

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2009-4-140 (Soruşturma)
Karar Sayısı : 11-24/464-139
Karar Tarihi : 18.04.2011

A- TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

10

Başkan : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI
Üyeler : Doç. Dr. Mustafa ATEŞ, İsmail Hakkı KARAKELLE, Doç. Dr. Cevdet İlhan GÜNAY, Murat ÇETİNKAYA, Reşit GÜRPINAR

B- RAPORTÖRLER : Orçun SENYÜCEL, Muhammed GÜNDOĞDU,
Burcu CAN, Zeynep ŞENGÖREN

C- ŞİKAYETÇİ : Re'sen

20

D. HAKKINDA SORUŞTURMA YAPILAN TARAFLAR:

1. ALJ Otomotiv A.Ş.
Merkez Mah. Erenler Cad. No:64 Çekmeköy 34782 İstanbul
2. Anadolu Araçlar Ticaret A.Ş.
Atatürk Mahallesi Anadolu Caddesi Yanyol Sok. No:5 Şekerpınar/Kocaeli
3. Baylas Otomotiv A.Ş.
Bayraktar Holding Boyalı Köşk Sok. No:4/1 Bebek/İstanbul
4. Borusan Otomotiv İthalat ve Dağıtım A.Ş.
Firuzköy Yolu No: 21 34320 Avcılar/İstanbul
- 30 5. Çelik Motor Ticaret A.Ş.
Atatürk Mah. Anadolu Caddesi Yanyol Sok. No:5 Şekerpınar/Kocaeli
6. Doğuş Otomotiv Servis ve Tic. A.Ş.
Atatürk Mahallesi, Anadolu Caddesi, No:22, 41420 Şekerpınar/Çayırova/Kocaeli
7. Ford Otomotiv San. A.Ş.
İzmit Gölcük Yolu 14.KM. 41680 İhsaniye Gölcük/Kocaeli
8. General Motors Türkiye Ltd. Şti.
Kemal Paşa Yolu Üzeri 35860 Torbalı/İzmir
9. Honda Türkiye A.Ş.
Atatürk Mah. Turgut Özal Cad. No:123 41480 Şekerpınar - Gebze/Kocaeli
- 40 10. Hyundai Assan Otomotiv San. ve Tic. A.Ş.
Şehit Mehmet Fatih Öngül Sk. No:2 34742 Kozyatağı/İstanbul
11. İsotlar Grup A.Ş.
Ankara Asfaltı Yakacık Yanyol Üzeri İsotlar İş Merkezi No: 27 Kartal/İstanbul
12. Karsan Otomotiv Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Karsan Otomotiv Sanayi ve Tic. A.Ş. Akçalar Sanayi Bölgesi 16225 Akçalar Nilüfer/Bursa

- 50 13. MAİS Motorlu Araçlar İmal ve Satış A.Ş.
Casper Binası Çakmak Mah. Balkan Cad.No:49 Casper Plaza 34770
Ümraniye/İstanbul
14. Mazda Motor Logistics Europe N.V. Merkezi Belçika, Türkiye İstanbul Şubesi
Büyükdere Cad. No:127 Astoria A Kule Kat.7 Esentepe/Şişli/İstanbul
15. Mercedes Benz Türk A.Ş.
Tem Otoyolu Hadımköy Çıkışı, Mercedes Caddesi, 34500 Bahçeşehir/İstanbul
16. Mermerler Otomotiv Taşımacılık Turizm Tekstil İnşaat Gıda ve Pazarlama A.Ş.
Barbaros Bulvarı No: 155 34349 Beşiktaş/İstanbul
17. Nissan Otomotiv A.Ş.
Kuş Bakışı Cad. No:11 PK:46 34662 Altunizade/İstanbul
- 60 18. Otokar Otomotiv ve Savunma Sanayi A.Ş.
Aydınevler Mah. Dumlupınar Cad. No:24 A Blok 34855 Küçükyalı/İstanbul
19. Peugeot Otomotiv Pazarlama A.Ş.
Kar Plaza (18. Kat) Kayışdağı Cad. Karaman Çiftlik Yolu E Blok No:45
İçerenköy/İstanbul
20. Şahsuvaroğlu Dış Ticaret Kimyasal Ürünler Otomotiv Pazarlama San. ve Tic.
Ltd. Şti.
Aydıntepe Mah. E-5 Karayolu No:4 34949 Tuzla/İstanbul
21. Temsa Global San. ve Tic. A.Ş.
Kısıklı Cad. Şehit Teğmen İsmail Moray Sk. No:2/1 34662 Altunizade/İstanbul
- 70 22. TOFAŞ Türk Otomobil Fabrikası A.Ş.
Büyükdere Cad. No:145 Zincirlikuyu 34394 İstanbul
23. Toyota Pazarlama ve Satış A.Ş.
Cumhuriyet Mah. E-5 Yan Yol No:11 Yakacık 34876 Kartal/İstanbul

E- DOSYA KONUSU: Otomotiv pazarında faaliyet gösteren çeşitli teşebbüslerin ticari sır niteliğindeki stok, hedef ve satış stratejisine ve toplantı ve/veya kişisel iletişim yoluyla fiyat stratejisine ilişkin bilgilerin paylaşımına yönelik görüşmelerinin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine aykırılık teşkil ettiği iddiası.

- 80 **F- İDDİALARIN ÖZETİ:** Motorlu taşıtlar pazarında faaliyet gösteren yirmi üç adet teşebbüsün; özellikle Özel Tüketim Vergisi (ÖTV) indirimi ve Euro kurundaki dalgalanmalar gibi sektörün genelini etkileyen değişiklikler sonrasında çeşitli toplantılarda bir araya gelerek ve elektronik posta, telefon vb. yöntemlerle iletişim kurarak geleceğe ilişkin hedef, stok, satış adedi, fiyat ve satış stratejilerine ilişkin bilgi paylaşımı ve görüşmelerde bulunmak suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesini ihlal ettikleri şüphesi hâsıl olmuştur.

G- DOSYA EVRELERİ:

- 90 Rekabet Kurumu'na 18.03.2009 tarih ve 2015 sayı; 30.03.2009 tarih ve 2249, 2250 sayılar; 03.04.2009 tarih ve 2390 sayı, 09.04.2009 tarih ve 2587 sayı; 08.04.2009 tarih ve 2502, 2499, 2505, 2506, 2508, 2507, 2504, 2501, 2503 sayılar ve 07.04.2009 tarih ve 2448, 2449, 2450, 2446, 2447 sayılar ile intikal eden şikâyetlerde; otomobil üreticilerinin yeni binek otomobil ve hafif ticari araç satışlarındaki ÖTV indiriminden sonra arzı kısıtladıkları ve Nisan 2009 döneminde

100 yakın zamanlı olarak fiyat artışına gittikleri iddia edilmiştir. Bu bağlamda, 29.04.2009 tarih ve 09–20/405-M sayılı Kurul kararıyla şikâyete konu eylemlere ilişkin olarak önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. Şikâyetlere yönelik olarak yapılan inceleme ve değerlendirmeleri içeren 18.06.2009 tarih ve 2009-4-57/ÖA-09-SY sayılı önaraştırma raporunun ele alındığı 24.06.2009 tarih ve 09-30/637-150 sayılı Kurul kararıyla, söz konusu iddialara ilişkin olarak soruşturma açılmasına gerek olmadığına ve şikâyetlerin reddine karar verilmiştir. Bununla birlikte, aynı tarihli ve 09-30/637-M sayılı Kurul toplantısında, söz konusu önaraştırma çerçevesinde yapılan yerinde incelemeler sırasında elde edilen belge ve bulgular neticesinde; Otomotiv Distribütörleri Derneği (ODD) ve Otomotiv Sanayii Derneği (OSD) üyesi teşebbüslerin dernek çatısı altında çeşitli toplantılarda bir araya gelerek geleceğe ilişkin fiyat, üretim, satış gibi bilgi ve tahminleri paylaşmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'u ihlal edip etmediklerinin tespit edilmesine yönelik olarak adı geçen dernekler ve bu derneklere üye teşebbüsler hakkında aynı Kanun'un 40. maddesinin birinci fıkrası uyarınca önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. Konu hakkında yapılan önaraştırmaya ilişkin olarak hazırlanan 28.08.2009 tarih ve 2009-4-140/ÖA-09-OS sayılı önaraştırma raporunun görüşüldüğü Kurulun 09.09.2009 tarih ve 09-41/998-M sayılı toplantısında, motorlu taşıtlar pazarında faaliyet gösteren on dokuz adet teşebbüs hakkında aynı Kanun'un 4. maddesinin ihlal edilip edilmediğinin belirlenmesi amacıyla aynı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmıştır.

120 Kurul'un almış olduğu soruşturma kararının ardından hakkında soruşturma başlatılan taraflara soruşturma açıldığına dair bildirim 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca 17.09.2009 tarihinde yapılmış ve taraflardan 30 gün içinde birinci yazılı savunmalarını göndermeleri istenmiştir. Hakkında soruşturma yürütülen tarafların ilk yazılı savunmaları süresi içinde Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.

130 Soruşturma sürecinde yapılan yerinde incelemelerde bulunan belgelerde soruşturma açılmış olan teşebbüsler haricinde bazı teşebbüslerin de soruşturma çerçevesinde araştırılan bilgi paylaşımı faaliyetine katıldıkları anlaşıldığından 28.01.2010 tarih ve 10-10/91-M sayılı Rekabet Kurulu kararı ile dört teşebbüs daha soruşturma sürecine dahil edilmiştir. Hakkında soruşturma başlatılan taraflara soruşturma açıldığına dair bildirim 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca 04.02.2010 tarihinde yapılmış ve taraflardan 30 gün içinde birinci yazılı savunmalarını göndermeleri istenmiştir. Tarafların ilk yazılı savunmaları süresi içinde Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.

Soruşturmanın ilgili pazarda faaliyet gösteren 23 teşebbüs hakkında yürütülmesi ve kapsamlı bir incelemeyi gerektirmesi sebebiyle 18.2.2010 tarih ve 10-18/203-M sayılı Kurul kararı ile 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin birinci fıkrası uyarınca soruşturma süresinin bitiminden itibaren 6 ay uzatılması uygun görülmüştür.

140 Yürütülen soruşturma sonunda hazırlanan ve Soruşturma Heyeti'nin görüş ve tespitlerini içeren 08.09.2010 tarih ve SR/10-11 sayılı Soruşturma Raporu, aynı Kanun'un 45. maddesi uyarınca tüm Kurul üyeleri ile ilgili taraflara tebliğ edilmiş ve 30 günlük savunma süre uzatım talebi bulunan taraflara ek süre tanınmıştır. Gönderilen bildirimce cevaben tarafların ikinci yazılı savunmaları 08.10.2010-22.11.2010 tarihleri arasında Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. İkinci yazılı savunmalara ilişkin Soruşturma Heyeti görüşlerini içeren Ek Görüş, aynı Kanun'un 45. maddesi uyarınca Kurul üyeleri ile hakkında soruşturma yürütülen taraflara 14.12.2010 tarihinde tebliğ edilmiştir. Üçüncü yazılı savunmalara ilişkin savunma süre uzatım talebinde bulunan taraflara 30 günlük ek süre verilmiştir. Hakkında

11-24/464-139

150 soruşturma yürütülen tarafların üçüncü yazılı savunmaları 11.01.2011- 15.02.2011 tarihleri tarihleri arasında Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. 12.04.2011-13.04.2011 tarihlerinde taraf temsilcilerinin katılımıyla Sözlü Savunma Toplantısı yapılmış, toplantıya katılanlar iddia ve savunmalarını bir defa da sözlü olarak dile getirmiştir.

18.04.2011 tarihli Kurul toplantısında nihai karar verilmiştir.

H- RAPORTÖR GÖRÜŞÜ

Soruşturma Heyeti'nde yer alan raportörler tarafından;

160 1. Haklarında soruşturma yürütülen,

- Hyundai Assan Otomotiv Sanayi ve Ticaret A.Ş.
- Anadolu Araçlar Ticaret A.Ş.
- Mermerler Otomotiv Taşımacılık Turizm Tekstil İnşaat Gıda ve Pazarlama A.Ş.
- Çelik Motor Ticaret A.Ş.
- Şahsuvaroğlu Dış Ticaret Kimyasal Ürünler Otomotiv Pazarlama Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi
- İsoTLar Grup A.Ş.
- Ford Otomotiv Sanayi A.Ş.
- 170 - Doğu Otomotiv Servis ve Ticaret A.Ş.
- TOFAŞ Türk Otomobil Fabrikası A.Ş.
- Toyota Pazarlama ve Satış A.Ş.
- ALJ Otomotiv A.Ş.
- MAİS Motorlu Araçlar İmal ve Satış A.Ş.
- Nissan Otomotiv A.Ş.
- Mercedes Benz Türk A.Ş.
- Baylas Otomotiv A.Ş.
- Mazda Motor Logistics Europe N.V.
- Borusan Otomotiv İthalat ve Dağıtım A.Ş.
- 180 - Temsa Global Sanayi ve Ticaret A.Ş.
- Peugeot Otomotiv Pazarlama A.Ş.

unvanlı teşebbüslerin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal eder nitelikte eylemlerde buldukları ve söz konusu teşebbüslere aynı Kanun'un 16. maddesi çerçevesinde idari para ceza verilmesi gerektiği,

2- Ancak haklarında soruşturma yürütülen

- Otokar Otomotiv ve Savunma Sanayi A.Ş.
- 190 - Honda Türkiye A.Ş.
- Karsan Otomotiv Sanayi ve Ticaret A.Ş.
- General Motors Türkiye Ltd. Şti.

unvanlı teşebbüslerin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal etmedikleri,

3- Bununla birlikte,

- Honda Türkiye A.Ş.
- Karsan Otomotiv Sanayi ve Ticaret A.Ş.

11-24/464-139

200 - General Motors Türkiye Ltd. Şti.
unvanlı teşebbüslerin hedef, stok ve satış stratejisine yönelik bilgilerini rakipleriyle paylaşmamaları yönünde uyarılmaları gerektiği,
kanaat ve sonucuna varılmıştır.

I- İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. Hakkında Soruşturma Yürütülen Teşebbüsler

210 I.1.1 ALJ Otomotiv A.Ş. (ALJ)

Daihatsu marka araçların Türkiye'deki dağıtımını gerçekleştiren ALJ'nin ortaklık yapısına aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 1: ALJ Hissedarlık Yapısı

Hissedar Unvanı	Hisse Oranı (%)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
Toplam	100

Şirketin yönetim kurulu, yönetim kurulu başkanı (...), yönetim kurulu Başkan Vekili (...) ve yönetim kurulu üyesi (...)’den oluşmaktadır.

220 I.1.2 Anadolu Araçlar Ticaret A.Ş. (Anadolu Araçlar)

Anadolu Araçlar, 2008 yılında Geely markasının distribütörlüğünü yapmak üzere Anadolu Grubu tarafından kurulmuştur. Şirketin ortaklık yapısı ve yönetim kurulu üyeleri aşağıda gösterilmektedir:

Tablo 2: Anadolu Araçlar Hissedarlık Yapısı

Hissedar Unvanı	Hisse Oranı (%)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
Toplam	100

Tablo 3: Anadolu Araçlar Yönetim Kurulu

Adı-Soyadı	Görevi
(...)	Başkan
(...)	Başkan Vekili
(...)	Üye
(...)	Üye
(...)	Üye
(...)	Üye
(...)	Üye
(...)	Üye

I.1.3 Baylas Otomotiv A.Ş. (Baylas)

Baylas; 1995 yılından bu yana Citroën markasına ait binek ve ticari otomobillerin Türkiye distribütörlüğü faaliyetini yürütmektedir. Şirketin ortaklık yapısı ve yönetim kurulunun oluşumu şu şekildedir:

Tablo 4: Baylas Ortaklık Yapısı

Hissedar Unvanı	Hisse Oranı (%)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
Toplam	100

240

Tablo 5: Baylas Yönetim Kurulu

Adı-Soyadı	
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)

I.1.4 Borusan Otomotiv İthalat ve Dağıtım A.Ş. (Borusan)

Borusan; BMW, MINI ve Land Rover distribütörü olarak lüks otomobil segmentinde faaliyet göstermektedir. Şirketin hissedarlık yapısı ve yönetim kurulunun şekillenmesi aşağıdaki gibidir.

Tablo 6: Borusan Ortaklık Yapısı

Hissedar Unvanı	Hisse Oranı (%)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
Toplam	100

250

Tablo 7: Borusan Yönetim Kurulu

Ad-Soyadı	Görevi
(...)	Yönetim Kurulu Başkanı
(...)	Yönetim Kurulu Başkan Vekili
(...)	Yönetim Kurulu Murahhas Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi

I.1.5 Çelik Motor Ticaret A.Ş. (Çelik Motor)

Anadolu Grubu'nun ilk şirketlerinden biri olan Çelik Motor, 1986 yılında Vaz-Lada firması ile imzaladığı distribütörlük anlaşması ile Lada marka araçların dağıtımını yapmaktadır. Şirket, 2001 yılından itibaren ise Kia marka binek araç ve hafif ticari araç modellerinin Türkiye distribütörlüğü faaliyetini gerçekleştirmektedir. Şirketin hissedarlık yapısı ve yönetim kurulunun oluşumu aşağıda gösterildiği gibidir:

260

Tablo 8: Çelik Motor Ortaklık Yapısı

Hissedar Unvanı	Hisse Oranı (%)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
Toplam	100

Tablo 9: Çelik Motor Yönetim Kurulu

Ad-Soyadı	Görevi
(...)	Yönetim Kurulu Başkanı
(...)	Yönetim Kurulu Başkan Vekili
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi

I.1.6 Doğu Otomotiv Servis ve Tic. A.Ş. (Doğu Oto)

Doğu Oto, 1994 yılında yaptığı distribütörlük anlaşması sonucunda Volkswagen marka binek ve ticari araçları Türkiye pazarına sunmaktadır. Bunun dışında şirket, Audi, Porsche, Bentley, Lamborghini, Bugatti, SEAT, Skoda, Scania, Krone ve Meiller markalarının 80'e yakın modelini de Türkiye otomotiv pazarına dağıtmaktadır. Şirketin ortaklık yapısı ve yönetim kurulunun şekillenmesi aşağıda gösterilmiştir:

270

Tablo 10: Doğu Oto Hissedarlık Yapısı

Hissedar Unvanı	Hisse Oranı (%)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
Toplam	100

Tablo 11: Doğuş Oto Yönetim Kurulu

Ad-Soyadı	Görevi
(...)	Yönetim Kurulu Başkanı
(...)	Yönetim Kurulu Başkan Vekili
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi

I.1.7 Ford Otomotiv San. A.Ş. (Ford)

1959 yılında Koç Topluluğu'nun bir üyesi olarak kurulan Otosan A.Ş. 1976'da Ford Motor Company'nin belli modellerinin imal ve satış hakkını almıştır. 03.10.1997 tarihinde imzalanan bir anlaşma ile Ford ve Otosan hisselerini eşitlemiş ve Otosan A.Ş. yeni ismi olan Ford Otomotiv Sanayi A.Ş. ile faaliyetlere devam etmiştir. Ford Otomotiv Sanayi A.Ş.'nin ana faaliyet konusu Ford marka araçların ve bunların parçalarının üretimi, ithalatı, ihracatı ve dağıtımıdır. Kocaeli ve İnönü (Eskişehir)'deki fabrikalarında araç ve yedek parça üretimi yaparak hem iç pazara hem de dış pazarlara satış gerçekleştirmektedir.

Tablo 12: Ford Ortaklık Yapısı

Hissedar Unvanı	Hisse Oranı (%)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
Toplam	100

Tablo 13: Ford Yönetim Kurulu

Ad-Soyadı	Görevi
(...)	Yönetim Kurulu Başkanı
(...)	Yönetim Kurulu Başkan Vekili
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Genel Müdür
(...)	Genel Müdür Baş Yardımcısı

300 **I.1.8 General Motors Türkiye Ltd. Şti. (GM)**

Şirket, 1989 yılında İzmir'in Torbalı ilçesinde kurulmuş ve "Opel Türkiye Limited Şirketi" olan ticari unvanını Eylül 2004 tarihinde "General Motors Türkiye Limited Şirketi" olarak değiştirmiştir. Şirketin faaliyet alanı, araç ve yedek parçaların ithalatı ve yetkili dağıtıcılara ve servislere satışını gerçekleştirmektir. Torbalı ilçesindeki fabrika binası, Opel Vectra araçların montaj ve üretim hizmetleri için 1990 yılında inşa edilmiştir, söz konusu üretim faaliyeti 2001 yılı Temmuz ayına kadar devam etmiştir. Üretim binası Nisan 2002 tarihinden itibaren, yedek parça ve aksesuar dağıtım deposu olarak kullanılmaktadır.

310

Tablo 14: GM Ortaklık Yapısı

Hissedar Unvanı	Hisse Oranı (%)
(...)	(...)
(...)	(...)
Toplam	100

I.1.9 Honda Türkiye A.Ş. (Honda)

Honda binek otomobillerinin üretim, ithalat ve pazarlaması ile Honda motosikletlerinin ithalat ve pazarlama kuruluşu olan Honda'nın sermayesinin %(...)’u İngiltere’de kurulu (...) firmasına ait olup (...),(...),(...)ve (...)yönetim kurulu üyeleridir ve kanuni zorunluluk gereği diğer hissedarlarıdır.

320 **I.1.10 Hyundai Assan Otomotiv San. ve Tic. A.Ş. (Hyundai)**

1990 yılında Türkiye pazarına giren Hyundai Motor Company, 20.09.1997’de Kibar Holding ortaklığıyla, İzmit’de kurulan Hyundai Assan Otomotiv Sanayi ve Ticaret A.Ş. ile Türkiye’de üretime başlamıştır. Accent Era ve Matrix modelleri Türkiye’de üretilmekte ve sadece Türkiye’den dünyaya ihraç edilmekte iken diğer Hyundai modelleri Türkiye pazarına ithal edilmektedir.

Tablo 15: Hyundai Ortaklık Yapısı

Hissedar Unvanı	Hisse Oranı (%)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
Toplam	100

330

Tablo 16: Hyundai Yönetim Kurulu

Ad-Soyadı		
(...)	(...)	(...)
(...)	(...)	(...)
(...)	(...)	(...)

I.1.11 İsohtar Grup A.Ş. (İsohtar)

İsohtar Grup, akaryakıt, dış ticaret, tarım, sigorta aracılığı ve otomotiv alanlarında faaliyet göstermektedir. 1997 yılında Tata markasının distribütörlüğünü alan şirket

11-24/464-139

aynı zamanda 2009 yılına kadar Karsan J9 Premier marka minibüsler ile Hyundai Truck HD serisi hafif kamyonların distribütörlüğünü yürütmüştür. Grup ayrıca Brezilyalı şasi üreticisi Agrale'nin otobüs şasilerinin Türkiye, Doğu Avrupa ve Türkiye Cumhuriyetlerini kapsayan bölgedeki tek yetkili distribütördür. Bunlara ek olarak Adana'da kurulu fabrikasında İso to marka otobüslerin üretimini gerçekleştirmektedir. Şirketin ortaklık yapısı ve yönetim kurulu aşağıda gösterilmiştir:

Tablo 17: İso tlar Ortaklık Yapısı

Hissedar Unvanı	Hisse Oranı (%)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
Toplam	100

Tablo 18: İso tlar Yönetim Kurulu

Ad-Soyadı	Görevi
(...)	Yönetim Kurulu Başkanı
(...)	Yönetim Kurulu Başkan Vekili
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi

I.1.12 Karsan Otomotiv Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Karsan)

1966 yılında kurulan Karsan, 1979-1998 yılları arasında Koç Grubu çatısı altında faaliyet göstermiş, 1998'de İnan Kıraç'ın çoğunluk hisselerini almasıyla birlikte Kıraç Holding bünyesine dahil olmuştur. 1981 yılından bu yana ticari araç üreten Karsan bugün; yatırımına 1998 yılında başlanan Bursa Akçalar'daki fabrikasında üretime devam etmektedir. 2002 yılından itibaren otomotiv sanayiinde bağımsız çok markalı araç üreticisi konumunda olan Karsan, bugün Peugeot lisansı ile Peugeot Partner, Hyundai lisansı ile Hyundai HD 35/75, Renault Trucks lisansı ile Renault Trucks Premium Uzunyol, Premium Lander ve Kerax, Citroen lisansı ile Citroen Berlingo ve kendi markası ile J9 Premier'in üretimini gerçekleştirmektedir. Karsan'ın üretimini yapmakta olduğu Peugeot, Citroen ve Renault Trucks marka araçların yurtiçindeki distribütörlüğünü sırasıyla; Peugeot Otomotiv Pazarlama A.Ş., Baylas Otomotiv A.Ş. ve Renault Trucks Türkiye sürdürmekte iken Karsan J9 Premier ve Hyundai HD Serisi'nin distribütörlüğü ise Kıraç Holding A.Ş.'nin iştiraki olan Karsan Otomotiv Sanayi Mamulleri Pazarlama A.Ş. yürütmektedir. Karsan araç üretiminin yanı sıra, Organize Sanayi Bölgesi'nde yer alan fabrikasında Ford, TOFAŞ, Renault Trucks, Türk Traktör gibi firmalara pres, kaynak, kataforez, boya ve montaj gibi endüstriyel hizmetler de sağlamaktadır. Şirketin hissedarlık yapısı ve yönetim kurulu aşağıdadır:

Tablo 19: Karsan Ortaklık Yapısı

Hissedar Unvanı	Hisse Oranı (%)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
Toplam	100

Tablo 20: Karsan Yönetim Kurulu

Ad-Soyadı		
(...)	(...)	(...)
(...)	(...)	(...)
(...)	(...)	(...)

380

I.1.13 MAİS Motorlu Araçlar İmal ve Satış A.Ş. (MAİS)

MAİS, Oyak Renault Otomobil Fabrikaları A.Ş. tarafından üretilen otomobil ve yedek parçaların satış ve pazarlama faaliyetleri, Fransa Renault S.A. tarafından üretilen otomobil, hafif ticari araç ve yedek parçaların ithalatı ve satışı, Oyak Renault tarafından üretilen ve Renault S.A.'dan ithal edilen yedek parçaların belirlenmiş ülkelere ihracatı, yurt çapında etkin bir satış ve satış sonrası hizmet ağının oluşturulması ve bu ağın standardizasyonu görevlerini yerine getirmektedir. Şirketin hissedarlık yapısı ve yönetim kurulunun oluşumu aşağıda gösterilmiştir:

390

Tablo 21: MAİS Ortaklık Yapısı

Hissedar Unvanı	Hisse Oranı (%)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
Toplam	100

Tablo 22: MAİS Yönetim Kurulu

Ad-Soyadı	Görevi
(...)	Yönetim Kurulu Başkanı
(...)	Yönetim Kurulu Başkan Vekili
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi

I.1.14 Mazda Motor Logistics Europe N.V. Merkezi Belçika, Türkiye İstanbul Şubesi (Mazda)

(...)Mazda, Türkiye'deki faaliyetlerini Mazda Europe'un Türkiye şubesi aracılığıyla yürütme kararı almıştır. Türkiye'deki yapılanmanın Belçika merkezli Mazda Motor Logistics Europe N.V.'nin (Mazda N.V.) şubesi olarak oluşturulması sebebiyle, yönetim kurulu ve hissedarlık yapısının bulunmadığı belirtilmiştir. Öte yandan Mazda N.V.'nin ortaklık yapısı ve yönetim kurulu aşağıdaki tablolarda sunulmaktadır.

400

Tablo 23: Mazda N.V. Ortaklık Yapısı

Hissedar Unvanı	Hisse Oranı (%)
(...)	(...)
(...)	(...)
Toplam	100

Tablo 24: Mazda N.V. Yönetim Kurulu

Ad-Soyadı	
(...)	(...)
(...)	(...)

I.1.15 Mercedes Benz Türk A.Ş. (Mercedes)

410

1967 yılında Daimler-Benz AG'nin %36 ortaklığı ile Otomarsan unvanıyla İstanbul merkezli olarak kurulan şirketin unvanı, 1990 yılında Mercedes Benz Türk A.Ş. olarak değiştirilmiştir. Hâlihazırda Türkiye'de şehirlerarası ve belediye tipi otobüsler, hafif, orta ağır ve ağır sınıf kamyonlar ve çekicilerin üretimini yapan Mercedes, sadece Türkiye'de üretilen modelleri de kapsayan ürünlerinin yurtiçi satışlarını ve ihracatını da yapmaktadır. Bununla birlikte adı geçen şirket Mercedes-Benz marka hafif ticari araç ve Daimler AG çatısı altındaki tüm otomobil markalarının ithalatını ve satışını da yapmakta olup Türkiye şehirlerarası otobüs pazarında %68,1'lik, 6 ton üzeri kamyon pazarında ise %32,4'lük pazar payıyla lider konumundadır. Mercedes'in ortaklık yapısı ve yönetim kurulu aşağıda sunulmaktadır.

420

Tablo 25: Mercedes Ortaklık Yapısı

Hissedar Unvanı	Hisse Oranı (%)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
Toplam	100

Tablo 26: Mercedes Yönetim Kurulu

Ad-Soyadı	Görevi
(...)	Yönetim Kurulu Başkanı
(...)	Yönetim Kurulu Başkan Yrd.
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi

I.1.16 Mermerler Otomotiv Taşımacılık Turizm Tekstil İnşaat Gıda ve Pazarlama A.Ş. (Mermerler)

430

Mermerler Şirketler Grubu'nun yavru şirketi olan Mermerler, 1998 yılında kurulmuştur. 04.06.2006 tarihinde Mermerler ile Chery Automobile Co. Ltd. arasında imzalanan distribütörlük anlaşması ile Mermerler, Chery marka araçların Türkiye distribütörlüğünü üstlenmiştir. Şirketin ortaklık yapısı ve yönetim kurulu şu şekildedir:

Tablo 27: Mermerler Ortaklık Yapısı

Hissedar Unvanı	Hisse Oranı (%)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
Toplam	100

Tablo 28: Mermerler Yönetim Kurulu

Ad-Soyadı	Görevi
(...)	Yönetim Kurulu Başkanı
(...)	Yönetim Kurulu Başkan Vekili
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi

440 **I.1.17 Nissan Otomotiv A.Ş. (Nissan)**

Nissan Otomotiv A.Ş. 1993 yılının Aralık ayında Sumitomo Corporation ile Çukurova Grubu'nun ortaklığı sonucunda kurulmuştur. Şirketin hissedarlık yapısı ve yönetim kurulu aşağıda gösterilmiştir:

Tablo 29: Nissan Ortaklık Yapısı

Hissedar Unvanı	Hisse Oranı (%)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
Toplam	100

Tablo 30: Nissan Yönetim Kurulu

Ad-Soyadı		
(...)	(...)	(...)
(...)	(...)	(...)

450 **I.1.18 Otokar Otomotiv ve Savunma Sanayi Anonim Şirketi (Otokar)**

Koç Topluluğu bünyesinde yer alan Otokar, toplu taşımacılık alanında minibüs, "Sultan", "Doruk" ve "Kent" markalı otobüsler, Land Rover lisansı ile "Land Rover Defender" 4x4 taktik tekerlekli arazi tipi araçlar, savunma sanayii için tekerlekli hafif zırhlı araçlar; nakliye ve lojistik sektörü için "Otokar" ve "Otokar-Fruehauf" markası altında treyler ve semi-treyler üretmektedir. Şirket, aynı zamanda Altay Milli İmkanlarla Modern Tank Üretimi Projesi'nin ana yüklenicisidir. Otokar, Sakarya'da 552.000 m²'lik alana kurulu fabrikasında 1200'e yakın çalışanıyla faaliyet göstermektedir. Şirketin ortaklık yapısı ve yönetim kurulu aşağıda gösterilmiştir:

Tablo 31: Otokar Ortaklık Yapısı

Hissedar Unvanı	Hisse Oranı (%)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
Toplam	100

Tablo 32: Otokar Yönetim Kurulu

Ad-Soyadı	Görevi
(...)	Yönetim Kurulu Başkanı
(...)	Yönetim Kurulu Başkan Vekili
(...)	Üye
(...)	Üye
(...)	Üye
(...)	Üye
(...)	Üye

I.1.19 Peugeot Otomotiv Pazarlama A.Ş. (Peugeot)

470

Peugeot; Fransa'dan ithal edilen Peugeot marka binek ve hafif ticari araçları ile bu araçların orijinal yedek parçalarının dağıtımını gerçekleştiren distribütör firmadır. Şirketin hissedarlık yapısı ve yönetim kurulunun şekillenmesine aşağıda yer verilmiştir:

Tablo 33: Peugeot Ortaklık Yapısı

Hissedar Unvanı	Hisse Oranı (%)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
Toplam	100

Tablo 34: Peugeot Yönetim Kurulu

Ad-Soyadı	Görevi
(...)	Yönetim Kurulu Başkanı
(...)	Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı
(...)	Üye
(...)	Üye

I.1.20 Şahsuvaroğlu Dış Ticaret Kimyasal Ürünler Otomotiv Pazarlama San. ve Tic. Ltd. Şti. (Şahsuvaroğlu)

480

1966 yılında kurulmuş olan Şahsuvaroğlu, 2007 yılından itibaren esas itibarıyla SUV sınıfında araçlar üretmekte olan SsangYong Motor Company'nin Türkiye

11-24/464-139

distribütörlüğünü yapmaktadır. SsangYong'un ortaklık yapısı ve yönetim kurulu aşağıda sunulmaktadır:

Tablo 35: Şahsuvaroğlu Ortaklık Yapısı

Hissedar Unvanı	Hisse Oranı (%)
(...)	(...)
(...)	(...)
Toplam	100

I.1.21 Temsa Global San. ve Tic. A.Ş. (Temsal)

490

Temsal markası ile otobüs ve midibüs segmentinde üretim ve ihracat yapmanın yanı sıra, Mitsubishi ve Komatsu markalarının Türkiye distribütörlüğünü yürüten şirket, üretim faaliyetlerine 1987 yılında Adana'da başlamıştır. Avrupa operasyonlarını Temsal Europe adıyla Belçika Mechelen'den yürüten Temsal'nın, Belçika'nın yanı sıra Avusturya ve Almanya'da satış sonrası hizmetlere yönelik şirketleri bulunmaktadır. Şirketin ortaklık yapısı ve yönetim kurulu ise şu şekildedir:

Tablo 36: Temsal Ortaklık Yapısı

Hissedar Unvanı	Hisse Oranı (%)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
Toplam	100

500

Tablo 37: Temsal Yönetim Kurulu

Ad-Soyadı	Görevi
(...)	Yönetim Kurulu Başkanı
(...)	Yönetim Kurulu Başkan Vekili
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi

I.1.22 TOFAŞ Türk Otomobil Fabrikası A.Ş. (TOFAŞ)

TOFAŞ, 1968 yılında Koç Holding ve Fiat Auto S.p.A.'nin (...) altında kurulmuştur. TOFAŞ marka araçların üreticisi olan şirket aynı zamanda Fiat ve Alfa Romeo markasının distribütörlüğünü yapmaktadır. Bursa'daki fabrikasında ürettiği Doblo ve Fiorino gibi modellerin yanı sıra kompakt sedan modeli Fiat Linea'nın da üretimini ve ihracatını gerçekleştirmektedir. Şirketin ortaklık yapısı ve yönetim kurulunun oluşumuna aşağıda yer verilmiştir:

510

Tablo 38: TOFAŞ Ortaklık Yapısı

Hissedar Unvanı	Hisse Oranı (%)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
Toplam	100

Tablo 39: TOFAŞ Yönetim Kurulu

Ad-Soyadı	Görevi
(...)	Yönetim Kurulu Başkanı
(...)	Yönetim Kurulu Başkan Vekili
(...)	Üye&CEO
(...)	Üye
(...)	Üye
(...)	Üye
(...)	Üye
(...)	Üye
(...)	Üye
(...)	Üye

520

I.1.23 Toyota Pazarlama ve Satış A.Ş. (Toyota)

Söz konusu şirket Türkiye’de 11 binek ve iki ticari model olmak üzere Toyota marka araçlara yönelik pazarlama, satış ve satış sonrası hizmetler alanında faaliyet göstermektedir. Toyota’nın ortaklık yapısı ve yönetim kurulu şu şekildedir:

Tablo 40: Toyota Ortaklık Yapısı

Hissedar Unvanı	Hisse Oranı (%)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
(...)	(...)
Toplam	100

530

Tablo 41: Toyota Yönetim Kurulu

Ad-Soyadı	Görevi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi
(...)	Yönetim Kurulu Üyesi

I.2. Yapılan İnceleme ve Tespitler

540

I.2.1. Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Bilgi ve Belgeler

1. TOFAŞ çalışanı, (...) Koordinatörü (...) tarafından (...) ((...)) Yöneticisi), (...) ((...)) Müdürü), (...) ((...)) Müdürü), (...) ((...)) Müdürü), (...) ((...)) Müdürü ve (...)’a (...) Müdürü) gönderilen 14.01.2009 tarihli e-posta aşağıdaki gibidir:

“Bazı rakiplerden topladığım stok seviyeleri ile ilgili bilgiler aşağıdaki gibidir:

	<i>BAYİ</i>	<i>DİST.</i>	<i>TOPLAM</i>
550	<i>OPEL</i> (...)	(...)	(...)
	<i>Ocak ayında gelecek (...)</i>		
	<i>Şubat ayında gelecek (...) konfüirme olmuş siparişleri varmış.</i>		
	<i>TOYOTA</i> (...)	(...)	(...)
	<i>HYUNDAI</i> ?	?	(...)
	<i>FORD</i> (...)	(...)	(...)
560	<i>FO'nun stokundaki araçlardan yaklaşık 1000 adeti halen gümrük sahasındaymış.”</i>		

2. OSD Pazarlama Komitesi Başkanı Serra Şemaki ÇİMŞİT tarafından hazırlanan Eylül 2008 OSD toplantı notunda, Mercedes'in Eylül ayı otomobil satış hedefinin (...), kamyon satış hedefinin (...) olduğu görülmektedir.

3. Toyota tarafından hazırlanan ve aylık düzenli yapıldığı tahmin edilen Temmuz ayı (2008) rakip ziyaret raporunda; Honda, Renault, Volkswagen, Ford, Opel, Hyundai ve Peugeot marka araçların binek ve ticari olmak üzere ayrı ayrı marka aylık satış hedefleri yer almaktadır. Aynı rapor Ağustos 2008'de de hazırlanmıştır. Raporlardaki söz konusu hedeflerin bayi hedefleri değil, bizzat ana markanın Türkiye satış hedefleri olduğu anlaşılmaktadır.

570

4. Ford çalışanı (...) şirket içi gönderdiği e-postaya göre, 20.10.2008 tarihli OSD toplantısında TOFAŞ, Fiat 500 aracı için aylık (...) adet satış yapmayı planladığını açıklamıştır.

580 **5.** Ford (...) Müdürü (...) tarafından şirket içi ((...),(...)) Müdür Yardımcısı (...),(...),(...),(...),(...),(...) Müdürü (...),(...),(...),(...),(...) Müdürleri, (...) Müdürü (...),(...),(...),(...),(...) Müdür Yardımcısı (...)) gönderilen 11.08.2009 tarihli e-postadan, TOFAŞ'ın Ağustos ayında(...)adet satış hedeflediğinin öğrenildiği anlaşılmaktadır.

6. OSD tarafından üyelerine gönderilen OSD pazarlama komitesi Ekim ayı (2006) toplantı tutanağına göre, Temsa'nın midibüste Ekim ve Kasım hedefinin (...), otobüste ise (...) olduğu belirtilmektedir.

590 **7.** 2007 Ekim OSD Pazarlama Komitesi'nde Karsan'ın ilk 9 ayda satış hedeflerini gerçekleştirdiklerini belirttiği görülmektedir.

8. TOFAŞ (...) Uzmanı (...) tarafından şirket içi ((...),(...),(...)) Müdürü (...),(...) Müdürü (...),(...) Müdürü (...),(...) Yöneticisi (...),(...) Koordinatörü (...),(...) Müdürü (...),(...) Müdürü (...),(...)) gönderilen ve 11.9.2008 tarihli ODD pazarlama komitesi toplantı notlarını içeren 12.9.2008 tarihli e-postada, Ford temsilcisinin (...) modellerinde ciddi kampanyalarının olduğunu, ellerindeki eski (...) olabildiğince çabuk tüketmeye çalıştıklarını ve yeni (...) getirmeye çekindiklerini ifade ettiği anlaşılmaktadır.

600 **9.** Ford (...) Müdürü (...) tarafından şirket içi ((...)) Ekip Lideri (...),(...) Müdür Yardımcısı (...),(...) ve (...) Müdürü (...),(...) Uzmanı (...)) gönderilen 03.02.2009 tarihli e-postada, Hyundai (...) müdürü ile görüşüldüğü ve teşebbüsün ticari araca değil, binek araca ağırlık verdiği bilgisinin alındığı, ayrıca ay sonu hedeflerinin de (...) olduğu belirtilmektedir.

10. Volkswagen VW (...) Müdürü (...) tarafından şirket içi ((...)) gönderilen 27.07.2009 tarihli e-postada, Peugeot satış müdürü ile konuştukları ve Peugeot'un ticari araç satışına yüklendiği ifade edilmektedir.

610 **11.** Borusan (...)(...) tarafından şirket içi ((...),(...),(...),(...),(...)) gönderilen 20.07.2009 tarihli e-posta aşağıdaki gibidir:

"Honda nın genel merkezi ile yapmış olduğum görüşmede;

a.. Ağustos ayında üretim yapmayacaklarını Eylül ayındaki üretiminde de çok yüksek adette olmayacağını... Kampanya konusundaki tutumlarının bu yılda devam edeceğini bir kampanya yapmayı düşünmediklerini söylediler.

b.. Stok durumları ise (...) ve (...) stoklama yapmadıklarını, (...) ve (...) ise bayi tahsisine yerleştirdikleri için şu an için çok az miktarda olduğunu söylediler.

c.. [...] Honda nın [binek otomobil] hedefinin (...) adet olduğunu şu anda (...) adet gerçekleştirmişler.

620 *Ford Grubu ise; Stokta ticari araçlarının ve (...) araçlarının yoğunlukta olduğunu ve (...) un benzinli modelinde ve diğer ticari araçlarda ötv farkını karşılama ve sıfır faiz kampanyasının devam ettiğini, FORD MODELLERİNDE KAMPANYANIN HIÇ BİTMEDİĞİNİ söylediler."*

12. Doğu Otomotiv çalışanı (...) tarafından şirket içi gönderilen 26.12.2008 tarihli e-posta aşağıdaki gibidir:

"Aşağıda detayını belirtmiş olduğumuz bilgiler hususunda acil yardımınıza ihtiyaç duymaktayız:

11-24/464-139

630 1. Rakip markaların stok adetleri (25.12.2008 tarihi itibarıyla)”

13. Doğu Otomotiv VW (...) Sorumlusu (...) tarafından şirket içi gönderilen 19.03.2009 tarihli ve “ODD toplantısından notlar” konulu e-posta aşağıdaki gibidir:

“Bugün gerçekleştirilen ODD pazar değerlendirme toplantısına Renault, Ford, Fiat, Peugeot, Citroen, Mercedes, Ferrari-Maserati, Mitsubishi, Daihatsu, Kia ve Chery markalarının temsilcileri katıldı.

Toplantıda öne çıkan hususlar:

- 640 - Fiat 3 gün içerisinde (...) adet civarında bağlantı gerçekleştirdiğini açıkladı.
- Fiat, Ford ve Peugeot stokları yeterli seviyede değildir, bu markalar Volume satışlarını Mayıs ayında gerçekleştirmeyi hedeflemektedir.
- **Tüm markalar kısa vadede zam yapmayı planlamaktadır.**”

14. Doğu Otomotiv (...) Sorumlusu (...) tarafından şirket içi gönderilen 28.04.2009 tarihli ve “Rakip Analizi-Renault yeni modeller” konulu e-postada ise aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“Renault 1 Mayıs'ta yeni üç modelin satışına başlayacak.

650 *Bir değişikliğe gitmemeleri durumunda Megane HB 31.250, Megane coupe ise 36.750'den başlayan fiyatlarla pazara sunulacak. ÖTV indirimi süresince (...) adet Megane HB satmayı hedefliyorlar.”*

15. Doğu Otomotiv (...) Sorumlusu (...) tarafından şirket içi gönderilen 23.06.2009 tarihli ve “Yeni Astra-Gizli bilgi” konulu e-posta ise aşağıdaki gibidir:

“Opel aralık ayında sadece (...) adet Yeni Astra pazara sunabilecek. Ocak ayından itibaren ise yüksek adetlerde temin edebilecekler.”

660 **16.** Nissan çalışanı (...) tarafından şirket içi gönderilen 8.9.2009 tarihli e-posta aşağıdaki gibidir:

“Yeni VW Polo 10 gün içinde Türkiye’de satılmaya başlanacaktı. İlk etapta gelecek (...) aracın tamamı ön sipariş ile satılmış. Şu an bulmak nerdeyse imkânsız. Yılsonuna kadar toplam (...) adetlik yeni Polo hedefleri var. .. başlangıç fiyatı 29.900 olacak.”

17. Doğu Otomotiv (...) Müdürü (...) bilgisayarından alınan ve (...) tarafından 25.10.2008 tarihinde şirket içi gönderilen, “Opel Insignia-Son strateji” konulu e-posta aşağıdaki gibidir:

670 *“Opel içinden aldığım bazı bilgileri sizlere aktarmak isterim.*

Opel D segmentinin (ODD segmentasyonuna göre) 2009 yılında (...) adet mertebelerine ulaşacağını öngörerek, Insignia için (...) adet satış hedefi belirlemiş durumdadır. Opel'in hedefi tutturması durumunda Insignia'nın Pazar payı D segmentinde %(...) mertebelerine ulaşacaktır.

Kurdaki son hareketlilik neticesinde belirledikleri başlangıç fiyatı ise 49.000-50.000 YTL'dir.”

680 **18.** Toyota (...) uzmanı (...) tarafından Toyota (...) Direktörü (...) da dahil olmak üzere şirket içi çeşitli personele gönderilen 17.05.2006 tarihli e-posta aşağıdaki gibidir:

“Euro’daki yüksek artış nedeniyle rakip markaların fiyat artışı ile ilgili görüşleri şöyledir:

Peugeot: Bu hafta içinde herhangi bir fiyat değişikliği yapmayacaklar. Kurların belirli bir dengeye gelmesi gerektiğini ona göre ayarlama yapacaklarını, biraz da diğer markaların fiyat artışını beklediklerini belirttiler. Ayrıca, bu hafta sonunun tatil olmasının da fiyat değişikliği yapmamalarında etken olduğunu söylediler.

690

Ford: Üst yönetimin yurtdışında olması sebebi ile bu hafta içinde herhangi bir değişiklik yapamayacaklar. En erken 22 Mayıs itibarıyla kur artışı ile ilgili değerlendirme yapıp fiyat değişikliğine karar verecekler.

VW: 12 Mayıs’da aysonuna kadar geçerli olmak üzere indirimli fiyat listesini yayınladıkları için şu an için fiyat değişikliği yapma şansları yok. Ancak, kredi kampanyasının faiz oranında bir artış düşünüyorlar.

Üç markanın da ortak görüşü Euro’daki artışın fiyatlara muhakkak yansıtılması gerektiği, ancak bunun için kurların dengeye gelmesini beklemek gerektiğidir.”

700

19. Ford (...) Müdürü (...) tarafından şirket içi ((...),(...) Yardımcısı (...),(...),(...),(...)) Müdürü (...),(...),(...) Müdürü (...),(...),(...),(...), Müdürlüğü) gönderilen ve 15.11.2006 tarihinde yapılan OSD Komite toplantısı ile ilgili notları içeren 17.11.2006 tarihli e-postada; Mercedes temsilcisinin, orta ticari pazarda yer alan Sprinter modelini 2007 Ocak ortası lanse edeceklerini ve eskisine kıyasla %(...) fiyat artışı yapacaklarını söylediği belirtilmektedir. Mercedes’in yaptığı bu açıklama, OSD pazarlama komitesi başkanı A. Fatih TAMAY tarafından hazırlanan OSD Kasım ayı toplantı tutanağında da yer almaktadır.

710

20. TOFAŞ (...) Uzmanı (...) tarafından şirket içi gönderilen ve 11.09.2008 tarihli ODD pazarlama komitesi toplantı notlarını içeren 12.09.2008 tarihli e-postada, Renault-MAİS temsilcisinin yeni Symbol fiyatlarının 20 Eylül sonrası açıklanacağını, yaklaşık %3-5 arası bir fiyat artışı beklendiğini belirttiği bilgisi yer almaktadır.

21. TOFAŞ (...) Uzmanı (...) tarafından gönderilen 20.10.2008 tarihli OSD pazarlama komitesi toplantısına ait notları içeren 21.10.2008 tarihli e-posta aşağıdaki gibidir:

“Renault: Markaların büyük çoğunluğu aralık sonuna kadar artan dövize rağmen fiyatları cazip kılmaya gayret gösterecek. Bunu takiben de 2009 yılı başı ile birlikte ciddi oranda zamlar gelecek.

[...]

720

Ford: Benzer görüşleri paylaşıyorlar. Sadece dövizdeki artışa karşı koyabilmek için 2.5 ayın uzun bir süre olduğunu belirtti. Fiyatlandırma ve kampanyada rakiplerin birbirini kollayacağını öngörüyorlar.”

22. TOFAŞ (...) Uzmanı (...) tarafından şirket içi ((...),(...) Müdürü (...),(...) Müdürü (...),(...)) Müdürü (...),(...) Yöneticisi (...),(...) Koordinatörü (...),(...)Müdürü (...),(...) Müdürü (...)) gönderilen ve 24.10.2008 tarihli ODD Pazarlama Komitesi ile ilgili notları içeren 27.10.2008 tarihli e-postada aşağıdaki ifadelere yer verilmiştir:

730

“Merhabalar,

24 Ekim 2008 Cuma günü gerçekleştirilen ODD Pazarlama Komitesi Ekim ayı toplantısına ait notları aşağıda bulabilirsiniz. Toplantıya katılım normalde olduğundan daha yüksekti. Fakat markaların büyük çoğunluğunun oldukça yuvarlak ve yüzeysel yorumlar yapması nedeniyle alışlageldiğinden kısa ve

de verimsiz bir toplantı gerçekleşti. Genel olarak görüşleri özetlemek gerekirse aralarında Renault, Peugeot, Toyota ve Citroen'in bulunduğu büyük oyuncuların diğer nispeten küçük markalara kıyasla daha olumlu baktığını söyleyebiliriz. (Ford toplantıya katılmadı ama onların da telefon ile paylaştığı görüşleri de yukarıda bahsettiğimiz büyük markalar ile paralellik gösteriyor.)

[...]

740 RENAULT: Fiyatlandırma konusunda Ekim ve Kasım aylarında bir değişiklik (artış) beklemediklerini ama Aralık için şu anda yorum yapamayacağını belirtti. TOYOTA: Fiyatlandırma konusunda henüz bir değişiklik olmadığını ifade etti. VW OTO & LCV: Hem otomobil hem de LCV tarafı döviz artışını fiyatlarına yansıtılmak zorunda olduklarını belirterek bunun için ay sonunu bile beklemebileceklerini ekledi.

[...]

Bilgilerinize.”

Söz konusu toplantıya katıldığı tespit edilen teşebbüsler aşağıda belirtilmektedir:

750

Temsa (Mitsubishi)	Peugeot
Toyota	Doğuş Otomotiv (Volkswagen)
Mazda	Mercedes
Şahsuvaroğlu (Ssangyong)	MAİS (Renault)
TOFAŞ	Baylas (Citroen)
İsotlar (Tata)	Borusan (Land Rover)
Nissan	ALJ (Daihatsu)

23. Doğuş Otomotiv (...) Müdürü (...) bilgisayarından alınan ve Doğuş Otomotiv (...) Sorumlusu (...) tarafından şirket içi gönderilen 25.10.2008 tarihli ve “Rakiplerde son durum” konulu e-posta aşağıdaki gibidir:

“Genel:

Bütün markalar ekonomik gelişmeleri yakından takip etmekte.

Büyük bir çoğunluğu ekim ayında fiyatlarını koruyarak Kasım başında 5% ila 10% arasında fiyat artışı planlamaktalar.

760

Euro ile satış yapan markalardan Alfa Romeo kur sabitleme (1,84) yolunu tercih ederken Borusan Otomotiv genel strateji olarak kur sabitlemeye karşı olduklarını açıklamıştır.

[...]

24. Ford (...) Müdürü (...) tarafından şirket içi ((...) Lideri (...),(...) Müdür Yardımcısı (...),(...) Müdürü (...),(...) Uzmanı (...)) gönderilen 03.02.2009 tarihli e-posta aşağıdaki gibidir:

“Hyundai (...) Müdürü ile konuştum.

[...]

770

İsrarla hiçbir şekilde el altından bir şey vermediklerini söyledi. [...] Korelilerden kesin talimat almışlar. 3 ay artış serbest demişler.

Bu ay içinde zam yapacaklarını, Cumartesiden itibaren geçerli olacağını söyledi. Özellikle H1 de zam %5 lere kadar çıkacakmış.”

25. ALJ (Daihatsu) çalışanı (...) tarafından şirket içi ((...),(...)) gönderilen “ODD toplantı notları-19.03.09” konulu ve 19.03.2009 tarihli e-posta aşağıdaki gibidir:

“Toplantı tam benim tahmin ettiğim gibi geçti, herkes bir forecast söyledi ama yarın ki adet paylaşımından sonra konuşmak daha doğru olur dedi.

780 ..Satış adedi anlamında rakam söyleyen çok olmadı, sadece Fiat (...) adet satış bağlantısı var dedi.

Fiyatlarla ilgili de yine net bir şey söyleyen olmamakla birlikte artışlar olacaktır şeklinde konuşuldu.”

Belgede sözü edilen ODD toplantısına katıldığı tespit edilen teşebbüsler aşağıda sunulmaktadır:

Ford	Otokar
Temsa (Mitsubishi)	Peugeot
ALJ (Daihatsu)	Baylas (Citroen)
Mermerler (Chery)	TOFAŞ
Doğuş Otomotiv (Volkswagen)	Anadolu Araçlar (Geely)
MAİS (Renault)	Fer Mas
Mercedes	Çelik Motor (Kia)

790 **26.**Doğuş Otomotiv çalışanı (...) tarafından (...) Sorumlusu (...)’e gönderilen 22.03.2009 tarihli ve “Rakip Analizi” konulu bir diğer e-posta ise aşağıdaki gibidir:

“.. p.tesi Salı çars. Min iki gün rakipleri dolaşır mısın. Zam, stok, kampanyaları ile ilgili bilgi derlersen Perşembe sabahı sunalım.”

27.Ford (...) Yardımcısı (...) tarafından 08.07.2009 tarihinde şirket içi ((...),(...) Yardımcısı (...),(...) Direktörü (...),(...),(...),(...)Müdürü (...),(...) Müdürü (...),(...) Müdürü (...),(...),(...),(...) Müdürü (...),(...),(...),(...) Müdürleri, (...),(...),(...),(...)) yazışma olarak gönderilen e-posta aşağıdaki gibidir:

800 “(...):(…), Hyundai Euro 4 geçişi nedeniyle H100 lerde yeni motora geçileceğini, %5-6 zam yapılacağını söylemişti. Ne oldu
(...): ... Hyundai deki H100 ürücüsünü aradım. Şu anda Euro 4 fiyatlandırmasını tamamlayamamışlar. Listede görünenler halen Euro 2 motorları imiş. Euro 4 ü bugün/yarın tamamlayıp yönetim onayı alacaklarmış. Sanırım önümüzdeki hafta içinde listeye eklenir Euro 4 ler. (...) update olarak onu haftaya belirtir.”

810 **28.**Ford Otosan (...) Müdürü (...) tarafından şirket içi ((...), (...), (...), (...), (...), (...), (...), (...), (...), (...), (...), (...), (...)) gönderilen 26.07.2009 tarihli e-posta aşağıdaki gibidir:

“Beklediğimiz gibi Hyundai Pikapta sonunda Euro 4 geçti, 3000 TL civarı zam yaptı. Çok zararda olan (...) pikap için iyi haber. Fiyatı yukarı çekmek için bir şans.”
[...]

29.MAİS çalışanı ((...))(...) tarafından şirket içi ((...),(...)) gönderilen 20.07.2009 tarihli, “Ford LCV Fiyat” konulu e-postada aşağıdaki ifadeler yer verilmiştir:

820 “Muhtemelen biliyorsunuzdur diye atmadım ama Ford aybaşına göre ortalama %3,5 fiyat indirimine gitti.
Buğün Ford arayarak sizde cevap olacak mı diye sordu?

Bilginize..."

30. Ford (...) Müdür Yardımcısı (...) tarafından şirket içi gönderilen ve rakiplerin fiyat değişikliklerini inceleyen 06.04.2009 tarihli e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

830 *"Renault: Bakanlığın zamlar üstündeki kontrollerini artırması ile Megan ve Laguna'ya zam yapılmayacağı görüşündeler. Makyajlanan Clio HB fiyatları aynen devam ediyor görünüyor. Ancak yarınki liste ile 500 TL artması bekleniyor."*

Bir gün sonra yine (...) tarafından gönderilen e-postada, Megane ve Laguna'ya zam yapılmadığı, Clio'ya ise 500 TL zam yapıldığı belirtilerek bir gün önceki e-postadaki bilgiler teyit edilmiştir.

31. Nissan (...) Müdürü (...) ile Pazarlama Uzmanı (...),(...) Müdür Yardımcısı (...)(...) ve (...) arasında gerçekleşen 16.06.2009 tarihli e-posta silsilesi aşağıdaki gibidir:

840 - 16.06.2009 tarihinde Maliye Bakanlığı'nın ÖTV indiriminin 30.09.2009 tarihine kadar kısmen devam ettirilmesi yönündeki kararı ODD tarafından, Nissan dâhil olmak üzere, dernek üyelerine bildirilmiş, hemen ardından bu bildirim saat 11.57'de şirket içindeki personel duyurulmuştur.

- Aynı tarihte saat 12.01'de (...);(...),(...),(...) ve (...)’a aşağıdaki e-postayı göndermiştir:

850 *"Arkadaşlar,
ÖTV artışlarını fiyata yansıtacak şekilde fiyatları revize eder misiniz lütfen?
Toplantıdan çıkıp onay verip vermeyeceğimize karar vereceğiz."*

- Yine aynı tarihte saat 12.02'de (...);(...),(...),(...) ve (...)’na, "Rakip analizleri" konulu aşağıdaki e-postayı göndermiştir:

*"Arkadaşlar,
Rakiplerle görüşür müsünüz? Ne yapacaklar?"*

860 - Aynı tarihte saat 13.15'te (...) tarafından (...),(...),(...) ve (...)’na gönderilen cevabi nitelikli e-posta ise aşağıdaki gibidir:

*"(...) Bey,
Ford ve Hyundai'ye ulaşabildim. Artışı birebir fiyatlarına yansıtacaklar ve bugün yeni fiyatlarını açıklayacaklar.
Bilgilerinize sunarım."*

32. Honda çalışanı (...) tarafından şirket içi ((...),(...),(...)) gönderilen 30.07.2008 tarihli ve "Rekabet Kanunu toplantı notları" konulu e-posta aşağıdaki bilgileri içermektedir:

870 *"**Toyotasa'daki Rekabet Kurumu incelemesi**
Rekabet Kurumu'nun Toyotasa'ya yaptığı baskın sonucu geniş kapsamlı bir inceleme devam ediyor. Konu sektördeki diğer firmalara da sıçrayabilir, bu konuda dikkatli olunmalı, bayilerle, rakiplerle vs. olan geçmişe dönük yazışmalar da gözden geçirilmeli."*

33. Doğu Otomotiv hukuk departmanından (...) tarafından Doğu Otomotiv'in dağıtımını yaptığı marka birimlerine gönderilen 26.09.2008 tarihli e-postada, aşağıdaki ifadeler yer verilmiştir:

880 *"Rekabet danışmanımız Sn. (...) tarafından, Toyota'nın rekabet danışmanının kendisini arayarak Doğu Otomotiv'in rakip firmalardan aşağıdaki bilgileri istediği bilgisi iletilmiştir:*

** Rakip araçların servislere giriş adetleri*

** Binek otomobillerin 120.000 km'ye kadar kullanım maliyetleri*

Bu tarz bilgi istenmesinin rekabete aykırı değerlendirilebilecek olması nedeniyle (pazarda fiyat tespiti ile kartel iddiası) konu hakkında varsa bilgilendirmeleriniz ve yönlendirmeleriniz önemlidir. Ayrıca, rakiplerden bu şekilde bilgi istenmesine de son verilmesi gerekmektedir."

890 **34.** Kurul'un 24.06.2009 tarih ve 09-30/637-150 sayılı kararı ile neticelenen önaraştırma kapsamında TOFAŞ'ta gerçekleştirilen yerinde incelemelerde (...) Müdürü (...)bilgisayarından elde edilen, 14.04.2009 tarihinde (...) tarafından (...) Koordinatörü (...)’a gönderilen elektronik postada:

"Sanayi bakanlığı tüm bayilerimizi Ankara'da dolaşiyor. Avukatlarımızla görüşüp tek bir ağız yapıp bir yol haritası çizelim bence...Avukatlar bizlere yol gösterebilir. Bundan sonra sıra rekabet kuruluna gelecektir. İş ciddi boyutlara gidebilir..."

900 ifadelerine yer verilmiştir.

I.3. İlgili Pazar

I.3.1. İlgili Ürün/Hizmet Pazarı

Hakkında soruşturma yürütülen taraflar, binek ve ticari motorlu araçlar pazarında faaliyet göstermektedir. Bununla birlikte, gerek ODD Pazarlama Alt Komitesi toplantıları gerekse bireysel iletişim yoluyla paylaşılan bilgilerin binek ve hafif ticari araçlara ilişkin olduğu görülmektedir. ODD toplantılarına ilişkin notların yer aldığı yazışmalara bakıldığında, toplantılarda binek ve hafif ticari araç pazarına ilişkin öngörülerin paylaşıldığı, ayrıca bazı binek ve hafif ticari araçlara yönelik bilgilerin konuşulduğu anlaşılmaktadır. Örneğin TOFAŞ çalışanı (...) tarafından 12.09.2008 tarihinde şirket içi gönderilen 11.09.2008 tarihindeki ODD Pazarlama Komitesi aylık toplantısı notlarının yer aldığı e-postada şu ifadeler yer almaktadır:

"Eylül öngörümüzü rakipler ile karşılaştırdığımızda LCV tarafında ciddi farklılıklar göze çarpmazken otomobil pazarına ait öngörülerde PO toplantılarında tartıştığımız gibi muhafazakâr olduğumuz fark ediliyor."

920 TOFAŞ çalışanı (...) tarafından 27.10.2008 tarihinde şirket içine gönderilen ve 24.10.2008 tarihindeki ODD Pazarlama Komitesi notlarının yer aldığı e-postada ise VW'nın toplantı sırasındaki ifadeleri şu şekilde yer almıştır:

"VW OTO & LCV

Hem otomobil hem de LCV tarafı döviz artışını fiyatlara yansıtmak zorunda olduklarını belirterek bunun için ay sonunu bile bekleyemeyebileceklerini ekledi.”

930 Söz konusu toplantı tutanaklarından, görüşmelerin binek ve hafif ticari araçlar bakımından söz konusu olduğu anlaşılmaktadır. Yine bu toplantılarda bazı binek ve hafifi ticari araçlara ilişkin konuşmalar yapılmıştır. 21.10.2008 tarihli e-postanın içeriğinde adet paylaşımlarına ilişkin açıklamalar yapılırken oto ve ticari araç ifadesi geçmekte ve ekte buna ilişkin verilerin bulunabileceği ifade edilmekle birlikte, ekteki tablo incelendiğinde verilerin binek ve hafif ticari araç üzerinden paylaşıldığı görülmekte, kısacası e-posta içeriğinde geçen ticari araç ifadesi ile aslında hafif ticari aracın kastedildiği anlaşılmaktadır.

940 Doğu Otomotiv çalışanı (...)’in şirket içi gönderdiği ve 19.03.2009 tarihli ODD Pazarlama Komitesi Toplantısı’na ilişkin notların yer aldığı e-postada öngörülerin binek ve hafif ticari araç olarak ayrıştırıldığı görülmektedir.

MAİS çalışanı (...)’in şirket içine gönderdiği 20.07.2009 tarihli ve “Ford LCV Fiyat” başlıklı e-postada;

“Muhtemelen biliyorsunuzdur diye atmadım ama Ford ay başına göre ortalama %3,5 fiyat indirimine gitti. Bugün Ford arayarak sizde cevap olacak mı diye sordu?Bilginize...”

ifadeleri yer almıştır.

950 Yukarıda işaret edilen belgeler ile elde edilen diğer belgeler ışığında bilgi paylaşımlarının binek ve hafif ticari araçlar ekseninde gerçekleştiği sonucuna varılmaktadır.

Sonuç olarak soruşturma kapsamında yer alan ve rekabeti sınırlayıcı olarak nitelenen görüşmelerin gerçekleştiği ODD Pazarlama Alt Komitesi toplantılarının ve rakipler arasında gerçekleşen bireysel iletişimlerin binek ve hafif ticari araçlara yönelik olması itibarıyla dosya kapsamında ilgili ürün pazarı, “yeni binek otomobiller ve hafif ticari araçlar pazarı” olarak tanımlanmıştır.

960

I.3.2. İlgili Coğrafi Pazar

İlgili coğrafi pazar ise, söz konusu ürünlerin dağıtımı, pazarlaması, satışı ve fiyatlandırılması tüm Türkiye genelinde benzer nitelik arz ettiğinden “Türkiye” olarak belirlenmiştir.

I.4. Değerlendirme

I.4.1. 4054 sayılı Kanun’un 4. Maddesi Çerçevesinde Değerlendirme

970

Dosya konusu soruşturma, ODD ve OSD üyesi teşebbüslerin rekabeti sınırlayıcı nitelikteki uygulamalar yoluyla 4054 sayılı Kanun’u ihlal edip etmediklerinin tespit edilmesine yönelik olarak gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda aşağıda, teşebbüslerin 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesini ihlal edici faaliyetlerde bulunup bulunmadıklarını incelemek açısından öncelikle konuya ilişkin teorik açıklamalara değinilmiş ve

pazarın yapısı irdelenmiş, ardından mevcut belgeler çerçevesinde değerlendirmelere yer verilmiştir.

980 Hakkında soruşturma yürütülen teşebbüslerin ilgili başlık altında yer verilen belgeler ile tespit edilen uygulamalarının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi uyarınca anlaşma ve/veya uyumlu eylem niteliği taşıyan eylemler olduğu tespit edilmiştir. Bu itibarla söz konusu uygulamaların hukuki niteliğinin değerlendirilmesinde yarar görülmektedir.

990 Rekabet hukuku çerçevesinde anlaşma ve uyumlu eylem kavramlarının tanımlanması önem arz etmektedir. Zira rekabet hukuku uygulamalarında anlaşma, borçlar hukukunun konusunu oluşturan sözleşmelerden daha geniş yorumlanmakta ve bağlayıcı olma, yazılı şekil, yükümlülüklerin ifa edilmemesi halinde uygulanacak yaptırımın düzenlenmesi yahut yürürlük koşulları gibi herhangi bir şekil şartı aranmamaktadır. Türk rekabet hukukundaki anlayışa paralel olarak, Avrupa Birliği Genel Mahkemesi (eski adıyla İlk Derece Mahkemesi) anlaşma kavramını "*teşebbüslerin ilgili pazarda belirli şekilde davranmak hususunda iradelerinin uyuşması*" (ATAD, T-305/94 vd. *Limburgse Vinyl Maatschappij N.V. and Others v Komisyon (PVC II)*, [1999] ECR II-931, para.715.) olarak tanımlamış ve özel hukuk kalıplarından daha kapsamlı bir yorumu tercih etmiştir.

1000 Öte yandan, teşebbüslerin belirli şekilde davranmak hususunda aleni bir irade uyuşması söz konusu olmamakla birlikte, koordinasyona yol açacak uzlaşma araçlarını benimsemeleri veya bu araçlara bilinçli olarak katılmaları durumunda uyumlu eylemin varlığından söz edilebilecektir. Diğer bir ifadeyle, anlaşma seviyesine ulaşmamakla birlikte taraflar arasında kendi bağımsız davranışları yerine geçen bir koordinasyon veya pratik işbirliği sağlayan doğrudan ya da dolaylı ilişkiler, rekabeti bozucu nitelikte olmaları halinde yasaklanmıştır. Avrupa Birliği Adalet Divanı (ABAD)'nın yerleşik içtihatlarıyla belirlediği üzere, uyumlu eylemin unsurları "*uzlaşma*", "*davranış*" ve "*bu ikisi arasındaki nedensellik bağı*"dır. Bununla birlikte, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin lafzına göre anlaşma, uyumlu eylem veya teşebbüs birliği kararlarının rekabeti engelleyici, bozucu veya kısıtlayıcı amaç taşıması yeterlidir; amacı bu olduğu takdirde, söz konusu faaliyetin ayrıca piyasada rekabeti bozucu etkilerinin görülmesi veya bu etkilerin ispatı aranmayacaktır. Belirtilen hususa ek olarak, ABAD'ın *Sugar* kararında ve Hollanda GSM operatörlerine ilişkin 04.06.2009'da verdiği kararda, aksi taraflarca ispat edilmedikçe, tarafların, paylaştıkları bilgileri dikkate almaksızın hareket ettiklerinin kabulünün mümkün görülmediği, bu sebeple rakiplerin davranışlarını birbirleriyle değiştirdikleri bilgileri dikkate alarak belirledikleri karinesine vurgu yapılmıştır. Bu itibarla amacın rekabeti sınırlayıcı olmasının ihlalin varlığı açısından yeterli olduğu hususu bakımından anlaşma ile uyumlu eylem arasında herhangi bir farklılık olmayıp uyumlu eylemin varlığı halinde de rekabeti sınırlayıcı amacın mevcut olması durumunda, ayrıca piyasada bu yönde bir etkinin ortaya çıkıp çıkmadığının tespiti gerekli olmayacaktır.

1020 Anlaşma ve uyumlu eylemin tanımlanması ve ayırt edilmesi tartışmalı olmakla birlikte, Kurul'un 24.02.2004 tarih ve 04-16/123-26 sayılı *Seramik* kararında, ABD ve Avrupa Birliği'ndeki yaklaşım benimsenerek "uyumlu eylemin apayrı bir rekabet hukuku kavramı olarak değil de, 4054 sayılı Kanun ve gerekçesinde belirtildiği üzere 'anlaşmanın varlığının ispatlanmasında bir araç' olarak kabul edilmesi gerektiği" ifade edilmiştir. Böylelikle anlaşma ve uyumlu eylem kavramları arasındaki suni ayırım ortadan kaldırılarak, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi bakımından "devam eden tek bir uzlaşma" anlayışının yerindeliği vurgulanmıştır. Dolayısıyla sözü edilen hüküm

1030 bakımından önemli olan, hükmün hangi araç ile ihlal edildiği, diğer bir ifadeyle anlaşma ile uyumlu eylem arasındaki ayırım değil, 4. madde kapsamındaki uzlaşmalar ile salt paralel davranışlar-bilinçli paralellikler arasındaki farkın belirlenmesidir.

1040 Bu bağlamda işbu soruşturma bakımından söz konusu fiyat stratejisi görüşmelerinin anlaşma ve/veya uyumlu eylem niteliği arz ettiği, dolayısıyla salt bilgi değişimi olarak kabul edilemeyeceği değerlendirilmekte birlikte, fiyat yahut fiyat stratejisine yönelik bilgi değişimi uygulamalarının dahi tek başına 4054 sayılı Kanun'un ihlaline vücut vereceğine dikkat çekilmesinde yarar görülmektedir. Nitekim geleceğe yönelik fiyat değişimi, rekabet hukuku bakımından diğer bilgi türlerine yönelik paylaşımlara kıyasla daha büyük bir endişe yaratmaktadır. Zira böyle bir bilgi, teşebbüsün piyasada uygulayacağı ticari stratejileri ortaya çıkarmakta ve böylelikle potansiyel olarak rekabeti kısıtlamaktadır. Dolayısıyla bilgi değişiminin değerlendirilmesinde esas olan yaklaşım *rule of reason* olmakla birlikte, geleceğe yönelik fiyat ve/veya fiyat stratejilerine ilişkin bilgilerin değişimi, belirtilen kuraldan istisna tutulmuştur. Doktrinde ve içtihadta kabul edilen görüşe göre geleceğe yönelik fiyat değişimi rekabeti kısıtlama amacı taşımakta olup piyasadaki etkilerine bakılmaksızın rekabet ihlali olarak değerlendirilmektedir. Nitekim söz konusu husus ABAD'ın *Sumitomo Metal Industries* kararında açıkça ortaya konulmuştur.

1050 Bu noktada fiyat stratejisine yönelik görüşmelerin ihlal niteliği taşıdığı hususu bakımından Birleşik Krallık Adil Ticaret Ofisi (OFT)'nin 30.03.2010 tarihli basın açıklamasında yer verilen, The Royal Bank of Scotland (RBS) ile Barclays Bank'e ilişkin kararına değinilmesinde yarar görülmektedir. Söz konusu kararda OFT tarafından yürütülen soruşturmada, RBS şirketi çalışanlarının tek taraflı olarak genel nitelikte bilgilerle birlikte spesifik ve ticari sır niteliğindeki geleceğe yönelik fiyatlama bilgilerini rakibi Barclays Bank ile paylaştığı tespit edilmiştir. Soruşturma kapsamında ayrıca paylaşılan bilgilerin Barclays tarafından kendi fiyatlama stratejisini belirlerken dikkate alındığı anlaşılmıştır. Söz konusu bilgi paylaşımları sosyal ilişkiler, müşteri ilişkileri veya sektörel organizasyonlar kanalı ile yahut telefon görüşmeleri aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Paylaşılan bilgiler ise RBS ve Barclays'in esas sağlayıcıları 1060 konumunda oldukları teşebbüslere sunulan hizmetlere ilişkin fiyatlama bilgilerini içermektedir. Soruşturma neticesinde, pişmanlık başvurusu sebebiyle Barclays Bank'a herhangi bir yaptırım uygulanmazken, RBS'ye 33,6 milyon Pound idari para cezası uygulanmasına karar verilmiş, hafifletici unsurlar dikkate alınarak ceza 28,59 milyon Pound'a indirilmiştir. Kararda dikkat çekilmesi gereken husus, fiyat stratejisine yönelik bilgilerin ticari sır niteliği taşıdığı ve bu tür bilgilerin paylaşımının, tek taraflı olarak gerçekleşse dahi, her iki taraf bakımından da ihlal niteliğinde olduğunun tespit edilmiş olmasıdır.

1070 I.4.2. Pazar Yapısı

Motorlu taşıt piyasası dünyada sınırlı sayıda oyuncunun bulunduğu oligopolistik bir yapı sergilemekle beraber, Türkiye'de özellikle ithalat imkânlarının gümrük birliği antlaşmasının yürürlüğe girmesinden itibaren genişlemesi sonrasında marka sayısında artış görülmüştür. Motorlu taşıt piyasasında dağıtıcı seviyesinde hâlihazırda 34 adet teşebbüs ve piyasada 51 marka bulunmaktadır. Ticari araç pazarında segmentlere göre yoğunlaşma oranları değişmekle birlikte, pazarı belirli oyuncuların önemli ölçüde domine ettiği gözlemlenmektedir. Sektördeki başlıca firmaların pazar payları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 42: Binek Araç Pazarında Başlıca Teşebbüslerinin Pazar Payları (%)

MARKA	2007	2008	2009
Renault	16,76	15,03	15,96
Hyundai	7,37	9,35	16,40
Fiat (Tofaş)	10,22	8,69	8,00
Ford	9,16	8,46	9,05
Toyota	8,28	8,13	6,43
Opel (GM)	7,77	8,11	6,14
Volkswagen (Doğuş Otomotiv)	7,48	6,91	7,23
Honda	6,18	6,81	4,38
Peugeot	3,75	3,84	3,73
Kia (Çelik Motor)	2,89	2,30	1,46
Citroen (Baylas)	2,38	2,14	1,79
Chevrolet	1,39	1,77	2,81
TOPLAM	83,62	81,54	83,38

Tablo 43: Binek Araç Pazarında Yoğunlaşma Oranları

	2007	2008	2009
CR4	44,42	41,54	49,41
HHI	794,99	734,04	869,0093

Tablo 44: Hafif Ticari Araç Pazarında Başlıca Teşebbüslerinin Pazar Payları (%)

MARKA	2007	2008	2009
Ford	29,04	25,62	27,37
Fiat	17,09	18,32	29,48
Volkswagen	11,90	10,18	5,66
Renault	9,60	9,62	7,18
Peugeot	3,10	5,52	8,89
Mitsubishi	4,02	5,36	2,21
Citroen	2,25	3,56	3,66
Isuzu	2,40	3,10	1,63
Hyundai	5,21	2,96	1,97
Opel	2,30	2,45	1,08
Mercedes Benz	2,09	2,00	1,61
Karsan	1,90	1,67	1,68
TOPLAM	90,89	90,37	92,42

Tablo 45: Hafif Ticari Araç Pazarında Yoğunlaşma Oranları

	2007	2008	2009
CR4	67,64	63,74	72,92
HHI	1459,43	1303,497	1820,545

Tablolardan görüldüğü üzere, binek ve hafif ticari araç pazarlarındaki ilk on iki oyuncunun pazar payları toplamı %80'in üzerindedir. Hafif ticari araçta ilk dört teşebbüsün pazar paylarının toplamının %70'in üzerinde olması sebebiyle pazar daha çok oligopol niteliği taşıdığından, söz konusu pazarda koordinasyon daha kolay gerçekleştirilebilir. Binek araç açısından ise, ilk dört markanın pazarın yaklaşık yarısına sahip oldukları göz önüne alındığında, pazarda yoğunlaşmanın düşük olmadığı anlaşılmaktadır.

Son olarak belirtmek gerekir ki ODD tarafından yapılan "Otomotiv Ticaretinde Yol Haritası Gelecek 10 Yıl" başlıklı çalışmaya göre, otomotiv piyasasında satışları

11-24/464-139

1100 etkileyen en önemli iki iktisadi faktör, otomobil fiyatı ve hane halkı geliri olarak belirlenmiştir. Otomobil fiyatını belirleyen en önemli unsurlardan biri ise vergilerdir. Yine aynı çalışmada, otomobil talebinin sosyolojik (güç, statü, zenginlik simgesi) ve psikolojik (gençlik, özgüven ve kişisel zevk) faktörlerce de belirlendiği ifade edilmiştir. Anılan çalışmada da belirtildiği üzere otomobil talebi, otomobilin dayanıklı bir tüketim malı olması sebebiyle istikrarsız bir yapı sergilemektedir. Bunun yüksek gelir esnekliği katsayısı (kısa dönem 1,99 ve uzun dönem 4,64) ile desteklendiği belirtilmiştir. Tüketici gelirlerinde ekonomik konjoktüre göre yaşanan değişmelerin otomotiv sektöründeki talebi büyük oranda etkilediği görülmektedir.

I.4.3. 4054 Sayılı Kanun'un 4. Maddesinin İhlali

1110 Yerinde incelemede elde edilen belgelerden görülebileceği üzere, soruşturma kapsamında yer alan teşebbüslerin önemli bir kısmı geleceğe yönelik fiyat politikası, hedef, stok ve satış stratejisine ilişkin olarak gerek toplantı gerekse kişisel iletişim yollarıyla görüşmeler yapmıştır. Söz konusu görüşmelerin bir bütün olarak ele alınması gerektiği, zira bu görüşmelerdeki esas amacın rakiplerin davranışlarının öngörülemezliğinden doğan riski ortadan kaldırmak olduğu değerlendirilmiştir. Dolayısıyla teşebbüslerin hedef, stok ve satış stratejisine yönelik yaptıkları görüşmeler de fiyat politikasına yönelik görüşmeleri tamamlayıcı niteliktedir. Zira rakibin stok, hedef ve satış stratejisinin bilinmesi durumunda, fiyatlandırma politikası hakkında sinyaller alınması olasılık dâhilindedir. Bu tür bilgilerin edinilmesi halinde

1120 hedefe ulaşma ve stok eritme amaçlı kullanılacak stratejilerin, zam ve indirimlerin tahmin edilmesi söz konusu olacaktır. Sektördeki oyuncuların rakiplerinin satış adetlerini detaylı ve hızlı bir şekilde takip edebildikleri göz önüne alındığında, hedef rakamını gerçekleştiren veya gerçekleştirmeye yakın olan teşebbüsün önemli fiyat indirimlerine gitmeyeceği rakiplerince anlaşılabilir. Bu husus ise, rakiplerin olası fiyat indirimlerinden veya kampanyalardan vazgeçmelerini de beraberinde getirebilmektedir. Benzer şekilde, rakibinin ticari araca ağırlık verdiğini öğrenen bir teşebbüs binek segmentinde fiyat artırımına gidebilecek ya da olası fiyat indiriminden vazgeçebilecektir. Bu çerçevede hedef, stok ve satış stratejisine yönelik görüşmelerin, aşağıda detaylı olarak ele alınacak 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini

1130 ihlal niteliğinde olan eylemleri tamamlayıcı vasıfta olduğu değerlendirilmiştir.

Mevcut belgeler incelendiğinde teşebbüslerin fiyat politikasına yönelik yaptıkları görüşmelerin, özellikle tüm sektörü etkileyen nitelikte bir ekonomik parametrede değişimin (kur değişimi ya da ÖTV indirimi gibi) olduğu dönemlere denk geldiği görülmektedir. Söz konusu görüşmelerin 2006 yılında dört teşebbüs arasında başladığı, 2008 ve 2009 yıllarında sektördeki diğer oyuncuların büyük çoğunluğunun katılmasıyla devam ettiği anlaşılmaktadır. Mevcut belgeler çerçevesinde, yapılan görüşmelerden önemli olanlarına aşağıda yer verilmiştir.

1140 **Tablo 46: Teşebbüsler Arasında Gerçekleşen Görüşmeler**

Tarih	Teşebbüsler	İçerik
17.05.2006	Peugeot, Ford, Toyota, Doğuşt Otomotiv	Euro'daki artışın fiyatlara yansıtılması gerektiği hususundaki görüşmeler
15.11.2006	Ford, Mercedes, Karsan, Isuzu, Tamsa, Otoyol, BMC, Aksam, Uzel, MAİS, TOFAŞ	Mercedes'in Sprinter modelinde zam yapılacağına ilişkin açıklaması (OSD toplantısı)
Temmuz-Ağustos 2008	Toyota, Honda, MAİS, Doğuşt Otomotiv, Ford, GM, Hyundai, Peugeot	Toyota tarafından hazırlanan rakiplerin aylık satış hedeflerini gösterir tablolar
11.09.2008	TOFAŞ, Ford, Doğuşt Otomotiv, Tamsa, Borusan, MAİS, Mercedes,	Ford'un (...) modeline yönelik stratejisi ile MAİS'in Renault Symbol aracında zam yapılacağına ilişkin

	Çelik Motor, Peugeot, Skoda, İsohtar	açıklama
20.10.2008	Karsan, Mercedes, Ford, MAİS, Türk Traktör, Otokar, Isuzu, TOFAŞ, BMC	Euro'daki artışın fiyatlara yansıtılması yönündeki görüşmeler (OSD toplantısı)
20.10.2008	Ford, TOFAŞ	TOFAŞ'ın (...) aracı için aylık satış hedefi
24.10.2008	Temsa, Toyota, Mazda, ALJ Baylas, Şahsuvaroğlu, TOFAŞ, İsohtar, Nissan, Peugeot, Doğu Otomotiv, Mercedes, MAİS, Borusan	Euro'daki artış sonucu kısa vadede zam yapılması yönündeki görüşmeler (ODD toplantısı)
25.10.2008	Doğu Otomotiv, GM	Piyasaya çıkarılması planlanan Opel marka yeni araç modeli ve başlangıç fiyatı ile GM'nin satış hedefine yönelik görüşmeler
14.01.2009	TOFAŞ, GM, Toyota, Hyundai, Ford	Teşebbüslerin stok rakamları bilgisi
03.02.2009	Ford, Hyundai	Hyundai'nin satış stratejisi, satış hedefi ve görüşmenin yapıldığı ay içerisinde Hyundai tarafından zam yapılacağına ilişkin görüşmeler
19.03.2009	Ford, Temsa, Otokar, Peugeot, ALJ, Memerler, Doğu Otomotiv, MAİS, Mercedes, Baylas, TOFAŞ, Anadolu Araçlar, Fer-Mas Oto Ticaret A.Ş. (Fer Mas), Çelik Motor	Toplantıya katılan bütün firmaların kısa vadede zam yapacaklarına yönelik beyanları
06.04.2009	Ford, MAİS	Renault Megane, Laguna ve Clio modellerinde zam yapılacağına ilişkin görüşmeler
28.04.2009	Doğu Otomotiv, MAİS	Piyasaya çıkarılması planlanan Renault marka araç modelleri ve başlangıç fiyatları ile MAİS'in satış hedefine ilişkin görüşmeler
16.06.2009	Nissan, Ford, Hyundai	İkinci ÖTV indiriminin fiyatlara yansıtılmasına yönelik görüşmeler
08.07.2009	Ford, Hyundai	Hyundai'nin Euro 4 motora geçişi ve H100 modelinde zam yapacağına ilişkin görüşmeler
20.07.2009	Ford, MAİS	Ford tarafından yapılan fiyat indirimine MAİS'in karşılık verip vermeyeceğine yönelik görüşme
20.07.2009	Borusan, Honda, Ford	Stok bilgisi ve satış hedefine yönelik görüşmeler
27.07.2009	Doğu Otomotiv, Peugeot	Peugeot'nun satış stratejisine yönelik görüşmeler
11.08.2009	Ford, TOFAŞ	TOFAŞ'ın satış hedefine ilişkin görüşmeler
08.09.2009	Nissan, Doğu Otomotiv	Piyasaya çıkarılması planlanan Volkswagen marka yeni araç modeli ve başlangıç fiyatları ile satış hedefine ilişkin görüşmeler

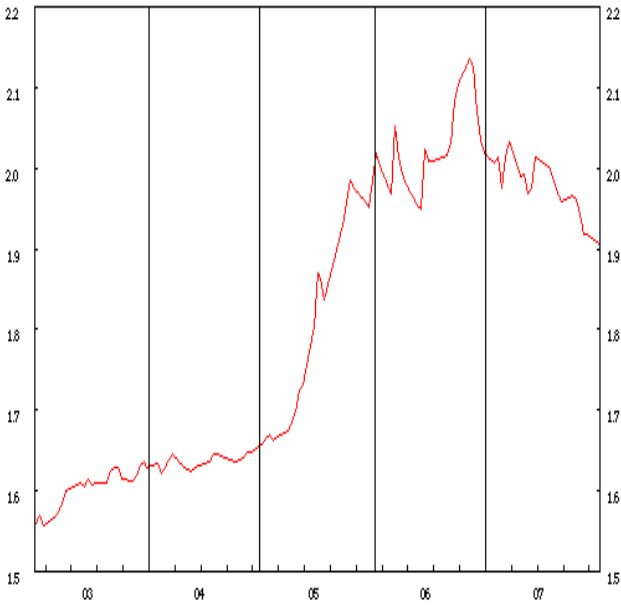
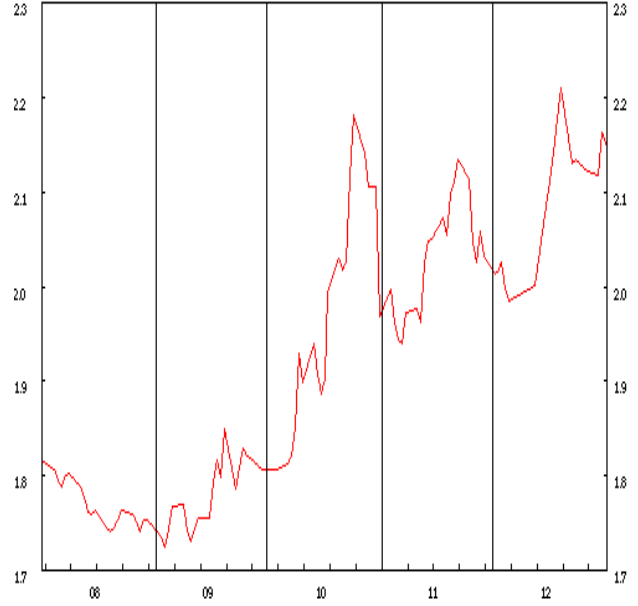
Tablodan da görülebileceği üzere, 2006 yılında çok sayıda görüşme olmamasına karşın, 2008 ve 2009 yıllarında görüşme sayısı giderek artmıştır. Tabloda belirtilenler dışındaki hedef, stok, model ve fiyata ilişkin diğer görüşmeler de göz önüne alındığında, teşebbüsler arasındaki iletişimin zaman içerisinde arttığı da anlaşılmaktadır.

Eldeki belgeler çerçevesinde ilk görüşme 17.05.2006 tarihinde Peugeot, Ford, Doğu Otomotiv ve Toyota arasında gerçekleşmiştir. 2006 yılında Euro'daki önemli yükseliş sebebiyle yapıldığı anlaşılan bu görüşmede Toyota (...) uzmanı (...)’ın ifadesiyle, “*üç markanın [Peugeot, Ford, Volkswagen] da ortak görüşünün Euro'daki artışın fiyatlara muhakkak yansıtılması gerektiği, ancak bunun için kurların dengeye gelmesini beklemek gerektiği*” sonucuna ulaşmıştır.

Benzer şekilde, 2008 yılının son çeyreğindeki kur artışı sebebiyle OSD ve ODD bünyesinde rakip teşebbüslerin fiyat stratejilerini konuştukları görülmektedir. Nitekim 20.10.2008 tarihli OSD toplantısında MAİS temsilcisi, “*markaların büyük çoğunluğu Aralık sonuna kadar “artan dövize rağmen” fiyatları cazip kılmaya gayret gösterecek*” açıklamasını yapmıştır. Buna karşılık Ford temsilcisi, “*dövizdeki artışa karşı koyabilmek için 2,5 ayın uzun süre olduğunu*”, “*fiyatlandırma ve kampanyada rakiplerin birbirini kollayacağını*” belirtmiştir. Dört gün sonra, 24.10.2008’de

gerçekleşen ODD toplantısında ise MAİS temsilcisi benzer şekilde, “Ekim ve Kasım aylarında bir değişiklik (artış) beklemediklerini ama Aralık için şu anda yorum yapamayacağını” açıklamış, buna karşılık Doğu Otomotiv temsilcisi ise, döviz artışını fiyatlara yansıtmak zorunda olduğunu belirtmiştir.

1170 Yukarıda yer verilen belgelerin incelenmesi açısından kurdaki değişimlerin de irdelenmesi faydalı olacaktır. Belgelerin ait olduğu 2006 ve 2008 yıllarında söz konusu görüşmelerden kısa süre önce, aşağıdaki grafiklerde görülebileceği gibi, Euro kurunda büyük artışlar gerçekleşmiştir. 01.03.2006 tarihinde 1,5688 olan Euro satış kuru, belgenin tarihi olan 17.05.2006 tarihinde 1,8379’a yükselmiş, dolayısıyla kurda yaklaşık %17’lik bir artış yaşanmıştır. Bu durum, Ford’un ifadesiyle “rakiplerin birbirini kolladığı” bir pazar yapısı içerisinde, ticari riskleri ortadan kaldırmak için dört teşebbüsün fiyat politikasına yönelik görüşmelerine yol açmıştır. Benzer bir durum 2008 yılı için de geçerlidir. Nitekim 01.09.2008’de 1,7344 olan Euro satış kuru, ilk toplantının gerçekleştiği 20.10.2008’de 2,0183 olmuş, diğer bir ifadeyle %16,4’lük bir yükseliş yaşanmıştır. Dolayısıyla 2008 Ekim ayında sektördeki önemli oyuncuların 2006’ya benzer şekilde fiyat politikaları hakkında görüşmeler yapmaya başladıkları görülmektedir.

1180 **Grafik 1: Mart-Temmuz (2006) Euro Satış****Grafik 2: Ağustos-Aralık (2008) Euro Satış**

1200 2006 yılındaki görüşme sonrasında teşebbüslerin nasıl davrandıklarına yönelik olarak anahtar teslim tavsiye fiyat hareketleri incelenmiştir. Grafik-3’te dört teşebbüsün 17.05.2006 tarihindeki görüşmeden sonraki fiyatlarındaki değişim görülmektedir. Grafiklerden net olarak görülebileceği gibi, dört teşebbüs de görüşme sonrası önemli oranlarda fiyat artışları yapmıştır. Ford, Toyota, Doğu Otomotiv ve Peugeot’nun Haziran ayında Grafik-3’te yer verilen üç modelindeki ortalama fiyat artışları sırasıyla; %6,11; %5,01; %3,22 ve %3,69 olarak gerçekleşmiştir. Ayrıca aşağıdaki tabloda teşebbüslerin 17.5.2006 tarihinden Eylül ortasına kadar geçen 4 aylık sürede gerçekleştirdikleri toplam fiyat artış oranları yer almaktadır. Dört teşebbüs, Eylül ortasına kadar geçen 4 aylık sürede bazı modellerinde %17’leri bulan oranlarda fiyat artışı yapmışlardır. Bu süre zarfında Euro’daki yükseliş ise sadece %2,12 ile sınırlı kalmıştır. Bu nedenle teşebbüslerin yukarıda da yer verilen Mart ayından itibaren gerçekleşen kur yükselişini, Mayıs sonrasındaki görüşme ile fiyatlarına yansıttıkları değerlendirilmiştir. Buna ilaveten dört teşebbüs de, 17.05.2006 tarihindeki

1210

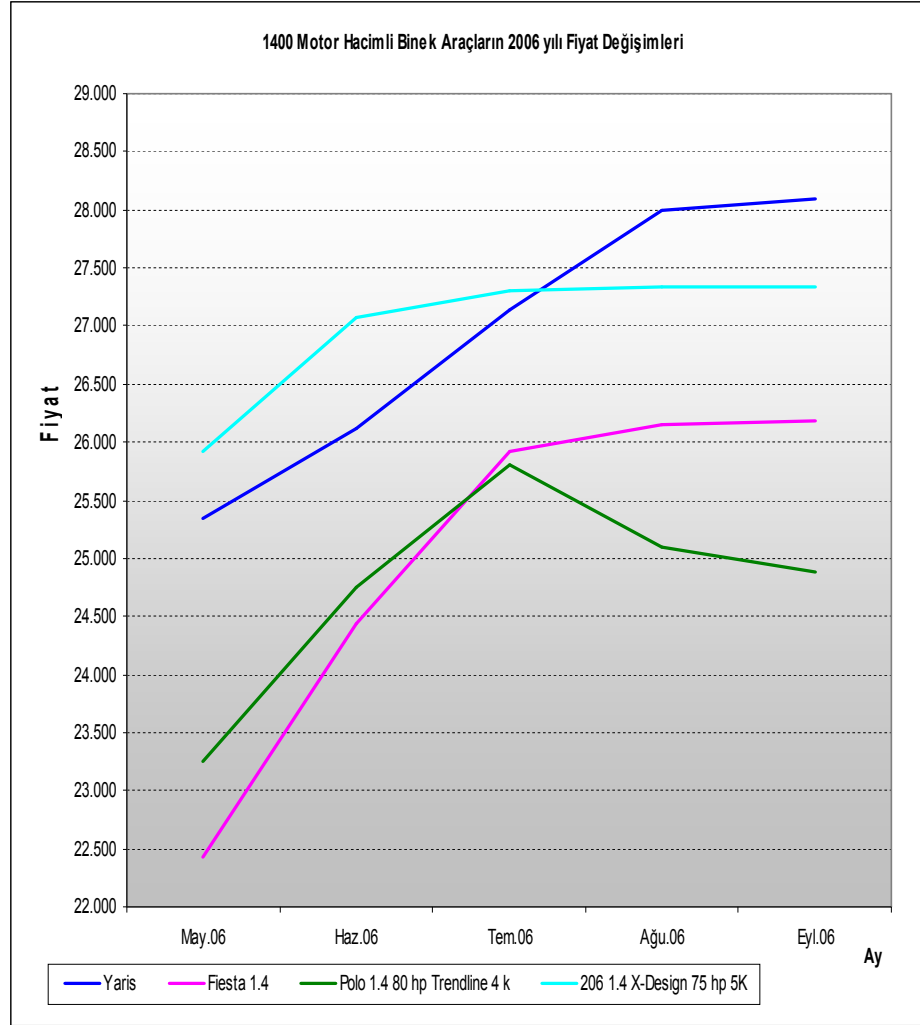
11-24/464-139

görüşmeden kısa süre sonra, aynı gün (01.06.2006'da) yeni fiyat listeleri yayınlamış ve fiyat artışına gitmişlerdir.

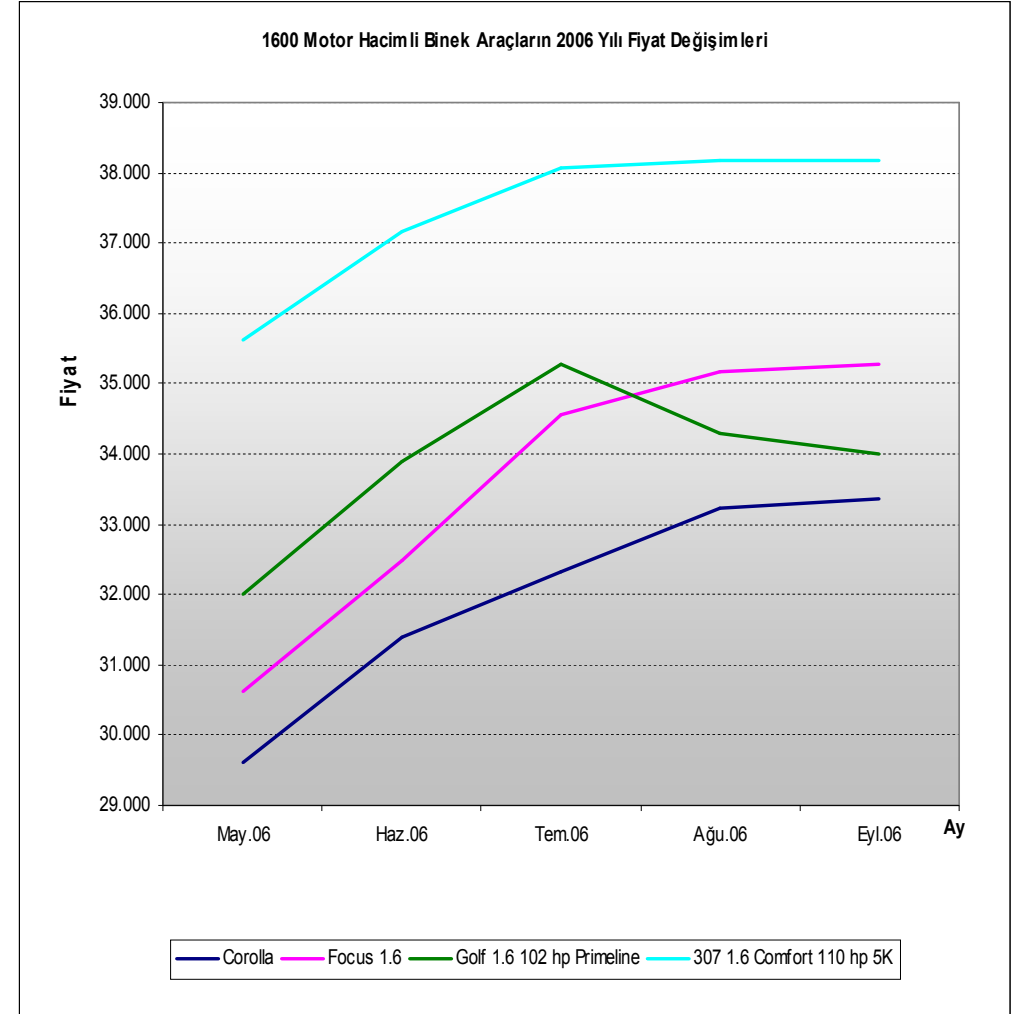
Tablo 47: 17.5.2006-30.9.2006 Döneminde Toplam Fiyat Artış Oranları

Marka	Model	Artış Oranı (%)
Toyota	Yaris	10,85
	Corolla	12,67
	Avensis	17,75
Ford	Fiesta 1.4	16,73
	Focus 1.6	15,20
	Mondeo 2.0	17,63
VW (Doğuş Otomotiv)	Polo 1.4	7,73
	Golf 1.6	14,71
	Passat 2.0	13,56
Peugeot	206 1.4 X-Design	4,03
	307 1.6 Comfort	6,11
	407 2.0 Executive	7,86

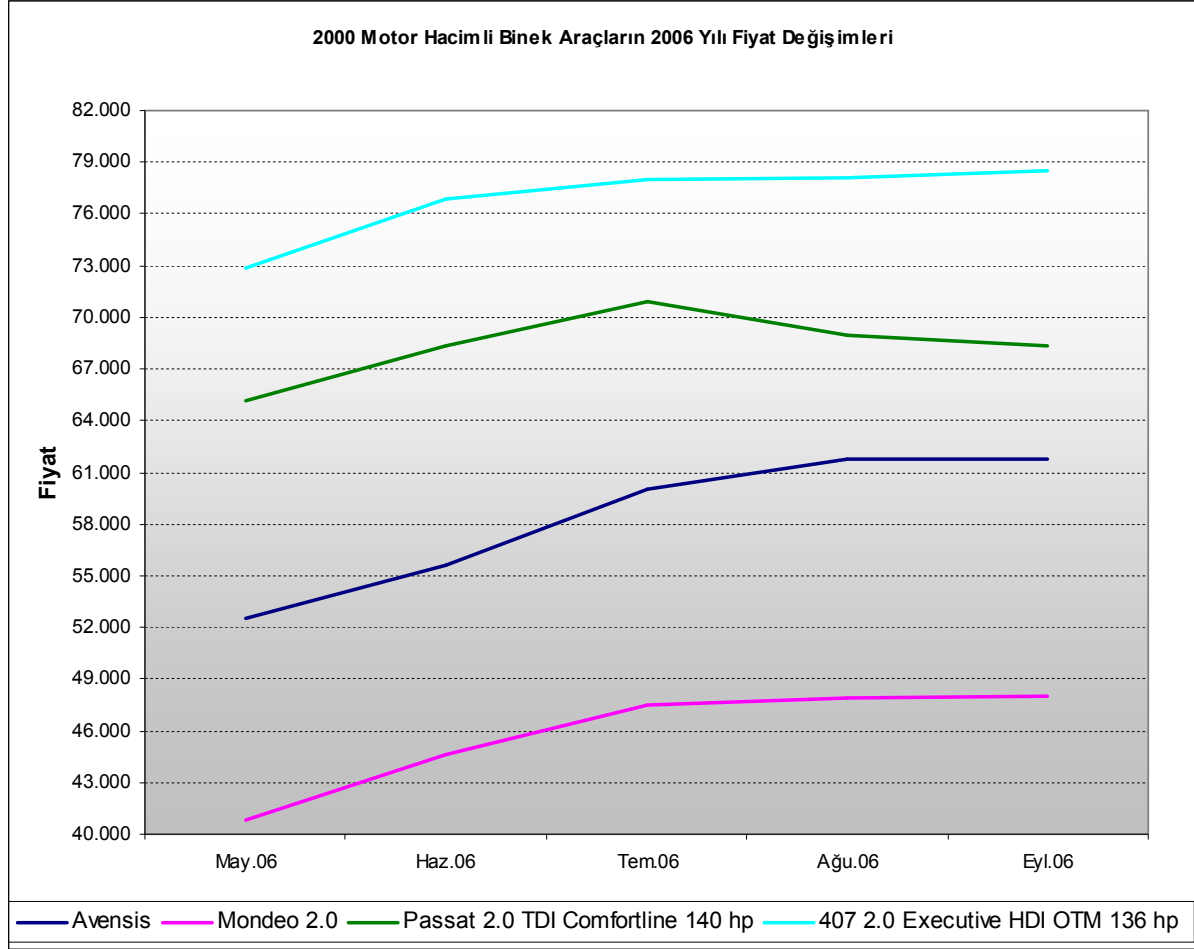
Grafik 3-a. Dört Teşebbüsün Fiyat Hareketleri



Grafik 3-b. Dört Teşebbüsün Fiyat Hareketleri



Grafik 3-c. Dört Teşebbüsün Fiyat Hareketleri



1230

Benzer şekilde adı geçen teşebbüslerin 2006 yılında gerçekleştirdikleri görüşme sonrasında hafif ticari araç modellerinde meydana gelen fiyat hareketleri de irdelenmiş ve binek araçlarda gerçekleşen değişime benzer bir sonuçla karşılaşılmıştır. Aşağıdaki tabloda, görüşme öncesi ve sonrasında, seçilen hafif ticari araç modellerindeki fiyat hareketleri gösterilmektedir.

Tablo 48: Görüşme Sonrası Hafif Ticari Araç Pazarında Teşebbüslerin Fiyat Hareketleri

Marka	Model	Fiyatlar		Artış Oranı (%)	Fiyat Değişim Tarihi
		Görüşme Öncesi	Görüşme Sonrası		
Toyota	Hilux	30.504	32.029	5,00	01.06.2006
Doğuş	Transporter	31.807	32.426	1,95	29.05.2006
	Carawelle	46.113	47.019	1,96	
	Volt	48.288	48.762	0,98	
	Cady	27.789	28.328	1,94	
Ford	Yeni transit van	31.202	31.810	1,95	01.06.2006
	Yeni transit kombi /kombi van	33.533	34.189	1,96	
	Ranger	29.198	29.766	1,95	
Peugeot	Partner	27.985	28.545	2,00	22.05.2006
			29.401	5,06	01.06.2006

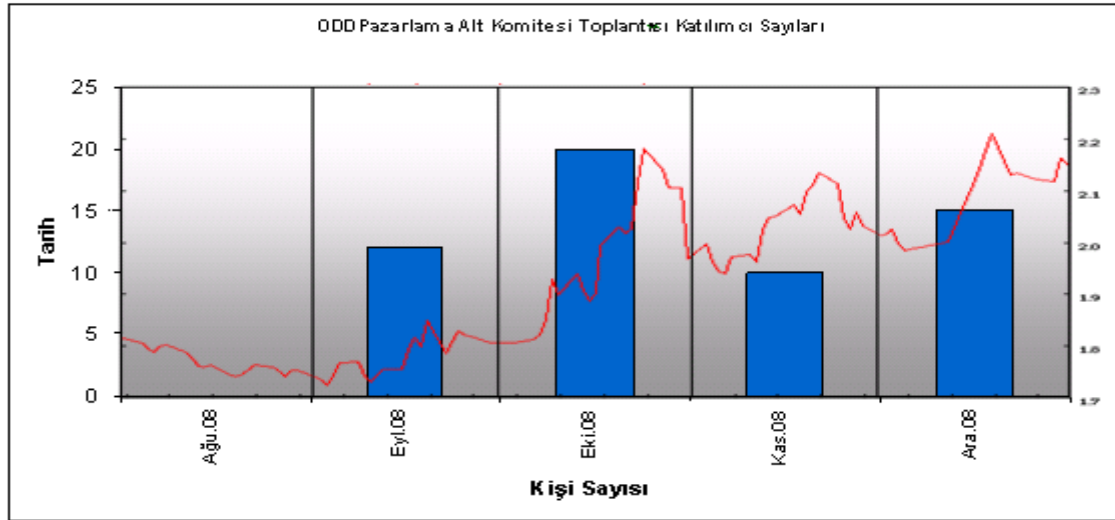
1240

Tablo incelendiğinde, teşebbüslerin tümünün çok yakın tarihlerde fiyat artışına gittikleri göze çarpmaktadır. Örneğin Peugeot, hem 22.05.2006 hem de 01.06.2006'da fiyat artışı yaparken, Toyota ve Ford Otomotiv 01.06.2006'da, Doğuş

Otomotiv ise sadece iki gün önce 29.05.2006'da artış gerçekleştirmiştir. Binek araç modellerindeki kadar yüksek artışlarla karşılaşılmasa da bazı modellerde %5'i bulan fiyat artışlarına rastlanmıştır. Bu nedenle dört teşebbüsün bu görüşme ile hem binek araç hem de hafif ticari araç pazarında 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği anlaşılmıştır.

1250 Benzer şekilde 2008 yılının son çeyreğinde Euro kurunda önemli miktarda yükselme gerçekleşince, 20.10.2008 (OSD) ve 24.10.2008 (ODD) tarihlerindeki toplantılarda kurun fiyatlara ne zaman yansıtılacağı tartışılmıştır. Bu noktada özellikle OSD toplantısından ziyade ODD toplantısı önem arz etmektedir, çünkü kurdaki yükseliş üretici firmalardan çok ithalat yapan firmaları etkilemiştir. Sektördeki teşebbüsler 24.10.2008'den önce 11.09.2008'deki ODD toplantısında bir araya gelmiş; ancak bu toplantıya katılım oranı Ekim'dekine göre düşük kalmıştır. İşaret edilen sonuç, Grafik-2 incelendiğinde daha net anlaşılmaktadır. 11.09.2008'de 1,7548 olan Euro satış kuru, sonraki toplantının gerçekleştiği tarih olan 24.10.2008'de 2,1407'ye kadar çok hızlı bir yükseliş (%22) sergilemiştir. Eylül ayındaki toplantıya 12 kişinin, Ekim ayında ise 20 kişinin katılmasının kurdaki değişime bağlı olduğu değerlendirilmektedir. Öte yandan bu noktada Eylül'deki toplantıya temsilci göndermeyip, Ekim'dekine gönderen teşebbüsler incelendiğinde söz konusu durum daha da netlik kazanmaktadır. Zira belirtilen teşebbüslerden Toyota hariç diğer tüm firmalar sadece ithal araç satışı gerçekleştirmektedir. Toyota araç satışlarının ise %79,36'sı ithal araçlardan oluşmaktadır¹. Toplantılara katılım ile Euro kurundaki değişim arasındaki bağlantıyı görebilmek için her iki grafiğe aşağıda yer verilmiştir. Görüleceği üzere, kurdaki artış ve azalışa bağlı olarak katılımcı sayısı da değişmektedir².

Grafik 4: Haziran- Aralık 2008 Euro kurundaki değişim



1270

Bir diğer noktaysa, aynı teşebbüslerden katılan temsilci sayısındaki artıştır. Eylül'deki toplantıya bir temsilci ile katılan Doğu Otomotiv, Ekim ayında bu sayıyı üçe, Peugeot ve Renault benzer şekilde birden ikiye çıkarmıştır. Ayrıca TOFAŞ'ta elde edilen Ekim ODD toplantı notları incelendiğinde, notların önemli bir kısmını teşebbüslerin fiyat konusundaki görüşlerinin oluşturduğu görülmektedir. Dolayısıyla toplantıda markaların çoğunun fiyat politikasına yönelik açıklama yaptığı da anlaşılmaktadır.

Ancak Ekim ayındaki OSD toplantısına katılan ve binek araç pazarında yer almayan teşebbüslerin farklı değerlendirilmesi gerekmektedir. Zira toplantıda Ford ve Renault

¹ ODD verilerine göre hesaplanmıştır.

² Ağustos ayında ODD toplantısı gerçekleşmemiştir.

1280 sadece binek araçlara yönelik fiyat politikasını görüşmüştür. OSD pazarlama komitesi toplantı notu incelendiğinde binek pazarında yer almayan Karsan, BMC, Otokar, Isuzu ve Türk Traktör firmalarının da toplantıya katıldığı görülmektedir. Bununla birlikte adı geçen teşebbüslerin farklı pazarda yer almaları nedeniyle, toplantıya rekabeti bozucu bir amaç içerisinde katılmadıkları değerlendirilmiştir. Toplantıya katılan diğer teşebbüsler ise Ford, Mercedes, TOFAŞ ve MAİS'tir.

1290 2008 yılında gerçekleştirilen her iki toplantı da incelendiğinde, teşebbüsler arasında fiyatın artırılmasına yönelik bir uzlaşmanın sağlanamadığı görülmektedir. Zira toplantıda MAİS fiyatlarını artırmayacağına yönelik açıklama yapmasına rağmen, Doğu Otomotiv tersi yönde görüş belirtmiştir. Teşebbüslerin fiyat hareketlerini gösteren Grafik-5 incelendiğinde, Kasım ayında fiyat artırımına giden firmalar olduğu gibi, hiç fiyat artırmayan hatta fiyatını düşürenlerin de olduğu görülmektedir. Sonuç olarak 2008 yılı Ekim ayı toplantılarına katılan firmaların fiyat politikalarını tartıştıkları, ancak fiyat artışı yönünde bir uzlaşma sağlayamadıkları değerlendirilmiştir. Öte yandan Doğu Otomotiv'den elde edilen 25.10.2008 tarihli belgede yer verilen bilgilerin ise gizli müşteri çalışması kapsamında bayiler kanalıyla edinildiği anlaşılmıştır.

1300 Bununla birlikte, 2008 yılındaki toplantıların 2006 yılı açısından verdiği bazı ipuçları bulunmaktadır. 2008 yılının son 2,5 aylık sürecinde fiyat artırma konusunda anlaşamayan teşebbüsler, kurdaki önemli yükselişe rağmen fiyatlarına kur değişimini yansıtmamıştır. Dolayısıyla 2006 yılındaki görüşmenin olmaması durumunda da aynı sonucun ortaya çıkabileceği, yani kurdaki yükselişin fiyatlara yansımayaabileceği değerlendirilmiştir.

1310 Öte yandan 20.10.2008 OSD toplantısı ile 24.10.2008 ODD toplantıları arasındaki ilişki bakımından Renault'nun görüş değişikliğine dikkat çekilmesinde yarar görülmektedir. Zira OSD toplantı notlarına göre Renault, artan dövizde rağmen Aralık sonuna kadar markaların büyük çoğunluğunun fiyatları cazip kılmaya devam edeceğini, ancak 2009 yılı başında ciddi oranda zam geleceğini ifade etmişken, aynı toplantıda Ford'un "dövizdeki artışa karşı koyabilmek için 2,5 ayın uzun bir süre olduğu" açıklaması sonrası görüş değişikliğine gitmiştir. Dört gün sonra, 24 Ekim'de gerçekleşen ODD toplantısında, "fiyatlandırma konusunda Ekim ve Kasım aylarında bir değişiklik (artış) beklemediklerini ancak Aralık için şu anda yorum yapamayacağını" ifade etmiştir. Her iki toplantıya da Renault'dan aynı çalışanların ((...)) ve (...)) katıldığı dikkate alındığında, sektördeki oyuncuların fiyat artırımını yönündeki görüşlerinin Renault'un fiyatlandırma kararını etkilediği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla teşebbüsler arasında her ne kadar Euro kurundaki artışın fiyatlara yansıtılması uzlaşma sağlanamasa da, yapılan açıklamalar sonrasında fiyatlarını rakiplerinden bağımsız olarak belirlemedikleri anlaşılmaktadır.

1330 Sektördeki oyuncular arasındaki fiyat politikasına yönelik görüşmeler 2009 yılında da devam etmiş, daha önce de açıklandığı üzere ekonomik parametrelerdeki bir değişim sonrası toplantı yapılmıştır. Kamuoyunda ÖTV (Özel Tüketim Vergisi) indirimi olarak bilinen, "Bazı Mallara Uygulanacak Katma Değer Vergisi ve Özel Tüketim Vergisi Oranlarının Belirlenmesine İlişkin Kararın Yürürlüğe Konulması Hakkında Karar" 16.03.2009 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. ÖTV indiriminden üç gün sonra, 19.03.2009'da toplam 13 markanın katılımı ile ODD toplantısı düzenlenmiştir. Doğu Otomotiv (Volkswagen)'den elde edilen 19.03.2009 tarihli e-postaya göre, söz konusu toplantıda, "tüm markalar kısa vadede zam yapmayı planladıklarını" açıklamıştır. Aynı durumu ALJ (Daihatsu)'den elde edilen

11-24/464-139

19.03.2009 tarihli e-posta da teyit etmektedir. Söz konusu e-postada da, teşebbüslerin fiyat artışlarının olacağını açıkladıkları görülmektedir. Söz konusu belgede yer alan “*Fiyatlarla ilgili de YİNE net bir şey söyleyen olmamakla birlikte artışlar olacaktır şeklinde konuşuldu*” ifadesi, 19.03.2009 tarihinden önce de teşebbüslerin geleceğe yönelik fiyat görüşmelerinde bulduklarına, bu sebeple bahsi geçen toplantıya rekabeti sınırlayıcı amaçla katıldıklarına işaret etmektedir. Bu çerçevede teşebbüslerin mezkûr tarih sonrasında fiyat artışlarına gidip gitmedikleri aşağıda incelenmiştir.

1340

Grafik 5'te teşebbüslerin 2008 Ağustos-2009 Temmuz ayları arasındaki fiyat değişimleri gösterilmektedir. 2009 Mart ayında ÖTV indirimi ile beraber tüm firmaların fiyatlarında düşüş gerçekleşmekle birlikte, devam eden ayda teşebbüslerin neredeyse hepsi fiyat artışına gitmiştir. Yerinde inceleme esnasında bulunan belgelerde yer alan ifadelerle uyumlu şekilde fiyat artışlarının gerçekleştiği göze çarpmaktadır. Toplantıda temsil edilen 12 markadan Mermerler ve Mercedes hariç hepsinin fiyatlarının arttığı görülmektedir. Bununla birlikte 2009 tarihli toplantıda tüm markaların zam yapmak üzerinde uzlaştıkları anlaşılmaktadır. Bu uzlaşmaya uyulmaması Rekabet Hukuku'nda eylemi ihlal olmaktan çıkarmamakta, sadece ceza miktarının takdirinde dikkate alınabilmektedir.

1350

Bu toplantıdan sonra, piyasada uzlaşma sonucu gerçekleşen fiyat artışlarının tüm sektöre yayıldığını da söylemek mümkündür. Zira GM (Opel), Mazda, Hyundai ve Honda gibi 19.03.2009 tarihli ODD toplantısına katılmamış ve rakiplerle bu konuda herhangi bir görüşmesi tespit edilmemiş olan teşebbüslerin bile fiyat arttırdıkları görülmektedir. Soruşturma açılan ve binek pazarında yer alan 21 teşebbüsten sadece beş tanesinin (Mercedes, Borusan (BMW), Şahsuvaroğlu (SsangYong), Mermerler (Chery) ve İsohtar (Tata)) fiyatlarını arttırmadığı, fakat kalan 16 adet teşebbüsün fiyatlarında önemli oranlarda artışların gerçekleştiği anlaşılmaktadır. Bu beş teşebbüsten üçü (İsohtar, Şahsuvaroğlu ve Borusan) ise, 19.03.2009 tarihli ODD toplantısına katılmamıştır, ayrıca sözü edilen beş adet teşebbüsün 2009 yılı toplam pazar payı %4,59'dur. Aşağıdaki tabloda ÖTV indirimini takip eden ayda teşebbüslerin fiyatlarının nasıl değiştiği gösterilmiştir. Tablodan görüldüğü üzere sektörün geneli farklı oranlarda da olsa fiyatlarını artırmıştır.

1360

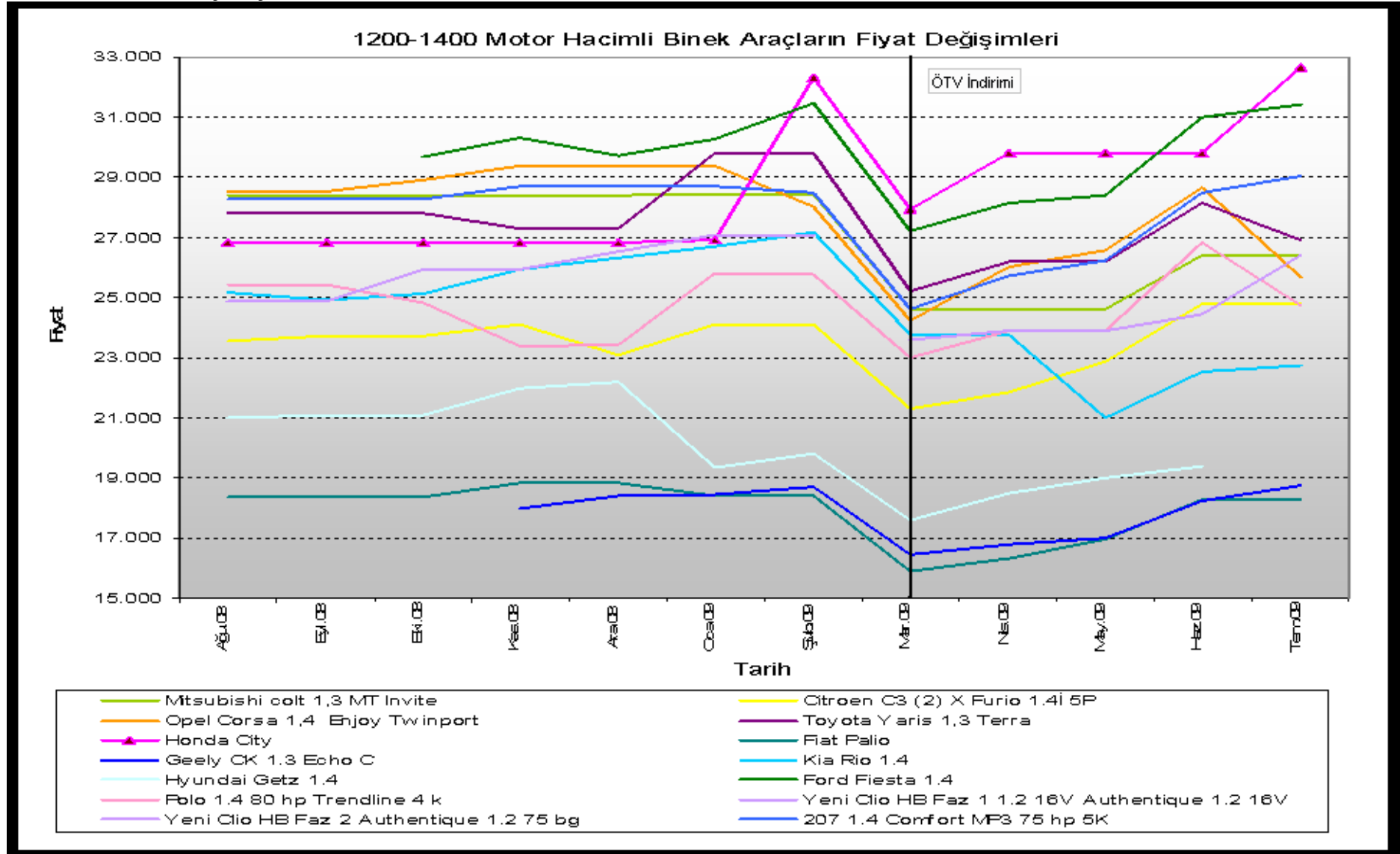
1370

1380

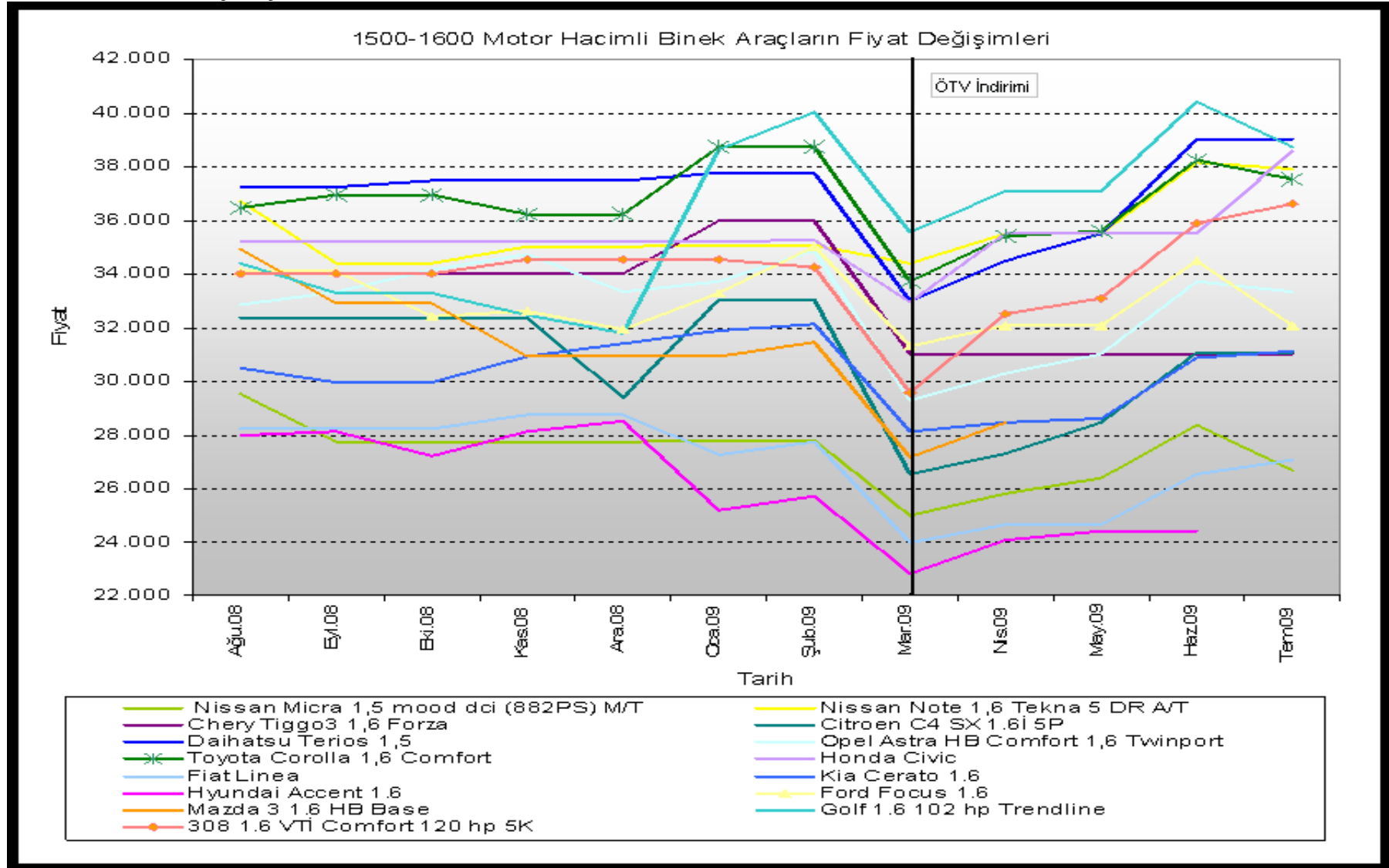
Tablo 49: ÖTV İndirimi Sonrası Teşebbüslerin Fiyat Hareketleri

Marka	Model	Fiyat Artış Oranı (%)
Nissan	Micra 1,5 mood dci (882PS) M/T	3,2
	Note 1,6 Tekna 5 DR A/T	3,2
Mitsubishi	Mitsubishi colt 1,3 MT Invite	0
	Mitsubishi yeni lancer 1,8 CVT Intense	16,45
Citroen	Citroen C3 (2) X Furio 1.4İ 5P	2,67
	Citroen C4 SX 1.6İ 5P	2,93
Daihatsu	Daihatsu Terios 1,5	4,55
Opel	Opel Corsa 1,4 Enjoy Twinport	7,39
	Opel Astra HB Comfort 1,6 Twinport	3,48
Toyota	Toyota Yaris 1,3 Terra	3,97
	Toyota Corolla 1,6 Comfort	5,04
Honda	City	6,73
	Civic	7,84
TOFAŞ	Palio	2,52
	Bravo	3,74
Geely	CK 1.3 Echo C	1,83
	MK 1.5 Familia	1,86
Kia	Rio 1.4	0
	Cerato 1.6	1,13
Hyundai	Getz 1.4	5,08
	Accent 1.6	5,41
Ford	Fiesta 1.4	3,4
	Focus 1.6	2,44
Mazda	Mazda 2 1.3 HB Mid	0
	Mazda 3 1.6 HB Base	4,75
VW	Polo 1.4 80 hp Trendline 4 k	3,91
	Golf 1.6 102 hp Trendline	4,36
Renault	Yeni Laguna Faz 1 Privilege 1.6 16V	3,55
	Yeni Clio HB Faz 2 Authentique 1.2 75 bg	1,27
Peugeot	207 1.4 Comfort MP3 75 hp 5K	4,41
	308 1.6 VTİ Comfort 120 hp 5K	9,82

Grafik 5-a: 2008-2009 yılı fiyat hareketleri



Grafik 5-b: 2008-2009 yılı fiyat hareketleri



11-24/464-139

1390

Toplantıya katılan teşebbüslerin hafif ticari araç modellerindeki fiyat değişimlerine ilişkin olarak da benzer bir inceleme yapılmasında fayda görülmüştür. Zira toplantıya katılan teşebbüsler binek araçların yanı sıra hafif ticari araçların da dağıtımını gerçekleştirmektedir.

Bu bağlamda katılımcıların 19.03.2009 tarihi öncesi ve sonrasındaki seçilen hafif ticari araç modellerinin fiyatları aşağıdaki tabloda gösterilmektedir. Bu noktada belirtilmelidir ki, söz konusu toplantıya katılmamış olan ancak hafif ticari araç pazarında faaliyet gösteren Hyundai, Nissan, Mazda ve Opel gibi teşebbüslere de tabloda yer verilerek, binek araçlardaki fiyat hareketleri ile benzer şekilde toplantıda uzlaşılan fiyat artışlarının sektörün geneline yansıdığına gösterilmesi amaçlanmıştır.

1400

Tablo 50: ÖTV İndirimi Sonrası Hafif Ticari Araç Pazarında Teşebbüslerin Fiyat Hareketleri

Marka	Model	Fiyatlar		Artış Oranı (%)	Fiyat Değişim Tarihi
		19.3.2009 Öncesi	19.3.2009 Sonrası		
Citroen	Nemo	20.366	20.609	1,19	01.04.2009
	Berlingo	26.132	26.159	0,10	
	Jumpy	34.453	34.481	0,08	
Çelik Motor	Bongo K2500 TDI, D-Cab/Kasalı /Çift Teker	30.710	31.138	1,39	13.04.2009
	Bongo K2700 S-Cab/Çift Teker	25.569	25.918	1,36	
Doğuş	Transporter	36.669	37.380	1,94	24.03.2009
	Carawelle	58.085	59.224	1,96	
	Cady	31.096	31.695	1,93	
	Crafter	53.351	54.918	2,94	
Ford	Transit Connect Van	20.328	20.674	1,70	1.04.2009
	Transit Connect Kombi	24.282	24.697	1,71	
	Ranger	29.829	30.550	2,42	
Hyundai	Hyundai H1	32.111	33.450	4,17	01.04.2009
	Hyundai H100	22.115	23.250	5,13	
MAİS	Kangoo Multix Classic Faz 3 Authentique 15mltx65 Güvenlik	25.785	25.790	0,02	Nisan 2009
	Trafic Van Faz 2 Confort 5 m ³ 1.9 Dci Cam Panelvan	35.196	35.300	0,30	
Mazda	BT500	31.164	31.760	1,91	1.04.2009
Mermerler	Taxim	16.481	-		
Nissan	Navara	45.181	47.490	5,11	02.04.2009
	Pick Up	32.240	33.890	5,12	
Opel	Combo Club,	22.360	23.060	3,13	01.04.2009
	Combo Comfort	23.703	24.443	3,12	
Peugeot	Bipper Kombi	24.022	25.955	8,05	27.03.2009
	Partner Tepee	29.204	29.390	0,64	08.04.2009
Temsä	L300	25.814	26.558	2,88	23.03.2009
	Canter	51.808	52.798	1,91	
Tofaş	Doblo Kargo	17.410	18.160	4,31	Nisan 2009
	Doblo Combi	18.820	19.460	3,40	
	Ducato	29.840	31.050	4,05	

11-24/464-139

1410 Tabloda görüleceği gibi, 19 Mart'ta gerçekleşen toplantının ardından Mart veya Nisan ayları içerisinde Mercedes ve Mermerler Otomotiv hariç tüm teşebbüsler seçilen modellerde değişen oranlarda fiyat artışlarına gitmiştir. Kısacası, binek araçlarda olduğu gibi hafif ticari araçlarda da 19 Mart toplantısında tüm markaların kısa vadede zam yapacaklarını açıklamalarının ardından aynı veya takip eden ay içerisinde fiyat artışlarının gerçekleştirildiği görülmüştür. Bu husustan hareketle, 19.03.2009 ODD toplantısında gerçekleşen görüşmelerin hem amaç hem de etki itibarıyla 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal eder nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

1420 19.03.2009 tarihli belgelere yönelik olarak belirtilmesi gereken diğer bir husus, iki farklı teşebbüste yapılan yerinde incelemede elde edilen belgelerin söz konusu toplantıda geleceğe yönelik fiyat stratejileri hususunda katılımcıların görüşmelerde bulunduğunu ortaya koyduğudur. Aynı zamanda her iki belgede de tarafların geleceğe yönelik olarak fiyat artışı gerçekleştirecekleri bilgisini rakipleri ile paylaştıkları açıkça görülmektedir. Bununla birlikte ALJ'de bulunan belgede bahse konu toplantıda fiyat artışlarının gerçekleştirileceği konuşulmuş olmakla birlikte net bir ifadenin söz konusu olmadığı belirtilmektedir. İşaret edilen belgeler birlikte değerlendirildiğinde tarafların zam oranları, zam tarihi gibi hususlarda açıklamada buldukları yönünde bir delil mevcut bulunmamakta; ALJ'de elde edilen belgede *"net bir şey söylenmemiş olmakla birlikte"* ifadesi ile kastedilen hususun bu bilgiler olabileceği görülmektedir. Bilindiği üzere söz konusu toplantı ÖTV indirimlerinden sonraki dönemde gerçekleşmiş olup soruşturma sürecinde elde edilen bilgi ve belgelerden anlaşıldığı üzere belirtilen dönemde teşebbüsler açısından önem arz eden husus rakiplerin fiyat artışı gerçekleştirip gerçekleştirmeyeceğidir. Öyle ki taraflar rakipleri ile paralel oranlarda fiyat artışı gerçekleştirme arayışında olmayıp öncelikle rakiplerin herhangi bir artış uygulayıp uygulamayacağını öğrenmeye çalışmakta ve fiyat stratejilerini bu bilgiyi dikkate almak suretiyle şekillendirmektedir. Dolayısıyla söz konusu belgelerde önem arz eden husus, teşebbüslerin fiyat artışı yapmak hususunda uzlaşmış olmalarıdır. Sözü edilen uzlaşma tek başına rekabeti sınırlayıcı niteliktedir ve tarafların fiyat artışının detayları hususunda görüşme yapmamış olmaları ihlalin niteliğini değiştirmemektedir. Öte yandan yukarıda yer alan grafik, tablo ve değerlendirmeler ile ayrıntılı olarak ortaya konulduğu üzere söz konusu toplantıyı takiben toplantıya katılan teşebbüslerin çoğunluğu tarafından fiyat artışına gidilmiştir. Dolayısıyla 19.03.2009 tarihli ODD toplantısında geleceğe yönelik fiyat stratejilerinin belirlenmesine ilişkin bir uzlaşmanın gerçekleştiği, sözü edilen uzlaşmanın uygulandığı ve bu suretle piyasada rekabeti sınırlayıcı etkiye yol açtığı açıkça ortaya konulmuş bulunmaktadır.

1450 İşaret edilen tablo ve grafiklerden hareketle, 19 Mart toplantısına katılmayan Honda ve GM'nin de fiyatlarını artırması hususunun da değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda 19 Mart tarihli ODD toplantısında fiyatların artacağı konusunda uzlaşmaya varılmasıyla gerçekleşen fiyat artışlarının, sektörün geneline yayıldığı ve toplantıda olmayan teşebbüslerin de fiyatlarını artırması sonucunu doğurduğu görülmektedir. Bununla birlikte söz konusu üç teşebbüsün, 19 Mart sonrası fiyat artışına yönelik olarak diğer teşebbüslerle koordinasyon içerisinde olduğunu gösteren bir belge mevcut olmadığından, adı

11-24/464-139

geçen teşebbüslerin fiyat artırımına gitmelerinin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal eder nitelikte olmadığına karar verilmiştir.

1460 Ancak bu noktada bahse konu görüşmelere katılanlardan hangilerinin fiyat stratejisine yönelik uyumlu eylem ve/veya anlaşma kapsamında ele alınacağı önem arz etmektedir. ABAD, belirtilen nitelikteki görüşmelerin amacının geleceğe yönelik belirsizliği ortadan kaldırmak olmasından hareketle, tüm katılımıcıları eylemin tarafı kabul etmekte, bu amaçla görüşmeye katılmayanların ise bunu ispat etmesini istemektedir. Dolayısıyla ABAD'ın yaklaşımında ispat yükü taraflara geçmektedir. Bununla birlikte katılımıcıların alınan kararları uygulamadığı iddiası yahut fiyatlama ve sair davranışların ilgili toplantıda tartışılan hususları yansıtmadığı savunması teşebbüslerin ihlale ilişkin yapılanmaya dahil olmadıklarının ispatında yeterli kabul edilmemektedir (*Atochem v. Commission* (1991), T-3/89, ECR II-867, para.100.). İşbu dosya kapsamında ise, ispat yükünün taraflarda olabileceğine yönelik ABAD'ın yaklaşımı reddedilmemiş olsa da, yukarıda detaylı olarak ele alınan, katılımıcıların rekabeti bozucu niyette olmadıklarının/olamayacaklarının tespit edildiği toplantılarda taraflar lehine bir yaklaşım benimsenmiştir. Diğer bir ifadeyle niteliği gereği katılımıcılarının rekabeti bozucu amaçta olamayacağı toplantılara katılanlar ile rekabeti bozucu nitelikteki bir toplantıya faaliyette bulunduğu sektör gereği rekabeti sınırlama amacıyla katılamayacak olanlar, uzlaşmanın tarafı olarak kabul edilmemiştir. Benzer şekilde fiyat görüşmelerinin yapıldığı fakat fiyat stratejisinin belirlenmesi hususunda uzlaşmanın sağlanamadığı toplantılara katılan, ancak rekabeti sınırlama amacının bulunduğu ispatı için hakkında yeterli delil bulunamayan teşebbüsler bakımından da, bahse konu teşebbüslerin ihlale dahil olmadığı yönünde değerlendirme yapılmıştır.

1480 Bu çerçevede, 19.03.2009 tarihli ODD Pazarlama Alt Komitesi Toplantısı'na ait katılımıcı listeleri incelendiğinde, Fer Mas ve Otokar'ın da toplantıya iştirak ettiği görülmektedir. Ancak Otokar diğer teşebbüslerden farklı olarak ele alınmalıdır. Nitekim ürün yelpazesi orta ve ağır ticari ile askeri amaçlı araçlardan oluşan Otokar, binek ve hafif ticari araç pazarında yer almamaktadır. Bu çerçevede Otokar'ın 19 Mart'taki toplantıya rekabeti bozucu amaçla katılamayacağı açıktır. Ayrıca bu değerlendirmeyi destekleyecek nitelikte, Doğu Otomotiv'de elde edilen e-postada toplantıya katılanlar sayılırken tüm teşebbüsler yazılmış, ancak Otokar'a yer verilmemiştir. Benzer şekilde ALJ (Daihatsu)'de elde edilen e-postada da, toplantıya katılan tüm markaların binek ve ticari araca yönelik tahminleri tablo halinde sunulmuş olmasına karşın, sadece Otokar belgenin hiçbir yerinde geçmemiştir. Dolayısıyla Otokar'ın söz konusu toplantılara bilgi paylaşımı ve/veya fiyat politikasını belirlemek amacıyla katılmasının rasyonel olmayacağı değerlendirilmiştir. Benzer şekilde Fer Mas da diğer katılımıcılara kıyasla farklı bir ürün segmentinde faaliyet göstermektedir. Zira Fer Mas, Ferrari ve Maserati marka lüks otomobillerin satışını yapmaktadır. Ferrari ve Maserati'nin ortalama fiyatlarının, soruşturma kapsamında yer alan önemli markaların C (alt orta) ve D (üst orta) segmentlerindeki baz modellerinin

11-24/464-139

1500 ortalama fiyatları³ ile kıyaslanması, Fer Mas'ın diğer markaların fiyat stratejilerinden etkilenip etkilenmediğini ortaya koymaktadır.

Tablo 51: Ortalama Fiyatlar

Marka	Ortalama Fiyat (TL)	Marka	Ortalama Fiyat (TL)
Ferrari	839.362	Maserati	497.467
Mercedes	100.788	Renault	42.176
BMW	88.253	Peugeot	40.188
Volkswagen	49.053	Fiat	36.677
Opel	44.577	Hyundai	31.716

Tablo 52: Fiyat Oranları Matrisi

Marka	Hyundai	VW	Mercedes	Maserati	Ferrari
Hyundai	1,0				
Volkswagen	1,5	1,0			
Mercedes	3,2	2,1	1,0		
Maserati	15,7	10,1	4,9	1,0	
Ferrari	26,5	17,1	8,3	1,7	1,0

1510 Yukarıdaki tablolardan da görülebileceği gibi, Ferrari ve Maserati'nin ortalama fiyatları diğer markaların çok üzerinde yer almaktadır. Tablo 52'den anlaşılacağı üzere, Ferrari'nin ortalama fiyatı Hyundai'nin ortalama fiyatının 26,5 katı, Volkswagen'in ise 17,1 katıdır. Dolayısıyla Fer Mas'ın 19.03.2009'daki toplantıya rakip teşebbüslerin fiyat stratejilerini öğrenerek kendi fiyat politikasını belirleme amacıyla katılmadığı açıktır.

Sonuç olarak, 19.3.2009 tarihli ODD toplantısına katılan teşebbüslerden Mercedes ve Mermerler'in 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edici amaç içerisinde oldukları, Ford, Temsa, ALJ, Doğu Otomotiv, MAİS, Peugeot, Baylas, TOFAŞ, Anadolu Araçlar ve Çelik Motor'un ise 4. maddeyi ihlal edecek nitelikte rekabeti bozucu davranış içerisinde girdikleri anlaşılmıştır.

1520 Yukarıda sayılan görüşmelerin hiç birisine katılmayan Hyundai ile sadece 24 Ekim 2008 tarihli ODD toplantısına katılan (dolayısıyla fiyat birlikteliğine uyma yönünde bir eylemi olmayan) Nissan'ın da ayrıca ele alınması gerekmektedir. Nissan'da bulunan ve ÖTV indirim oranının azaltıldığı 16.6.2009'da gönderilmiş olan e-posta silsilesi aşağıdaki şekildedir:

³ Her marka için C segmentinde hatchback ve sedan modelleri ile D segmentinde 2.0 Dizel modellerine yer verilmiştir. Bazı markalarda 2.0 motor hacminden farklı modeller için ÖTV'deki farklar hesaplanarak fiyatlar oluşturulmuştur. Eğer teşebbüsün o segmente yönelik araba satışı bulunmuyorsa Opel'in segmentler arası oranı baz alınarak hesaplama yapılmıştır.

11-24/464-139

- 16.06.2009 tarihinde Maliye Bakanlığı'nın ÖTV indiriminin 30.09.2009 tarihine kadar kısmen devam ettirilmesi yönündeki kararı ODD tarafından, Nissan dâhil olmak üzere, dernek üyelerine bildirilmiş, hemen ardından bu bildirim saat 11.57'de şirket içindeki personele duyurulmuştur.

1530 - Aynı tarihte saat 12.01'de aşağıdaki e-posta şirket içine gönderilmiştir:

*“Arkadaşlar,
ÖTV artışlarını fiyata yansıtacak şekilde fiyatları revize eder misiniz
lütfen? Toplantıdan çıkıp onay verip vermeyeceğimize karar vereceğiz.”*

- Yine aynı tarihte saat 12.02'de aşağıdaki e-posta şirket içine gönderilmiştir:

*“Arkadaşlar,
Rakiplerle görüşür müsünüz? Ne yapacaklar?”*

1540

- Aynı tarihte saat 13.15'te bu soruya gönderilen cevabi nitelikli e-posta ise aşağıdaki gibidir:

“Ford ve Hyundai'ye ulaşabildim. Artışı birebir fiyatlarına yansıtacaklar ve bugün yeni fiyatlarını açıklayacaklar.”

Nitekim Nissan, Ford ve Hyundai'nin, 16.06.2009 tarihi sonrasındaki dönemde binek ve hafif ticari araç grubundaki modellerinde fiyat arttırdığı görülmektedir.

1550 Ayrıca yukarıda yer verilen belge, teşebbüsler arası koordinasyonun gücünü de net olarak ortaya koymaktadır. Zira teşebbüs ÖTV indirimini olacağını öğrendikten tam dört dakika sonra rakipleriyle iletişime geçme kararı almış ve yaklaşık bir saat içinde sektörün en büyük iki oyuncusunun stratejisine ulaşabilmiştir. Bir diğer ilginç nokta ise, teşebbüsün ÖTV'den dolayı fiyat artırımına gidip gitmemeyi tartışmadan önce rakiplerinin ne yapacağına bakmasıdır. Dolayısıyla teşebbüs fiyat stratejisini rakiplerine bağlı olarak belirlemektedir. Son olarak bu belge, sektördeki pazar payı düşük olan oyuncuların görece daha büyük firmaları takip ettiklerini de göstermektedir.

1560 Bu bağlamda Hyundai ile ilgili diğer belgelerin de göz önüne alınması gerekmektedir. Ford'dan edinilen 08.07.2008 tarihli belgede, Ford çalışanı bir yönetici Hyundai'nin H100 modelinde Euro 4'e geçiş dolayısıyla %5-6 zam yapacağını söylediğini, bununla ilgili ne gibi bir gelişmenin olduğunu alt birimdeki personeline sormaktadır. Söz konusu durumla ilgili olarak, 22 Temmuz'da Hyundai'nin Euro 4 fiyatlandırmasına geçtiği, Ford'un ise Hyundai'nin bu sebeple 2500 TL fiyat artırımını zararda olan pikaplarında fiyat artışı için bir şans olarak değerlendirdiği görülmektedir. Benzer şekilde, Ford'tan edinilen 03.02.2009 tarihli belgede, Ford çalışanı, Hyundai (...) müdürü ile görüştüğünü ve teşebbüsün ticari araca değil, binek araca ağırlık verdiği
1570 bilgisini aldığını, ayrıca ay sonu hedeflerinin de 2500 olduğunu belirtmektedir. Anılan belgenin içeriği ve belgede yer alan ifadelerin pazarlama müdürü tarafından beyan edilmesinden hareketle, “ticari araca ağırlık verilmesi” ifadesi ile ticari araç satışının arttırılması için çaba gösterilmesinin kastedildiği

11-24/464-139

anlaşılmaktadır. Bu bilgi de ticari araç fiyatlarından indirim ve kampanyaların yapılacağına dair çıkarımlara olanak sağlayan bir satış stratejisi bilgisidir. Belgede ayrıca, Hyundai tarafından uygulanacak zam tarihi ve H1 modeli için spesifik zam oranı bilgisi yer almaktadır. Aşağıdaki tabloda Hyundai ve Ford'un bu dönemdeki fiyat hareketleri yer almaktadır:

1580 **Tablo 53: Ford Otomotiv-Hyundai Fiyat Hareketleri**

	Ford transit Van	Ford transit minibüs	Hyundai HI 2 panel Van	Hyundai HI 3 panel Van	Hyundai HI 5 panel Van	Hyundai H 100
Ocak 2009	28.933	36.852	30.370	28.325	33.370	21.550
9.2.2009	30.215	39.887	32.050	29.900	34.200	21.950
Artış Oranı	4,43%	8,24%	5,53%	5,56%	2,49%	1,86%

Teşebbüslerin fiyat listeleri incelendiğinde, Ford ve Hyundai'nin tüm ticari ve binek araç modellerinde (Ford'un Euro bazlı modelleri hariç olmak üzere) aynı tarihte (09.02.2009) zam yaptıkları görüldüğünden, teşebbüslerin bu görüşme neticesinde fiyat artışına gittikleri anlaşılmıştır. Bu nedenle, Hyundai ve Nissan'ın da 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edecek nitelikte rekabeti bozucu davranış içerisine girdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

1590 Soruşturma sürecinde elde edilen belgeler ışığında, otomotiv sektöründeki belirli teşebbüsler arasında 2006 yılından bu yana devam eden fiyat stratejisi görüşmelerinin gerçekleştirildiği anlaşılmaktadır. Esasen fiyat, satın alma süreci ve kaynak tahsisini belirleyen en önemli faktörlerden biridir. Bu itibarla, literatürde fiyata ilişkin görüşmelerin rekabeti bozucu olduğu hususunda fikir birliği söz konusudur. Zira kural olarak, fiyat stratejisine yönelik görüşmelerin rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama dışında herhangi bir amaca hizmet edemeyeceği kabul edilmektedir. Belirtilen görüşmelerin mevcut olmaması durumunda teşebbüslerin ne şekilde tepki verecekleri kesin olarak öngörülememekle birlikte, soruşturma kapsamında yapılan analizler sonucunda, 2006 yılı ve 2009 başında fiyatların daha düşük seyredebileceği tahmin edilmektedir. Bu itibarla fiyat stratejisine ilişkin yukarıda ele alınan görüşmelerin, 1600 uyumlu eylem ve/veya anlaşmaya yol açmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edecek nitelikte olduğu görülmüştür.

1610 İşaret edilen uygulamaların yanı sıra, yerinde incelemelerde elde edilen bilgi ve belgelerden anlaşıldığı üzere GM, Honda ve Karsan firmaları muhtelif zamanlarda bireysel hedef satış rakamlarına ilişkin bilgiler paylaşmışlar, fiyat stratejisine yönelik olarak ise herhangi bir görüşme gerçekleştirilmemişlerdir. Diğer bir deyişle hakkında soruşturma yürütülen bu teşebbüslerin yalnızca hedef, stok yahut satış stratejisi bilgilerini paylaştıkları veya bu tür bilgilerin paylaşıldığı toplantılara katıldıkları tespit edilmiştir. Söz konusu teşebbüslerin az sayıda hedef ve stok bilgisi paylaştıkları (Karsan'ın sadece 2007 yılında bir kere; Honda'nın 2008'de iki, 2009'da bir kere; GM'nin 2008'de üç, 2009'da bir kere) ve bazı hedef bilgilerinin yalnız bir modele yönelik olduğu göz önüne alınarak, bu davranışların mevcut durumda koordinasyon doğurmadığı anlaşılmıştır.

I.5. Tarafların Savunmaları ve Savunmaların Değerlendirilmesi

I.5.1. Genel Nitelikli Savunmalar

1620 I.5.1.1. Usule İlişkin Savunmalar

I.5.1.1.1. Öneraştırma için Kanun'da öngörülen sürele uyulmadığı, soruşturma açılmasına dair Kurul kararının süresinde tebliğ edilmediği iddiası.

1630 Kurul tarafından motorlu taşıtlar pazarında 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlal edilip edilmediğinin tespiti amacıyla öneraştırma yapılması kararı 24.06.2009 tarihinde alınmış, ilgili meslek personeli 29.07.2009 tarihinde raportör olarak görevlendirilmiştir. Söz konusu Kurul kararı uyarınca hazırlanan 29.08.2009 tarihli öneraştırma raporu ise Rekabet Kurulu'nun 09.09.2009 tarihli toplantısında görüşülerek soruşturma açılmasına karar verilmiştir.

1640 4054 sayılı Kanun'un öneraştırma sürecini düzenleyen 40. maddesinin üçüncü fıkrası, öneraştırma yapmakla görevlendirilen raportörün söz konusu incelemeyi 30 gün içinde tamamlayarak Kurula bildireceğini öngörmektedir. Mezkûr Kanun'un 41. maddesinin birinci fıkrası ise, öneraştırma raporunun Kurula teslimini müteakip 10 gün içinde Kurul tarafından soruşturma açılıp açılmayacağı hususunda karar alınacağı hükmünü amirdir. Belirtilen hükümlere uygun olarak raportörler 30 günlük süre içerisinde öneraştırmayı tamamlayarak rapor halinde Kurul dikkatine sunmuştur. Söz konusu Kanun hükümlerinde açıkça görüleceği üzere raportörlerin görevlendirilmesine yönelik herhangi bir süre öngörülmemiştir. Öte yandan işbu dosya bakımından öneraştırma yapılmasına ilişkin görevlendirme, öneraştırma kararından itibaren 35 gün sonra yapılmıştır. İşaret edilen mevzuat hükümleri ve bilgiler neticesinde öneraştırma ve soruşturma sürecinde Kanun'da öngörülen hükümlere aykırılık bulunmamaktadır.

1650 I.5.1.1.2. Uzman yardımcılar tarafından yerinde inceleme yapılmasının Kanun'a aykırı olduğu, buna rağmen yerinde incelemenin, yanlarında uzman olmaksızın iki uzman yardımcısı tarafından yapıldığı iddiası.

Kanun'un 15. maddesinde "İnceleme, Kurul emrinde çalışan uzmanlar tarafından yapılır" ifadesi yer aldığı halde, uzman yardımcısının da yerinde incelemede yetkilendirildiği, dolayısıyla yetkisiz bu kişiler tarafından teşebbüslerden alınan belgelerin delil niteliğinin olmayacağı iddia edilmiştir.

1660 Kanun'un 15. maddesinde lafız itibarıyla yerinde incelemelerin uzmanlar tarafından gerçekleştirileceği düzenlenmiş olmakla birlikte, aynı Kanun'un Rekabet Kurumu meslek personelinin statüsünü belirleyen 34. ve 36. maddeleri ile Rekabet Kurumu Personel Yönetmeliği'nin 4. maddesi uyarınca uzman yardımcılarının meslek personeli niteliğini haiz olduğu belirtilmiş olup, Kurum hizmetlerinin gerektirdiği asli ve sürekli görevleri yerine getirmekte yetkili olduğu ifade edilmiştir. Bu itibarla 15. maddede belirtilen "uzman" ifadesinin "meslek personeli" olarak geniş yorumlanması gerekmektedir. Nitekim işaret edilen işbu

11-24/464-139

husus, Danıştay 10. Dairesi'nin 18.11.2003 tarih ve E: 2001/1441, K: 2003/4468 sayılı kararı ile hüküm altına alınmış bulunmaktadır.

I.5.1.1.3. Yetki belgesinin Kanun'da öngörülen usul ve esaslara uygun olmadığı iddiası.

1670

Yetki belgelerinin Kanun'un 15. maddesinde belirtilen koşulları karşılamadığı, mevcut yetki belgesinde raportörlerin herhangi bir marka ya da teşebbüs özelinde değil tüm kurum ve kuruluşlar bakımından yetkilendirildikleri ve bu nedenle inceleme konusunun ve amacının net bir biçimde ortaya konulmadığı iddia edilmiştir.

1680

Kanun'un 15. maddesi uyarınca rekabet uzmanlarının yerinde inceleme sırasında yanlarında bulundurdukları yetki belgesinin; yapılan incelemenin konusunu, amacını ve yanlış bilgi verilmesi halinde idari para cezası uygulanacağını gösterir nitelikte olması gerekmektedir. Belirtilen hükme uygun şekilde, yetki belgelerinde, "4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 41. maddesi uyarınca, Rekabet Kurulu'nun 9.9.2009 tarihli, 09-41/998-M sayılı toplantısında, motorlu taşıtlar pazarında 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesinin ihlal edilip edilmediğinin tespiti amacıyla soruşturma açılmasına karar verilmiştir." ifadesi yer almaktadır. Dolayısıyla yetki belgelerinde incelemenin konusu belirtilmiş, ayrıca uzmanların Kanun'un 14. ve 15. maddelerinden doğan yetkileri ile yapılan incelemede eksik, yanlış ya da yanıltıcı bilgi veya belge verilmesi durumunda Kanun'un 16. ve 17. maddeleri uyarınca teşebbüse uygulanacak idari yaptırımlara yer verilmiştir. Sayılan hususlardan hareketle taraflarca iddia olunanın aksine, yetki belgelerinin Kanun'un ilgili hükümlerine uygun şekilde düzenlenmiş bulunduğu görülmektedir.

1690

I.5.1.1.4. Soruşturma bildiriminde iddiaların türü ve niteliği hakkında yeterli bilgi ve belge sunulmadığı, bu itibarla savunma hakkının kısıtlandığı, belge talebinin reddi kararına karşı Bilgi Edinme Değerlendirme Kurulu nezdinde yapılan başvurunun haklı bulunduğu ve bilgi ve belgelerin teşebbüslerin erişimine açılmasına karar verildiği, Bilgi Edinme Değerlendirme Kurulu'nun 18.02.2010 tarih ve 2010/206 sayılı kararı ile Rekabet Kurumunun ihdas ettiği işlemleri kanuna aykırı bulduğu ve gerekli bilgi ve belgelerin gönderilmemesi suretiyle savunma haklarının kısıtlandığının sabit hale geldiği iddiası.

1700

Teşebbüsler tarafından; soruşturma bildirimlerinde ihlali açıklıkla ortaya koyan ve teşebbüs özelinde değerlendirme yapıldığını gösteren herhangi bir bilgi ve belgeye yer verilmediği, bunun yerine soruşturma konusuna ilişkin genel açıklamalar yapılmasıyla yetinildiği belirtilmiş ve teşebbüslerin iddia edilen ihlallere ne şekilde dâhil olduklarının açıklanmadığı ifade edilmiştir.

1710

4054 sayılı Kanun'un 43. maddesinin ikinci fıkrası, "Kurul, başlattığı soruşturmaları, soruşturmaya başlanması kararının verildiği tarihten itibaren 15 gün içinde ilgili taraflara bildirir ve tarafların ilk yazılı savunmalarını 30 gün içinde göndermelerini ister. Taraflara tanınan ilk yazılı cevap süresinin

11-24/464-139

1720 başlayabilmesi için Kurulun bu bildirim yazısı ile birlikte, iddiaların türü ve niteliği hakkında yeterli bilgiyi ilgili taraflara göndermesi gerekir.” hükmünü amirdir. Bu hüküm gereği, ilgili teşebbüslere soruşturmaya konu iddiaların türünü ve niteliğini içeren bilgiler soruşturma bildirimi ile birlikte gönderilmiş olup, soruşturmanın güvenliğinin aksini gerektirmesi ve soruşturma raporunun hazırlandığı süreçte evrak taleplerinin delil toplanması ve dosyanın oluşturulması sürecini olumsuz etkilemesinin muhtemel olması sebebiyle önaraştırma raporunun taraflara gönderilemeyeceği kanaatine varılmıştır.

1730 Bilgi Edinme Kanunu'nun 19. maddesinin birinci fıkrasının (c) bendine göre, soruşturmanın güvenliğini tehlikeye düşürecek hususlar Bilgi Edinme Kanunu kapsamında değildir. Nitekim Kurumumuzca anılan Bilgi Edinme Değerlendirme Kurulu kararına karşı Ankara 1. İdare Mahkemesinde iptal ve yürütmeyi durdurma davası açılmış ve ilgili Mahkeme tarafından E.2010/369, K.2010/1850 sayılı kararı ile bahse konu kararın iptaline karar verilmiştir. Sözü edilen mahkeme kararında aşağıdaki hususlara yer verilmiştir:

1740 *“Talep edilen bilgi ve belgelerin neticeye bağlanmamış bir idari soruşturmaya ilişkin olması halinde 4982 sayılı Yasanın 19.maddesinde yer alan istisnadan yararlanılamayacağı hususu tartışmasız bulunmaktadır.*

1740 *Rekabetin Korunması Hakkında Kanun uyarınca soruşturma aşaması, teşebbüslerin, anılan Yasayı ihlal edip etmedikleri hususlarının tespitine yönelik bilgilerin toplanması ve bu haliyle de dosyanın tamamlanmasına yönelik bir süreci kapsamaktadır. Öte yandan, Rekabet Kurulu'nun 4054 sayılı Yasanın 44.maddesine göre tarafları bilgilendirmediği ve savunma hakkı tanımadığı konuları, vereceği kararlara dayanak yapması mümkün bulunmadığı gibi nihai soruşturmanın tamamlanmasından sonra varılan sonuçtan ilgililerin tüm ayrıntılarıyla aydınlatılması da anılan Yasanın uygulama sürecinde zorunlu bir husustur.*

1750 *Bu durumda, anılan şirket hakkında ön araştırma tamamlanarak konunun daha iyi incelenebilmesi amacıyla Rekabet Kurulu tarafından soruşturma açılmasının kararlaştırıldığı, bir başka deyişle idari soruşturmanın bu aşamada henüz sonuçlanmadığı dikkate alındığında devam eden soruşturmanın güvenliğini tehlikeye düşürecek bilgi ve belgelerin verilmesinin yasal açıdan mümkün olmaması karşısında, Mercedes Benz Türk A.Ş.'nin davacı idareden talep ettiği bilgi ve belgelerin erişime açılması gerektiğine ilişkin Bilgi Edindirme Değerlendirme Kurulunun dava konusu kararında hukuka uyarlık görülmemiştir.”*

Dolayısıyla, Rekabet Kurumu'nun soruşturma bildirimi ile beraber teşebbüs ile ilişkilendirilebilecek bilgi belgeleri teşebbüse göndermemiş olmasının kanuna aykırı olduğu ve bunun Bilgi Edinme Değerlendirme Kurulu kararı ile sabit olduğu iddialarının yerinde olmadığı anlaşılmaktadır.

1760 **1.5.1.1.5. ÖTV indirimi dönemine ilişkin belgelerin ihlal kabul edilemeyeceği, zira Kurul'un bu konuda 24.6.2009'da verdiği soruşturma açılmaması yönünde bir kararın olduğu, Kurulun Danıştay tarafından iptal**

11-24/464-139

edilmedikçe aynı konuda tekrar inceleme yapmasının mümkün olmadığı, Danıştayın “Kurul kararlarının kesin olduğu, bu kararlara karşı ilk derece mahkemesi olarak Danıştay’a gidilmesi gerektiği ve Kurulun konuyu yeniden inceleyerek karar almasının hukuka aykırı olduğu” yönünde kararları bulunduğu; bu konuda yeni delil bulunduğu da ileri sürülemeyeceği zira belgelerin tarihi 19.03.2009 iken ÖTV önaraştırmasının tarihinin 24.06.2009 olduğu iddiası.

1770

Yeni binek otomobil ve hafif ticari araç üreticisi ve dağıtıcısı teşebbüslerin ÖTV indirimi sonrasında birlikte hareket ederek fiyat artışına gittikleri ve mal arzını kısıtladıkları iddiası ile yapılan başvurular üzerine yürütülen önaraştırma neticesinde, 24.6.2009 tarih ve 09-30/637-150 sayılı Kurul kararı ile ihlale yönelik yeterli delil bulunamaması sebebiyle soruşturma açılmasına gerek olmadığına hükmedilmiştir. Öte yandan, söz konusu önaraştırma sürecinde taraflar arasında ÖTV dönemi dışındaki tarihlerde koordinasyon olduğunu gösterir nitelikte birtakım belgeler elde edilmiş ve aynı tarih ve sayılı Kurul toplantısında bu belgelere ilişkin olarak ikinci bir önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. Nitekim işbu dosyanın konusunu oluşturan soruşturma, Kurul’un 24.06.2009 tarih ve 09-30/637-M sayılı önaraştırma kararına dayanmaktadır.

1780

Yukarıda belirtildiği üzere Kurul’un 29.04.2009 tarih ve 09-20/405-M sayılı kararı üzerine yürütülen ilk önaraştırmada taraflar arasında ÖTV sürecine ilişkin koordinasyon olduğu yönünde herhangi bir delil bulunamamıştır. Bununla birlikte soruşturma sürecinde elde edilen 19.03.2009 ve 16.06.2009 tarihli belgeler, Soruşturma Heyeti tarafından Doğu Otomotiv’de 14.09.2009 tarihinde, ALJ ve Nissan’da ise 15.09.2009 tarihinde gerçekleştirilen yerinde incelemelerde elde edilmiştir. Soruşturma açılması yönündeki Kurul kararının 09.09.2009 tarihinde alındığı dikkate alındığında, işaret edilen belgelerin soruşturma aşamasında elde edilen yeni delil niteliğindeki belgeler oldukları açıkça görülmektedir. Dolayısıyla mevcut dosya bakımından aynı hususta yapılan ikinci bir inceleme söz konusu olmayıp ÖTV dönemine ilişkin iddialar soruşturma safhasında elde edilen bilgi ve belgelere dayanmaktadır.

1790

Bu dosya özelinde geçerli olmamakla birlikte, taraflarca iddia edilen; Danıştay’ın “Kurul kararlarının kesin olduğu, bu kararlara karşı ilk derece mahkemesi olarak Danıştay’a gidilmesi gerektiği ve Kurulun konuyu yeniden inceleyerek karar almasının hukuka aykırı olduğu” yönünde kararları bulunduğu, bu itibarla Rekabet Kurulunun aynı dosyaya ilişkin tekrar karar alamayacağına ilişkin hususun değerlendirilmesinde fayda görülmektedir. Esasen, tarafların işaret ettikleri kararlar, Danıştay 13. Dairesi tarafından ilk derece mahkemesi olarak alınmış kararlardır. Öte yandan Danıştay İdari Dava Daireleri Kurulu (İDDK); 08.04.2010 tarih ve E:2006/2952, K:2010/561; E:2006/2169, K:2010/562 sayılı kararları ile Danıştay 13. Dairesi’nin “4054 sayılı Kanun’un dava konusu işlem tarihinde yürürlükte bulunan 55. maddesinin 1. fıkrasında, Kurulun nihai kararlarına, tedbir kararlarına, para cezalarına ve süreli para cezalarına karşı kararın taraflara tebliğinden itibaren süresi içinde Danıştay’a başvurulabileceği, bu süre içinde yargı yoluna başvurulmazsa kararın kesinleşeceği hükmüne yer verildiği; bu hüküm karşısında diğer idari işlemlerden farklı olarak, Kurul’un, belirtilen kararlarının kesinleşmesinin yargı yoluna başvuruya bağlı olması

1800

1810

11-24/464-139

1820 *nedeniyle, kanun koyucunun bu işlemler yönünden idari bir itiraz yolunu öngörmediği” gerekçesiyle vermiş olduğu 14.03.2006 tarih, E:2005/86, K:2006/1413 sayılı ve 10.10.2005 tarih, E:2005/4545, K:2005/4937 sayılı kararların bozulmasına karar vermiştir. Söz konusu kararın gerekçesi olarak İDDK; “Rekabet Kurulu’nun, 4054 sayılı Kanun ile kendisine tanınan yetkileri kullanmak suretiyle yaptığı düzenlemeleri, ilgililerin başvuru üzerine yahut resen değiştirme veya yürürlükten kaldırma yetkisinin de bulunduğu, (...) piyasa koşullarının değişmesi veya düzenleme yapılmasına yol açan olguların ortadan kalkması gibi durumların ortaya çıkması üzerine, ilgili kişi ve kuruluşlar tarafından, rekabetin korunması amacıyla yapılmış olan düzenlemelerin yürürlükten kaldırılması veya değiştirilmesi amacıyla yapılan başvurunun 2577 sayılı İdari Yargılama Usulü Kanunu’nun 10. maddesi kapsamında yapılmış bir başvuru niteliğinde olduğu...” hususuna işaret etmiştir.*

1830 Dolayısıyla mevcut soruşturma kapsamında Kurul tarafından hakkında hüküm tesis edilmiş bir hususa ilişkin yeniden inceleme yapılması söz konusu olmamakla birlikte, savunmalarda işaret edilen ilk derece mahkemesi kararları karşısında İDDK’nın temyiz incelemesi yaptığının ve bu kararların bozulması yönünde karar tesis edildiğinin dikkate alınması gerekmektedir.

1.5.1.2. Esasa İlişkin Savunmalar

1.5.1.2.1. Soruşturma konusu faaliyetlerin uyumlu eylem veya anlaşma niteliği taşımayan salt bilgi değişimi olduğu ve bu itibarla tek başına cezalandırılmayacağı, otomotiv sektörünün yapısı itibarıyla belirtilen uygulamaların rekabeti sınırlayıcı etki doğuramayacağı iddiası.

1840 Dosya konusu uygulamalar salt bilgi değişimi faaliyetleri olmayıp 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesi uyarınca rakipler arası rekabeti sınırlayıcı bir uzlaşma niteliği arz etmektedir. Taraflarca yapılan savunmalarda söz konusu faaliyetlerin anlaşma ya da uyumlu eylem kurumlarından hangisi kapsamında değerlendirildiğinin belirtilmemesinin ilgili Kanun hükmüne aykırılık teşkil ettiği ileri sürülmüştür. Bununla birlikte, “Değerlendirme” başlığı altında detaylı olarak ifade edildiği üzere, gerek Türk hukukunda gerekse ABD ve Avrupa Birliği uygulamalarında hâkim olan görüşe göre rekabet hukuku düzenlemeleri bakımından önemli olan ilgili hükmün hangi araç ile ihlal edildiği, diğer bir ifadeyle anlaşma ile uyumlu eylem arasındaki ayırım değil, ihlal niteliğindeki uzlaşmalar ile salt paralel davranışlar/bilinçli paralellikler arasındaki farkın belirlenmesidir. Sözü edilen husus 24.02.2004 tarih ve 04-16/123-26 sayılı *Seramik* kararında da ifade edilmiş ve Kanun’un 4. maddesi bakımından “devam eden tek bir uzlaşma” anlayışının yerindeliği vurgulanmıştır.

1850 Teşebbüsler tarafından öne sürülen savunmalardan bir diğeri, otomotiv sektöründe fiyatın, talebin belirlenmesinde tek unsur olmadığı, bu itibarla fiyat stratejisine ilişkin bilgi paylaşımı uygulamalarının rekabeti sınırlayıcı etki doğurmayacağı iddiasıdır. Ancak literatürde otomotiv sektöründe fiyatın temel belirleyici unsur olduğuna yönelik çalışmalar mevcuttur. Nitekim ODD tarafından yapılan “Otomotiv Ticaretinde Yol Haritası Gelecek 10 Yıl” başlıklı çalışmayla,

11-24/464-139

1860 otomotiv piyasasında satışları etkileyen en önemli iki iktisadi faktörün otomobil fiyatı ve hane halkı geliri olduğu belirlenmiştir.

1.5.1.2.2. Pazarda rekabetin kısıtlanması için eyleme tüm markaların katılımının olması gerektiği, pazardaki tüm markalara soruşturma açılmamasının bununla bir tezat oluşturduğu iddiası.

1870 09.09.2009 tarih ve 09-41/998-M sayılı Kurul kararı uyarınca otomotiv piyasasında faaliyet gösteren 19 adet teşebbüse soruşturma açılmıştır. Yerinde incelemelerde edinilen belgeler neticesinde Kurulun 28.01.2010 tarih ve 10-10/91-M sayılı kararı ile 4 teşebbüs daha soruşturmaya dahil edilmiştir. Böylelikle pazarda faaliyet gösteren 23 adet teşebbüs soruşturma sürecinde yer almıştır. Soruşturma açılan bu 23 teşebbüsün Türkiye’de dağıtımını gerçekleştirdiği markalar, pazarın %96,75’ine tekabül etmektedir. Başka bir ifade ile pazardaki oyuncuların neredeyse tamamı soruşturma sürecine dahil edilmiştir. Bu nedenle, bu teşebbüsler arasında gerçekleşecek herhangi bir anlaşma veya uyumlu eylemin pazardaki rekabeti neredeyse tümüyle kısıtlayacağı açıkça görülmektedir.

1880 **1.5.1.2.3. Teşebbüslerin fiyatlandırma prosedürünün oldukça karışık ve uzun olduğu, belirtilen prosedürün önceden belirlenmiş kurallara ve ekonomik ve rasyonel gerekçelere dayandığı, satış müdürü veya o birimde çalışanların gelecekteki fiyatların nasıl değişeceğine dair bilgilerinin olmadığı iddiası.**

1890 Yerinde incelemelerde elde edilen belgeler incelendiğinde, ODD Pazarlama Alt Komitesi veya kişisel iletişim aracılığıyla öğrenilen bilgilerin şirket içine ve üst yönetime gönderildiği anlaşılmıştır. Ayrıca teşebbüslerin fiyat stratejilerinin belirlenmesinde rakiplerin mevcut ve muhtemel aksiyonlarının önem arz ettiği, bu sebeple her bir teşebbüsün çeşitli yöntemler aracılığıyla bu tür bilgilere erişmeye çalıştığı, elde edilen bilgilerin ise fiyatlandırma prosedüründe önemli ölçüde dikkate alındığı da görülmüştür.

Örneğin, TOFAŞ çalışanı (...) ((...))Koordinatörü) tarafından şirket içinde gönderilen ve *“Bazı rakiplerden topladığım stok seviyeleri ile ilgili bilgiler aşağıdaki gibidir”* ibaresini haiz 14.01.2009 tarihli e-posta (...) ((...))Yöneticisi), (...) ((...))Müdürü), (...) ((...))Müdürü), (...) ((...))Müdürü), (...) ((...))Müdürü) ve Cenap (...)’a ((...))Müdürü) gönderilmiştir.

1900 Benzer şekilde (...) ((...)) Müdürü) tarafından *“Hyundai (...) müdürü ile görüşüldüğü ve teşebbüsün ticari araca değil, binek araca ağırlık verdiği bilgisinin alındığı, ayrıca ay sonu hedeflerinin de (...) olduğu”* hususunun belirtildiği 03.02.2009 tarihli e-posta, şirket içinde (...) ((...))Lideri), (...) ((...)) Yardımcısı), (...) ((...))Müdürü) ve (...)’a ((...))Uzmanı) gönderilmiştir.

Ayrıca Doğu Otomotiv çalışanı (...) ((...))Müdürü) tarafından şirket içinde (...)’a ((...))Müdürü) gönderilen 27.07.2009 tarihli e-postada, (...)müdürü ile konuşulduğu ve Peugeot’un ticari araç satışına yüklendiği bilgisine ulaşıldığı ifade edilmektedir.

11-24/464-139

1910 (...) Uzmanı Sevilcan YASLAN tarafından Toyota (...) Direktörü (...) da dahil olmak üzere şirket içi çeşitli personele gönderilen 17.05.2006 tarihli e-posta ise aşağıdaki gibidir:

“Euro’daki yüksek artış nedeniyle rakip markaların fiyat artışı ile ilgili görüşleri şöyledir:

Peugeot: Bu hafta içinde herhangi bir fiyat değişikliği yapmayacaklar. Kurların belirli bir dengeye gelmesi gerektiğini ona göre ayarlama yapacaklarını, biraz da diğer markaların fiyat artışını beklediklerini belirttiler. Ayrıca, bu hafta sonunun tatil olmasının da fiyat değişikliği yapmamalarında etken olduğunu söylediler.

1920

Ford: Üst yönetimin yurtdışında olması sebebi ile bu hafta içinde herhangi bir değişiklik yapamayacaklar. En erken 22 Mayıs itibarıyla kur artışı ile ilgili değerlendirme yapıp fiyat değişikliğine karar verecekler.

VW: 12 Mayıs’da ay sonuna kadar geçerli olmak üzere indirimli fiyat listesini yayınladıkları için şu an için fiyat değişikliği yapma şansları yok. Ancak, kredi kampanyasının faiz oranında bir artış düşünüyorlar.

Üç markanın da ortak görüşü Euro’daki artışın fiyatlara muhakkak yansıtılması gerektiği, ancak bunun için kurların dengeye gelmesini beklemek gerektiğidir.”

1930

Benzer şekilde Ford Otomotiv çalışanı (...) ((...)) Müdür Yardımcısı) tarafından şirket içi gönderilen ve rakiplerin fiyat değişikliklerini inceleyen, aşağıdaki ifadeleri haiz 06.04.2009 tarihli e-posta, satış bölge müdürlerinin yanı sıra (...) ((...)) Yardımcısı), (...) ((...))Direktörü), (...) ((...)) Müdürü), (...) ((...)) Müdürü), (...) ((...))Müdürü) ve (...) ((...))Müdürü) gibi birçok şirket çalışanına gönderilmiştir:

“Renault: Bakanlığın zamlar üstündeki kontrollerini artırması ile Megan ve Laguna’ya zam yapılmayacağı görüşündeler.

Makyajlanan Clio HB fiyatları aynen devam ediyor görünüyor. Ancak yarınki liste ile 500 TL artması bekleniyor.”

1940

Nissan’da yapılan yerinde incelemede elde edilen 16.06.2009 tarihli elektronik posta silsilesi de belirtilen hususa örnek teşkil etmektedir. Öyle ki işaret edilen belgede; Maliye Bakanlığı’nın ÖTV indiriminin 30.09.2009 tarihine kadar kısmen devam ettirilmesi yönündeki kararı üzerine ÖTV artışlarının fiyatlara yansıtılıp yansıtılmayacağına ilişkin olarak Nissan yönetimi tarafından yapılacak toplantı öncesi rakiplerin bu konuda nasıl bir strateji izleyecekleri hususunda üst yöneticiler tarafından şirket çalışanlarından bilgi talep edilmekte, bu talep üzerine ilgili şirket çalışanı *“Ford ve Hyundai’ye ulaşabildim. Artışı birebir fiyatlarına yansıtacaklar ve bugün yeni fiyatlarını açıklayacaklar”* ifadeleri ile şirket yönetimine bilgi sunmaktadır. Belirtilen bilgi akışının zaman süreci de dikkat çekicidir. Zira ilgili teşebbüs ÖTV indiriminin olacağını öğrendikten yalnızca dört dakika sonra rakipleriyle iletişime geçme kararı almış ve yaklaşık bir saat içinde sektörün en büyük iki oyuncusunun stratejisine ulaşabilmiştir.

1950

Yukarıda örneklendirilen belgelerde görüleceği üzere teşebbüsler; özellikle sektörü etkileyen bir gelişme olduğunda, rakiplerinin fiyatlarını veya fiyatlarının

11-24/464-139

1960 ne yönde değişeceğini birebir görüşmeler veya toplantılar aracılığıyla öğrenerek fiyatlama süreçlerini bu bilgilere göre yönetmektedirler. Bunun yanında söz konusu fiyatlama süreçlerinden satış müdürleri ve üst yönetim birimleri de dâhil olmak üzere çok çeşitli birim çalışanlarının doğrudan haberdar edildiği ve rakip davranışlarına yönelik hususlarda mümkün olduğu kadar ayrıntılı bir şekilde bilgilendirildikleri görülmektedir. Dolayısıyla söz konusu iddianın kabulü mümkün görülmemiştir.

I.5.1.2.4. Pazara yeni girmiş veya pazar payı düşük teşebbüslerin rakiplere iletecekleri stratejik bir bilgisinin olmadığı ve rakipleri ile anlaşmasının rasyonel olmadığı iddiası.

1970 Pazara yeni girmiş, pazar payı düşük olan bir teşebbüsün sağlayacağı bilgilerin rakipleri açısından stratejik bir önem taşımayacağı ifade edilmiş ve büyük teşebbüslerle yapılacak bir anlaşmanın küçük teşebbüsler için rasyonel olmadığı belirtilmiştir. Ancak böyle bir değerlendirmede, görece küçük teşebbüslerin büyük teşebbüslerden edindikleri bilgilerin onlar için önemini de dikkate almak gerekmektedir. Pazardaki büyük oyuncuların gelecekteki davranışlarına ilişkin bilgiler; düşük pazar payına sahip teşebbüslerin kararlarına önemli ölçüde etki edebilecek niteliktedir. Böylelikle küçük teşebbüslerin daha yüksek pazar payına sahip olan rakiplerini izleyip onlarla uyumlu davranabilmeleri mümkün olmakta ve bu bilgi paylaşımları piyasada uyumlu eylemin oluşmasına yol açabilmektedir.

1990 Sözü edilen hususlara ek olarak otomotiv sektöründe toplam pazar payı birbirinden farklı olan teşebbüsler üretim ve/veya dağıtımını yaptıkları belli araç modelleri bakımından birbirlerini rakip olarak nitelendirebilmekte ve bu araçlar bakımından sözü edilen teşebbüslerin stratejilerini yakından takip etmektedir. Ayrıca sektörün önde gelen teşebbüslerinin geleceğe yönelik fiyat artışında bulunacakları yönünde açıklamaların yapıldığı bir toplantıda pazar payı daha düşük olan teşebbüsler tarafından yapılan açıklamanın rakiplerini etkilemeyeceği bir an için kabul edilse dahi, sözü edilen lider teşebbüsler tarafından yapılan açıklamaların pazar payı yakın olan teşebbüslerle birlikte pazar payı düşük olan ve/veya pazara yeni giren teşebbüslerce de yakından takip edileceği ve dikkate alınacağı açıktır.

I.5.1.2.5. Pazar paylarının incelenen süreçte değiştiği, fiyata ilişkin bir anlaşmanın varlığı halinde bunun mümkün olamayacağı iddiası.

2000 Bir teşebbüsün pazar payının değişmesinde fiyatlar en önemli değişken olmakla birlikte; markanın imajı, servis ağı, ikinci eldeki fiyatı vb. pek çok faktör de etkili olmaktadır. Hyundai pazar payının anılan dönemde arttığını belirterek rekabeti sınırlayıcı bir anlaşmaya taraf olan bir teşebbüsün pazar payını bu denli arttırmasının mümkün olmadığı yönünde bir değerlendirme yapmıştır. Hyundai'nin pazar payı 2006, 2007, 2008 ve 2009 yıllarında sırasıyla %8,59, %6,50, %6,92 ve %11,55 olarak gerçekleşmiştir. Çelik Motor ise bu süreçte pazar payının düştüğünü bunun da, rakiplerinden pazar kapma mücadelesini gösterdiğini ifade etmiştir. Oysa pazar payı artış veya azalışlarında

11-24/464-139

teşebbüslerin nispi fiyat yapısının haricinde makro ekonomik değişkenlerin de etkili olabileceği bilinmektedir.

2010 **I.5.1.2.6. Soruşturma Raporu'nda bilgi değişiminin tek taraflı olması halinde dahi ihlal niteliği taşıyabileceğine ilişkin olarak atıf yapılan Birleşik Krallık Adil Ticaret Ofisi'nin (OFT) 30.03.2010 tarihli basın açıklamasında yer verilen The Royal Bank of Scotland (RBS) kararının mevcut soruşturma konusu ile uyumlu olmadığı, zira bu kararda bilgi paylaşmayan tarafın pişmanlık başvurusunda bulunduğu, böylelikle amacının rekabet ihlali olduğunu kendisinin de kabul ettiği, bu sebeple yine karşılıklılığın söz konusu olduğu, ancak bu soruşturma kapsamında karşılıklılık bulunmadığı, raporda kullanılan delillerin tek taraflı fikir beyanlarından ibaret olduğu iddiası.**

2020 Yukarıda belirtildiği üzere teşebbüslerin soruşturmaya konu olan geleceğe yönelik fiyat stratejileri hususundaki eylemleri salt bilgi değişiminden ibaret olmayıp uzlaşma niteliği taşımaktadır. Söz konusu tespite ek olarak, bahse konu eylemlerin bilgi değişiminden ibaret olması halinde dahi ihlal niteliği taşıyacağı, nitekim rekabet hukuku doktrin ve içtihadında geleceğe yönelik fiyat görüşmelerinin bilgi değişiminin etkinlik doğurma kabiliyeti ve bu suretle "rule of reason" kapsamında değerlendirilmesi yaklaşımının istisnası olarak kabul edildiği hususu Soruşturma Raporu'nda ayrıntılı olarak ortaya konulmuştur. Belirtilen değerlendirmelere örnek olarak raporda, geleceğe ilişkin fiyatlama bilgisinin tek taraflı olarak rakiplerle paylaşmasının dahi ihlal kabul edildiği yakın tarihli bir OFT kararına yer verilmiştir.

2030 Tarafarca yapılan savunmalarda atıfta bulunulan kararın bilgi paylaşımında bulunmayan Barclays Bank'ın pişmanlık başvurusuna dayanması sebebiyle karşılıklılık unsuru taşıyan bir vakıya ilişkin olduğu ileri sürülmekte, bu itibarla mevcut soruşturmaya benzerlik taşımadığı iddia edilmektedir. Öncelikle belirtilmesi gereken husus, soruşturmanın konusunu oluşturan eylemlerin tek taraflı beyanlardan ibaret olmadığıdır. Nitekim Soruşturma Raporu ekinde yer alan belgelerin önemli bir bölümü rakip teşebbüslerin telefon, elektronik posta, toplantı ve sair suretler ile gerçekleştirdikleri görüşmelere ilişkin olup

2040 teşebbüslerin çoğunluğunun aynı tarihte yahut farklı dönemlerde rakiplerinden bilgi aldıkları ve benzer şekilde fiyat stratejilerine yönelik bilgileri rakiplerine ilettikleri görülmektedir. Söz konusu husus yerinde incelemelerde elde edilen toplantı notlarında açıkça görülmektedir. Zira sözü edilen toplantılarda ÖTV indirimi ve Euro kurundaki değişim gibi hususlarda birden fazla teşebbüsün kendi fiyat stratejisine ilişkin bilgileri rakipleri ile paylaştıkları görülmekte, toplantı notlarında yer alan;

2050 *-Üç markanın da ortak görüşü Euro'daki artışın fiyatlara muhakkak yansıtılması gerektiği, ancak bunun için kurların dengeye gelmesini beklemek gerektiğidir.*

-Markaların büyük çoğunluğu aralık sonuna kadar artan dövize rağmen fiyatları cazip kılmaya gayret gösterecek.

-Fiyatlarla ilgili de yine net bir şey söyleyen olmamakla birlikte artışlar olacaktır şeklinde konuşuldu.

11-24/464-139

-Tüm markalar kısa vadede zam yapmayı planlamaktadır.

ifadeleri bu görüşmelerin uzlaşma boyutuna ulaştığını ortaya koymaktadır. Bu itibarla tarafların soruşturmaya konu eylemlerin karşılıklılık unsurunu taşımadığı yönündeki savunmalarının kabulü mümkün görülmemiştir.

2060

Sözü edilen hususlara ek olarak, OFT kararı ile benzerlik taşıyan bir diğer husus teşebbüslerin rakipleri ile yapmış oldukları görüşmeler neticesinde elde ettikleri bilgileri fiyat stratejilerinde dikkate aldıklarının detaylı olarak ortaya konulmuş olmasıdır. Belirtilen durum teşebbüslerin şirket içi yazışmalarına ilişkin belgelerle tespit edildiği gibi, geleceğe yönelik fiyat stratejilerine ilişkin görüşmelerin yapıldığı toplantıları müteakip tarihlerdeki fiyat seyirleri de incelenerek, teşebbüslerin çoğunluğunun toplantıda konuşulan hususlara paralel strateji izledikleri somut olarak ortaya konulmuştur.

2070

1.5.1.2.7. 19.03.2009 tarihli toplantıya ilişkin belgede yer alan “Tüm markalar kısa vadede zam yapmayı planlamaktadır” ifadesindeki kısa vadenin belirsiz bir zaman dilimine işaret ettiği, ayrıca Türkiye’nin enflasyonist ekonomik yapısı sebebiyle kısa vadede zam yapılmasının mümkün olduğu iddiası.

2080

19.03.2009 tarihli toplantıda teşebbüs yetkililerince dile getirilen ve ticari sır niteliği taşıyan geleceğe yönelik fiyat stratejileri hakkındaki ifadelerin 4054 sayılı Kanun kapsamında ihlal niteliği taşıyamayacağı iddiasına ilişkin olarak, sektörün enflasyonist bir ekonomik yapı içerisinde faaliyet gösterdiği ve bu nedenle de toplantıda dile getirilen hususların rasyonel olarak gerçekleştirilemez olduğu yönündeki savunmanın değerlendirilmesinde, söz konusu döneme ilişkin enflasyon verileri yeterli bir cevap niteliğindedir.

Tablo 54: Enflasyon Verileri

Dönem	ÜFE (Aylık Değişim %)	ÜFE (Yıllık Değişim %)	TÜFE (Aylık Değişim %)	TÜFE (Yıllık Değişim %)
03-2009	0.29	3.46	1.10	7.89
04-2009	0.65	-0.35	0.02	6.13
05-2009	-0.05	-2.46	0.64	5.24

Kaynak: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası.

2090

Tabloda yer alan veriler açıkça göstermektedir ki, hangi veri grubu dikkate alınırsa alınsın, bir teşebbüs tarafından ilgili dönemde alınan ticari bir kararın enflasyonist ekonomi şartları içerisinde ve/veya gerekçesiyle alınmış olması ihtimali bulunmamaktadır.

1.5.1.2.8. Soruşturma Raporu’nda tavsiye fiyat listelerinin kullanıldığı, ancak kampanyalı fiyatların kullanılmasının doğru olacağı iddiası.

Soruşturma Raporu’nda yer verilen fiyata ilişkin tablo ve grafiklerin tümü, soruşturma kapsamında teşebbüslerden talep edilen ve kampanyalı fiyat bilgilerini de içeren tavsiye fiyat listelerinden faydalanmak suretiyle

11-24/464-139

2100 hazırlanmıştır. Bu nedenle söz konusu savunmaların kabulü mümkün görülmemiştir.

2110 I.5.1.2.9. Piyasada etki göstermemiş bir uyumlu eylemin kamusal menfaate zarar vermesi mümkün olmadığından cezalandırılmayacağı, etki olmaksızın amacın cezalandırılmasının mümkün olmadığı ve Soruşturma Raporu'nda etkinin ispat edilemediği iddiası.

2110 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi şu açık hükmü içermektedir: *“Belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemleri hukuka aykırı ve yasaktır.”* Kanun metninden açıkça anlaşıldığı üzere anlaşma, uyumlu eylem ve teşebbüs birliği kararlarının amacı itibarıyla rekabeti sınırlandırması mümkündür ve rakipler arası herhangi bir anlaşma, uyumlu eylem veya teşebbüs birliği kararının amaç veya etki unsurlarından sadece birini barındırması Kanun'un 4. maddesinin ihlal edildiği sonucuna varılması için yeterlidir. Kaldı ki, “Değerlendirme” başlığı altında yer verilen Grafik 3 a, b ve c ile Grafik 5 a ve b'de teşebbüsler arası anlaşma ve/veya uyumlu eylemlerin pazarda etkilerinin olduğu net olarak gösterilmiştir.

2120 **I.5.1.2.10. Uyumlu eylem için koordinasyonun şart olduğu, ancak soruşturma kapsamında teşebbüsler arasında koordinasyonun varlığının gösterilemediği, delillerin bu koordinasyonu göstermek için yetersiz olduğu iddiası.**

Soruşturma kapsamında elde edilen 19.3.2009 tarihli ODD toplantısına katılan markalar arasında fiyatların artırılması konusundaki iletişimin varlığı açıkça görülmektedir. Ayrıca Grafik 3-a, b ve c ile Grafik 5-a ve b'de anılan bu belgelerin sonucu olarak piyasada gerçekleşen paralel davranış gösterilmiştir.

2130 **I.5.1.2.11. 24.10.2008 toplantısında piyasaya ilişkin gözlemlerin paylaşıldığı, ancak rakiplerin net ifadelerde bulunmadığı, taraflar arasında bir uzlaşmanın oluşmadığı, bu sebeple teşebbüslerin fiyatlamalarını etkileyecek bir bilgi değişiminin mevcut olmadığı iddiası.**

2140 20.10.2008 tarihli OSD toplantısında MAİS temsilcisi, *“markaların büyük çoğunluğu Aralık sonuna kadar “artan dövize rağmen” fiyatları cazip kılmaya gayret gösterecek”* açıklamasını yapmıştır. Buna karşılık Ford temsilcisi, *“dövizdeki artışa karşı koyabilmek için 2,5 ayın uzun süre olduğunu”, “fiyatlandırma ve kampanyada rakiplerin birbirini kollayacağını”* belirtmiştir. Dört gün sonra, 24.10.2008'de gerçekleşen ODD toplantısında ise MAİS temsilcisi benzer şekilde, *“Ekim ve Kasım aylarında bir değişiklik (artış) beklemediklerini ama Aralık için şu anda yorum yapamayacağını”* açıklamış, buna karşılık Doğu Otomotiv temsilcisi ise, döviz artışını fiyatlara yansıtma zorunda olduğunu belirtmiştir.

11-24/464-139

2150 Yukarıdaki ifadelerden açıkça anlaşılacağı üzere, Ekim 2008 tarihinde gerçekleşen toplantılarda pazara ilişkin gözlemler değil Euro kurundaki yükselişi fiyatlara yansıtıp yansıtma hususu tartışılmıştır. Bu görüşmeler sonucunda fiyat artışı konusunda bir uzlaşmaya varılamadığı anlaşılmaktadır. Ancak söz konusu görüşmeler doğrudan fiyatlara ilişkindir ve teşebbüslerin rakiplerinin gelecekteki davranışlarını (zam yapmama/iki ay sonra zam yapma gibi) öğrenmeleri geleceğe ilişkin belirsizliği azaltarak fiyatlama kararlarının buna göre şekillenmesine sebep olmaktadır.

2160 **I.5.1.2.12. Tarafların kur artışı karşısında fiyatlarını birlikte arttırıp arttırmayacaklarını konuşmak için özel olarak toplanmadıkları, rutin ODD-OSD toplantılarında sektör genelini etkileyen sorunları içeren gündem maddeleri yanında kurdaki artışı da konuştukları, zira Euro artışının sektöre ilişkin önemli bir sorun olduğu, ayrıca tarafların kendi güncel satış fiyatlarını, ticari stratejilerini, yapmayı planladıkları indirimleri veya fiyat artışlarını ya da kesin fiyat artış oranlarını değil olası fiyat artış oranı aralığını (%5-10 arası) konuştukları iddiası.**

2170 Soruşturma açısından önemli olan, ODD ve OSD toplantılarının gündem maddelerinden ziyade toplantılarda fiilen konuşulan konuların ne olduğu hususudur. Rekabet hukukunun temel prensiplerinden biri teşebbüslerin fiyatlama kararlarını bağımsızca vermeleridir. Fiyatların tam olarak yüzde kaç oranında değişeceğinin konuşulmamasına rağmen, soruşturma sürecinde elde edilen belgelere göre kur artışı karşısında fiyatların ne yönde hareket edeceğine yönelik görüşmeler yapılmış, hatta 19.03.2009 tarihli toplantıda fiyat artışı hususunda uzlaşma sağlanmıştır. Rakiplerinin fiyatının artacağını ya da sabit kalacağını bilen bir teşebbüs için geleceğe ilişkin belirsizlik azalmakta, fiyatlama kararları bu bilgiye göre verilmekte, bu durum ise teşebbüsün rekabet hukuku anlamında rakiplerinden bağımsız karar vermediği anlamına gelmektedir. Belirtilen fiyatlama davranışının ise rekabeti sınırlayıcı etki doğurduğu açıktır.

I.5.2. Teşebbüs Özelinde Yapılan Savunmalar

I.5.2.1. ALJ

2180 **ODD toplantı katılımcı sayılarının raporda hatalı olarak ifade edildiği, tutanaklardan sayının farklı olduğunun anlaşıldığı, Kasım ve Aralık 2008'deki toplantıların ise hangi gün yapıldığının ve katılımcı sayılarının belirtilmediği iddiası.**

2190 ALJ tarafından ileri sürülen bir diğer iddia, Soruşturma Raporu'nda 24.10.2008 tarihli ODD toplantısına 20 teşebbüsün katıldığının belirtildiği, ancak tutanaklardan 14 teşebbüsün katıldığının anlaşıldığı, raportörlerin 20.10.2008 OSD ve 24.10.2008 ODD toplantılarını tek bir toplantı olarak değerlendirip katılımcı sayılarını topladıkları iddia edilmiştir.

İddiaya konu ifadeler Soruşturma Raporu'nda şu şekilde yer almaktadır:

11-24/464-139

“Eylül ayındaki toplantıya 12 kişinin, Ekim ayında ise 20 kişinin katılmasının kurdaki değişime bağlı olduğu düşünülmektedir (...)”

Dolayısıyla raporda ODD katılımcı sayılarına ilişkin bölümde belirtilen sayılar teşebbüs sayısını değil kişi sayısını ifade etmektedir.

2200 I.5.2.2. Anadolu Araçlar

I.5.2.2.1. Teşebbüs kuruluşunun 2007 yılında gerçekleştiği, faaliyete geçişin ise 2008 Kasım’da mümkün olduğu, 19.03.2009 ODD toplantısı yapıldığında şirket yapılanmasının henüz tamamlanmamış olduğu, böyle bir durumda iken toplantıda paylaşılan bilgiler ihlal niteliğinde olsa dahi teşebbüsün bu bilgilerden sonuç çıkarmasının ve bundan fayda elde etmesinin mümkün olmadığı iddiası.

2210 Soruşturma Raporu’nda belirtildiği üzere söz konusu savunmaya yönelik değerlendirme yapılırken, pazar payı yüksek olan teşebbüslerden edindikleri bilgilerin görece küçük teşebbüsler için önemi de dikkate alınmalıdır. Zira pazardaki büyük oyuncuların gelecekteki davranışlarına ilişkin bilgiler, düşük pazar payına sahip teşebbüslerin kararlarına önemli ölçüde etki edebilecek niteliktedir. Nitekim böylelikle küçük teşebbüslerin daha yüksek pazar payına sahip olan rakiplerini izleyerek onlarla uyumlu davranabilmeleri mümkün olmakta ve bu bilgi paylaşımları piyasada ihlallerin gerçekleşmesine yol açabilmektedir.

2220 **I.5.2.2.2. 19 Mart toplantısına katılan (...)’nun Çelik Motor A.Ş. temsilcisi olduğu, Anadolu Araçlar’ı temsil yetkisinin bulunmadığı ve bu nedenle 19.3.2009 ODD toplantısına Anadolu Araçlar’ın katılım sağlamadığı iddiası.**

2230 Mezkûr toplantıya Çelik Motor’u temsilen katılan bir kişinin aynı zamanda Anadolu Araçlar’ı da temsil edip etmediği hususunun açıklığa kavuşturulması için söz konusu teşebbüslerin hissedarlık ve yönetim yapılarının incelenmesi faydalı olacaktır. Soruşturma Raporu’nun ilgili bölümünde yer alan tablolardan açıkça anlaşılmaktadır ki Anadolu Araçlar ile Çelik Motor % 0,0004’lük fark dışında aynı hissedarların kontrolünde yer almakta ve tek bir yönetim kurulu üyesi haricinde aynı kişilerce yönetilmektedir. Bu durum rekabet hukuku bağlamında değerlendirildiğinde ise söz konusu iki teşebbüsün aynı ekonomik bütünlük içerisinde yer aldığı ve dolayısıyla tek teşebbüs olarak kabul edileceği anlaşılmaktadır. Bu nedenle 19.03.2009 tarihli toplantıya yalnızca Çelik Motor’u temsilen katıldığı iddia edilen kişi aynı zamanda Anadolu Araçlar’ın da temsilcisi konumundadır. Kaldı ki yukarıdaki değerlendirmeye dahi ihtiyaç bulunmamaktadır. Nitekim 19.03.2009 tarihli toplantının katılımcı listesini gösterir belgede (...) tarafından listenin “Marka” başlıklı sütununa yazılmış olan marka isimleri “Çelik Motor-Geely” şeklindedir. Dolayısıyla (...)’nun kendisini Çelik Motor ve Anadolu Araçlar temsilcisi olarak nitelendirdiği bilgisi açık bir şekilde ortada iken söz konusu savunmanın kabulü mümkün görülmemiştir.

2240

11-24/464-139

I.5.2.3. Borusan

I.5.2.3.1. Borusan hakkındaki 20.7.2009 tarihli, Honda ve Ford Otomotiv genel merkezleri ile görüşmeler yapıldığına ilişkin belgede, sözü edilen bilginin Borusan tarafından değil, Borusan bayisi olan Kosifler tarafından rakiplerden temin edildiği, dolayısıyla bayi kanalıyla elde edilen bir bilgi olduğu ve ihlal niteliği taşımadığı iddiası.

2250

Soruşturma Raporu'nda Borusan'a ait bir iç yazışma olarak belgenin, Borusan'ın ikinci yazılı savunmasında Kosifler'in Borusan bayisi olması ve sözü edilen elektronik postanın Kosifler çalışanından gönderilmiş olması gerekçesiyle bayi kanalıyla elde edilmiş bir belge olduğu ileri sürülmüştür. Söz konusu iddianın yerinde olup olmadığının tespiti amacıyla Kosifler'den yönetim ve ortaklık yapısı bilgisi talep edilmiş, sözü edilen teşebbüsün Borusan ile aynı ekonomik bütünlük içerisinde olmadığı anlaşılmıştır. Bu itibarla Borusan'ın savunmasının yerinde olduğu, bahse konu belgenin bayi kanalıyla elde edilmiş bilgilere dayandığı, bu itibarla Borusan ile rakipleri arasında doğrudan bir iletişim yahut koordinasyonun varlığına işaret etmediği kanaatine ulaşılmıştır.

2260

I.5.2.3.2. 24.10.2008 toplantısına katılımın yalnızca Land Rover markası adına olduğu ve Land Rover'ın SUV araç üretici olması ve soruşturmadaki ilgili pazar dışında kalması sebebiyle soruşturmaya dâhil olmadığı, ayrıca toplantıya katılan çalışanın Borusan Otomotiv İthalat ve Dağıtım A.Ş. değil Borusan Otomotiv Pazarlama ve Ticaret A.Ş. çalışanı olduğu, şirkette kısmi bölünme gerçekleştiği iddiası.

2270

Öncelikle belirtilmesi gereken husus; ilgili ürün pazarının “*yeni binek ve hafif ticari araçlar pazarı*” olarak belirlendiği, SUV (spor amaçlı araçlar) araçların ise gerek ÖTV indiriminin geçerli olduğu motor hacmi dâhilinde olması gerekse bu araçların binek araç sınıflandırmasına dâhil olması sebebiyle Land Rover marka araçların ve dolayısıyla Borusan'ın soruşturma kapsamında yer aldığıdır. Belirtilen husus Avrupa Komisyonu tarafından düzenlenen “*European Commission-Car Price Report*” başlıklı binek araç fiyatları raporunda da görülmektedir. Nitekim söz konusu raporda “*binek araç*” grubunda yer alan araçlar kullanım amaçları, büyüklükleri vb. kriterlere göre segmentlere ayrılmış olup Land Rover tarafından üretilen araçlar dâhil olmak üzere SUV araçların çok amaçlı ve spor amaçlı araçların sınıflandırıldığı G segmentinde yer aldığı görülmektedir.

2280

Belirtilen hususa ek olarak, Borusan tarafından yapılan savunmada 24.10.2008'de gerçekleştirilen ODD toplantısına ilişkin notları içeren belgede katılımcının “Land Rover” markasının temsilcisi olarak belirtilmesinden hareketle, toplantıya katılan kişinin ve Land Rover Hizmet İşletmesi'nin toplantı tarihinde soruşturmanın tarafı olan Borusan Otomotiv İthalat ve Dağıtım A.Ş.'ye (Borusan İthalat) ait olduğu ancak 08.02.2010 tarihli Ticaret Sicil Gazetesi'nde yayınlanan devir ile adı geçen personel ve Land Rover Hizmet İşletmesi'nin Borusan Otomotiv Pazarlama ve Ticaret A.Ş.'ye (Borusan Pazarlama) devredildiği, bu sebeple Borusan İthalat'ın soruşturma kapsamından çıkarılması gerektiği ileri sürülmüştür.

2290

2300 Söz konusu savunmada açıkça ikrar edildiği üzere toplantının gerçekleştiği tarihte toplantıya katılan kişi ve Land Rover hizmet işletmesi, soruşturmanın tarafı olan Borusan İthalat bünyesinde bulunmaktadır. Söz konusu personel ve işletmenin soruşturma açıldıktan sonraki bir tarihte başka bir şirkete devredilmiş olması, Borusan İthalat'ın ihlale ilişkin sorumluluğunu değiştirmeyecektir. Öte yandan Ek Görüş safhasında Borusan'dan talep edilen bilgiye göre Borusan İthalat ve Borusan Pazarlama'nın ortaklık ve yönetim yapılarının aynı olduğu, diğer bir ifadeyle sözü edilen şirketlerin aynı ekonomik yapı içerisinde bulunduğu anlaşılmıştır. Bu itibarla işbu savunmanın da kabulü mümkün olmamıştır.

1.5.2.4. Çelik Motor

2310 **1.5.2.4.1. Kia satış müdürünün 19 Mart toplantısından bir ay sonra basına yaptığı açıklamada “ÖTV indirimi bazı teşebbüslerce suiistimal ediliyor” açıklamasının toplantıda konuşulanlara muhalif kaldığı ve fiyat kararlarında bu bilgileri kullanmadığının göstergesi olduğu iddiası.**

2320 Yukarıda belirtildiği üzere rekabet ihlali niteliği taşıdığı tespit edilen bir toplantının katılımcıları, yapılan görüşme ve alınan kararlara muhalif kaldığını açıkça belirtmediği ve bu hususu ispat etmediği takdirde ihlalden sorumlu tutulacaktır. Belirtilen husus kapsamında Çelik Motor tarafından yapılan savunmada Kia satış müdürünün toplantının yapılmasından bir ay sonra yapmış olduğu bir basın açıklamasının belirtilen kriteri karşıladığı ileri sürülmektedir. Ancak ilgili tarafça da ikrar edildiği üzere söz konusu açıklama toplantı tarihinden bir ay sonra yapılmış bir açıklamadır. Hâlbuki ihlal niteliğindeki görüşmelerin yapıldığı anda beyan edilmeyen muhalif görüş, rakipler nezdinde toplantıda alınan kararlara onay verildiği anlamı taşıyacağından sorumluluktan kurtulma için öngörülen koşulu sağlamamaktadır. Ayrıca söz konusu belge aynı muhalif görüşün toplantıda da ortaya konulduğu hususunda delil olarak değerlendirilemez. Nitekim koşulu sağlayacak nitelikteki delilin toplantı karar metni, toplantı notları, vb formunda, toplantıya ait bir belge olması gerekmektedir. Aksi halde teşebbüslerin toplantı esnasında ortak karar alıp toplantıyı takiben kararın aksi yönünde açıklamalar yaparak sorumluluktan kaçınması mümkün olacaktır.

2330 **1.5.2.4.2. Çelik Motor'un 19.3.2009 tarihinden sonraki 7 aylık dönemde yaptığı zamların geleneksel fiyat artışı politikasının %50 altında olduğu, Nisan 2009'da en çok satan (...) modelinde indirim yapıldığı, bu sebeple hakkında daha yüksek temel ceza tespit edilmesinin haksız olduğu iddiası.**

2340 Öncelikle Çelik Motor'un 19.03.2009 toplantısı sonrası dönemde yapmış olduğu fiyat artışının geleneksel fiyat artışı politikasının altında olması, fiyat görüşmesi yapılan bir toplantıyı müteakip yapılan zamları açıklayacak rasyonel bir gerekçe değildir. Nitekim ekonomik krizin etkisini sürdürdüğü dönemde yapılan artış oranlarının ekonomik durumun farklılık arz ettiği önceki yıllardan daha düşük olması muhtemeldir. Belirtilen tarih bakımından önem taşıyan husus ise teşebbüslerin fiyat artışı politikalarını rakiplerinden bağımsız olarak belirleyip

11-24/464-139

belirlemedikleridir. Nitekim bahse konu toplantıda fiyata yönelik uzlaşma gerçekleştirilmemiş olsa idi tarafların uygulamış oldukları fiyat artışlarını daha sonraki tarihte ve farklı oranlarda, kendi maliyet yapılarını dikkate almak suretiyle belirlemelerinin söz konusu olabileceği, fakat fiyat görüşmesinin bu ihtimali ortadan kaldırdığı görülmektedir.

2350 Savunmada belirtilen ikinci hususa ilişkin olarak ise soruşturma sürecinde taraflardan soruşturmaya esas teşkil eden tarihlerde en çok satan araç modelleri bilgisi talep edilmiştir. Bu talebe cevaben Çelik Motor tarafından Nisan 2009 döneminde en çok satan araç modelinin (...) değil (...) olduğu belirtilmiştir. Söz konusu aracın modellerinin tamamında 30.03.2009 tarihli fiyat listesi ile (16.03.2009 tarihli, toplantı öncesi fiyat listesine kıyasla) artış gerçekleştirilmiştir. Bu itibarla belirtilen iddiaların kabulü mümkün görülmemiştir.

1.5.2.5. Doğu Otomotiv

2360 **1.5.2.5.1. 17.5.2006 tarihli belgeye ilişkin olarak adı geçen dört teşebbüsün herhangi bir toplantıda bir araya gelmedikleri, Toyota'daki uzmanın Peugeot, Ford Otomotiv ve Doğu Otomotiv'deki aynı mevkide olan çalışanlar ile görüşerek onların kanaatini öğrenmeye çalıştığı, bu sebeple söz konusu dört teşebbüsün mutabakata varmış olmalarının mümkün olmadığı, Doğu Otomotiv'in bu görüşmeyi sadece Toyota ile yaptığı ancak fiyat değişikliği yapmayacağını belirttiği iddiası.**

2370 Soruşturma kapsamında Toyota'dan elde edilen 17.05.2006 tarihli belgede Peugeot, Ford Otomotiv ve Doğu Otomotiv'in fiyat artışı yapılması konusundaki görüşmeleri ve Euro'daki artışın fiyatlara muhakkak yansıtılması gerektiği ancak bunun için kurların dengeye gelmesinin bekleneceği yönündeki görüşleri yer almaktadır. Öncelikle Doğu Otomotiv tarafından Toyota ile bu tür bir görüşme yapıldığı ve geleceğe yönelik fiyat stratejisi konusunda açıklamada bulunulduğu kabul edilmektedir. Diğer bir ifadeyle, Doğu Otomotiv'in bu açıklaması tek başına ihlal niteliği taşımaktadır. Öte yandan söz konusu belgenin bir toplantıya değil telefon görüşmelerine dayandığı kabul edilse dahi, bu durum tarafların rakipleri ile geleceğe yönelik fiyat stratejileri hususunda iletişim kurduğu gerçeğini, dolayısıyla eylemin ihlal niteliğini değiştirmemektedir. Kaldı ki Toyota-Peugeot, Toyota-Ford Otomotiv ve Toyota-Doğu Otomotiv arasında yapılan ikili görüşmelerin söz konusu dört teşebbüsün Toyota üzerinden geleceğe yönelik fiyat artışı yapılması konusunda bir uzlaşma 2380 gerçekleştirdiği ortadadır. Bu itibarla savunmanın kabulü mümkün görülmemiştir.

Ayrıca adı geçen teşebbüslerin tamamının, görüşme yapıldıktan sonra aynı gün, 01.06.2006 tarihinde yeni fiyat listesi yayınlayarak fiyat arttırmış olmaları dikkat çekicidir. Taraf savunmalarında ise aynı gün yayınlanan fiyat listelerine ilişkin herhangi bir açıklama getirilememiştir.

1.5.2.5.2. Soruşturma kapsamında elde edilen 25.10.2008 tarihli Opel Insignia modeline ilişkin bilgilerin General Motors'tan alındığının iddia

11-24/464-139

2390 **edilmesine karşın belirtilen aracın 10-19 Ekim 2008 tarihli Autoshow Fuarı'nda tanıtıldığı ve fuar sırasında ön istek ile bu araçların satışına başlandığı, bu sebeple aracın fiyatının bilinmemesinin mümkün olmadığı iddiası.**

2400 Bahse konu elektronik posta, 25.10.2008 tarihinde Doğu Otomotiv çalışanları tarafından şirket içine gönderilen ve General Motors tarafından dağıtımı yapılan Opel Insignia model araca ilişkin satış hedefi ve başlangıç fiyatı bilgilerini içeren bir belgedir. Doğu Otomotiv tarafından yapılan savunmada söz konusu bilgilerin belge tarihinden önce kamuya açıklanmış bilgiler olduğu, bu sebeple rakipler arasında yapılan paylaşımın rekabet ihlali niteliği taşımadığı ileri sürülmüştür. Savunmada belirtilen bilgilerin yer aldığı internet sitelerinden örnekler (www.otokritik.com, www.otomagazin.net) sunulmuş, söz konusu sitelerin incelenmesi neticesinde belirtilen haberlerin tarihi ilgili internet sayfalarından anlaşılacak şekilde birlikte, taraf savunmasına paralel olarak bahse konu araca ilişkin başlangıç fiyatı bilgisinin 10-19.10.2008 tarihlerinde gerçekleşen Autoshow Fuarı'nda açıklandığı anlaşılmıştır. Ancak, ilgili belgede, belirtilen araca ilişkin satış hedefi bilgisi de bulunmakta olup bu bilginin atıfta bulunan haberler ya da başka bir kanaldan kamuya açıklandığına yönelik herhangi bir delil sunulmamıştır. Bu itibarla, sözü edilen savunmanın kabulü

2410 mümkün görülmemiştir.

1.5.2.5.3. Doğu Otomotiv'den elde edilen 26.12.2008 tarihli belgedeki rakip markaların stok bilgilerine ihtiyaç duyulduğu yönündeki iç yazışmada söz konusu bilginin hangi yöntem ile elde edileceğinin belirsiz olduğu, nitekim bu bilginin bayi kanalıyla da elde edilebileceği iddiası.

2420 Söz konusu belgede teşebbüs tarafından belirtildiği gibi rakiplerden stok bilgilerinin temin edilmesi hususu alt birimdeki çalışanlara iletilmiş olmakla birlikte sözü edilen bilginin hangi yöntemle temin edileceği belli değildir. Ancak bu bilgi soruşturma kapsamında elde edilen belgelerden anlaşılacağı üzere salt bayiler kanalıyla da derlenmemekte, taraflar doğrudan distribütör firmadan sözü edilen bilgiyi temin edebilmektedir. Belirtilen hususa ek olarak işaret edilen belge ile ortaya konulmak istenen husus; yalnızca Doğu Otomotiv'in rakiplerinden stok bilgisi almayı planlaması değil, aynı zamanda, taraf savunmalarının aksine, teşebbüslerin fiyat ve satış stratejilerinin belirlenmesinde rakiplerinin stok, geleceğe yönelik fiyat, hedef gibi bilgilerinin önem arz ettiği, bu tür bilgilerin belirtilen stratejilerin oluşturulmasında etkili olduğudur.

2430 **1.5.2.5.4. Soruşturma kapsamında elde edilen 24.10.2008 tarihli ODD toplantısına ilişkin notlarda Toyota ve MAİS'in fiyat artışına yönelik bir ifadesinin bulunmadığı, Doğu Otomotiv'in ise "Hem otomobil hem de LCV tarafı döviz artışını fiyatlara yansıtmak zorunda olduklarını belirterek bunun için ay sonunu bile bekleyemeyebilecekleri" şeklindeki açıklaması sonrasında fiyat artışına gittiği ancak çok kısa bir süre içinde bu artışı geri aldığı, söz konusu hususun gerekçesinin döviz kuru destek planı kapsamında Doğu Otomotiv'in kur artışından kaynaklanan maliyetinin yarısının VW AG tarafından karşılanacağını bildirilmesi üzerine fiyatlarda**

11-24/464-139

2440 **indirim yapıldığı, toplantıda taraflar arasında uzlaşma olmamasının fiyatlamayı etkileyecek bir bilgi değişimi olmadığını gösterdiği, Doğu Otomotiv'in Euro'daki artış sebebiyle ortaya çıkan maliyet artışının altında bir oranla fiyat arttırdığı ve toplantıda yapılan görüşmelerin Doğu Otomotiv'in fiyatlama kararını etkilemediği iddiası.**

2450 Bahse konu belgede belirtilen ODD toplantısında, tarafların iddialarının aksine katılımcılardan MAİS, Toyota ve Doğu Otomotiv geleceğe yönelik fiyat stratejileri hususunda beyanlarda bulunmuştur. Buna göre MAİS Ekim ve Kasım aylarında fiyat artışı beklemediğini ancak Aralık ayı için belirsizlik söz konusu olduğunu ifade ederken, Toyota fiyatlandırmada henüz bir değişiklik olmadığını, Doğu Otomotiv ise gerek binek araç gerekse hafif ticari araç fiyatlarına döviz artışının yansıtılmak zorunda olduğunu, bunun için Ekim ayı sonunun dahi beklenemeyebileceğini ifade etmiştir. Söz konusu beyanlardan anlaşılacağı üzere, toplantı sonucunda fiyat artışı yapılması konusunda ortak bir görüşe ulaşılamamış olmasına karşın geleceğe yönelik fiyatlama politikaları hakkında rakiplerle görüşme yapılmıştır.

2460 Söz konusu toplantı neticesinde Doğu Otomotiv, yurt dışından gelen maliyet desteği karşısında fiyat politikasını şekillendirdiği ve toplantıda yapılan görüşmelerden bağımsız olarak karar verdiğini ileri sürmektedir. Ancak taraf savunmalarında ihmal edilen husus, geleceğe yönelik fiyat stratejilerinin görüşüldüğü toplantılara katılmanın rekabeti sınırlayıcı etkisinin yalnızca rakiplerin açıklamalarının söz konusu teşebbüs stratejilerine etkisinden ibaret olmayıp bu teşebbüsler tarafından yapılan açıklamanın rakip teşebbüslerin fiyat stratejilerine olan etkisinin de önem arz ettiğidir. Bu itibarla Doğu Otomotiv'in MAİS ve Toyota'nın açıklamalarından bağımsız olarak karar aldığı bir an için kabul edilse dahi, Doğu Otomotiv tarafından yapılan açıklamaların rakiplerin fiyat stratejileri üzerinde etkisinin bulunması muhtemeldir. Bu itibarla sözü edilen eylemler rekabet ihlali niteliğindedir.

2470 **1.5.2.5.5. Soruşturma kapsamında Doğu Otomotiv'den elde edilen 27.7.2009 tarihli belgede yer alan, Peugeot'nun satış stratejisine yönelik Doğu Otomotiv ve Peugeot arasında gerçekleşen görüşmeye ilişkin olarak Doğu Otomotiv'in tek ya da en önemli rakibinin Peugeot olmadığı, Doğu Otomotiv'in diğer rakiplerini dikkate almadan yalnızca Peugeot'dan edindiği bilgiyle fiyat stratejisi belirlemesinin mümkün olmadığı iddiası.**

2480 Savunmada değinilen belgede Doğu Otomotiv ile Peugeot (...) müdürü arasında görüşme gerçekleştirildiği ve Peugeot'nun ticari araç satışına yüklendiğinin öğrenildiği görülmektedir. Binek ve ticari araç pazarlarında faaliyet gösteren teşebbüslerin sadece adı geçen iki teşebbüsten ibaret olmadığı bilinmekle birlikte yukarıda yer verilen pazar payı tabloları incelendiğinde, ilgili pazarlarda faaliyet gösteren teşebbüslerin pazar paylarının birbirine yakın olduğu görülmektedir. Ayrıca soruşturma kapsamındaki teşebbüslerin fiyat stratejisine etkide bulunma potansiyeli olan hedef, stok, satış stratejisi gibi hususlarda birbirleri ile görüşmelerde bulunduğu ilişkin çok sayıda belge bulunmaktadır. Söz konusu belgeler fiyat stratejilerinin görüşüldüğü toplantı ve sair suretle yapılan iletişimler ile birlikte değerlendirildiğinde teşebbüsler

11-24/464-139

arasında satış stratejilerine ilişkin görüşmeler yapılmasının söz konusu pazarlarda rekabeti sınırlayıcı nitelikte olduğu açıktır.

2490

I.5.2.5.6. Soruşturma kapsamında elde edilen 28.4.2009 tarihli belgede yer alan, Renault'nun üç yeni modelinin satışına başlanacağı, bu araçların başlangıç fiyatları ve satış hedefini içeren bilgilerin MAİS Genel Müdürü tarafından aynı tarihte gerçekleştirdiği basın toplantısında kamuya açıklanmış olan bilgiler olduğu iddiası.

Söz konusu iddiaya ilişkin olarak savunma ekinde www.haber7.com internet sitesinde 29.04.2009 tarihli bir habere yer verilmiştir. Ancak belirtilen belgenin tarihi, 28.04.2009 olup savunmada sunulan haberden daha önceki bir tarihe ilişkindir. Dolayısıyla sözü edilen bilginin kamuya açıklanmadan önce rakip ile paylaşıldığı görülmektedir. Bu sebeple, bahse konu savunmanın kabulü mümkün görülmemiştir.

2500

I.5.2.5.7. Soruşturma kapsamında elde edilen 23.06.2009 tarihli belgede yer alan, Opel Astra model araca ilişkin olarak Aralık ayında kaç adet aracın arz edileceği ve Ocak ayında yüksek adette araç temin edileceği yönündeki bilgilerin Rekabet Kurulunun ODD ve OSD'ye ilişkin olarak vermiş olduğu 09.09.2009 tarih ve 2009-4-140 sayılı karar uyarınca rekabeti sınırlayıcı nitelikte olmadığı iddiası.

2510

Savunmaya konu belge incelendiğinde Doğu Otomotiv'in rakibi General Motors tarafından dağıtımı yapılan Opel Astra model araca ilişkin elde ettiği bilginin geleceğe yönelik arz miktarını içeren bir bilgi olduğu görülecektir. Oysaki atıfta bulunulan Kurul kararında geçmiş tarihli satış adetleri ile sektörün tamamına yönelik kümülatif satış hedeflerini paylaşılması rekabet hukuku bakımından sakıncalı addedilmemiştir. Bu sebeple sözü edilen iddianın kabulü mümkün görülmemiştir.

I.5.2.5.8. Soruşturma kapsamında Nissan'da yapılan yerinde incelemelerde elde edilen 08.09.2009 tarihli belgeye ilişkin olarak; Volkswagen Polo model araçların piyasaya çıkış tarihi, ilk etapta gelecek (...) sayıda aracın tamamının ön sipariş ile satıldığı, hâlihazırda bu model aracın bulunmasının mümkün olmadığı, belirtilen aracın satış hedefi ve başlangıç fiyatı bilgilerinin Doğu Otomotiv yetkililerinden elde edilip edilmediğinin belirsiz olduğu, bu belgenin bir fiyat görüşmesi belgesi olmadığı, ön sipariş ile satılan aracın başlangıç fiyatının bilinmesinin olağan olduğu, bu sebeple söz konusu bilgilerin rekabete hassas nitelikte olmadığı iddiası.

2520

Öncelikle belirtilmesi gereken husus, bahse konu belgenin salt fiyat görüşmelerine ilişkin bir belge olarak değerlendirilmediği, genel itibarıyla rekabete duyarlı bilgiler içeren görüşmelerin rakipler arasında gerçekleştirildiğini ispat amacıyla yer verilen bir belge olduğudur. Bu kapsamda söz konusu aracın başlangıç fiyatının ilk etapta piyasaya sunulacak olan araçların ön sipariş ile satılmış olması sebebiyle bilindiği bir an için kabul edilse dahi, söz konusu araç modeline ilişkin satış hedefi ve stok bilgisinin piyasadan elde edildiği yönünde ilgili teşebbüs tarafından herhangi bir delil sunulamamıştır. Bu sebeple belgenin

2530

11-24/464-139

rekabete hassas bilgiler içermediği savunmasının kabulü mümkün görülmemiştir.

2540 **I.5.2.5.9. Soruşturma kapsamında elde edilen 22.03.2009 tarihli ve Doğu Otomotiv'deki bir yetkilinin alt seviyedeki bir çalışanına teşebbüsün üst düzey yönetici veya çalışanlarına sunulmak üzere gelecek iki gün içinde rakipleri dolaşarak zam, stok ve kampanya bilgilerini derlemesi yönündeki talimatını içeren belgede talep edilen bilgilerin geleceğe yönelik olduğu yönünde herhangi bir ibare olmadığı, söz konusu bilgilerin "gizli müşteri" uygulamasıyla rakiplerin yetkili satıcılarından elde edilebilecek nitelikte olduğu iddiası.**

2550 Bahse konu belgede, savunmada da belirtildiği gibi, talep edilen bilgilerin geleceğe yönelik olup olmadığı belirtilmemiştir. Öte yandan ilgili teşebbüs tarafından sözü edilen yazışmadan sonra talep edilen bilgilerin hangi yöntem ile temin edildiği, elde edilmiş olan bilgilerin geçmiş tarihli olup olmadığı hususunda da herhangi bir delil sunulmamıştır.

I.5.2.5.10. 19.03.2009 tarihli belgelere ilişkin olarak, ÖTV indirimin yürürlüğe girmesinden önce 13.03.2009 tarihinde kur artışı sebebiyle fiyat artışı yapılmasına karar verildiğinin VW yetkili satıcılarına duyurulduğu ve 15.03.2009'da ÖTV indirim oranlarının ilan edilmesini müteakip 16.03.2009 tarihinde yetkili satıcılara yeni fiyat listelerinin gönderildiği iddiası.

2560 Bahse konu belgeye yönelik yapılan değerlendirmeler, 15.03.2009 tarihinde yürürlüğe giren ÖTV indirimi müteakip tarafların 19 Mart ODD toplantısında fiyat artışı yapmak konusunda uzlaştığı ve toplantı sonrasında bu kararın teşebbüslerin büyük çoğunluğu tarafından uygulamaya konulduğu yönündedir. Nitekim aşağıda yer verilen fiyat grafikleri incelendiğinde Doğu Otomotiv'in de belirtilen toplantı sonrası fiyat artışı gerçekleştirdiği görülmektedir. Dolayısıyla toplantı öncesindeki zam kararının gerekçesinin kurdaki yükselişin yarattığı maliyet olduğu kabul edilse dahi, belirtilen durumun 19 Mart toplantısında yapılan fiyat görüşmeleri sonrasında 24 Mart itibarıyla uygulamaya konulan fiyat artışının da rasyonel gerekçesini oluşturduğu iddiasının kabulü mümkün görülmemiştir.

I.5.2.6. Ford Otomotiv

2580 **I.5.2.6.1. İhlal iddiası dönemlerindeki ekonomik şartlar dikkate alınmadığı, kriz dönemlerinde nasıl önlemlerin alınacağını tartışılmasının doğal olduğu, 2008-2009 döneminde sektörün toplantılara alışılmışın dışında rağbet göstermesinin şirketler aleyhine delil olarak kullanıldığı, toplantı sonrası dört teşebbüsün zam yapmasının ise istatistiksel olarak bir tesadüf dahi kabul edilebileceği iddiası.**

Elbette ki, sektör temsilcilerinin sektörün genelini etkileyen konularda yine sektörün geneline yönelik olarak açıklama ve yorumlarda bulunmaları normaldir. Ancak, Soruşturma sürecinde elde edilen belgeler, düzenlenen toplantılarda,

11-24/464-139

örneğin 19.03.2009 tarihli toplantıda, teşebbüslerin geleceğe ilişkin fiyatlandırmalarının ne şekilde gerçekleşeceğine dair görüşmelerin ve hatta uzlaşmaların gerçekleştiğini göstermektedir. Ayrıca 17.05.2006 tarihli e-postada dört teşebbüsün bireysel iletişim yoluyla fiyatlamaları üzerine görüştükleri ve hepsinin bu görüşme sonrası fiyat arttırdıkları aşağıdaki grafiklerde görülmektedir. Bu noktada bahse konu fiyat artışının tesadüfi nitelik arz ettiğini söylemek gerçekçi değildir.

1.5.2.6.2. Ford Otomotiv'in Ocak-Nisan döneminde zaten kademeli artışlar yaptığı ve bu stratejinin Nisan'a kadar sürdüğü, ÖTV indirimi sonrası yaşanan artışların bunun bir basamağı olduğu iddiası.

19.03.2009 tarihli toplantıda ilgili belgeler ışığında teşebbüslerin tümünün fiyat artışı yapmak konusunda hemfikir olduklarını açıkladıkları anlaşılmaktadır. Ayrıca Ford Otomotiv'in Ocak-Nisan ayındaki stratejisinin kademeli fiyat artışları olduğu yönünde herhangi bir belge de sunulmamıştır. Bu nedenle Nisan ayında gerçekleşen zammın bu toplantıda konuşulanlar neticesinde gerçekleştiğini iddiasını çürütecek bir savunma yapılmamıştır. Kaldı ki, Ford Otomotiv belirtilen ayda zam yapmamış olsaydı dahi, rakiplerine geleceğe yönelik fiyat stratejisini açıklamış olduğu için yine ihlalin tarafı sayılacaktır.

1.5.2.6.3. 03.02.2008 tarihli e-postaya ilişkin olarak, bir çalışanın rakip markaya ilişkin istihbarat çalışması yaptığının görüldüğü, bunun Ford Otomotiv'in zam yapma ya da tersi kararına dolaylı/sız herhangi bir etkisinin olmadığı, Ford Otomotiv'in satış stratejisinin zaten 30 Ocak'taki şirket içi toplantıda belirlendiği, iletişimin fiyatlama kararında etkili olmadığı iddiası.

Ford Otomotiv'de bulunan 03.02.2009 tarihli e-postada, Hyundai (...) Müdürü ile görüşüldüğü ve teşebbüsün ticari araca değil, binek araca ağırlık verdiği bilgisinin alındığı, ayrıca ay sonu hedeflerinin de (...) olduğu, (...) Müdürü'nün *bu ay içinde zam yapacaklarını, Cumartesiden itibaren geçerli olacağını söylediği, özellikle H1 de zammın %5 lere kadar çıkacağını* belirttiği görülmektedir. Bu e-postanın şirket içerisinde (...) Yardımcısı ile (...) Müdürü'ne gönderilmesi de bu bilginin önemsendiğini göstermektedir. Bu nedenle, böyle bir bilginin Ford Otomotiv'in stratejisine etki etmediğini iddia etmek anlamlı değildir. Kurumumuza sunulan ve Ford Otomotiv'in satış stratejisinin belirlendiği iddia edilen toplantı belgesinde yeni fiyatların Şubat'ın 2'sinden itibaren geçerli olacağı ifadesi yer almaktadır; fakat "2"nin üzeri el yazısı ile çizilerek 9 Şubat yazılmıştır. Ayrıca yapılan zam oranlarının da belgedeki ile uyumlu olmadığı görülmektedir. Örneğin Mondeo modeli için %2 oranında bir artış öngörülmüşken piyasada % 3,25 oranında bir artış gerçekleştiği; yine Focus modeli için %1 oranında artış beklenirken %1,725 oranında artış yapıldığı tespit edilmiştir.

1.5.2.6.4. Nissan'dan edinilen 16.09.2009 tarihli e-posta silsilesi ile ilgili olarak, Nissan'ın kendilerinin takip ettiği rakiplerden olmadığı, bunun ayda iki kez yayınlanan fiyatlandırma-konumlandırma maillerinden de anlamının mümkün olduğu, bu maillerde Nissan'a hiç değinilmediği,

11-24/464-139

ayrıca kendilerinin 16.06.2009 da yeni liste yayımladığı ve değişikliği yansıttığı iddiası.

2640 Yazılı savunmanın ekinde gönderilen belgelerden fiyat artışının bayilere 19.06.2009 tarihinde duyurulduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca, Nissan'ın Ford Otomotiv'in fiyatlandırmasını öğrenmeye çalışmasından Nissan'ın Ford Otomotiv'i kendisine rakip gördüğü anlaşılmaktadır. Bu nedenle Ford Otomotiv'in fiyatlamaya ilişkin kararlarının önceden öğrenilmesi Nissan'ın fiyatlamasını etkilemektedir. Zira elektronik postanın içeriğinden Nissan'ın fiyatlamaya ilişkin toplantı öncesi rakiplerinin gerçekleştirecek davranışlarını öğrenmeye çalıştığı anlaşılmaktadır.

1.5.2.7. Hyundai

2650 **1.5.2.7.1. Ford'dan edinilen 08.07.2009 tarihli e-postada Hyundai'nin kendisinden bilgi talep eden Ford Otomotiv çalışanını kibarca reddettiği ve kamuya açık liste fiyatlarının revize edilmesinin ardından bu bilginin internetten temin edileceğini belirttiği; yeni listenin 13.07.2009 tarihinde yayımlanmasının ardından Ford Otomotiv'in 26.07.2009 tarihli şirket içi yazışmayı gerçekleştirdiği; kısacası Ford Otomotiv'in fiyat stratejisini oluştururken yeni listenin yayınlanmasını beklediği, bir diğer ifadeyle, Ford Otomotiv'in paylaşılan bilgiyi kullanılarak fiyat stratejisi oluşturamadığı, çünkü bu bilginin soyut ve genel olduğu, ayrıca bu durumun bir diğer sebebinin de şirketlerin birbirlerinden aldıkları geleceğe yönelik bilgilere güvenmedikleri hususunun olabileceği iddiası.**

2660 Belgede yer verilen Hyundai'nin Euro 4 motora geçiş sebebiyle henüz bu motora geçmeden ve fiyatlandırmayı yapmadan önce %5-6 zam yapacağına dair açıklaması geleceğe yönelik bir fiyat açıklamasıdır. Yukarıda da belirtildiği gibi açık bir fiyat anlaşması olmasa da rakiplerden birinin fiyat artışını açıklaması, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlali açısından delili olarak kabul edilmektedir.

2670 **1.5.2.7.2. Ford'dan edinilen 3.2.2009 tarihli e-postada Hyundai'nin el altından bir şey satmadığını söylemesine rağmen Ford Otomotiv'in bunu her iki markayı da satan bir bayisine sorduğu ve onlardan Hyundai'nin açıklamasının aksi yönünde bilgi alındığı, aslında teşebbüslerin birbirlerine doğru bilgi vermediği, yine Hyundai'nin 09.02.2009 tarihinde ortalama %2,5 oranında zam yaptığı, dolayısıyla belgede yer alan zam oranlarının da doğru olmadığı; ayrıca Hyundai'nin tüm modellerinde artışa gitmesi ile bu belge arasında kurulan bağın anlaşılacağı, zira görüşmelerde fiyatların aynı tarihte arttırılması konusunda bir irade uyuşmasının olmadığı ifade edildiği iddiası.**

2680 Ford Otomotiv ve Hyundai'nin ticari araçlarındaki fiyat değişimlerinin gösterildiği Tablo 55'te, Hyundai'nin aynen ilgili belgede ifade ettiği gibi bazı modellerde %5'lere kadar çıkan zam yaptığı görülmektedir. Dolayısıyla söz konusu iddianın kabulü mümkün görülmemiştir.

11-24/464-139

1.5.2.8. İsohtar

1.5.2.8.1. Toplantıya katılan teŖebbüslerin TATA marka araçlara rakip olmadığı; kendi rakiplerinin katılmadığı bir toplantıya katılmanın da aslında amacının rekabeti sınırlamak olmadığını gösterdiği iddiası.

2690 ODD Toplantıları her ay düzenli olarak yapılan toplantılardır. Toplantıya derneğe üye olan teŖebbüslerin hepsi çağırılmakla birlikte, hangi teŖebbüsün toplantıya katılacağı toplantı öncesi kesin olarak bilinmemektedir. Toplantıda anında Tata'nın rakiplerinin orada hazır bulunmaması, İsohtar'ın anılan toplantıya rakiplerinin geleceğı beklentisi ile gelmediğinin delili olarak kabul edilemeyecektir.

1.4.2.8.2. Bir an için bilgi değıŖişiminin varlığı kabul edilse dahi Ŗirketin araçları Hindistan'dan ithal ettiği ve bu araçları Euro değıl, Dolar kuru üzerinden aldığı dolayısıyla, Euro kurunun artışı ile ilgili görüşmelerin Ŗirket açısından bir anlam ifade etmeyeceğı, ayrıca o dönem Euro ve dolar kurlarının da benzer hareket etmemiş olduğu ve Euro kurundaki artışın İsohtar'a avantaj sağladığı iddiası.

2700

Kurumumuza sunulan bilgi ve belgelerden Ŗirketin araçlarını dolar üzerinden ithal ettiği anlaşılmıştır. Ancak, toplantıda konuşulan husus esasen Euro kurunda yaşanan değıŖişimin fiyatlara yansıtılıp yansıtılmayacağı olsa da sonuç olarak toplantılardan edinilen genel fikir fiyatların artıp artmayacağına ilişkindir. Bu da ister Euro ile isterse başka bir para birimi ile ithalat yapsın ya da üretimini Türkiye'de gerçekleştirsin tüm teŖebbüsler için anlamlı ve önemli bir bilgidir. Ayrıca Euro/dolar kuru paritesindeki değıŖişimler de ithalat yapan firmaları etkilemektedir. Euro'nun değıeri değıŖtiğinde anılan paritede de değıŖişimler yaşanmaktadır. Bu da Euro ile ithalat yapan teŖebbüsler üzerinde bir baskı oluştururken diğere teŖebbüsler indirim ve kampanyalar konusunda daha rahat davranabilmektedir. Zira İsohtar'ın kendisi de bu dönemde Euro ile ithalat yapan rakiplere karşı bir avantaj sağladığını kabul etmiştir. Dolayısıyla Euro kurundaki değıŖişimler, rakiplerin fiyatlama kararlarına etki ettiğinden ithalatlarında başka para birimi kullanan veya ithalat yapmayan teŖebbüsleri de ilgilendirmektedir. Bu nedenle, Euro kurundaki artışa karşı rakiplerin ne cevap vereceğinin önceden bilinmesi, teŖebbüsün fiyatlandırma kararlarına etki edecektir, kurun fiyata yansıtılıp yansıtılmayacağı; yani rakibin fiyatının artıp artmayacağı bilgisi, teŖebbüs ve onun stratejileri için anlamlı ve kritik bir bilgi niteliğindedir.

2710

2720

1.5.2.8.3. Ŗirketin, 2008 sonu-2009 bağı stratejisinin stoklardaki araçları eritmek olduğundan fiyat stratejisinin de buna uyumlu olarak fiyatları düşürmek üzerine kurulduğu, bu nedenle 6 aylık bir dönem boyunca hiç ithalat yapılmadığı, piyasadaki hareketliliğın fiyatlamaya hiç yansımadığı iddiası.

2730

Gönderilen belgelerden altı aydır ithalat yapılmadığına dair bir çıkarım yapılamamakla birlikte öyle olduğu varsayılsa dahi böyle bir durumda rakibin fiyatlarının en az aksi durumdaki kadar önemli olduğu düşünölmektedir. Zira stoklarını eritmek isteyen bir teŖebbüs fiyatlarını düşürürken ne oranda indirim

11-24/464-139

yapacağı elbette ki rakiplerinin fiyatından etkilenecektir. Rakibin fiyatını arttıracığını bilen bir teşebbüs %5 yerine %1 indirim yaparak hatta belki hiç indirim yapmadan hem belirttiği stratejiyi uygulayacak hem de bu süreçte mahrum kalacağı kârı minimuma indirecektir.

I.5.2.9. MAİS

2740 **I.5.2.9.1. 12.09.2008 tarihli elektronik posta içeriğinin 15.09.2008 tarihli basın açıklamasıyla zaten halka duyurulduğu, 19.03.2009 toplantısında yer alan konulara ilişkin olarak ise teşebbüs genel müdürünün basın açıklamalarının bulunduğu ve kamuoyuna açıklanan hususların ihlal niteliğinde olamayacağı iddiası.**

2750 Öncelikle belirtmek gerekir ki Soruşturma Raporu'nda MAİS'e ilişkin olarak yer verilen belgeler sadece 12.09.2008 tarihli elektronik posta içeriğinden ibaret değildir. Soruşturma Raporu'nun ilgili kısımlarında yer verildiği ve değerlendirildiği üzere MAİS hakkında 15.10.2006, 11.09.2008, 20.10.2008, 24.10.2008, 19.03.2009, 06.04.2009, 28.04.2009 ve 20.07.2009 tarihli belge ve toplantı notları bulunmaktadır. Bu belgelerden sadece biri (12.09.2008 tarihli elektronik posta) hakkında yapılan savunma kabul edilse dahi bu durum MAİS'in, diğer belgelerin ihlal niteliği değişmeyeceğinden, mevcut soruşturma kapsamındaki konumunu etkilemeyecektir.

2760 Ayrıca; 19.03.2009 toplantısında yer alan konulara ilişkin olarak teşebbüs genel müdürünün basın açıklaması yapmış olması da teşebbüsü sorumluluktan kurtarmamaktadır. Şöyle ki, 19.03.2009 tarihli toplantıya ilişkin basın açıklaması savunma ekinde yer alan bilgiden anlaşıldığı üzere 09.04.2009 tarihinde yapılmıştır. Dolayısıyla toplantı ile basın açıklaması arasında 20 günlük bir süre bulunmaktadır. 19.03.2009 toplantısının 4054 sayılı Kanun bağlamındaki ihlal niteliği Soruşturma Raporu'nda ayrıntılı bir şekilde değerlendirildiğinden tekrar edilmesine gerek bulunmamaktadır. Ancak şu husus belirtilmelidir ki söz konusu toplantıda rakip teşebbüslerin ticari sır niteliğindeki geleceğe yönelik fiyat stratejilerine ilişkin görüşleri söz konusu hususta geleceğe yönelik belirsizlikleri ortadan kaldırması nedeniyle soruşturmaya tabi tutulmaktadır. Teşebbüs yetkilisinin bu toplantıdan 20 gün sonra toplantı içeriğinde yer alan konularda basın açıklaması yapmış olması ise teşebbüslerin ihlal amacı ile bir araya gelerek toplantı yaptıkları ve bu toplantı sonucunda fiyat artış kararını birlikte 2770 aldıkları gerçeğini değiştirmemektedir. Bu nedenle söz konusu savunma kabul edilmemiştir.

I.5.2.9.2. 19 Mart toplantısı sonrasında, teşebbüsün satışları içerisindeki payı %(...) civarı olan Clio HB ve Laguna modellerinde fiyat artışı olduğu, eğer ihlal amacı olsaydı satışlar içerisindeki payları toplamı %(...) olan Symbol ve Megane modellerinde fiyat artışı yapılmasının rasyonel olduğu ve bu durumun MAİS'in söz konusu toplantıya katılım amacının ihlal olmadığına göstergesi olduğu iddiası.

2780 Belirtmek gerekir ki soruşturma kapsamında 19.03.2009 toplantısı sonrasında teşebbüslerin fiyat hareketleri incelenirken tüm teşebbüslerden en çok satışı

11-24/464-139

2790 yapılan modellerine ilişkin bilgi talep edilmiş ve değerlendirmeler mümkün olduğunca bu modeller üzerinden yapılmıştır. Nitekim MAİS'ten söz konusu hususta talep edilen bilgiler 17.05.2010 tarih ve 3919 sayı ile Kurumumuza intikal etmiştir. Söz konusu yazı ekinde yer alan bilgilere göre ilgili dönemde en çok satış yapan modeller Clio, Symbol, Megane ve Laguna olarak bildirilmiştir. Ayrıca bilinmelidir ki otomotiv sektörünün yapısı itibarıyla en çok satış yapan model bilgisi sabit bir bilgi niteliğinde değildir ve aydan aya değişiklik göstermektedir. Kaldı ki belirtilen dönemde aşağıdaki tabloda da görüleceği gibi, Megane'ın en çok satan alt kırılımı olan Megane 2 Sedan 1.5 dCi Authentique modelinde de fiyat artışı gerçekleşmiştir:

Tablo 55: MAİS Araçlardaki Fiyat Değişimi

	Mart 2009 (TL)	Mayıs 2009 (TL)
Megane Sedan Faz 2 Authentique 1,5 dCi 80 bg	32.450,00	32.950,00
Megane Sedan Faz 2 Authentique 1,5 dCi 100 bg	34.000,00	34.500,00

1.5.2.9.3. Teşebbüs satışları içerisindeki payları toplamı %(...) olan Symbol ve Megane modellerinin Türkiye'de üretildiği, bu modellerin fiyatlarının dövizdeki değişikliklerden etkilenmediği, ihlale dayanak teşkil eden dönemde bu modellerin fiyatlarının artmadığı ve bu durumun ihlal ihtimalini ortadan kaldırdığı iddiası.

2800

Teşebbüs satışları içerisindeki payı yüksek olan modellerin üretimlerinin Türkiye'de gerçekleştiriliyor olması nedeniyle, döviz kurundaki dalgalanmalardan etkilenmediği ve bu nedenle de bu modellere ilişkin fiyat seviyelerinin belirlenmesinde döviz kuru değişimlerinin belirleyici olmadığı iddiası ancak ve ancak sektörde faaliyet gösteren tek teşebbüsün MAİS olması halinde kabul edilebilecek bir savunmadır. Keza döviz kurundaki değişimlerden ithalat yolu ile araç temin eden teşebbüslerin doğrudan etkilendiği, bu teşebbüslerin (MAİS'in rakibi konumundaki teşebbüsler) fiyatlama politikasında bu verileri doğrudan dikkate aldıkları ve bu araçların, MAİS'in Türkiye'de üretilen modellerinin de rakipleri olduğu bilgisi kesin ve tartışılmaz bir şekilde ortada olan bir gerçekliktir. Kaldı ki Soruşturma Raporu'nda MAİS hakkında ihlal niteliğindeki fiyat artırımını tespiti 19.03.2009 tarihli toplantı temel alınarak yapılmıştır. Söz konusu toplantı içeriğinin ise döviz kurundaki dalgalanmalar ile bir bağlantısı bulunmamakta, teşebbüslerin ÖTV indirimi sonrasındaki fiyat artışına ilişkin karar aldıkları görülmektedir. Açıklanan nedenlerle söz konusu savunma kabul edilmemiştir.

2810

1.5.2.10. Mazda

2820

Mazda'nın fiyatlarını belirlerken rakip fiyatlarından ziyade kendi stok seviyelerini dikkate aldığı ve fiyat stratejisinin her yıl tekrarlanan genel zamlar ile şekillendiği, modeller 1 Ağustos'ta değiştiği için asıl fiyat artışını bu tarihte yaptığı ve yılsonu kampanyalarının sona ermesi ile diğer artışın Mart ayında yapıldığı iddiası.

Rekabet ihlali niteliğindeki bir toplantıya katılmış olan teşebbüslerin tamamı karine olarak ihlalin tarafı olarak kabul edilmekte, ilgili teşebbüsler ancak

11-24/464-139

2830 toplantıda görüşülen rekabeti sınırlayıcı hususlara muhalif kaldığını açıkça ifade etmiş olması ve bu hususu ispat etmesi durumunda sorumluluktan kurtulabilecektir. Ancak Mazda tarafından toplantıda açıkça muhalif kalındığını gösterir herhangi bir belge sunulamamıştır. Öneri ve soruşturma süreçlerinde yapılan yerinde incelemelerde elde edilen bilgi ve belgeler incelendiğinde, teşebbüslerin fiyat stratejilerinin belirlenmesinde rakiplerin mevcut ve muhtemel aksiyonlarının önem arz ettiği, bu sebeple her bir teşebbüsün çeşitli yöntemler aracılığıyla bu tür bilgilere erişmeye çalıştığı, elde edilen bilgilerin ise fiyatlandırma prosedüründe önemli ölçüde dikkate alındığı anlaşılmıştır. Bu nedenle, tarafların bireysel fiyatlandırma prosedürlerinin olduğu ve fiyatın bu prosedür neticesinde belirlendiği, rakiplerin fiyat stratejilerinin sözü edilen süreçte etkili olmadığı savunması kabul edilmemiştir.

2840

I.5.2.11. Mercedes

2850 **I.5.2.11.1. 15.11.2006 tarihli toplantıda yeni Sprinter modeline ilişkin %(...) fiyat farkı ile geleceğine yönelik bir beyanın ye aldığı, otomotiv sektöründe üretilen modellerin bir süre sonra yine aynı isimle fakat tamamen farklı bir tasarım bir yapıyla piyasaya sürüldüğü ve Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın da bu araçlara eski tiplerinden tamamen farklı bir onay süreci uyguladığı, bu ifadenin bir ürünlerdeki fiyat artışına değil, tüm hafif ticari araç sektörünü etkiler şekilde tamamen değiştirilmiş ve Euro 3 motorla donatılmış tamamen yeni bir ürünün piyasaya arz edileceğine ilişkin olduğu, yine, %(...) rakamının yeni modelde yaşanan teknoloji sıçramasını ifade ettiği ve dolayısıyla fiyata dair bir husus içermediği, piyasaya henüz arz edilmemiş ve kısa vadede arzı gerçekleşmeyecek bir ürünün otomotiv piyasasının dinamikleri içinde kısa vadede fiyatları etkilemesinin mümkün olmadığı iddiası.**

2860 Euro 3 motora geçiş yeni bir teknolojik donanımı işaret etmekle birlikte bu motor tipine geçiş ile birlikte fiyatlarda standart bir artış yaşanmamaktadır. Dolayısıyla bu yeni teknolojinin fiyatlamaya hangi oranda etki edeceği rakipler için belirsizdir. Böyle bir açıklama ise bu belirsizliği ortadan kaldırmaktadır.

Ayrıca pazarda bu tip motorun yaygın olmaması nedeniyle o an rekabet ortamı gereğince tesis edilmemiş olsa bile bu bilgi diğer teşebbüslerin de bu motor tipine geçişleri sırasında kullanabilecekleri bir bilgidir. Ayrıca, Sprinter modelinde gerçekleşecek bir fiyat değişimi, ne olursa olsun piyasada hafif ticari araç pazarında faaliyet gösteren şirketler için anlamlıdır ve fiyatlandırma kararlarını etkileyecek türdedir.

2870 **I.5.2.11.2. Mercedes'in de Karsan, Honda ve GM şirketleri ile aynı şekilde değerlendirilmesi gerektiği iddiası.**

19.03.2009 tarihli toplantı, Kanun'un 4. maddesini ihlal eder nitelikte bir görüşmedir. 11.09.2008 ve 20.10.2008 tarihli toplantılarda yer alan satış hedefi ve satış stratejisine ilişkin açıklamaların ise fiyata ilişkin görüşmelerin tamamlayıcısı niteliğinde olduğu görülmektedir. Sprinter modelindeki fiyat artışına yönelik açıklamanın pazar öngörüsü niteliğini taşımadığı açıkça ortadadır.

11-24/464-139

2880 Anılan kararda binek, hafif ve ağır ticari araç türleri bakımından pazarın bütününe yönelik gerçekleşmesi muhtemel satış rakamlarına ilişkin tahminlerin paylaşılmasının rekabeti kısıtlamayacağı sonucuna ulaşılmıştır. Görüldüğü üzere, kararda tek bir model veya markaya ilişkin olmayan ve pazarın geneline yönelik satış tahminlerinin paylaşılmasının rekabeti sınırlamayacağını belirtilmiştir. Oysa burada açıkça tek bir markanın tek bir modeline ilişkin bir paylaşım söz konusudur ve %(...) luk fiyat artışına ilişkin bir açıklamanın satış rakamına ilişkin bir tahmin olmadığı da gayet net ortadadır. Hal böyle iken bu açıklamanın pazarın geneline yönelik bir satış tahmini olduğunu iddiası kabul edilmemiştir.

I.5.2.12. Mermerler

2890 **Sektörde araç satış fiyatları arasında çok ciddi farklılıklar olması nedeniyle ihlal oluşturacak şekilde sabit bir fiyat artışı belirlenmesinin mümkün olmadığı iddiası.**

2900 Rekabet hukuku uygulamasında geleceğe yönelik fiyat stratejilerine ilişkin görüşmelerin ihlal niteliğini haiz olması için belirli bir fiyat oranının belirlenmiş olması şartı aranmamakta ve teşebbüslerin geleceğe yönelik fiyat uygulamaları hakkında rakip teşebbüsler nezdindeki belirsizliklerin ortadan kaldırılması ihlal hükmüne varılması için yeterli görülmektedir. Bu nedenle işbu soruşturma kapsamında incelenen faaliyetlerin ihlal niteliğini haiz olmaları için sabit bir fiyat artış oranının belirlenmiş olması gerekmemektedir.

I.5.2.13. Nissan

08.09.2009 tarihli elektronik postanın şirket içi yazışma olduğu, muhatabının rakip teşebbüs olmadığı, 16.06.2009 tarihli elektronik postalara ilişkin olarak ise elektronik postalarda bahsedilen pazar araştırmasının rekabeti ortadan kaldırmak için değil daha rekabetçi fiyatları belirlemek için yapıldığı iddiası.

2910 Her şeyden önce belirtmek gerekir ki Soruşturma Raporu'nda Nissan hakkında yer verilen tek delil 08.09.2009 tarihli e-posta değildir. Nissan, 24.10.2008 tarihli toplantıya iştirak etmiş olan teşebbüsler arasındadır ve Soruşturma Raporu'nun "*Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Belgeler*" başlıklı bölümünde değinildiği üzere rakipleriyle soruşturma konusu eylemler kapsamında ilişki ve koordinasyon içerisindedir.

2920 Ayrıca savunma kapsamında söz konusu belgenin şirket içi yazışma olduğu vurgulanmıştır. Bu husus, söz konusu belgenin delil niteliğini zedelemek bir yana yeni bir duruma dahi işaret etmemektedir. Belirtmek gerekir ki Soruşturma Heyeti'nce söz konusu belgenin delil olarak kullanılmasının nedeni rakip teşebbüslerden gelen bir yazışma olması değil, rakip teşebbüsler hakkında rekabete duyarlı bilgiler içermesidir.

16.06.2009 tarihli elektronik postalara ilişkin olarak ise elektronik postalarda bahsedilen pazar araştırmasının rekabeti ortadan kaldırmak için değil daha

11-24/464-139

2930 rekabetçi fiyatları belirlemek için yapıldığı iddia edilmiştir. Ancak söz konusu elektronik posta içerikleri incelendiğinde görülmektedir ki yazışmalar, daha rekabetçi fiyatların belirlenmesine değil, rakiplerin fiyat politikalarının öğrenilerek geleceğe ilişkin fiyat düzeyleri hakkındaki belirsizliklerin azaltılmasına/ortadan kaldırılmasına yöneliktir.

I.5.2.14. Peugeot

Uyumlu eylem karinesinin aksinin taraflarca ispatlanmasının mümkün olduğu, 2006 yılında %20'ye varan kur farklarının yaşandığı, 2009'un zaten kriz yılı olduğu bu nedenle teşebbüslerin fiyat ayarlamaları yapmalarının uyumlu eylem karinesini bertaraf etmeye yeterli olduğu iddiası.

2940 Kanun'un 4. maddesinde karine şu şekilde yer almıştır: *"Bir anlaşmanın varlığının ispatlanamadığı durumlarda piyasadaki fiyat değişmelerinin veya arz ve talep dengesinin ya da teşebbüslerin faaliyet bölgelerinin, rekabetin engellendiği, bozulduğu veya kısıtlandığı piyasalardakine benzerlik göstermesi, teşebbüslerin uyumlu eylem içinde olduklarına karine teşkil eder."* Dolayısıyla, teşebbüsler arasında herhangi bir anlaşma veya uyumlu eyleme ilişkin delil bulunamadığında bu teşebbüslerin fiyat hareketlerinin rekabetin engellendiği piyasalardaki hareketlere benzerlik taşıması uyumlu eylemde bulunulduğuna karine teşkil eder ve teşebbüsler ekonomik ve rasyonel gerekçelerle bunun aksini ispatlayabilir. Fakat söz konusu dosyada teşebbüsler arasında fiyatların arttırılması hususunda bir uzlaşmanın olduğuna yönelik belgeler yer almaktadır.

2950

I.5.2.15. Tofaş

20.10.2008 toplantısına BMC, Karsan, Otokar, Isuzu ve Türk Traktör gibi ilgili pazarda faaliyet göstermeyen firmaların da katıldığı ve mezkûr toplantının düzenli bir toplantı zincirinin parçası olduğu, toplantıda konuşulan konular arasında Karayolu Taşıma Kanunu, araç uygunluk belgesi ve fuarlar gibi hususların da bulunduğu, katılımcılar ve konuşulan konular böyleyken katılımcılardan sadece 4 adedini (Ford, Mercedes, Tofaş ve MAİS) göz önünde bulundurarak anti rekabetçi toplantı şeklinde nitelendirmenin hukuki olmadığı iddiası.

2960

Geleceğe dönük satış rakamı tahminleri, geleceğe yönelik fiyat stratejileri ve döviz kuru dalgalanmaları karşısında izlenecek fiyat stratejileri gibi rekabet açısından önemli hususlarda karşılıklı iletişimin olduğu bir toplantıya ait söz konusu belgelerin varlığı karşısında, yapılan savunmaya katılmak mümkün görülmemiştir. Aynı toplantıda otomotiv sektörünün genel sorunlarına ilişkin çözüm önerilerinin de görüşülmüş olması veya toplantı katılımcıları arasında ilgili pazarda faaliyet göstermeyen teşebbüslerin de bulunması ise söz konusu toplantının niteliğini değiştirmeyeceği gibi toplantının katılımcılarını da sorumluluktan kurtarmayacaktır.

2970

11-24/464-139

I.5.2.16. Toyota

Toyota'nın fiyatlarının üst sınırının Toyota Avrupa tarafından belirlenmekte olduğu ve bu nedenle Toyota'nın iç pazardaki rakipleriyle anlaşmasının rasyonel olmadığı iddiası.

2980

Toyota'nın fiyatlarının üst sınırının Toyota Avrupa tarafından belirlenmekte olması, ilgili pazarda faaliyet gösteren rakip teşebbüslerin geleceğe yönelik fiyat stratejilerini paylaşmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'u ihlal etmelerinin önünde bir engel teşkil etmemektedir. Nitekim fiyatlarının üst sınırı belirlenmiş olan Toyota'nın bu üst sınırı aşmamak suretiyle, rakip teşebbüsler arasındaki uzlaşmanın gereğini yerine getirmesi ve fiyatlarını artırması pekâlâ mümkündür. Fiyata ilişkin uzlaşma toplantılarında belirli bir fiyat artış oranı üzerinden uzlaşma sağlama çabasının olmaması ise bu durumun gerçekleştirilebilirliğini daha da mümkün kılmaktadır.

2990

I.6. Ceza Miktarının Takdirine İlişkin Değerlendirme

Soruşturma kapsamında yapılan inceleme ve değerlendirmeler sonucunda, yeni binek ve hafif ticari araçlar pazarında faaliyet gösteren ve yukarıda belirtilen 15 adet teşebbüsün geleceğe yönelik fiyat ve satış stratejileri ile hedef ve stok bilgilerini toplantı ve/veya bireysel iletişimler yoluyla paylaşmak sureti ile 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettikleri anlaşılmıştır. Bu itibarla ihlale taraf olduğu anlaşılan teşebbüslerin 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesi ve 15.02.2009 tarih ve 27142 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 'Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik (Ceza Yönetmeliği) hükümleri uyarınca cezalandırmalarına karar verilmiştir.

3000

İlgili mevzuat hükümleri kapsamında verilecek olan idari para cezasının oranı belirlenirken, incelemeye konu teşebbüslerin piyasadaki gücü, ihlal neticesinde gerçekleşen veya gerçekleşmesi muhtemel zararın ağırlığı gibi hususların dikkate alınması gerekmektedir. Sözü edilen hükümlerden hareketle özellikle rakiplerle geleceğe yönelik stratejilerin görüşüldüğü toplantılara katılım, söz konusu toplantılarda fiyat, satış stratejisi gibi hususlarda gelecekte uygulanacak olan politikaların rakiplere beyan edilmesi yahut bu tür hususlarda ikili görüşmeler suretiyle iletişim kurulması ve yapılan görüşmeleri müteakip fiyat arttırılması gibi eylemler temel para cezasının belirlenmesinde dikkate alınmıştır. Ayrıca işbu soruşturma kapsamında ihlal olarak nitelendirilen davranışların 2006-2009 yılları arasında devam eden tek bir uzlaşma olarak değerlendirilmiş olması sebebiyle, ihlale katılım süresi bir yılın üzerinde olan Doğu Otomotiv, Peugeot, Toyota ve Ford Otomotiv bakımından Ceza Yönetmeliğinin 5. maddesinin üçüncü fıkrasının (a) bendi çerçevesinde ceza oranının yarısı oranında atırılması öngörülmüştür. Belirtilen hususa ek olarak ihlal konusu faaliyetlerinin yıllık gayri safi gelirleri içerisinde çok düşük bir payının bulunduğu Tofaş, Ford Otomotiv, Mercedes ve Temsa bakımından ise mezkûr Yönetmeliğin 7. maddesinin birinci fıkrası uyarınca ceza oranında indirim uygulanması takdir edilmiştir.

3010

3020

11-24/464-139

3030 Öte yandan 4054 sayılı Kanun'un ihlal ettiği yönünde hakkında yeterli delil bulunmadığı kanaatine ulaşılan Otokar, Borusan, İsohtar, Şahsuvaroğlu, Mazda, GM, Honda ve Karsan'a yönelik olarak idari para cezası uygulanmasına gerek olmadığına; bununla birlikte soruşturmaya konu olan 23 teşebbüsün tamamına ve ilgili teşebbüs birliklerine, 4054 sayılı Kanun'u ihlal edebilecek nitelikte karar ve uygulamalardan kaçınmaları gerektiğine ilişkin görüş bildirilmesine karar verilmiştir.

J. SONUÇ

09.09.2009 tarih, 09-41/998-M sayılı ve 28.01.2010 tarih, 10-10/91-M sayılı Kurul kararları uyarınca yürütülen soruşturma ile ilgili olarak düzenlenen Rapor'a ve Ek Görüş'e, toplanan delillere, yazılı savunmalara, sözlü savunma toplantısında yapılan açıklamalara ve incelenen dosya kapsamına göre;

1.

- 3040
- ALJ Otomotiv AŞ.
 - Anadolu Araçlar Ticaret AŞ.
 - Baylas Otomotiv AŞ.
 - Çelik Motor Ticaret AŞ.
 - Doğu Otomotiv Servis ve Tic. AŞ.
 - Ford Otomotiv San. AŞ.
 - Hyundai Assan Otomotiv San. ve Tic. AŞ.
 - MAİs Motorlu Araçlar imal ve Satış AŞ.
 - Mercedes Benz Türk AŞ.
 - 3050 - Mermerler Otomotiv Taşımacılık Turizm Tekstil İnşaat Gıda ve Pazarlama AŞ.
 - Nissan Otomotiv AŞ. .
 - Peugeot Otomotiv Pazarlama AŞ.
 - Temsa Global San. ve Tic. AŞ.
 - TOFAŞ Türk Otomobil Fabrikası AŞ.
 - Toyota Pazarlama ve Satış AŞ.

unvanlı teşebbüslerin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiklerine OYÇOKLUĞU ile,

- 3060
2. Bu nedenle, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 16. maddesinin üçüncü ve beşinci fıkrası ile "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına ilişkin Yönetmelik" hükümleri uyarınca,

2010 mali yılı sonunda oluşan ve Kurul tarafından belirlenen yıllık gayri safi gelirlerinin taddiren binde 3'ü oranında olmak üzere;

- Mercedes Benz Türk AŞ.'ye 10.452.449,44 TL

3070

2010 mali yılı sonunda oluşan ve Kurul tarafından belirlenen yıllık gayri safi gelirlerinin taddiren binde 9'u oranında olmak üzere;

11-24/464-139

- Ford Otomotiv San. AŞ.'ye 68.844.704,73 TL

2010 mali yılı sonunda oluşan ve Kurul tarafından belirlenen yıllık gayri safi gelirlerinin takdiren binde 6'sı oranında olmak üzere;

- Temsa Global San. ve Tic. AŞ.'ye 5.429.255,32 TL

3080

2010 mali yılı sonunda oluşan ve Kurul tarafından belirlenen yıllık gayri safi gelirlerinin takdiren binde 7,5'i oranında olmak üzere;

- TOFAŞ Türk Otomobil Fabrikası AŞ.'ye 47.803.884,07 TL

2010 mali yılı sonunda oluşan ve Kurul tarafından belirlenen yıllık gayri safi gelirlerinin takdiren binde 5'i oranında olmak üzere;

- Mermerler Otomotiv Taşımacılık Turizm Tekstil İnşaat Gıda ve Pazarlama A.Ş.'ye 107.708,11 TL,

3090

2010 mali yılı sonunda oluşan ve Kurul tarafından belirlenen yıllık gayri safi gelirlerinin takdiren yüzde 1'i oranında olmak üzere;

- ALJ Otomotiv AŞ.'ye 220.220,11 TL
- Anadolu Araçlar Ticaret AŞ.'ye 268.099,35 TL
- Baylas Otomotiv A.Ş.'ye 7.061.480,69 TL
- Çelik Motor Ticaret AŞ.'ye 3.285.999,41 TL
- Hyundai Assan Otomotiv San. ve Tic. A.Ş.'ye 15.871.642,95 TL
- MAİS Motorlu Araçlar imal ve Satış AŞ.'ye 26.638.046,81 TL
- Nissan Otomotiv AŞ.'ye 4.481.563,73 TL

3100

2010 mali yılı sonunda oluşan ve Kurul tarafından belirlenen yıllık gayri safi gelirlerinin takdiren yüzde 1,5'i oranında olmak üzere;

- Doğu Otomotiv Servis ve Tic. AŞ.'ye 49.785.993,99 TL
- Peugeot Otomotiv Pazarlama AŞ.'ye 20.328.827,73 TL
- Toyota Pazarlama ve Satış AŞ.'ye 16.841.607,41 TL

3110

idari para cezası verilmesine OYÇOKLUĞU ile,

3. Haklarında soruşturma yürütülen tüm teşebbüslere ve ilgili teşebbüs birliklerine 4054 sayılı Kanun'u ihlal edebilecek nitelikte karar ve uygulamalardan kaçınmaları gerektiğine ilişkin görüş bildirilmesine OYBİRLİĞİ ile

Danıştay yolu açık olmak üzere karar verilmiştir.

(2. maddeye karşı oy)

KARŞI OY GEREKÇESİ
(18.04.2011 tarih ve 11-24/464-139 sayılı Kurul Kararı)

“Yeni binek otomobiller ve hafif ticari araçlar pazarı”nda faaliyet gösteren 23 teşebbüs hakkında açılan soruşturma sonucunda alınan Kurul Kararına aşağıdaki gerekçeler ile katılamıyorum:

1- Rekabet Kurumuna 18.03.2009 tarihinde ve akabinde “otomobil üreticilerinin yeni binek otomobil ve hafif ticari araç satışlarındaki ÖTV indiriminden sonra arzı kısıtladıkları ve Nisan 2009 döneminde yakın zamanlı olarak fiyat artışına gittikleri”ne dair çok sayıda iddia ve şikâyet intikal etmiştir. Konuyla ilgili olarak yapılan inceleme ve değerlendirmeleri içeren ön araştırma raporunun ele alındığı 24.06.2009 tarihli Kurul toplantısında, söz konusu iddialara ilişkin olarak soruşturma açılmasına gerek olmadığına ve şikâyetlerin reddine karar verilmiştir.

2- Şikâyet ve iddialara yönelik olarak yapılan ilk ön araştırmada kayda değer bir rekabet ihlalinin varlığı ve soruşturulması reddedilmişken, daha sonraki bir tarihte, Kurul, söz konusu ön araştırma çerçevesinde yapılan yerinde incelemeler sırasında elde edilen ve Otomotiv Distribütörleri Derneği (ODD) ile Otomotiv Sanayi Derneği (OSD) üyesi teşebbüslerin dernek çatısı altındaki çeşitli toplantılarda bir araya gelerek geleceğe ilişkin fiyat, üretim, satış gibi bilgi ve tahminleri paylaşmak suretiyle 4054 sayılı Kanun’u ihlal edip etmediklerinin tespit edilmesine yönelik olarak yeni bir ön araştırma yapılması kararı vermiştir. Bu yeni ön araştırma raporuna istinaden de önce 19, sonraki tarihlerde eklenen 4 teşebbüs hakkında mezkûr soruşturma açılmıştır. Soruşturma süreci sonunda ihlal iddiası vârid görülmüş, buna istinaden de idari para cezası verilmiştir.

3- Çeşitli şikâyet ve iddialarla başlayan ve rekabet ihlâli tespiti yapılarak idari para cezası ile biten süreç, sebep-sonuç ilişkisi bakımından zafiyet içermektedir; konunun Kurul tarafından ele alındığı her iki aşamada da nihai karara esas teşkil olgu, belge ve bilgiler itibariyle esasen ciddi farklılıklar yoktur. Hal böyle iken, başlangıçta Kurul tarafından soruşturma açılmasına gerek duyulmamış daha sonra ise tali denebilecek belge ve bilgilere istinaden soruşturma açılmış, ihlal tespiti yapılarak idari para cezasına hükmedilmiştir.

4- Rekabetin ihlal edildiği iddiasına konu ilgili pazardaki yapı ve işleyiş özellikleri, rekabetin ihlal edildiğinden daha çok rekabetçi bir pazarda görülebilecek türden özellikler taşımaktadır. Binek ve hafif ticari araç pazarında ilk on iki teşebbüsün pazar payı her ne kadar %80’ in üzerinde ise de, ilgili pazarı da kapsayan motorlu taşıt piyasasında dağıtıcı seviyesinde halen 34 adet teşebbüs, 51 adet de marka bulunmaktadır. Rekabetin ve rekabetçi çabaların fazlasıyla görünür olduğu, yerli ve yabancı üreticiler ile çok sayıda ithalatçının bir arada bulunduğu ilgili pazarda, çok sayıdaki teşebbüs arasında uzun süreli olarak bir anlaşmanın veya uyumlu eylemin mümkün olduğunu kabul ve ispat etmek zordur. Hazırlanan rapor çerçevesindeki bütün belge ve

11-24/464-139

bulgular, aynı zamanda ilgili pazardaki rekabetin ne kadar yoğun olduğunun da göstergeleri olarak değerlendirilebilecektir. Dolayısıyla, mevcut tabloda üzerinde en çok durulan husus olan “bilgi değişimi” unsuru, çok sayıda teşebbüs arasında anlaşma, uyumlu eylem veya koordinasyon gibi bir rekabet ihlali olgusunun varlığından çok, rekabette geri kalmama veya öne çıkma çabası ile ilişkilendirilebilir.

5- Tabiidir ki, özellikle, kur değişimi ve ÖTV indiriminin olduğu dönemlerde fiyat politikasının ne olması gerektiğine dair görüşmeler, eğer sistematik olarak yapılırsa, herkesi bağlayacak veya bütün teşebbüslerin şu veya bu yönde hareket etmelerini temine dönük kararlar alınsa, akabinde de uygulama takip edilip yani bir tür kontrol sistemi ile rekabete aykırı ilişkiler tahkim ediliyor olsa, örgütlü bir ihlal çabasından ve rekabet ihlali olgusundan bahsedebilecektik. “Önemli sayıda sektör oyuncusunun geleceğe yönelik olarak fiyat politikası, hedef, stok ve satış stratejisine ilişkin olarak gerek ODD ve OSD bünyesinde gerek kişisel iletişim yolları ile görüşmeler yaptığı” şeklindeki raportör ve Kurul görüşünü yer yer haklı çıkaracak görüntü ve tespitler mevcut ise de, bu görüşmeler çok sayıdaki teşebbüs arasında rekabet ihlali olarak tanımlanabilecek bir anlaşma, uyum veya koordinasyonun var olduğu sonucunu haklı çıkaracak nitelikte değildir. Dernek bünyesindeki bazı görüşmeler ile teşebbüslerin çalışanları arasındaki sistematik olmayan bazı iletişim bilgileri, eğer rekabet ihlali gibi algılanıp değerlendirilirse, böyle bir anlayış ve tespit, ilgili sektörün, rekabetçi ortamın ya da günlük hayatın gerçeklerinden uzak olacaktır. Raporda üzerinde durulan ve süreklilik arz eden en önemli olgu, bütün teşebbüslerin açık veya kapalı yollardan bilgi toplamaya çalıştıkları, bireysel çabalarla veya grup ortamında diğer teşebbüslerin ne yapmaya çalıştığını öğrenmek şeklindeki davranış veya eğilimlerdir. Eldeki veriler; belge ve bulgular, örgütlü ve sistematik bir rekabet ihlalinin bulunmadığını, bu yönde bir uygulamanın olmadığını fazlasıyla gösterecek niteliktedir.

6- Hem soruşturma raporunda hem de Kurul Kararında ihmal edilen önemli bir husus, rekabet ihlali anlamına gelecek nitelikte olduğu öne sürülen “bilgi değişimi veya paylaşımı”nın, hangi şartlarda ve nasıl bir ekonomik ortamda cereyan ettiği. Bilindiği gibi, özellikle 2008 ve 2009, bütün dünyayı kasıp kavuran “kriz” yıllarıdır. Birleşik Devletlerde başlayan finansal kriz bütün dünya ekonomilerini, bu çerçevede de Türk ekonomisi ve otomotiv sektörünü de derinden etkilemiştir. Aynı dönemde, döviz kurlarında olağanüstü iniş çıkışların yaşandığı, ilgili sektörde satışların azaldığı veya durduğu, stokların arttığı, kapasitelerin düşürüldüğü ve satış artırmak için yoğun çabaların sarf edildiği izahı varededir. Meselenin aslı, mevcut konjunktürde, arz ve talep şartları ile piyasa dinamiği çerçevesinde ortaya çıkan ve teşebbüs hedeflerini gerçekleştirmeye imkân verecek uygun fiyatların belirlenmesi çabasından ibarettir. Gerek kur artışlarının gerek talepteki hızlı yükselmenin fiyatları yukarıya çekmesi tabiidir. 2008 yılındaki kriz şartlarında kur artışlarının teşebbüsler tarafından fiyatlara yeterince yansıtılmadığı veya farklı şekillerde yansıtılmaya çalışıldığı, yine 2009 başlarında stokların eritilmesi için hükümet nezdinde teşebbüse geçildiği ve bu süreç sonucunda ÖTV indiriminin fiyat artışı için bir imkân olarak görüldüğü bilinmektedir. Talep yetersizliği sebebiyle yansıtılmayan kur artışları veya normal şartlarda yapılabilecek iken tehir

11-24/464-139

edilen fiyat artışları ÖTV sonrası artan taleple birlikte uygulamaya konulmuştur. Dolayısıyla, içinde bulunulan ortamın özellikleri, ilgili sektörde toplu ve benzer eğilim ve arayışları gündeme getirmiştir. Rekabet ihlalini meşrulaştıracak bir sebep olarak algılanmaması kaydı ile ifade edilebilir ki, sözü edilen kriz ortamı, diğer bütün sektörleri olduğu gibi, esasen rekabetçi bir yapı ve işleyiş içinde olan otomotiv sektörünü de etkilemiş, bu süreçte, sektör bünyesindeki teşebbüsler pozisyonlarını korumak, mevzi kaybetmemek ya da satışlarını artırmak adına, bilgi değişimi veya paylaşımı olarak algılanabilecek ya da bu yönde değerlendirilebilecek ve fakat ihlal teşkil etmeyecek türden bireysel ve kolektif çabalar içine girmişlerdir.

7- Bütün bunlara ilave olarak, “2006 yılında dört teşebbüsle başlayan 2008 ve 2009’da da diğer teşebbüslerin büyük çoğunluğunun katılımı ile devam ettiği” ileri sürülen görüşme, ilişki ve davranışlar, eğer gerçekten rekabet ihlali olarak tanımlanabilecek nitelikte olsaydı, hem kur değişimi hem de ÖTV indirimi sonrasındaki uygulanan fiyat politikaları nispeten homojen veya benzer olurdu. Hâlbuki her iki dönemde de, teşebbüslerin tercih ve davranışları farklı olmuş, kurlardaki değişiklik bazı teşebbüsler tarafından fiyatlara yansıtılmazken bazıları gecikmeden yeni fiyatlar belirlemiştir. Bazı teşebbüsler ÖTV indirimi sonrası % 10’ların üstünde fiyat arttırırken, bazıları % 1 veya 2’ ler düzeyinde fiyat arttırma yoluna gitmiştir. Diğer yandan, yine aynı dönemde 5 teşebbüs hiç fiyat arttırmamıştır. Dolayısıyla, ortak bir fiyat politikasının yapılandırıldığına ve ilgili sektördeki teşebbüsler tarafından uygulandığına dair bir varsayımı veya iddiayı haklı çıkarmak için mevcut delilleri ya da belge ve bilgileri “zorlamaktan” başka çare yoktur. Hâlbuki bütüncü bir bakış önemlidir. Her durumda, rekabetçi piyasa düzeninin gerekliliğine ve rekabet hukukunun varlık sebebine dair ikna edici bir değerlendirme esas olmalıdır. Kurul, geleceğe ilişkin ve rekabeti kısıtlayan bilgi değişimi ya da bilgi paylaşımı olarak anlaşılacak eğilim ve davranışlar konusunda ilgili sektör oyuncularını uyararak idari para cezası vermek yerine gerekli duyarlılığın gösterilmesini ve gerekli tedbirlerin alınmasını öngörebilirdi.

Neticeten, arz ve talebin dinamikleri, ilgili sektörün özellikleri, içinde bulunulan dönemin şartları, teşebbüslerin davranışları ile elde edilen belge ve bulgular topluca ele alındığında, böyle bir tablodan, rekabetin ihlal edildiği sonucunu çıkarmak, abartılı bir değerlendirme ve yanlış bir hüküm anlamına gelecektir.

Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI
Başkan

KARŞI OY GEREKÇESİ

Kurulumuz mezkur Kararıyla, Kararın 1. maddesinde belirtilen 4054 sayılı Kanun'un 4.maddesine aykırı uygulamaları nedeniyle, aynı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrası ve Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hakim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik uyarınca hakkında soruşturma yapılan Motorlu taşıtlar pazarında faaliyet gösteren teşebbüslere değişik oran ve miktarlarda idari para cezası verilmesine karar vermiş bulunmaktadır. Anılan bu para cezası belirlenirken 4054 sayılı yasa ile birlikte, yukarıda belirtilen Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hakim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik'in ilgili hükümlerinin uygulanarak verilen ceza miktarının gerekçelendirilmesi ve hesaplanması ile ilgili bölümünü içeren sonuç cezaya aşağıda belirteceğim gerekçelerle katılmıyorum.

4054 Sayılı "Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 16.maddesinin 4.fıkrasında; "Bu Kanunun 4, 6 ve 7 nci maddelerinde yasaklanmış davranışlarda bulunanlara, ceza verilecek teşebbüs ile teşebbüs birlikleri veya bu birliklerin üyelerinin nihai karardan bir önceki mali yıl sonunda oluşan veya bunun hesaplanması mümkün olmazsa nihai karar tarihine en yakın mali yıl sonunda oluşan ve Kurul tarafından saptanacak olan yıllık gayri safi gelirlerinin yüzde onuna kadar idarî para cezası verilir." denilmiş, son fıkrasında da; "Bu maddeye göre verilecek idarî para cezalarının tespitinde dikkate alınan hususlar, işbirliği halinde para cezasından bağışıklık veya indirim şartları, işbirliğine ilişkin usul ve esaslar Kurulca çıkarılacak yönetmeliklerle belirlenir." hükmü bulunmaktadır.

Bu hükümleri yorumlarsak; Yasa Koyucu, maddenin 4.fıkrası ile verilecek cezalarda alt sınır koymayıp, sadece üst sınırı belirleyerek cezaların yüzde ona kadar verilebileceğini hükme bağlamış, son fıkrasında ise sadece "cezanın tespitinde dikkate alınan hususlar" kavramını getirerek, Rekabet Kurulu'na sadece cezanın tespitinde dikkate alınacak hususların belirlenmesine ilişkin yönetmelik çıkarma konusunda sınırlı yetki vermiştir. Cezanın tespitinde dikkate alınacak hususlar derken yasa koyucu neyi kastetmektedir? Burada kastedilen hangi fiillere, ne miktarda ceza vereceğini tespit et demek anlamında değil, 16.madde ile verilen ceza sınırları içerisinde (% 10 'a kadar) ceza takdir ederken hangi unsurlara göre veya hangi şartların varlığı halinde cezayı ağırlaştıracaksın veya hafifleteceksin, bir başka deyişle yasada öngörülen sınırlar içerisinde ceza tayin ederken, takdir yetkini kullanma adına hangi unsurları dikkate alarak ceza tesis edeceksin anlamındadır. Yasa koyucu Rekabet Kurulu'na, Yönetmelik yaparken hangi fiillere ne oranda ceza verileceğini tespit etme yolunda bir yetki verseydi o zaman yasaya; "Bu maddeye göre verilecek idarî para cezalarının tespiti ve maddeye göre

11-24/464-139

verilecek idarî para cezalarının tespitinde dikkate alınan hususlar” kavramını birlikte getirirdi.

Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hakim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik'in; “Temel Para Cezası” başlığı altındaki 5.maddesinde;

“(1)Temel para cezası hesaplanırken, Kanunun 4 üncü ve 6 ncı maddelerinde yasaklanmış davranışlarda bulunan teşebbüs ile teşebbüs birlikleri veya bu birliklerin üyelerinin, nihai karardan bir önceki mali yıl sonunda oluşan veya bunun hesaplanması mümkün olmazsa nihai karar tarihine en yakın mali yıl sonunda oluşan ve Kurul tarafından saptanacak olan yıllık gayri safi gelirlerinin;

a) Karteller için, yüzde ikisi ile yüzde dördü,
b) Diğer ihlaller için, binde beşi ile yüzde üçü,
arasında bir oran esas alınır.

(2) Birinci fıkrada yazılı oranların belirlenmesinde, ilgili teşebbüs veya teşebbüs birliklerinin piyasadaki gücü, ihlal neticesinde gerçekleşen veya gerçekleşmesi muhtemel zararın ağırlığı gibi hususlar dikkate alınır.

(3) Birinci fıkraya göre belirlenen para cezası miktarı;

a) Bir yıldan uzun, beş yıldan kısa süren ihlallerde yarısı oranında,

b) Beş yıldan uzun süren ihlallerde bir katı oranında,

arttırılır.” denilmiş, yine 6.maddesinde Ağırlaştırıcı Unsurlar ve 7.maddesinde de Hafifletici Unsurlar ayrı ayrı sayılmıştır.

Yukarıda açıkça görüleceği üzere Yasa Koyucu 16.maddeye göre verilecek cezalarda; alt sınır koymayıp, sadece üst sınırı belirleyerek cezaların yüzde ona kadar verileceğini hükme bağlamasına ve Rekabet Kurulu'na yukarıda geniş olarak açıkladığımız gibi, yetki aşımı nedeniyle Yönetmelikle düzenlenmesi mümkün olmayan bir konuda, Yönetmelikle düzenleme yapılarak belli suçlar için, belirli cezalar getirilmiş, yine Yönetmelikte, Kanunda olmayan bir kural konularak alt sınır ve yasada öngörülmemen bir üst sınır belirlenmiş ve karteller için yüzde iki ile dört arası, diğer ihlaller içinse binde beş ile yüzde üçü oranında şeklinde ceza verilmesi öngörülmüştür.

Yönetmelikler, Kamu Kuruluşlarının kendi görev alanlarına giren konularda yasa ve tüzük uygulanmasına yönelik yönetsel anlamdaki hukuk kurallarıdır. Anayasanın 124.maddesine göre Başbakanlık, Bakanlıklar ve Kamu Kuruluşları görev alanları ile ilgili yasa ve tüzüklerin uygulanmasını belirleyen yönetmelik çıkarabilir. Anayasa'mızın 11.maddesinin 2.fıkrasına göre Kanunlar Anayasa'ya aykırı olamayacağı gibi, bu kuraldan hareketle hukukun genel ilkelerine göre; Yönetmelikler de yasa ve tüzüklere aykırı olamayacağı gibi üst hukuk kurallarına da aykırı olamaz. Yönetmelikler yasanın açıkça yetki vermediği bir konuda yeni bir düzenleme yapamayacağı gibi, Yasa ile öngörülen kuralı sınırlayamaz. Yeni bir hüküm koyamaz.

Olayımızda 4054 sayılı yasanın 16.maddesi ile konulan kural, anılan yönetmelikle bir anlamda değiştirilmekte ve Kurulun hareket alanı daraltılmaktadır. Yasa ile getirilmeyen ve Yönetmelik Koyucuya ceza miktarlarını ve ceza sınırlarını saptama konusunda verilmiş bir yetki olmamasına rağmen, belirli suçlara verilecek cezaların saptanması, para

11-24/464-139

cezasına alt sınır konulması ve yeni, bir üst sınır konulması 4054 sayılı yasanın 16.maddesine aykırıdır. Öte yandan 5/1-a bendinde; karteller için yüzde ikisi ile yüzde dördü, (b) bendinde; karteller dışında kalan diğer ihlaller için, binde beşi ile yüzde üçü, oranında bir ceza öngörülmesi, Yasanın 16/son maddesinde Kurulca çıkarılması için verilen yönetmelik yetkisini aşmaktadır. Zira yönetmelik ile temel ceza tespiti mümkün değildir. Bu nedenle yasaya aykırı bulunan Yönetmelik hükümlerine göre ceza belirlenmesinin olanaklı olmadığı, hukuken sakat olduğu açıktır. Öte yandan bu karşı oy sahibinin yetkisinde bulunan ceza miktarını tespit etme yolundaki takdir yetkisi, daha önce görev yapan ve aynı seviyede olan üyelerin çıkardığı bir düzenleme ile ipotek altına alınmakta, adeta onların düşünce ve kararlarını devam ettirme zorunluluğu gibi hukukla bağdaşmayacak bir durum ortaya çıkarmaktadır.

Bu görüşe karşı bir sav getirilebilir. “Yönetmelik Danıştay’ca iptal edilmediğine göre hukuken geçerlidir ve zaten verilen cezada yönetmeliğin 6. ve 7. maddeleri uygulanarak sonuç olarak cezanın, yasanın öngördüğü alt ve üst sınırlara ulaşmaktadır.” Hukukun genel ilkeleri, hafifletici ve ağırlaştırıcı unsurların bulunmadığı olayda Rekabet Kurulu’nun anılan yönetmeliğe göre alt ve üst sınır belirleme yönünden bağlı olması karşısında bu savın bir geçerliliği olamaz.

Öte yandan, yukarıda belirtilenlerin dışında anılan Yönetmeliğin hukukun genel ilkelerine ve Kanuna aykırılıkları bulunmaktadır. Türk hukukunda, 5237 sayılı yeni Türk Ceza Kanunu’nun yürürlüğe girmesi ile birlikte para cezası kalmamıştır. Bu yani rekabet otoritesinin verdiği “ İdari Para Cezası”dır. Bu nedenle yönetmelikte geçen para cezası kavramı ceza kanununa aykırıdır.

Yine 4054 sayılı Yasada kartel suçu şeklinde bir tanım yapılmamasına rağmen Yönetmelikle kartel kabahati getirilmiş ve bu kabahat türü için ayrı bir ceza miktarı öngörülmüştür. Bu kabahat tipi yaratma ve bu kabahat tipine ceza belirlenmesi yukarıda belirttiğim gerekçelerle hukuka aykırıdır.

Karara karşı olduğum bir hususta şudur ; Kurulumuz Kararının 2 nolu hüküm fıkrasında; 4054 sayılı Kanun’un 16. maddesi ve “Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hakim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik” hükümleri uyarınca, 2010 mali yılı sonunda oluşan gayri safi gelirlerinin Binde 3 , 9 , 6 , 7.5 , 5 ve yüzde 1 ve 1.5 oranlarında olmak üzere 2010 mali yılı sonunda oluşan gayri safi gelirlerine göre değişen çeşitli miktarlarda para cezası verilmesine” karar vermiştir. Bu şekilde kaleme alınan hüküm fıkrası açık değildir. Ceza kararlarında hüküm fıkralarının açık olması bir başka deyişle ceza hükmünün hakkında soruşturma yapılan ve ceza verilen tarafça açıkça anlaşılması gerekir. Ceza hükümlerinde ceza olarak hangi oranın alındığı, arttırım ve indirimlerin neler olduğu, Yönetmeliğin hangi maddelerinin uygulanarak sonuç cezanın verildiğinin açıkça ve madde madde anlaşılabilir bir şekilde yazılması gerekir. Olayımızda Kurulumuz Kararında hüküm fıkrasını bu şekilde yazmamış sadece yukarıda belirttiğim gibi 4054 sayılı Kanun’un 16. maddesi ve “Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hakim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik” hükümleri

11-24/464-139

uyarınca, 2010 mali yılı sonunda oluşan gayri safi gelirlerinin belirli oranlarda olmak üzere; 2010 mali yılı sonunda oluşan gayri safi gelirlerine göre değişen çeşitli miktarlarda para cezası verilmesine şeklinde belirtmiştir. Teşebbüslere verilen cezalarda neden farklı oranların uygulandığı hüküm fıkrasından anlaşılmamaktadır. Bu nedenle de karara katılmıyorum.

Yukarıda açıklanan nedenlerle, Kurulun Yasaya aykırı yönetmeliğin 5.maddesini uygulamaksızın, 16.maddeye göre ve yönetmeliğin 6 ve 7.maddesinde öngörülen olaydaki ağırlaştırıcı ve hafifletici unsurları da göz önüne alıp, takdir yetkisini kullanarak, birçok markanın ve segmentin bulunduğu, ürünlerin homojen olmadığı ve genel olarak rekabetin çok yaşandığı motorlu taşıtlar pazarında meydana geldiği de göz ardı edilmeksizin % 10 (yüzde on) sınırı içinde kalmak koşuluyla sonuç ceza miktarını 2010 mali yılında oluşan gayri safi gelirlerinin takdiren verdiği idari para cezalarının daha düşük olarak, Kurulumuzca tespit edilen oranların yarısı esas alınmak suretiyle bir başka deyişle karardaki hüküm fıkrasındaki sırasıyla binde 1.5 , 4.5 , 3 , 3.75 , 2.5 ve yüzde 0.5 ve 0.75 oranlarında olmak belirlenmesi gerekirken aksi yönde, Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hakim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik'in 5.maddesinin ilgili fıkrasını temel ceza olarak ve aynı yönetmeliğin 7.maddesinde öngörülen hafifletici unsurlarda göz önüne alarak; sonuçta 2010 mali yılında oluşan gayri safi gelirlerinin karardaki hüküm fıkrasındaki sırasıyla binde 3 , 9 , 6 , 7.5 , 5 ve yüzde 1 ve 1.5 oranlarında olmak üzere idari para cezaları tesis edilmesi yolunda verdiği kararın 2.maddesine katılmıyorum.

Reşit GÜRPINAR
Kurul Üyesi