

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2025-2-064

(Önaraştırma)

Karar Sayısı : 26-01/3-2

Karar Tarihi : 08.01.2026

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Birol KÜLE

Üyeler : Ahmet ALGAN (İkinci Başkan), Şükran KODALAK,
Hasan Hüseyin ÜNLÜ, Ayşe ERGEZEN, Rıdvan DURAN,
Ayşe USLU CEVLEK

B. RAPORTÖRLER : Osman Tan ÇATALCALI, Dilan FİDANER,
Muhammed Enes DOĞAN, Mücahit CEYLAN

C. İNCELENEN

TARAF

: - Lesaffre Turquie Mayacılık Üretim ve Ticaret AŞ

Temsilcisi: Av. Melih ÜYER

Büyükdere Cad. Bahar Sok. No: 13 River Plaza Kat 11-12 Levent
Şişli/İSTANBUL

- Mauri Maya Sanayi AŞ

Aksakal Mah. Kavakpınarı Kümeevler No:27
Bandırma/BALIKESİR

- Pak Gıda Üretim ve Pazarlama AŞ

Temsilcisi: Av. Şahin YAVUZ

Levent Mah. Cömert Sok. No:1 Yapı Kredi Plaza C Blok 40
Beşiktaş/İSTANBUL

D. ŞİKÂYET EDEN : Resen

- (1) **E. DOSYA KONUSU:** Maya üretimi alanında faaliyet gösteren teşebbüsler hakkında 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesini ihlal ettikleri iddiası.
- (2) **F. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurulunun (Kurul) 20.11.2025 tarihli ve 25-43/1074-M sayılı kararı ile maya üretimi alanında faaliyet gösteren teşebbüsler hakkında 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun (4054 sayılı Kanun)'un 4. maddesini ihlal ettikleri iddiası ile ilgili olarak aynı Kanun'un 40. maddesi uyarınca resen önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.
- (3) Önaraştırma kapsamında; Pak Gıda Üretim ve Pazarlama AŞ'de (PAK MAYA), Mauri Maya Sanayi AŞ'de (MAURI MAYA) ve Lesaffre Turquie Mayacılık Üretim ve Ticaret AŞ'de (LESAFFRE) yerinde incelemeler yapılmıştır. Yerinde incelemeler sırasında söz konusu teşebbüslerden bilgi taleplerinde bulunulmuş, 12.12.2025 tarih ve 77953 sayı ile PAK MAYA'dan; 16.12.2025 tarih ve 78108 sayı ve 17.12.2025 tarih ve 78156 sayı ile LESAFFRE'den ve 18.12.2025 tarih ve 78203 sayı, 18.12.2025 tarih ve 78213 sayı

ve 23.12.2025 tarih ve 78402 sayı ile MAURI MAYA'dan gelen cevabi yazılar Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına intikal etmiştir.

- (4) Yapılan önaraştırmaya yönelik hazırlanan 31.12.2025 tarih ve 2025-2-064/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu 08.01.2026 tarihli Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (5) **G. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda, önaraştırma konusu iddialar ile ilgili olarak; Lesaffre Turquie Mayacılık Üretim ve Ticaret AŞ, Mauri Maya Sanayi AŞ ve Pak Gıda Üretim ve Pazarlama AŞ hakkında 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığı sonuç ve kanaatine ulaşılmıştır.

H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

H.1. İlgili Teşebbüsler

H.1.1. Lesaffre Turquie Mayacılık Üretim ve Ticaret AŞ

- (6) LESAFFRE, merkezi Fransa'da bulunan ve 1853 yılında kurulan bir aile şirkettir. Lesaffre Ailesi'nin mensupları, LESAFFRE'nin hisselerinin doğrudan veya dolaylı olarak sahibi konumundadır.
- (7) LESAFFRE dünya çapında ekmek mayası üreticisi olarak bilinmekte; pişirme sürecini ve/veya fırınların nihai ürünlerinin kalitesini geliştirme amacıyla çeşitli ekmek katkı maddeleri de üretmektedir. Bunun yanı sıra, hamur kıvamlaştırıcı ve ekşi hamur gibi spesifik ürünler de geliştirmekte; ekmek mayası ve katkı maddeleri ile ilgili olarak un değirmenleri için enzim kokteyli de tedarik etmektedir. LESAFFRE'nin ekmek mayası sektöründe dünya genelindeki birçok ülkede üretim tesisi bulunmaktadır.
- (8) LESAFFRE'nin Türkiye iştiraki olan ÖZ MAYA, Sociedad General Azucarera De Espana S.A. (SGAE) ve Garipoğlu Ailesi tarafından ortak girişim şirketi olarak 1987 yılında kurulmuştur. Kısa bir süre sonra SGAE, Garipoğlu Ailesi'nin bütün hisselerini satın alarak ÖZ MAYA'nın tüm hisselerine sahip olmuştur. 1992 yılında ise LESAFFRE, SGAE'den ÖZ MAYA'yı devralmıştır. Böylelikle LESAFFRE, ÖZ MAYA ile Türkiye pazarına giriş yapmıştır.
- (9) Devam eden süreçte Amasya'da kurulu olan Safmaya San. AŞ (SAF MAYA)'nın Garipoğlu Ailesi'ne ait olan bütün hisseleri 1992 yılında satın alınmak suretiyle ÖZ MAYA grup bünyesine katılmıştır. Böylelikle LESAFFRE, Türkiye ekmek mayası pazarındaki faaliyetlerini tamamen ÖZ MAYA bünyesinde toplamıştır.
- (10) 2014 yılına gelindiğinde LESAFFRE, Dosu Maya Mayacılık AŞ (DOSU MAYA)'yı devralmak için Kuruma başvurmuş, söz konusu işlem Kurulun 15.12.2014 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 14-52/903-411 sayılı karar ile mevzubahis işleme izin verilmiştir. İşlem sonrasında ise ÖZ MAYA'nın DOSU MAYA bünyesine alınması suretiyle DOSU MAYA ve ÖZ MAYA tüzel kişilikleri birleştirilmiş ve DOSU MAYA'nın ticari ünvanı LESAFFRE olarak değiştirilmiştir.
- (11) LESAFFRE, Amasya, Adana/Ceyhan ve Kırklareli/Lüleburgaz'da bulunan üç ayrı maya üretim tesisi ile maya üretimi gerçekleştirmektedir. LESAFFRE kuru maya pazarında

26-01/3-2

Saf-Instant markası, yaş ekmek mayası pazarında ise *Öz Maya*, *LeSafmaya*, *Canmaya*, *Yuvamaya* markaları ile faaliyet göstermektedir.

- (12) LESAFFRE'nin ortaklık yapısına aşağıda Tablo 1'de yer verilmektedir.

Tablo 1- LESAFFRE'nin Ortaklık Yapısı

Hissedarlar	Oran (%)
Lesaffre Et Compaigne (LESAFFRE GLOBAL)	(.....)
Compagne des Levures Lesaffre	(.....)
Lucien Leon LESAFFRE	(.....)
Denis Leon LESAFFRE	(.....)
Constance Colette Marcel Marie Joseph Lesaffre TOULEMONDE	(.....)
Maurice Emile Marie Joseph LESAFFRE	(.....)
TOPLAM	100,0000
Kaynak: Teşebbüsten Gelen Bilgiler	

- (13) LESAFFRE'nin yönetim yapısına Tablo 2'de yer verilmektedir.

Tablo 2- LESAFFRE'nin Yönetim Yapısı

Ad/Soyad	Ünvanı
Brice Audren Marie Joseph RICHE	Yönetim Kurulu Başkanı
David Pascal JOUSSELME	Yönetim Kurulu Başkan Vekili
Thibaut Jacques Marie Fidele de LADOUCKETTE	Yönetim Kurulu Üyesi
Thomas Yann Hubert LESAFFRE	Yönetim Kurulu Üyesi
Jean-Philippe POULIN	Yönetim Kurulu Üyesi
Kaynak: Teşebbüsten Gelen Bilgiler	

H.1.2. Mauri Maya San. AŞ

- (14) MAURI MAYA, Associated British Foods Grubunun uluslararası maya ve fırıncılık ham maddeleri bölümü olan AB Mauri'nin bir parçası olup, şirket 1988 yılından bu yana Türkiye'de yaş ekmek mayası ve diğer unlu mamullerin üretiminde kullanılan katkı maddelerinin üretimini ve pazarlamasını gerçekleştirmektedir. Şirketin merkezi ve tek fabrikası Balıkesir'in Bandırma ilçesinde yer almaktadır. MAURI MAYA, yaş maya sektöründe *Mauri Maya*, *Marmara Maya* ve *Evmaya* markaları ile faaliyet göstermektedir.

- (15) MAURI MAYA'nın ortaklık yapısına aşağıda Tablo 3'te yer verilmektedir.

Tablo 3- MAURI MAYA'nın Ortaklık Yapısı

Hissedarlar	Oran (%)
AB Mauri Netherlands European Holdings B.V.	100
TOPLAM	100
Kaynak: Teşebbüsten Gelen Bilgiler	

- (16) MAURI MAYA'nın yönetim yapısına Tablo 4'te yer verilmektedir.

Tablo 4- MAURI MAYA'nın Yönetim Yapısı

Ad/Soyad	Ünvanı
Marco DEVENUTO	Yönetim Kurulu Başkanı
Maria Gaytan De Ayala OTAEGUI	Yönetim Kurulu Başkan Vekili
Levent Lütfi ÇİFTÇİ	Yönetim Kurulu Üyesi
Selim DALKIRAN	Yönetim Kurulu Üyesi
Kaynak: Teşebbüsten Gelen Bilgiler	

H.1.3. Pak Gıda Üretim ve Pazarlama AŞ

- (17) Pak Gıda Grubu bünyesinde bulunan ve 1973 senesinde faaliyetine başlayan PAK MAYA, başta yaş ekmek mayası olmak üzere ekmek katkı maddeleri, ekmek miksleri ve yardımcı maddeleri, pudra şekeri, hamur kabartma tozu, şekerli vanilin gibi pişirme

yardımcıları üretimi, pazarlaması ve satışı faaliyetlerini yürütmektedir. PAK MAYA'nın idari merkezi İstanbul'da olup ilk fabrikasını İzmit'e bağlı Köseköy ilçesinde işletmeye açmıştır. İlk fabrikasının ardından 1986 yılında İzmir'in Kemalpaşa ilçesinde ikinci maya fabrikasını açan PAK MAYA, 1990'da Düzce'nin Cumayeri ilçesinde bulunan üçüncü fabrikasını faaliyete geçirmiştir.

- (18) PAK MAYA'nın Köseköy/İzmit'te bulunan fabrikasında sadece kuru maya üretilmekte olup, gerçekleşen üretimin neredeyse tamamı ihraç edilmektedir. PAK MAYA'nın diğer fabrikalarında ise hem kuru hem de yaş maya üretilmektedir. PAK MAYA'nın yaş ekmek mayası pazarındaki başlıca markaları ise *Pakmaya*, *Ekamaya*, *Pakmaya Chef* ve *Mayadağ*'dır.
- (19) PAK MAYA'nın ortaklık yapısına Tablo 5'te yer verilmektedir.

Tablo 5- PAK MAYA Ortaklık Yapısı

Hissedarlar	Oran (%)
Asil Gıda ve Kimya San. AŞ	(.....)
Pak Holding AŞ	(.....)
TOPLAM	100,00

Kaynak: Teşebbüsten Gelen Bilgiler

- (20) PAK MAYA'nın yönetim yapısına Tablo 6'da yer verilmektedir.

Tablo 6- PAK MAYA'nın Yönetim Yapısı

Ad/Soyad	Ünvanı
Mehmet İMREGÜN	Yönetim Kurulu Başkanı
H. Canan PAK İMREGÜN	Yönetim Kurulu Başkan Yrd.
Aslı BALKIR	Yönetim Kurulu Üyesi
Emine GÖKÇEK	Yönetim Kurulu Üyesi
Yalçın ÖZEL	Yönetim Kurulu Üyesi

Kaynak: Teşebbüsten Gelen Bilgiler

H.2. İlgili Pazar

H.2.1. Maya Pazarına İlişkin Genel Bilgiler¹

- (21) Gıda endüstrisinde maya; ekmek, peynir ve kefir üretiminde kullanılmakla beraber ülkemizde ekmek sektörü maya sektörünün temel belirleyicisidir. Ekmek mayası yaş ekmek mayası ve kuru ekmek mayası olmak üzere iki formda üretilmektedir. Yaş ekmek mayası daha çok ekmekçilik sektörünün ihtiyaçları için üretilirken kuru ekmek mayası ekseriyetle evlerde kullanılmaktadır. Her iki tip ekmek mayası da benzer işlemlerle üretilmektedir. Kuru ve yaş mayanın üretiminde ortak olarak kullanılan krem, mayanın bazı kimyasal maddeler eklenerek kurutulmuş halidir. Yaş mayanın 40 gün içinde tüketilmesi gerekirken² kuru mayanın iki yıl kullanım süresi bulunmaktadır.
- (22) Kuru maya, “aktif kuru maya” ve aktif kuru mayaya göre daha hızlı aktif hale gelen “instant kuru maya” olmak üzere iki farklı çeşitte üretilmektedir. Aktif kuru maya, ılık suda harç haline getirildikten sonra kullanılmakta, instant kuru maya ise çeşitli hamur harçlarının içine doğrudan eklenmektedir.
- (23) Ülkemizdeki ekmek üreticilerinin kullanım alışkanlıkları ve iki ürün arasındaki fiyat farkı nedeniyle yurt içi ekmek üretiminde neredeyse tamamen yaş maya kullanılmaktadır. Bu nedenle kuru maya üretiminin çok büyük bir kısmı ihracat için gerçekleştirilmektedir. Her ne kadar 20.11.2025 tarihli ve 25-43/1074-M sayılı Kurul kararında önaraştırmanın

¹ Bu bölümdeki bilgiler 08.11.2018 tarihli ve 18-42/664-325 sayılı ve 17.08.2023 tarihli ve 23-39/755-264 sayılı Kurul kararları ile teşebbüslerden gelen bilgiler çerçevesinde hazırlanmıştır.

² 15 gün içerisinde kullanılmayan mayanın etkinliğinin azaldığı belirtilmektedir.

konusu “maya” olarak belirlense de ülkemizdeki tüketim alışkanlıkları, LESAFFRE, MAURI MAYA ve PAK MAYA’nın ağırlıklı olarak yaş maya üretimi ve satışı gerçekleştirmeleri ve kuru mayanın genellikle ihraç edilmesi nedeniyle işbu dosya kapsamında yaş maya ürünü ele alınacaktır. Dolayısıyla aşağıda yalnızca yaş maya pazarına ilişkin değerlendirmelere yer verilecektir.

- (24) Önaraştırmaya konu maya pazarı, homojen bir ürün olan mayanın LESAFFRE, MAURI MAYA ve PAK MAYA tarafından, endüstriyel alıcı olarak nitelendirilebilecek çok sayıdaki müşteriye arz edildiği oligopolistik bir yapı sergilemektedir.
- (25) İlgili ürün olan yaş ekmek mayasının kullanıcısı olan fırınlar, yaş ekmek mayasının kendileri için bir ara mal olmasının da etkisiyle üretimde kullandıkları maya markaları arasında herhangi bir fark gözetmemekte, birçoğu birden fazla markayı aynı anda üretimde kullanabildikleri gibi bir markadan diğerine rahatlıkla geçebilmektedirler. Maya ürünlerinin kullanıcılar nezdinde homojen bir nitelik taşıması ve marka bağlılığının düşük olması nedeniyle; reklam, tanıtım veya ürün çeşitlendirme gibi faaliyetler satışları artırmada sınırlı bir etkiye sahiptir. Bu durum, özellikle yaş ekmek mayası pazarındaki üreticiler için ‘fiyat’ unsurunu rekabetin en temel belirleyicisi haline getirmektedir.
- (26) Mevcut durumda Türkiye yaş ekmek mayası pazarında LESAFFRE, MAURI MAYA ve PAK MAYA olmak üzere sadece üç adet üretici firma faaliyet göstermektedir. Söz konusu firmaların 2023-2025 (ilk 10 ay) dönemindeki aylık yaş maya satış miktarlarına (kg olarak) Grafik 1’de yer verilmiştir.

(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Bilgiler ve Dosya Kapsamında Yapılan Hesaplamalar

- (27) Teşebbüslerin miktar ve satış değeri bazında pazar paylarına ise Tablo 7’de ve Tablo 8’de yer verilmektedir.

Tablo 7– Maya Pazarında Faaliyet Gösteren Teşebbüslerin 2023-2025 Yıllarındaki Satış Miktarı Bazında Pazar Payları

Teşebbüs	Satış Miktarı (kg)			Pazar Payı (%)		
	2023	2024	2025	2023	2024	2025
LESAFFRE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MAURI MAYA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PAK MAYA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	100,0	100,0	100,0

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Bilgiler ve Dosya Kapsamında Yapılan Hesaplamalar

Tablo 8- Yaş Maya Pazarında Faaliyet Gösteren Teşebbüslerin 2023-2025 Yıllarındaki Satış Değeri Bazında Pazar Payları

Teşebbüs	Satış Değeri (TL)			Pazar Payı (%)		
	2023	2024	2025	2023	2024	2025
LESAFFRE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MAURI MAYA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PAK MAYA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	100,0	100,0	100,0

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Bilgiler ve Dosya Kapsamında Yapılan Hesaplamalar

- (28) Tablo 7’den görüldüğü üzere 2025 yılında satış miktarı bazında yaklaşık %(.....) pazar payı ile (.....) yaş ekmek mayası pazarında lider durumda bulunmaktadır. 2025 yılında satış değeri baz alınarak pazar payı hesaplaması yapıldığında ise pazar lideri olarak %(.....) pazar payı ile (.....) öne çıktığı görülmektedir. LESAFFRE 2025 yılında satış miktarı bazında %(.....) pazar payına sahiptir. (.....) ise 2025 yılı itibarıyla satış miktarı bazında %(.....) ve satış değeri bazında ise %(.....) pazar payı ile pazardaki üçüncü

26-01/3-2

oyuncu olmaya devam etmektedir. LESAFFRE'nin miktar bazındaki pazar payının 2025 yılında %(.....) olmasına karşın satış değeri cinsinden pazar payının %(.....) olmasının nedeni ürünlerinin diğer teşebbüslerin ürünlerine göre daha pahalı olmasıdır. Diğer taraftan 2024 yılı verileri incelendiğinde; PAK MAYA'nın iç pazar satışlarının (.....) katına denk gelen (.....) TL, LESAFFRE'nin iç pazar satışlarının (.....) katına denk gelen (.....) TL ve MAURI MAYA'nın iç pazar satışlarının (.....) katına denk gelen (.....) TL tutarında ihracatı bulunmaktadır.

26-01/3-2

- (29) Aşağıdaki tabloda üreticilerin karşılaştırmalı olarak aylık ortalama maya satış fiyatlarına ve bir önceki aya kıyasla fiyat değişim oranlarına yer verilmektedir:

Tablo 9- Yaş Maya Üreticilerinin 2023 Ocak-2025 Ekim Dönemindeki Aylık Ortalama Satış Fiyatları (TL/Kg) ve Aylık ve Yıllık Bazda Fiyat Değişim Oranları (%)^{3,4}

Tarih	LESAFFRE		MAURI MAYA		PAK MAYA	
	Satış Fiyatı (TL/Kg)	Artış Oranı (%)	Satış Fiyatı (TL/Kg)	Artış Oranı (%)	Satış Fiyatı (TL/Kg)	Artış Oranı (%)
Ocak 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Şubat 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mart 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nisan 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mayıs 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Haziran 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Temmuz 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ağustos 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eylül 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ekim 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kasım 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Aralık 2023	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2023 Yılı Artış Oranı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ocak 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Şubat 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mart 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nisan 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mayıs 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Haziran 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Temmuz 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ağustos 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eylül 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ekim 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kasım 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Aralık 2024	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2024 Yılı Artış Oranı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ocak 2025	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Şubat 2025	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mart 2025	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nisan 2025	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mayıs 2025	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Haziran 2025	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Temmuz 2025	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ağustos 2025	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Eylül 2025	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ekim 2025	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
2025 İlk 10 Ay Artış Oranı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Bilgiler ve Dosya Kapsamında Yapılan Hesaplamalar						

- (30) Yaş maya üreticilerinin ortalama aylık satış fiyatları incelendiğinde, LESAFFRE'nin en yüksek fiyatlara sahip teşebbüs olduğu, PAK MAYA ve MAURI MAYA'nın fiyatlarının ise nispeten birbirine yakın seyrettiği görülmektedir. 2023 yılında LESAFFRE, MAURI MAYA ve PAK MAYA'nın ortalama yaş maya satış fiyatlarında sırasıyla %(.....), %(.....)

³ LESAFFRE, MAURI MAYA ve PAK MAYA'nın aylık ortalama satış fiyatları yaş maya ürünü baz alınarak anılan teşebbüslerin 2023 Ocak-2025 Ekim dönemindeki aylık toplam satış değerleri aylık toplam satış miktarlarına bölünerek hesaplanmıştır.

⁴ Yaş maya üreticilerinin yıllık bazdaki fiyat artış oranları ((Yıl Sonu Fiyatı-Yıl Başı Fiyatı)/Yıl Başı Fiyatı) formülü kullanılarak hesaplanmıştır.

26-01/3-2

ve %(.) artış gerçekleşirken, söz konusu teşebbüslerin ortalama yaş maya satış fiyatlarında 2024 yılında gerçekleşen artışlar sırasıyla %(.), %(.) ve %(.) olmuştur. 2025 yılının ilk on ayında ise LESAFFRE'nin yaş maya satış fiyatları %(.), MAURI MAYA'nın yaş maya satış fiyatları ise %(.) ve PAK MAYA'nın yaş maya satış fiyatları %(.) artmıştır.

- (31) Yaş maya üretiminin en önemli girdisi şekerin kristallendirilmesi sırasında geriye kalan ve artık kapsadığı şekerin, şeker fabrikalarında uygulanan usullerle kristallenme olanağı bulunmayan bir madde olan melastır. Diğer ana girdiler ise yardımcı malzemeler, enerji ve işçiliktir. Yaş maya üretiminin maliyet kalemlerinin inceleme konusu teşebbüslerin 2024 yılı toplam maliyetleri içerisindeki payları aşağıdaki tabloda sunulmaktadır.

Tablo 10- Teşebbüslerin 2024 Yılı Yaş Maya Üretim Maliyetlerinin Toplam Maliyet İçerisindeki Payı ⁵

Teşebbüs	Maliyet Kalemleri (%)					
	Melas	Yardımcı Malzemeler ⁶	Enerji	İşçilik	Diğer ⁷	Toplam
LESAFFRE	(.)	(.)	(.)	(.)	(.)	100,0
MAURI MAYA	(.)	(.)	(.)	(.)	(.)	100,0
PAK MAYA	(.)	(.)	(.)	(.)	(.)	100,0
SEKTÖR ORTALAMASI ⁸	(.)	(.)	(.)	(.)	(.)	100,0
Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Bilgiler ve Dosya Kapsamında Yapılan Hesaplamalar						

- (32) Teşebbüsler tarafından yaş maya maliyet kalemleri genel olarak; melas, yardımcı malzemeler, enerji, işçilik ve diğer maliyet kalemleri olarak sıralanırken en büyük maliyet kaleminin toplam maliyetin yaklaşık %26-41'ini oluşturan melas olduğu görülmüştür.

⁵ MAURI MAYA ve PAK MAYA tarafından ambalaj maliyetleri ve ham madde maliyetleri ayrı olarak sunulmuştur. Yeknesaklığı sağlamak amacıyla ambalaj maliyetlerine ham madde maliyetleri içinde yer verilmiştir.

⁶ Yardımcı malzemeler içinde melas dışındaki ham maddeler ve ambalaj maliyetleri yer almaktadır.

⁷ Diğer maliyetler içinde genel üretim giderleri, amortisman ve diğer sabit maliyetler yer almaktadır.

⁸ Söz konusu ortalama hesaplanırken tüm teşebbüslerin maliyetleri ağırlıklı olarak dikkate alınmıştır.

- (33) Öte yandan, aşağıdaki tabloda üreticilerin aylık ortalama maliyetlerine ve bir önceki aya kıyasla maliyet değişim oranlarına yer verilmektedir.

Tablo 11- Teşebbüslerin Ocak 2023 – Ekim 2025 Dönemindeki Yaş Maya Üretim Maliyetleri (TL/Kg) ve Aylık ve Yıllık Bazda Maliyet Değişim Oranları (%)⁹

Tarih	LESAFFRE		MAURI MAYA		PAK MAYA	
	Maliyet (TL/Kg)	Artış Oranı (%)	Maliyet (TL/Kg)	Artış Oranı (%)	Maliyet (TL/Kg)	Artış Oranı (%)
Ocak 2023	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Şubat 2023	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Mart 2023	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Nisan 2023	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Mayıs 2023	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Haziran 2023	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Temmuz 2023	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Ağustos 2023	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Eylül 2023	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Ekim 2023	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Kasım 2023	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Aralık 2023	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
2023 Yılı Artış Oranı	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Ocak 2024	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Şubat 2024	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Mart 2024	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Nisan 2024	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Mayıs 2024	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Haziran 2024	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Temmuz 2024	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Ağustos 2024	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Eylül 2024	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Ekim 2024	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Kasım 2024	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Aralık 2024	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
2024 Yılı Artış Oranı	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Ocak 2025	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Şubat 2025	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Mart 2025	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Nisan 2025	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Mayıs 2025	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Haziran 2025	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Temmuz 2025	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Ağustos 2025	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Eylül 2025	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Ekim 2025	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
2025 İlk 10 Ay Artış Oranı	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)	(....)
Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Bilgiler ve Dosya Kapsamında Yapılan Hesaplamalar						

- (34) Yaş maya üreticilerinin 2025 yılı ortalama üretim maliyetlerinde yaşanan artış oranları incelendiğinde, üretim maliyetlerinde en yüksek artış oranına sahip teşebbüsün (....), en düşük artış oranına sahip teşebbüsün (....) olduğu görülmektedir. 2023 yılında PAK MAYA yaş maya üretim maliyetlerinde %(....) azalma görülürken, LESAFFRE ve MAURI MAYA'nın anılan döneme ilişkin maliyetleri sırasıyla %(....) ve %(....) artış

⁹ Üretici teşebbüslerin aylık ortalama maliyetleri yaş maya ürünü baz alınarak anılan teşebbüslerin 2023 Ocak-2025 Ekim dönemindeki aylık toplam maliyetleri satış miktarlarına bölünerek hesaplanmıştır.

gerçekleşmiştir. Buna karşılık, söz konusu teşebbüslerin yaş maya üretim maliyetlerinde 2024 yılında gerçekleşen artışlar sırasıyla %(.....), %(.....) ve %(.....) olmuştur. 2025 yılının ilk 10 ayında ise LESAFFRE'nin yaş maya üretim maliyetleri %(.....), MAURI MAYA'nın yaş maya üretim maliyetleri %(.....) ve PAK MAYA'nın yaş maya üretim maliyetleri %(.....) artmıştır.

H.2.2. İlgili Ürün Pazarı

- (35) İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz'da 2010/4 sayılı Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ (2010/4 sayılı Tebliğ) hükümlerine atıfta bulunularak, ilgili ürün pazarının tespitinde dikkate alınacak unsurlar belirtilmektedir. Buna göre ilgili ürün pazarının tespitinde tüketicinin gözünde fiyatı, kullanım amaçları ve nitelikleri bakımından aynı sayılan mal ve hizmetlerden oluşan pazar dikkate alınmakta, ayrıca tespit edilen pazarı etkileyebilecek diğer unsurlar da değerlendirilebilmektedir.
- (36) İnceleme tarafı olan LESAFFRE, MAURI MAYA ve PAK MAYA'nın başlıca faaliyet alanları ekmek mayası üretimi, satışı ve pazarlanmasıdır. Ekmek mayasının yaş ve kuru maya olmak üzere iki türü bulunmaktadır. Yaş maya kısa raf ömrü, dağıtımında ihtiyaç duyulan soğuk zincir ve düşük fiyatı ile kuru mayadan ayrılmaktadır. Kuru maya uzun raf ömrü ve yaş mayaya göre daha kolay dağıtımı nedeniyle genellikle ihraç edilirken, üretilen yaş mayanın büyük kısmı yurt içinde tüketilmektedir. Kuru mayanın yaş mayaya göre daha yüksek aktiviteli olması nedeniyle az ve dikkatli kullanılması gerekliliği, hamuru çok hızlı fermente etmesi ya da kabarmasını geciktirmesi, fırınlarda gramaj hesabının tam olarak yapılmasının zorluğu ve kuru maya kullanılması nedeniyle ham madde kaybı yaşanma ihtimalinin artması nedenleriyle kuru maya genellikle fırınlar tarafından tercih edilmemektedir. Bu nedenlerle, kuru maya ve yaş mayanın müşteri talebi bakımından birbirine ikame olmadığı söylenebilecektir.
- (37) Arz ikamesi açısından bakıldığında ise kuru maya ve yaş maya üretim süreçlerinin, sürecin ilk aşaması olan fermentasyon süreci bakımından birbirinden farklılaşmadığı görülmektedir. Ancak kuru maya üretim sürecindeki kurutma işleminin, paketleme ekipmanları ve depolama gerekliliklerinin farklı olması nedeniyle kuru maya ve yaş mayanın arz bakımından da ikame olmadığı kanaatine varılmıştır. Yaş ekmek mayasının endüstriyel pazarda ve ekmek üretiminde ağırlıklı olarak kullanılması nedeniyle firmaların faaliyetleri büyük ölçüde bu tür maya üretimi üzerine yoğunlaşmaktadır.
- (38) Nitekim Kurulun 08.11.2018 tarihli, 18-42/664-325 sayılı ve 17.08.2023 tarihli, 23-39/755-264 sayılı kararlarında da ilgili ürün pazarının "yaş ekmek mayası" olarak belirlendiği görülmektedir. Bu bağlamda, 20.11.2025 tarihli ve 25-43/1074-M sayılı Kurul kararında önaraştırmanın konusu "maya" olarak belirlenmekle birlikte LESAFFRE, MAURI MAYA ve PAK MAYA'nın ağırlıklı olarak yaş maya üretimi ve satışı gerçekleştirdiği dikkate alındığında işbu dosya kapsamında da ilgili ürün pazarı önceki Kurul kararlarına paralel şekilde "yaş ekmek mayası" olarak kabul edilmiştir.

H.2.3. İlgili Coğrafi Pazar

- (39) İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz'da coğrafi pazar; teşebbüslerin mal ve hizmetlerinin arz ve talebi konusunda faaliyet gösterdikleri, rekabet koşullarının yeterli derecede homojen ve özellikle rekabet koşulları komşu bölgelerden hissedilir derecede farklı olduğu için bu bölgelerden kolayca ayrılabilen bölgeler olarak tanımlanmıştır.

Dosya kapsamında yukarıdaki tanımdan hareketle ilgili coğrafi pazar “Türkiye” olarak tespit edilmiştir.

H.3. Değerlendirme

- (40) 4054 sayılı Kanun’un “Kapsam” başlıklı 2. maddesinde “...mal ve hizmet piyasalarında faaliyet gösteren ya da bu piyasaları etkileyen her türlü teşebbüsün aralarında yaptığı rekabeti engelleyici, bozucu ve kısıtlayıcı anlaşma, uygulama ve kararlar ile piyasaya hâkim olan teşebbüslerin bu hâkimiyetlerini kötüye kullanmaları... bu Kanun kapsamına girer.” düzenlemesi bulunmaktadır.
- (41) 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesinin birinci fıkrasında; “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.” hükmü yer almaktadır.
- (42) 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesi incelendiğinde, teşebbüsler arasında gerçekleştirilen ve amacı veya etkisi yahut potansiyel etkisi itibarıyla rekabeti sınırlayıcı nitelik taşıyan her türlü anlaşma, uyumlu eylem ve teşebbüs birliği kararının yasaklandığı görülmektedir¹⁰. 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesinin gerekçesinde yer alan; “Bu Kanunun amacı rekabetin korunması olduğuna göre, rekabeti engelleyici, kısıtlayıcı veya bozucu teşebbüsler arası anlaşma ve uygulamaların yasaklanması gerekir. Maddenin amacı bakımından anlaşma, Medeni Hukukun geçerlilik koşullarına uymasa bile tarafların kendilerini bağlı hissettikleri her türlü uzlaşma ya da uyuşma anlamında kullanılmıştır. Anlaşmanın yazılı veya sözlü olmasının önemi yoktur.” ifadeleriyle Türk rekabet hukukunda “anlaşma” müessesesinin borçlar hukukundaki “sözleşme” kavramının ötesine geçtiği ve anlaşmanın varlığı için özel bir şekil şartı aranmadığı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda bir anlaşmanın Kanun’un 4. maddesi kapsamında değerlendirilmesi için yazılı olması, hukuki bağlayıcılığının bulunması ve bir yaptırım içermesi gerekmektedir¹¹.
- (43) 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesi incelendiğinde, teşebbüsler arasında gerçekleştirilen ve amacı veya etkisi yahut potansiyel etkisi itibarıyla rekabeti sınırlayıcı nitelik taşıyan her türlü anlaşma, uyumlu eylem ve teşebbüs birliği kararının yasaklandığı görülmektedir¹². Bu noktada ihlalin ispatında rekabeti sınırlayıcı bir irade uyuşmasının gösterilmesi gerekmekte olup bu uyuşmanın anlaşma veya uyumlu eylem niteliğinde olması ulaşılan sonuç bakımından önem arz etmemektedir¹³.
- (44) Kartellerin Ortaya Çıkarılması Amacıyla Aktif İşbirliği Yapılmasına Dair Yönetmelik’in “Tanımlar” başlıklı 3. maddesinde kartel; fiyat tespiti, müşterilerin, sağlayıcıların, bölgelerin ya da ticaret kanallarının paylaşılması, arz miktarının kısıtlanması veya kotalar konması, ihalelerde danışıklı hareket konularında, rakipler arasında gerçekleşen, rekabeti sınırlayıcı anlaşma ve/veya uyumlu eylemler olarak tanımlanmaktadır. Fiyat tespiti, arz kısıtlaması, pazar veya müşteri paylaşımını konu alan ve kartel olarak adlandırılan anlaşmaların amacı itibarıyla rekabeti kısıtlayıcı oldukları kabul edilmekte ve bu tür anlaşmaların rekabeti kısıtlaması kuvvetle muhtemel kabul edildiği için pazardaki mevcut veya potansiyel etkilerinin incelenmesine gerek

¹⁰ 29.03.2018 tarihli ve 18-09/180-85 sayılı Kurul kararı.

¹¹ 25.07.2024 tarihli ve 24-31/726-308 sayılı Kurul kararı.

¹² 29.03.2018 tarihli ve 18-09/180-85 sayılı Kurul kararı.

¹³ 18.04.2011 tarihli ve 11-24/464-139 sayılı; 14.01.2016 tarihli ve 16-02/44-14 sayılı; 07.08.2025 tarihli ve 25-29/685-414 sayılı Kurul kararları.

görülmeksizin yasaklanmaktadır¹⁴. Ayrıca en ciddi rekabet hukuku ihlali olduğu kabul edilen kartel niteliğindeki anlaşma/uyumlu eylemin varlığı, ihlal sonucuna ulaşılması bakımından yeterli görülmekte, ihlalin gerçekleşmesi için anlaşmanın uygulanması gerekli bir koşulu oluşturmamaktadır¹⁵.

- (45) 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin üçüncü fıkrasında, *"Bir anlaşmanın varlığının ispatlanamadığı durumlarda piyasadaki fiyat değişmelerinin veya arz ve talep dengesinin ya da teşebbüslerin faaliyet bölgelerinin, rekabetin engellendiği, bozulduğu veya kısıtlandığı piyasalardakine benzerlik göstermesi, teşebbüslerin uyumlu eylem içinde olduklarına karine teşkil eder"* hükmüne yer verilmektedir. Aynı maddenin dördüncü fıkrasında ise ekonomik ve rasyonel gerçeklere dayanmak koşuluyla taraflardan her birinin uyumlu eylemde bulunmadığını ispatlayarak sorumluluktan kurtulabileceği düzenlenmiştir.
- (46) 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde yer alan uyumlu eylem kavramıyla açık bir irade uyuşması ortaya konulmasa da, taraflar arasında bireysel karar alma mekanizmalarının yerine geçen bir koordinasyonun oluşturulması durumu da madde kapsamına alınmaktadır¹⁶. Söz konusu maddenin gerekçesinde de, rekabeti kısıtlayıcı anlaşmaların yasaklandığı hukuk düzeninde, genellikle bu tür anlaşmaların gizli yapıldığı ve varlıklarının ispatının oldukça güç, bazen de imkânsız olduğu belirtilmiştir. Bu nedenle, maddenin üçüncü fıkrasında belirtilen hallerin varlığı halinde teşebbüslerin uyumlu eylem içinde oldukları karinesi kabul edilmektedir. Bu hallerde, uyumlu eylem içinde olmadıklarını ispat yükü ilgili teşebbüslere geçmekte ve böylelikle ispat güçlüğü nedeniyle 4054 sayılı Kanun'un işleme hale gelmesinin önlenmesi hedeflenmektedir.
- (47) Kurulun *Göлтаş Çimento*¹⁷ ve *Maya III*¹⁸ kararlarında da görüleceği üzere uyumlu eylem karinesi ile iletişim delillerinin yokluğu halinde yalnızca iktisadi delillere başvurularak 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlal edildiği sonucuna ulaşmak mümkündür. Nitekim *Maya III* kararında, yaş maya pazarında faaliyet gösteren üreticilerinin fiyat artışları incelenmiş ve uyumlu eylemi destekleyecek herhangi bir delil elde edilmemesine karşın *"her ne kadar oligopolistik piyasalarda fiyat hareketlerinin benzerlik göstermesi oligopol tanımında yer alsa da; dört firmanın birden piyasa koşullarında objektif herhangi bir değişme olmaksızın üretim maliyetlerindeki artışın ve enflasyon oranlarının hayli üzerinde fiyat artışına gitmelerinin ve bu artışları başlangıçta üst üste iki ay ve yüksek oranda gerçekleştirebilmelerinin ve ilerleyen zamanlarda da istikrarlı bir şekilde fiyat artış trendlerini devam ettirebilmelerinin uyumlu eylemden başka bir iktisadi gerekçesi bulunmamaktadır."* denilerek teşebbüslerin maliyetlerinin üzerinde gerçekleşen benzer fiyat hareketlerinin uyumlu eylem oluşturduğuna kanaat edilmiştir.
- (48) Bununla birlikte, Kurul içtihadı¹⁹ incelendiğinde uyumlu eylem müessesinin, genellikle, salt iktisadi delillerden ziyade iletişim delilleri ile birlikte ele alındığı görülmektedir.

¹⁴ 07.03.2011 tarihli ve 11-13/243-78 sayılı, 18.04.2011 tarihli ve 11-24/464-139 sayılı, 08.03.2013 tarihli ve 13-13/198-100 sayılı, 18.02.2016 tarihli ve 16-05/117-52 sayılı, 21.11.2016 tarihli ve 16-40/662-296 sayılı, 29.03.2018 tarihli ve 18-09/180-85 sayılı Kurul kararları; Danıştay 13. Dairesinin 16.12.2015 tarihli, E.2015/4548, K.2015/4616 sayılı kararı; Danıştay 13. Dairesinin 06.04.2017 tarihli, E.2011/3814, K.2017/958 sayılı kararı.

¹⁵ 07.03.2011 tarihli ve 11-13/243-78 sayılı Kurul kararı.

¹⁶ 25.04.2022 tarihli ve 22-19/310-135 sayılı Kurul kararı.

¹⁷ 20.09.2007 tarihli ve 07-76/908-346 sayılı Kurul kararı.

¹⁸ 12.11.2008 tarihli ve 08-63/1050-409 sayılı Kurul kararı.

¹⁹ 22.08.2017 tarihli ve 17-27/452-194 sayılı; 18.04.2019 tarihli ve 19-16/229-101 sayılı; 10.10.2024 tarihli ve 14-37/713-318 sayılı Kurul kararları.

Nitekim *Gazete*²⁰ kararında bir eylemin uyumlu eylem olarak nitelenebilmesi için taraflar arasında sözlü veya yazılı olacak şekilde temasın olması gerektiği, bu temasın teşebbüsün gelecekteki davranışının belirsizliğini ortadan kaldırma amacı ile yapılması ve teşebbüslerin ticari davranışlarını rekabetçi olmayacak bir şekilde oluşturma ya da değiştirme etkisi olması gerektiği ifade edilmektedir. Bahse konu kararda uyumlu eylem karinesinin işletilebilmesi için teşebbüsler arasında iletişimin varlığının arandığı görülmektedir. Ayrıca, Kurul içtihadı bu çerçevede incelendiğinde, bahse konu kriterlerin göz önünde bulundurulduğu başka kararlar da bulunmaktadır²¹.

- (49) İletişimin anlaşma/uyumlu eylemi ortaya koymadaki kritik önemi, piyasada rekabeti tetikleyen temel dinamiğin, teşebbüsler arasında birbirlerinin ne şekilde davranacağına ilişkin yaşanan belirsizlik olduğu kabulüne dayanmaktadır. Nitekim 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde yer alan hükmün temel amacı, rekabetin gereği olarak her bir teşebbüsün kendi ticari politikalarını ve piyasadaki faaliyetlerini tek başına, başka bir deyişle bağımsız olarak belirlemesini sağlamaktır.
- (50) Ek olarak, otomobil üreticisi teşebbüslerin birlikte hareket etmek suretiyle Kanun'un 4. maddesini ihlal edip etmediklerinin incelendiği 24.06.2009 tarihli ve 09-30/637/15 sayılı Kurul kararında da " (...) *sadece paralel davranışa dayanılarak uyumlu eylem iddiasında bulunmamak, firmalar arasındaki bağlantıyı gösterir delilleri ortaya koymak gerekmektedir. Uyumlu eylemde bir anlaşmanın tüm unsurlarının bulunması gerekmemekle birlikte, uyumlu eylem tarafların davranışlarından açıkça anlaşılan bir koordinasyondan kaynaklanmalıdır.*" denilmekte ve uyumlu eylemin varlığı için teşebbüsler arasında bir tür koordinasyon ya da iş birliğinin bulunması gerektiği, bu koordinasyonun taraflar arasındaki doğrudan ya da dolaylı bir bağlantıdan kaynaklanması gerektiği ve bağlantının amacının rakiplerin gelecekteki davranışlarına ilişkin belirsizlikleri ortadan kaldırmak olduğu ifade edilmektedir.
- (51) Yukarıda yer verilen tüm bilgiler ışığında özetle; rakip teşebbüsler arasında amacı veya etkisi itibarıyla rekabeti engelleyen, bozan veya kısıtlayan bir anlaşma yahut uyumlu eylem 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında ele alınabilmektedir. Anlaşma ve uyumlu eylem kavramları birçok durumda iç içe geçmiş kavramlar olup söz konusu kavramlar birlikte kullanılabileceği gibi genel olarak uzlaşma kavramının kullanılabildiği görülmektedir²². Bu kapsamda, bir zaman diliminde teşebbüsler arasında yaygın olarak gerçekleşen anlaşma ve/veya uyumlu eylem görünümündeki davranışlar bir bütün olarak rekabete aykırı uzlaşma olarak değerlendirilmektedir²³.
- (52) 4054 sayılı Kanun uyarınca teşebbüsler arasındaki uzlaşının tespitinde delil serbestisi ilkesinin geçerli olduğu kabul edilmektedir. Bu bağlamda rekabet hukuku uygulamasında her türlü ispat vasıtasının delil olarak kullanılabileceği öngörülmekle birlikte, söz konusu vasıtaların değerlendirilmesinde delillerin haiz olduğu ispat gücü önem arz etmektedir²⁴. Netice olarak delil serbestisi ilkesi uyarınca hukuka uygun şekilde elde edilen delillerin serbestçe yorumlanabilmesi mümkün olmakla birlikte, elde

²⁰ 26.07.2007 tarihli ve 07-62/742-269 sayılı Kurul kararı.

²¹ 24.06.2009 tarihli ve 09-30/637-150 sayılı; 31.03.2011 tarihli ve 11-20/378-117 sayılı; 23.02.2023 tarihli ve 23-10/165-51 sayılı; 28.12.2023 tarihli ve 23-61/1205-429 sayılı; 22.08.2024 tarihli ve 24-34/831-353 sayılı; 07.08.2025 tarihli ve 25-29/685-414 sayılı Kurul kararları.

²² Case COMP/39406, *Marine Hoses*, [2009], para. 259.

²³ Kurulun 01.07.2021 tarihli ve 21-33/446-222 sayılı kararı; Case C-105/04 P *Nederlandse Federatieve Vereniging voor de Groothandel op Elektrotechnisch Gebied v. Commission*, [2006] ECR I-08725, para. 162-163.

²⁴ 25.07.2024 tarihli ve 24-31/726-308 sayılı Kurul kararı.

edilen delillerin iddia konusu maddi vakıaları ispata yeterli derecede elverişli olmasının zorunlu olduğu kabul edilmektedir²⁵.

- (53) Öneraştırma kapsamında, yaş maya üretimi ve satışı alanında faaliyet gösteren LESAFFRE'nin, MAURI MAYA'nın ve PAK MAYA'nın merkezlerinde yerinde incelemeler gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen yerinde incelemelerde yaş maya üretimi ve satışı alanında faaliyet gösteren teşebbüslerin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği yönünde şüphe uyandıran herhangi bir belgeye veya bulguya rastlanmamıştır. Bu kapsamda, ihlal isnadında bulunmaya dayanak teşkil edecek ve delil niteliğinde olan herhangi bir bilgi veya belge mevcut dosya kapsamında yer almamaktadır.
- (54) Bununla birlikte, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde de belirtildiği üzere, bir anlaşmanın varlığının ispatlanamadığı durumlarda piyasadaki fiyat hareketleri, teşebbüsler arasındaki bir koordinasyona işaret edebilecektir. Bu çerçevede, öneraştırma tarafı teşebbüslerin satışını gerçekleştirdikleri yaş maya ürününün fiyat hareketlerinin incelenmesinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir.
- (55) Teşebbüslerden gelen bilgiler doğrultusunda, 2023, 2024 ve 2025 yıllarında LESAFFRE, MAURI MAYA ve PAK MAYA tarafından satışı gerçekleştirilen yaş mayanın fiyat hareketlerine aşağıdaki grafikte yer verilmektedir.
- (.....)

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Bilgiler ve Dosya Kapsamında Yapılan Hesaplamalar

- (56) Teşebbüsler tarafından sunulan bilgiler çerçevesinde 2023, 2024 ve 2025 yılları bakımından LESAFFRE, MAURI MAYA ve PAK MAYA tarafından satışı gerçekleştirilen yaş mayanın fiyat artış tarihlerine aşağıda yer verilmektedir.

Tablo 12- 2023, 2024 ve 2025 Yılları Bakımından Teşebbüslerin Yaş Maya Ürünü Fiyat Artış Tarihleri²⁶

Tarihler/Teşebbüsler	PAK MAYA	LESAFFRE	MAURI MAYA
Ocak 2023		29.01.2023	
Şubat 2023			15.02.2023
Ağustos 2023		20.08.2023	
Eylül 2023	11.09.2023		
Mart 2024		03.03.2024	
Nisan 2024			15.04.2024
Eylül 2024	02.09.2024	15.09.2024	
Temmuz 2025			01.07.2025
Eylül 2025	01.09.2025	25.09.2025	

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Bilgiler

- (57) Grafik 2 incelendiğinde; 2023 yılından itibaren yaş maya fiyatlarının, dönemsel düşüşler olmakla birlikte, genel itibarıyla yıllar içinde artış gösterdiği, 2023-2025 döneminde LESAFFRE'nin fiyatlarının MAURI MAYA'dan ve PAK MAYA'dan belirgin bir şekilde yüksek seyrettiği ve her ne kadar MAURI MAYA'nın ve PAK MAYA'nın fiyatlarının birbirine yakın seyrettiği dönemler mevcut olsa da her iki teşebbüsün fiyatlarının genel olarak farklılaştığı görülmektedir. İlaveten Tablo 12 incelendiğinde LESAFFRE'nin, MAURI MAYA'nın ve PAK MAYA'nın söz konusu dönemde farklı tarihlerde fiyat artışı gerçekleştirdikleri anlaşılmaktadır. Yukarıdaki bilgiler ışığında nihai olarak yaş maya

²⁵ 05.01.2023 tarihli ve 23-01/6-5 sayılı Kurul kararı.

²⁶ İlgili tablo 500 gr maya ürünü dikkate alınarak oluşturulmuştur.

üretimi alanında faaliyet gösteren teşebbüslerin rekabete aykırı bir eylem içerisinde oldukları yönünde bir şüphe oluşmadığı kanaatine varılmıştır.

- (58) Sonuç olarak yaş maya üretimi ve satışı alanında faaliyet gösteren teşebbüslerin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edip etmediklerinin tespiti amacıyla yürütülen dosya kapsamında bahse konu teşebbüslerin 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettiklerine dair şüphe uyandıran herhangi bir belgeye ve/veya bulguya ulaşılamaması ve önaraştırma raporu kapsamında sunulan veriler çerçevesinde yapılan analizlerin teşebbüslerin rekabete aykırı eylemlerde bulunduklarına işaret etmemesi hususları bir arada değerlendirildiğinde anılan teşebbüsler hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığı kanaatine ulaşılmıştır.

I. SONUÇ

- (59) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre, Lesaffre Turquie Mayacılık Üretim ve Ticaret AŞ, Mauri Maya Sanayi AŞ ve Pak Gıda Üretim ve Pazarlama AŞ hakkında 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği iddiasına ilişkin herhangi bir bulgu veya belgeye ulaşılmadığından 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca şikâyetin reddi ile soruşturma açılmamasına, gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 60 gün içinde Ankara İdare Mahkemelerinde yargı yolu açık olmak üzere OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.