

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2023-2-038 (Önaraştırma)
Karar Sayısı : 24-29/692-290
Karar Tarihi : 11.07.2024

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

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

B. RAPORTÖRLER : Didem ULUÇ SÜDEMEN, Emre KARA, Ömer VATANSEVER,
Ayşe CİRİT TEMEL, Tuğçe GÜRSEL

C. İNCELENEN

TARAF : Ambalajlı su sektöründe üretici/tedarikçi olarak faaliyet gösteren teşebbüsler

D. ŞİKÂYETÇİ : Resen

- (1) **E. DOSYA KONUSU:** Ambalajlı su sektöründe üretici/tedarikçi olarak faaliyet gösteren teşebbüslerin ürün fiyatlarını birlikte tespit etmek suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesini ihlal ettikleri iddiası.
- (2) **F. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına 01.08.2023 tarih, 41093 sayı, 07.08.2023 tarih, 41332 sayı ve 08.08.2023 tarih, 70026 sayı ile intikal eden başvurularda özetle; Tüketici Örgütleri Konfederasyonu tarafından 2022 yılının Ocak ayından itibaren yürütülen inceleme ve araştırma faaliyetleri kapsamında BİM Birleşik Mağazalar AŞ (BİM), Migros Ticaret AŞ (MİGROS), Şok Marketler Ticaret AŞ (ŞOK), CarrefourSA Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi AŞ (CARREFOUR) ticaret ünvanlı zincir marketlerde satışa sunulan 23 çeşit temel gıda maddesinin fiyat hareketlerinin incelendiği ve söz konusu gıda maddelerine ilişkin fiyat hareketlerini içeren raporların hazırlandığı, bu raporlardan son dönemde *Buzdağı*, *Abant*, *Assu*, *Hamidiye* ve *Özkaynak* marka doğal kaynak sularının raf fiyatlarının genellikle aynı gün veya birer gün arayla değiştiğinin ve farklı markalara ait ambalajlı suların raf fiyatlarının aynı olduğunun görüldüğü ifade edilmiştir.
- (3) Buna ek olarak Kurum kayıtlarına 07.08.2023 tarih ve 41263 sayı ile intikal eden başvuruda özetle; başvurunun yapıldığı tarihten önceki 15 gün içerisinde İstanbul ilinde damacana suyun perakende satış fiyatlarının 10 TL ile 15 TL arasında arttığı, ambalajlı su tedarikçisi teşebbüslerin söz konusu fiyat artışlarını aralarında anlaşarak gerçekleştirmiş olabilecekleri ifade edilmiştir.
- (4) Bu kapsamda hazırlanan 09.08.2023 tarihli ve 2023-2-038/İİ sayılı İlk İnceleme Raporu neticesinde Rekabet Kurulu (Kurul) tarafından 10.08.2023 tarih ve 23-37/711-M sayı ile, ambalajlı su sektöründe üretici/tedarikçi olarak faaliyet gösteren teşebbüslerin ürün fiyatlarını birlikte tespit etmek suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun (4054 sayılı Kanun)'un 4. maddesini ihlal ettikleri iddiasına yönelik olarak soruşturma açılmasına gerek olup olmadığının tespiti için aynı Kanun'un 40. maddesi uyarınca önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.
- (5) Önaraştırma döneminde yapılan incelemeler ve elde edilen bilgiler neticesinde hazırlanan 14.09.2023 tarihli ve 2023-2-038/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu, Kurulun 21.09.2023 tarihli toplantısında görüşülmüş ve

- 23-45/850-300 sayılı karar ile ambalajlı su sektöründe faaliyet gösteren üretici/tedarikçi teşebbüslerin ürün fiyatlarını birlikte tespit etmek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettikleri iddiasına ilişkin olan şikâyetler hakkında soruşturma açılmasına gerek bulunmadığına ve
- 23-45/850-Mİ sayılı karar ile ambalajlı su sektöründe üretici/tedarikçi olarak faaliyet gösteren teşebbüslerin mobil uygulamaları ve çağrı merkezleri üzerinden bayilerine yönlendirdikleri siparişlerde alıcılarının yeniden satış fiyatını belirleyebileceklerine yönelik olarak 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında ortaya çıkan rekabetçi endişeleri giderebilmek amacıyla önaraştırma kapsamında ek çalışma yapılmasına

karar verilmiştir.

- (6) Ek çalışma döneminde, ambalajlı su pazarının yaklaşık %60'ını oluşturan teşebbüslerden 17.10.2023 tarihinde Erikli Su ve Meşrubat ve Ticaret AŞ (ERİKLİ), 26.10.2023 tarihinde Dydo Drinco Turkey İçecek Satış ve Pazarlama AŞ (SAKA), 27.10.2023 tarihinde Kaya Turistik Tesisleri Titreyengöl Otelcilik AŞ (ABANT), 27.10.2023 tarihinde Askale İçecek Üretim Pazarlama AŞ (ASSU), 01.11.2023 tarihinde Pınar Su ve İçecek Sanayi ve Ticaret AŞ (PINAR), 02.11.2023 tarihinde SırmaGrup İçecek Sanayi ve Ticaret AŞ (SIRMAGRUP), 06.11.2023 tarihinde Hamidiye Kaynak Suları Turizm ve Ticaret AŞ (HAMİDİYE), 22.11.2023 tarihinde JAVDES Savunma Güvenlik Turizm İnşaat Reklam Elekt. Gıda İç ve Dış Ticaret AŞ (JAVSU), 23.11.2023 tarihinde Atasu Su Ürünleri Gıda Turizm Sanayi ve Ticaret AŞ (ATASU), 29.11.2023 tarihinde Coca-Cola Satış ve Dağıtım AŞ (DAMLA), 07.12.2023 tarihinde Aroma Bursa Meyve Suları ve Gıda Sanayi AŞ (AROMA) ve 19.12.2023 tarihinde Ambalajlı Su Üreticileri Derneği¹ Ambalajlı Su Üreticileri Derneği (SUDER) ile önaraştırma süreci ve pazar özelindeki rekabetçi sorunlar hakkında bilgi verilmesi amacıyla, teşebbüs yetkililerinin ve raportörlerin katılımıyla Kurum merkez binasında görüşmeler gerçekleştirilmiştir.
- (7) Söz konusu görüşmelerin akabinde; önaraştırma kapsamında incelenen teşebbüsler tarafından gönderilen ve görüşmelerde raportörler tarafından aktarılan rekabetçi endişeleri gidermek adına teşebbüslerin yapacakları çalışmalarını özetleyen bilgilendirme yazıları Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (8) Konuya ilişkin olarak hazırlanan 08.07.2024 tarih ve 2023-2-038/BN-04 sayılı Bilgi Notu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (9) **G. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda, ambalajlı su sektöründe üretici/tedarikçi olarak faaliyet gösteren teşebbüsler hakkında soruşturma açılmasına yer olmadığı sonuç ve kanaatine ulaşılmıştır.

H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

H.1. Önaraştırma Kapsamında Görüşülen Teşebbüs Birliği ve Teşebbüsler

H.1.1. SUDER

- (10) SUDER, Türkiye genelinde faaliyet gösteren ambalajlı su üreticilerinin ve ambalajlı su sektörüne yönelik faaliyet gösteren tedarikçi kuruluşların bir araya gelerek oluşturdukları bir sivil toplum örgütü olup 2000 yılında kurulmuştur.

¹ Ambalajlı su pazarında faaliyet gösteren bütün teşebbüsler ile görüşme gerçekleştirmek mümkün olmadığından bu teşebbüslere de ulaşabilmek adına SUDER ile görüşülmüştür.

- (11) SUDER, sektörel sorunların çözümüne yönelik olarak faaliyetler yürütmek, sektörü ilgilendiren konularda yapılacak yasal düzenlemelerde sektör adına görüş ve politika üretmek, üretilen görüş ve politikaları ilgili organlara iletmek, sektörde faaliyet gösteren üretici kuruluşlar ile sektöre yönelik faaliyet gösteren tedarikçi kuruluşların yürürlükteki yasal mevzuata uygun biçimde sağlıklı üretim yapmalarına öncülük etmek, tüketici sağlığına ve tüketici haklarına saygılı ve rekabet kurallarına uygun olarak faaliyet göstermeleri yönünde çalışmalar yapmaktadır. Tablo 1'de SUDER'in yönetim yapısına yer verilmektedir.

Tablo 1- SUDER'in Yönetim Yapısı

Kişi	Görevi
Yaşabey KALEBAŞI	Yönetim Kurulu Başkanı
İsmail ÖZDEMİR	Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı
Ayhan BALCI	Yönetim Kurulu Sayman Üye
Gizem KARTAL SÜKAN	Yönetim Kurulu Üyesi
Ediz AKSOY	Yönetim Kurulu Üyesi
Murat DüNDAR AKGÜN	Yönetim Kurulu Üyesi
Hakan ÖZGENİŞ	Yönetim Kurulu Üyesi
Korel TUNAY	Yönetim Kurulu Üyesi
Mahmut KÖSEMUSUL	Yönetim Kurulu Üyesi
Mehmet Fatih YALÇINKAYA	Yönetim Kurulu Üyesi
Koral KALPAKLIOĞLU	Yönetim Kurulu Üyesi

Kaynak: <https://suder.org.tr/yonetim-kurulumuz/>

H.1.2. AROMA

- (12) 1968 yılında kurulan AROMA'nın; meyve suyu, doğal kaynak suyu ve gazlı içeceklerin yanı sıra entegre tesisinde meyve konsantresi ve püresi üretimi de bulunmaktadır. Teşebbüs, ambalajlı su pazarında *Aroma Ömer Duruk* markası ile faaliyet göstermektedir.

H.1.3. ASSU

- (13) ASSU, 1995 yılında Askale Otomotiv San. ve Tic. Ltd. Şti. ticaret ünvanı ile otomotiv sektöründe ticari araç, binek araç ve traktör satışı alanında faaliyete başlamış olup, 2020 yılında nevi değişikliğine giderek Askale İçecek Üretim Pazarlama AŞ ticaret ünvanını almıştır. ASSU; hâlihazırda otomotiv, perakende ve hızlı tüketim malları sektörlerinde faaliyet göstermekte, ambalajlı su üretimi/tedariki alanında ise Assu markası ile üretim ve satış gerçekleştirmektedir. ASSU'nun herhangi bir bağlı ortaklığı veya iştiraki bulunmamakta olup Askale Holding AŞ kontrolündedir

H.1.4. ATASU

- (14) ATASU, Polis Bakım ve Yardım Sandığı'nın dokuz iştirakinden biri olup 2011 yılında *Elmacık* markası ile ambalajlı su üretimi/tedariki alanında faaliyete başlamıştır².

H.1.5. DAMLA

- (15) DAMLA, Coca Cola Meşrubat Pazarlama Dağıtım ve Ticaret AŞ ünvanı ile 1991 yılında kurulmuş olup 2000 yılında ticaret ünvanı Coca-Cola Satış ve Dağıtım AŞ olarak değiştirilmiştir. DAMLA, ambalajlı su sektöründe faaliyet göstermekte, doğal kaynak sularının yanı sıra doğal mineralli maden suyu ürünlerinin üretimini ve satışını gerçekleştirmektedir. Nihai olarak Coca Cola İçecek AŞ tarafından kontrol edilmektedir.

² Teşebbüs tarafından Atatürk Orman Çiftliği (AOÇ)'nin her yıl isim hakkı için ihaleye çıktığı, ATASU'nun hâlihazırda bu isim hakkını kullanmaya devam ettiği, teşebbüsün bunun haricinde AOÇ ile bir bağının bulunmadığı belirtilmiştir.

H.1.6. SAKA

- (16) SAKA, 2016 yılında kurulmuş olup doğal kaynak suyu, maden suyu, meşrubat, meyve ve sebze suları ve diğer alkolsüz içeceklerin toptan ticareti alanlarında İstanbul merkezli olarak faaliyet göstermektedir. SAKA'nın %100 pay sahibi Della Gıda Sanayi ve Ticaret AŞ (DELLA GIDA)'dir³. DELLA GIDA, SAKA'nın ana üreticisi konumunda olup, hisselerinin tamamı Japonya merkezli DyDo Grup Holdings Inc. (DYDO GRUBU)'ye aittir. SAKA'nın herhangi bir bağlı ortaklığı veya iştiraki bulunmamaktadır.

H.1.7. ERİKLİ

- (17) ERİKLİ, ambalajlı su sektöründe *Nestlé Pure Life* ve *Erikli* markaları ile faaliyet göstermekte olup faaliyetlerini tamamıyla Erikli Su ve Meşrubat ve Ticaret AŞ ticaret ünvanı altında yürütmektedir. 1990 yılında kurulan ERİKLİ, pet ve damacana su tedariki, üretimi, pazarlaması ve dağıtımı alanlarında Bursa merkezli olarak faaliyet göstermektedir. ERİKLİ'nin %100 pay sahibi Nestlé Waters S.A.S.'dir. ERİKLİ'nin herhangi bir bağlı ortaklığı veya iştiraki bulunmamaktadır.

H.1.8. HAMİDİYE

- (18) 1979 yılında kurulan HAMİDİYE, doğal kaynak sularının ve doğal mineralli suların üretimi ve satışı alanlarında İstanbul Büyükşehir Belediyesinin bir iştiraki olarak faaliyet göstermektedir.
- (19) HAMİDİYE'nin Beltur Büyük İstanbul Eğitim Turizm ve Sağlık Yatırımları İşletme ve Ticaret AŞ, Boğaziçi Peyzaj İnşaat Müşavirlik Teknik Hizmetler Ağaç Sanayi ve Ticaret AŞ, Güven Su Sanayi ve Ticaret AŞ, Halk Ekmek AŞ ve İstanbul Gaz Dağıtım Sanayi ve Ticaret AŞ olmak üzere beş tane bağlı ortaklığı bulunmakta olup herhangi bir iştiraki bulunmamaktadır.

H.1.9. JAVSU

- (20) JAVSU, bir Jandarma Asayiş Vakfını Destekleme AŞ kuruluşu olup 2003 yılında ambalajlı su üretimi/tedariki alanında faaliyet göstermeye başlamıştır.

H.1.10. ABANT

- (21) İnşaat, turizm, petrol enerji ve içecek alanlarında faaliyet gösteren Burhanettin Kaya Holding Yatırım AŞ (KAYA HOLDİNG)'nin bir iştiraki olarak 1987 yılında kurulan ABANT, 2011 yılında KAYA HOLDİNG'in bir başka iştiraki olan Lida Gıda Sanayi ve Ticaret AŞ'yi devralarak *Abant Su* markasını bünyesine katmıştır. KAYA HOLDİNG'in, Tekno K Bilişim Teknolojileri AŞ ünvanlı bir iştiraki bulunmakta olup herhangi bir bağlı ortaklığı bulunmamaktadır.

H.1.11. ÖZKAYNAK

- (22) 1989 yılında kurulan Özkaynak Maden Suyu Ticaret Ltd. Şti. (ÖZKAYNAK), doğal mineralli maden suyu, doğal kaynak suyu ve meşrubat üretimi ve pazarlaması alanlarında İstanbul merkezli olarak faaliyet göstermektedir. Koçyiğit Ailesi tarafından kontrol edilen ÖZKAYNAK ambalajlı su sektöründe kendi markası ile faaliyet göstermektedir. ÖZKAYNAK'ın herhangi bir bağlı ortaklığı veya iştiraki bulunmamaktadır.

³ 03.11.2015 tarihli ve 15-39/642-222 sayılı Kurul kararı ile DELLA GIDA ve Bahar Su Sanayi ve Ticaret AŞ'nin DYDO GRUBU'na devredilmesi işlemine izin verilmiş olup, söz konusu şirketler hâlihazırda DYDO GRUBU tarafından kontrol edilmektedir.

H.1.12. PINAR

- (23) 1982 yılında kurulan PINAR; doğal kaynak suyu, doğal mineralli maden suyu, gazlı ve gazsız içecek ürünlerinin üretimi ve satışı alanlarında faaliyet göstermektedir. Payları Borsa İstanbul'da işlem gören PINAR, bir Yaşar Holding AŞ kuruluşudur. PINAR'ın Desa Enerji Elektrik Üretim AŞ ve Yaşar Dış Ticaret AŞ olmak üzere iki tane iştiraki bulunmakta olup herhangi bir bağlı ortaklığı bulunmamaktadır.

H.1.13. SIRMAGRUP

- (24) *Hayat* markası, 1984 yılında Sabancı Grubu tarafından tescil edilmiş olup, Sabancı ve Danone Grupları arasında 1996 yılında akdedilen sözleşme çerçevesinde Danonesi Danone Sabancı Gıda ve İçecek San. ve Tic. AŞ'nin mülkiyetine geçmiştir. 2004 yılında, Danone Grubunun anılan teşebbüsün çoğunluk hisselerini alması üzerine ise, teşebbüsün ünvanı Danone Hayat İçecek ve Gıda Sanayi ve Ticaret AŞ olarak güncellenmiştir.
- (25) Grup Soda ve Meşrubat Pazarlama Sanayi ve Ticaret AŞ, 2002 yılında kurulmuş olup 2010 yılında teşebbüsün ünvanı SırmaGrup İçecek Sanayi ve Ticaret AŞ olarak değiştirilmiştir. 2013 yılında SIRMAGRUP'un çoğunluk hisseleri Danone Grubuna devredilmiştir⁴. 2022 yılında ise SIRMAGRUP ve Danone Hayat İçecek ve Gıda Sanayi ve Ticaret AŞ, SIRMAGRUP bünyesinde birleşmiş olup, ambalajlı su sektöründe *Sırma* ve *Hayat* markalı ambalajlı su ürünleri ile faaliyet göstermektedir. SIRMAGRUP'un Danone Tikveşli Gıda ve İçecek San. ve Tic. AŞ olmak üzere bir adet bağlı ortaklığı bulunmakta olup herhangi bir iştiraki bulunmamaktadır.

H.1.14. BUZDAĞI

- (26) 2017 yılında kurulan Susa Gıda Maddeleri Pazarlama Ticaret AŞ (BUZDAĞI), ambalajlı su ürünlerinin satışı ve pazarlaması alanlarında faaliyet göstermektedir.
- (27) Yurt içindeki tüm satış ve pazarlama faaliyetleri BUZDAĞI tarafından yapılmakta iken yurt dışı satışlar ve ihraç kayıtlı satışlar ise BUZDAĞI'nın iştiraki olan Seli Kaynak ve Meyve Suları İşletmeleri Sanayi Ticaret AŞ⁵ (SELİ) tarafından *Buzdağı* markası adı altında yapılmaktadır.

H.2. Dosya Kapsamında Yapılan Görüşmeler

- (28) İnceleme döneminde mobil sipariş uygulamaları, çevrim içi satış platformları ve çağrı hatları üzerinden yapılan satışlarda, ürünlerin teslimatını bağımsız teşebbüsler olarak bayilerin gerçekleştirmesi durumunda, sipariş sistemlerinin yapısı gereği ürünlerin yeniden satış fiyatlarının ambalajlı su üreticileri/tedarikçileri tarafından belirleniyor olabileceğine yönelik olası rekabet sorunları hakkında tarafların bilgilendirilmesi ve bu olası sorunların çözülmesine ilişkin ortak bir kanaate varılabilmesi için ambalajlı su sektöründe üretici/tedarikçi olarak faaliyet gösteren ve ambalajlı su pazarının yaklaşık %60'ını oluşturan 11 teşebbüsün temsilcilerinin katılımıyla gerçekleştirilen toplantılarda üretici/tedarikçi temsilcilerinin dosya süreci hakkında bilgi edinmeleri sağlanmıştır. Ayrıca ambalajlı su pazarında faaliyet gösteren ve doğrudan görüşme gerçekleştirilemeyen teşebbüslerin de bilgilendirilebilmesi adına SUDER yetkilileri ile bir görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu çerçevede, dosya kapsamındaki olası rekabet sorunlarına ve bu sorunların çözümüne ilişkin olarak;

⁴ Devralma işlemine 29.05.2013 tarihli ve 13-32/426-188 sayılı Kurul kararı ile izin verilmiştir.

⁵ BUZDAĞI tarafından gönderilen cevabi yazıda, BUZDAĞI'nın SELİ'nin sermayesindeki payının %(.....) olduğu belirtilmiştir.

- Mobil uygulama, çağrı hattı ve çevrim içi satış kanalları üzerinden bayilere aktarılan siparişlerde, bayilerin yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik endişelerin bulunduğu,
- Kurulun bu uygulamaların düzeltilmesine yönelik olarak önaraştırma kapsamında ek çalışma yapılmasını talep ettiği,
- Ek çalışma kapsamında aktarılan rekabetçi endişelerin giderilmemesi hâlinde Kurul tarafından soruşturma açılabileceği,
- Mobil uygulama, çevrim içi platform ve çağrı hattından gelen siparişlerde bayilerin bahse konu uygulamalara fiyatları serbestçe girebilmesi gerektiği, dolayısıyla teşebbüsler tarafından bu konunun gözden geçirilmesi gerektiği,
- Mobil uygulama, çevrim içi platform ve çağrı hattı gibi sistemleri henüz kullanmayan teşebbüslerin gelecekte bu sistemleri kurmaları durumunda, bahse konu sistemlerin bayilerin fiyatları serbestçe belirleyebileceği şekilde kurulması ve
- 01.04.2024 tarihine kadar teşebbüsler tarafından rekabetçi endişeleri gidermek üzere yapılacak çalışmaların tamamlanması ve bu çalışmaların sonuçları hakkında Kuruma bilgi verilmesi gerektiği

ifade edilmiştir. Görüşmeler hakkında daha detaylı bilgilere ve görüşmeler esnasında rekabetçi endişeler kapsamında teşebbüslerin aktardığı hususlara⁶ aşağıda ayrı ayrı yer verilmektedir:

H.2.1. ERİKLİ ile Yapılan Görüşme

(29) Dosya kapsamında; 17.10.2023 tarihinde ERİKLİ Kıdemli Müşteri İlişkileri Yönetimi ve Dijital Müdürü (.....) ve ERİKLİ Danışmanı (.....) ile Kurum merkez binasında görüşme gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmede yukarıda da yer verilmiş olan ve önaraştırma döneminde yapılan tespitler, gündeme gelen olası rekabet sorunları ve süreç hakkında teşebbüs yetkililerinin bilgi edinmesi sağlanmıştır. Raportörlerce dile getirilen hususlara ilişkin olarak ERİKLİ yetkilileri tarafından;

- *“ERİKLİ'nin CRM 365 isimli uygulamayı kullandığı, söz konusu uygulamada fiyatların bayiler tarafından azami satış fiyatını geçemeyecek şekilde girildiği, ERİKLİ merkezinin sisteme yalnızca azami satış fiyatlarını girdiği, tüketicilerin mobil uygulamada gördükleri fiyatların, tüketicilerin bölgesinde faaliyet gösteren bayinin fiyatı olduğu ve fiyatın bayi tarafından serbestçe sisteme girildiği, ERİKLİ merkezinin fiyata herhangi bir müdahalesinin bulunmadığı, bayi tarafından sisteme girilen fiyatların merkezin onayına tabi olmadığı, kaldı ki CRM 365 sisteminin merkezin fiyata müdahale etmesine izin vermediği,*
- *Bayilerin satış fiyatlarını kendilerinin azami satış fiyatını geçmeyecek şekilde belirleyip girmesi gerektiği hususunda bilgilendirildiği,*
- *Fiyat artışı olduktan sonra bayi satış fiyatını güncellemezse veya bayinin sisteme fiyat girmemesi durumunda eski fiyatın sistemde görünmeye devam ettiği ve bu fiyattan satış yapıldığı ancak hiçbir fiyat girilmemişse sistemde bayinin satış yapmadığının görüntülediği, dolayısıyla bayinin sisteme aktif olarak giriş yaparak kendi fiyatını sisteme girmesinin bu platformlarda satış yapabilmesi için gerekli olduğu,*

⁶ Teşebbüslerle yapılan görüşmelerde tutulan tutanakların tamamına yer verilmemiş, yalnızca ek çalışma kapsamında incelenen rekabetçi endişelerle ilgili kısımlar aktarılmıştır.

- Her bölge açısından farklı azami satış fiyatlarının belirlendiği ve söz konusu fiyatların sabit fiyat gibi uygulanmadığı, örneğin Ankara'daki bayilerin tüm ürün portföyleri bakımından yaptıkları satışların yaklaşık %64'ünün azami satış fiyatının altında yapıldığı, Türkiye genelinde bakıldığında ise bu oranın %35 civarında olduğu; bu durumun azami fiyatların sabit fiyat olarak algılanıp uygulanmadığının açık bir göstergesi olduğu,
- Tüm kanallar üzerinden gelen siparişler için fiyatlandırma mekanizmasının aynı olduğu, diğer bir ifadeyle anılan tüm kanallardaki nihai müşteri tarafından görüntülenen fiyatların doğrudan bayi tarafından sisteme girildiği, bayinin belirlenen azami fiyatı geçmemek kaydıyla sisteme gireceği fiyatı serbestçe belirlediği, herhangi bir alt limitin de (minimum fiyat) bulunmadığı,
- Çağrı hattı üzerinden gelen siparişler için tüketicinin çağrı merkezi yetkilisi tarafından bayinin girmiş olduğu fiyat üzerinden bilgilendirildiği,
- Bayinin fiyatları dilediği zaman sistem üzerinden değiştirebildiği ve değişen fiyatların sistemde hemen tanımlandığı, herhangi bir onay mekanizması bulunmadığı,
- ERİKLİ'nin bayi aracılığıyla yapılan satışlar özelinde çevrim içi platformlardan yalnızca Trendyol ile sözleşme ilişkisinin bulunduğu,
- İşbu sözleşmenin ERİKLİ merkezi tarafından Trendyol ile yapıldığı,
- Trendyol'un CRM 365 ile entegre çalıştığı ve Trendyol üzerinden verilen siparişlerde fiyat olarak bayinin satış fiyatının üzerine Trendyol'un komisyonunun eklenmiş halinin görüldüğü,
- Talep edilmesi durumunda bayilere bir bilgilendirme yazısı gönderilebileceği"

hususları ifade edilmiştir.

H.2.2. SAKA ile Yapılan Görüşme

(30) Dosya kapsamında; 26.10.2023 tarihinde SAKA İnsan Kaynakları Müdürü (.....), SAKA Kıdemli HOD & OOH Satış Müdürü (.....), SAKA Satış Geliştirme Müdürü (.....), SAKA Vekilleri Av. (.....) ve Av. (.....) ile Kurum merkez binasında görüşme gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmede yukarıda da yer verilmiş olan ve önaraştırma döneminde yapılan tespitler, gündeme gelen olası rekabet sorunları ve süreç hakkında teşebbüs yetkililerinin bilgi edinmesi sağlanmıştır. Raportörlerce dile getirilen hususlara ilişkin olarak SAKA yetkilileri tarafından;

- "Sistemin kontrolünü elinde bulunduranın SAKA olduğu ancak sistemdeki fiyatı belirleme yetkisinin bayilere, sistemdeki fiyatların güncellenmesi işinin yürütülmesinin ise SAKA tarafından yapıldığı,
- Güncellemelerin bayiler tarafından SAKA'ya bildirildiği ve SAKA tarafından sistemde güncelleme yapıldığı,
- Su ürünü homojen olsa da bayilerin maliyetlerinin homojen olmadığı bu nedenle fiyatlandırmanın SAKA tarafından kontrol edilmek istenmesi durumunda her bayinin bütçesinin de bilinmesi, buna göre bayiler özelinde farklılıklar yapılmasının gerekeceği ve bu durumun mümkün olmadığı,
- Tavsiye satış fiyatından daha yüksek fiyata satış yapan bayilerin olabildiği, bunların arasından CRM sistemine kayıtlı olan ve sisteme kayıtlı olmayan bayilerin bulunduğu,

- *Fiyatların bayiler tarafından SAKA merkez çalışanlarına çağrı hattı ya da e-posta üzerinden bildirildiği ve çağrı merkezi operatörleri tarafından sistemden güncellendiği,*
- *SAKA merkezinin bayi tarafından bildirilen fiyatları sistemde güncellediği, bu süreçte bayilerin fiyatlarının SAKA tarafından belirlenmediği ve herhangi bir şekilde SAKA'dan izin ya da onay alınmadığı,*
- *SAKA tarafından bayilerin bildirdiği fiyatların sistemde güncellenmemesi durumunda bayinin kar/zararına ilişkin SAKA'dan parasal talepte bulunacağı,*
- *Yani bayilerin, tavsiye fiyat bayilere gittikten sonra ilk fiyatlarını kendilerinin belirlediği,*
- *Tavsiye fiyatları bayilerin uygulaması gibi bir durumun söz konusu olmadığı, tavsiye fiyata göre bayinin belirlediği nihai tüketiciye satış fiyatının SAKA tarafından girildiği,*
- *Bayinin herhangi bir fiyat güncellemesi yapılmasını istememesi durumunda öncesinde girilmiş olan fiyat üzerinden satış yapılmaya devam edeceği,*
- *Bayilerin bildirdiği fiyatların SAKA tarafından sisteme girilmesinin sebebinin bayilerin fiyat girişlerinde teknik hata yapma olasılığının ortadan kaldırılması olduğu,*
- *Dijital haritalamada bayilerin işaretlendiği ve işaretlenenler ile CRM sisteminde yer alan bayilerin sipariş verilen adrese göre eşleştirildiği, tüketicinin adres bilgisini girdiğinde koordinatını bildirdiği sistem üzerinden kendisine hizmet veren bayiyi ve fiyatını gördüğü ve bunun tüm platformlarda aynı olduğu,*
- *Maliyetlerde değişiklik olması durumunda SAKA'nın bayiye satış fiyatının değişmesine paralel olarak tavsiye satış fiyatlarının da güncellendiği,*
- *Mevcut durumda sadece telefon üzerinden sipariş alan bayilerin de bulunduğu, bazı bayilerinse mobil uygulamaya nadiren girdiği ya da girmediği,*
- *Sadece telefon üzerinden sipariş alan bayilerde herhangi bir fiyat güncelleme durumunun söz konusu olmadığı, söz konusu bayilerin nihai satış fiyatlarını tavsiye satış fiyatları ve maliyetlerine göre kendi fiyatlarını belirlediği,*
- *CRM sistemine kayıtlı bayilerin kendilerine atanan bölgede hizmeti yerine getirmekle yükümlü olduğu ancak sistem dışındaki bayilerin satış yapacakları bölgeleri kendilerinin belirlemede özgür olduğu ve söz konusu bayilerin sipariş gelen bölgeye satış yapmayı reddedebileceği,*
- *Çağrı merkezlerine gelen siparişlerde söz konusu bölgede sisteme kayıtlı bir bayi bulunmuyorsa, sisteme kayıtlı olmayan ancak ilgili bölgede bulunan bayilere tüketiciye bayinin telefon numarasını vermek suretiyle yönlendirilebildiği,*
- *Sistemden gelen siparişlerde bayinin çalışma saatleri yer aldığından açık olan bayiden verilen siparişlerin tüketiciye ulaştırılacağı ancak sisteme kayıtlı olmayan bayilerin dağıtım noktasında mağduriyet yaratabileceği,*
- *SAKA tarafından bayilerin fiyatlarını kendilerinin girememesi noktasında şu an çalışılmakta olan şirketten başka bir yazılım şirketi ile CRM sistemi üzerinde çalışma yapılmaya başlandığı, bu çalışma üzerinde Rekabet*

Kurumu ile yapılan görüşme neticesinde de değişiklikler yapılabileceği, Kurumun önaraştırmasından önce tasarlanan bu sürece başlanılmış olduğu,

- *Söz konusu çalışma tamamlandığında bayilerin yanlış fiyat girme olasılığını oradan kaldıracak şekilde bir yazılım çalışması ile bayilerin kendi fiyatlarını sisteme girebileceği,*
- *Mevcut durumda bayinin alış fiyatı ve tüketiciye uygulayacağı tavsiye satış fiyatının e-posta veya telefon üzerinden merkez çalışanlarına bildirildiği, ancak tasarlanan yeni uygulama sonrasında bayinin alış fiyatı, tavsiye satış fiyatı ve kendi uygulamak istediği fiyatın aynı ekran üzerinde görüneceği,*
- *Girilen verilerin SAKA'ya ulaşacağı ve söz konusu verilerin otomatik olarak sisteme aktarılacağı, SAKA'nın bayinin nihai tüketici fiyatları açısından sisteme müdahalesinin olamayacağı,*
- *Çalışmaların tamamlanması durumunda bayilere sisteme fiyat girebileceği üzerine ve fiyatları nasıl gireceğine yönelik olarak eğitim verileceği ve bilgilendirme yapılacağı,*
- *Sistemde her yere erişimi olan bir "Süper Kullanıcı"nın sistem güvenliği için zorunlu olduğu ancak bunun kötüye kullanılması halinde log kayıtlarından tespitinin kolay olduğu ve*
- *SAKA tarafından çalışmaya ilişkin yazılım şirketi ile görüşülerek Raportör Heyetine çalışmanın içeriği ve öngörülen tamamlanma süresi hakkında 07.11.2023 tarihine kadar yazılı olarak bilgi verileceği"*

hususları ifade edilmiştir.

(31) Söz konusu görüşme sonrasında 07.11.2023 tarihinde SAKA tarafından gönderilen bilgilendirme yazısında özetle;

- Kurulacak yeni sistemde tasarlanan ekran arayüzünde bayilerin alış fiyatlarını ve tavsiye satış fiyatlarını görecekları,
- İlgili ekran arayüzündeki satış fiyatı alanına bayilerin diledikleri zaman istedikleri satış fiyatlarını girebilecekleri ve SAKA'nın herhangi bir onayına tabi olmaksızın girilen fiyatların sistemde anlık olarak aktif olacağı,
- Sisteme bayiler tarafından girilen satış fiyatlarının, bu fiyatlara e-ticaret platformlarının belirlediği komisyon tutarları eklenerek platformlara otomatik olarak yansıtılacağı,
- Bayilerin sisteme girdiği fiyatların çağrı merkezini arayarak sipariş vermek isteyen müşterilere de bildirilebilmesi ve raporlama amaçlarıyla SAKA çalışanlarından bazılarının tavsiye fiyatlar ile bayi satış fiyatlarını görebileceği, ancak SAKA'nın bayinin belirlediği fiyatları değiştirmeye yetkisinin olmayacağı,
- Bayinin sistemde fiyat değiştirirken hata yapmasını engellemek için fiyat değişikliği sırasında girilen fiyatın gösterilerek bayinin tekrar onayına sunulmasının planlandığı ve
- Hâlihazırda SAKA'nın kullandığı CRM sisteminin altyapısının tamamen değiştirileceği ve yeni bir yazılım sisteminin kurulacağı, bu değişikliğin birçok aşamayı içereceği ve sistemin tahminen 2024 yılının Nisan ayında bayilerin kullanımına açılmasının hedeflendiği

hususları belirtilmiştir.

H.2.3. ABANT ile Yapılan Görüşme

(32) Dosya kapsamında; 27.10.2023 tarihinde ABANT Satış Direktörü (.....) ve ABANT Finans Direktörü (.....) ile Kurum merkez binasında görüşme gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmede yukarıda da yer verilmiş olan ve önaraştırma döneminde yapılan tespitler, gündeme gelen olası rekabet sorunları ve süreç hakkında teşebbüs yetkililerinin bilgi edinmesi sağlanmıştır. Raportörlerce dile getirilen hususlara ilişkin olarak ABANT yetkilileri tarafından;

- *“Bayilerin kendi telefonları üzerinden, mobil uygulama ve çağrı merkezi üzerinden ve/veya çevrimiçi pazaryerleri üzerinden sipariş aldığı,*
- *Bir bayinin kazanması gereken makul tutarın analizini yaptıkları ve bunun üzerine bayiye tavsiye satış fiyatını belirttikleri, bayilerin kendi maliyetine göre daha düşük ya da daha yüksek bir satış fiyatı da belirleyebildiği, ABANT’ın bu noktada bir müdahalesinin olmadığı,*
- *Tüketicinin çağrı merkezini arayarak tavsiye satış fiyatını öğrendiği, ancak bayilerin satış fiyatlarının farklılık gösterebildiği,*
- *Bayilerinin farklı markaların su ürünlerini de sattığı, tavsiye satış fiyatı bildirilirken markalar arası rekabet koşullarının gözetildiği,*
- *Bayilerin mobil uygulama ve çevrim içi satış platformları üzerinden satış yapmayı pek fazla tercih etmediği,*
- *Geleneksel satış yöntemini benimseyen bir bayinin müşterilerine hangi fiyattan satış yaptığının normalde ABANT tarafından görülemediği, ancak mobil uygulama üzerinden bunun gözlemlenebildiği,*
- *Çağrı merkezi arandığında, o bölgede faaliyet gösteren bayinin mobil uygulaması açıksa o bayinin satış fiyatının söylendiği; ancak mobil uygulaması kapalıysa tüketicinin o bölgede faaliyet gösteren bayiye yönlendirildiği, dolayısıyla çağrı merkezinden gelen siparişlerde ABANT tarafından tüketiciye bir fiyat belirtilmediği,*
- *Mobil uygulama kullanan bayiler bakımından sadece tavsiye satış fiyatı üzerinden satış gerçekleştirildiği, bu fiyata uymak istemeyen bayilerin mobil uygulama üzerinden satış yapamadığı,*
- *Mobil uygulama sistemine söz konusu tavsiye satış fiyatını ABANT’ın tanımladığı, il bazında tavsiye edilen fiyatların farklılaştığı, ancak mevcut uygulama aynı şehir içinde farklı bölgelere farklı fiyatlar girmenin teknik olarak mümkün olduğu ve yönetilebilir olmadığı,*
- *Hâlihazırda mevcut mobil uygulamaya bayilerin kendilerinin fiyat girme imkanının bulunmadığı,*
- *Mobil uygulamaya bayilerin fiyat girebilmesi için hem ABANT hem de bayiler tarafından belli bir miktar yazılım yatırımı yapılması gerektiği ancak bu yatırım yapılsa bile çoğu bayide bilgisayar bulunmadığı ve bayilerin bu konularda yetkin olmadığı,*
- *Çevrim içi platform kanalında GETİR, TRENDYOL, HEPSİ EXPRESS ile çalışıldığı, bu platformların bir alt yazılımla ABANT’ın uygulamasına entegre edildiği, platformlar üzerinden verilen siparişlerin bu alt yazılım sayesinde*

ABANT'ın uygulamasına ve sonrasında da ABANT tarafından ilgili bayiye yönlendirildiği, bu çerçevede ancak ABANT mobil uygulamasını kullanan bayilerin platformlar üzerinden satış yapabildiği, bu platformlardan yapılan satışlarda fiyatın tavsiye fiyat üzerine platformun komisyonunun eklenmesiyle belirlendiği, halihazırda platformlar üzerinden yapılan satışların toplam satışların %2'si civarında olduğu,

- *Bayilerin mobil uygulama üzerinden satış yaptığı halde çevrimiçi platform üzerinden satış yapmamayı tercih edebildiği,*
- *Bayilerin mobil uygulama kullanma tercihleri konusunda belirleyici unsurlardan birinin fiyat olduğu, mobil uygulamada fiyatların ABANT tarafından belirlenmesi nedeniyle bayilerin mobil uygulamada satışı pek tercih etmediği,*
- *Küçük illerde genelde tek bir bayinin bulunduğu, bayinin ABANT tarafından belirlenen tavsiye satış fiyatının altında bir fiyat uygulamak istediğini bildirmesi halinde bu fiyatın sisteme tanımlandığı,*
- *Bayilerin sisteme kendi fiyatlarını girebilmesi için hem bayi hem de ABANT tarafından belli bir yatırım yapılması gerektiği; ancak mobil uygulamadan yapılan satışların payı düşük olduğu için bu alanda yatırım yapılmasının anlamlı bulunmadığı, zira satışların %89-90'ının geleneksel satış yöntemi ile gerçekleştiği,*
- *Tavsiye satış fiyatının mobil uygulamaya tanımlanmasının esas sebebinin farklı fiyatlardan ötürü tüketici şikayetlerinin önüne geçebilmek olduğu, mevcut sistemde tavsiye satış fiyatı bildirilerek bayinin daha yüksek fiyata satış yapmasının önüne geçildiği,*
- *ABANT tarafından mobil uygulama üzerinde bayilerin fiyat girebilmesine yönelik sistem gerekliliklerinin sağlanabilmesi için firmalardan teklif alınacağı ve bu uygulama için maliyet kalemlerinin çalışılacağı ve Kurumla yapılacak ikinci bir toplantı çerçevesinde Kurumun konu hakkında bilgilendirileceği, ancak bunun için yazılım şirketleriyle görüşülmesi gerekeceğinden bu aşamada olası toplantı tarihi için bir öngörde bulunulmasının mümkün olmadığı, ilk görüşmeler yapıldıktan sonra teklif alınması için öngörülen süre hakkında Kurumun e-posta yoluyla bilgilendirileceği ve sonrasında öngörülen süreye göre toplantı tarihi belirlenebileceği”*

hususları ifade edilmiştir.

(33) Söz konusu görüşme sonrasında 29.11.2023 tarihinde ABANT tarafından gönderilen bilgilendirme yazısında özetle;

- Bayilerin ürün fiyatlarını kendilerinin girebileceği bir yapının kurulacağı,
- Söz konusu yapının sipariş kanallarıyla entegre şekilde çalışacağı,
- Projenin tamamlanması için 80 gün gibi bir sürenin öngörüldüğü,
- Yazılım maliyetinin (.....) ₺ + KDV, donanım ve lisans maliyetinin (.....) ₺ + KDV olmak üzere toplam maliyetin (.....) ₺ olarak tahmin edildiği,
- Yukarıda belirtilen maliyetlerin yanı sıra bayilere bilgisayar sağlanması gerekebileceği, buna ilişkin maliyetin de bayi başına minimum (.....) ₺ olarak düşünüldüğü

hususları belirtilmiştir.

H.2.4. ASSU ile Yapılan Görüşme

(34) Dosya kapsamında; 27.10.2023 tarihinde ASSU Yönetim Kurulu Başkanı (.....) ve ASSU Finans Müdürü (.....) ile Kurum merkez binasında görüşme gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmede yukarıda da yer verilmiş olan ve önaraştırma döneminde yapılan tespitler, gündeme gelen olası rekabet sorunları ve süreç hakkında teşebbüs yetkililerinin bilgi edinmesi sağlanmıştır. Raportörlerce dile getirilen hususlara ilişkin olarak ASSU yetkilileri tarafından;

- *“ASSU’nun hâlihazırda bir mobil uygulamasının olmadığı ancak yakın bir gelecekte bu sistemi kurma planının olduğu,*
- *Geçmişte ASSU’nun çevrim içi platformlar ile sözleşmesi olsa da günümüzde bu uygulamadan vazgeçtiği, bazı bayilerin çevrim içi platformlar ile doğrudan sözleşmelerinin bulunduğu, ASSU’nun bu kapsamda yalnızca bayiler ile platformlar arasındaki iletişimin gerçekleşmesine aracı olduğu, bu platformlarda uygulanan fiyatların ASSU tarafından belirlenmediği veya denetlenmediği,*
- *ASSU’nun damacana ürününde çağrı merkezini arayan müşterinin bölgesinde faaliyet gösteren bir bayi varsa söz konusu bayiye yönlendirildiği, ASSU’nun doğrudan çağrı merkezinden sipariş almadığı, bayilerin telefondan gelen siparişlerde kendi fiyatlarını belirledikleri,*
- *ASSU’nun toplantıda raportörler tarafından yeniden satış fiyatının tespitine yönelik olarak dile getirilen rekabetçi endişeleri anladığı ve gelecekte hayata geçireceği mobil uygulama, çevrim içi platformlar ve çağrı merkezi üzerinden yapılacak satışlar için kurulacak sistemlerin bayilerin ASSU’nun onayına tabi olmaksızın kendi fiyatlarını belirlemesine imkan sağlayacak şekilde dizayn edileceği, ASSU’nun yalnızca rekabet hukuku mevzuatına uygun şekilde azami fiyat ya da tavsiye fiyat uygulayabileceği, söz konusu sistemler kurulduğunda bayilerin sistemin işleyişi ve kendi satış fiyatlarını belirlemeleri konusunda serbest oldukları konusunda bilgilendirileceği”*

hususları ifade edilmiştir.

H.2.5. PINAR ile Yapılan Görüşme

(35) Dosya kapsamında; 01.11.2023 tarihinde PINAR Mali İşler ve Finans Direktörü (.....) ve PINAR Vekili Av. (.....) ile Kurum merkez binasında görüşme gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmede yukarıda da yer verilmiş olan ve önaraştırma döneminde yapılan tespitler, gündeme gelen olası rekabet sorunları ve süreç hakkında teşebbüs yetkililerinin bilgi edinmesi sağlanmıştır. Raportörlerce dile getirilen hususlara ilişkin olarak PINAR yetkilileri tarafından;

- *PINAR’ın mobil uygulamalarda azami satış fiyatını girdiği,*
- *Bayilerin uygulamak istedikleri satış fiyatlarını kendilerinin belirlediği, bayilerin azami satış fiyatının altında bir fiyattan satış yapmak istediğini sözlü veya yazılı olarak bildirmesi halinde bunun sisteme genel merkez tarafından tanımlandığı, bu anlamda satış fiyatının sisteme bayinin tanımlaması ile PINAR genel merkezinin tanımlaması arasında bir fark olmadığı,*
- *Bayi tarafından fiyat değişikliği yapılmak istenildiğinin PINAR’a sözlü olarak bildirilmesi halinde ilgili değişikliğin herhangi bir onaya tabii olmadan hemen yapıldığı ve akabinde bayiye bu konuda bilgi verildiği,*

- *Fiyatın sisteme genel merkez tarafından giriliyor olmasının sebebinin hizmet kalitesinin temini, sistemseller gereklilikler, ilgili yazılımın kullanımı için yüksek tutarda lisans bedelinin söz konusu olması ve bayinin azami satış fiyatının üzerinde bir fiyat tanımlamasının önüne geçilmesi için fiyatın tek yerden tanımlanmasının tercih edilmesi olduğu,*
- *Tüketici mobil uygulamadan siparişi verdiği takdirde siparişin, tüketicinin adresine en yakın bayinin sistemine düştüğü; tüketici hangi bölgeden uygulamaya giriyor ise uygulamada o bölgedeki bayinin uyguladığı fiyatı gördüğü,*
- *Çağrı merkezi üzerinden verilen siparişlerin, mobil uygulamadaki ile aynı şekilde, tüketicinin adresine en yakın bölgede faaliyet gösteren bayinin sistemine aktarıldığı, çağrı merkezi çalışanı tarafından tüketici tarafından sorulması halinde o bölgedeki bayinin uyguladığı fiyatın bildirildiği,*
- *PINAR'ın sözleşme akdettiği çevrim içi platformların bulunduğu, bayilerin de dilerse çevrim içi platformlar ile çalışabileceği, bu kanaldan verilen siparişlerin teslimat sürecinin mobil uygulamadaki ile aynı şekilde gerçekleştiği”*

ifade edilmiştir.

- (36) Söz konusu görüşme sonrasında 27.11.2023 tarihinde PINAR tarafından gönderilen bilgilendirme yazısında özetle;

- Hâlihazırda kullanılan (.....) sisteminde, PINAR tarafından duyurulan maksimum satış fiyatının altında olacak şekilde nihai satış fiyatlarının doğrudan bayiler tarafından sisteme girilmesini sağlayan bir geliştirme yapılacağı,
- Sistem geliştirme, test ve hata giderimi ve bayi sistem entegrasyonu eğitimi ve yaygınlaştırılma sürecinin 01.04.2024 tarihine kadar tamamlanmasının ve yapılması planlanan çalışmaların maliyetlerinin toplamının (.....)₺ civarında olacağını öngörüldüğü

hususları belirtilmiştir.

H.2.6. SIRMAGRUP ile Yapılan Görüşme

- (37) Dosya kapsamında; 02.11.2023 tarihinde SIRMAGRUP Türkiye Satış Direktörü (.....), SIRMAGRUP Türkiye E-Ticaret Kanalı Satış Lideri (.....), SIRMAGRUP Bölge Müdürü (.....), SIRMAGRUP Hukuk ve Uyum Lideri Av. (.....) ve SIRMAGRUP Danışmanı Av. (.....) ile Kurum merkez binasında görüşme gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmede yukarıda da yer verilmiş olan ve önaraştırma döneminde yapılan tespitler, gündeme gelen olası rekabet sorunları ve süreç hakkında teşebbüs yetkililerinin bilgi edinmesi sağlanmıştır. Raportörlerce dile getirilen hususlara ilişkin olarak SIRMAGRUP yetkilileri tarafından;

- *“Mevcut sistemde SIRMAGRUP tarafından tavsiye satış fiyatlarının ilan edildiği, tavsiye satış fiyatlarının il veya ilçe bazında değişiklik gösterebildiği; hâlihazırda azami satış fiyatı uygulamasının bulunmadığı, gelecekte bu uygulamaya geçilmesinin değerlendirildiği,*
- *Satışların ağırlıklı olarak bayilerin kendi telefonları üzerinden gerçekleştiği, bunun dışında alternatif olarak çağrı merkezi ve çevrim içi platformlardan sipariş verildiği,*

- Hayat markalı su ürünlerinin siparişlerinin web sitesi ve mobil uygulama üzerinden verilebildiği; bu kanalda sisteme tanımlanan ilk fiyatın tavsiye edilen satış fiyatı olduğu ve SIRMAGRUP tarafından girildiği, bayinin bu kanal üzerinde farklı fiyat uygulamak istediğini genel merkeze bildirebildiği, bunun bir izin ya da onay mekanizması olmadığı, bayinin fiyat taleplerinin sisteme herhangi bir sorgulama olmaksızın tanımlandığı, bayi bir fiyat bildirmemiş ise ekranda merkez tarafından tanımlanmış olan tavsiye satış fiyatının gözüktüğü,
- Mevcut uygulamada bayilerin her bir kanal bazında satış fiyatını belirleme serbestilerinin bulunduğu,
- Bayilerin aynı müşteri için farklı kanallar üzerinde (kendi telefonu üzerinden gelen siparişlerde herhangi bir bildirim yapmaksızın sistem üzerinden manuel olarak) farklı fiyat tanımlayabileceği ve her bir müşteri özelinde farklı fiyat uygulanabileceği,
- Yeni bir bayi ile anlaşıldığında; bayiye SIRMAGRUP tarafından dışarıdan yazılım desteği almak suretiyle geliştirilen (.....) adlı bir sipariş yönetim sisteminin sunulduğu, mevcut durumda bayinin bu sipariş sistemini kullanıp kullanmamak konusunda serbest olduğu, bayinin kendi bayi telefonundan gelen siparişleri manuel olarak sisteme girip bu müşterilerini ve siparişlerini takip edebildiği, eğer kullanmak isterse merkeze bildirmesi durumundan Hayat mobil uygulaması ve çağrı merkezinden bayinin sipariş alabildiği, bu siparişlerin de (.....) ekranı ile bayinin takip ekranına düştüğü,
- (.....) sisteminde bayinin kendi telefonundan sipariş veren müşterilerine farklı fiyat uygulayabildiği, bu siparişleri (.....) sistemine girmesi halinde bunun genel merkez tarafından görülebildiği ancak genel merkezin buna herhangi bir müdahalesinin olmadığı,
- Hayat bayilerinin hepsinin sipariş kanalı olarak Hayat mobil uygulamasını kullanmadığı, kullanan bayilerin bazılarının yeterli sosyal ve teknik bilgiye sahip olmamasından dolayı fiyat değişikliğinin genel merkez tarafından gerçekleştirilmesinin talep edilmesi yönünde eğilim olduğu,
- Çağrı merkezi üzerinden gelen siparişlerin o bölgede faaliyet gösteren bayiye aktarıldığı; tüketicinin çağrı merkezini arayarak verdiği bu siparişler bakımından merkezin bir fiyat bildirmedeği, bayinin tüketicilere kendi belirlediği fiyat üzerinden satış yaptığı,
- Üçüncü taraf çevrimiçi platformlar ile servis (komisyon) sözleşmelerinin SIRMAGRUP tarafından yapıldığı, bayilerin bu kanal üzerinden gerçekleştirdiği satışlarda da talep etmeleri halinde farklı fiyat uygulayabildikleri, SIRMAGRUP tarafından işletilen çevrim içi satış sistemlerinde (Hayat web ve app) SIRMAGRUP tarafından herhangi bir komisyon alınmasının söz konusu olmadığı”

ifade edilmiştir.

(38) Söz konusu görüşme sonrasında 17.11.2023 tarihinde SIRMAGRUP tarafından gönderilen bilgilendirme yazısında özetle;

- (.....) sistemini kullanan bayilerin Hayat Online (mobil uygulama ve web sitesi), çağrı merkezi ve teknik entegrasyon bulunan diğer platformlarda kendi fiyatlarını girebilecek şekilde sistem yapısının oluşturulacağı,

- Mevcut (.....) sisteminde tanımlı olan ürünler (pet, maden suyu, damacana ve depozitolu damacana dâhil) için bayilerin kendileri tarafından belirlenen satış fiyatını tanımlayabileceği yeni bir ekran tasarlanacağı,
- Bayilerin kendilerine verilen kullanıcı adı ve şifre ile giriş yaparak kendi fiyatlarını tanımlayabileceği,
- Sistem tarafından bayilere yalnızca tavsiye niteliğindeki satış fiyatının veya tavan fiyatın sunulacağı,
- (.....) sistemi kullanmayan bayilerin çağrı merkezi üzerinden aldıkları siparişlerde de CRM sistemlerinin, bayilerin perakende satış fiyatlarını azami fiyatın üstüne çıkmamak kaydıyla serbestçe belirleyebilecekleri şekilde güncelleneceği,
- Sistem oluşturulduktan sonra bayilere fiyat serbestilerine ve sistemin nasıl kullanılacağına yönelik bilgilendirme yapılacağı,
- *Sırma* markalı ürünler bakımından *Hayat Online* üzerinden sipariş alınmadığı ve *Sırma* bayilerinin (.....) sistemine entegre olmadığı, ancak *Sırma* markalı ürünlerin çağrı merkezi aracılığıyla satışı noktasında da aynı prensipler çerçevesinde düzenlemelerin yapılacağı,
- Sistemin geliştirilmesine ilişkin maliyetin (.....)₺, tamamlanma tarihinin ise 01.06.2024 olarak öngörüldüğü,
- Değişikliklerin tamamlanmasını takiben *HIT* sistemini kullanan bayilere sistem ana ekranı üzerinden, (.....) sistemini kullanmayan bayilere ise e-posta üzerinden bilgilendirme yapılacağı ve
- Yapılan geliştirmelerin ve sistem kullanımına ilişkin detayların bir eğitim sunumu ile SIRMAGRUP saha ekibi tarafından bayilere açıklanacağı

hususları belirtilmiştir.

H.2.7. HAMİDİYE ile Yapılan Görüşme

(39) Dosya kapsamında; 06.11.2023 tarihinde HAMİDİYE Genel Müdürü (.....), HAMİDİYE Genel Müdür Yardımcısı (.....), HAMİDİYE Satış Müdürü (.....), HAMİDİYE Danışmanı (.....) ve HAMİDİYE Danışmanı Av. (.....) ile Kurum merkez binasında görüşme gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmede yukarıda da yer verilmiş olan ve önaraştırma döneminde yapılan tespitler, gündeme gelen olası rekabet sorunları ve süreç hakkında teşebbüs yetkililerinin bilgi edinmesi sağlanmıştır. Raportörlerce dile getirilen hususlara ilişkin olarak HAMİDİYE yetkilileri tarafından;

- *"HAMİDİYE'nin doğrudan sadece ana bayilere ve tümüne aynı fiyatla (depo teslimi) olmak üzere satış yaptığı; HAMİDİYE'nin İstanbul'da beş ana bayisinin bulunduğu, ana bayilerin İstanbul genelinde yaklaşık 200 alt bayiye satış gerçekleştirdiği,*
- *Teşebbüsün mobil uygulamasının yalnızca İstanbul ilinde aktif olduğu, HAMİDİYE'nin mobil uygulama için diğer illeri de kapsama gibi bir planının olmadığı, mobil uygulamadan verilen siparişlerin toplam satışların yaklaşık %(.....)ini oluşturduğu,*
- *İstanbul'un her yerinde mobil uygulamada tüketiciye HAMİDİYE tarafından girilen aynı tavsiye satış fiyatının görüldüğü, HAMİDİYE'nin mobil uygulamadaki bu tavsiye satış fiyatını belirlerken ana bayilere danıştığı,*
- *Mobil uygulamadan gelen siparişlerin alt bayilere yönlendirildiği, mobil uygulamada yalnızca kapıda ödeme yönteminin bulunduğu, mobil uygulamada yer alan tavsiye fiyatların bayiler için bağlayıcı olmadığı, nitekim uygulamada "Teslimat Yapan Firmalar Farklı Fiyatlar uygulayabilirler."*

İbaresine açıkça yer verildiği, bayilerin kapıda müşteriye mobil uygulamada görünen fiyattan farklı fiyatlar uygulayabildikleri, bu durumun dışında bayilerin mobil uygulamada görünen fiyatları değiştiremedikleri, dolayısıyla aslında uygulamadan sipariş veren tüketicilerin su teslimatı esnasında kaç lira ödeyeceklerini bilmedikleri,

- *HAMİDİYE'nin merkezi çağrı hattını arayan müşterilere mobil uygulamada da belirtilmiş olan tavsiye satış fiyatının söylenerek müşterinin en yakın bayiye yönlendirildiği, bayilerin benzer şekilde kapıda bu fiyattan farklı fiyatlar uygulayabildiği,*
- *HAMİDİYE'nin çevrim içi satış platformları ile bir sözleşmesinin bulunmadığı, bazı alt bayilerin çevrim içi satış platformları ile anlaşmalarının olabildiği ve*
- *HAMİDİYE'nin bayilerin mobil uygulamada ve çağrı merkezinde belirtilecek fiyatları doğrudan ve herhangi bir onaya tabi olmaksızın girebilecekleri bir sistemi kurabileceği, söz konusu sistemde azami satış fiyatı politikasının uygulanabileceği, HAMİDİYE'nin şirket içinde yapacağı istişare sonrasında sistem hakkındaki ayrıntıları (sistemin ne şekilde kurulacağı ve oluşturulacak yeni sistem kapsamında Kurulun yeniden satış fiyatının tespitine ilişkin rekabetçi endişelerinin ne şekilde giderilebileceği, bayilerin sistem değişikliği ve kendi satış fiyatlarını belirlemede serbest oldukları konusunda ne yolla bilgilendirileceği, bu sistem değişikliğinin yaklaşık maliyeti ve değişiklik için öngörülen süre bilgilerini de içerecek şekilde) 16.11.2023 tarihi mesai bitimine kadar yazılı olarak Kuruma gönderileceği”*

ifade edilmiştir.

(40) Söz konusu görüşme sonrasında 15.11.2023 tarihinde HAMİDİYE tarafından gönderilen bilgilendirme yazısında özetle;

- Mobil uygulamada müşterinin HAMİDİYE tarafından belirlenen tavsiye satış fiyatını gördüğü, bu fiyatın İstanbul'un her yerinde aynı olduğu, mobil uygulamada “*Teslimatı yapan firmalar farklı fiyat uygulayabilirler.*” ibaresinin yer aldığı, dolayısıyla uygulamadaki fiyatların bayiler için bağlayıcı olmadığı, mobil uygulamadan verilen siparişlerde tek ödeme seçeneğinin kapıda ödeme olarak belirlendiği ve bayilerin kapıda uygulamada görüntülenen fiyatlardan farklı fiyatları uygulayabildiği,
- Çağrı hattını arayan müşterilere mobil uygulamada belirlenmiş olan tavsiye fiyatının bildirilerek müşterinin, adresine en yakın bayiye ya da alt bayiye yönlendirildiği; bu sipariş kanalında da bayinin tavsiye satış fiyatlarından farklı fiyatlarla satış yapabildiği,
- Bayilerin sisteme kendi fiyatlarını girebilmesine yönelik olarak yeni bir yazılım sisteminin planlandığı, projenin yatırımın maliyetinin yaklaşık (.....)₺ ve çalışmaların tamamlanması için öngörülen sürenin ise üç ay olduğu,
- Projenin tamamlanmasının ardından bayilerin azami satış fiyatının altında olacak şekilde kendi belirledikleri fiyatları onaya tabi olmaksızın sisteme girebilecekleri, sistemin mobil uygulama ve çağrı hattı ile entegre şekilde çalışacağı

ifade edilmiştir.

H.2.8. JAVSU ile Yapılan Görüşme

(41) Dosya kapsamında; 22.11.2023 tarihinde JAVSU Genel Müdürü (.....) ve JAVSU Satış ve Pazarlama Müdürü (.....) ile Kurum merkez binasında görüşme gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmede yukarıda da yer verilmiş olan ve önaraştırma döneminde yapılan

tespitler, gündeme gelen olası rekabet sorunları ve süreç hakkında teşebbüs yetkililerinin bilgi edinmesi sağlanmıştır. Raportörlerce dile getirilen hususlara ilişkin olarak JAVSU yetkilileri tarafından;

- *“Bayilerin bağımsız ticari işletmeler olarak faaliyet gösterdikleri,*
- *JAVSU bayilerinin çağrı hattı ve internet sitesi üzerinden telefonla ve e-posta yoluyla veya direkt bayinin sabit numarasından aranmak suretiyle sipariş aldıkları,*
- *İnternet sitesi üzerinden verilen siparişlerde kredi kartı ile ödeme seçeneğinin bulunmadığı ancak kapıda ödeme yapılabildiği,*
- *Bayilerin JAVSU’dan bağımsız olarak çevrim içi satış platformları ile sözleşmelerinin olabildiği ve*
- *Raportörler tarafından yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik olarak iletilen rekabetçi endişelerin anlaşıldığı, bu çerçevede JAVSU tarafından bundan sonraki süreçte bayilere bildirilen satış fiyatlarının “azami satış fiyatı” olduğunun özellikle belirtileceği ve bayilere kendi satış fiyatlarını belirlemede serbest oldukları hususunda bilgilendirme yapılacağı, internet sitesinde yer alan fiyatlar bakımından “azami satış fiyatı” olduğu bilgisine internet sitesinde görünür şekilde yer verileceği, çağrı merkezinden alınan siparişler bakımından bayilerin kendi satış fiyatlarını belirleyebilmelerine imkan tanınacağı, gelecek dönemde mobil uygulama üzerinden satış yapılması halinde mobil uygulamanın bayilerin kendi satış fiyatlarını girmesine imkan verilecek şekilde tasarlanacağı”*

ifade edilmiştir.

H.2.9. ATASU ile Yapılan Görüşme

(42) Dosya kapsamında; 23.11.2023 tarihinde ATASU Satış Müdürü (.....), ATASU Ankara Satış Sorumlusu (.....) ve ATASU Vekili (.....) ile Kurum merkez binasında görüşme gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmede yukarıda da yer verilmiş olan ve önaraştırma döneminde yapılan tespitler, gündeme gelen olası rekabet sorunları ve süreç hakkında teşebbüs yetkililerinin bilgi edinmesi sağlanmıştır. Raportörlerce dile getirilen hususlara ilişkin olarak ATASU yetkilileri tarafından;

- *“ATASU’nun damacana su ürünlerini distribütörlerine, distribütörlerinin de alt bayilerine sattığı; distribütörlerin ve bayilerin bağımsız birer teşebbüs olarak faaliyet gösterdiği,*
- *Çevrim içi platformlarla bayiler arasındaki sözleşmelerde ATASU’nun herhangi bir rolünün bulunmadığı ve sözleşmeleri bayilerin kendilerinin yaptığı,*
- *Bayilerin siparişleri çağrı merkezi, bayi telefon hattı ve mobil uygulama üzerinden aldıkları,*
- *Mobil uygulama üzerinden oluşturulan siparişlerin çağrı merkezine düştüğü ve çağrı merkezi tarafından ilgili bölgede faaliyet gösteren bayiye yönlendirildiği,*
- *Mobil uygulamadan gelen siparişler için yalnızca kapıda ödeme yönteminin bulunduğu,*
- *Mobil uygulamada merkez ve bayiler arasında belirlenen ve ATASU merkezi tarafından sisteme girilen fiyatın görüldüğü,*

- *Raportörler tarafından yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik olarak iletilen rekabetçi endişelerin anlaşıldığı, bu çerçevede ATASU tarafından bundan sonraki süreçte bayilere bildirilen satış fiyatlarının “azami satış fiyatı” olduğunun özellikle belirtilmesinin ve bayilere kendi satış fiyatlarını belirlemede serbest oldukları hususunda bilgilendirme yapılmasını, internet sitesinden yer alan fiyatlar bakımından “azami satış fiyatı” olduğu bilgisine internet sitesinde görünür şekilde yer verilmesini, çağrı merkezinden alınan siparişler bakımından bayilerin kendi satış fiyatlarını belirleyebilmelerine imkân tanınmasını, mobil uygulama üzerinden satış yapılması halinde mobil uygulamanın bayilerin kendi satış fiyatlarını girmesine imkan verilecek şekilde tasarlanmasını ve bayilik sözleşmelerinin bu endişeleri giderecek şekilde düzenlenmesini sağlamaya yönelik değişikliklerin planlanmasına yönelik şirket içi çalışma yapılacağı ve bu çalışma kapsamında rekabetçi endişeleri gidermek üzere getirilecek çözüm önerilerinin süre ve maliyet bilgilerini de içerecek şekilde 06.12.2023 tarihine kadar Kuruma iletileceği”*

ifade edilmiştir.

(43) Söz konusu görüşme sonrasında 06.12.2023 tarihinde ATASU tarafından gönderilen bilgilendirme yazısında özetle;

- 4054 sayılı Kanun kapsamında rekabetçi endişe doğurmayacak şekilde faaliyet gösterebilmek adına şirket bünyesindeki tüm personelin rekabet mevzuatı hakkında bilgi edinmesinin sağlandığı, bununla birlikte şirketin kendi iç işleyişi ve distribütörlerle ve bayilerle olan ilişkilerin 4054 sayılı Kanun’a uyumunun temin edildiği ve ilgililerin bu hususta bilgilendirildiği,
- Mobil uygulamalardan, çağrı hatlarından ve çevrim içi satış kanallarından alınan siparişlerde bayilerin uygulayacakları fiyatları serbestçe tanımlayabilmelerine imkân verecek düzenlenmelerin ve gerekli bilgilendirmenin yapıldığı,
- 4054 sayılı Kanun’a uyum çalışmalarının düzenli olarak yürütülmesinin sağlanacağı ve bu hususta şirket çalışanları ve bayiler için belirli aralıklarla yinelenen bir eğitim programının hazırlanacağı,
- Azami fiyat uygulaması hakkında şirket içi bilincin geliştirileceği, akdedilen sözleşmelerde de ilgili hususlara açıklık getirileceği, şirket içi gerekli görüşmelerin yapılacağı ve belirtilen çalışmaların 30.04.2024 tarihinde tamamlanmasının öngörüldüğü,
- Bayilerin azami satış fiyatını geçmeyecek şekilde uygulamak istedikleri fiyatları belirleyebilmesine imkân tanıyacak uygulamaların bir bilişim şirketi aracılığıyla yapılacağı, bu hususta (.....) TL+ KDV tutarında bir maliyet öngörüldüğü, bu kapsamda en erken 2024 yılının Şubat ayında başlayabilecek yeni sistem geliştirmesi işlemlerinin 31.06.2024 tarihinde tamamlanmasının planlandığı

belirtilmiştir.

H.2.10. DAMLA ile Yapılan Görüşme

(44) Dosya kapsamında; 29.11.2023 tarihinde Coca-Cola Satış ve Dağıtım AŞ (CCSD) Türkiye Satış Direktörü (.....), CCSD Satış Operasyonları Müdürü (.....), CCSD Vekilleri Avukat (.....) ve Avukat (.....) ile Kurum merkez binasında görüşme gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmede yukarıda da yer verilmiş olan ve önaraştırma döneminde yapılan tespitler, gündeme gelen olası rekabet sorunları ve süreç hakkında teşebbüs

yetkililerinin bilgi edinmesi sağlanmıştır. Raportörlerce dile getirilen hususlara ilişkin olarak DAMLA yetkilileri tarafından;

- “CCSD tarafından nihai tüketiciye doğrudan satış gerçekleştirilmediği,
- Su satışlarının yaklaşık % (.....) ’inin bayiler aracılığı ile gerçekleştirildiği; yaklaşık % (.....) ’inin ise şirketlere kendi iç tüketimleri için doğrudan yapılan satışlar olduğu, bayilerin bu satışlar bakımından yalnızca nakliyeden sorumlu olduğu,
- Bayiler aracılığıyla gerçekleştirilen satışların yaklaşık % (.....) ’unun doğrudan bayiler tarafından kendi özel numaralarından aranmak suretiyle alınan siparişler olduğu; % (.....) ’lik kısmın ise çağrı merkezi üzerinden bayilere yönlendirilen siparişler olduğu,
- Bayilerin hem geleneksel kanaldan aldıkları siparişlerde hem de çağrı merkezi üzerinden yönlendirilen siparişlerde uyguladıkları fiyatları kendilerinin belirlediği,
- Çağrı merkezi üzerinden gelen siparişlerin ise ilgili bayiye aktarıldığı, çağrı merkezini arayan tüketiciye bayilerin kendi kullanıcı adları ve şifreleri ile (.....) adlı sisteme tanımladığı fiyatların bildirildiği, bayinin sisteme fiyat girmemiş olması halinde ise ilgili tüketiciye bayi ile iletişime geçmesi gerektiğinin ya da bayinin aranmasının ardından dönüş sağlanacağına bildirildiği,
- Çağrı merkezini arayarak sipariş vermek isteyen müşterilere bayinin sistemde tanımladığı satış fiyatı bildirilmekle beraber, fiyat değişikliğinin bayi tarafından sisteme aktarılmamış olma ihtimaline binaen, bu hususun ilgili bayiye de sorulması gerektiğinin belirtildiği,
- Bayilerin damacana su ürününü kapıda teslim sürecinde sisteme tanımladığı fiyattan farklı bir satış fiyatı bildiriyor olabileceği, o noktada CCSD’nin bir fiyat takibi yapmadığı,
- CCSD tarafından kullanılmakta olan herhangi bir mobil uygulamanın bulunmadığı,
- Çevrim içi platformlar arasından yalnızca YemekSepeti ile CCSD’nin arasında doğrudan sözleşme ilişkisinin bulunduğu, bu çerçevede CCSD’nin YemekSepeti’ne satış gerçekleştirdiği ve sonrasında YemekSepeti’nin bu ürünlerin satışını yaptığı, bu kanalda bayilerin herhangi bir dahli olmadan ürünlerin YemekSepeti’ne satılması suretiyle faaliyet gösterildiği, bazı bayilerin diğer çevrimiçi satış platformları ile doğrudan sözleşmelerinin bulunabildiği”

ifade edilmiştir.

H.2.11. AROMA ile Yapılan Görüşme

- (45) Dosya kapsamında; 07.12.2023 tarihinde AROMA Satış Pazarlama ve İş Geliştirme Genel Müdür Yardımcısı (.....), AROMA Bilgi İşlem Müdürü (.....) ve AROMA vekili (.....) ile Kurum merkez binasında görüşme gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmede yukarıda da yer verilmiş olan ve önaraştırma döneminde yapılan tespitler, gündeme gelen olası rekabet sorunları ve süreç hakkında teşebbüs yetkililerinin bilgi edinmesi sağlanmıştır. Raportörlerce dile getirilen hususlara ilişkin olarak AROMA yetkilileri tarafından;

- “AROMA'nın 2023 yılının Nisan ayına kadar damacana su satışlarının çok az miktarda gerçekleştiği, teşebbüsün bu pazara odaklanmadığı; belirtilen tarihten sonra AROMA'nın Rota Grup Gıda İnşaat Petrol Ürünleri Nakliyat Turizm Otomotiv Tekstil Tütün Mamülleri İthalat İhracat Sanayi ve Ticaret Ltd. Ştd. (ROTA) ünvanlı bir teşebbüsle anlaşarak ROTA'yı Bursa'da distribütör olarak belirlediği, ROTA'nın 25 civarında alt bayi ile faaliyet gösterdiği,
- AROMA'nın mobil uygulamasının ve çağrı merkezinin yalnızca Bursa'da aktif olduğu, bu satış kanallarının teknik altyapılarının ROTA tarafından yönetildiği, AROMA'nın mevzubahis satış kanallarının sistemine erişiminin olmadığı,
- ROTA'nın AROMA'dan faturalı olarak ürün satın aldığı, satış işlemi sonrasında AROMA'nın fiyatlandırma sürecine herhangi bir dahlinin olmadığı,
- Mobil uygulama ve çağrı hattı üzerinden yapılan satışlarda alt bayilerin satış fiyatlarının ROTA tarafından sisteme girildiği,
- AROMA'nın çevrimiçi satış platformlarıyla damacana su ürünleri için sözleşmesinin bulunmadığı,
- AROMA'nın toplantıda raportörler tarafından yeniden satış fiyatının tespitine yönelik olarak dile getirilen rekabetçi endişeleri anladığı ve ROTA'yı alt bayilerin kendi fiyatlarını herhangi bir onaya tabi olmadan girebilecekleri bir sistemin hayata geçirilmesi, rekabet hukuku mevzuatına uygun şekilde azami fiyatı ya da tavsiye satış fiyatı uygulayabileceği ve bu hususta alt bayilerin sistemin işleyişi ve kendi fiyatlarını belirlemeleri hakkında bilgilendirme yapılması konusunda uyaracağı, ROTA'nın ilgili düzenlemeleri yapabilmek için 2024 yılının Nisan ayının sonuna kadar süresi olduğu; AROMA'nın gelecekte mobil uygulama ve çağrı sisteminin altyapısını tamamen kendinin yönetecek olması durumunda da yukarıda belirtilen hususları dikkate alacağı”

ifade edilmiştir.

H.2.12. SUDER ile Yapılan Görüşme

- (46) Dosya kapsamında; 19.12.2023 tarihinde SUDER Başkanı (.....), SUDER Başkan Yardımcısı (.....), SUDER Yönetim Kurulu Üyesi (.....), SUDER Genel Koordinatörü (.....) ve Danone Türkiye Hukuk ve Uyum Lideri (.....) ile Kurum merkez binasında görüşme gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmede yukarıda da yer verilmiş olan ve önaraştırma döneminde yapılan tespitler, gündeme gelen olası rekabet sorunları ve süreç hakkında dernek yetkililerinin bilgi edinmesi sağlanmıştır. Raportörlerce dile getirilen hususlara ilişkin olarak SUDER yetkilileri tarafından;
- “Kendilerine iletilen yeniden satış fiyatının tespitine yönelik rekabetçi endişelerin anlaşıldığı ve bu konuda üyelerin bilgilendirilmesi adına gerekli işbirliğinin yapılacağı,
 - Kurum tarafından kendilerine iletilen çerçevede yazılı bir bilgilendirmenin üyelere iletileceği ve sonrasında üyelerin SUDER'e bilgilendirme yaptığı takdirde yaptığı çalışmalar hakkında Kurumun bilgilendirilmesi adına gerekli iletişimin sağlanacağı”

ifade edilmiştir.

- (47) Söz konusu görüşme sonrasında, doğrudan görüşme imkânı bulunamayan ambalajlı su üreticisi/tedarikçisi teşebbüslerle temas kurulabilmesi adına, 29.12.2013 tarihinde

SUDER'e üye teşebbüslere iletilecek şekilde bir bilgilendirme yazısı gönderilmiştir. Mevzubahis bilgilendirme yazısında özetle;

- Ambalajlı su sektöründe üretici/tedarikçi olarak faaliyet gösteren teşebbüslerin bayilerince kullanılan mobil uygulamaların, çevrim içi satış platformlarının ve merkezi çağrı hatlarının teknik altyapılarının üretici/tedarikçi tarafından kontrol edilmesi sebebiyle, bu satış kanallarında ilan edilen fiyatların bayiler yerine üreticiler/tedarikçiler tarafından tespit edilebilmesinden doğan yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik rekabetçi endişelerin oluştuğu,
- Ek çalışma sürecinde Kurum tarafından, ambalajlı su üreticisi/tedarikçisi bazı teşebbüslerle görüşmeler gerçekleştirildiği ve bu görüşmelerde teşebbüslere bayilerinin yeniden satış fiyatlarının belirlenmesi bağlamında ek çalışma konusu rekabetçi endişeler hakkında bilgi verildiği, yapılan görüşmelerde ve görüşmelerin sonrasında ilgili teşebbüsler tarafından Kuruma sunulan yazılarda, belirtilen rekabetçi endişeleri ortadan kaldırabilmek adına atılabilecek adımlara yönelik çeşitli öneriler getirildiği; bu öneriler ile uyumlu olacak şekilde tüm satış kanallarında geçerli olmak üzere, su üreticisi/tedarikçisi teşebbüsler tarafından, bayilerin tedarikçilerin herhangi bir onayına tabi olmadan kendi nihai satış fiyatlarını doğrudan belirlemelerine olanak sağlayacak bir sistemin kurulması, bayilerin kurulan sistemin işleyişi hakkında eğitilmeleri, bayilerin kendi nihai satış fiyatlarını belirlemede serbest oldukları hakkında bilgilendirilmeleri ve rekabetçi endişeleri gidermek üzere yapılabilecek diğer çalışmaların tamamlanması ve sonuçları hakkında Kuruma bilgi verilmesi için ilgili teşebbüslere 01.04.2024 tarihine kadar süre tanındığı,
- Kurum tarafından doğrudan görüşme imkânı bulunamayan diğer ambalajlı su üreticisi/tedarikçisi teşebbüslerle SUDER aracılığıyla temas kurulmasının uygun görüldüğü ve teşebbüslerin bayilerinin tüm satış kanalları üzerinden yaptıkları satışlar bakımından bayilerin yeniden satış fiyatlarının üretici/tedarikçi tarafından belirlenmesine yol açabilecek uygulamaların olması halinde, bu uygulamalar neticesinde ortaya çıkan rekabetçi endişeleri gidermek adına çalışmaların yapılması gerektiği; bu çalışmalar kapsamında, ihtiyaç çerçevesinde, bayilerin üretici/tedarikçi tarafından verilecek herhangi bir onaya tabi olmadan kendi nihai satış fiyatlarını doğrudan belirlemelerine olanak sağlayacak bir sistemin kurulması, bayilerin kurulan sistemin işleyişi hakkında eğitilmeleri, bayilerin 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği kapsamında kendi nihai satış fiyatlarını belirlemede serbest oldukları hakkında bilgilendirilmelerinin söz konusu olabileceği,
- Bu bağlamda, bayilerin yeniden satış fiyatının belirlenmesi konusunda ortaya çıkabilecek rekabetçi endişeleri gidermek üzere gerekli çalışmaların tamamlanarak 01.04.2024 tarihinden makul bir süre öncesinde bu konuda SUDER'e bilgi verilmesi gerektiği ve akabinde bu bilgilerin, SUDER tarafından toplulaştırılarak en geç 01.04.2024 tarihine kadar Kuruma iletilmesi gerektiği,
- Mevzubahis çalışmaların belirtilen süre içerisinde tamamlanmaması ve/veya rekabetçi endişelerin giderilememesi hâlinde Kurulun, alıcıların yeniden satış fiyatlarının belirlenmesi suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlal

edilip edilmediğinin tespitine yönelik olarak aynı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına karar verebileceği

ifade edilmiştir.

H.3. Rekabetçi Endişelerin Giderilmesine Yönelik Olarak Teşebbüsler Tarafından Yapılan Çalışmalar

- (48) Yukarıda belirtildiği üzere, dosya kapsamında ambalajlı su üreticisi/tedarikçisi teşebbüslerle yapılan görüşmeler ve doğrudan görüşme yapılma imkânı bulunamayan teşebbüslere SUDER aracılığıyla iletilen bilgilendirme yazısı ile su üreticisi teşebbüsler, ek çalışma yapılmasına dayanak teşkil eden rekabetçi endişeler hakkında bilgilendirilmiş ve teşebbüslere bu endişeleri giderebilmek adına yapacakları çalışmalarını tamamlamaları ve söz konusu çalışmaların sonuçlarını Kurum ile paylaşmaları için 01.04.2024 tarihine kadar süre tanınmıştır. Bu kapsamda teşebbüsler tarafından gönderilen cevabi yazılara aşağıda özetle yer verilmektedir.

H.3.1. ERİKLİ Tarafından Gönderilen Cevabi Yazı

- (49) Dosya kapsamında; 25.03.2024 tarihinde ERİKLİ tarafından rekabetçi endişelerin ortadan kaldırılması amacıyla yapılan çalışmalara ilişkin olarak gönderilen cevabi yazıda özetle ;

- ERİKLİ'nin hâlihazırda sipariş süreçlerini yürütmek için (.....) isimli sistemi kullanmakta olduğu, ilgili sistemin bayilerle ve mobil uygulama ile entegre çalıştığı, satışını yaptıkları ürünlerin fiyatlarını azami satış fiyatlarının altında kalmak kaydıyla sisteme bayilerin girdiği, bayilerin tek bir ürünün dahi fiyatını tanımlamadıkları durumda o ürünün satışını yapamadıkları, sistemin tasarlanması aşamasında rekabet hukukuna tam uyumun hedeflenmiş olduğu,
- ERİKLİ'nin bayilerini, (.....) sisteminin işleyişi ve diledikleri fiyattan satış yapabilecekleri hususu hakkında bilgilendirmiş olduğu, Kurumda gerçekleştirilen görüşme sonrasında 22.03.2024 tarihinde bütün bayilere bir bilgilendirme yazısı ile azami satış fiyatlarını geçmemek kaydıyla istedikleri fiyatlar ile satış yapabileceklerini tekrar bildirdiği

ifade edilmiştir. ERİKLİ'nin, bu hususta bayilerine gönderdiği 21.03.2024 tarihli bilgilendirme yazısına aşağıda yer verilmektedir:

“Değerli İş Ortağımız,

Size tarafınıza e-mail ile bilgi amaçlı gönderilen fiyat listeleri ile fiyat geçiş duyuruları hakkında yazıyoruz. Bildiğiniz üzere, Erikli, siz bayilerimiz (damacana hizmet noktalarımız) için damacana su ürünlerine ilişkin bir azami satış fiyat listesi belirlemekte ve bu listeyi zaman zaman güncellemektedir. Söz konusu azami fiyatlar ise herhangi bir kategori ayrımı olmaksızın, satışını yaptığınız tüm ürünler için geçerlidir. Erikli tarafından sizlerle paylaşılan bu listelerde tüm ürünler için azami (en yüksek) satış fiyatları yer almakta olup müşterilere bu fiyatların üzerinde fiyatlarla satış yapılmasına müsaade edilmemektedir.

Bununla birlikte her bir bayimiz kendisi için belirlenen azami satış fiyat listesinde yer verilen fiyatların altında satış yapmakta tamamen serbesttir. Söz konusu husus tarafınıza bilgi amaçlı gönderilen fiyat geçiş duyuruları bakımından da geçerlidir. Bu çerçevede bayilerimizin fiyat geçiş duyurularında azami satış fiyatı olarak belirtilen fiyatların altında satış yapmalarının önünde herhangi bir engel bulunmamaktadır.

Erikli, satışı yapılan tüm ürünler bakımından azami satış fiyatlarının üzerinde olmamak kaydıyla bayilerimizin kendi müşterilerine satış fiyatlarına müdahale etmemektedir. Bu kapsamda bayilerimizin azami satış fiyatlarının altındaki satışları için Erikli'ye herhangi bir bilgilendirme yapmaları ya da Erikli'den onay talep etmelerine de gerek bulunmamaktadır.

Bilgilerinize sunarız.”

H.3.2. SAKA Tarafından Gönderilen Cevabi Yazılar

(50) Dosya kapsamında; 01.04.2024 tarihinde SAKA tarafından rekabetçi endişelerin ortadan kaldırılması amacıyla yapılan ve yapılması planlanan çalışmalara ilişkin olarak gönderilen cevabi yazıda özetle;

- Hâlihazırda kullanılmakta olan CRM sistemi içerisinde bayilerin bağımsız bir şekilde fiyat tanımlaması yapmasına olanak sağlayan “Bayi Fiyat Giriş Sistemi”ne geçilebilmesi için olan yeni bir CRM projesinin yürütüldüğü,
- Yeni CRM projesinin birden fazla aşama içerdiği, ancak bazı entegrasyon tamamlama süreçlerinin halen devam ettiği, bu nedenle projenin başında 2024 yılı Nisan ayı olarak öngörülen uygulamaya geçiş tarihinin ötelendiği,
- “Bayi Fiyat Giriş Sistemi”nin temel altyapısının oluşturulduğu, bayilerin kullanacağı ara yüzün ve bazı entegrasyon çalışmalarının büyük oranda tamamlandığı; dış tedarikçiler ve/veya iş ortakları ile yapılacak entegrasyonların tamamlama süreçlerinin ise halen devam ettiği,
- İlgili çalışmaların tamamlanmasının ardından bayilere sistem üzerinden fiyatların nasıl girileceği ile fiyat değişikliğinin nasıl yapılabileceğine ilişkin bilgilendirme yapılacağı ve gerekli eğitimlerin verileceği

ifade edilmiş ve *Bayi Fiyat Giriş Sistemi*'nin açıklanması amacıyla hazırlanan doküman sunularak bayilerin farklı kullanım senaryolarında fiyatları sisteme nasıl tanımlayacağı açıklanmıştır. SAKA tarafından 24.05.2024 tarihinde rekabetçi endişeleri bertaraf etmek için yapılan çalışmalara dair ek bir yazı gönderilmiştir. İlgili yazıda özetle;

- Rekabetçi endişeleri giderecek şekilde planlanan yeni CRM sisteminin kurulum ve test süreçlerinin bağımsız bir tedarikçi yazılım firması tarafından yürütüldüğü ancak ilgili süreçlerin SAKA'nın arzu ettiği hızda tamamlanamadığı,
- Yeni CRM sisteminin kullanıma açılabilmesinin 2024 yılının Ekim ayını bulabileceği, sektördeki diğer teşebbüslerin mevcut sistemlerinde güncelleme yapmaları sebebiyle yapılan çalışmaların daha kısa sürede tamamlanabildiği, aynı doğrultuda SAKA tarafından da rekabetçi endişeleri kısa sürede giderebilmek adına bayilerin diledikleri zaman sisteme satış fiyatlarını tanımlayabilmelerine olanak sağlayacak şekilde mevcut sistemlerinin güncellendiği ve mevzu bahis değişikliklerin 24.05.2024 tarihinde devreye alındığı,
- SAKA'nın mevcut sisteminde yapılan değişiklik ile SAKA tarafından sisteme tavsiye satış fiyatlarının girildiği, bayilerin “satış fiyatları” isimli başka bir alana diledikleri fiyatı girebildikleri ve bayiler tarafından tanımlanan fiyatların sisteme anlık olarak yansdığı, bayilerin bu alana herhangi bir fiyat girmemesi durumunda ise SAKA'nın belirlediği tavsiye satış fiyatları baz alınarak hesaplamaların yapılacağı,

- SAKA'nın planladığı yeni CRM sisteminin geliştirilmesinin ise mevcut sistemdeki güncellemelerden bağımsız olarak devam edeceği, ilgili yeni sistemin tüm rekabetçi endişeleri giderecek şekilde tasarlandığı ve başkaca satış ve pazarlama unsurlarını da kapsamına aldığı

belirtmiştir. Bilgilendirme yazısında yer verilen, sistemin güncel durumunu gösteren ekran görüntülerine aşağıda yer verilmektedir:

Ekran Görüntüsü 1 - SAKA'nın Sisteminden Örnek Ekran Görüntüsü

Ürün Kodu	Ürün Adı	KDV Dahil	Tüketici Fiyatını Kullan	Satış Fiyatı	Tüketici Fiyatı	İndirim Oranı	İndirilmiş Fiyat
1529948	0,50 LT X 24 SAKA PET SU	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	14.50	0	0	0
00000000001547223	1,50 LT X 12 SAKA PET SU	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	29.50	0	0	0
1553098	5 LT X 4 SAKA PET SU	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	40.50	0	0	0
000002164	10 LT X 2 SAKA PET SU	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	25	25	0	25
1573916	CAM 0,33 LT X 12 SAKA SU	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	12	0	0	0
1573903	CAM 0,75 LT X 6 SAKA SU	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	12	0	0	0
1573905	SAKA 19 LT DAMACANA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	12	0	0	0
1566399	0,33 LT X 24 SAKA PET SU	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	179	0	0	0

Ekran Görüntüsü 2 - SAKA'nın Sisteminden Örnek Ekran Görüntüsü

Ürün Kodu	Ürün Açıklaması	01.02.24 - 31.07.24		01.08.24	
		Tavsiye Edilen	Bayi Özel Fiyatı	Tavsiye Edilen	Bayi Özel Fiyatı
7354	Saka 19 lt. Şişe	90	150	90	180
7356	Saka 1,5 lt Pet şişe	60	60	60	70
2005531	0.33 LT X 24 SAKA PET SU	40	40	40	50
2005533	0.50 LT X 24 SAKA PET SU	50	50	50	60
2005534	1.50 LT X 12 SAKA PET SU	60	60	60	70
45163137	1.50 LT X 6 SAKA PET SU	55	55	55	60
2005536	10 LT X 2 SAKA PET SU	70	70	70	80
45163210	5 LT X 2 SAKA PET SU	50	50	50	60
2005535	5 LT X 4 SAKA PET SU	100	100	100	110

Ekran Görüntüsü 3 - SAKA'nın Sisteminden Örnek Ekran Görüntüsü

Ürün Kodu: 000007520

Ürün adı*: Aygaz Mavi Tüp

Ürün fiyatı*: 580

Ürün durumu*: Active

KDV Fiyatı*: 8

Kaydet Temizle

H.3.3. ABANT Tarafından Gönderilen Cevabi Yazı

(51) ABANT tarafından 01.04.2024 tarihine kadar Kurum kayıtlarına herhangi bir bilgi ve belge intikal ettirilmemiştir. Bununla birlikte, ABANT tarafından 14.06.2024 tarihinde e-posta aracılığıyla Kuruma sunulan cevabi yazıda özetle;

- ABANT'ın bayilerinin, satış fiyatlarını bayi sistemine doğrudan tanımlayabilmelerine imkân sağlayan bir yapının geliştirme çalışmalarının devam ettiği, ancak bayi sisteminin hâlihazırda aktif olarak kullanılmasından dolayı sürecin uzun sürdüğü,
- Yapılacak geliştirmenin yapısal aşamalarının tamamlandığı, fiyatların bayiler tarafından tanımlanabileceği şekilde yazılım kodları ile veri yapılarının güncellenmesi ve projenin test edilmesi aşamalarının devam ettiği, ayrıca önümüzdeki süreçte bayilere sistemdeki değişiklikler hakkında eğitim verileceği,
- Süreç boyunca bir aksilik yaşanmaması hâlinde projenin 24.07.2024 tarihinde tamamlanıp kullanıma açılmasının planlandığı

ifade edilmiştir.

H.3.4. ASSU Tarafından Gönderilen Cevabi Yazı

(52) Dosya kapsamında; SUDER tarafından toplulaştırılan ve Kurum kayıtlarına 03.04.2024 tarihinde intikal eden bilgiler ve belgeler kapsamında ASSU tarafından özetle;

- Damacana su ürünü satışlarında kullanılan herhangi bir mobil uygulama bulunmadığı,
- Çağrı merkezleri üzerinden bayilere yönlendirilen siparişler bakımından ise bayilerin kendi satış fiyatlarını kendilerinin belirlediği ve bayilere bu konuda gerekli bilgilendirmenin yapıldığı

ifade edilmiştir.



H.3.5. PINAR Tarafından Gönderilen Cevabi Yazı

(53) Dosya kapsamında; 01.04.2024 tarihinde PINAR tarafından rekabetçi endişelerin ortadan kaldırılması amacıyla yapılan çalışmalara ilişkin olarak gönderilen cevabi yazıda özetle;

- Bayilerin kendi satış fiyatlarını belirlemelerine imkân tanınması için yapılması gerekli olan sistem geliştirmelerinin, test çalışmalarının/hata düzeltmelerinin ve bayi ile sistem arasındaki entegrasyonunun tamamlandığı,
- Bu hususta bayilere bilgilendirme yapıldığı, gerekli eğitimin verildiği ve sistemin uygulanmaya başlandığı

ifade edilmiştir. Cevabi yazıda yer verilen ve sistemin güncel halini gösteren görsellere aşağıda yer verilmektedir:

Ekran Görüntüsü 4 - PINAR'ın Sisteminden Örnek Ekran Görüntüsü

 <p>PC 19 LT MADRAN 88.88 TL (Maksimum Satış Fiyatı) 85.00 TL (Bayi Fiyatı) 1.063 ADT</p> <p>Fiyat Gir Satış Durdur</p>	 <p>PINAR MADRAN 15L CAM DAMACANA 100.00 TL (Maksimum Satış Fiyatı) 70 TL (Bayi Fiyatı) 100.000 ADT</p> <p>Fiyat Gir Satış Durdur</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

cidin

<p>Vazgeç</p> <p>Kaydet</p> <p>Ürün Adı: PC 19 LT MADRAN</p> <p>Ürün Mikten: 1.063 ADT</p> <p>Maksimum Satış Fiyatı: 88.88</p> <p>Bayi Fiyatı: 95</p> <p>Bayi Fiyatı Maksimum Satış fiyatından büyük veya 0 olamaz!</p>	<p>Vazgeç</p> <p>Kaydet</p> <p>Ürün Adı: PINAR MADRAN 15L CAM DAMACANA</p> <p>Ürün Mikten: 100.000 ADT</p> <p>Maksimum Satış Fiyatı: 100.00</p> <p>Bayi Fiyatı: 70</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

H.3.6. SIRMAGRUP Tarafından Gönderilen Cevabi Yazı

(54) SIRMAGRUP tarafından rekabetçi endişelerin ortadan kaldırılması amacıyla yapılan çalışmalara ilişkin olarak 29.03.2024 tarihinde gönderilen cevabi yazıda SIRMAGRUP'un Hayat Su bayilerinin⁷ herhangi bir aracıya, onaya ve bilgilendirmeye ihtiyaç duymaksızın kendi nihai satış fiyatlarını sisteme tanımlayabilmelerine olanak sağlamaya yönelik olarak alınan aksiyonlar özetle;

- Bayilerin sipariş alımı için kullandığı mevcut HIT sistemine ilave bir modül olarak fiyat tanımlama ekranı eklendiği,
- Bayilerin fiyat tanımlama ekranındaki "Fiyat" sütununda, uygulayacakları nihai (perakende) satış fiyatını ilgili ekran üzerinden "+" ve "-" butonlarını kullanarak 0,50 kuruş olarak artırıp ya da azaltıp kaydet butonuna tıklayarak SırmaGrup'un bir onayı ya da yönlendirmesi olmaksızın doğrudan belirleyebileceği ve sistemde tanımlayabileceği,
- HIT sistemi kullanan tüm bayilerin "Fiyat Tanımlama" ekranına ulaşabilir durumda olduğu ve hâlihazırda SırmaGrup'un çağrı merkezi sisteminde tanımlı (.....) adet Hayat Su bayisi bulunduğu,
- Doğrudan bayiler tarafından HIT sisteminde tanımlanan fiyatların Hayat Online (mobil uygulama ve web sitesi) kanalları ve çağrı merkezi aracılığıyla alınan siparişler bakımından da geçerli olduğu ve
- Bayilerin tamamına ((.....) adet bayiye) proje kapsamında yapılan geliştirmeler ve kurulan sistemin işleyişi konusunda eğitim verildiği, eğitim verilen bayilerce "*Bayi Bilgilendirme ve Beyan Formu*"nun imzalandığı ve ilgili formda bayilerin kendi nihai satış fiyatlarını belirlemesi konusundaki serbestilerinin belirtildiği

ifade edilmiştir. Cevabi yazı içinde yer verilen "*Bayi Bilgilendirme ve Beyan Formu*"nun içeriğine ve sistemin güncel halinin görsellerine aşağıda yer verilmektedir:

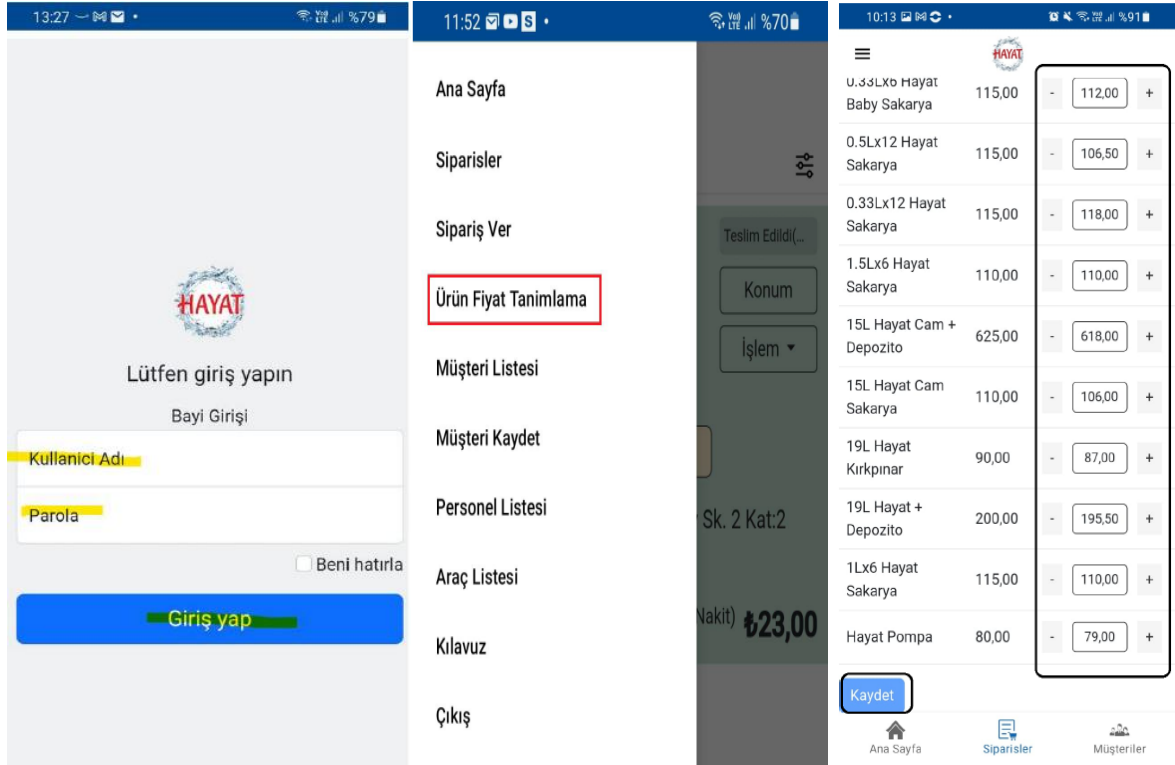
⁷ SIRMAGRUP'un mobil uygulaması sadece *Hayat* markalı ambalajlı suların satışı için kullanılmakta olup, *Sırma* markalı ürünler mobil uygulama üzerinden satılmamaktadır.

“SırmaGrup İçecek Sanayi ve Ticaret A.Ş. (“SırmaGrup”) bayisi olarak; / /2024 tarihinde SırmaGrup tarafından düzenlenen eğitime katılım sağladığımı ve eğitim kapsamında aşağıdaki hususların tarafıma aktarıldığını beyan ederim:

- SırmaGrup tarafından yönetilen dahili sistemler ((.....) ve bağlantılı sistemler) üzerinde yapılan değişiklik ile Hayat Online (App & Web) ve Çağrı Merkezi’nde (CRM) bayilerin kendi nihai satış fiyatlarını sistemde herhangi bir aracıya ya da SırmaGrup’un bilgilendirmesine ya da onayına ihtiyaç duymadan tanımlayabilmelerine olanak sağlanmış ve bu sayede bayilerin doğrudan fiyat belirleme serbestileri güvence altına alınmıştır.
- ((.....) sisteminde tanımlı olan tüm ürünler için bayilerin kendileri tarafından belirlenen nihai satış fiyatını tanımlayabileceği yeni bir ekran tasarlanmıştır ve bayiler, kendilerine verilmiş olan ((.....) kullanıcı adı ve şifresi ile sisteme giriş yaparak perakende fiyatlandırma sürecini bu ekran üzerinden doğrudan ve bağımsız olarak yönetecektir.

Tarıfıma aktarılan bu bilgiler çerçevesinde SırmaGrup’un bayilerin nihai satış fiyatlarını belirleme ve tanımlama konusunda bayilere tam bir serbesti sağladığını ve ilgili sistemlerin işleyişi ve teknik konular bakımından tarafıma sağlanan eğitim ve yazılı materyaller ile bilgilendirildiğimi; sistemde tavsiye edilen fiyatta herhangi bir değişiklik yapmamam halinde, tavsiye edilen fiyattan satma konusundaki irademim tarafımın serbest kararı olduğunu; öğrendiğim bilgileri bahsi geçen sistemleri kullanan çalışan ve personelime de aktaracağımı; kullanıcı adı ve şifresini gizli tutarak, amacı dışında kullanmayacağımı ve aynı gizliliği tüm personel bakımından tesis edeceğimi, kullanıcı olmayan diğer kişilere erişim sağlamayacağımı; sistem iyileştirmeleri sonucunda nihai fiyat belirleme için gerekli güncelleme eğitimlerine davet edilmem halinde söz konusu tavsiye fiyat değiştirme sürecine ilişkin eğitimlere katılmamam halinde SırmaGrup’un tarafımı bu sistemlerden faydalandırmama hakkının bulunduğunu ve ihmaldimden dolayı Sırma Grup’un karşılaşılabileceği cezai işlemler ve zararlarını tazmin etme hakkının saklı olduğunu kabul ve beyan ederim.”

Ekran Görüntüsü 5 – SIRMAGRUP'un Sisteminden Örnek Ekran Görüntüleri



H.3.7. HAMİDİYE Tarafından Gönderilen Cevabi Yazı

(55) HAMİDİYE tarafından rekabetçi endişelerin ortadan kaldırılması amacıyla yapılan çalışmalara ilişkin olarak 01.04.2024 tarihinde gönderilen cevabi yazıda özetle;

- HAMİDİYE tarafından azami satış fiyatı uygulamasına geçildiği ve bu çerçevede mobil uygulamalarının özelliklerinin de güncellendiği,
- Yeni sistemde bayilerin azami satış fiyatının altında kalmak suretiyle nihai satış fiyatlarını belirlemede serbest olduğu,
- Nihai satış fiyatlarını belirleyebileceklerine ilişkin olarak bayiler ile bilgilendirme toplantılarının yapıldığı,
- Çağrı merkezi çalışanlarına, müşterilere belirtilen fiyatların azami satış fiyatı olduğu, teslimat sırasında bayilerin daha düşük fiyat uygulamakta serbest oldukları yönünde bilgilendirme yapıldığı ve
- Tüketiciye yönelik bilgilendirme yapılması için bayilerle "..... ürünün azami fiyatı TL'dir. Bu fiyat, bayiniz tarafından size uygulanacak azami fiyattır." şeklinde matbu bir metnin paylaşıldığı,
- Bayilerin kendi kullanıcı adları ve şifreleri ile sisteme giriş yaptıktan sonra siparişlerini görüntüleyebileceği,
- Bayilerin satış platformunda "Kurye" sekmesine tıklayarak kuryeleri arasında sipariş yönetimi yapabileceği, "İmleç" alanına tıklayarak ise sipariş hakkında detaylı bilgileri görebileceği,
- Bayilerin güncellemek istedikleri ürün için "Düzenle" butonunu tıklayarak ürün hakkında fiyat değişikliği yapabileceği ve
- Bayiler fiyat alanına belirledikleri nihai satış fiyatını girerek "Güncelle" butonuna bastıklarında fiyatın sistemde başarılı bir şekilde güncelleneceği, ancak fiyatın

azami satış fiyatının üzerinde olacak şekilde girilmesi durumunda sistemin uyarı vereceği

ifade edilmiştir. Öte yandan cevabi yazı içinde yer verilen ve bayilerin bilgilendirilmesine ilişkin tutulan “Bayi Mobil Uygulama ve Otomasyon Sistemi Eğitim Katılım Tutanağı”nın içeriğine ve sistemin mevcut durumuna ilişkin ekran görüntülerine aşağıda yer verilmektedir:

“Bölgesinde Bayisi bulunduğum Hamidiye Kaynak Suları Sanayi Turizm Ve Ticaret Anonim Şirketi, 1 Şubat 2024 tarihi itibarıyla servis sunduğumuz MOBİL uygulamada UPDATE yaptığımı biliyorum. Bu update sonrası, müşterilerimizin, uygulamada gördüğü fiyat giriş ekranını tarafımıza açmıştır. 1 Şubat 2024’den itibaren Mobil Uygulamada, tavsiye edilen Azami Fiyat’ın altında kalmak üzere, fiyatımı istediğim kadar aşağıya sistemde nasıl indirebileceğim tarafıma öğretilmiştir. Uygulamayı artık, kendi satış fiyatımı aşağıya çekmek için rahatlıkla kullanabiliyorum.

Bu konuyla ilgili Whatapp Üzerinden Online Eğitim Dokümanı aldım inceledim, ayrıca Hamidiye Kaynak Suları Satış Temsilcimiz tarafından yüz yüze ofisimde yapılan eğitim de uygulamanın fiyat aşağıya çekebilme özelliği tarafıma net bir şekilde anlatılmıştır.

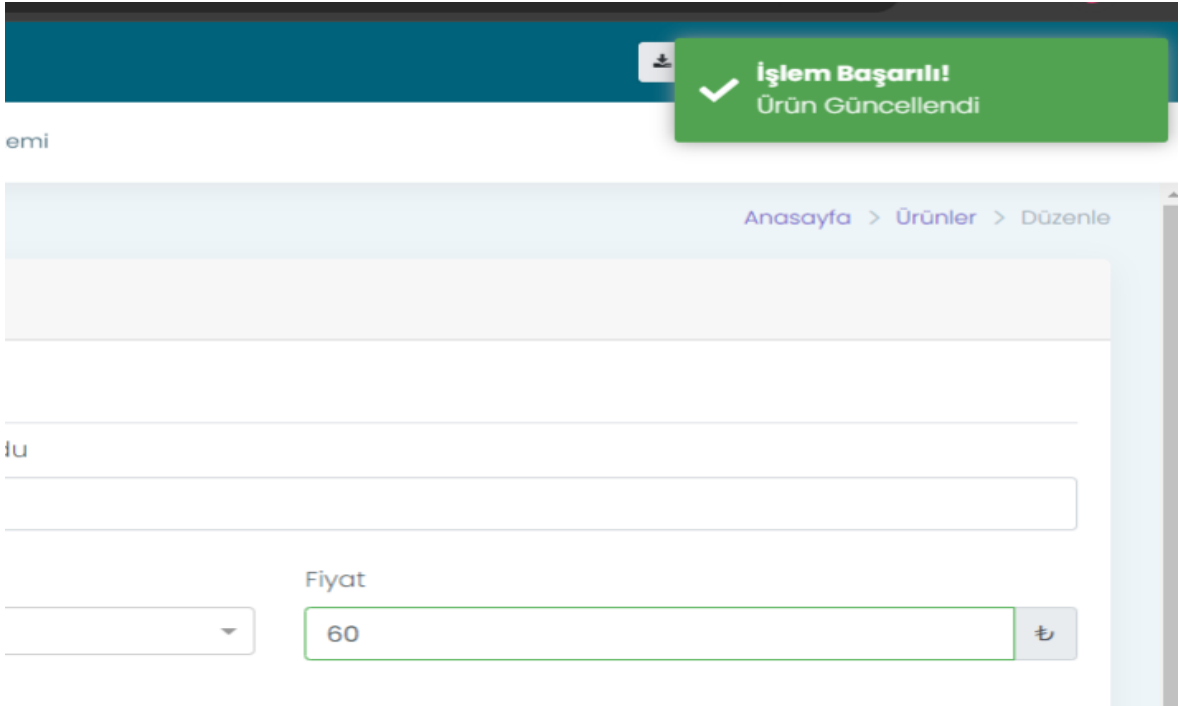
.../2024 tarihinde eğitim alarak bilgilendirildiğimi kabul ve beyan ederim.”

Ekran Görüntüsü 6 - HAMİDİYE'nin Sisteminden Örnek Ekran Görüntüsü



2	 19 L Su (İade Hamidiye Damacanam Var)	65.00 ₺	Damacana	1	<input checked="" type="checkbox"/> Aktif	Detaylar	Düzenle	Galeri
3	 19 L Su (Değişim Ücretsiz)	65.00 ₺	Damacana	2	<input checked="" type="checkbox"/> Aktif	Detaylar	Düzenle	Galeri

Ekran Görüntüsü 7 - HAMİDİYE'nin Sisteminden Örnek Ekran Görüntüsü



emi

Anasayfa > Ürünler > Düzenle

İşlem Başarılı!
Ürün Güncellendi

Fiyat

60 ₺

H.3.8. JAVSU Tarafından Gönderilen Cevabi Yazı

(56) JAVSU tarafından rekabetçi endişelerin ortadan kaldırılması amacıyla yapılan çalışmalara ilişkin olarak 27.03.2024 tarihinde gönderilen cevabi yazıda özetle;

- Çağrı hattı aramalarının telesekreter ile karşılandığı ve müşterilerin siparişlerinin ilgili bölgeye yönlendirildiği,
- Web sitesinde belirtilen fiyatların “tavsiye edilen satış fiyatı” olduğunun ve bölgelere göre fiyatların değişiklik gösterebileceğinin belirtildiği,
- Telesekreter aracılığıyla sipariş veremeyerek sipariş hattı çalışanına ulaşan müşterilere, fiyatların tavsiye edilen fiyatlar olduğu ve satış bölgelerine göre bayi satış fiyatlarında değişiklik olabileceği bilgisinin verildikten sonra müşterilerin bayi telefonlarına yönlendirildikleri,
- Bayilere, fiyat listesinde yer alan fiyatların tavsiye edilen satış fiyatları olduğu ve web sitesindeki veya diğer satış kanallarındaki fiyatları kendilerinin belirleyebileceği hakkında bilgi verildiği,

belirtmiştir. Ayrıca bayilere tavsiye satış fiyatlarının gönderildiği ve bayilerin mobil uygulama, çağrı hatları ve çevrim içi platformlarda uygulamak istedikleri fiyatları JAVSU'ya bildirebileceklerini ifade eden bayi bilgilendirme yazısının içeriğine aşağıda yer verilmektedir:

“Değerli bayilerimiz JAVSU marka ürünleri için 08 Ocak 2024 tarihi itibariyle tavsiye edilen satış fiyatları aşağıda belirtilmiş olup, bayilerimiz kendi satış fiyatlarını belirleyerek mobil uygulama, çevrimiçi platform ve çağrı hatlarında duyurabilirler.

Bilgilerinize saygı ile sunulur

(...)”

H.3.9. DAMLA Tarafından Gönderilen Cevabi Yazı

(57) Dosya kapsamında; SUDER tarafından toplulaştırılan ve Kurum kayıtlarına 03.04.2024 tarihinde intikal eden bilgi ve belgelerde DAMLA tarafından özetle;

- DAMLA'nın dağıtım sisteminde satışların büyük çoğunluğunun sırasıyla ana bayilere ve nihai tüketicilere satış yapan bayiler üzerinden bir satış zinciri dâhilinde gerçekleştirildiği ve satılan ürünlerin fiyatlarının bayiler tarafından belirlendiği, DAMLA'nın istisnai olarak kurumsal işyerlerine doğrudan satış yapabildiği, ancak bu durumda teslimatı gerçekleştiren bayiden yalnızca nakliye hizmeti alındığı,
- DAMLA'nın herhangi bir mobil uygulamasının mevcut olmadığı, damacana su ürünlerinin satışına yönelik olarak sadece çağrı merkezinin bulunduğu, çağrı merkezinden sipariş verecek müşterilerin telefondan tuşlama veya çağrı merkezi yetkilisi ile görüşmeleri sonucunda alınan siparişlerin Veribase programı ile müşterinin bölgesindeki bayiye yönlendirildiği, bayilerin kendi kullanıcı adları ve şifreleriyle Veribase programına giriş yaparak bu sipariş kanalında tanımlanacak fiyatları sisteme girebildikleri, çağrı merkezi yetkilisinin de müşteriler ile bu fiyatları paylaştığı,
- DAMLA'nın yukarıda yer verilen mevcut satış sisteminde bayilerin, satışını yaptıkları ürünlerin fiyatlarını kendilerinin belirlediği ve bu kapsamda DAMLA'nın 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine uygun olarak bayilerin yeniden satış fiyatının tespitine yönelik herhangi bir uygulamasının olmadığı

ifade edilmiştir.

H.3.10. ATASU Tarafından Gönderilen Cevabi Yazı

(58) ATASU tarafından rekabetçi endişelerin ortadan kaldırılması amacıyla yapılan çalışmalara ilişkin olarak 22.05.2024 tarihinde gönderilen cevabi yazıda özetle;

- ATASU'nun satış ve pazarlama ekibine, distribütörlerine ve bayilerine Kurumda yapılan görüşmede aktarılan hususlar hakkında bilgi verildiği ve
- ATASU'nun mevcut sipariş sisteminde tanımlanan fiyatların bayilerin ATASU'ya e-posta ile bildirerek uygulanmasını istedikleri fiyatlar olduğu, ATASU'nun bayilerin satış fiyatlarına müdahalesinin bulunmadığı

ifade edilmiştir.

(59) Ayrıca 07.06.2024 tarihinde ATASU tarafından bayilere bir bilgilendirme yazısı gönderilmiş olup ilgili yazının bir örneğine aşağıda yer verilmektedir:

“Şirketimiz ve Rekabet Kurumunun yapmış olduğu görüşmelere istinaden:

I. 4054 sayılı Kanun kapsamında rekabetçi endişe doğurmayacak şekilde faaliyet gösterebilmek adına Rekabet Kurumu'nun 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin ve Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz'un göz önünde bulundurulması hususunda ivedilikle şirket bünyesinde tüm ilgili departman ve personelin anılan dokümanları okuması, incelemesi ve kendi departmanı dahilinde gerekli aksiyonları alarak iyileştirmeler yapması hususunda görevlendirmeler yapılmıştır.

II. Ambalajlı su sektöründe üretici/tedarikçi olarak faaliyet gösteren teşebbüslerin mobil uygulaması, çağrı hattı ve çevrimiçi satış kanalları üzerinden bayilere aktarılan siparişlerde, bayilerin yeniden satış fiyatının belirlemesine yönelik endişelerin giderilmesi sebebiyle yapılan çalışmalar kapsamında;

“Rekabet Kanunlarına uyulması ve Üretici-Distribütör ve bayi satış süreçlerinde fiyatlara müdahil olunmaması, distribütör ve bayilerin fiyat politikasını azami satış fiyatları çerçevesinde serbestçe belirlemesi gerekliliğini” tebliğten bilgilerinize sunarız.”

H.3.11. AROMA Tarafından Gönderilen Cevabi Yazı

(60) Dosya kapsamında; AROMA tarafından rekabetçi endişeleri ortadan kaldırmak amacıyla yapılan çalışmalara ve atılması planlanan adımlara ilişkin olarak 01.04.2024 tarihinde gönderilen cevabi yazıda özetle;

- AROMA ile yapılan görüşmede belirtilen rekabetçi endişelere konu oluşturan mobil uygulama, çağrı hattı ve çevrim içi satış kanallarından yapılan satışların sadece Bursa'da ROTA isimli distribütör üzerinden gerçekleştirildiği, Kurumda yapılan görüşmede belirtildiği gibi AROMA'nın alt bayilerle hiçbir şekilde muhatap olmadığı, alt bayilerin fiyat belirleme ve diğer satış süreçlerinde AROMA'nın yer almadığı, AROMA'nın ürünlerini ROTA'ya faturalı olarak sattığı, ROTA'nın da aynı şekilde faturalı olarak alt bayilere ürün satışı gerçekleştirdiği ve ürünlerin nihai satış bedellerinin alt bayiler tarafından belirlendiği,
- AROMA'nın mevzubahis endişelerin giderilmesi adına ROTA ile akdetmiş olduğu bayilik sözleşmesinde değişikliğe giderek sözleşmeye “Bayi alt bayilerin ürünleri belli bir fiyatın altında satmaması gibi 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanunun hükümlerine aykırı koşulları alt bayilere ürün temini için ön şart olarak

koymayacağını, alt bayiler ile yaptığı sözleşmelerinde bununla ilgili gerekli değişiklikleri yapacağını, 4054 sayılı Kanuna aykırı hükümleri kaldıracağını, alt bayiler tarafından kullanılacak dijital sipariş programının da anılan kanun hükümlerine uygun olmasını temin edeceğini kabul ve taahhüt eder.” hükmünü eklediği ve böylelikle distribütöre rekabet hukukuna uyma şartı getirdiği,

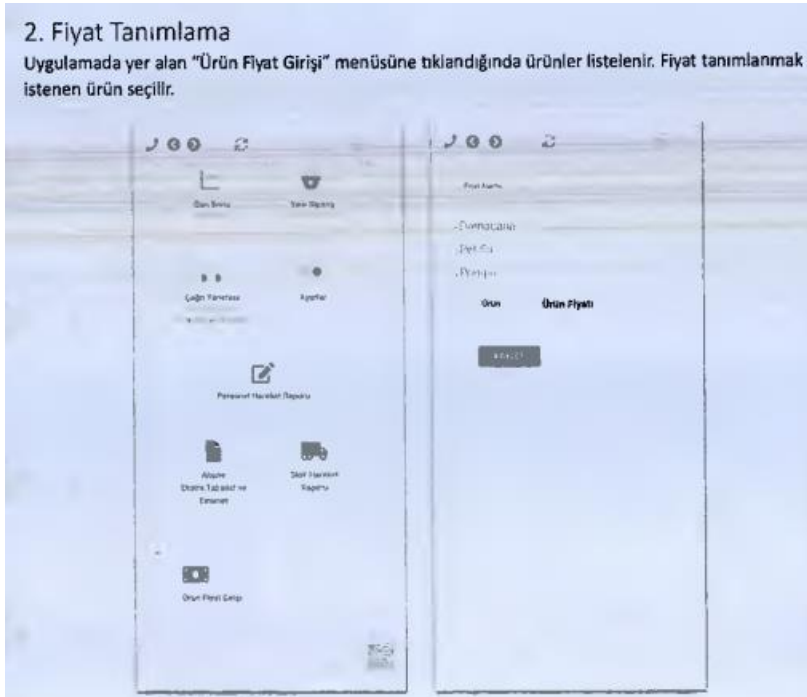
- ROTA'nın da alt bayileri ile akdettiği sözleşmelerinde tadilat yaparak sözleşmeye “*şirket bayinin ürünleri belli bir fiyatın altında satmaması gibi 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanunun hükümlerine aykırı koşulları bayiye ürün temini için ön şart olarak koymayacağını, bayi tarafından kullanılacak dijital sipariş takip programının da anılan kanun hükümlerine uygun olmasını temin edeceğini kabul ve taahhüt eder*” hükmünü eklediği, dolayısıyla alt bayilerin ürünlerin fiyatlarını belirlerken ROTA'nın yönlendirmesine maruz kalmayacaklarının temin edildiği,
- ROTA'nın alt bayileri tarafından kullanılan mobil uygulamada rekabetçi endişeleri gidermek üzere değişiklik yapılmasının AROMA tarafından talep edildiği, ROTA'nın ilgili değişiklikleri yaparak bunu AROMA'ya belgelediği ve ayrıca ROTA'nın yapılan değişikliklerle ilgili olarak alt bayilere eğitimler verdiği,
- AROMA'nın rekabetçi endişeleri giderebilmek adına yukarıda belirtilen çalışmaları gerçekleştirdiği, AROMA'nın nihai tüketicilere satış kanalında yer almadığı ve esasen bu konudaki hukuki sorumluluğun distribütörde olduğu, yine de Kurum nezdinde başkaca endişelerin ve değişiklik taleplerinin olması hâlinde AROMA'nın bunların da yerine getirilmesi için gerekli gayreti göstereceği

ifade edilmiş ve cevabi yazının ekinde AROMA'nın ROTA ile akdettiği distribütörlük sözleşmesine, ROTA'nın alt bayileri ile imzaladığı bayilik sözleşmelerine ve bu sözleşmeleri tadil ettiği ek sözleşmelere, ROTA'nın mobil uygulamadaki değişiklikleri içeren eğitim dokümanına ve bayilere verilen eğitimlerin imzalı katılım formlarına yer verilmiştir. Sistemin hâlihazırdaki durumunu gösteren ekran görüntüleri aşağıda yer almaktadır:

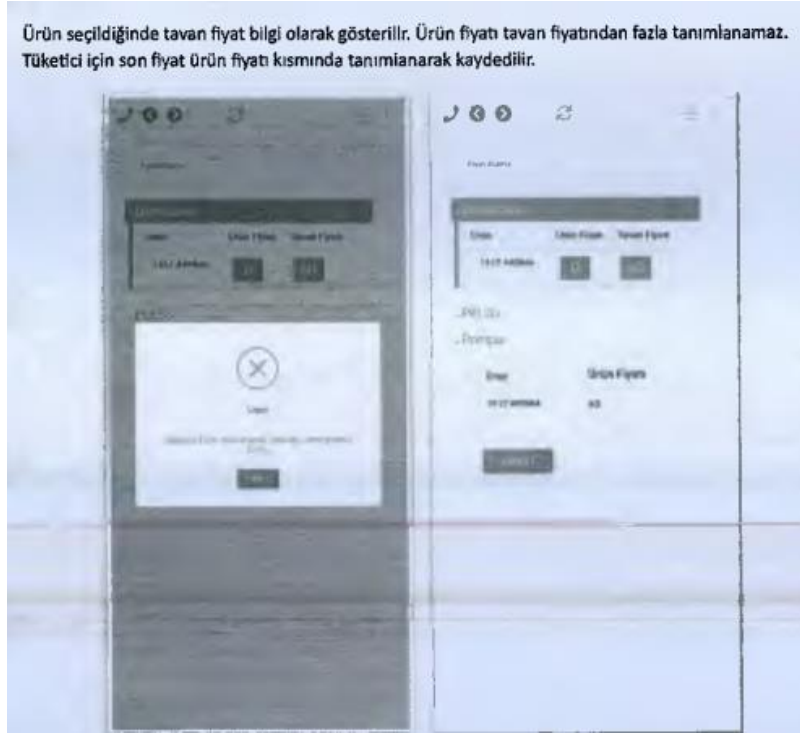
Ekran Görüntüsü 8 – AROMA'nın Sisteminden Örnek Ekran Görüntüsü



Ekran Görüntüsü 9 – AROMA'nın Sisteminden Örnek Ekran Görüntüsü



Ekran Görüntüsü 10 - AROMA'nın Sisteminden Örnek Ekran Görüntüsü



H.3.12. SUDER Aracılığıyla Gönderilen Cevabi Yazılar

(61) Dosya kapsamında; doğrudan görüşme yapılma imkânı bulunamayan ambalajlı su üreticisi/tedarikçisi olan teşebbüsler tarafından gönderilen ve SUDER tarafından toplulaştırılarak Kurum kayıtlarına 03.04.2024 tarihinde intikal ettirilen bilgiler ve belgeler kapsamında özetle;

- Aqua Ana Meşrubat AŞ (GÜMÜŞ SU) tarafından; bayilerin kendi nihai satış fiyatlarını belirleyebilecekleri yönünde bilgilendirildiği ve bayinin belirlemek istediği satış fiyatlarını GÜMÜŞ SU çağrı merkezine bildirerek bu fiyatların sipariş kanallarına yansıtılmasını talep etmesi durumunda ilgili fiyatların çağrı merkezi tarafından bütün sipariş kanallarına yansıtıldığı,
- Ceylan İşletme ve Yatırım AŞ (CEYSU) tarafından; CEYSU'nun hâlihazırda bir sanal satış kanalının bulunmadığı, bayilerle yapılan anlaşmalarda fiyat konusunda bir yönlendirilme yapılmadığı,
- İsdaş İçme Suyu Dağ. San. Tic. AŞ (DAĞDELEN) tarafından; DAĞDELEN'in bir mobil satış uygulamasının bulunmadığı, bayilere gelen siparişlerin çoğunun müşterilerin bayiye telefon ile araması suretiyle verildiği, siparişlerin bir kısmının DAĞDELEN'in çağrı merkezi üzerinden bayilere yönlendirildiği, bayilerin kendileri tarafından belirlenen fiyatları çağrı merkezine bildirmeleri sonucunda söz konusu fiyatların kayıt altına alındığı, çağrı merkezini arayan müşterilere kendi bölgelerine en yakın olan bayinin kayıt altına alınmış fiyatının bildirildiği,
- Farmasu Doğal Kaynak Suları Ltd Şti (KARDAĞ) tarafından; KARDAĞ'ın mobil satış uygulamasının ve tüketicilere doğrudan satışının bulunmadığı, satışları bayilerin yaptığı ve fiyatları bayilerin belirlediği,
- Taşdelen Su ve İçecek Sanayi Ticaret AŞ (TAŞDELEN) tarafından; TAŞDELEN'in 4054 sayılı Kanun ile uyumlu olacak şekilde alıcıların kendi satış fiyatlarını belirleyebilmeleri ve rekabetçi ortamın tesisi konusunda gerekli

çalışmaları gerçekleştirildiği, bayilere belirtilen konularda eğitim verilmesi sürecinin devam ettiği ve eğitimlerin ay sonuna kadar⁸ tamamlanmasının hedeflendiği,

- Uludağ İçecek Türk AŞ (ULUDAĞ) tarafından; herhangi bir çevrim içi platformda ULUDAĞ'ın ürün satması durumunda fiyatları ULUDAĞ'ın belirlediği, bayilerin veya distribütörlerin ürün sattığı hâllerde ise fiyatların bayiler veya distribütörler tarafından belirlendiği, ULUDAĞ'ın fiziki kanallarda fiyatlara müdahale etmediği gibi dijital platformlarda satış yapan yeniden satıcılarının fiyatlarına da müdahale etmediği

ifade edilmiştir.

H.4. Değerlendirme

- (62) Önaraştırma döneminde yapılan yerinde incelemeler ve elde edilen bilgiler neticesinde ambalajlı su üreticisi/tedarikçisi olarak faaliyet gösteren teşebbüslerin mobil sipariş uygulamalarından, çevrim içi satış platformlarından ve çağrı merkezlerinden alınan siparişlerde kullandıkları sistemin yapısı gereği nihai tüketiciye ürünü doğrudan ulaştıran bayilerin yeniden satış fiyatlarının belirlenmesine yol açabileceğine dair çeşitli şüpheler oluşmuştur. Bu kapsamda önaraştırma sürecinde yerinde inceleme gerçekleştirilen teşebbüslerin İstanbul'da, Ankara'da ve İzmir'de faaliyet gösteren bazı bayileriyle görüşmeler gerçekleştirilmiş, mevcut sipariş sistemlerinin bayi tarafında nasıl işlediği ve belirtilen sipariş kanallarından sipariş veren müşterilere bildirilen fiyatların bayi tarafından belirlenip belirlenmediği sorulmuştur. Ayrıca ilgili teşebbüslerden mevzu bahis sipariş kanallarının işleyiş biçimi ile ilgili bilgi ve belge taleplerinde bulunulmuştur. İlgili çalışmalar sonucunda, Kurulun 21.09.2023 tarihli toplantısında söz konusu sipariş kanallarında oluşan rekabetçi endişelere yönelik sürecin ek çalışma kapsamında yürütülmesine 23-45/850-Mİ sayı ile karar verilmiştir.
- (63) Ek çalışma kapsamında, ambalajlı su üretimi pazarının yaklaşık %60'ını oluşturan toplam 11 adet ambalajlı su üreticisi/tedarikçisi ile gerçekleştirilen görüşmelerde; teşebbüslere mobil sipariş uygulamaları, çevrim içi satış platformları ve çağrı hatları üzerinden yapılan satışlarda, ürünlerin teslimatını bağımsız teşebbüsler olarak bayilerin gerçekleştirilmesi durumunda, sipariş sistemlerinin yapısı gereği ürünlerin yeniden satış fiyatlarının ambalajlı su üreticileri/tedarikçileri tarafından belirlenmesine durumunda söz konusu olabilecek olası rekabet sorunları hakkında bilgi verilmiştir. Ayrıca görüşme yapılan teşebbüslerin ilgili sipariş kanallarındaki iş yapış biçimlerine yönelik bilgi edinilmiş ve muhtemel rekabetçi endişelerin giderilmemesi durumunda Kurulun ilgili endişeleri daha detaylı incelemek üzere soruşturma açabileceği bildirilerek teşebbüslerden ilgili endişeleri ortadan kaldıracak çalışmalar yapmaları ve bu çalışmaların sonuçlarını 01.04.2024 tarihine kadar Kurum ile paylaşmaları istenmiştir. Ayrıca doğrudan görüşme yapılamayan teşebbüslere ulaşabilmek adına Kurum merkez binasında SUDER yetkilileri ile de görüşülmüş, SUDER aracılığıyla gönderilebilecek bir yazı ile diğer teşebbüslerin de bu kapsamda bilgilendirilmeleri planlanmıştır.
- (64) Dosya kapsamında görüşme gerçekleştirilen ambalajlı su üreticisi/tedarikçisi teşebbüslere doğrudan ve görüşme gerçekleştirilemeyen teşebbüslere de SUDER aracılığı ile mevzu bahis sipariş kanallarında bayilerin yeniden satış fiyatlarının üreticilerce/tedarikçilerce belirlenmesine yol açabilecek uygulamaların olması hâlinde bayilerin; tedarikçilerin herhangi bir onayına tabi olmadan kendi nihai satış fiyatlarını

⁸ SUDER tarafından gönderilen cevabi yazıda ekran görüntüsü olarak iletilen ve TAŞDELEN'in beyanlarına esas oluşturan e-posta iletilisinin gönderim tarihi 04.03.2024'tür.

doğrudan belirlemelerine olanak sağlayacak bir sistemin kurulması, bayilerin kurulan sistemin işleyişi hakkında eğitilmeleri ve bayilerin 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği kapsamında kendi nihai satış fiyatlarını belirlemede serbest oldukları hakkında bilgilendirilmeleri gerektiği bildirilmiştir. Bu hususlarda yapılacak çalışmaların tamamlanması ve sonucunda Kurumun bilgilendirilmesi için 01.04.2024 tarihine kadar süre tanınmıştır. Teşebbüsler doğrudan veya SUDER aracılığı ile yaptıkları çalışmaları içeren cevabi yazıları Kurum kayıtlarına intikal ettirmiştir.

(65) Ambalajlı su üreticisi/tedarikçileri ile yapılan görüşmeler ve söz konusu üreticilerden/tedarikçilerden gelen cevabi yazılar kapsamında teşebbüslerin ilgili sipariş kanallarındaki çalışma sistemleri ve yaptıkları çalışmalar, her bir teşebbüs bazında ayrı ayrı aşağıda özetle aktarılmaktadır:

- ERİKLİ'nin ilgili sipariş kanallarında (.....) isimli bir yazılım ile sipariş sistemini yönettiği, bu sistemin çalışma biçiminde bayilerin satış yapabilmek için satışını gerçekleştirdikleri ürünlerin fiyatlarını ayrı ayrı sisteme girmelerinin gerektiği, sistemde ERİKLİ'nin yalnızca azami satış fiyatlarını tanımladığı ve bayilerin sisteme bu fiyatlardan daha yüksek seviyede bir fiyat giremedikleri, bayilerin uygulamak istedikleri fiyatları sistemde tanımladıklarında bu fiyatların ilgili sipariş kanallarına ERİKLİ'nin onayına tabi olmaksızın yansıdığı tespit edilmiştir. ERİKLİ ile yapılan görüşme sonrasında teşebbüsün, bayilerini azami satış fiyatlarının altında kalacak şekilde istedikleri fiyatı belirleyebilecekleri hususunda bilgilendirdiği ve satış sistemini buna göre kurguladığı görülmüştür.
- SAKA tarafından Kurum merkezinde yapılan görüşme sırasında; ilgili sipariş kanallarında yer alan fiyatların bayiler tarafından doğrudan belirlenmediği, bayilerin talepleri üzerine fiyatları sistemde SAKA'nın güncellediği, SAKA'nın belirlediği azami satış fiyatlarının altında kaldığı sürece bayilerin fiyat değişim taleplerinin kabul edildiği, sistemdeki fiyatların bayilerin talebi olmadığı sürece değiştirilmediği ifade edilmiştir. Teşebbüsün yaptığı çalışmalar sonucunda Kurum kayıtlarına intikal ettirdiği ilk bilgilendirme yazısında bayilerin fiyatlarını doğrudan girebilecekleri bir sistem projesinin yapım aşamasının devam ettiği, teknik sürecin birden fazla aşama içermesi nedeniyle projenin henüz tamamlanamadığı, proje bitimi sonrasında bayilerin yeni sistem hakkında bilgilendirileceği belirtilmiştir.

Diğer yandan teşebbüslerin dosya kapsamındaki rekabetçi endişeleri ortadan kaldıracak çalışmaları tamamlamaları için belirlenen 01.04.2024 tarihi itibarıyla SAKA'nın ilgili çalışmaları tamamlayamaması üzerine, 24.05.2024 tarihinde teşebbüs tarafından gönderilen bir başka bilgilendirme yazısında; önceki bilgilendirme yazısında belirtilen yeni sistemin kurulmasının üçüncü taraf bir yazılım şirketine bağlı olması nedeniyle istenilen değişikliklerin kısa sürede gerçekleştirilemediği, bunun üzerine mevcut sistemlerinde güncelleme yapıldığı ve bayilerin artık sisteme kendilerinin belirledikleri satış fiyatlarını girebildikleri ve bu fiyatların anlık olarak sisteme yansıdığı, SAKA tarafından belirlenen tavsiye satış fiyatlarının sistemde bayilere görünür olduğu, bayilerin kendi satış fiyatlarını sisteme tanımlamamaları durumunda tavsiye satış fiyatlarının geçerli olacağı, planlanan yeni sistemin tasarlanması ve kurulumu sürecinin ise ilgili mevcut sistem değişikliğinden bağımsız olarak devam edeceği ifade edilmiştir.

- ABANT ile yapılan görüşmede, ABANT'ın mobil sipariş uygulamasında teşebbüsün belirlediği tavsiye satış fiyatlarının aktif olduğu, çağrı merkezinden verilen siparişlerde tüketiciye bu fiyatların bildirildiği ve çevrim içi satış

platformlarında bu fiyatların görüntülediği; ilgili fiyatı kabul etmeyen bayilerin mobil uygulama ve çevrim içi platformlar üzerinden sipariş almadığı ve çağrı merkezini arayan müşterilerin fiyat belirtilmeden doğrudan bu bayilerin telefonlarına yönlendirildiği belirtilmiştir. ABANT'a söz konusu sistemin yaratabileceği rekabetçi endişelerin iletilmesinden sonra, ABANT tarafından gönderilen bilgilendirme yazılarında ise bayilerin serbestçe belirledikleri fiyatları doğrudan tanımlayabilecekleri bir sistem geliştirme projesinin yapım sürecinin devam etmekte olduğu, projenin büyük ölçüde tamamlandığı ve 24.07.2024 tarihinde yeni sistemin etkinleştirilmesinin planlandığı ifade edilmiştir.

- ASSU ile yapılan görüşmede, ASSU'nun hâlihazırda herhangi bir mobil sipariş uygulamasının veya çevrim içi satış platformları ile doğrudan sözleşmesinin bulunmadığı, çağrı merkezini arayan müşterilerin fiyat belirtilmeden bayilere yönlendirildiği; gelecekte bir mobil sipariş uygulaması kurulması ve/veya çevrim içi satış platformlarında satış yapılması hâlinde bildirilen rekabetçi endişeleri dikkate alacağı ifade edilmiştir.
- PINAR ile yapılan görüşmede, PINAR'ın mobil uygulamasında ve sözleşme akdettiği çevrim içi satış platformlarında teşebbüs tarafından belirlenen azami satış fiyatlarının görüldüğü ve çağrı merkezini arayan müşterilere bu fiyatların belirtildiği, bayilerin fiyatları değiştirmek istemeleri hâlinde PINAR'a taleplerini ilettikleri ve sistemdeki fiyatların PINAR tarafından güncellendiği ifade edilmiştir. Görüşme sonrasında PINAR tarafından gönderilen ve rekabetçi endişeleri gidermek amacıyla yapılan çalışmaları içeren bilgilendirme yazısında; bayilerin satış fiyatlarını, azami satış fiyatlarını aşmayacak şekilde kendilerinin girebileceği bir sistemin geliştirilerek uygulamaya geçirildiği ve bayilere bu hususta eğitim verildiği belirtilmiştir.
- SIRMAGRUP ile yapılan görüşmede; mobil uygulama ve çevrim içi satış platformlarında görüntülenen ve çağrı merkezinde bildirilen ilk fiyatların SIRMAGRUP tarafından belirlendiği, ilgili fiyatların bayilerin değişiklik talepleri üzerine her bir sipariş kanalı bazında SIRMAGRUP tarafından güncellenebildiği ifade edilmiştir. Görüşme sonrasında SIRMAGRUP'un gönderdiği ve rekabetçi endişeleri gidermek amacıyla yapılan çalışmaları içeren bilgilendirme yazısında; teşebbüsün hâlihazırda kullandığı (.....) isimli sistemin güncellendiği, bayilerin sistem üzerindeki fiyatları uygulama arayüzünde yer alan butonlarla 50 kuruş artırarak/azaltarak değiştirebildikleri, bayilerin bu şekilde değiştirdikleri fiyatların SIRMAGRUP'un onayı olmadan doğrudan sisteme yansıtıldığı, bayilere bu hususta gerekli eğitimlerin verildiği, hâlihazırda sistemde azami bir satış fiyatı uygulamasının olmadığı, ancak gelecekte bu uygulamaya geçilmesinin planlandığı belirtilmiştir.
- HAMİDİYE ile yapılan görüşmede; mobil uygulamanın yalnızca İstanbul'da kullanıldığı, bu uygulamada HAMİDİYE'nin belirlediği tavsiye satış fiyatlarının görüntülediği ve çağrı merkezini arayan müşterilere de bu fiyatların bildirildiği, ilgili fiyatların bayiler tarafından güncellenemediği, HAMİDİYE'nin çevrim içi satış platformları ile herhangi bir sözleşmesinin bulunmadığı ifade edilmiştir. Görüşme sonrasında HAMİDİYE'nin gönderdiği cevabi yazıda; bayilerin HAMİDİYE'nin belirlediği azami satış fiyatlarını aşmayacak şekilde kendi fiyatlarını doğrudan girebilecekleri bir sistemin kurulduğu ve bayilerin bu hususta bilgilendirildiği belirtilmiştir.

- JAVSU ile yapılan görüşmede; teşebbüsün yalnızca çağrı hattı, internet sitesi ve e-posta yolu ile sipariş aldığı, bu siparişlerde sadece kapıda ödeme seçeneğinin bulunduğu, ilgili sipariş kanallarında bildirilen fiyatların bayiler için bağlayıcı olmadığı ve kapıda ödeme esnasında bayilerce farklı fiyatların belirlenerek müşteriye bildirilebildiği ifade edilmiş ve gelecek dönemde mobil uygulama üzerinden satış yapılması halinde mobil uygulamanın bayilerin kendi satış fiyatlarını girmesine imkân verecek şekilde tasarlanacağı ifade edilmiştir. JAVSU'nun görüşme sonrasında yapılan çalışmalara yönelik gönderdiği cevabi yazıda; internet sitesinde görüntülenen fiyatlara tavsiye satış fiyatı ibaresinin eklendiği, çağrı hattı üzerinden bildirilen fiyatların tavsiye satış fiyatı olduğu bilgisinin müşterilere verilmeye başlandığı ve bayilerin bu hususlarda bilgilendirildiği belirtilmiştir.
- ATASU ile yapılan görüşmede; mobil uygulamada ve çağrı hattında bildirilen fiyatları ATASU ile bayilerin birlikte belirlediği ve fiyatların sisteme ATASU tarafından tanımlandığı ifade edilmiştir. Görüşme sonrasında ATASU'nun gönderdiği cevabi yazıda teşebbüs çalışanlarının rekabet mevzuatı hakkında bilgilendirildiği, bu hususta gerekli aksiyonları alarak iyileştirmelerin yapılması için teşebbüs içi görevlendirmelerin yapıldığı ve ATASU bayilerinin rekabet mevzuatına uyum ile azami satış fiyatları çerçevesinde fiyatları serbestçe belirleyebilecekleri konusunda bilgilendirildiği ifade edilmiştir.
- DAMLA ile yapılan görüşmede ve akabinde DAMLA tarafından gönderilen cevabi yazıda; DAMLA tarafından kullanılan herhangi bir mobil uygulamanın bulunmadığı, çağrı merkezini arayan müşterilere bildirilen fiyatların Veribase adlı sisteme bayiler tarafından doğrudan girilen fiyatlar olduğu, çevrim içi platformlardan gelen siparişlere ise doğrudan DAMLA tarafından satış yapıldığı ifade edilmiştir.
- AROMA ile yapılan görüşmede; AROMA'nın mobil uygulamasının ve çağrı merkezinin yalnızca Bursa'da aktif olduğu, bu satış kanallarının teknik altyapısının AROMA'nın distribütörü olan ROTA tarafından yönetildiği ve altyapıya AROMA'nın erişiminin olmadığı, ancak sistemin rekabetçi endişeleri ortadan kaldıracak şekilde yeniden yapılandırılması için ROTA'nın bilgilendirileceği ifade edilmiştir. Görüşme sonrasında AROMA tarafından gönderilen cevabi yazıda AROMA ile ROTA arasındaki distribütörlük sözleşmesine ilgili sipariş kanallarının yönetildiği sistemin 4054 sayılı Kanun'a aykırı olamayacağı doğrultusunda bir hüküm eklendiği, ROTA'nın da bayilerle akdettiği sözleşmelere benzer bir hükmü yansıttığı, ROTA'nın bayilerin satış fiyatlarını doğrudan girebilecekleri bir sistem kurduğu ve bu hususta bayilerine eğitim verdiği ifade edilmiştir.
- Doğrudan görüşme imkanı bulunamayıp SUDER aracılığı ile bilgilendirilen teşebbüslerin kendilerine verilen süre içinde aldıkları önlemlere ilişkin bilgilendirme yazıları SUDER tarafından toplulaştırılarak Kurum kayıtlarına intikal ettirilmiştir. Mevzubahis yazılar incelendiğinde, diğer ambalajlı su üreticisi/tedarikçisi teşebbüslerin çoğunun bir mobil satış uygulamasının bulunmadığı veya çevrim içi satış platformları ile sözleşmelerinin olmadığı ifade edilmiştir. Bu sisteme sahip olan teşebbüslerin ise gerekli çalışmaları gerçekleştirerek bayilerini bilgilendirdiği, diğer teşebbüslerin de gelecekte bu satış/sipariş kanallarını kurmaları durumunda dikkate alacakları rekabetçi endişeler hakkında bilgilendirildiği belirtilmiştir.

- (66) Dolayısıyla dosya kapsamında doğrudan görüşme gerçekleştirilmiş olan AROMA, HAMİDİYE, PINAR, SAKA, SIRMAGRUP, JAVSU, ABANT ve ATASU tarafından, Önaraştırma Raporu'nda tespit edilen 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlali şüphesini gündeme getiren uygulamalara yönelik gerekli değişikliklerin yapıldığı ve/veya bu değişikliklerin yapılma sürecinde olduğu; ASSU, ERİKLİ, DAMLA'nın uygulamalarının ise mevcut durumda rekabetçi endişe oluşturmadığı anlaşılmaktadır. Bu çerçevede ayrıca, SUDER aracılığıyla iletişime geçilen, küçük ölçekli ambalajlı su üreticisi/tedarikçisi teşebbüslerin de doğrudan veya dolaylı olarak 21.09.2023 tarihli ve 23-45/850-Mİ sayılı Kurul kararında öngörülen rekabetçi endişeler hakkında bilgilendirildiği ve incelenen sipariş kanallarının hâlihazırda bir kısmını veya tamamını kullanmayan teşebbüslerin, gelecekte ilgili kanallardan satış yapmaları hâlinde, sistemlerinin bayilerin yeniden satış fiyatlarını serbestçe belirleyebilecekleri şekilde kurgulanması gerektiği hususunda önemli bir farkındalık oluşturulduğu kanaatine varılmıştır.

I. SONUÇ

- (67) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre, 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca, ambalajlı su sektöründe üretici/tedarikçi olarak faaliyet gösteren teşebbüsler hakkında soruşturma açılmamasına, gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 60 gün içinde Ankara İdare Mahkemelerinde yargı yolu açık olmak üzere OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.