

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2011-2-191 (Önaraştırma)
Karar Sayısı : 11-44/979-329
Karar Tarihi : 03.08.2011

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI
Üyeler : İsmail Hakkı KARAKELLE, Doç. Dr. Cevdet İlhan GÜNAY,
Reşit GÜRPINAR, Prof. Dr. Metin TOPRAK

B. RAPORTÖRLER : E. Ebru ÖZTÜRK, Sinan ÇÖRÜŞ,
Hatice YAVUZ, Necla SÜMER

C. BAŞVURUDA

BULUNANLAR : - Zeybek Madencilik İnşaat Plastik Nak. Petrol Ürünleri San. Tic. Ltd. Şti.
Hunat Mah. Kocatürk Sok. Zeybek İş Merkezi No. 9 Kat 3
Melikgazi/Kayseri
- Fatih İnşaat Malzemeleri
Kocasinan Bulvarı İnönü Parkı Karşısı No: 187 Kayseri
- Gizlilik Talebi Bulunmaktadır

D. HAKKINDA İNCELEME

YAPILANLAR : - Çimsa Çimento San. ve Tic. A.Ş.
Kısıklı Cad. No:4 Sarkuysan - Ak İş Merkezi S Blok
Altunizade/İstanbul
- Cimpor Yibitaş Çimento San. ve Tic. A.Ş.
Hasanoğlan Sanayi Bölgesi Bahçelievler Mah. Atatürk Cad.
No:8 Hasanoğlan Elmadağ/Ankara

E. DOSYA KONUSU: Çimsa Çimento San. ve Tic. A.Ş. ile Cimpor Yibitaş Çimento San. ve Tic. A.Ş.'nin Kanun'un 4. ve 6. maddelerini ihlal ettiği iddiası.

F. İDDİALARIN ÖZETİ: Zeybek Madencilik İnşaat Plastik Nak. Petrol Ürünleri San. Tic. Ltd. Şti. (Zeybek İnşaat) tarafından yapılan başvuruda özetle;

- Kendilerinin Kayseri ilinde bir süredir inşaat müteahhitliğiyle iştigal ettikleri,
- Bölgeye hâkim konumdaki firmalar olan Çimsa Çimento San. ve Tic. A.Ş. (Çimsa) ve Cimpor Yibitaş Çimento San. ve Tic. A.Ş. (Cimpor)'ye ait Kayseri, Niğde, Nevşehir ve Sivas fabrikalarının uyum içerisinde faaliyet gösterip fiyat politikasını birlikte belirlediği, piyasada bunu gerektirecek bir durum olmadığı halde keyfi fiyat artışlarında buldukları,
- Bölgedeki hazır beton tesislerinin diğer bölgelerden çimento getirtmesinin ticari tehditler aracılığıyla önüne geçilmeye çalışıldığı, bölgede başka firmaların üretim yapmasının engellendiği,
- Bu gibi uygulamaların beton fiyatlarını arttırdığı ve inşaat sektörünü etkilediği,

- Çimsa ve Adana Çimento San. Türk A.Ş.'nin (Adana Çimento) beyaz çimento fiyatlarının tespitinde işbirliği içinde oldukları¹

ifade edilmiştir.

Fatih İnşaat Malzemeleri (Fatih İnşaat) tarafından yapılan başvuruda özetle;

- Kendileriyle Çimsa arasındaki bayilik ilişkisinin 2009 yılına kadar sorunsuz bir şekilde sürdüğü ancak 2009 yılında piyasanın yeni giren teşebbüslerin etkisiyle daha rekabetçi bir yapıya bürünmeye başladığı,
- 50 – Çimsa tarafından bu durumun sükunetle karşılandığı, agresif politikalar benimsenmediği,
- Kendilerinin piyasanın yeni koşullarında başka firmalardan mal sağlamaya başladığı, bu sırada Adoçim Çimento Beton San. ve Tic. A.Ş. (Adoçim) tarafından yapılan bayilik teklifinin kendilerince kabul edildiği,
- 2010 yılı başlarında Çimsa yetkililerinin kendilerine rakip ürünleri satmamaları konusunda telkinde buldukları ancak bu durumun ilk etapta Çimsa tarafından kabul edildiği,
- 2011 yılında ise kendilerine bu durumun sürdürülmesinin mümkün olmayacağına ilişkin bir bildirim yapıldığı ve bayilik ilişkisinin Çimsa tarafından tek taraflı olarak sonlandırıldığı
- 60

belirtilmiştir.

Gizlilik talebi bulunan başvuruda özetle;

- Kendilerinin uzun süredir inşaat malzemesi ticareti ile uğraştıkları ve (.....TİCARİ SIR.....),
- (.....TİCARİ SIR.....),
- Çimsa yetkililerince hız kazanan rekabet ortamında fiyatlara ilişkin bir iyileştirme yapılmadığı gibi bayilere rakip markaların ürünlerinin satılmaması hususunda baskı yapıldığı,
- 70 – Çimsa'nın Erciyes Eras Otel'de bir yılsonu toplantısı gerçekleştirdiği, bunun neticesinde diğer bayilere örnek olması amacıyla rakip malları satan bayilerle ilişkinin sonlandırıldığı,
- Pazar payı oldukça yüksek olan Çimsa'nın, Cimpor ile beraber hareket ettiği, bu iki fabrikanın bölgesine satış yapan diğer fabrikaların bölgelerine düşük fiyattan satış yaptığı, 2010 yılı ve 2011 yılı ilk çeyreği itibarıyla bu konuda oldukça yol alındığının görüldüğü,
- (.....TİCARİ SIR.....),
- Çimsa ve Cimpor arasında birbirlerinin eski bayilerini bayi olarak kabul etmemek gibi bir anlaşma bulunduğu

¹ Başvuruya konu olan beyaz çimento fiyatlarının Çimsa ve Adana Çimento tarafından işbirliği içinde belirlendiği iddiası 26.05.2011 tarih ve 11-32/656-M sayılı Kurul kararı ile 16.12.2010 tarih ve 10-78/1618-M sayılı Kurul kararı uyarınca başlatılan soruşturma kapsamında değerlendirilmesine karar verilmiştir.

80 iddia edilmiştir. Ayrıca Kurul'un önaraştırma yapılması yönündeki kararını takiben, yürütülecek önaraştırma süreci öncesinde bilgi almak amacıyla 16.6.2011 tarihinde raportörlerce gizlilik talebinde bulunan başvuru sahibi ile bir görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşmede daha önce belirtilen hususlara ek olarak;

- Taraflar arasında ticari faaliyetlerin her zaman bir anlaşma içerisinde sürdürüldüğü,
- Çimsa ve Cimpor arasında müşteri paylaşımı gerçekleştirildiği,
- Söz konusu iki teşebbüs tarafından bayilerin rakiplerin mallarını satmasına karşı ciddi yaptırımlar uygulandığı

iddiaları öne sürülmüştür.

90 **G. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 15.04.2011 tarih ve 2900, 2901, 2902 sayılı yazılar ile intikal eden başvurular üzerine düzenlenen 13.05.2011 tarih ve 2011-2-191/İİ-11-388.SÇ sayılı İlk İnceleme Raporu, 26.05.2011 tarihli Kurul toplantısında görüşülerek, 11-32/656-M sayı ile önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. İlgili karar uyarınca yapılan inceleme sonucunda hazırlanan 19.07.2011 tarih ve 2011-2-191/ÖA-11-189.EÖ sayılı Önaraştırma Raporu, 26.07.2011 tarih ve REK.0.06.00.00-110.02.02/455 sayılı Başkanlık Önergesi ile 11-44 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

100 **H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili Rapor'da; dosya konusu iddialara yönelik olarak, Çimsa Çimento San. ve Tic. A.Ş. ve Cimpor Yibitaş Çimento San. ve Tic. A.Ş.'nin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. ve 6. maddelerini ihlal ettikleri yönünde herhangi bir bilgi ve belgeye ulaşamadığından anılan teşebbüsler hakkında aynı Kanun 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığı ve şikâyetin reddedilmesi gerektiği ifade edilmiştir.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. Hakkında Önaraştırma Yapılan Teşebbüsler²

I.1.1. Çimsa Çimento

110 Çimsa Çimento 1975 yılında üretime başlamıştır. Şirket Ankara, Eskişehir, Kayseri, Mersin, Niğde, Malatya ve Marmara (Kocaeli) çimento fabrikaları ile Adana, Osmaniye, Kahramanmaraş, Antalya, Eskişehir, Kayseri, Mersin, Kütahya, Nevşehir, Aksaray, Bursa, Bilecik, Konya, Karaman ve Sakarya'da bulunan hazır beton tesisleri ile faaliyet göstermektedir. Klinker üretim kapasitesi 5 milyon tona, hazır beton üretim kapasitesi de 3,5 milyon m³'e ulaşmıştır.

I.1.2. Cimpor

Cimpor, 2007 yılından itibaren Cimpor Cimentos de Portugal SGPS, SA tarafından kontrol edilmektedir. Toplamda 2,4 milyon ton/yıl klinker, 4,2 milyon ton/yıl çimento üretim kapasitesine sahip olan Cimpor'un Çorum, Yozgat, Sivas ve Ankara-Hasanoğlan'da dört entegre çimento fabrikası, Nevşehir ve Samsun'da 2 adet öğütme tesisi, 2 adet agrega tesisi ve 17 adet hazır beton tesisi bulunmaktadır.

I.2. İlgili Pazar

I.2.1. İlgili Ürün Pazarı

² Şirketlerin internet sitelerinden faydalanılmıştır

120 Çimento temel olarak beyaz çimento ve gri çimento olmak üzere iki ana ürün grubuna ayrılmaktadır. Gri çimento, inşaat ve alt yapı sektörünün en büyük girdilerinden birisi durumundadır. Beyaz çimento ise daha çok yapıştırıcı ve derz dolgu malzemeleri, mimari ve dekoratif betonlar, prefabrik dış cephe panelleri, prekast elemanları üretiminde kullanılmaktadır. Bu bakımdan beyaz çimentonun kullanım alanı ve miktarı gri çimentoya oranla çok azdır.

Beyaz ve gri çimentonun (özellikle bunların girdisi konumundaki klinkerin) üretim süreçleri birbirinden ayrı yürütülmekte olup, bunların arz ve talep bakımından ikame olması söz konusu değildir. Bu bakımdan bu iki çimento türünün ayrı pazarlar olarak ele alınması gerekmektedir.

130 Çimento türleri ile ilgili bir diğer ayırım ise “torbalı” ve “dökme” olmak üzere pazarlama yöntemi açısından yapılmaktadır. Ayrıca, içerisindeki katkı maddesine göre de çeşitli ürün gruplarına (PKÇ 32,5, PÇ 42,5 gibi) ayrılmaktadır. Ancak, gri çimento üreten bir tesisin belirtilen tüm ürünleri üretebilmesi mümkün olmaktadır.

Bununla birlikte, başvuru konusu iddiaların, çimento üreticilerinin temel ticaret parametrelerini aralarında anlaşarak belirlemelerine ve fiili münhasırlık uygulamalarına ilişkin olması nedeniyle, ilgili ürün pazarı “dökme çimento” ve “torbalı çimento” olarak ayrılmaksızın “çimento pazarı” olarak belirlenmiştir.

1.2.2. İlgili Coğrafi Pazar

140 Bilindiği gibi çimentonun yükte ağır pahada hafif niteliği, ekonomik olarak satılabildiği bölgeyi sınırlandırmakta, bu bölge, büyük ölçüde nakliye masraflarının ürünün fiyatına ve/veya toplam maliyetine oranı tarafından belirlenmektedir. Bu bölgenin dışına çimento satılması, nakliye masraflarını artırmakta, bu da karlılığı ortadan kaldırmaktadır. Bu nedenle, çimento sektörünü konu alan rekabet hukuku incelemelerinde ilgili coğrafi pazar, fabrikanın bulunduğu yerden 250-300 km ile çevrelenen bölge dikkate alınarak bölgesel seviyede belirlenmektedir.

İlgili coğrafi pazarın bölgesel seviyede belirlendiği bu gibi durumlarda, incelenen bölgeler arasında ürün giriş çıkışını ele alan *Elzinga-Hogarty Testi*, ilgili coğrafi pazarı tespit etmekte kullanılan yöntemlerden biridir. Elzinga-Hogarty testinin genel mantığı şu şekildedir: eğer belli bir coğrafi pazara dışarıdan girişler (ithalat) ve o bölgeden dışarıya çıkışlar (ihracat) az oluyorsa, o bölgede ilgili ürünün fiyatı diğer bölgelerden bağımsız olarak tespit edilebilecektir. Bu durumda bu bölge, ilgili coğrafi pazar olarak tanımlanabilecektir.

150 Rekabet Kurulu da, özellikle çimento sektörüne yönelik çeşitli kararlarında bu testi uygulayarak ilgili coğrafi pazarı tanımlamıştır. Testin uygulanması sonucunda elde edilen sonuçlar aşağıdaki tabloda özetlenmektedir:

Tablo 1: LIFO ve LOFI oranları (%)

İLLER	LIFO Oranları	LOFI Oranları
Kayseri	50,23	66,97
Kayseri + Nevşehir	69,04	78,90
Kayseri + Nevşehir + Niğde	84,21	69,91
Kayseri + Nevşehir + Niğde + Aksaray	81,81	77,72

Kaynak: Türkiye Çimento Müstahsilleri Birliği (TÇMB) ve Cimpor tarafından gönderilen yazı³

160 Tablo 1’de de görüldüğü üzere, coğrafi pazar Çimsa’nın faaliyet gösterdiği Kayseri olarak ele alındığında o bölgedeki üretimin tüketimi karşılama oranını gösteren LIFO ve o bölgedeki üretimin ne kadarının yine o bölge içinde satıldığını gösteren LOFI değerleri eşik değerlerinden (%85) düşük çıkmaktadır. LIFO değerinin düşük çıkması Kayseri’ye diğer illerden önemli miktarda çimento girmesinden, LOFI değerlerinin düşük çıkması ise Kayseri’den diğer illere yüksek miktarda çimento satılmasından kaynaklanmaktadır. İl bazında çimento tüketimine oranla Kayseri’ye yüksek miktarda satış yapan Nevşehir’in analize eklenmesi ile LIFO ve LOFI değerleri yükselmiştir. Daha sonraki aşamada Nevşehir ve Kayseri’ye en yüksek satışın yapıldığı Niğde’nin eklenmesi ile LIFO değeri belirli oranda yükselmiş, fakat Kayseri ve Niğde’den diğer illere yüksek miktarda çimento satışı yapılması sebebiyle LOFI değeri düşmüştür. Niğde’den yüksek oranda satış yapılan Aksaray’ın da eklenmesiyle LOFI değeri artmıştır.

170 Her ne kadar analizin bu aşamada sonlandırılması, LIFO ve LOFI değerlerinin eşik değerlerin altında çıkmasına yol açsa da, ilgili coğrafi pazarın söz konusu illerden daha geniş tanımlanması durumunda LIFO ve LOFI değerleri daha da düşük çıkacaktır. Bu nedenle dosya kapsamında yapılacak değerlendirmelere esas teşkil etmesi bakımından ilgili coğrafi pazar “*Kayseri, Nevşehir, Niğde ve Aksaray illeri*” ni kapsayacak şekilde sınırlandırılacaktır. Bununla birlikte, pazarın kesin sınırlarının dosya kapsamında yapılan değerlendirmeler açısından belirleyici bir önemi olmadığından kesin bir coğrafi pazar tanımı yapılmayacaktır.

1.3. Değerlendirme

180 Dosya mevcudu iddiaları üç alt başlık altında toplamak mümkündür:

1. Çimsa ve Cimpor’un ürün fiyatlarını bir arada belirledikleri iddiası,
2. Çimsa ve Cimpor’un hangi teşebbüsün hangi bölge ve/veya müşteriye mal sağlayacağı hususlarında tarafların bir işbirliği içerisinde oldukları iddiası,
3. Çimsa’nın dikey ilişki içerisinde bulunduğu dağıtıcı bayi ve/veya yetkili satıcılarına rakip ürünlerin ticaretini yapmaları halinde aralarındaki ilişkiyi sonlandıracağı yönünde tehditte bulunduğu iddiası.

190 Önaraştırma kapsamında, Çimsa Kayseri Çimento Fabrikası, Çimsa Ankara Çimento Öğütme ve Paketleme Tesisi, Çimsa Genel Müdürlüğü ile Cimpor Nevşehir Öğütme ve Paketleme Tesisi ve Cimpor Genel Merkezi’nde raportörlerce yerinde inceleme yapılmış, ulaşılan tespitlere aşağıda yer verilmiştir.

³ TÇMB verilerinde Cimpor’un Sivas ve Nevşehir fabrikalarının verileri birlikte yer almaktadır. Bu nedenle hesaplamalarda, teşebbüs tarafından Nevşehir fabrikasına ilişkin gönderilen veriler dikkate alınmıştır.

I.3.1. Tarafların Fiyat Tespitine İlişkin Anlaşma Yaptıkları İddiasının Değerlendirilmesi

Bu iddia kapsamında ilk olarak anılan teşebbüslerin Kayseri ilindeki çimento fiyat hareketleri ve çimento türü bazında üretim maliyetleri incelenmiştir. Çimsa ve Cimpor'un satışlarının büyük çoğunluğunu oluşturan çimento türlerine ilişkin ağırlıklı ortalama fiyatları aşağıda görülmektedir.⁴

Tablo 2: Çimsa ve Cimpor'un Kayseri İli Satışlarına İlişkin Fiyatlar (2010-2011 Ocak Mayıs) (TL/ton)

	CEM II/A -M(P-L) 42,5 R DÖKME		CEM I 42,5R DÖKME		CEM-IV / B (P) 32.5 R TORBALI	
	Çimsa	Cimpor	Çimsa	Cimpor	Çimsa	Cimpor
Oca.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Şub.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mar.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nis.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
May.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Haz.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Tem.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ağu.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eyl.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eki.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kas.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ara.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Oca.11	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Şub.11	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mar.11	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nis.11	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
May.11	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Çimsa ve Cimpor tarafından gönderilen bilgi isteme cevap yazıları

Aşağıdaki grafiklerde ise yukarıda yer alan verilerin görsel bir özeti yer almaktadır:

200 **Grafik 1:** CEM II/A -M(P-L) 42,5 R Türü Dökme Çimento Ortalama Fiyatları (TL/ton)

(.....TİCARİ SIR.....)

Grafik 2: CEM I 42,5R Türü Dökme Çimento Ortalama Fiyatları (TL /ton)

210 (.....TİCARİ SIR.....)

⁴ Yapılan hesaplamada kendi hazır beton tesislerine de satış yaptığı görülen Cimpor'un söz konusu satışları dikkate alınmamıştır.

Grafik 3: CEM-IV / B (P) 32,5 R Türü Torbalı Çimento Ortalama Fiyatları (TL /ton)

(.....TİCARİ SIR.....)

220

Yukarıdaki grafiklerde görüldüğü gibi söz konusu dönemde Çimsa ve Cimpor'un CEM II/A -M(P-L) 42,5 R türü dökme çimento ortalama fiyatı sırasıyla yaklaşık (.....) ve (.....) TL, CEM I 42,5R dökme çimento fiyatları yaklaşık (.....) ve (.....) TL, CEM-IV / B (P) 32,5 R torbalı çimento ortalama fiyatları ise yaklaşık (.....) TL yükselmiştir. Anılan dönemde, teşebbüslerin çimento satış fiyatlarının genel bir artış eğiliminde olduğu dikkat çekmekte ve her bir alt ürün grubu için değişen geçerlilikle birlikte, tarafların fiyatları arasında belirli bir ölçüde paralellikten bahsetmenin mümkün olduğu görülmektedir. Bu durumun en belirgin şekilde gözlemlendiği alt ürün grubunun torbalı çimento olduğu anlaşılmaktadır.

230

Aşağıdaki tabloda söz konusu dönemde teşebbüslerin aylık bazda ortalama fiyatlarındaki artış bilgileri yer almaktadır:

Tablo 3: Ortalama Fiyatlardaki Artış Oranları (2010-2011 Ocak Mayıs) (%)

	CEM II/A -M(P-L) 42,5 R		CEM I 42,5R		CEM-IV / B (P) 32.5 R	
	Çimsa	Cimpor	Çimsa	Cimpor	Çimsa	Cimpor
Oca.10						
Şub.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mar.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nis.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
May.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Haz.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Tem.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ağu.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eyl.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eki.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kas.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ara.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Oca.11	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Şub.11	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mar.11	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nis.11	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
May.11	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ocak 2010-Mayıs 2011	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Çimsa ve Cimpor tarafından gönderilen bilgi isteme cevap yazıları

Tablo incelendiğinde, 2010 yılı Mayıs, Haziran, Kasım ve Aralık ayları ile 2010 yılı Nisan ve Mayıs aylarında her iki teşebbüs açısından da inceleme konusu tüm çimento türlerinde ortalama fiyatların arttığı görülmektedir. Çimsa ve Cimpor'un 2010 yılı Ocak ve 2011 yılı Mayıs ayları dikkate alındığında, dönem sonu fiyatların dönem başına göre yaklaşık olarak %(.....) ile %(.....) arasında değişen oranlarda arttığı anlaşılmaktadır.

240

Teşebbüslerin ortalama fiyatlarında meydana gelen artışların söz konusu dönemde çimento üretim maliyetlerindeki artışlardan kaynaklanıp kaynaklanmadığının değerlendirilebilmesi amacıyla teşebbüslerin Ocak 2010-Mayıs 2011 dönemi maliyetleri incelenmiştir.

Tablo 4: Teşebbüslerin Ortalama Çimento Üretim Maliyetleri (TL/ton)

	CEM II/A -M(P-L) 42,5 R		CEM I 42,5R		CEM-IV / B (P) 32.5 R	
	Çimsa	Cimpor	Çimsa	Cimpor	Çimsa	Cimpor
Oca.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Şub.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mar.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nis.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
May.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Haz.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Tem.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ağu.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eyl.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eki.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kas.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ara.10	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Oca.11	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Şub.11	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mar.11	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nis.11	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
May.11	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Çimsa ve Cimpor tarafından gönderilen bilgi isteme cevap yazıları

Aşağıdaki grafiklerde ise yukarıda yer alan veriler görsel olarak özetlenmektedir.

Grafik 4: CEM II/A -M(P-L) 42,5 R Türü Aylık Dökme Çimento Maliyetleri (TL /ton)

250 (.....TİCARİ SIR.....)

Grafik 5: CEM I 42,5R Türü Aylık Dökme Çimento Maliyetleri (TL /ton)

(.....TİCARİ SIR.....)

Grafik 6: CEM-IV / B (P) 32,5 R Türü Aylık Torbalı Çimento Maliyetleri (TL /ton)

(.....TİCARİ SIR.....)

260

Yukarıdaki tablo ve grafiklerde görüldüğü gibi söz konusu dönemde üretim maliyetleri değişkenlik arz etmekle birlikte, Çimsa ve Cimpor'un CEM II/A -M(P-L) 42,5 R türü dökme çimento üretim maliyetleri sırasıyla yaklaşık (.....) ve (.....) TL, CEM I 42,5 R dökme çimento üretim maliyetleri sırasıyla yaklaşık (.....) ve (.....) TL artış göstermiş,

ancak teşebbüslerin CEM-IV / B (P) 32,5 R torbalı çimento aylık üretim maliyeti (.....) ve (.....) TL tutarlarında azalmıştır.

270 Teşebbüslerin fiyatları ve maliyetlerindeki değişimler birlikte değerlendirildiğinde, Cimpor çimento satış fiyatlarındaki artışların, teşebbüsün üretim maliyetlerindeki (dökme çimento için %(.....)-(.....) arasında değişen oranlardaki) artışlar ile açıklanamayacağı anlaşılmıştır. Çimsa'nın dökme çimento maliyetlerindeki çimento türüne göre değişen (.....) ve (.....) TL tutarlarındaki artış miktarları aynı zamanda 2010 yılı Ocak ayı fiyatları baz alındığında, sırasıyla yaklaşık %(.....) ve %(.....)'lik artış oranına karşılık gelmektedir. Bu durumun Çimsa'nın dökme çimentoya ilişkin dönem sonu ve dönem başı değerleri baz alındığında fiyat ve maliyet hareketlerinde paralellik olduğu şeklinde yorumlanması mümkündür. Ancak, Çimsa'nın torbalı çimento üretim maliyetinin dönem sonu itibariyle %(.....) oranında düşmesine rağmen, aynı tür çimento satış fiyatında yaklaşık %(.....) oranında yükselme olması, söz konusu teşebbüsün torbalı çimento satışları açısından fiyat ve maliyetler arasında paralellik olmadığı kanaatine yol açmıştır.

280

Fiyat ve maliyetlerin değerlendirilmesinin ardından, ikinci olarak bu iddia kapsamında yerinde incelemelerde elde edilen belgeler değerlendirilmiştir:

1. Cimpor'un Ankara tesislerinde gerçekleştirilen yerinde inceleme sırasında Cimpor tarafından; kendi tesislerinin ve bu tesislere ek olarak Set, Baştaş, Bolu, Çimsa ve Limak Çimento'ya ait tesislerin detaylı bir şekilde takip edildiğine ilişkin dokümanlar elde edilmiştir. Belgelerden anlaşıldığı kadarıyla, bu tesislere sevkiyat için gelen kamyonlar ile bu kamyonların hangi firmalara ait olduğu bilgisi Cimpor adına çalışan kişilerce merkeze rapor edilmektedir.

290

Bahse konu uygulamaya ilişkin olarak yerinde inceleme sonrasında raportörlerce yapılan görüşmede Cimpor yetkililerine ilk olarak rakip çimento fabrikalarından çıkan kamyonların takibinin neden yapıldığı sorusu yöneltilmiştir Teşebbüs yetkilisi aşağıdaki açıklamayı yapmıştır:

“Pazar analizi (market intelligence) için böyle bir çalışma yapıyoruz. Bu çalışma sonucu oluşan tahmini rakamlar bizim şirket içi raporlarımızı oluşturmak ve pazar yapısını anlamak için kullanılmaktadır. Tamamen kendi gayretlerimiz ile gerçekleştirilen çalışma sonucunda pazar tahmini toplam tüketim hesapları yapıp, pazar tüketimine yönelik kendi planlarımızı oluşturmaktayız. Bu çalışmada sadece fabrikadan çıkan kamyonlar ve tahmini tonajları takip edilmekte, kamyon güzergâhı takibi kesinlikle yapılmamaktadır.”

300

Cimpor yetkililerine ikinci olarak kendi fabrikalarından çıkan kamyonların takibinin neden yapıldığı sorusu yöneltilmiştir. Teşebbüs yetkililerinin aşağıdaki açıklamayı yaptıkları görülmektedir:

“(.....TİCARİ SIR.....)”⁵

2. Cimpor'un Ankara tesislerinde gerçekleştirilen yerinde incelemede Çimentaş çalışanı (.....TİCARİ SIR.....) tarafından; Nuh, Akçansa, Baştaş⁶, Denizli,

⁵ Çimsa tarafından Kurumumuza gönderilen 11.7.2011 tarih ve 5074 sayılı yazıda kendileri tarafından rakip tesislere yönelik araç takibi yapılması gibi bir uygulamanın benimsenmediği ifade edilmektedir.

310 Cimpor, Adana, Set, Bursa, Bolu, Limak ile Batıçim Çimento firmalarına gönderilen 19.1.2010 tarihli ve “Çimento Sektörü İK Yöneticileri Paylaşım Toplantısı” konulu bir elektronik posta elde edilmiştir. Bahse konu elektronik postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“Değerli Arkadaşlar,

2009 yılı hepimiz için yoğun ve yorucu bir yıl oldu. 2010 yılının da aynı yoğunlukta ve yoruculukta geçeceği kaçınılmaz gibi gözüküyor. Bu yoğun iş temposu içinde bazen birbirimizden destek alabileceğimiz yerde tek başına kürek çektiğimiz de oluyor ne yazık ki. Çalışma İşleri Kurulumuzda bazı paylaşımlarımız oluyor ancak kurulumuzda zaman dilimi daha kısıtlı olduğu için, paylaşımlarımız daha genel kalabiliyor.

320 İşbu nedenle, Çimento sektörünün İzmir’deki İK temsilcileri olarak bizler, 2009 yılındaki faaliyetlerimizi, 2010 planlarımızı, yeni mevzuatlar ve uygulamaları hakkında düşüncelerimizi paylaşabilmek, birbirimiz ile fikir alış verişi yapabilmek için sizleri 28 Ocak 2010 Perşembe günü saat 09.30 – 18.00 arasında İzmir Hilton Otelinde ağırlamayı arzu ediyoruz. Buradaki amacımız daha geniş bir zaman dilimi içerisinde paylaşabileceklerimizi detaylı olarak konuşup uygulamalarımızda birbirimize destek olabilmektir. Aşağıda olası gündem konuları ile ilgili taslak bir öneri listesi bulabilirsiniz. Ancak toplantı gündemi, sizlerden gelecek öneriler doğrultusunda netleşecektir.

330 Çimento sektörünün İzmir’deki temsilcileri olarak Batı-Çim İK Müdürü Sn. (.....TİCARİ SIR.....) ile birlikte sizleri İzmir’e davet ediyoruz. İş programınızın müsait olması durumunda bu paylaşımına katılabilmemiz bizleri mutlu edecektir.

NOT: Katılım durumunuzu ve gündem önerilerinizi Sn. (.....TİCARİ SIR.....)’a iletmenizi rica ediyoruz. Ayrıca paylaşım günü öncesi veya sonrası İzmir’de konaklamak isteyen arkadaşlarımız varsa, haber verirlerse kendilerine destek olabiliriz.

Olası Gündem Konuları

- 1) 2010 yılı kapsam dışı personel ücret ve zamları,
- 2) 2010 yılı ile ilgili personel hareketliği,
- 3) Teşvik bölgesinde işletmeleri olan grupların bu konu hakkındaki görüşleri
- 340 4) İSGB veya OGSB kurulumu hakkında paylaşımlar/öneriler.
- 5) Ağır ve tehlikeli işlerde çalıştırılacak işçilerin mesleki eğitimlerine dair tebliğ kapsamında, yeni istihdamların uygulama paylaşımı,
- 6) 2010 yılı ile ilgili kısa çalışma uygulaması planlayan grupların paylaşımı,
- 7) GV’sinin %35’lik dilimini kaldıran Anayasa Mahkemesi kararı doğrultusunda dava açan grupların uygulama paylaşımı,
- 8) Karayolu taşıma yönetmeliği kapsamında bünyelerinde kiralık olarak bulunan Kongo-Doblo türü araçlar hakkında paylaşım,

⁶ Anlatım bütünlüğü sağlanabilmesi adına belgelerde Vicat isminin geçtiği yerler Baştaş olarak değiştirilmiştir.

9) “Serbest zaman” ve “denkleştirme” uygulama planları”

350 Bahse konu elektronik postaya Cimpor adına (.....TİCARİ SIR.....) tarafından aşağıdaki karşılık verilmektedir.

“Erciyes Hanım günaydınlar,

İzmir ekibi olarak, doğru bir zamanlama ile uzun zamandır sıkıntısı çekilen bir konuda ihtiyacı gidermek adına inisiyatif aldığınız için sizleri tebrik ederim.

Memnuniyetle toplantıya katılacağımı bildiririm.”

Aynı yerinde incelemede bahse konu paylaşım toplantısına dair notlar elde edilmiştir. Elde edilen belgelerden, toplantının İzmir’de 28.1.2010 tarihinde Çimentaş, Batıçim, Nuh, Denizli, Cimpor, Set, Baştaş, Adana, Bolu Limak şirketleri ile Sabancı Grup temsilcisinin katılımıyla gerçekleştiği⁷ ve söz konusu toplantıda, yukarıda belirtilen 9 maddeye ek olarak

- 360
- 10) Beyaz yakalı personelde fazla mesai uygulaması,
 - 11) Beyaz yakalı personelde net brüt ücret uygulaması,
 - 12) Merkezi kumanda operatörü (pişirici); elektrik bakım onarımcısı meslek standardı,
 - 13) Şehir dışı mavi yakalı personel eğitimlerinde fazla mesai,
 - 14) Şirketlerin ücret harici yan menfaat uygulamaları

hususlarında da paylaşımlarda bulunulduğu görülmüştür⁸.

370 Benzer şekilde aynı toplantı sırasında/sonrasında 7.5.2010 tarihinde İstanbul’da ÇEİŞ binasında ikinci bir paylaşım toplantısının gerçekleştirilmesinin tasarlandığı tespit edilmiştir. Toplantıya Çimentaş, Batıçim, Cimpor, Baştaş, Akçansa, Nuh, Denizli, Set, Bursa ve Limak Çimento’nun katılacakları yönünde beyanda buldukları anlaşılmıştır.

İnsan kaynaklarına ilişkin hususların ağırlıkla görüşüldüğü bu gibi toplantılara ek olarak tarafların diğer çeşitli vesilelerle de bir araya geldikleri görülmektedir. Türkiye Çimento Müstahsilleri (TÇMB) tarafından düzenlenen toplantılar bu bağlamda bir örnek teşkil etmektedir. Bir diğer örnek ise 6.5.2011 tarihinde Çimsa Mersin Fabrikasında gerçekleşen toplantıdır. Fabrikada yapılan yerinde incelemede belirli sayfalarının bir nüshası alınan ziyaretçi defterinde 6.5.2011 tarihinde Cimpor, Konya, Göltaş, Nuh, Mardin ve Adana Çimento fabrikalarından temsilcilerin aynı gün tesiste buldukları bilgisi yer almaktadır⁹.

380 3. Çimsa’nın Ankara tesislerinde gerçekleştirilen yerinde incelemede; Kayseri bölgesinde faaliyet gösteren firmaların satış hacimleri ile bu satışların direk satış, dağıtıcı, bağımsız HB ve kaptif kanal olmak üzere alt kanallar bazında dağılımlarını içeren tablolar elde edilmiştir. Benzer şekilde Cimpor’da

⁷ Set, Baştaş, Adana, Bolu ve Limak çimento fabrikalarının temsilcilerinin tutanağın ilk sayfasında mazeret bildirdikleri ifade edilse de, paylaşım metninde bu firmalara dair de bilgiler yer almaktadır.

⁸ Şirketlerin bu kapsamda hayat sigortası, sağlık sigortası, bireysel emeklilik sistemi, araç tahsisi, mali mesuliyet sigortası, borç verme, ikramiye verme gibi hususları tartıştığı görülmektedir.

⁹ Fabrika’da gerçekleştirilen yerinde incelemede bahse konu toplantının Mersin fabrikasında iki senedir iş kazası yaşanmamış olmasından ötürü düzenlenen bir ödül merasimi nedeniyle gerçekleştiği ifade edilmiştir. Toplantıya çimento sektörü dışından da çok sayıda katılımcının katılması bu ifadeyi destekler bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

gerçekleştirilen yerinde incelemede elde edilen el yazısı notlarındaysa rakip firmaların aylık satış miktarlarına yer verilmektedir.

390

4. Gerek Cimpor, gerekse Çimsa'da gerçekleştirilen yerinde incelemelerde teşebbüsler arasında çimento ve klinker alım satımlarına ve bu alım satımlara ilişkin görüşmelere ilişkin belgeler elde edilmiştir. Bunun akabinde raportörlerce taraflardan hangi teşebbüsler ile ne büyüklükte klinker alım satımı içerisinde olduklarına dair bilgi talebinde bulunulmuştur. Gönderilen bilgiler temel alınarak aşağıdaki tablo oluşturulmuştur.

Tablo 5: Çimsa ve Cimpor'un 2009-2011 yıllarında rakiplerinden gerçekleştirdiği çimento ve klinker alım satımları (ton)

Klinker Satın Alma		Klinker Satma		Çimento Satın Alma		Çimento Satma	
Çimsa¹⁰							
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)		
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)		
		(.....)	(.....)				
Cimpor							
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)			(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)			(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)			(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)			(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)				
		(.....)	(.....)				
		(.....)	(.....)				
		(.....)	(.....)				

Kaynak: Çimsa ve Cimpor tarafından gönderilen bilgi isteme cevap yazıları

400

5. Cimpor'un Ankara tesislerinde gerçekleştirilen yerinde incelemede (**.....TİCARİ SIR.....**) inşaat malzemeleri pazarlaması ile iştigal eden bir teşebbüs olduğu anlaşılan (**.....TİCARİ SIR.....**) çalışanı tarafından, Cimpor çalışanı (**.....TİCARİ SIR.....**)'a gönderilen 15.7.2010 tarihli ve "Dökme Çimento" konulu bir elektronik posta elde edilmiştir. Bahse konu elektronik postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

"Merhaba (**.....TİCARİ SIR.....**), İyi çalışmalar dileğiyle, kolay gelsin.

Şifai görüşmemizde olduğu gibi fabrikalarınızdan (.....TİCARİ SIR.....) çimento talep ediyorum. Alışlarımız (.....TİCARİ SIR.....). Sizin pazar alanınıza kesinlikle satılmayacak. Şöyle ki, fabrikaların kendi aralarında fiyat diyaloğunu biliyorum. Buna her zaman uyulmadığını ve bizim alacağımız miktarın çok olmadığı ve piyasayı bozmayacak şekilde hareket edeceğimizden kesinlikle emin olabilirsiniz. Belki şöyle düşünebilirsiniz, biz diğer fabrikaların pazarına girsek onlarda bizim pazarımıza girer gibi düşünmeyelim. Onlar sizin pazarınıza her zaman bölge fiyatı uygulayarak zaten giriyor. (.....TİCARİ SIR.....). Bu bölgedeki fabrikalar ihracatın yoğun olduğu dönemde sizin pazarınıza her zaman giriyor. (.....TİCARİ SIR.....)."

410

6. Cimpor'un Nevşehir tesislerinde gerçekleştirilen yerinde incelemede elde edilen;

¹⁰ Çimsa'nın Akçansa ile gerçekleştirdiği alım satım ilişkileri dikkate alınmamıştır.

- Cimpor çalışanı (.....TİCARİ SIR.....) ile Cimpor Bölge Müdürü (.....TİCARİ SIR.....) arasında 23.9.2010 tarihinde gerçekleştirilen "RE: Fiyatlar" konulu yazışma şu şekildedir:

(.....TİCARİ SIR.....):

(.....TİCARİ SIR.....), son fiyat değişikliğinde durum aşağıdaki şekilde olacaktır. Bilgilerinize arz ederim.

	Anlık Ödeme Peşin	Peşin	KK & 30 Günlük Çek	Vadeli	Nakliye
Kayseri					
Cimpor	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Çimsa	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nevşehir					
Cimpor	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Çimsa Niğde	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

(.....TİCARİ SIR.....):

420

(.....)'lik fiyatı asla kullanmayın, çok önemli bir durum olursa önceden konuşalım. Bundan sonra en düşük fiyat (.....) olacak.

- Cimpor Bölge Müdürü (.....TİCARİ SIR.....) tarafından Cimpor çalışanlarına gönderilen 3.5.2010 tarihli ve "Dökme Zamları" konulu elektronik postada şu ifadeler yer almaktadır:

"Arkadaşlar, 1 Mayıs itibarı ile dökme fiyatları aşağıdaki şekilde olacak, gerekli düzenlemeleri yapalım. Bazı müşterilerde daha önce bildirdiğimiz (.....) TL/ton'dan farklı uygulamalar yaptık, dolayısı ile kendilerine konu ile ilgili bilgi verin. Etrafta konuşurken bize zam yapılmadı veya az yapıldı şeklinde davranmasınlar."

430

- Cimpor çalışanı (.....TİCARİ SIR.....)'den Cimpor çalışanı (.....TİCARİ SIR.....)'e gönderilen 9.3.2009 tarihli ve "Nevşehir Fiyat" konulu elektronik postada aşağıdaki ifadeler kullanılmaktadır:

"Merhaba (.....TİCARİ SIR.....) olan fiyatında (.....) TL daha indirim yapmış ve bayilerini de bu bilginin dışarıya sızması konusunda uyarmıştır..."

Yukarıda altı başlık altında gruplanan belgelere ilişkin olarak genel bir değerlendirme yapılması yararlı görülmüştür.

Yapılan incelemede, belgelerin iki ayrı grup altında değerlendirilebileceği anlaşılmıştır. Bunlar; taraflar arasındaki koordinasyon riski açısından ele alınabilecek 2, 3, ve 4 numaralı başlıklar altındaki belgeler ile tarafların anlaşma içerisinde hareket etme ihtimalini akla getiren 1, 5 ve 6 numaralı başlıklar altında ele alınan belgelerdir.

440

Taraflar arasındaki koordinasyon riskinin yüksek olabileceğine işaret eden grupta yer alan bir belge grubu 2 numaralı başlık altında ele alınmıştır. Bu noktada, bu belgelerin çimento üreticilerinin insan kaynakları politikalarına dair bir paylaşım içerisinde oldukları hatta bu konuya ilişkin olarak ortak bir platform kurdukları yönünde ciddi bir emare olarak değerlendirildiği belirtilmelidir. Rekabet hukuku incelemelerinde bu gibi uygulamaların teşebbüsler arası koordinasyon riskini artırıcı bir unsur olarak değerlendirilebildiği bilinmektedir. Bununla birlikte toplantıda insan kaynakları

politikasının dışında bir hususun gündeme geldiğine dair herhangi bir bulguya rastlanılmamıştır.

450 Benzer bir değerlendirmeyi 4 numaralı grup altında ele alınan belgeler açısından da yapmak mümkündür. Üreticilerin kendi aralarında çimento ve klinker alım satımı yapması teşebbüsler arası koordinasyonu arttırıcı bir başka unsur olarak değerlendirilebilirse de bu uygulamaya eşlik eden herhangi bir rekabet karşıtı uygulama saptanamamıştır. 3 numaralı gruptaki belgeler ise taraflar arasında bilgi değişimi ihtimalini akla getirmekte, ancak değişiminin gerçekleştiği yönünde herhangi bir karine teşkil etmemektedir.

460 İkinci grupta yer alan, tarafların anlaşma içerisinde hareket ediyor oldukları ihtimaline yol açan belgelerden ilki 6 numaralı başlık altında ele alınmaktadır. Belgedeki ifadeler, teşebbüslerin fiyat indirimleri konusunda oldukça ihtiyatlı davrandıklarına işaret etmektedir. Teşebbüs çalışanlarının fiyatların belirli seviyenin altına düşürülmemesi konusunda yetkililer tarafından kesin bir dille uyarılabildiği görülmektedir. Bununla birlikte bu yazışmalarda kullanılan ifadelerin açıklığının ve kuvvetinin teşebbüslerin rekabeti kısıtlayıcı bazı uygulamalar benimsemiş olabilecekleri yönünde bir şüphe oluşturacak nitelikte olmadığı anlaşılmıştır.

470 5 numaralı belgede ise çimento sektöründe 'müşteri' konumundaki bir teşebbüsün çimento fabrikaları arasında bir fiyat diyalogu olduğuna ve fabrikaların birbirlerinin pazarlarına saygı gösterdiğine ilişkin bir takım değerlendirmeleri yer almaktadır. Bununla birlikte, bahse konu değerlendirmeler taraflar arasında var olduğu iddia edilen anlaşmaya üçüncü taraf olan alıcı konumundaki bir teşebbüs tarafından yapıldığından, bahse konu belgenin tek başına hakkında önaraştırma yürütülen taraflar açısından bir hukuki sorumluluk doğurmayacağı kanaatine varılmıştır.

Bu iddia kapsamında değerlendirilebilecek en ilginç belgenin 1 numaralı başlık altında yer verilen belge olduğu anlaşılmıştır. Belgeden Cimpor Ankara fabrikasının çevresindeki rakip fabrikaların yakınlarına Cimpor adına çalışan bazı kişilerin konumlandırılması suretiyle tesislere giren ve çıkan araçların takibinin yapıldığı anlaşılmaktadır. Teşebbüs yetkilisi ile yapılan görüşmede bu uygulamanın pazar analizi için gerçekleştirildiği ifade edilmektedir. Yetkili tarafından fabrikaların önünde konumlanan kişilerin, rakip fabrikalara giriş çıkış yapan kamyonların tonajlarını takip ettiği öne sürülmektedir.

480 Bilindiği üzere çimento sektörüne ilişkin çok sayıda istatistik TÇMB tarafından toplulaştırılmış şekilde üç ay gecikmeyle yayınlanmaktadır. Bu uygulama teşebbüslere pazarın genel seyri hakkında bir öngörü yapma imkânı sağlamaktadır. Buna ek olarak gerek Cimpor'un gerekse diğer teşebbüslerin, satış ve pazarlama faaliyetlerinden sorumlu bölgesel birimleri bulunmaktadır. Bu birimlerin faaliyetleri kapsamında rakiplerin tahmini satış miktarlarına ilişkin öngörüler yapılmakta ve bu tahminler üst yönetimin dikkatine sunulmaktadır. Dahası, bir taraftan çimento sektöründe pazarın coğrafi niteliğinin birbiriyle rekabet eden üretici sayısını kısıtlaması, diğer taraftan çoğu alıcının; kapasitesi, yıllık alım miktarları ve hâlihazırda hangi firmayla çalıştığı gibi bilgilerin piyasada bilinmesi, herhangi bir dönemde çimento sağlayıcılarının 490 pazardaki görece konumunu kestirmeyi daha da kolaylaştırmaktadır.

Bu bağlamda, çimento gibi bir sektörde, bir teşebbüsün; pazar analizi yapabilmek gibi bir gerekçeyle, rakip fabrikaların yakınlarına kendi hesabına çalışan kişiler yerleştirmesinin ve bu kişilerin tahminlerini göz önüne alarak ticari kararlarını belirlemesinin teşebbüse ne gibi ek fayda sağladığı hususunda muğlâklık

bulunmaktadır. Bilindiği üzere bu gibi uygulamalar taraflar arasında bölge, müşteri ya da miktara ilişkin paylaşımların yapıldığı kartellerde, tarafların anlaşma ile uyumlu hareket edip etmediğinin tespitinde daha etkin bir şekilde kullanılabilir. Bununla birlikte, teşebbüsün konuyla ilgili açıklamasının aksini ispat edecek herhangi bir bilgi ya da belge bulunmamaktadır.

500 Bu değerlendirmeler ışığında, taraflar arasında koordinasyon riski doğurduğu ya da bir anlaşma olduğu şeklinde yorumlanma ihtimali olan bazı belgeler elde edilmiş olmakla birlikte, bu belgelerde kullanılan ifadelerin açıklık ve kuvvetinin düşük seviyelerde kaldığı, rekabete aykırı bir takım uygulamalar benimsendiği yönünde makul bir şüphe oluşturmaktan uzak olduğu kanaatine varılmıştır.

I.3.2. Çimsa ve Cimpor'un Müşteri Paylaştığı İddiasının Değerlendirilmesi

510 4.3.Dosya kapsamında incelenen iddialar arasında Çimsa ve Cimpor'un müşteri paylaşımına gittikleri iddiası da yer almaktadır. Teşebbüslerden 2010 yılının tamamı ve 2011 yılı Ocak-Mayıs döneminde Çimsa Kayseri fabrikası ve Cimpor Nevşehir fabrikalarının satış yaptıkları müşteriler hakkında bilgi talep edilmiştir. Söz konusu bilgilerin incelenmesi sonucunda Kayseri merkezde Çimsa ve Cimpor tarafından satış yapılan ortak (.....) müşteri haricinde teşebbüslerin tamamıyla farklı müşterilere çimento sattıkları görülmüştür. Bununla birlikte dosya kapsamında yapılan yerinde incelemelerde teşebbüslerin aralarında müşterilerin paylaşımına yönelik bir anlaşma yaptıklarını gösteren herhangi bir bilgi veya belgeye ulaşılmamıştır.

I.3.3. Çimsa'nın Kendi Ürünlerinin Satıldığı Noktalara Fiili Münhasırlık Uyguladığı İddiasının Değerlendirilmesi

I.3.3.1. Hâkim Durum Değerlendirmesi

520 Aşağıdaki tablolarda Kayseri, Nevşehir, Niğde ve Aksaray illeri dökme çimento pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin satış miktarları ve pazar payları yer almaktadır.

Tablo 6: Kayseri, Nevşehir, Niğde ve Aksaray'a Yapılan Satışlar (ton)

Teşebbüs	Kayseri	Nevşehir	Niğde	Aksaray	Toplam
Çimsa-Kayseri	(.....)	(.....)		(.....)	(.....)
Cimpor-Nevşehir	(.....)	(.....)			(.....)
Çimsa Niğde	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Baştaş Çimento	(.....)	(.....)			(.....)
Konya Çimento			(.....)	(.....)	(.....)
Adana Çimento	(.....)		(.....)		(.....)
Çimsa-Mersin	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Göltaş Çimento		(.....)		(.....)	(.....)
As Çimento		(.....)		(.....)	(.....)
Adoçim-Tokat	(.....)				(.....)
Cimpor-Çorum		(.....)			(.....)
Çimsa-Lalahan		(.....)			(.....)
Cimpor-Yozgat		(.....)			(.....)
Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Türkiye Çimento Müstahsilleri Birliği (TÇMB) ve Cimpor tarafından gönderilen yazı

Tablo 7: Teşebbüslerin Pazar Payları (%)

Teşebbüs	Pazar Payı
Çimsa-Kayseri	(.....)
Cimpor-Nevşehir	(.....)
Çimsa - Niğde	(.....)
Baştaş Çimento	(.....)
Konya Çimento	(.....)
Adana Çimento	(.....)
Çimsa-Mersin	(.....)
Göлтаş Çimento	(.....)
As Çimento	(.....)
Adoçim-Tokat	(.....)
Cimpor-Çorum	(.....)
Çimsa-Lalahan	(.....)
Cimpor-Yozgat	(.....)
Toplam	100

Kaynak: Tablo 6

530 Yukarıdaki tablodan da görüldüğü üzere, söz konusu pazarda Çimsa'nın toplam pazar payı %(.....)'dir. Bu bağlamda, Çimsa'nın bu pazarda hâkim konumda olduğu yönünde ciddi bir emare oluşturacak ölçüde yüksek bir pazar payına sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, bir sonraki kısımda görüleceği üzere, Çimsa'nın hâkim durumda bulunup bulunmamasının dosya kapsamında yapılan tespit ve varılan sonuçlar açısından belirleyici bir önemi olmadığından mevcut dosya özelinde Çimsa'nın hâkim durumda olup olmadığı hususunda kesin bir yargıda bulunulmamıştır.

1.3.3.2. Çimsa'nın Dikey İlişkilerinde Münhasır Politikalar Uyguladığı İddiasının Değerlendirilmesi

540 Fiyat dışı rekabet kısıtlamalarının konu olduğu anlaşmalardan biri olan tek marka anlaşmaları temel olarak, *alıcının alımlarını belirli bir üreticiden temin etmesini gerektiren yükümlülükler* olarak tanımlanabilir. Anlaşmanın doğal sonucu, üst piyasadaki bir sağlayıcının, alt piyasada faaliyet gösteren alıcı için, mal ya da hizmet tedarik edilmesi konusunda tek yetkili kılınmasıdır.

550 Tek marka anlaşmasının yalnızca taraflar arasında akdedilen sözleşmede yer alan münhasır çalışma yükümlülüğü yükleyen bir maddenin ötesinde; fiili olarak teşebbüsleri bu şekilde davranmaya iten yükümlülükler bütünü olarak tanımlanması gerekliliği Komisyon tarafından belirtilmektedir. "Dikey Sınırlamalara İlişkin Kılavuz"da tek marka zorunluluğu sağlayıcı tarafından "*alıcıya yönelik tasarlanan ve belirli bir piyasada alımların tamamının kendisinden temin edilmesi sonucunu doğuran tüm yükümlülükler ve teşvik şemaları*" olarak tanımlanmaktadır. Komisyon tarafından da belirtildiği üzere bu gibi uygulamaların temel risklerinden biri piyasanın rekabete kapatılmasıdır.

Bu konuda yapılan bir tez çalışmasına göre; tek marka anlaşmalarının belirleyici özelliği, alıcının ihtiyacının tamamını tek bir sağlayıcıdan temin etmesi sonucunu doğuran yükümlülük ve teşvik planlarını içermesidir. Bu yükümlülük, ihtiyacın tamamının tek bir sağlayıcıdan temin edilmesine yönelik olabileceği gibi, alıcının rakip sağlayıcılardan mal ve hizmet temin etmesini engellemek amacıyla da tasarlanmış olabilir. Anlaşma aracılığıyla alıcı üzerine getirilen bu türden bir sınırlama olmasa dahi, sağlayıcının uyguladığı sadakat indirimi, hedef indirimi gibi bir takım teşvik

560 planları da alıcının ihtiyacını münhasıran tek bir sağlayıcıdan temin etmesi sonucunu doğuruyorsa, anlaşma bu kapsamda değerlendirilecektir.

Bu bağlamda değerlendirilmesi¹¹ gereken temel husus Çimsa'nın (i) sözleşmesel yükümlülükler (ii) indirim şemaları ve (iii) baskı ve zorlama aracılığıyla dikey ilişki içerisinde olduğu yetkili satıcılarına sadece kendi ürünlerini satması koşulunu getirip getirmediğidir.¹²

570 Bu bağlamda aşağıda ilk olarak Çimsa'nın yetkili satıcılarla ilişkilerinde herhangi bir münhasırlık şartı getirip getirmediği hususunun belirlenmesi gerektiği anlaşılmıştır. Raportörlerce 2009, 2010 ve 2011 yıllarında Çimsa ile dağıtıcı, bayi ya da yetkili satıcılar arasında imzalanan tüm tip sözleşmelerin bir nüshası talep edilmiştir. Cevaben gönderilen 2009, 2010 ve 2011 yıllarına ait tip sözleşmelerin hiçbirinde münhasır çalışılması yönünde bir koşul olarak değerlendirilebilecek herhangi bir hükme rastlanılmadığı görülmüştür.

580 Değerlendirilmesi gereken ikinci husus, Çimsa'nın indirim ya da prim sistemi gibi araçlarla alıcıları sadece Çimsa ürünleri alıp satmaları noktasında teşvik edip etmediğidir. Bu bağlamda Çimsa'dan *"dağıtıcı, bayi veya yetkili satıcılara yönelik olarak herhangi bir prim sistemi uygulanıp uygulanmadığı, primlerin tahsisinde münhasır çalışmanın bir gerekçe olarak sunulup sunulmadığı"* hususunda bilgi talebinde bulunulmuştur. Cevaben gönderilen yazıda *"Çimsa'nın uyguladığı prim sisteminde Çimsa ile münhasır çalışmayı gerektiren herhangi bir şart/gerekçe bulunmamaktadır"* ifadeleri yer almaktadır. Ayrıca, Çimsa Mersin'de gerçekleştirilen yerinde inceleme sırasında elde edilen bazı belgelerin bu beyanla örtüştüğü anlaşılmıştır. Belgelerde Çimsa yetkililerinin prim sistemi hakkında bazı iç yazışmalarda bulunduğu görülmekte, ancak münhasırlık gibi bir koşulun bir kriter olarak tasarlandığına dair bir bulguya rastlanılmamaktadır. Prim sisteminde münhasırlığın bir gerekçe olmadığını savunmak için teşebbüs temsilcisi tarafından sunulan benzer iç yazışmalarda da bu yönde bir ifadenin olmadığı görülmektedir. Dolayısıyla mevcut bilgi ve belgeler itibarıyla Çimsa'nın prim sisteminde münhasırlığı bir koşul olarak öne sürdüğünü düşündürecek herhangi bir bulguya rastlanmadığı belirtilmelidir.

590 Değerlendirilmesi gereken üçüncü husus, Çimsa'nın gayri resmi yollarla Çimsa ürünlerine ek olarak, rakip ürünlerin de alım satımını gerçekleştiren bayileri baskı altına alıp almadığıdır. Sağlayıcılar, dağıtım ağlarındaki alıcıların rakip ürünleri satmasını engellemek amacıyla; sözleşme yenilememe ya da feshetme, sevkiyatları geciktirme, mal vermeme gibi araçları kullanabilmektedirler. Bu gibi uygulamalar neticesinde 'hukuki' açıdan bu yönde bir yükümlülük altında olmayan alıcıların ticari açıdan zor durumda kalmalarından ötürü, 'fiili' olarak rakip malları satmaktan imtina etmeleri gibi bir durum söz konusu olabilmektedir.

Yerinde inceleme sürecinde elde edilen belgeler incelendiğinde, Çimsa'da son dönemde 'müşteri bağlılığı', 'sadakat' gibi kavramların üzerinde durulan çalışmalar

¹¹ Avrupa Birliği Adalet Divanı (ABAD) tarafından münhasır politikaların sık bir şekilde kararlara konu edildiği görülmektedir. *Hoffman La-Roche (HLR)*¹¹, *Şeker Karteli*¹¹, *Michelin II*¹¹, *British Airways*¹¹, bu alanda bazı örnekler teşkil etmektedir.

¹² Benzer şekilde Kurul içtihatlarında da belirli şartlar altında münhasırlık politikalarının yasaklanabileceği dikkat çekmektedir. 3.3.2004 tarih ve 04-18/153-35 sayılı *Phillip Morris*, 6.4.2006 tarih ve 06-24/304-71 sayılı *Frito Lay*, 8.2.2011 tarih ve 10-14/175-66 sayılı *İzocam* kararları Kurul'un münhasırlık uygulamalarını değerlendirdiği bazı kararlardır.

600 gerçekleştirildiği görülmektedir. Bölge ve müşteri tipi bazında müşterilerin sadakatleri takip edilmekte ve sadakat artışları/azalışları gerekçelendirilmeye çalışılmaktadır. Aralık 2010'da Çimsa'da 'Müşteri Bağlılığı Araştırması' isimli bir çalışmanın gerçekleştirildiği görülmektedir. Araştırmada temel amacın; "Çimsa müşterileri genelinde, Çimsa'ya bağlılık düzeyini, müşterilerin duygusal ve rasyonel motivasyon düzeylerini, Çimsa markası ile ilgili algıları ve iyileştirilmesi gereken temas noktalarını ortaya çıkarmak ve belirlenen kırılımlar bazında bağlılık, motivasyonlar, ve öncelikli temas noktalarının nasıl farklılaştığını belirlemek" olduğu belirtilmektedir. Çalışmada müşteri bağlılığını ölçmede temel amaç olarak "Müşterilerinin beklentilerini karşılamanın ötesine geçerek, müşterilerin Çimsa'nın karlılığını arttıracak şekilde davranmalarını sağlamak ve Çimsa'nın karlılığını arttırmak" gösterilmektedir. Bir 610 başka belgede 2009 yılında Kayseri bölge pazarlama planında yeniden satıcı ve bağımsız hazır beton üreticileri kanalları açısından temel stratejinin "markalaşma, farklılaşma ve sadakat" olduğu ifade edilmekte, bu strateji ile "pazar payının korunmasının" ve "piyasa risk minimizasyonunun" amaçlandığı belirtilmektedir.

Çimsa Ankara'da gerçekleştirilen yerinde incelemede elde edilen bir belgede dağıtım kanallarına ilişkin bazı değerlendirmelere yer verildiği görülmektedir:

"... Torbalı çimento girişlerini kontrol etmek büyük ölçüde fiyatlandırma ile mümkün olacağı için, bayi kanalıyla pazar payının korunması oldukça zordur. (.....TİCARİ SIR.....).

620 Rakiplere karşı rekabet avantajının devam ettirilmesi, BHB (bağımsız hazır beton) ve kaptif kanaldaki rakip girişlerin önüne geçilmesiyle mümkün olabilecektir. (.....TİCARİ SIR.....), BHB kanalının sadakati ve memnuniyetinin artırılması açısından önemli bir yere sahiptir. ...

Dağıtım kanallarının yeniden yapılandırılması bağlamında, (.....TİCARİ SIR.....). (.....TİCARİ SIR.....), dağıtım kanalları ve kullanıcılarla daha yakın ilişki tesis etmek için, bölge satış personellerinin yanı sıra pazarlama bölümünün sık periyotta gerçekleştireceği ziyaretler ve özellikle genel müdür ve genel müdür yardımcılarının ziyareti öngörülmektedir. (.....TİCARİ SIR.....), Çimsa aidiyeti ve sadakati tesis edilmeye çalışılacaktır."

630 Bu bağlamda, mevcut belgeler; Çimsa'nın dağıtım kanalına bir önem atfetmeye başladığına ve pazar gücünü korumak amacıyla dağıtım kanalının sadakatini arttırmayı sağlayacak bir takım politikalar benimsemeyi tasarladığına yönelik bulgular sunmaktadır. Bununla birlikte, belgeler bu stratejinin kapsamının ne olacağı hususunda bir fikir vermemektedir. Yerinde incelemeler sırasında Çimsa'nın rakip ürünlerin dağıtımı ile iştigal eden dağıtıcılarına baskı ya da zorlama uyguladığı yönünde yorumlanabilecek herhangi bir belge elde edilememiştir. Başvuru konusu iddialarda belirtildiği şekilde Çimsa'nın dağıtıcıları ile olan ilişkisini dağıtıcıların rakip ürünler satmaya başlaması nedeniyle sonlandırdığına dair bir bulguya da rastlanamamıştır.

J. SONUÇ

640 Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre, dosya konusu iddialara yönelik olarak 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığına, şikayetin reddine OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.