlerinden biri olarak sayılmıştır.

Komisyon tarafından YSFB açık kısıtlama olarak kabul edilip amaç ihlali kapsamında değerlendirilmektedir. ABD’nin YSFB yaklaşımı ise *Leegin*<sup>89</sup> kararı öncesi ve sonrası olarak ikiye ayrılabilir. 1911 yılında *Dr. Miles*<sup>90</sup> kararıyla YSFB uygulamasında benimsenen *per se* yasaya aykırılık kuralı, 2007 yılındaki *Leegin* kararıyla yerini etki (*rule of reason*) analizine bırakmıştır.

Topla dağıt karteline ilişkin olarak bugüne kadarki “*Toys*”, “*Paints and Varnishes*”, “*Replica Kit*”, “*Tesco*” ve “*Drugstore, Perfumery, Hygiene Products*” kararları gibi birçok örnekte, merkez konumundaki teşebbüs B’nin, dikey sınırlama türlerinden YSFB uygulamasını tercih ettiği görülmektedir. Örneğin *Replica Kit* kararında, Umbro’nun YSFB uygulamasına gittiği doğrudan ifade edilmektedir<sup>91</sup>.

Merkez, YSFB uygulamasını fiyat seviyesinde arzu edilen artışı gerçekleştirmek, belirlenen fiyattaki istikrarı teşvik etmek ve yatay pazarda yer alan teşebbüslerin fiyata uyumlarını izlemeyi ve uymayanları cezalandırmayı kolaylaştırmak için kullanmaktadır (OECD 2019, 9). Komisyon tarafından da teşebbüslerin aralarında anlaştıkları fiyat seviyesine uyulup uyulmadığının YSFB aracılığı ile izlenebileceği belirtilmektedir (Bueno 2020, 17).

YSFB uygulaması alt pazarda, üst pazarda ya da her iki pazarda gizli anlaşmayı kolaylaştırmak ve rekabeti azaltmak için kullanılacak bir araçtır. Sağlayıcı tarafından YSFB’nin uygulanması perakendecilerin rakiplerine tepki vermesini engelleyerek alt pazardaki rekabeti azaltmakta ve bunun sonucunda fiyatlar yükselmektedir (Sahuguet ve Walckiers 2014, 6). Perakendeciler bağımsız şekilde belirlemeleri gereken fiyatlandırma politikalarını, YSFB yolu ile ortak sağlayıcılara devrettiklerinde, sağlayıcılar anlaşma sağlanan fiyatları izleme ve anlaşmaya uymayanları cezalandırma yöntemi ile yatay bir anlaşmanın kurulmasını sağlayabileceklerdir (Fletcher ve Hviid 2016, 82-83).

Bu varsayımların somut halini ayrıca Estonya Rekabet Otoritesi tarafından incelenen *The Vodka Cartel* kararında da gözlemlemek mümkündür. Söz konusu

<sup>89</sup> *Leegin Creative Leather Products, Inc. v. PSKS, Inc, DBA Kay’s Kloset* 551 U.S. 877.

<sup>90</sup> *Dr Miles Medical Company v. John D. Park& Sons Company*, 220 U.S. 373.

<sup>91</sup> OFT, CA98/06/2003, 01.08.2003, p. 120 v.d.

karar topla dağıt karteli unsurlarını taşımakta olup alt pazarda yer alan üç perakendeci ve üst pazarda yer alan sağlayıcı, yatay nitelikli ihlalin taraflarını oluşturmaktadır. İlgili kararda pazarın üçte ikisini oluşturan dört büyük perakendeci, büyük bir sağlayıcı aracılığıyla, düşük fiyatlı votkaların perakende fiyatlarını yükseltmek için aralarında anlaşmaya varmışlardır. Tüm iletişim, yalnızca sağlayıcı aracılığıyla gerçekleştirilmiş ve dava kapsamında yapılan incelemeler sonucunda, piyasadaki votka fiyatlarının %15,7 oranında arttığı ve bu fiyat artışlarının pazarın geri kalanında da yayılma etkisi gösterdiği belirtilmiştir (OECD Estonia 2017, 8-10).

YSFB uygulaması çeşitli şekillerde sağlayıcıların faaliyet gösterdiği üst pazarı da etkileyebilmektedir. Öncelikle alt pazarda merkez olarak hareket eden bir perakendeci belirlenen fiyatlardaki sapmaları tespit etmeye yardımcı olabilmekte, ayrıca pazar kapamayı kolaylaştırmak suretiyle perakendecilerin kar marjlarının artmasını sağlayabilmektedir (Sahuguet ve Walckiers 2014, 6).

Pazardaki perakendecilerin büyük bir kısmına empoze edilen fiyatlar nedeni ile perakendecilerin toptan fiyatlar üzerinden yürütebilecekleri pazarlık güçleri düşmekte ve rekabetin azalması ile birlikte pazar paylarını artırma şansları azalmaktadır. Bu yaşananlar nihai tüketicilerin daha yüksek fiyatlar sebebi ile zarar görmesiyle sonuçlanmaktadır. Topla dağıt kartelinde ise birbirine kenetlenmiş sağlayıcı perakendeci ilişkileri ve nihai fiyatları yükseltmek için araç olarak kullanılan YSFB uygulaması, her iki pazarda da teşebbüslerin tek el kârı elde etmelerini sağlamaktadır (Fletcher ve Hviid 2016, 19, 20, 22).

YSFB uygulaması sağlayıcı tarafından perakendeciye yönelik tehditler, sindirme ve uyarılar, cezalar, belirli bir fiyat seviyesinin gözetilmesiyle ilgili olarak ürün teslimatlarının geciktirilmesi veya sözleşmenin feshedilmesi gibi yollarla fiili olarak da uygulanabilir<sup>92</sup>. Ayrıca sağlayıcı tarafından kurulacak bir izleme sistemiyle ya da perakendecilerin raporlamalarına dayanarak perakendecilerin belirlenen fiyat düzeyine uyup uymadıkları etkin şekilde gözlemlenebilecektir. Komisyon tarafından paralel YSFB uygulamalarının pazardaki fiyat şeffaflığını artırdığı bu yolla sağlayıcılar ile perakendeciler arasında kurulabilecek gizli bir anlaşmaya zemin hazırlandığı ifade edilmektedir.

---

<sup>92</sup> Dikey Kılavuz, p. 18.

Diğer yandan oligopolistik sağlayıcı pazarının varlığı bu senaryonun başarıya ulaşma ihtimalini güçlendirmektedir. OECD tarafından topla dağıt karteli ortaya çıkış şekillerinden biri olarak belirtilen sağlayıcıların perakendeciler tarafından yönlendirildiği/yönetildiği senaryoya göre ise, perakendeciler YSFB uygulaması yoluyla, sağlayıcıların iş birlikçi bir dengeye ulaşmalarına yardımcı olmaktadır (OECD 2019, 9-13 vd.).

Nihai olarak YSFB uygulaması topla dağıt kartelinin meydana gelmesinde büyük öneme sahiptir ve anlaşmanın ve/veya uyumlu eylemin pazarın sağlayıcı ve perakendeci düzeyinde uygulanmasında ve izlenmesinde araç görevi görmektedir.

#### **2.2.2.2. En Çok Kayrılan Müşteri Koşulu (EKM) (Most Favoured Nation Clauses, MFN)**

EKM teşebbüsler arasındaki dikey sözleşmelerde yer alan ve sağlayıcı tarafından, diğer alıcılara önerilen daha uygun sözleşme koşullarının, kayrılan alıcıya da önerilmesi anlamına gelmektedir (Heinz 2016, 530).

Ayrıntılarına 1. bölümde yer verilen *E-book* kararı, EKM hükümleri içermesi ve bu hükümlerin dolaylı bilgi değişimine aracılık ederek rekabet ihlalinde belirleyici olması sebebi ile önem arz etmektedir. Karar kapsamında Apple üzerinden satılan e-kitap fiyatlarının Apple'ın rakibi olan perakendeciler üzerinden satılan e-kitap fiyatlarına eşitleneceğinin garanti edilmesi hususu EKM koşulu bakımından incelenmiştir. EKM koşulu bir anlamda yayıncıların Apple'a sağladığı güvence anlamını taşımaktadır. Böylelikle Apple yayıncıların diğer perakendecilerle olan ilişkilerini EKM koşulları ile belirlemektedir. Sonuç olarak Apple'ın yayıncılar ile sözleşmesi Şekil-3'te yer verildiği üzere perakendecinin merkez olarak hareket ettiği topla dağıt karteline vücut vermiştir (Klein 2017, 447).

Apple'ın uygulaması neticesinde e-kitaplar için daha yüksek bir tüketici fiyatı ortaya çıkmış ve Amazon bu sistem değişikliğini kabul etmek zorunda kalmış; böylece Apple'ın Amazon ile fiyat rekabetine girme riski ortadan kalkmıştır. Apple tarafından EKM koşullarına dayanılarak e-kitap satışı yapılması yayıncılara ihlal kapsamında kolaylaştırıcı iki unsur sağlamıştır: Birincisi yayıncılar Apple tarafından kendileri ile konuşulan fiyatlama şablonunun rakipleriyle de

konusulduğunu bilmekteydi. İkinci olarak ise yayıncılar söz konusu anlaşmanın pazardaki rakiplerinin birçoğunu kapsadığını, yani dahil oldukları anlaşmanın pazarın genelini içine aldığı farkındaydı (Harrington 2018, 40, 41). Çünkü Apple pazardaki yayıncılarla anlaşmaya varması halinde daha önce anlaşma sağladığı her bir yayıncıyı, güvence sağlamak amacıyla haberdar etmekteydi (Klein 2017, 466).

Sonuç olarak *E-book* kararından yapılan çıkarımla, EKM koşulu aracılığıyla oluşturulan dikey koordinasyonun, yatay bir gizli anlaşmanın varlığına dair kanıt sağlayabileceği görülmektedir (Orbach 2016, 2).

### 2.2.2.3. Alıcı Gücünün Kötüye Kullanılması

Alıcı gücünü çeşitli şekillerde tanımlamak mümkündür. Yapılan tanımlamaların ortak yanı, alıcı gücünün piyasanın alıcı tarafındaki pazar gücünden kaynaklandığıdır. Bir piyasada satıcının sahip olduğu pazar gücü o satıcının fiyatlarını piyasa fiyatının üzerinde belirleyebilme kabiliyetinin bulunduğu gösterirken (Chen 2008, 241); alıcı gücü, pazar gücüne sahip olan bir alıcının fiyatları rekabetçi seviyenin altında belirleyebilme kabiliyetini göstermektedir (OECD 2008, 26).

Alıcı gücüne ilişkin yapılan tanımlamalara bakıldığında genel olarak teşebbüslerin sahip oldukları bu avantajlarını satıcılardan uygun koşullarda ürün tedarik etmeye yönelik olarak kullandıkları görülmektedir (Anchustegui 2018, 2). Ancak, alıcı gücü rekabet düzeyi üzerinde mutlaka pozitif bir etki yaratmayabilir. Örneğin, güçlü bir alıcının zayıf satıcılarla karşı karşıya olduğu bir durumda, sonuç alıcının güçlü olmadığı duruma nazaran rekabetçi açıdan daha kötü olabilmektedir<sup>93</sup>.

*TRU*<sup>94</sup> kararında merkez olarak hareket eden TRU sahip olduğu alıcı gücünü kullanarak depo kulüplerine oyuncak üreticileri tarafından ürün verilmesini engellemiştir<sup>95</sup>. Bu sayede TRU hem rakip depo kulüplerinin pazardan dışlanmasını sağlamış hem de pazardaki rekabetin etkisi ile oluşan fiyat düşüşlerini

---

<sup>93</sup> Rekabet Terimleri Sözlüğü, <http://www.rekabet.gov.tr/tr/Sayfa/Yayinlar/rekabet-terimleri-sozlu-gu/terimler-listesi?icerik=9a5934ba-695a-4890-bfc4-082c32f1fe4f>, Erişim Tarihi: 19.01.2021.

<sup>94</sup> Competition Appeal Tribunal, 1188/1/1/11, 20.12.2012.

<sup>95</sup> US Court of Appeals, 98-4107, 01.08.2000, sf. 2-6.

engellemiştir. TRU kararı ışığında alıcı gücünün topla dağıt kartelinde araç olarak kullanılabilirdiği görülmektedir.

### **2.3. TOPLA DAĞIT KARTELİ İLE YENİDEN SATIŞ FİYATININ BELİRLENMESİ ARASINDAKİ FARKLAR**

Rekabeti kısıtlayıcı anlaşmalar genel olarak yatay ve dikey olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Rekabet otoritelerince dikey anlaşmalar genellikle yatay anlaşmalardan daha az zararlı görülmektedir (Aslan 2017, 335; Arı 2004, 39-49; Güven 2008, 125-138).

Topla dağıt kartelinde sağlayıcı perakendeci ilişkilerinin iç içe geçmiş bir yapı sergilemesi nedeniyle ihlalin YSFB'den ayrılan özelliklerinin ortaya koyulabilmesi zorluklar içermektedir (Fletcher ve Hviid 2016, 19, 20, 22). Yatay pazarda yer alan teşebbüslerin merkez vasıtasıyla haberleşmeleri de bu zorluğu perçinleyen bir durumdur. Topla dağıt karteli ile YSFB'nin oluşumları ve sonuçları bakımından farklılıklarına aşağıda yer verilmektedir.

#### **2.3.1. Oluşumları Bakımından Farklar**

Bugüne değin karşılaşılan topla dağıt karteli örnekleri incelendiğinde söz konusu ihlal türünün belli pazar yapılarında kendisine uygulama alanı bulabildiği görülmektedir. Tablo-1'de topla dağıt karteli oluşum senaryoları ve bu senaryoların her birine göre aranan pazar şartları yer almaktadır. Buna göre topla dağıt kartelinin başarıya ulaşması için sağlayıcı ve/veya perakendeci düzeyinde yoğunlaşmış pazar yapıları gerekmektedir (OECD 2019, 9-17). Çalışma kapsamında incelenen örnek kararların tümünde bu şartın sağlandığı görülmektedir<sup>96</sup>. YSFB için ise belli bir pazar yapısı şartı aranmamakta; rekabetçi, monopol, oligopol, monopson, oligopson vb. yapıların tümünde söz konusu uygulamaya rastlanabilmektedir (Jedickova 2016, 39-41). Kurulun *Akmaya*<sup>97</sup>,

---

<sup>96</sup> Bkz. *Toys, Replica Kit, TRU, E-book* ve diğer kararlar.

<sup>97</sup> Kurulun 09.07.2003 tarih ve 03-49/556-241 sayılı kararı.

*Kütaş Teekanne*<sup>98</sup>, *Alarko*<sup>99</sup>, *Samsonite*<sup>100</sup> ve *Sony*<sup>101</sup> kararları rekabetçi piyasa yapılarındaki YSFB ihlallerine örnek olurken; *Warner Bros*<sup>102</sup>, *Maysan Mando*<sup>103</sup>, *Turkcell*<sup>104</sup> ve *Akaryakıt*<sup>105</sup> kararları sağlayıcının güçlü olduğu pazar yapılarındaki YSFB ihlallerine örnek teşkil etmektedir.

Sağlayıcı ve perakendeciler arasındaki iletişimin şekli ve amacı topla dağıt karteli ile YSFB uygulaması arasındaki bir diğer farklılık olarak karşımıza çıkmaktadır. Şekil-1’de de yer aldığı üzere topla dağıt kartellerinde görülen bilgi değişimi düzenli, sürekli ve sistematik bir biçimde; yatay pazarda yer alan teşebbüslerin birbirlerinin geleceğe dönük fiyat planlarından haberdar olmaları amacıyla ve karşılıklı olarak devam ettirilmekte; aynı zamanda ihlal taraflarının belirlenen fiyatlara uyup uymadığının takibi konusunda da araç görevi görmektedir (OECD Summary Notes 2019, 17). Merkez vasıtasıyla sürdürülen dolaylı iletişimi, uçların belirlenen fiyatlara uymasını kontrol etmeyi ve taraflarca kartel yapısına olan güvenin artırılmasını da amaçlamaktadır. Örneğin *Replica Kit* kararında Umbro tarafından kurulan ve perakendecilerin dolaylı olarak birbirlerinin fiyatlandırma niyetlerinden haberdar olmalarını sağlayan iletişimler sayesinde, her bir perakendeci rakiplerinin ortak şekilde davranacağı ve herhangi bir kayıp yaşamayacağı konusunda ikna olmuştur.

YSFB’de ise aşağıda yer alan Şekil-4’te de görüldüğü üzere sağlayıcı tarafından perakendecilere yönelik doğrudan bir bilgi akışı ve fiyat baskısı söz konusu olup bilgi değişimi sistematik bir yapıya sahip değildir. Sağlayıcının söz konusu uygulamayı hayata geçirmesindeki temel motivasyonu ise marka imajının korunması ve bireysel çıkarların maksimize edilmesidir.

---

<sup>98</sup> Kurulun 24.08.2006 tarih ve 06-59/773-226 sayılı kararı.

<sup>99</sup> Kurulun 21.02.2007 tarih ve 07-15/142-45 sayılı kararı.

<sup>100</sup> Kurulun 04.03.2010 tarih ve 10-21/273-101 sayılı kararı.

<sup>101</sup> Kurul’un 22.11.2018 tarih ve 18-44/703-345 sayılı kararı.

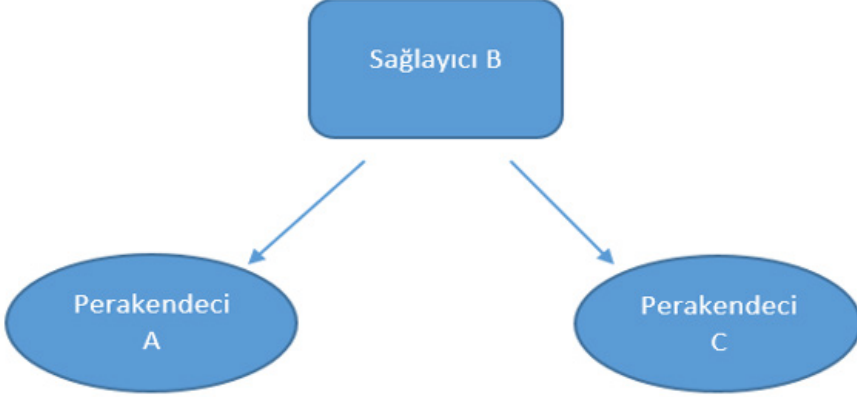
<sup>102</sup> Kurulun 08.03.2007 tarih ve 07-19/192-63 sayılı kararı.

<sup>103</sup> Kurulun 20.06.2019 tarih ve 19-22/353-159 sayılı kararı.

<sup>104</sup> Kurulun 12.11.2019 tarih ve 19-39/610-263 sayılı kararı.

<sup>105</sup> Kurulun 12.03.2020 tarih ve 20-14/192-98 sayılı kararı.

**Şekil 4:** Yeniden Satış Fiyatının Belirlenmesi Uygulamasında Teşebbüsler Arası İlişkiler



YSFB’de genellikle sadece sağlayıcı tarafından fiyatların yükselmesi konusunda bir irade ortaya konmakta; topla dağıt kartelinde ise bu irade kartel taraflarının tümünde görülmektedir. Buna bağlı olarak YSFB’deki tek taraflı irade nedeniyle sağlayıcı, alt pazarda yer alan fiyat sapmaları durumunda tepkisiz kalmayı tercih edebilmekteyken<sup>106</sup>; topla dağıt kartelinde merkezin belirlenen fiyatlarının uygulanması konusunda daha yüksek bir kararlılığa sahip olduğu gözlemlenmektedir<sup>107</sup>.

Son görülen farklılıkta perakendeciler tarafından sağlayıcıya yapılan şikâyetlerin amacına yöneliktir. Topla dağıt kartelinde yapılan şikâyetler ve bu şikâyetler karşısında alınan önlemler kartelin sürdürülmesini ve tüm tarafların ihlalden elde edeceği faydanın maksimizasyonunu amaçlıyorken, YSFB’de şikâyetin odak noktası şikâyetçi teşebbüsün bireysel olarak kendi faydasını en çoklaştırmasına dayanmaktadır.

### 2.3.2. Sonuçları Bakımından Farklar

YSFB ve topla dağıt kartelinin sonuçları bakımından ilk farklılık ispat standardı noktasında ortaya çıkmaktadır. YSFB’de teşebbüsler arası iletişim doğrudan gerçekleştiğinden ihlalin ortaya çıkarılması görece daha kolaydır.

<sup>106</sup> Bkz. *Turkcell* kararı.

<sup>107</sup> Bkz. *Replica Kit* kararı.

Öte yandan topla dağıt kartelinin dolaylı bilgi değişimine dayalı olması rekabet otoritelerine daha zorlu bir ispat yükü yüklemektedir. Bu noktada *Tesco* kararında yer alan ispat aşamaları yol gösterici niteliktedir. Kararda yer alan beş aşamanın<sup>108</sup> kümülatif varlığının ortaya konması aynı zamanda YSFB'nin ihlalde araç olarak kullanıldığının kanıtı niteliğinde olacaktır.

İkinci olarak YSFB uygulamalarının tümünde marka içi rekabet zarar görmekte, markalar arası rekabetin zarar görmesi ise ihtimal dahilinde görülmekte ve olası etki olarak nitelendirilmektedir. Topla dağıt kartelinde ise oluşum şekline bağlı olmakla birlikte, genellikle hem marka içi hem de markalar arası rekabet zarar görmektedir. Örneğin sağlayıcı anlaşması sonucunda ortaya çıkan topla dağıt karteli marka içi ve markalar arası rekabetin her ikisine de zarar vermektedir<sup>109</sup>.

Bir diğer farklılık ise ceza rejiminde ortaya çıkmaktadır. Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmeliğinin<sup>110</sup> (*Ceza Yönetmeliği*) 5. maddesinde temel para cezasının hesaplanması bakımından “*karteller*” ve “*diğer ihlaller*” şeklinde bir ayırım yapıldığı görülmektedir. Bu kapsamda YSFB diğer ihlaller kategorisinde değerlendirilerek görece daha hafif bir cezaya çarptırılmaktadır.

Son ayrışma ise teşebbüslere uygulanacak pişmanlık hükümlerinde görülmektedir. Kartellerin Ortaya Çıkarılması Amacıyla Aktif İşbirliği Yapılmasına Dair Yönetmeliğinin<sup>111</sup> (*Pişmanlık Yönetmeliği*) 8. maddesine göre pişmanlık hükümlerinin uygulanması kartel dosyalarında kesin hüküm altındayken, diğer ihlallerde rekabet otoritesinin inisiyatifine bırakılmıştır.

Yukarıda yer verilen açıklamalar kapsamında topla dağıt kartelinin yatay ve dikey unsurlara sahip; yatay, amacı bakımından rekabete zarar veren, dolaylı bilgi değişimine dayalı bir anlaşma ve/veya uyumlu eylem olarak değerlendirilmesi gerektiği; hem marka içi hem de markalar arası rekabete zarar verdiği; diğer yandan

<sup>108</sup> Bkz. s. 6.

<sup>109</sup> Bkz. *Chicken* kararı.

<sup>110</sup> <http://www.rekabet.gov.tr/Dosya/yonetmelikler/rekabeti-sinirleyici-anlasma-uyumlu-cy-lem-ve-kararlar-ile-hakim-durumun-kotuye-kullanilmasi-halinde-verilecek-para-cezalarina-iliskin-yonetmelik-20180219102616054.pdf>, Erişim Tarihi: 01.05.2021.

<sup>111</sup> <http://www.rekabet.gov.tr/Dosya/yonetmelikler/kartellerin-ortaya-cikarilmasi-amaciyla-aktif-is-birligi-yapilmasina-dair-yonetmelik-20180219102548976.pdf>, Erişim Tarihi: 29.04.2021.



YSFB uygulaması, EKM koşulu ve alıcı gücü gibi dikey kısıtlama unsurlarının kartelin meydana gelmesi sürecinde araç olarak kullanıldığı; son olarak YSFB uygulaması ile oluşum ve sonuçları bakımından birtakım farklılıklara sahip olduğu görülmektedir. Bu aşamaya kadar geleneksel pazarlarda görülen topla dağıt kartelleri ve özellikleri açıklanmıştır. Devam eden bölümde algoritmalar yolu ile kurulan topla dağıt karteline değinilecektir.

## BÖLÜM 3

# ALGORİTMALAR YOLU İLE KURULAN TOPLA DAĞIT KARTELİ

## 3.1. TEKNOLOJİK GELİŞMELERİN REKABETE ETKİSİ VE E-TİCARET TANIMI

Teknolojik gelişmeler, insanlar arasındaki etkileşime, iletişime ve daha da önemlisi ticari ilişkilere doğrudan etki etmekte (Ezrachi ve Stucke 2015, 3), ayrıca tüketicilerin ihtiyaçlarını satın almaları yolunda önemli değişikliklere yol açmaktadır (Mehra 2015, 1331).

Elektronik ticaret (*e-ticaret*), temel olarak, ürünlerin ve hizmetlerin elektronik ortamda yapılan alım ve satım sürecini ifade etmektedir (Stewart ve Tian 2006, 559). Elektronik ortamda gerçekleştirilen alım satım süreci web, extranet veya elektronik veri değişimini (*EDI*) içermektedir (OECD 2013, 6). Organizasyonlar ve/veya organizasyonlarla bireyler arasındaki elektronik iletişimi ve ticari işlemlerde kullanılan dijital bilgi işleme teknolojilerini değer yaratma, dönüştürme ve tekrar tanımlama e-ticaretin unsurlarındandır (Mathew 2018, 1; OECD 2018, 6).

E-ticaret alanında görülen bu değişim ve dönüşüm teşebbüslerin fiyatlama stratejilerine de sirayet etmiştir. Daha iyi veri toplama ve analiz etme tekniklerinin gelişmesiyle birlikte fiyata etki eden değişkenleri ölçme imkânı elde edilmiş ve bu da algoritmik fiyatlamayı popüler bir araç haline getirmiştir (Mehra 2015, 1336).

## **3.2. ALGORİTMALAR**

### **3.2.1. Tanımı ve Kullanımı**

Algoritma bir problemin çözümünün veya belirlenen amaca nasıl ulaşılabileceğinin anlatıldığı yol olarak tanımlanmaktadır (Aytekin vd. 2018, 143). Bir algoritma, ister matematiksel bir problemi, ister yemek tarifini veya müzik sayfalarını çözmek için kullanılsın, en nihayetinde belirli bir girdi sonucunda bir çıktı üreten mantık örneğidir (OECD 2017, 8).

Yapay zeka ve makine öğrenimindeki son gelişmeler, algoritmaları yeni bir seviyeye taşımış ve bilgisayarların karmaşık sorunları çözmesine, tahminlerde bulunmasına ve insanlardan daha verimli kararlar almasına olanak tanımıştır (Authorite de la Concurrence ve Bundeskartellamt 2019, 5). Algoritmalar daha çok verinin toplanması ve analiz edilmesine imkân tanımakta, bu imkân ise daha çok ampirik veriye dayalı kararlar için kullanılabilir. Algoritmalar için kullanılabilmektedir.

Algoritma, kullanıcının ne aradığını analiz ederek konuyla en yakın ilişkili sonuçları kullanıcıya sunmakta ve aynı zamanda teşebbüslerin üretim ve fiyatlama stratejileri için de kullanılmaktadır. Fiyatlama stratejileri açısından algoritmalar, fiyatı otomatik olarak belirleyen bilgisayar programlarıdır. Teşebbüsler algoritma vasıtasıyla pazar şartlarına göre üretim miktarlarını veya ürün fiyatlarını belirleyebilmektedir (Mehra 2015, 1334).

Fiyatlama stratejilerine ilişkin algoritma belirlendikten sonra, algoritmanın takibi ve uygulaması bilgisayar programına bırakılmaktadır. Söz konusu uygulamalara finans, seyahat, kredi ve sigorta hizmetleri, havayolları ve otelcilik gibi birçok sektörde rastlanmaktadır (Oxera 2017, 2 ve 16 ).

## **3.3. ALGORİTMALARIN REKABET KARŞITI ETKİLERİ**

### **3.3.1. Algoritmaların Yol Açtığı Rekabet İhlalleri**

Komisyonun 2015-2016 yılları için e-ticaret sektörüne yönelik yapmış olduğu araştırmaya<sup>112</sup> göre, perakendecilerin yaklaşık yarısı rakiplerinin çevrim içi fiyatlarını takip etmektedir. Raporda çevrim içi aramalara ve fiyat karşılaştırma

---

<sup>112</sup> EUROPEAN COMMISSION, Commission Staff Working Document accompanying the Final Report on the E-commerce Sector Inquiry of 10 May 2017, SWD(2017) 154 p. 149, [http://ec.europa.eu/competition/antitrust/sector\\_inquiry\\_sw\\_d\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/competition/antitrust/sector_inquiry_sw_d_en.pdf) Erişim Tarihi: 26.01.2021.

araçlarına ek olarak, hem perakendeciler hem de üreticiler tarafından üçüncü taraf yazılım uzmanları veya teşebbüslerin kendileri tarafından oluşturulan ve genellikle örümcekler olarak adlandırılan fiyat izleme yazılımının kullanımına yönelik bilgiler yer almaktadır. İlgili raporda söz konusu yazılımın, interneti tarayarak fiyatlarla ilgili büyük miktarda bilgi topladığı belirtilmektedir.

Araştırmaya katılan perakendecilerin %53'ü rakiplerinin çevrim içi satış fiyatını gözlemlemektedir. %53'lük kesimin %67'si rakiplerinin fiyatlarını daha verimli izleyebilmek için otomatik yazılım programları kullanmaktadır. Büyük ölçekteki teşebbüslerin, rakip perakendecilerin çevrim içi fiyatlarını izleme eğilimleri daha yüksek olup bazı yazılımlar, şirketlerin birkaç yüz çevrim içi mağazayı gerçek zamanlı olmasa bile son derece hızlı bir şekilde izlemesine olanak tanımaktadır (Ezrachi ve Stucke 2020, 227-228). Fiyat izleme yazılımındaki uyarı işlevleri sayesinde yazılımı kullanan teşebbüs, rakibinin fiyatı önceden tanımlanmış fiyatla aynı çizgide olmadığında uyarı alabilmektedir. Rakiplerinin fiyat hareketlerini gözlemlemek için yazılım kullanan perakendecilerin %78'i fiyatlarını rakiplerinin fiyatına göre revize etmektedir<sup>113</sup>.

Algoritmik fiyatlamanın kullanılması sonucunda fiyat dengesinin rekabetçi fiyatın üzerinde oluşabileceğine dair birçok örnekle karşılaşmak mümkündür. Bunlardan en çarpıcı olanı otomatik fiyatlama algoritması kullanılması sonucunda Peter Lawrence'ın "*The making of a Fly*" adlı kitabının Amazon satış platformunda 23 milyon ABD doları fiyat seviyesine ulaşmasıdır (Salcedo 2015, 2). Söz konusu örnekte teşebbüsün fiyatı, algoritmalar tarafından rakip teşebbüs fiyatına endekslenerek sürekli olarak güncellenmiş, böylece eşine az rastlanır bir fiyat seviyesi ortaya çıkmıştır.

Algoritma kullanımı tek başına ne bir ihlal türü ne de etkinlik kazandırıcı bir eylem olarak nitelendirilemeyecektir. Önem arz eden husus, algoritmaların rekabet sürecine getirebileceği risklerin bertaraf edilmesi, ayrıca inovasyon teşvikleriyle uyumlu çözümlere odaklanmasıdır.

Algoritmalar, rekabet karşıtı davranışları uygulamak için kullanılabilen ve gizli anlaşma için kolaylaştırıcı bir faktör olarak yeni koordinasyon biçimlerini

---

<sup>113</sup> a.g.k. 149.

etkinleştirebilmektedir (Schwalbe 2019, 568-569). Karşılaşılan bu yeni durum algoritmik gizli anlaşma olarak adlandırılmaktadır (Beneke ve Mackenrodt 2020, 152-153).

Teşebbüsler tarafından kullanılan birçok farklı algoritma çeşidi bulunmakta ve seçilen algoritmaya göre ortaya çıkabilecek rekabet ihlalleri söz konusu olmaktadır (OECD 2017, 18, 19, 26 vd.):

- **İzleme Algoritmaları:** Rakiplerin iş kararlarıyla ilgili bilgilerin toplanmasını, olası sapmaları aramak için veri taramasını ve nihayetinde anında misillemelerin programlanmasını içermektedir.
- **Paralel Algoritmalar:** Teşebbüslerin aynı dinamik fiyatlandırma<sup>114</sup> algoritmasını paylaşmaları sonucunda ortaya çıkmaktadır. Bu sayede teşebbüsler doğrudan iletişime ihtiyaç duymadan karar süreçlerini otomatikleştirebilmektedir. Teşebbüslerce ortak olarak kullanılan dinamik fiyatlandırma algoritması rekabete aykırı fiyatlar belirlemek için programlanabilmektedir. Teşebbüslerin aynı teşebbüs tarafından oluşturulan algoritmik yazılımları satın alması koordinasyon endişelerini ortaya çıkarabilmektedir. Bu durumun çalışmanın ana konusunu oluşturan topla dağıt kartelini ortaya çıkarması oldukça muhtemel görülmektedir (Ezrachi ve Stucke 2016, 50).
- **Sinyal Algoritmaları:** Sinyal algoritmaları genel olarak firmalar tarafından gönderilen sinyallerin değerlendirilmesiyle oluşmaktadır. Firmalar birbirlerine fiyatların yükseltileceğine dair sinyal göndermeye başladıktan sonra fiyatlarda artışlar yaşanmakta, bu durum sinyallerin eşit bir değere gelmesiyle sonlanmakta ve bu fiyatta anlaşmaya varılmaktadır.
- **Kendi Kendine Öğrenen Algoritmalar:** Güçlü öngörü kapasitesine sahip algoritmaların, herhangi bir insan müdahalesine ihtiyaç duymadan diğer piyasa oyuncularının (*insan veya yapay araçlar*) eylemlerini sürekli

---

<sup>114</sup> Dinamik fiyatlandırma: Algoritma kullanımı yolu ile tüketicilerin ve sağlayıcıların taksit ücretleri, spor biletleri veya otel odaları gibi birçok iş alanında hızla değişen fiyatları görmesini ve bunlara göre hareket etmesini sağlayan fiyatlama türüdür. Bu fiyatlandırma yöntemi ayrıca, teşebbüslerin arz koşullarındaki değişikliklere (stok mevcudiyeti, kapasite kısıtlamaları, rakiplerin fiyatları gibi) ve pazar talebindeki dalgalanmalara anında tepki vermesini sağlar (Autorite de la Concurrence ve Bundeskartellamt 2019, 4 ve 5).

öğrenebilmesi ve bu eylemleri yeniden uyarlayabilmesidir (Autorite de la Concurrence ve Bundeskartellamt 2019, 9 ve 10).

### 3.3.1.1. Algoritmaların Yol Açtığı Topla Dağıt Kartelleri<sup>115</sup>

Topla dağıt kartelinde oluşan rekabet karşıtı denge, sağlayıcı ve perakendeci arasındaki<sup>116</sup> rekabete duyarlı bilgi paylaşımı vasıtasıyla kurulmaktadır (Sahuguet ve Walckiers 2017, 354, 355).

Algoritmalar yolu ile kurulan topla dağıt kartelinde ürünlerin satış fiyatı, rakip teşebbüslerin sağlayıcının algoritmasını ya da veri havuzunu kullanmaları sonucunda belirlenmektedir. Algoritma türlerinden biri olan paralel algoritmalar ise teşebbüslerin aynı dinamik fiyatlandırma algoritmasını paylaşmaları sonucu ortaya çıkmakta, dolayısıyla bu algoritmaların topla dağıt kartelini ortaya çıkarması muhtemel görülmektedir. Paralel algoritmalarda, rakipler arasında doğrudan bir iletişim gerçekleşmeden tek bir dinamik fiyatlandırma algoritması, anlaşmanın kurulduğu pazarda fiyatları kontrol eden bir merkez haline gelmektedir (Ezrachi ve Stucke 2016, 48 ve 50). Merkez olarak hareket eden sağlayıcının algoritmasının alt pazardaki rakipler tarafından kullanılması, rakiplerin fiyatlandırma davranışlarının benzeşmesi sonucunu doğurmaktadır (Ezrachi ve Stucke 2015, 14). Tüm perakendeciler, rakiplerinin anlık tepki verebilme potansiyelinin farkında olduğundan ve bu nedenle herhangi bir anlaşmadan sapma durumunda rekabet avantajından yararlanılabilecek zaman aralığı çok kısa olacağından fiyat izleme yazılımları topla dağıt kartelini daha işlevsel hale getirmektedir (OECD 2017, 26, 27).

Diğer yandan algoritmalar, perakende seviyesinde faaliyet gösteren rakip teşebbüslerin gelecekteki fiyatlandırma niyetleri hakkındaki bilgileri izleyemediğinden bu aşamada toptan ve perakende fiyatlarında doğrudan iletişime ihtiyaç duyulmaktadır. Söz konusu iletişim geleneksel şekilde gerçekleşmekte, ardından toplanan bilgiler yazılım vasıtasıyla hızlı ve güvenilir bir şekilde sisteme

---

<sup>115</sup> Algoritmaların yol açtığı tipik rekabet ihlalleriyle de son dönemde sıklıkla karşılaşmaktadır. Çalışma kapsamında yer almadığından bu konuya ilişkin ayrıntılı açıklamaya yer verilmemiştir. Ayrıntılı bilgi için bkz. Doğan 2017, Blockx 2017, Modrall 2017, Ballard ve Naik 2017 ve Evans 2017.

<sup>116</sup> Bu bölüm kapsamında topla dağıt karteli Şekil-2'de yer alan; yani sağlayıcının merkez, perakendecilerin ise uç olarak yer aldığı kurguya göre anlatılacaktır.

yüklenmekte; böylece anlaşmanın izlenmesi aşamasında, iletişime daha az ihtiyaç duyulmakta ve buna bağlı olarak anlaşma kanıtına rastlanma ihtimali azalmaktadır (OECD 2019, 34).

Dinamik fiyatlandırma hizmetlerinin aynı teşebbüs tarafından sağlanmasını tek başına rekabet ihlali olarak değerlendirmek mümkün değildir (Ezrachi ve Stucke 2020, 247). Rekabet ihlalinin ortaya koyabilmek için teşebbüslerin niyetlerinin açıklığa kavuşturulması gerekmektedir.

Bu niyet, rakiplerin aynı fiyatlandırma algoritmasını kullandıklarının bilincinde olarak fiyat değişimleri karşısında rakiplerin verecekleri tepkilerin daha doğru şekilde tahmin edilmesi ve kararların arkasında yatan sebebin daha iyi yorumlanması şeklinde ortaya çıkmaktadır. Böyle bir durumda rakipler arası bilgi değişimine benzer bir etki meydana gelmekte ve stratejik belirsizlik ortadan kaldırılarak danışıklı ilişkinin sürdürülebilirliği artabilmektedir (CMA 2018, 25).

Sağlayıcının algoritmasının rakipler tarafından kullanılması sonucunda ortaya çıkan ihlalin arka planında teşebbüslerin bu yönde bir amacının bulunup bulunmadığı veya fiyatları yükseltmek için ortak bir algoritma kullanılması hususunda anlaşılabilirlik anlaşmadıklarının ortaya konması gerekmektedir (Ezrachi ve Stucke 2017, 1783). Bu kapsamda topla dağıt kartellerine yönelik kurulacak zarar teorisine ilişkin olarak CMA (2018, 27) tarafından;

- i. Rakipler tarafından ortak bir fiyatlandırma algoritmasının kullanılması,
- ii. Algoritma sahibinin fiyatlandırma algoritmasında, kamuya açık olmayan bilgileri veya birden çok müşteriden (*rakipler*) alınan verileri kullanıp kullanmadığı,
- iii. Fiyatlandırma algoritmasının amaç işlevinin kullanıcılarının toplam müşterek karının maksimizasyonunu hedeflemesi

hususlarının aranması gerektiği belirtilmiştir.

Algoritma yolu ile kurulan topla dağıt kartellerinde teşebbüsler, aralarındaki davranışları koordine etmek için bilinçli bir şekilde merkez konumundaki teşebbüs tarafından geliştirilmiş algoritmaları kullanmaktadır. Algoritmalar yolu ile kurulan topla dağıt kartelinin geleneksel görünümü olan türünden tek farkı, doğrudan insan iradesine dayalı bir talimat yerine, rakip teşebbüslerin merkez

konumundaki sağlayıcının fiyatlama algoritmasını kullanmaları sonucunda rekabetin bozulmasıdır.

Çalışmanın birinci bölümünde ifade edildiği üzere *Tesco* kararı, geleneksel pazarda gerçekleşen topla dağıt kartelinde yer alan A, B ve C teşebbüsleri arasındaki ilişkinin unsurlarını ortaya koyarak ihlale ilişkin soyut unsurlara ışık tutmaktadır. Karara göre topla dağıt kartelinden bahsedebilmek için somut olayda, kararda yer alan beş unsurun kümülatif bir biçimde var olması gerekmektedir<sup>117</sup>. Benzer şekilde algoritmalar yolu ile gerçekleştirilen topla dağıt kartellerinde de ihlal standardının karşılanması için *Tesco* kararında belirtilen unsurların varlığının aranması gerekmektedir.

Algoritmik fiyatlama ve buna bağlı olarak ortaya çıkan topla dağıt karteli ihlalleri görece yeni olduğundan bugüne değin sınırlı sayıda örnek ile karşılaşılmıştır.

Örneklerden ilki ABD’de Spencer Meyer tarafından Uber’in CEO’su olarak görev yapan Travis Kalanick’e karşı açılan ve Uber’in iş modelinin sürücülerin kendi aralarında fiyat tespiti yapmasına izin verdiği iddiasını içeren *Uber* davasıdır<sup>118</sup>. Sürücüler ile yolcuların çevrim içi bir platform üzerinden bir araya gelmesini sağlayan Uber, üç yüzden fazla şehirde otomobil hizmetlerinin fiyatını belirlemek için tek bir fiyatlandırma algoritması kullanmaktadır (Ezrachi ve Stucke 2016, 50). Bu algoritma, gerçek piyasa fiyatından ziyade algılanan bir rekabetçi fiyatı taklit edebildiği için “*algoritmik tekel*” olarak adlandırılmıştır (Ezrachi ve Stucke 2017, 1788).

Kullanılan algoritma müşteriler ve sürücüler arasında yapılacak fiyat pazarlığını engellemekte ve fiyatlar otomatik olarak belirlenmektedir. Ayrıca, yine söz konusu algoritma yüzlerce rakip sürücünün bulunduğu sistemde yolculuk için taban fiyatı, ani fiyat artışlarının zamanlamasını, söz konusu fiyatlamaların hangi alanlarda, ne kadar süreyle ve hangi kapsamda uygulanacağını belirlemektedir (Ezrachi ve Stucke 2016, 51). Aynı rota için her durum özelinde farklı fiyatlamalar çıkarılmakta ve bu nedenle söz konusu rotanın gerçek piyasa fiyatı hiçbir zaman bilinmemektedir.

---

<sup>117</sup> Competition Appeal Tribunal, 1188/1/1/11, 20.12.2012, p. 57 vd.

<sup>118</sup> Meyer v. Kalanick, 174 F. Supp. 3d 817, 819–20 (S.D.N.Y. 2016).



Uber kurgulamış olduğu sistemin verimli şekilde çalışabilmesi için sürücülerini ile bireysel dikey anlaşmalar imzalamıştır. Dava kapsamında esas incelenen konu, Uber sistemine dahil olan sürücüler bağımsız teşebbüsler olarak kabul edildiğinden (Anderson ve Huffman 2017, 42), Uber'in her bir sürücüsüyle yaptığı dikey anlaşmalarının, aynı algoritmanın paralel kullanımını nedeniyle yatay koordinasyona yol açıp açmadığıdır (Graef, 2016). Yapılan incelemeler, sürücülerin rakiplerinin Uber'in fiyatlama algoritması yolu ile belirlenen tek bir fiyata uyacağı hususunda bilgi sahibi olduğunu göstermektedir (Ezrachi ve Stucke 2016, 51).

Sürücülerin bu bilgiye sahip olmaları, koordinasyonun yatay boyutunu ortaya koymaktadır (Anderson ve Huffman 2017, 44). Uber davasında dikey anlaşmaların yatay koordinasyonun kurulması için vasıta olarak kullanılması sebebi ile Uber sistemi topla dağıt kartellerine benzetilmiştir<sup>119</sup>. Koordinasyon yatay ve dikey boyutları ile ele alındığında Uber'in merkez konumunda olduğu, sürücülerin ise uç olarak hareket ettiği klasik bir topla dağıt karteli şeması ortaya çıkmaktadır (Ezrachi ve Stucke 2016, 51).

Söz konusu şikâyet kapsamında, kullanıcıların hesap açarken Uber'in hizmet şartları ve gizlilik politikasında yer alan zorunlu tahkim şartlarını kabul ettiği (Ekin 2021, 151) ve Uber tarafından her bir sürücüsüyle hizmet şartlarını belirleyen dikey bir sözleşmenin yapıldığı, sürücüler arasında herhangi bir yatay anlaşma olmadığı ve dolayısıyla şikâyetin reddedilmesi gerektiği yönündeki itirazlar görüşülmüş; Uber'in algoritmasının sürücüler arasında koordinasyona yol açtığı, fiyat algoritmasının sürücülerin müşterilerle bireysel olarak fiyat pazarlığı yapmasını fiili olarak engellediği ve dolayısıyla söz konusu uygulamaların rekabet hukukunda topla dağıt kartelleri kapsamında değerlendirilebileceği gerekçesiyle şikâyetin incelenmesine karar verilmiştir<sup>120</sup>.

Hindistan Rekabet Otoritesi (CCI) tarafından 2018 yılında ele alınan *Uber/Ola* davasında<sup>121</sup> ise taksi sürücülerini ile platform sağlayıcıları arasındaki uyumlu eylem iddiaları ele alınmıştır. CCI, topla dağıt karteli iddialarına ilişkin olarak,

<sup>119</sup> [http://www.compcom.co.za/wp-content/uploads/2017/09/Ndumiso-Ndlovu\\_Uber-v-Metered-Taxis\\_Final-Paper-as-amended\\_.pdf](http://www.compcom.co.za/wp-content/uploads/2017/09/Ndumiso-Ndlovu_Uber-v-Metered-Taxis_Final-Paper-as-amended_.pdf), Erişim Tarihi: 01.05.2021.

<sup>120</sup> Dava henüz sonuçlanmamıştır.

<sup>121</sup> Competition Commission of India, Case No. 37 of 2018.

sürücülerin birbirleriyle gizli anlaşma yapmadığı, sadece platformun algoritmik fiyatlarına uydukları değerlendirilmesinde bulunulmuştur. Ayrıca sürücüler ile platform arasında gerçekleşen dikey anlaşmalar konusunda, taksi hizmetlerinin yeniden satışının olmaması nedeniyle YSFB uygulamasıyla ilgili olarak herhangi bir iddiada bulunulamayacağı belirtilmiştir (OECD 2019, 38).

Algoritma kullanımına bağlı olarak ortaya çıkan bir başka topla dağıt karteli senaryosu Litvanya’da görülen *Eturas and Others*<sup>122</sup> kararıdır. Eturas dosyası Litvanya Yüksek İdari Mahkemesince, ABAD’a ön karar için gönderilmiştir. Litvanya’da seyahat acentesi olarak faaliyet gösteren Eturas’ın E-ETURAS ismini verdiği çevrim içi rezervasyon platformu otuz farklı seyahat acentası tarafından kullanılmaktadır. Dosya konusunu, seyahat acentelerinin indirim oranlarının çevrim içi rezervasyon platformu üzerinden belirlenmesi oluşturmaktadır. Eturas bu sistem üzerinden kullanıcılara sağlanan hizmetlere uygulanacak indirim oranının maksimum %3 olarak belirlendiğini ve bu oranın sistem tarafından otomatik olarak uygulanacağını platformun mesajlaşma uygulaması üzerinden seyahat acentelerine bildirmiştir<sup>123</sup>. 2010 yılında başlatılan soruşturmada E-ETURAS platformu üzerinden seyahat acenteleri arasında oluşturulan uyumlu eylem iddiaları ele alınmıştır. Yapılan incelemeler sonucunda Eturas tarafından E-ETURAS üzerinden gönderilen mesaj sonrası platformu kullanmaya devam eden ve konu hakkında herhangi bir itirazda bulunmayan seyahat acenteleri arasında uyumlu eylem bulunduğuna karar verilerek söz konusu teşebbüsler hakkında cezaya hükmedilmiştir<sup>124</sup>.

Seyahat acenteleri tarafından söz konusu mesajı almadıkları/okumadıkları, Eturas’ın tek taraflı eylemlerinden sorumlu tutulamayacakları; diğer yandan acentelerin müşteri bazlı sadakat indirimlerine devam ettikleri şeklinde gerekçeler gösterilerek belirlenen indirim oranının rekabeti kısıtlamadığı şeklinde savunmalarda bulunulmuştur<sup>125</sup>. Savunmaları değerlendiren ABAD, objektif ve tutarlı göstergelerin bulunması halinde seyahat acentelerinin ilgili mesajın içeriğinden haberdar olduklarının varsayılabilceğini<sup>126</sup>; seyahat acentelerinin

<sup>122</sup> ABAD’ın T.21.01.2016, C-74/14, EU:C:2016:42, *Eturas and Others* kararı.

<sup>123</sup> a.g.k. p. 10.

<sup>124</sup> a.g.k. p. 15.

<sup>125</sup> a.g.k. p. 19.

<sup>126</sup> a.g.k. p. 40.

mesajın farkında olmaları durumunda, kamuya açık bir şekilde kendileri ile bu davranış arasına mesafe koymadıkça, yetkililere konuya ilişkin bilgilendirme yapmadıkça veya varsayımı tersine çevirebilecek tavan indirimden fazlasının sistemli bir şekilde yapıldığına ilişkin delil sunmadıkça uyumlu eyleme katıldıklarının varsayılması gerektiği sonucuna ulaşmıştır<sup>127</sup>.

Bu durumda, teşebbüsler bağımsız bir şekilde bir platforma ait algoritmayı kullanmış olsalar dahi, rakip teşebbüslerin de aynı algoritmayı kullandığı ve söz konusu algoritmanın fiyatları sabitlediği bilgisinin ihlale taraf teşebbüslerce biliniyor olması durumunda klasik topla dağıt karteline benzer bir ihlal gündeme gelebilecek ve teşebbüsler bu ihlalden ötürü sorumlu tutulabilecektir (Nowag 2018, 24). Platform sağlayıcısı Eturas'ın merkez; seyahat acentelerinin ise uç olarak hareket ettiği bu dava incelendiğinde, üçüncü kişilerin algoritmalarını kullanan teşebbüslere, aynı algoritmayı kullanmaktan kaynaklanabilecek potansiyel rekabet karşıtı etkileri engelleyici, iletişim kanallarının denetlenmesi gibi önlemler alma yükümlülüğü getirilmektedir. Benzer şekilde, söz konusu algoritmayı geliştiren teşebbüse, geliştirdiği algoritmanın potansiyel etkileri konusunda tedbirli davranma sorumluluğunun yüklendiğini söylemek mümkündür (Cihan 2017, 416).

Teşebbüsler fiyat belirleme niyetine girdiklerinde söz konusu anlaşma ve/veya uyumlu eylemin başlangıcında sağlayıcılar ve en azından ana perakendeciler arasında doğrudan ikili iletişime ihtiyaç duyabilecektir. Sonraki uygulama ve izleme süreci, yalnızca anlaşmadan sapan perakendeci ile tedarikçi arasında meydana gelecek iletişim dışında, gözlemlenen fiyat farklılıkları hakkında tedarikçi ve perakendeciler arasında doğrudan iletişimi gerektirmeyecektir. Tüm perakendeciler, herhangi bir sapma durumunda tedarikçi tarafından algoritmaların sağladığı hız ve etkin izleme yöntemi sayesinde müdahale edileceğine güvenmektedir. Zira merkeze ait algoritma hem yatay pazarda yer alan teşebbüslerin dolaylı iletişimine aracılık etmekte hem de fiyatların izlenmesi ve gereken durumlarda müdahale edilmesi konusunda güvence olarak görülmektedir. Diğer yandan algoritmaların perakendeci ve sağlayıcı arasında gerçekleşecek ikili iletişim ihtiyacını azaltması, rekabet otoritelerinin gizli anlaşmayı kanıtlamasını zorlaştırmaktadır (OECD 2019, 33).

---

<sup>127</sup> a.g.k. p. 51.

### 3.3.1.1.1. Algoritmalar Yolu ile Uygulanan Topla Dağıt Kartellerinde Platformlar Arası Denklik Anlaşmaları Uygulaması

Satış platformlarında görülen, YSFB uygulaması dışında, platformlar arası denklik anlaşmaları (*across platform parity agreements*) (APPA) ve EKM yardımıyla sağlayıcıların ve/veya perakendecilerin kendi platformlarında ve diğer platformlarda fiyatı belirlemeleri veya etkilemeleri mümkündür. Platformlar, sayılan yöntemlerin uygulanması ile birlikte bağımsız satıcıların veya hizmet sağlayıcıların fiyatlandırma davranışları üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olabilmekte ve en nihayetinde teşebbüsler arası uyumlu eylem meydana gelebilmektedir (OECD 2019, 32).

Çevrim içi platform bağlamında yaygın olarak görülen APPA, bir satıcı (üretici, perakendeci veya hizmet sağlayıcı) ile bir e-ticaret platformu arasında gerçekleşen ve satıcının anlaşma sağlanan e-ticaret platformunda diğer platformlarda belirlenenden daha yüksek bir fiyat belirlenmeyeceğinin taahhüdünü içeren anlaşmalardır (Guerin ve Wolf-Posch 2016, 38).

EKM koşulu, sağlayıcı tarafından, diğer alıcılara önerilen daha uygun fiyat ve sözleşme koşullarının, kayırılan alıcıya da önerilmesi yükümlülüğünü ifade etmektedir. E-ticaret bağlamında ise söz konusu koşullar bir satıcı (*veya hizmet sağlayıcı*) ile e-ticaret platformu arasında belirlenmektedir.

Çok benzer olmasına rağmen, APPA ve EKM arasındaki temel bir farklılık bulunmaktadır: EKM maddelerinde taraflar kendi işlemlerinin fiyatı ile ilgili yükümlülükler koyarken, APPA ile taraflar, kendi anlaşmalarının dışında, satıcının bir başka tarafla yapacağı işlemle ilgili fiyatlandırma yükümlülüğü belirlemektedir.

Bununla birlikte, APPA ile aynı etkiye sahip olan ve topla dağıt karteli ile ilgili olan bir tür EKM çeşidi bulunmaktadır. Bu tür “perakende fiyatı EKM” (*retail-price MFN*) (RPMFN) olarak adlandırılmakta (Amore 2016, 40) ve APPA ile aynı anlama gelmektedir<sup>128</sup> (OECD 2019, 35). RPMFN kavramı genellikle çevrim içi perakende platformları bağlamında kullanılmakta ve “*platform MFN’leri*” veya “*platform eşlikleri*” olarak anılmaktadır. RPMFN maddesi, bir ürün veya hizmetin tedarikçisinin, söz konusu ürünün veya hizmetin başka platformlardaki

---

<sup>128</sup> Çalışmamızın ilerleyen kısımlarında APPA ve RPMFN’ni temsilen RPMFN kısaltması kullanılacaktır.

fiyatından daha yüksek bir fiyat teklif etmemesini gerektirdiği için toptan satış fiyatı MFN'den farklıdır (Flethcer ve Hviid 2017, 66).

Dar RPMFN hükümleri, bir tedarikçinin kendi internet sitesindeki fiyatlandırmasıyla sınırlıyken ve bu nedenle pazarda rekabete aykırı bir etkiye sahip olma olasılığı daha düşükken, geniş RPMFN hükümleri platform pazarındaki tüm fiyatları etkilemek ve pazardaki rekabeti kısıtlamak konusunda büyük bir potansiyele sahiptir<sup>129</sup>.

Geniş senaryo göz önüne alındığında, bir ürünün satıcısı perakende fiyatını belirlerken, pazar yeri ile mutabık kalınan RPMFN maddesi ile söz konusu perakende fiyatının diğer platformlarda belirlenen fiyatlardan daha yüksek olmaması sağlanmaktadır. Diğer platformlarla birden fazla paralel RPMFN düzenlemesi olduğunda, sonuç tüm bu platformlar arasında bir fiyat paritesinin oluşumudur. Başlangıçta tedarikçi ve platform arasında dikey bir ilişki kurulmuş olmasına rağmen, geniş RPMFN'nin yatay unsuru, yani platformlar arası tek bir fiyat paritesinin ortaya çıkışı daha fazla rekabetçi endişenin doğmasına sebep olmuştur (Flethcer ve Hviid 2017, 69 ve 70).

Geniş RPMFN hükümleri perakendeciler ve platformlar arasındaki gizli anlaşmayı kolaylaştırabilmekte ve fiyatların belirlenmesi sonucunu ortaya çıkaran bu hükümlerin etkileri, perakendeciler ile yapılan tek tip bir YSFB anlaşması ile benzerlik göstermektedir. Sonuçta fiyat rekabetçi düzeyin üzerinde belirlenmekte ve rekabete zarar verilmektedir.

Tek başına RPMFN hükümlerinin bulunması topla dağıt karteli sonucuna varmak için yetersiz olacaktır. Burada satıcıların platform tarafından kendilerine sunulan hükümlerin rakiplerine de sunulduğunu bilmesi, bu hükümlerin rakipleri tarafından kabul edileceğini öngörmesi, platform ile yapılan bireysel anlaşmaların altında yatan amacın fiyatların belirlenmesi olduğunun bilincinde olması gerekmektedir.

RPMFN'nin rekabete aykırı kullanımı, ABD ve Komisyon tarafından incelenen *E-book* davasında gözlemlenmiştir. Apple'ın merkez, yayıncıların ise uç olarak hareket ettiği davada, ABD bu uygulamaları bir topla dağıt karteli

---

<sup>129</sup> Summary of the contributions of the National Competition Authorities to the evaluation of the Vertical Block Exemption Regulation (EU) No 330/2010, p. 11.

olarak değerlendirip yasaklarken, Komisyon bu terminolojiyi kullanmayarak, kitap yayıncıları ve Apple'ın yer aldığı dosyayı uyumlu eylem kategorisinde değerlendirmiştir<sup>130</sup> (OECD 2019, 36).

TM Apple'ın her bir yayıncıyla yaptığı anlaşmanın tek başına rakipler arası gizli bir anlaşmayı ortaya koyamayacağına, ancak her bir yayıncının bağımsız olarak hareket etmediği yönündeki delillerin Apple ve yayıncılar arasındaki gizli bir anlaşmayı kanıtladığına hükmetmiştir<sup>131</sup>.

Özetle teşebbüsler algoritma vasıtasıyla pazar şartlarına göre ürün fiyatlarını belirleyebilmekte (Mehra 2015, 1334); bu amacı gerçekleştirmek için ise paralel algoritmalar kullanılmakta ve bu durum topla dağıt kartelinin ortaya çıkmasını muhtemel hale getirmektedir (Picht ve Freund 2018, 8). Algoritma tabanlı yazılımların kullanılması yolu ile ortaya çıkan rekabete aykırı anlaşmalar günümüzün en ilgi çeken rekabet hukuku konularındandır. Görece yeni karşılaşılan bu ihlal türüne yönelik olarak rekabet otoritelerinin ihlali tespit ve değerlendirme araçlarını geliştirmesi gerekmektedir. Topla dağıt kartellerinde ise algoritma kullanımı sayesinde rakipler merkez konumundaki teşebbüsün fiyatlama algoritmasını kullanarak ihlal kanıtı bırakma riskini en asgari düzeye indirmektedir. İnsan iradesi yerine ikame edilen algoritmalar sonucunda ortaya çıkan bu tip bir ihlalde Tesco kararı bağlamında belirlenen ispat şartlarının ve standardının benimsenmesi gerekmektedir.

Devam eden bölümde Kurulun topla dağıt karteli yaklaşımına yer verilecektir.

---

<sup>130</sup> European Commission, 39847, E-books, OJ [2013] C 378/25.

<sup>131</sup> United States v. Apple, Inc., 791 F.3d 290 (2d Cir. 2015).

## BÖLÜM 4

### TOPLA DAĞIT KARTELİNİN TÜRK REKABET HUKUKUNA YANSIMALARI

Avrupa Birliği mevzuatına paralel şekilde, 4054 sayılı Kanun da topla dağıt karteli özelinde bir düzenleme içermemekte, söz konusu ihlal türü anlaşma, uyumlu eylem ve teşebbüs birliği kararlarına yönelik yasaklamayı içeren 4. madde kapsamında ele alınmaktadır. Türk rekabet hukuku uygulamasında bugüne değin topla dağıt karteli şüphesini uyandıran ve bu bağlamda analizi yapılan sınırlı sayıda örnek ile karşılaşmıştır. Bu bölümde öncelikle topla dağıt karteli analizinin yapılması gerektiğini düşündüğümüz *Anadolu Elektronik*<sup>132</sup> kararı değerlendirilecek, ardından Kurul tarafından topla dağıt karteli analizinin yapıldığı *LSİD*<sup>133</sup> ve *Aral Oyun*<sup>134</sup> kararlarına yer verilecektir.

#### 4.1. ANADOLU ELEKTRONİK KARARI

*Anadolu Elektronik* kararının konusunu Anadolu Elektronik ile Samsung Elektronik tarafından alıcılara yönelik YSFB uygulaması suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettikleri iddiası oluşturmaktadır<sup>135</sup>. Karar sonucunda Anadolu Elektronik hakkında YSFB ihlalini gerçekleştirdiği gerekçesi ile para cezasına hükmedilmiş, Samsung Elektronik hakkında ise herhangi bir ihlal tespiti yapılmamıştır<sup>136</sup>. Bu başlık altında Anadolu Elektronik'e yönelik yapılan değerlendirmelere yer verilecektir.

<sup>132</sup> Kurul'un 23.06.2011 tarihli, 11-39/838-262 sayılı kararı.

<sup>133</sup> Kurulun 16.12.2015 tarihli, 15-44/731-266 sayılı kararı.

<sup>134</sup> Kurulun 07.11.2016 tarihli, 16-37/628-279 sayılı kararı.

<sup>135</sup> Kurulun 23.06.2011 tarihli, 11-39/838-262 sayılı kararı, s. 1.

<sup>136</sup> a.g.k. s. 39.

Kararda öncelikle sektörün perakende düzeyindeki yoğunlaşması ele alınmıştır. Buna göre pazarda faaliyet gösteren teknomarketler alıcı gücüne sahipken, geleneksel bayi sistemine sahip teşebbüsler yüksek operasyonel maliyetler nedeniyle teknomarketlerin fiyatları ile rekabet etmekte zorlanmaktadır<sup>137</sup>.

Anadolu Elektronik hakkında elde edilen belgelerden yola çıkılarak Kurul tarafından Anadolu Elektronik'in, bayiler ve teknomarketler ile arasında YSFB konusunda anlaşma sağlandığı tespit edilmiştir<sup>138</sup>. Belgelerden bir mağazanın ya da bayinin düşük fiyatla satış yapması halinde, Anadolu Elektronik'in kendiliğinden ya da bir bayi ya da teknomarketin şikâyeti üzerine düşük fiyatlara müdahale ettiği ve fiyatları yükselttiği anlaşılmaktadır<sup>139</sup>. Elde edilen belgelerin ortak noktası Anadolu Elektronik'in YSFB uygulamasını kullanmasıdır. Teknomarketler ve bayiler tarafından yapılan şikâyetlerin ortak amacı ise fiyatların sağlayıcı tarafından yükseltilmesidir.

Elde edilen belgelerin büyük bir kısmını bayiler tarafından teknomarketlerin düşük fiyatlarını konu edinen şikayetler oluşturmaktadır<sup>140</sup>. Kurul tarafından bayi kanalında fiyat rekabetinin yaşanmadığı, Anadolu Elektronik'in YSFB uygulamasını benimsediği ve satış kanallarının bu durumdan haberdar olduğu tespiti yapılarak 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlal edildiğine hükmedilmiştir<sup>141</sup>.

*Anadolu Elektronik* kararındaki ihlal yalnızca YSFB ile sınırlı olmayıp aynı zamanda topla dağıt karteli açısından da değerlendirilmesi gerekmektedir. Diğer yandan topla dağıt karteline içtihadı anlamda büyük katkılar sunan *Replica Kit*, *Interstate Circuit* ve *Toys* kararlarının veriliş tarihinin *Anadolu Elektronik* kararının incelendiği dönemin öncesine dayandığı düşünüldüğünde, Kurulun inceleme sürecinde ve kararın alındığı dönemde söz konusu içtihadı göz önünde bulundurması daha doğru bir tercih olacaktır. İnceleme konusu olayın topla dağıt karteli kapsamında ele alınması halinde *Anadolu Elektronik*'in merkez, perakendecilerin (*teknomarketler ve bayiler*) ise uç olarak ele alınması

---

<sup>137</sup> a.g.k. s. 5.

<sup>138</sup> a.g.k. s. 27.

<sup>139</sup> a.g.k. s. 6-17.

<sup>140</sup> a.g.k. s.6-17.

<sup>141</sup> a.g.k. s. 20-21.



gerekmektedir. Karar kapsamında satış kanallarının, sağlayıcı tarafından gerçekleştirilen YSFB uygulamasından haberdar olduğu ve bir bayinin ya da teknomarketin kendi fiyatına müdahale edilmesi halinde bu fiyatlara diğer perakendecilerce de uyulacağına farkında olduğu ifade edilmektedir<sup>142</sup>. Bu bilgi dahilinde perakendeciler tarafından rakip teşebbüslere yönelik yapılan şikâyetler aynı zamanda şikâyetçi perakendecinin ortak fiyat belirleme iradesini ortaya koymaktadır. Elde edilen belgelerden ortak fiyat belirlenmesi iradesi çıkarımının yapılabileceği ifadelerle karşılaşmak mümkündür. Örneğin elde edilen belgelerde teknomarketlerin düşük fiyatları nedeniyle “*sistemin çatırdadığı*” ifadesine yer verilmiştir<sup>143</sup>.

Kararla ilgili topla dağıt karteli şüphesinin oluşabileceğine yönelik çıkarımlara aşağıda yer verilmektedir:

- Pazarın perakende düzeyindeki yoğun yapısı ve perakendeci şikâyetlerinin belirleyiciliği sebebi ile inceleme konusu olayın “*sağlayıcının perakendecilerin çağrularına cevap vermesi*” sonucunda oluşan topla dağıt karteli senaryosuna benzerlik gösterdiği,
- YSFB uygulaması tüm perakendeciler tarafından bilindiğinden, bir perakendecinin kendi fiyatına müdahale edildiğinde bu fiyatların rakipleri tarafından uygulanan fiyatlar olduğunun öngörüsüne sahip olduğu ve ortada YSFB uygulamasının araç olarak kullanıldığı tek bir yatay fiyat anlaşmasının olabileceği,
- Topla dağıt kartellerinde merkez aracılığı ile sürdürülen bilgi değişimlerinin bir süreklilik/sistemlik ve karşılıklılık içerdiği; YSFB uygulamasında ise bu sistemsiz bilgi değişiminin olmadığı ve bilgi değişimlerinin daha çok sağlayıcıdan perakendecilere olmak üzere tek yönlü olduğu göz önünde bulundurulduğunda, karar içeriğinde yer alan belgelerin sistematik dolaylı bilgi değişimine yönelik ifadeler barındırdığı, bu nedenle inceleme konusu olaya topla dağıt karteli şüphesi ile bakılmasının ihlalin tüm boyutları ile ortaya koyulabilmesi adına faydalı olabileceği,

---

<sup>142</sup> a.g.k. s. 21.

<sup>143</sup> a.g.k. s. 12.

- Perakendecilerin, sağlayıcı Anadolu Elektronik'in alt pazarda yer alan teşebbüslerin fiyatlarını belirlediği ve fiyattan sapan teşebbüslere müdahale edeceği bilgisine sahip olduğu, bu durumun perakendeciler arasındaki yatay anlaşma ihtimalini güçlendirdiği.

*Tesco* kararı kapsamında, *Anadolu Elektronik*'in perakendecilerin şikayetleri doğrultusunda YSFB vasıtasıyla fiyatlardaki sapmalara müdahale ettiği perakendeciler tarafından bilindiğinden teşebbüslerin her birinin sağlayıcıya verdiği bilgilerin rakibine aktarılacağı bilinmesi/öngörülmesi koşulu sağlanmaktadır. Zira pazardaki fiyatların, bilgi değişimleri ve Anadolu Elektronik'in müdahaleleri akabinde yükselmesi, teşebbüslerin pazardaki pozisyonlarını rakip teşebbüsten gelen bilgiye göre dizayn ettiklerinin göstergesidir.

Sonuç olarak *Anadolu Elektronik* kararının topla dağıt karteli özelliklerine haiz olduğu anlaşılmakta olup Kurulun ilerleyen dönemlerde benzer bir dosya ile karşılaşması halinde bu bakış açısıyla bir değerlendirme yapması daha doğru olacaktır.

## 4.2. LSİD KARARI

Kararın konusunu araç lastiği sektöründe yer alan Goodyear, Brisa ve Pirelli isimli üç ana sağlayıcı tarafından ortak bayiler, sektörel araştırma şirketleri ve sektörel dernekler aracılığı ile araç lastik satış adetlerinin paylaşıldığı ve fiyat artışlarının birlikte belirlenerek rekabetin ihlal edildiği iddiası oluşturmaktadır<sup>144</sup>. LSİD kararı, Kurul tarafından topla dağıt karteli analizinin yapıldığı ilk karar olma özelliğini taşımaktadır.

İnceleme konusu iddialar sağlayıcılar tarafından her ayın sonunda lastik satış adetlerinin ve fiyat artışlarının görüşülerek BDO Denet Bağımsız Denetim Yeminli Mali Müşavirlik A.Ş. (*BDO Denet*) ile paylaşıldığı; bu paylaşılan bilgilerin Goodyear'ın ana bilgisayarında tutulduğu; daha önceki yıllarda adı geçen teşebbüsler arasında fiyat bilgisi paylaşımı yapıldığı; ihalelere danışıklı teklif verildiği; teşebbüslerin bayileri ile akdettikleri sözleşmelerde rekabete aykırı hükümlerin yer aldığı ve *LSİD*<sup>145</sup> bünyesinde rekabet kurallarının ihlal edildiği şeklindedir<sup>146</sup>.

---

<sup>144</sup> Kurulun 16.12.2015 tarihli, 15-44/731-266 sayılı kararı, s. 1-2.

<sup>145</sup> Kararın alındığı dönemde Lastik Sanayicileri ve İthalatçıları Derneği (*LSİD*) üyeleri GOOD-YEAR, BRISA, PIRELLI, MICHELIN, CONTINENTAL ve HANKOOK isimli teşebbüslerdir.

<sup>146</sup> a.g.k. s. 1-2.

*LSİD* kararında öncelikle ortak bayiler kanalı ile araç lastik satış adetlerinin paylaşıldığı ve fiyat artışlarının birlikte belirlendiği iddiası topla dağıt karteli bağlamında ele alınmış ve *Tesco* kararı kapsamında<sup>147</sup> analiz edilmiştir<sup>148</sup>. Buna göre iddia konusu olayda ortak bayilerin merkez, sağlayıcıların ise uç olarak ihlali gerçekleştirmiş olabileceği, ihlalin gerçekleşmesi için sağlayıcı A'nın ortak perakendeci B'ye rakip sağlayıcı C'nin pazar davranışlarını etkilemek amacı ile fiyat bilgilerini aktarması gerektiği; ortak perakendeci B'nin ise bu bilgileri sağlayıcı C'ye aktarması gerektiği; C'nin kendisine gelen bu bilgilerin A'ya ait olduğuna kesin kanaat getirilmesi gerektiği ifade edilmiştir<sup>149</sup>. Topla dağıt kartelinin ancak tüm şartların kümülatif olarak sağlanması halinde ortaya çıkacağı belirtilerek, diğer şartları sağlamasına rağmen merkez konumundaki bayilerin, kendileriyle paylaşılan toptan ve perakende lastik satış bilgilerini, bir pazarlık unsuru olarak kullanarak daha uygun fiyat ve şartlarda lastik alabilmek için diğer rakip üreticilere aktardığı anlaşılmıştır<sup>150</sup>. Bu tespit üzerine Kurul, tüm şartların sağlanmadığını gerekçe göstererek topla dağıt kartelinin oluşmadığı sonucuna ulaşmıştır<sup>151</sup>.

Yukarıda yer verildiği üzere kararda sağlayıcı C'nin kendisine gelen bu bilgilerin rakip sağlayıcı A'ya ait olduğuna kesin kanaat getirmesi gerektiği belirtilmiştir. *Tesco* kararında ise bu durum C'nin kendisine gelen bu bilgilerin A'ya ait olduğunu bilebilecek/öngörebilecek durumda olması gerektiği şeklinde ifade edilmektedir. Bu kapsamda *LSİD* kararında ispat standardının olması gerekenden yüksek belirlendiği anlaşılmaktadır. Doğası gereği gizli olan tipik kartellerin (ICN, 2005) dahi ortaya çıkarılması zor iken yüksek ispat standartlarının ölçüt alındığı bir senaryoda topla dağıt kartellerinin tespit edilmesi neredeyse imkansızdır. Zira dolaylı bilgi değişimine dayanmaları sebebiyle atipik bir kartel türü olan topla dağıt kartellerinin yapısı tipik kartellerin ötesinde bir karmaşıklık içermektedir. Bu minvalde bilebilecek ya da öngörebilecek durumda olmak yönünde yapılacak bir değerlendirme teşebbüs C'nin sorumluluğuna gidilebilmesi ve topla dağıt

---

<sup>147</sup> a.g.k. s. 7.

<sup>148</sup> Karar kapsamında pazarın yapısına ve yoğunlaşma derecelerine yönelik herhangi bir değerlendirilmeye yer verilmemiştir.

<sup>149</sup> a.g.k. s. 7.

<sup>150</sup> a.g.k. s. 9.

<sup>151</sup> a.g.k. s. 9.

kartelinin ispatlanabilmesi açısından daha uygun bir ispat standardı seviyesi olacaktır.

Kurul tarafından karar kapsamında sektörde yer alan birlikler tarafından gerçekleştirilen bilgi değişimine yönelik yapılan analizler sonucunda ise, paylaşılan bilgilerin toplulaştırılmış şekilde ve geçmiş dönemlere ait olduğu değerlendirilmesini yapılarak herhangi bir rekabetçi endişeye sebep olmadığı belirtilmiştir<sup>152</sup>.

### 4.3. ARAL OYUN KARARI

Kurul tarafından topla dağıt karteli değerlendirilmesinin yapıldığı en güncel karar olan *Aral Oyun* kararında iki farklı pazara ilişkin inceleme yapılmıştır. Bunlar bilgisayar ve oyun konsolları pazarı (*oyun pazarı*) ile tüketici elektroniği<sup>153</sup> pazarıdır. Bu başlık altında oyun pazarı hakkındaki değerlendirmelere yer verilecektir.

Topla dağıt karteli analizine yer verilen oyun pazarında<sup>154</sup> Aral sağlayıcı (*merkez*); Bimeks, D&R, Teknosa, Vatan, Gold ve Kliksa ise perakendeci (*uç*) olarak faaliyet göstermektedir<sup>155</sup>. D&R, Teknosa, Vatan, Gold ve Bimeks fiziki teknomarket mağazalarında satış yaparken, Kliksa<sup>156</sup> çevrim içi kanalda faaliyet göstermektedir.

Oyun pazarına yönelik incelemenin konusunu, ilgili pazarda Türkiye'deki tek yetkili dağıtıcı olan Aral'ın ürünlerinin perakende satışını yapan teşebbüsler ile anlaşma ve/veya uyumlu eylem içinde olduğu ve oyun fiyatlarını yükseltmek amacıyla nihai satış noktalarındaki YSFB iddiaları oluşturmaktadır<sup>157</sup>. Kurul tarafından nihai olarak dosya kapsamında topla dağıt karteli bulunmadığı değerlendirilmesini yapılarak perakendeciler ve Aral arasındaki söz konusu anlaşmaların dikey anlaşmalar olmakla birlikte, bazı yönleriyle ilgili

---

<sup>152</sup> a.g.k. s. 9-11.

<sup>153</sup> Tüketici elektroniği pazarında faaliyet gösteren ve soruşturma taraflarından olan LG Electronics Tic. A.Ş., M.S. İstanbul İç ve Dış Ticaret Ltd.Şti. ve Teknosa İç ve Dış Ticaret A.Ş. hakkında da topla dağıt karteli analizine ihtiyaç duyulduğu ve oyun pazarı konusunda yapmış olduğumuz değerlendirmelerin tüketici elektroniği pazarı için de geçerli olduğu değerlendirilmektedir.

<sup>154</sup> Kurulun 07.11.2016 tarihli, 16-37/628-279 sayılı kararı, s. 10.

<sup>155</sup> a.g.k. s. 7-8.

<sup>156</sup> Teknosa ve Kliksa aynı ekonomik bütünlük içerisinde yer almaktadır.

<sup>157</sup> a.g.k. s. 2.

perakendeciler arasındaki yatay bir anlaşmaya benzediği ve elde edilen belgelerin her birinden yapılacak çıkarımla, dikey anlaşmaların amacının oyun pazarındaki fiyat rekabetinin kısıtlanması olduğu ifade edilmiştir. Diğer yandan söz konusu anlaşmalar kümülatif olarak değerlendirildiğinde oyun pazarında meydana gelen tek bir ihlale işaret ettiği; bu yönüyle dosya özelindeki ihlal iddiasının YSFB uygulamasından farklılaştığı belirtilmiştir<sup>158</sup>. Sonuç olarak oyun pazarında sağlayıcı olarak faaliyet gösteren Aral ile perakendeciler D&R, Teknosa, Vatan, Gold ve Kliksa'nın perakende fiyatların tespiti konusunda anlaşma içinde olduğuna, bu suretle adı geçen teşebbüslerin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiklerine hükmedilmiş ve teşebbüslere para cezası uygulanmıştır. Bimeks için ise ceza öngörülmemiştir<sup>159</sup>.

Kurul tarafından verilen kararın incelemesine geçmeden önce oyun pazarının yapısı hakkında bilgi vermek faydalı olacaktır. Daha önce belirtildiği üzere Aral oyun pazarında bazı markaların<sup>160</sup> Türkiye'deki tek yetkili dağıtıcısı olarak faaliyet göstermekte olup pazarda faaliyet gösteren perakendecilerin satmış oldukları ürünlerin çok büyük bir kısmını tedarik etmektedir. Söz konusu perakendecilere satmış olduğu ürünlerden elde ettiği gelir, Aral'ın cirosunun büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Perakendeciler arasında alıcı gücü en yüksek olan teşebbüsün D&R olduğu; D&R'ı Teknosa'nın takip ettiği, Aral bakımından alıcı gücü en düşük teşebbüslerin ise Kliksa ve Gold olduğu görülmektedir<sup>161</sup>. Karar kapsamında Aral'ın perakendecisi olarak faaliyet gösteren, yukarıda isimleri sayılı teknomarketlerin alıcı gücüne sahip oldukları belirtilmektedir<sup>162</sup>. Benzer şekilde Aral da pazar gücüne sahip bir teşebbüs konumundadır<sup>163</sup>. Oyun pazarında perakendecilerin alıcı gücüne sahip olduğu ve Aral'ın belli markalarda Türkiye'de tek yetkili dağıtıcı olduğu düşünüldüğünde, söz konusu ihlal neticesinde marka içi rekabetin zarar gördüğü çıkarımını yapmak doğru olacaktır.

---

<sup>158</sup> a.g.k. s. 54, 121.

<sup>159</sup> a.g.k. s. 56, 189.

<sup>160</sup> Aral'ın Türkiye'de tek yetkili olarak dağıtımını yaptığı markalar MICROSOFT, Xbox, Electronic Arts, Activision Blizzard, Ubisoft, Take-Two Interactive, Konami, Sega, Namco Bandai, Warner Bros Games, Square Enix, Capcom, Codemasters, Razer, Thrustmaster, Speedlink, Roccat'dır.

<sup>161</sup> a.g.k. s. 9.

<sup>162</sup> a.g.k. s. 80.

<sup>163</sup> a.g.k. s. 81.

Karar kapsamında yerinde incelemelerde elde edilen çok sayıda belgeye yer verilmiştir. Bu belgelerin birçoğu perakendeci teşebbüslerin Aral'a rakiplerinin fiyatlarını şikâyet ettiği ve Aral tarafından müdahale edilmesini istediğine yönelik iken; kalan belgeler ise iç yazışma<sup>164</sup> ya da Aral'ın fiyat müdahale istekleri doğrultusunda şikâyet edilen teşebbüs ile yaptığı görüşmelerden ve şikâyetçiye verdiği yanıtlardan<sup>165</sup> oluşmaktadır<sup>166</sup>.

Belgeler incelendiğinde pazardaki perakendecilerin rakiplerinin fiyatlarını şikâyet etmesinin sık karşılaşılan bir durum olduğu; alt pazarda yer alan teşebbüsler arasında doğrudan bilgi değişiminin yaşanmadığı, tüm iletişimin Aral vasıtasıyla sürdürüldüğü görülmektedir. Aral kendisine perakendeciler tarafından iletilen rakip fiyatları hakkındaki şikâyetler karşısında harekete geçmiş; şikâyetçiye, müdahale edileceği ya da söz konusu durumun belli sebeplere dayalı<sup>167</sup> geçici bir dönemi kapsadığı şeklinde açıklamalarda bulunmuştur.

Sağlayıcının perakendecilerin çağrularına cevap verdiği perakendeci kaynaklı topla dağıt tipi kartellerin oluşma olasılığının, perakende düzeyinin yoğunlaştığı ve perakendecilerin alıcı gücüne sahip olduğu pazarlarda daha yüksek olduğu (Sahuguet ve Walckiers 2014,3-4) bilinmektedir<sup>168</sup>. Bu kapsamda oyun pazarının hem sağlayıcı hem perakendeci düzeyinde yoğunlaşmış bir yapıya sahip olduğu ve perakendecilerin sağlayıcı Aral üzerinden rakiplerinin fiyatlama davranışlarına yönelik şikâyetlerini dile getirdikleri göz önünde bulundurulduğunda, söz konusu ihlalin, “*sağlayıcının perakendecilerin çağrularına cevap vermesi*” sonucunda oluşan topla dağıt senaryosu kapsamında değerlendirilmesi gerekmektedir.

---

<sup>164</sup> İç yazışma niteliğindeki belgenin içeriğini, Teknosa'nın kendi fiyatları ile rakip fiyatlarını karşılaştırması oluşturmaktadır.

<sup>165</sup> a.g.k. s. 13-22.

<sup>166</sup> Elde edilen belgeler teşebbüs bazında ayrıştırıldığında bunlardan on dördünün D&R ile Aral arasında; dokuzunun Vatan ile Aral arasında; dördünün Kliksa ile Aral arasında; üçünün Gold ile Aral arasında; ikisinin Bimeks ile Aral arasında; birinin Teknosa ile Aral arasında; birinin Electroword (Bimeks ile Electroword aynı ekonomik bütünlük içerisinde yer almaktadır.) ile Aral arasında gerçekleşen yazışmalardan oluştuğu görülmektedir.

<sup>167</sup> Aral tarafından yapılan açıklamalar söz konusu fiyat farklılıklarının indirim dönemi ile sınırlı olduğu ya da şikâyet edilen teşebbüsün kar marjından feragat etmek sureti ile fiyat kırmaya gittiği şeklindedir.

<sup>168</sup> Bkz. *Replica Kit* ve *Toys* kararları.

Söz konusu karar Kurul tarafından *Replica Kit* kararında yer alan unsurlar<sup>169</sup> ışığında analiz<sup>170</sup> edilmiştir.

Şekil-2’de görüldüğü üzere alt pazarda rakip A ve C teşebbüsleri yer almakta ve B söz konusu rakipler arasındaki dolaylı bilgi değişimine aracılık etmektedir. İhlal tespiti yapılırken A’nın ve C’nin merkez konumundaki teşebbüsten bilgi aldığı esnada söz konusu bilginin rakip teşebbüsten geldiğini bilmesi/öngörmesi şartı aranmaktadır. Kararda ise, perakendecilerin Aral’a rakiplerinin fiyatlarını şikâyet ederken, Aral tarafından ilgili teşebbüslere müdahale edileceğini öngördükleri<sup>171</sup> değerlendirmesi yapılmış, diğer yandan şikâyet konusu teşebbüsün kendisine müdahale edildiği esnada bu müdahale isteğinin rakibinden gelip gelmediğine yönelik öngörüsünün/bilgisinin varlığı tartışılmıştır. Yapılan değerlendirmeler sonucunda Kliksa dışındaki teşebbüslerin bu öngörüye sahip olamayacağı belirtilmiştir<sup>172</sup>.

Karar kapsamında Kurul tarafından benimsenen ispat standardının topla dağıt karteli tipi bir ihlalin ortaya çıkarılmasını zorlaştıracak ölçüde yüksek belirlendiği anlaşılmaktadır. Rekabete hassas bilgi değişiminin iki yönlü olması (*A’nın C’ye iletmek üzere B’ye ticari olarak hassas bilgi vermesinin yanı sıra B tarafından C’den elde edilen ticari olarak hassas bilginin A’ya aktarılması*) A’nın ve C’nin sorumluluğunun ve niyetinin ortaya çıkarılmasını kolaylaştıran bir durumdur (Odudu 2013, 250). Pazardaki perakendecilerin rakiplerinin fiyatlarını şikâyet etmesi sıkça karşılaşılan ve olağan kabul edilen bir durum olduğundan, Aral vasıtasıyla perakendecilerin kendilerine gelen fiyat yükseltme taleplerinin esasen rakiplerinin talebi olduğu öngörülebilir/bilinebilir bir durumdur. Her ne kadar karar kapsamında ispat standardı lafzen, bilginin rakipten geldiğinin öngörülmesi/bilinmesi şeklinde ifade edilmiş olsa da, değerlendirmede bilginin kaynağının rakipten geldiğinin “bilinmesi” ölçütünün esas alındığı görülmektedir. Diğer yandan Kliksa’nın söz konusu pazarda faaliyet gösteren Teknosa ile aynı ekonomik bütünlük içerisinde yer aldığı ve aynı sağlayıcıdan ürün tedarik ettiği; ayrıca Aral tarafından kendisine verilen bilginin rakibinden geldiği öngörüsüne sahip olduğunun Kurul tarafından kabul edildiği düşünüldüğünde, bu öngörüye en

---

<sup>169</sup> Bkz. s.6.

<sup>170</sup> a.g.k. s. 54-56.

<sup>171</sup> a.g.k. s. 56.

<sup>172</sup> a.g.k. s. 56.

azından, alıcı gücü bakımından Aral karşısında ikinci sırada yer alan Teknosa'nın da sahip olduğunun kabul edilmesi gerekmektedir. En nihayetinde aynı ekonomik bütünlük içerisinde yer alan iki oyuncunun birbirlerinin pazar stratejilerinden haberdar oldukları varsayımı oldukça gerçekçidir.

Piyasada topla dağıt kartelinin kurulabilmesi için perakendecilerin kendi pazar paylarını kaybetmeyeceklerine ve rakiplerinin de belirlenen fiyatları uygulayacağına dair güven duymaları gerekmektedir<sup>173</sup>. Kararda yer alan ve Aral tarafından D&R'a gönderilen e-postada <sup>174</sup> “*rekabet primum*”nden bahsedildiği ve bu uygulamanın “*Rakip firmaların bizim kontrolümüzün dışında yapmış olduğu fiyat indirimlerine karşı sizi korumak ve cevap vermeniz için kullanılmalıdır.*” şeklinde ifadeler yer almaktadır. Söz konusu bu uygulama merkez tarafından, tüm taraflarca anlaşmaya ve/veya uyumlu eyleme uyulacağına dair perakendecilere verilen güvenceyi akla getirmektedir. Bu gözle bakıldığında karar kapsamında Aral'ın diğer perakendecilere rekabet primi sistemini uygulayıp uygulamadığının araştırılması gerekmektedir. Buradan çıkacak sonuç yapılacak ihlal değerlendirmesine ışık tutacak nitelikte olacaktır.

Sonuç olarak *Aral Oyun* kararında her ne kadar topla dağıt karteli teorisine dayalı bir değerlendirme yapılmış olsa da ispat standardının yüksek tutulması ve pazar dinamiklerinin kartel oluşumuna etkisinin göz ardı edilmesi sebepleriyle varılan sonucun hatalı olduğu, söz konusu ihlalin topla dağıt karteline vücut verdiği ve bu kapsamda cezalandırılması gerektiği söylenebilecektir. Aşağıda yer alan tabloda *Aral Oyun* kararının topla dağıt karteli varsayımı altında değerlendirmesinin özetine yer verilmiştir.

**Tablo-2:** Aral Oyun Kararının Topla Dağıt Karteli Kapsamında Değerlendirilmesi

Kararın Ortaya Çıkış Şekli	Merkez ve Uç Ayrımı	Sağlayıcı Pazar Yapısı	Perakende Pazarı Yapısı	Ortaya Çıkan Zarar
Sağlayıcının Perakendecilerin Çağrılarına Cevap Vermesi	Merkez: Aral Uç: Perakendeciler	Türkiye'deki tek yetkili dağıtıcı, pazarda güçlü bir oyuncu.	Perakendeciler alıcı gücüne sahip	Marka içi rekabet zarar görmüştür

<sup>173</sup> Bkz. TRU ve Tesco kararları.

<sup>174</sup> Kurulun 07.11.2016 tarihli, 16-37/628-279 sayılı kararı s. 21.



## SONUÇ VE ÖNERİLER

Aynı pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine aykırı şekilde bir araya gelerek fiyat tespiti, müşterilerin, sağlayıcıların, bölgelerin ya da ticaret kanallarının paylaşılması, arz miktarının kısıtlanması veya kotalar konması, ihalelerde danışıklı hareket edilmesi konularında yaptıkları anlaşmalar kartel kapsamında değerlendirilmektedir.

Tipik kartel oluşumlarından farklı olarak dikey ilişkili bir sağlayıcı veya perakendeci tarafından dolaylı bilgi değişimleri yoluyla yatay pazarda yer alan teşebbüslerin koordine edildiği topla dağıt karteli ise hem dikey hem yatay ihlal özelliklerini içerisinde barındırması sebebiyle yeni bir ihlal türü olarak karşımıza çıkmaktadır. İhlal kapsamında kartel tarafı dikey aktör (*merkez*), yatay aktörleri ahşap bir tekerleğin parçalarını bir arada ve dağılmadan tutan metal kuşak görevi görmekte; merkez ile uç/uçlar arasındaki ilişki ise paralel YSFB anlaşmaları yoluyla kurulmaktadır. Çalışma kapsamında incelenen karar örneklerinden de anlaşılacağı üzere, bu atipik kartel türü gün geçtikçe birçok rekabet otoritesinin gündemini meşgul etmekte, bu duruma paralel olarak rekabet hukuku uygulamalarında gittikçe daha fazla önem kazanmaktadır.

Söz konusu atipik kartel türü, teşebbüsler arasındaki bilgi değişiminin dolaylı oluşu, dikey ve yatay düzlemde yer alan teşebbüsler arasındaki iki aşamalı ilişkinin varlığı, perakende ve/veya sağlayıcı pazarında yoğunlaşmış pazar yapısı gerekliliği, kartelin uygulanması ve izlenmesi esnasında YSFB, EKM ve RPFM gibi uygulamaların kullanılıyor olması gibi birçok hususta kendine has özelliklere sahiptir. Görülen bu farklılıklar ihlalin ortaya çıkarılışını ve değerlendirilme aşamasını tipik kartellere nazaran daha karmaşık hale getirmektedir. Bu bakımdan, rekabet otoritelerinin bu ihlal türünün niteliklerini doğru şekilde tespit edip doğru yaklaşımlar geliştirmesi son derece önem arz etmektedir.

Diğer yandan günümüzde yaşanan teknolojik gelişmeler ve teşebbüslerin ticari faaliyetlerinde bu duruma kayıtsız kalamayışı, iş yapış şekillerini ve buna bağlı olarak tarafı oldukları rekabete aykırı ihlallerin oluş biçimlerini farklılaştırmaktadır. Bu süreç içerisinde teşebbüslerin pazar şartlarına göre üretim miktarlarını veya ürün fiyatlarını belirlemelerine yardımcı olan, aynı zamanda piyasa şeffaflığını, izlemeyi ve sapmalara karşı anlık reaksiyonu kolaylaştıran algoritmalar, rekabet ihlallerinde giderek daha çok kullanılmaya başlanmış olup seçilen algoritmaya göre ortaya çıkabilecek rekabet ihlalleri farklılık göstermektedir. Çalışma konumuzu oluşturan topla dağıt kartellerinin ortaya çıkışını muhtemel kılan paralel algoritmalar ise, teşebbüslerin aynı dinamik fiyatlandırma algoritmasını paylaşmaları halinde gündeme gelmekte; bu algoritmalar yoluyla teşebbüslerin doğrudan iletişimine ihtiyaç duyulmaksızın karar süreçleri otomatikleştirilerek rekabet üstü fiyatlar programlanabilmektedir. Böylelikle sağlayıcılar ve perakendeciler arasındaki iletişim ihtiyacı asgariye indiğinden, doğası gereği rekabet otoritelerince tespit edilmesi görece zor olan topla dağıt kartellerine dair delil elde edilmesi ve böylece bu tür ihallerin ortaya çıkarılması daha da güçleşmektedir.

Bu bağlamda Kurulun, perakende ve/veya sağlayıcı düzeyinde yoğunlaşmış; YSFB, EKM şartı gibi uygulamaların görüldüğü; perakendeci ve sağlayıcı teşebbüsler arasında sistematik ve ticari ilişkilerin olağan akışına aykırı nitelikte rekabete hassas bilgi değişiminin ortaya konduğu, ayrıca algoritma ve algoritmik fiyatlama kullanımına rastlanan pazar yapılarında, teşebbüsler arasında görülen dikey nitelikli ihlallere topla dağıt karteli şüphesi ile yaklaşması, meydana gelen ihlallerin doğru ve etkin şekilde değerlendirilmesi bakımından gereklidir.

Ayrıca topla dağıt kartelinin geleneksel ve/veya dijital mecralarda görülmesi durumu söz konusu ihlalin yasal ve ekonomik yapısını değiştirmemektedir. İhlalin tespiti aşamasında, topla dağıt kartellerinde aranması gereken unsurları ve ispat standardını ayrıntılı şekilde ortaya koyması sebebi ile *Tesco* kararı yol gösterici niteliktedir. *Tesco* kararı ile belirlenen ihlal tespit aşamalarının ve ispat standardının Kurul tarafından da benimsenmesi gerekmektedir. Çalışmanın 4. bölümünde incelenmiş olan kararlar ve Kurul tarafından uygulanan yüksek ispat standardı göz önünde bulundurulduğunda söz konusu içtihadın uygulanması, karşılaşılan

topla dağıt kartellerini tüm yönleri ile tespit edebilmek ve ihlal taraflarını tam manasıyla ortaya koyabilmek adına faydalı olacaktır.

Topla dağıt kartelinde paralel şekilde yürütülen ve B tarafından birbirine bağlı hale getirilen dikey anlaşmalar tek bir yatay anlaşmanın aşamaları olarak görülmelidir. Bu kapsamda Kurulun incelenen dosya kapsamında topla dağıt karteli tespiti yapması halinde; taraflara yönelik yapılacak değerlendirmelerde, ilgili ihlalin fiyat rekabetine yönelik ve yatay nitelikte olduğu, amacı bakımından rekabete zarar verdiği, dolaylı bilgi değişimine dayalı olduğu, anlaşma ve/veya uyumlu eylem olarak değerlendirilmesi gerektiği ve marka içi ve/veya markalar arası rekabete zarar verdiği hususları göz önünde bulundurulmalı ve yapılacak değerlendirmenin ana hatları bu kapsamda belirlenmelidir.

Son olarak çeşitli ülke otoritelerince farklı isimlerle anılan topla dağıt kartelinin “mekik diplomasisi karteli” (*shuttle diplomacy cartel*) ismi ile anılması daha yerinde bir kullanım olacaktır. Uluslararası ilişkiler disiplinine ait bir kavram olan mekik diplomasisi, iki ihtilafli taraf arasında çözüme ulaşabilmek için arabulucu ya da kolaylaştırıcı rolündeki üçüncü bir tarafın, klasik diplomasi kurallarına uymadan yaptığı ve her iki tarafta da seri görüşmelerle sonuca ulaşmaya çalıştığı diplomasi türü olarak tanımlanmıştır. Söz konusu yöntem daha çok kendini arabulucu olarak nitelendiren ülkenin, uzlaştırmaya çalıştığı ülkeler ile ayrı ayrı görüşmeler gerçekleştirmesi ve bu görüşmelerde elde ettiği bilgileri taraflara bir aracı rolü ile aktarmasıyla gerçekleştirilmektedir. Bu kapsamda çalışmaya konu ihlalin merkezi rolünde yer alan teşebbüsün yatay pazarda yer alan ve dikey ilişkili olduğu teşebbüsler arasındaki dolaylı bilgi değişimine aracılık ediyor olması mekik diplomasisi yürüten ülke ile üstlendikleri rolleri benzer hale getirmekte ve isim önerisini anlamlı kılmaktadır.

## **ABSTRACT**

Hub and spoke is a new term of competition law and is used in competition theorie and practice ever frequently. Hub-and-spoke arrangements are cartels that are not co-ordinated through direct exchanges between the horizontal competitors, but through indirect exchanges via a vertically related supplier or retailer.

The main challenge for enforcement agencies is to identify when inherently legitimate exchanges between suppliers and retailers turn into a prohibited horizontal co-ordination, without direct proof of collusion. Enforcement and jurisprudence in particular in the United States, but also in Europe, have developed concepts that are based mainly on indirect and circumstantial evidence. They require proof of a horizontal connection between the spokes, a rim, and an awareness of all actors involved.

In this study, firstly general information about hub and spoke cartel are given and the horizontal and vertical elements of the infringments are discussed. Secondly, hub and spoke cartels created by means of pricing algorithms and related decision examples are examined. Thirdly, the approaches of the Turkish Competition Authority to hub and spoke cartel are evaluated.

## KAYNAKÇA

AMORE, R. (2016), “Three (or more) is a Magic Number: Hub & Spoke Collusion as a Way to Reduce Downstream Competition”, *European Competition Journal*, Vol:12, No:1, s.28-53.

ANCHUSTEGUI, I. H.; J. NOWAG (2017), “How the Uber & Lyft Case Provides an Impetus to Reexamine Buyer Power in the World of Big Data and Algorithms”, Lund University Legal Research Paper Series Lund Comp Working Paper, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2998688](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2998688), Erişim Tarihi: 26.03.2021.

ANCHUSTEGUI, I.H. (2018) “Buyer Power in Merger Control: An Overview of EU and National Case Law”, <https://www.concurrences.com/en/bulletin/special-issues/buyer-power-in-mergers-en/buyer-power-in-merger-control-an-overview-of-eu-and-national-case-law-en>, Erişim Tarihi: 01.05.2021

ANDERSON, M.; M. HUFFMAN (2017), “The Sharing Economy Meets the Sherman Act: Is Uber a Firm, a Cartel, or Something in Between?”, *Columbia Business Law Review*, Forthcoming; *Indiana University Robert H. McKinney School of Law Research Paper*, No:8, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2954632](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2954632), Erişim Tarihi: 13.01.2021.

ARI, Z. (2004), *Rekabet Hukukunda Danışıklılık Kavramı: Anlaşma Karar Uyumlu Eylem ve Hukuki Sonuçları*, Ankara.

ASLAN, İ. Y. (2017), *Rekabet Hukuku Teori Uygulama Mevzuat*, Ekin Yayınları, Bursa.

ATA, Ç. D. (2009), *Rekabeti Kısıtlayıcı Anlaşmalara Olumlu Yaklaşım: Rule of Reason Işığında Roma Antlaşması 81. Madde ve Muafiyet*, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Ankara.

AUTHORITE DE LA CONCURRENCE VE BUNDESKARTELLAMT (2019), “Algorithms and Competition”, [https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Berichte/Algorithms\\_and\\_Competition\\_Working-Paper.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=5](https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Berichte/Algorithms_and_Competition_Working-Paper.pdf?__blob=publicationFile&v=5), Erişim Tarihi: 18.01.2021.

AYTEKİN, A.; F. SÖNMEZ ÇAKIR; Y. B. YÜCEL, İ. KULAÖZÜ (2018),

“Algoritmaların Hayatımızdaki Yeri ve Önemi”, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, Vol:5, No:7, s.143-150.

BAILEY, D. (2008), “Publicly Distancing Oneself from a Cartel”, *World Competition Law and Economics Review*, Vol:31, No:2, s.177–203.

BALLARD, I. D.; S. A. NAIK (2017), “Algorithms, Artificial Intelligence and Joint Conduct” CPI Antitrust Chronicle, [https://www.sheppardmullin.com/media/article/1649\\_CPI%20-%20Ballard-Naik.pdf](https://www.sheppardmullin.com/media/article/1649_CPI%20-%20Ballard-Naik.pdf), Erişim Tarihi: 19.03.2021.

BENEKE, F.; M. O. MACKENRODT (2020), “Remedies for Algorithmic Tacit Collusion”, *Journal of Antitrust Enforcement*, Vol:9, No:1, s.152-176.

BENNETT, M.; A. FLETCHER; E. GIOVANNETTI; D. STALLIBRASS (2011), “Resale Price Maintenance: Explaining the Controversy, and Small Steps Towards a More Nuanced Policy”, *Fordham International Law Journal*, Vol:33, No:4, s:1278-1299.

BLOCKX, J. (2017), “Antitrust in Digital Markets in the EU: Policing Price Bots”, *Radboud Economic Law Conference*, [https://www.researchgate.net/profile/Jan-Blockx-2/publication/317616145\\_Antitrust\\_in\\_digital\\_markets\\_in\\_the\\_EU\\_policing\\_price\\_bots/links/594387d9a6fdccb93ab28b74/Antitrust-in-digital-markets-in-the-EU-policing-price-bots.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Jan-Blockx-2/publication/317616145_Antitrust_in_digital_markets_in_the_EU_policing_price_bots/links/594387d9a6fdccb93ab28b74/Antitrust-in-digital-markets-in-the-EU-policing-price-bots.pdf), Erişim tarihi: 08.04.2021.

BOLECKI, A. (2011), “Polish Antitrust Experience with Hub-and-Spoke Conspiracies”, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2042709](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2042709), Erişim Tarihi: 11.09.2020.

BUCCIROSSI, P.; G. ZAMPA (2013), “Hub and Spoke Practices: Law and Economics of the New Antitrust Frontier?”, *Competition Law International*, Vol:9, No:1, s:91-110.

BUENO, L. C. S. (2021), “Hub and Spoke Cartels vs. RPM: Differences, Interactions and the Concurrence of Wills’ Theory of Harm”, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3732767](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3732767), Erişim Tarihi: 13.04.2021.

BUNDESKARTELLAMT (2017), “Guidance Note on the Prohibition of Vertical Price Fixing in the Brick and Mortar Food Retail Sector”, [https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Others/Guidance\\_note\\_prohibition\\_vertical\\_price\\_fixing\\_LEH.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=2](https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Others/Guidance_note_prohibition_vertical_price_fixing_LEH.pdf?__blob=publicationFile&v=2), Erişim Tarihi: 28.12.2020.

CAN, B. (2012), *Rekabet Hukukunda Kartellere İlişkin İspat Standardı*, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Ankara.

CAPOBIANCO, A. (2004), “Information Exchange under EC Competition Law”, *Common Market Law Review* 41, s.1247-1266.

CHEN, Z. (2008), “Defining Buyer Power”, 53 *Antitrust Bulletin*, s. 241-243.

CMA (2018), CMA Pricing Algorithms, [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/746353/Algorithms\\_econ\\_report.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/746353/Algorithms_econ_report.pdf), Erişim Tarihi: 12.02.2021.

DOĞAN, C. (2017), “Algoritma ve Rekabet Hukuku: 4. Madde İhlallerinin Dijital Görünümleri”, [http://cdlaw.com.tr/algorithm\\_competition\\_law.pdf](http://cdlaw.com.tr/algorithm_competition_law.pdf), Erişim Tarihi: 08.04.2020.

EKİN, B. (2021), *Kişisel Verilerin Korunması ve Rekabet Hukuku Boyutuyla Büyük Veri*, On İki Levha Yayınları, İstanbul.

EUROPEAN COMMISSION (2017), “Commission Staff Working Document accompanying the Final Report on the E-commerce Sector Inquiry”, [http://ec.europa.eu/competition/antitrust/sector\\_inquiry\\_swd\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/competition/antitrust/sector_inquiry_swd_en.pdf) Erişim Tarihi: 26.01.2021.

EVANS, D. (2017), “What an Illegal Price-Fixing Bot Might Look Like”, <https://www.law360.com/articles/914904/what-an-illegal-price-fixing-bot-might-look-like>, Erişim Tarihi:03.02.2021.

EZRACHI A.: E. M. STUCKE (2015), “Online Platforms and the EU Digital Single Market Submission to the House of Lords, Internal Market Sub-Committee”, *Oxford Legal Studies Research Paper University of Tennessee Legal Studies Research Paper Series*, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2677267](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2677267), Erişim Tarihi: 12.09.2020.

EZRACHI, A.: E. M. STUCKE (2020), “Sustainable and Unchallenged Algorithmic Tacit Collusion”, *Northwestern Journal of Technology and Intellectual Property*, Vol:17, No:2, s.217-259.

EZRACHI, A.; M. E. STUCKE (2016), *Virtual Competition: The Promise and Perils of the Algorithm-Driven Economy*, Harvard University Press, United States.

EZRACHI, A.; M. E. STUCKE (2017), “Artificial Intelligence & Collusion: When Computers Inhibit Competition”, *University of Illinois Law Review*, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2591874](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2591874), Erişim Tarihi: 18.08.2020.

FAULL, J.; A. NIKPAY (2014), *The EU Law of Competition*, 3rd Edition, Oxford.

FAVART, M. (2015), “Belgium: Belgian Competition Authority Adopts Its First Settlement Decision In Supermarkets Cartel Case”, <https://www.mondaq.com/cartels-monopolies/416682/belgian-competition-authority-adopts-its-first-settlement-decision-in-supermarkets-cartel-case>, Erişim Tarihi: 03.03.2021.

FİNANCIAL CONDUCT AUTHORITY (FCA) (2019), “Competition Act

1998: Decisions of the Financial Conduct Authority Anti-competitive conduct in the asset management sector”, <https://www.fca.org.uk/publication/notices-and-decisions/anti-competitive-conduct-in-asset-management-sector.pdf>, Erişim Tarihi: 15.04.2021.

FLETCHER, A.; M. HVIID (2017), “Broad Retail Price MFN Clauses: Are They RPM at Its Worst?”, *Antitrust Law Journal*, Vol:81, No:1, s.61-98.

GARRITY, E. (2016), “A New Chapter in Antitrust Law: The Second Circuit’s Decision in *United States v. Apple* Determines Hub-and-Spoke Conspiracy Per Se Illegal”, *Boston College Law Review*, Vol:57, No:6, s.84-103.

GRAEF, I. (2016), “Algorithmic price fixing under EU competition law: how to crack robot cartels?”, <https://www.law.kuleuven.be/citip/blog/algorithmic-price-fixing-under-eu-competition-law-how-to-crack-robot-cartels/>, Erişim Tarihi: 18.04.2021.

GUERIN, B.; A. WOLF-POSCH (2016), “Special Report of the German Monopolies Commission: Can Competition Law Address Challenges Raised by Digital Markets?”, *Journal of European Competition Law & Practice*, Vol:7, No:1, s.30-45.

GÜVEN, P. (2008), *Rekabet Hukuku (Competition Law)*, Ankara.

HARRINGTON, J. (2018), “How Do Hub-and-Spoke Cartels Operate? Lessons from Nine Case Studies” SSRN Electronic Journal, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3238244](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3238244), Erişim Tarihi: 26.02.2020.

HEINZ, S. (2016), “Online Booking Platforms and EU Competition Law in the Wake of the German Bundeskartellamt’s Booking.com Infringement Decision”, *Journal of European Competition Law & Practice*, Vol:7, No:8, s.530-536.

HOVENKAMP, H. J. (2010), “Harvard, Chicago and Transaction Cost Economics in Antitrust Analysis”, *University of Iowa Legal Studies Research Paper*, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1592476](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1592476), Erişim Tarihi: 25.08.2020.

ICN (2005), “Defining Hard Core Cartel Conduct Effective Institutions Effective Penalties Building Blocks for Effective Anti-Cartel Regimes”, Report Prepared by the ICN Working Group on Cartels, ICN 4th Annual Conference, Bonn, Germany [https://www.internationalcompetitionnetwork.org/wpcontent/uploads/2018/05/CWG\\_BuildingBlocks.pdf](https://www.internationalcompetitionnetwork.org/wpcontent/uploads/2018/05/CWG_BuildingBlocks.pdf), Erişim Tarihi: 30.12.2020.

JEDLICKOVA, B. (2016), *Resale Price Maintenance and Vertical Territorial Restrictions: Theory and Practice in EU Competition Law and US Antitrust Law*, First Edition, Edward Elgar Publishing Limited, United Kingdom.



JONES, A.; B. SUFRIN (2016), *EU Competition Law*, Sixth Edition, Oxford.

JULLIEN, B.; P. REY (2007), “Resale Price Maintenance and Collusion”, *RAND Journal of Economics*, Vol:38, No:4, s.983-1001.

KEKEVİ, H. G. (2008), “ABD, AB ve Türk Rekabet Hukukunda Kartellerle Mücadele”, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

KIRKWOOD, J. B. (2010), “Rethinking Antitrust Policy Toward RPM”, *The Antitrust Bulletin*, Vol:55, No:2, s.423-472.

KLEIN, B. (2017), “The Apple E-BooksCase: When Is a Vertical Contract a Hub In a Hub-and-Spoke Conspiracy?”, *Journal of Competition Law&Economics*, Vol:13, No:3, s.423-474.

KLEIN, B. (2020), “Inferring Agreement in Hub-and-Spoke Conspiracies”, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3675944](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3675944), Erişim Tarihi: 03.01.2021.

KORAH, V. (2007), *An Introductory Guide to EC Competition Law and Practice*, Hart Publishing, Ninth Edition, Oxford.

LLORENS, A. A. (2006), ‘Horizontal Agreements and Concerted Practices in EC Competition Law: Unlawful and Legitimate Contacts between Competitors’, *Antitrust Bulletin*, Vol:51, No:4, s. 837-876.

LUBAMBO, M. (2015), “Vertical Restraints Facilitating Horizontal Collusion: Stretching Agreement in a Comparative Approach’, *Journal of Law and Jurisprudence*, s.135-141, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2595676](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2595676), Erişim Tarihi: 04.04.2021.

MAŁOBEĆKA, I. (2016), “Hub and Spoke Cartel How to Assess Horizontal Collusion in Disguise?”, *Krytyka Prawa*, Vol:8, No:2, s.64-78.

MASSEY, P. (2006), “Criminalization of Competition Law Enforcement Economic and Legal Implications for The EU Member States”, K. J. Cseres, M. P. Schinkel ve F. O. W. Vogelaar (der.), *Criminalization and Leniency: Will The Combination Favourably Affect Cartel Stability?* içinde, Amsterdam, s. 176-184.

MATHEW, B. (2018), “The Scope of E-commerce in India”, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3257567](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3257567), Erişim tarihi: 04.02.2021.

MATTIOLI, E. (2016), “Hub and Spoke: Towards a Belgian Precedent?”, <https://academic.oup.com/jcclap/article/7/4/261/2357792?login=true>, Erişim Tarihi: 17.04.2021.

MEHRA, S. K. (2015), “Antitrust and the Robo-Seller: Competition in the Time of Algorithms”, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2576341](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2576341), Erişim Tarihi: 27.03.2021.

MODRALL, J. (2017), “OECD Workshop Addresses Algorithms and Collusion Issues”, Kluwer Competition Law Blog, <http://competitionlawblog.kluwercompetitionlaw.com/2017/07/17/oecdworkshop-addresses-algorithms-collusion-issues/?print=pdf>, Erişim tarihi: 11.04.2021.

NOWAG, J. (2018), “When Sharing Platforms Fix Sellers’ Prices”, Journal of Antitrust Enforcement, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3217193](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3217193), Erişim Tarihi: 03.05.2020.

O’DONOGHUE, R. (2007), “Verbalizing a General Test for Exclusionary Conduct Under Article 82 EC”, European Competition Law Annual 2007: A Reformed Approach to Article 82 EC. (Ed) Ehlermann & Marquis. Oxford and Portland Oregon: Hart Publishing, 2008.

ODUDU, O. (2011), “Indirect Information Exchange: The Constituent Elements of Hub and Spoke Collusion”, European Competition Journal, Vol:7, No:2, s.205-242.

ODUDU, O. (2013), “Hub and Spoke Collusion”, I. LIANOS ve D. GERARDIN (der.), *Handbook on European Competition Law: Substantive Aspects* içinde, US, USA, s.242-258.

OECD (2021), “Recommendation of the Council OECD Legal Instruments Concerning Effective Action Against Hard Core Cartels”, OECD Legal Instruments, <https://legalinstruments.oecd.org/public/doc/193/193.en.pdf>, Erişim Tarihi: 29.03.2021.

OECD (2019), “Roundtable on Hub-and-Spoke Arrangements”, Background Note by the Secretariat, [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP\(2019\)14/en/pdf?\\_ga=2.10014965.1753154178.1621037970-173522078.1573120694](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP(2019)14/en/pdf?_ga=2.10014965.1753154178.1621037970-173522078.1573120694), Erişim Tarihi: 11.02.2020

OECD Summary Notes (2019), “Hub-and-spoke arrangements – Summaries of contributions”, [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD\(2019\)79/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD(2019)79/en/pdf), Erişim Tarihi: 12.11.2020.

OECD US (2019), “Hub-and-spoke arrangements – Note by the United States”, Note by the United States, [https://www.ftc.gov/system/files/attachments/us-submissions-oecd-2010-present-other-international-competition-fora/oecd-hub-and-spoke\\_arrangements\\_us.pdf](https://www.ftc.gov/system/files/attachments/us-submissions-oecd-2010-present-other-international-competition-fora/oecd-hub-and-spoke_arrangements_us.pdf), Erişim Tarihi: 14.02.2021.

OECD (2018), “Implications of E-commerce for Competition Policy”, Background Note, [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP\(2018\)3/en/pdf?\\_ga=2.249696975.859916387.1621293435-173522078.1573120694](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP(2018)3/en/pdf?_ga=2.249696975.859916387.1621293435-173522078.1573120694), Erişim Tarihi: 10.08.2020.

OECD Estonia (2017), “Annual Report on Competition Policy Developments in Estonia”, [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/AR\(2018\)5/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/AR(2018)5/en/pdf), Erişim Tarihi: 11.02.2021

OECD (2017), “Algorithms and Collusion: Competition Policy in the Digital Age”, [www.oecd.org/competition/algorithms-collusioncompetition-policy-in-the-digital-age.htm](http://www.oecd.org/competition/algorithms-collusioncompetition-policy-in-the-digital-age.htm), Erişim Tarihi: 04.02.2021.

OECD (2013), “Vertical Restraints for On-line Sales”, Policy Roundtables, <https://www.oecd.org/competition/VerticalRestraintsForOnlineSales2013.pdf>, Erişim Tarihi: 23.01.2021.

OECD (2010), “Information Exchanges Between Competitors under Competition Law”, Policy Round Tables, DAF/COMP(2010)37, <https://www.oecd.org/competition/cartels/48379006.pdf>, Erişim Tarihi: 11.12.2020

OECD (2008), “Resale Price Maintenance”, Policy Roundtables, <https://www.oecd.org/daf/competition/43835526.pdf>, Erişim Tarihi: 08.06.2020

OECD (2002), “*Report on the Nature and Impact of Hard Core Cartels and Sanctions against Cartels under National Competition Laws*”, <http://www.oecd.org/dataoecd/16/20/2081831.pdf>, Erişim Tarihi: 18.12.2020.

ORBACH, B. (2016), “Hub and Spoke Conspiracies”, [https://www.americanbar.org/content/dam/aba/publishing/antitrust\\_source/apr16\\_orbach\\_4\\_11f\\_authcheckdam.pdf](https://www.americanbar.org/content/dam/aba/publishing/antitrust_source/apr16_orbach_4_11f_authcheckdam.pdf), Erişim Tarihi: 21.03.2020.

ORBACH, B. (2019), “Interstate Circuit and Conspiracy Theories”, University of Illinois Law Review 1447 Arizona Legal Studies Discussion, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3332447](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3332447), Erişim Tarihi: 13.02.2020.

OVERD, A. (2010), “Effects Analysis in Hub and Spoke Cartels”, <https://www.yumpu.com/en/document/read/11831164/effects-analysis-in-hub-and-spoke-cartels-cra-international>, Erişim Tarihi: 12.03.2021.

OXERA (2017), “When Algorithms Set Prices: Winners and Losers”, *Discussion Paper*, <https://www.oxera.com/wp-content/uploads/2018/07/When-algorithms-set-prices-winners-and-losers.pdf.pdf>, Erişim Tarihi: 22.06.2020.

PICHT P. G.; B. FREUND (2018), “Competition (Law) in the Era of Algorithms”, Max Planck Institute for Innovation & Competition Research Paper No:18-10, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3180550](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3180550), Erişim Tarihi: 01.05.2021.

PİŞMAF, Ş. (2012), İktisadi ve Hukuki Açından Teşebbüsler Arası Bilgi Değişimi, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Ankara.

PREWITT, E.; G. FAILS (2015), “Indirect Information Exchanges to Hub-and-Spoke Cartels: Enforcement and Litigation Trends in the United States and Europe”, *Competition Law & Policy Debate*, Vol:1, s.63-72.

SAHUGUET, N.; A. WALCKIERS A. (2017), “A Theory of Hub-and-Spoke Collusion”, *International Journal of Industrial Organization*, No:53, p.353-370.

SAHUGUET, W.; A. WALCKIERS (2014), “Hub-and-Spoke Conspiracies: The Vertical Expression of a Horizontal Desire?”, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2502147](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2502147), Erişim Tarihi: 05.08.2020.

SALCEDO, B. (2015), “Pricing Algorithms and Tacit Collusion” Pennsylvania State University, <http://www.brunosalcedo.com/docs/collusion.pdf>, Erişim tarihi: 12.01.2021.

SCHWALBE, U. (2019), “Algorithms Machine Learning and Collusion”, *Journal of Competition Law & Economics*, Vol:14, No:4, s.568-607, <https://academic.oup.com/jcle/article/14/4/568/5514023?login=true>, Erişim Tarihi: 04.04.2021.

SOLEK, L. (2017), “Passive Participation in Anticompetitive Agreements”, *Journal of European Competition Law & Practice*, Vol:8, No:1, s.15-24.

STEWART C. ve Y. TIAN (2006), “History of E-Commerce”, M. Khosrow-Pour (Ed.). *Encyclopedia of E-Commerce, E-Government, and Mobile Commerce*. London: Idea Group Reference.

VERECKEN, B. (2015), “Hub and Spoke Cartels in EU Competition Law”, LLM Paper Faculty of Law, Universiteit Gent, [https://libstore.ugent.be/fulltxt/RUG01/002/213/684/RUG01002213684\\_2015\\_0001\\_AC.pdf](https://libstore.ugent.be/fulltxt/RUG01/002/213/684/RUG01002213684_2015_0001_AC.pdf), Erişim Tarihi: 13.02.2021.

VESTAGER, M. (2017), “Algorithms and Competition”, Bundeskartellamt 18. Rekabet Konferansı Konuşması, Berlin, [https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/vestager/announcements/bundeskartellamt-18th-conference-competition-berlin-16-march-2017\\_en](https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/vestager/announcements/bundeskartellamt-18th-conference-competition-berlin-16-march-2017_en), Erişim Tarihi: 17.09.2020.

WHISH, R. (2006), “Information Sharing Agreements”, Swedish Competition Authority (der.), *The Pros and Cons of Information Sharing* içinde, Kalmar, İsveç.

WIJCKMANN F.; F. TUYTSCHAEVER (2011), *Vertical Agreements in EU Competition Law*, 2nd Edition, Oxford.

YAVUZ, Ş. (2003), *Amerikan Antitröst Hukukunda Yeniden Satış Fiyatının Belirlenmesi Sorunu: Per se veya Rule of Reason*, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Ankara.

YILDIZ, U. (2020), *Rekabet Hukukunda ABC Bilgi Değişimi (Hub&Spoke)*, Yetkin Yayınları, Ankara.

### **Türk Rekabet Mevzuatı**

4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun

Yatay İşbirliği Anlaşmaları Hakkında Kılavuz

Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz

Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılmasına Yönelik Önaraştırmalarda ve Soruşturmalarda Sunulacak Taahhütlere İlişkin Tebliğ

Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik

Kartellerin Ortaya Çıkarılması Amacıyla Aktif İşbirliği Yapılmasına Dair Yönetmelik

### **AB Rekabet Mevzuatı**

EU Guidelines on the Applicability of Article 101 of the Treaty on the Functioning of the European Union to Horizontal Co-operation Agreements

Summary of the contributions of the National Competition Authorities to the evaluation of the Vertical Block Exemption Regulation (EU) No 330/2010

### **ABD Rekabet Mevzuatı**

Antitrust Guidelines for Collaborations Among Competitors 2000

### **ABD Mahkeme ve FTC Kararları**

Interstate Circuit, Inc. v. United States, 306 U.S. 208 (1939)

E-book, United States v. Apple, Inc., 791 F.3d 290 (2d Cir. 2015)

E-book, U.S. District Court for the Southern District of New York, Civil Action No. 1:12-CV-2826, Competitive Impact Statement, April 11, 2012

TRU, US Courts of Appeals, 98-4107, 01.08.2000

American Column and Lumber Co v. US, 257 US 377 (1921)

Leegin Creative Leather Products, Inc. v. PSKS, Inc, DBA Kay's Kloset 551 U.S. 877

Dr Miles Medical Company v. John D. Park& Sons Company, 220 U.S. 373

Meyer v. Kalanick, 174 F. Supp. 3d 817, 819–20 (S.D.N.Y. 2016)

### **Birleşik Krallık Kararları**

Toys, CA/98/8/2003, [2004] 4 UKCLR 717.

Replica Kit, OFT, CA98/06/2003, 01.08.2003

Case No 2005/1071, 1074 and 1623 Argos Limited and Littlewoods Limited v Office of Fair Trading and JJB Sports Plc v Office of Fair Trading (2006) EVCA Civ 1318. (CAT ve CA kararı)

Tesco, CAT, 1188/1/1/11, 20.12.2012.

Decision of the Office of Fair Trading, CA98/03/2011, Dairy retail price initiatives, 26 July 2011, (Case CE/3094-03)

### **Diğer Ülke Kararları**

Paints and Varnishes, UOKIK Decision DOK-1-400/7/05/MB/AS

Bundeskartellamt, B10-20/15, 14.12.2016.

Bundeskartellamt, B10-050/14, 18.01.2016.

Bundeskartellamt, B10-040/14, 14.12.2016.

Drugstore, Perfumery and Hygiene Products, *BCA*, Decision No. ABC-2015-I / O-19-AUD of June 22, 2015, Case CONCI/O-06/0038

Chicken, Judgment No. 167/2019

Competition Commission of India, Case No. 37 of 2018

### **AB Komisyonu Kararları**

AC Treuhand I (Case T-99/04, *AC-Treuhand v Commission* [2008] ECR II-1501

AC Treuhand II (Case T-27/10, *AC Treuhand v Commission* [2014])

Case C-49/92 P, *Anic Partecipazioni* [1999] ECR I-4125

Case T-61/99, *Adriatica di Navigazione SpA v Commission* [2003] ECR II-5349

Joined Case T-25/95, *Cimenteries CBR SA and Others v Commission* [2000], ECR II-491, [2000] 5 CMLR 204

European Commission, 39847, E-books, OJ [2013] C 378/25

### **ABAD Kararları**

ABAD'ın T.21.01.2016, C-74/14, EU:C:2016:42, *Eturas and Others* kararı

### **Rekabet Kurulu Kararları**

Kurulun 09.07.2003 tarih ve 03-49/556-241 sayılı kararı

Kurulun 24.08.2006 tarih ve 06-59/773-226 sayılı kararı

Kurulun 21.02.2007 tarih ve 07-15/142-45 sayılı kararı

Kurulun 08.03.2007 tarih ve 07-19/192-63 sayılı kararı

Kurulun 04.03.2010 tarih ve 10-21/273-101 sayılı kararı

Kurul'un 23.06.2011 tarihli, 11-39/838-262 sayılı kararı  
Kurulun 02.12.2013 tarih, 13-67/929-391 sayılı kararı  
Kurulun 16.12.2015 tarihli, 15-44/731-266 sayılı kararı  
Kurulun 07.11.2016 tarihli, 16-37/628-279 sayılı kararı  
Kurul'un 19.09.2018 tarihli, 18-33/556-274 sayılı kararı  
Kurul'un 22.11.2018 tarih ve 18-44/703-345 sayılı kararı  
Kurulun 10.01.2019 tarihli, 18-44/703-345 sayılı kararı  
Kurulun 20.06.2019 tarih ve 19-22/353-159 sayılı kararı  
Kurulun 12.11.2019 tarih ve 19-39/610-263 sayılı kararı  
Kurulun 12.03.2020 tarih ve 20-14/192-98 sayılı kararı  
Kurulun 26.03.2020 tarihli, 20-16/231-112 sayılı kararı  
Kurulun 26.03.2020 tarihli, 20-16/232-113 sayılı kararı  
Kurulun 02.12.2013 tarih, 13-67/929-391 sayılı kararı



Üniversiteler Mahallesi  
1597. Cadde No: 9  
06800 Bilkent - Çankaya /ANKARA  
[http:// www.rekabet.gov.tr](http://www.rekabet.gov.tr)