

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2015-4-38 (Önaraştırma)
Karar Sayısı : 15-44/731-266
Karar Tarihi : 16.12.2015

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Prof. Dr. Ömer TORLAK
Üyeler : Arslan NARİN, Fevzi ÖZKAN, Dr. Metin ARSLAN
Doç. Dr. Tahir SARAÇ, Kenan TÜRK

B. RAPORTÖRLER: Dr. Hakan BİLİR, Kasım ŞENGÜL, Nesibe AYAN

C. BAŞVURUDA

BULUNAN : - Gizlilik talebi bulunmaktadır.

D. HAKKINDA İNCELEME

YAPILANLAR : - Goodyear Lastikleri Türk A.Ş.
Büyükdere Cad. Maslak Meydanı No:37 Kat:2-3-4 Sarıyer,
İstanbul
- BRISA Bridgestone Sabancı Lastik Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Sabancı Center Kule 2 Kat:3 4. Levent, İstanbul
- Türk Pirelli Lastikleri A.Ş.
Dikilitaş Mah. Hakkı Yeten Cad. BJK Süleyman Seba
Kompleksi Selenium Plaza No:10-C Kat:14-15 Beşiktaş,
İstanbul
- Lastik Sanayicileri ve İthalatçıları Derneği
İnönü Cad. Sümer Sokak Zitaş İş Merkezi C2 Blok Daire:8
Kadıköy, İstanbul

- (1) **E. DOSYA KONUSU:** Araç lastiği sektöründe yer alan üç ana teşebbüs tarafından çeşitli yollarla araç lastik satış adetlerinin paylaşıldığı ve fiyat artışlarının birlikte görüşülerek rekabetin ihlal edildiği iddiası.
- (2) **F. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 03.08.2015 tarihinde giren başvuru üzerine hazırlanan 03.09.2015 tarih ve 2015-4-38/İİ sayılı İlk İnceleme Raporu, 06.10.2015 tarihli Kurul toplantısında görüşülmüş ve 15-37/592-M sayı ile önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. İlgili karar uyarınca düzenlenen 07.12.2015 tarih ve 2015-4-38/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (3) **G. İDDİALARIN ÖZETİ:** Başvuruda özetle;
- Araç lastiği sektöründe yer alan üç ana teşebbüs olan Goodyear Lastikleri T.A.Ş (GOODYEAR), Brisa Bridgestone Sabancı Lastik Sanayi ve Ticaret A.Ş. (BRISA) ve Türk Pirelli Lastikleri A.Ş. (PIRELLI) tarafından her ayın bitiminde BDO Denet Bağımsız Denetim Yeminli Mali Müşavirlik A.Ş. (BDO Denet) firması aracılığı ile lastik satış rakamlarının ve fiyat artışlarının görüşülerek paylaşıldığı ve paylaşılan satış adetlerinin GOODYEAR'ın ana bilgisayarlarında yer aldığı,
 - Daha önceki yıllarda şirketler arası fiyat listesi paylaşımlarının e-posta aracılığı ile yapıldığı, bazı yetkili satıcıların kamu ihalelerinde GOODYEAR tarafından desteklenerek ihalelerde danışıklı hareket edildiği,

- Bayilerle yapılan yetkili satıcılık sözleşmelerinde rekabete aykırı hükümlerin yer aldığı ve araç lastiği sektöründe faaliyet gösteren teşebbüslerce kurulan Lastik Sanayicileri ve İthalatçıları Derneği (LASİD) tarafından rekabete aykırı faaliyetler gerçekleştirildiği

iddia edilmektedir.

- (4) **H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda; 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 41. maddesi uyarınca GOODYEAR, BRISA, PIRELLI ve LASİD hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığı belirtilmiştir.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. Hakkında İnceleme Yapılanlar

I.1.1. Goodyear Lastikleri Türk A.Ş.

- (5) Goodyear Tire and Rubber Company'nin Türkiye'deki iştiraki olarak kurulmuş olan GOODYEAR, üretim, satış ve satış sonrası hizmetleri ile lastik sektöründe faaliyet göstermektedir. GOODYEAR, ürünlerini Goodyear, Fulda, Sava ve Debica markaları altında üretmektedir.

I.1.2. BRISA Bridgestone Sabancı Lastik Sanayi ve Ticaret A.Ş.

- (6) Sabancı Holding ve ortakları tarafından %100 Türk sermayeli olarak, Amerikan BF Goodrich firması ile yapılan lisans anlaşmasıyla kurulan BRISA, lastik sektöründe faaliyet göstermektedir.

I.1.3. Türk Pirelli Lastikleri A.Ş.

- (7) %99 hissesi Pirelli S.p.A'ya ait olan PIRELLI, otomobil, hafif ticari araç, kamyon ve motorsporları ana gruplarında lastik üretimi gerçekleştirmektedir.

I.1.4. Lastik Sanayicileri ve İthalatçıları Derneği (LASİD)

- (8) BRISA, GOODYEAR, PIRELLI, Michelin Lastikleri Ticaret A.Ş. (MICHELIN) ve Otomotiv Lastikleri Tevzi A.Ş. (CONTINENTAL) firmaları tarafından 2014 yılında kurulmuş olan LASİD'in üye sayısı, Hankook Lastikleri A.Ş.'nin (HANKOOK) de katılımıyla 6'ya çıkmıştır. Sektörün bir diğer oluşumu olan Lastik Sanayicileri Derneği (LASDER), daha çok lastik geri dönüşümü alanında, LASİD ise sektörün teknik konularıyla ilgili alanda faaliyet yürütmektedir.

I.2. Sektöre İlişkin Bilgiler

- (9) Ülkemizde üretim yapan yerli ve yabancı ortaklı lastik üretim şirketlerinin yanı sıra, uluslararası şirketler olan CONTINENTAL, MICHELIN ve HANKOOK ile pek çok firma distribütörlük ilişkisi ile yurt dışından Türkiye'ye lastik satışı gerçekleştirmektedirler.
- (10) Araç lastikleri sektöründe satışın yapıldığı kanallar, araçların ilk üretimi sırasında kullanılan lastiklerin oluşturduğu ve çoğunlukla araç üreticisi ve lastik üreticisi arasında doğrudan teknik ve ticari faaliyetler neticesinde gerçekleştirilen satışların oluşturduğu "orijinal ekipman pazarı (OEM)" ve araçların üretimi sırasında kullanılan lastiklerin değiştirilmesiyle gerçekleştirilen satışların oluşturduğu "yenileme pazarı" olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.
- (11) Araçların teknik özellikleri ve kullanım amaçlarına göre lastiğin ebat, taşıma kapasitesi gibi özelliklerinde görünen değişimler dolayısıyla pazarda ürün çeşitliliği yüksek olup, çeşitli performans özelliklerine göre ürünler farklılaşabilmektedir. Önemli ticari büyüklükte olan lastik türleri; otomobil ve hafif ticari araç lastikleri, ağır vasıta lastikleri, tarım lastikleri ile motosiklet ve bisiklet lastikleri olarak gruplandırılmaktadır.

- (12) Başvuruya konu iddialardan ilki “bilgi değişimine” ilişkin olduğundan, kararın bu bölümünde önaraştırma kapsamında elde edilen bilgiler çerçevesinde pazarda sektörel araştırma görevini yerine getiren oluşumlardan bahsedilecektir.
- (13) **Europool:** Europool sistemi Avrupa Lastik ve Kauçuk Üreticileri Derneği (ETRMA) tarafından yönetilmekte ve yürütülmektedir. Koordinasyon amaçlı Brüksel'deki ETRMA genel merkezinde gerçekleşen Europool toplantıları, stratejik kararlar almak için yılda bir kez toplanan Denetleme Kurulu toplantısı ile raporlama yapısındaki teknik değişikliklere karar vermek için yılda iki kez toplanan İstatistik Komitesi toplantısı olmak üzere iki türüdür. 35'ten fazla üye ülkesi olan Europool'a üyelik, ilgili orijinal ekipman lastik pazarında ilgili coğrafyada bir üretim tesisine sahip olmayı ve ilgili pazarda %5'in üzerinde bir pazar payının varlığını gerektirmekte, yenileme pazarı içinse ilgili coğrafyada üretim tesisine sahip olma şartı üyelik adına yeterli olmaktadır.
- (14) Europool sistemi ilgili teşebbüslere özel bir raporlama yapmamakla birlikte, üye teşebbüslerden topladığı verileri sistem veri tabanına işleyerek, teşebbüslerin kendi coğrafi bölgesindeki pazar verilerine erişimine imkân tanımaktadır. Bununla birlikte, Europool veri tabanından elde edilen bilgiler, ilgili teşebbüsün ilgili coğrafi pazardaki satış adetlerini yine ilgili pazardaki toplam satış adetleriyle karşılaştırma imkânı vermekte ancak tek tek markalar ve üreticiler bazında bir ayırım olmadığından, rakip teşebbüslerin pazar bilgilerinin görüntülenmesi söz konusu olmamaktadır. Önaraştırma kapsamında elde edilen bilgilere göre, toplulaştırılmış veriler segment seviyesinde (örneğin araba, yazlık, ROF), aylık bazda Europool'da yayımlanmaktadır. Boyut ve tip seviyesindeki veriler ise (örneğin 205/55/16 82H) dönemsel olarak yayımlanmaktadır. Rapor paylaşımı aylık olarak yapılmakta ve üye olan tüm firmalar, aynı içerikteki önceki aya ait Europool raporunu her ayın yaklaşık ikinci haftası almaktadırlar. Europool, yenileme ve orijinal ekipman pazarındaki satış bilgilerini lastik üreticilerinden almaktadır. Yenileme pazarı için otomobil ve hafif ticari, ağır vasıta, iş makinası, tarım ve motosiklet lastikleri ürün grupları ve alt segmentlerinde toplam satış adetlerini bir araya getirmektedir.
- (15) **GfK-Araba Lastiği Perakende Paneli:** Ana faaliyet alanı pazar araştırmaları olan GfK'nın bir hizmet hattı olan Araba Lastiği Perakende Paneli, Türkiye de dâhil olmak üzere dünyanın farklı coğrafyalarında *sell-out*¹ bilgi toplama ve raporlama hizmeti yürüten bir panel araştırmasıdır. İlgili panel kapsamında bir üyelik sistemi bulunmamakla birlikte, sektörde faaliyet gösteren her firma raporlama hizmetlerinden belli bir ücret karşılığında faydalanabilmektedir. Raporda, ürün, marka ve satış kanalları bazında geçmiş tarihli pazar satış adedi/adet yüzdesi, cirosu/ciro yüzdesi ve ortalama KDV dâhil perakende fiyat trendleri gibi bilgiler yer almaktadır. Halihazırda raporlama hizmetleri sunulan firmalar, BRISA, GOODYEAR, PIRELLI ve MICHELIN'dir. GfK tarafından derlenen bilgiler, Türkiye'deki lastik bayilerinden temin edilmekte olup, üreticilerden ve toptancılardan herhangi bir veri alınmamaktadır. Temsili örneklere dâhil olan perakende satış noktaları; lastik satışı yapan firmalar, zincir oto tamircileri ve yetkili araba satış/servis noktalarıdır. Raporlar aylık olarak hazırlanmakta ve en kısa periyot aylık olmak üzere senede 4 ya da 6 defa olmak üzere müşterilerle paylaşılmaktadır.

¹ Bayilerin son tüketiciye yaptığı satış bilgisini ifade etmektedir.

- (16) GfK, Türkiye'deki araç lastik pazarının genel durumunu değerlendirmek ve tüketicilerin satın alma eğilimleriyle ilgili saptamalar yapabilmek amacıyla bir pazar araştırması gerçekleştirmektedir. Pazar araştırması kapsamında bayiler tarafından GfK ile paylaşılan yukarıda bahsi geçen bilgiler GfK dışında herhangi bir kurum veya kuruluş ile paylaşılmamaktadır.
- (17) **Tyreinstock:** Lastik Stok A.Ş. (LASTİK STOK) firmasının sahip olduğu www.tyreinstock.com.tr adresli internet sitesi vasıtasıyla siteye üye olan kullanıcılara araç lastik ürünlerinin satışının gerçekleştirildiği internet sitesidir. Site üzerinden, lastik üreticilerinin bayilerinden tedarik edilen ürünlerin üye olan kişi veya kuruluşlara satışı gerçekleştirilmektedir. Sektörde faaliyet gösteren herhangi bir üretici şirketin siteye üyeliği bulunmamaktadır. Toplanan bilgiler internet sitesi vasıtasıyla değişen koşullar çerçevesinde ay içerisinde güncellenerek üyelerle paylaşılmaktadır.

I.3. İncelenen Taraflardan Elde Edilen Bilgiler

I.3.1. GOODYEAR'dan Elde Edilen Bilgiler

- (18) Önaraştırma kapsamında GOODYEAR tarafından gönderilen cevabi yazıda özetle; GOODYEAR'ın yenileme pazarına ilişkin fiyatlandırma politikasının EMEA Bölgesi'ndeki (*Europa, Middle East, Africa*) pazarlama ekibi ve o fonksiyonda görev yapan ilgili fiyatlandırma bölümü yetkilileri ile beraber belirlendiği, buna ilaveten fiyatların GOODYEAR tarafından piyasa koşulları, tüketici alım gücü, ticari stratejiler ve maliyet faktörleri göz önüne alınarak, gerek Türkiye organizasyonu gerekse bağlı bulunduğu global organizasyonun iç hedef ve politikalarına uygunluğu değerlendirilerek tespit edildiği, karar sonrasında ise Türkiye organizasyonunda iç prosedürlere uygun olarak gerekli yazılı süreçlerin tamamlanmasıyla beraber fiyatların sözleşme ile çalışan bayilere ilan edildiği ifade edilmektedir. Daha sonra siparişler, ilgili departman tarafından EMEA Bölge'sindeki merkezi Tedarik Zinciri ve Üretim Birimi'ne aktarılarak Avrupa'da farklı ülkelerde bulunan fabrikalarda üretimin gerçekleştirildiği belirtilmiştir.

I.3.2. BRISA'dan Elde Edilen Bilgiler

- (19) Önaraştırma kapsamında BRISA tarafından gönderilen cevabi yazılarda özetle; lastik yenileme ve satışında fiyatlandırmanın, satılan malın maliyeti, hammadde fiyat endeksi, tüketici fiyat endeksi, rakiplere göre rekabetçi ürün konumlandırmaları, ürün yaşam döngüsü takibi, pazar koşulları ve döviz kurları dikkate alınarak yapıldığı ifade edilmektedir.
- (20) Piyasadaki ürünlerin homojen bir yapıda olmadığı, sadece BRISA'nın bin adedin üzerinde ürün çeşitliliğine sahip olduğu belirtilmektedir. Bununla birlikte herhangi bir ürün için fiyat artışına gidilmeden önce bayilerden fiyat artışı öncesi taleplerini iletmek istemelerinden ötürü siparişlerin alındığı, tüm bu etkenler neticesinde piyasada oluşan gerçek fiyat seviyesinin marka konumlandırması ile uyumunu görmek ve gerektiği takdirde kampanya kararı almak amacıyla "Ipsos" adlı bir araştırma şirketinden faydalandığı belirtilmektedir.

I.3.3. PIRELLI'den Elde Edilen Bilgiler

- (21) Önaraştırma kapsamında PIRELLI tarafından gönderilen cevabi yazıda özetle; firmaların Türkiye'de satacakları ürünler için aynı tarihte tek bir tavsiye edilen KDV dâhil perakende satış fiyat listesi yayınladıkları, söz konusu listeye internet sitesinden ulaşılabilirdiği, liste fiyatlarının maliyet değişikliklerinin gerektirdiği durumlarda yılda bir veya birden çok kere güncellenebildiği belirtilmektedir. Firmaların, yetkili satıcılarına liste fiyatları üzerinden, alım hacmi, ödeme durumu ve satış kampanyasının olup

olmaması gibi durumları dikkate alarak indirimler yaptığı, yetkili satıcıların da bu ürünleri son kullanıcılara ve diğer lastik ticareti yapan firmalara diledikleri fiyat üzerinden satabildikleri ifade edilmektedir.

I.4. Değerlendirme

I.4.1. Yetkili Satıcılık Sözleşmelerinin Değerlendirilmesi

- (22) 2005/4 sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin (2005/4 sayılı Tebliğ) 2. maddesi uyarınca yeni motorlu taşıtların, bunların yedek parçalarının ya da tamir ve bakım hizmetlerinin alımı, satımı veya yeniden satımı konulu dikey anlaşmalar, dikey sınırlamalar içermeleri halinde bu Tebliğ'de düzenlenen koşullara uymak kaydıyla, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesindeki yasaklamadan aynı Kanun'un 5. maddesinin üçüncü fıkrasına dayanılarak grup olarak muaf tutulmuştur. Bu kapsamda, önaraştırma sürecinde taraflarca gönderilen bayilik sözleşmeleri 2005/4 sayılı Tebliğ çerçevesinde incelenmiştir.
- (23) PIRELLI, GOODYEAR ve BRISA ile bayileri arasında akdedilen örnek sözleşmelerin incelenmesi sonucunda, bu sözleşmelerde 2005/4 sayılı Tebliğ'de yer alan ve anlaşmaları grup muafiyeti kapsamı dışına çıkaran hükümlerin bulunmadığı saptanmıştır.

I.4.2. İhalelerin Değerlendirilmesi

- (24) Başvuru sahibi tarafından, araç lastik sektöründe satıcılar tarafından ihalelere giren bayilere ayrı ayrı şartlar sunularak sadece bir yetkili satıcının ihaleyi kazanmasının sağlandığı, bazı yetkili satıcılara ihaleler sebebiyle Yetkili Satıcı Belgesi verilmediği iddia edilmektedir.
- (25) BRISA Bayilik Sözleşmesi'nin "Bayinin Yükümlülükleri" başlıklı bölümünde "(.....TİCARİ SIR.....)" ifadesi yer almaktadır.
- (26) Önaraştırma kapsamında GOODYEAR'da yapılan yerinde inceleme ve görüşmede elde edilen bilgi ve belgelerden, başvuru sahibi tarafından iddia edildiğinin aksine, her bir yetkili bayiye farklı şartların sunulmasının mümkün olmadığı, şartnamenin genel hükümler içerdiği, fiyat gibi çeşitli faktörlerin ihalelerde çok daha fazla önem kazandığı anlaşılmaktadır.
- (27) Yerinde incelemeler sırasında yapılan görüşmelerden de anlaşıldığı üzere, lastik üreticileri kamu ve özel kurumlar tarafından açılan ihalelere bayileri aracılığıyla katılmaktadır. Bu ihalelerde ürün fiyatı üreticiler tarafından belirlenmekte olup, bayiye ise belirli bir kar marjı bırakılmaktadır. Aşağıda konuyla ilgili yerinde incelemelerde elde edilen bilgi ve belgelere yer verilmektedir.
- (28) PIRELLI'nin (.....) bayisiyle arasında geçen e-posta görüşmesinde şu ifadelere yer verilmektedir (Belge-10/10):
"(.....TİCARİ SIR.....)"
- (29) İzmir Emniyet Müdürlüğü tarafından açılan bir ihale için yapılan e-posta görüşmesinde şu ifadelere yer verilmektedir (Belge-10/16):
"...“(.....TİCARİ SIR.....).”

Bu belgede, PIRELLI başka bir bayisini BRISA'ya rakip olduğu bir ihaleye teklif vermesi için yönlendirmektedir.

- (30) Sektörde lastik üreticileri ile bayileri arasındaki ihalelere yönelik ilişki, bayinin üreticiye aracılık veya taşeronluk etmesi şekilde gerçekleştirilmektedir. Bir başka deyişle, markalar arası rekabet bayiler aracılığıyla yürütülmektedir. Bu çerçevede ihalelerde bayiler ve üreticilerin danışıklı hareket ederek rekabeti engellediğine yönelik bilgi veya belgelere ulaşılamamıştır.

1.4.3. Lastik Satış Rakamlarının ve Fiyat Artışlarının Çeşitli Kanallardan Paylaşıldığı İddiasının Değerlendirilmesi

- (31) Başvuru dilekçesinde üretici firmaların çeşitli kanallar aracılığıyla bilgi paylaştıkları ve rekabeti bu yolla engelledikleri ifade edilmektedir. Söz konusu bilgi değişimine aracılık eden kanallar olarak ise “ortak bayiler, sektörel araştırma şirketleri ve sektörel dernekler” gösterilmektedir. Firmalar söz konusu kanallar aracılığıyla rakiplerine ve sektöre ait bir takım bilgileri öğrenme olanağına sahiptir.
- (32) Başvuruya konu rakipler arası iletişim, rekabet hukukunda bilgi değişimi başlığı altında ele alınmaktadır. 30.04.2013 tarih ve 13-24/326-RM sayılı Yatay İşbirliği Anlaşmaları Hakkında Kılavuz’un (Kılavuz) 56 ve 58. paragraflarında;

“56. Piyasada rekabeti kısıtlama amacıyla yapılan her türlü bilgi değişiminin, etkisine bakılmaksızın rekabeti kısıtladığı kabul edilir. Bilgi değişiminin rekabeti kısıtlama amacı olup olmadığının değerlendirilmesinde bilgi değişiminin meydana geldiği hukuki ve iktisadi çerçeveye dikkate alınacaktır. Bu kapsamda, bilgi değişiminin, doğası gereği rekabetin kısıtlanmasına yol açıp açmayacağı değerlendirilecektir.

58. Bilgi değişiminin rekabet üzerindeki olası etkileri, her somut olayın kendine has özellikleri bağlamında incelenmelidir. Bu değerlendirme, bilgi değişiminin mevcut ve olası etkileri ile bilgi değişiminin bulunmadığı durumdaki rekabet koşullarının karşılaştırılması yoluyla yapılır. Bilgi değişiminin, 4. madde kapsamında rekabeti kısıtlama etkisinin bulunması için, fiyat, üretim miktarı, ürün kalitesi, ürün çeşitliliği ya da inovasyon gibi rekabet parametrelerinden en az biri üzerinde olumsuz etki doğurabilecek nitelikte olması gerekir. Bilgi değişiminin rekabeti kısıtlayıcı etkisinin değerlendirilmesinde, ilgili pazarın özellikleri ile bilgi değişiminin nitelikleri dikkate alınır.”

şeklinde açıklama yer almaktadır.

- (33) Buna göre, piyasadaki rekabeti kısıtlama amacı olan bilgi değişimlerinin, etkisine bakılmaksızın, rekabeti kısıtladığı kabul edilmektedir. Rekabeti kısıtlama amacı taşımayan bilgi değişimlerinin rekabet üzerindeki olası etkileri ise her somut olayın kendine has özellikleri çerçevesinde incelenmektedir. Kılavuz’un 67. paragrafında; “fiyata, miktara, müşterilere, maliyetlere, cirolara, satışlara, alımlara, kapasiteye, ürün niteliklerine, pazarlama planlarına, risklere, yatırıma, teknolojilere, ar-ge programlarına” ilişkin bilgilerin rekabete duyarlı bilgiler olduğu ifade edilmektedir.
- (34) Bu çerçevede aşağıda, üçüncü taraflardan elde edilen bilgilerin, 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesi çerçevesinde amaç ve/veya etki bakımından rekabetin engellenmesine yol açıp açmadığı değerlendirilecektir.

1.4.4. Amaç Bakımından Yapılan Değerlendirme

- (35) Amaç başlığı altında yapılacak olan değerlendirmeler; PIRELLI, BRISA ve GOODYEAR’ın farklı bilgi değişim kanalları ve yöntemleri bazında ayrıştırılarak yapılacaktır.

I.4.4.1. Bayiler Aracılığıyla Gerçekleştirilen Bilgi Değişimi

- (36) Sağlayıcılar ile perakendeciler arasında gerçekleştirilen bilgi değişimleri ABC bilgi değişimi veya topla-dağıt karteller (*Hub and Spoke*) kavramı kapsamında ele alınmaktadır². ABC bilgi değişimi; birbirinden bağımsız rakip teşebbüslerin, dikey ilişki içerisinde bulunan ortak bir sağlayıcı veya perakendeci kanalıyla bilgi değişimi gerçekleştirmesi olarak tanımlanmaktadır.
- (37) Doktrinde ABC bilgi değişimlerinin iki şekilde kurulabileceği öngörülmektedir. Bunlardan birincisi ortak bayilerin santral (*hub*) vazifesi görerek sağlayıcılar arasındaki bilgi değişimine aracılık etmesi; ikincisi ise ortak sağlayıcının perakendeciler arasındaki bilgi değişimine aracılık etmesidir³. Dosya kapsamında ortak bayiler aracılığı ile gerçekleştirilen dolaylı bilgi değişimi ele alınacaktır.
- (38) Birleşik Krallık Rekabet Temyiz Mahkemesi (*Competition Appeal Tribunal*) (RTM) tarafından ele alınan *Tesco* kararında, perakendeciler ile sağlayıcılar arasında gerçekleşen bilgi değişiminin rekabeti amaç bakımında kısıtlamasının koşullarına yer verilmiştir. Buna göre söz konusu koşullar;
1. Sağlayıcı A'nın ortak perakendeci X'e rakip sağlayıcı B'nin pazar davranışlarını etkilemek niyetiyle geleceğe dönük fiyatlama bilgilerini aktarması,
 2. Perakendeci X'in bu fiyatlama bilgilerini B'ye aktarması,
 3. B'nin de rakip firma A'ya ait olduğuna inandığı (kesin kanaat getirdiği) bu bilgileri kullanarak kendi fiyatlama politikasını belirlemesidir.
- (39) RTM bu koşulların tamamının gerçekleşmesi durumunda, bir rekabet ihlalinin doğduğunu ifade etmektedir. Konuyla ilgili en güncel ve kapsamlı karar olması nedeniyle şikâyete konu sağlayıcılar ile bayiler arasındaki bilgi değişimi değerlendirmesi yukarıda yer alan üç koşul üzerinden yapılacaktır. Söz konusu koşulların sağlanıp sağlanmadığının tespitinde, önaraştırma kapsamında 05-06.11.2015 tarihlerinde şikâyete konu teşebbüslerde yapılan yerinde incelemelerde elde edilen bilgi ve belgeler kullanılacaktır.
- (40) 04-05.11.2015 tarihlerinde (.....) unvanlı bayisiyle PIRELLI arasında geçen bir e-posta görüşmesinde (Belge-10/22):
- “(.....TİCARİ SIR.....).”
- ifadelerine yer verilmektedir.
- (41) BRISA ile bayisi (.....) arasında geçen 21.10.2015 tarihli bir e-posta görüşmesinde “(.....)” başlığıyla şu ifadeler yer almaktadır (Belge-11/9):
- “(.....TİCARİ SIR.....).”
- Bu e-postada BRISA'nın ortak bir bayi aracılığı ile rakip sağlayıcı olan GOODYEAR'ın fiyat artışına gideceği bilgisine ulaştığı görülmektedir.

² ODUDU, O. (2011), Indirect Information Exchange: *The Constituent Elements of Hub and Spoke Collusion*, European Competition Journal, Vol:7, No:2

³ BOLECKI, A., “Polish Antitrust Experience with Hub-and-Spoke Conspiracies” (2011), *Yearbook of Antitrust and Regulator Studies*, Vol. 4(5).

- (42) 28.09.2015 tarihli ve GOODYEAR'dan elde edilen bir iç yazışmada şu ifadeler yer almaktadır (Belge-12/1):

“(.....TİCARİ SIR.....)” Yine aynı belge içerisinde 18.09.2015 tarihli bir iç yazışmada şu ifadeler yer almaktadır: “...(.....TİCARİ SIR.....)”

- (43) GOODYEAR'dan elde edilen, 21.09.2015 tarihinde bir bayiden alınan bilgiler “(.....)” konu başlığı altında bir iç yazışmada şu şekilde ifade edilmektedir (Belge-12/2):

“(.....TİCARİ SIR.....).”

Yine aynı belgede benzer içerikli iç yazışmalar bulunmaktadır.

- (44) Önaraştırma kapsamında yapılan yerinde incelemelerde elde edilen bilgi ve belgelerden anlaşıldığı üzere, GOODYEAR, PIRELLI ve BRISA arasında ortak bayiler aracılığı ile çeşitli bilgi değişimlerinin gerçekleştiği görülmektedir. Bir sağlayıcının kendi bayisiyle perakende veya toptan satış fiyatı ve/veya satış bilgilerini paylaşması, benzer şekilde bir bayinin sağlayıcıdan ürün alırken farklı sağlayıcılardan aldığı benzer ürünleri kıyaslayarak yeni alacağı ürün için sağlayıcıdan iskonto istemesi makul karşılanmaktadır.
- (45) Bununla birlikte, mevcut bilgi ve belgelerden rakiplerin dolaylı olarak, ortak bayiler aracılığı ile geleceğe dönük lastik fiyatları hakkında bilgi sahibi olduğu anlaşılmaktadır. Bu çerçevede rakip teşebbüsler; PIRELLI, GOODYEAR ve BRISA arasında gerçekleşen dolaylı bilgi değişimlerinin rekabeti amaç bakımında kısıtlayıcı kısıtlamadığı, RTM'nin yukarıda yer verilen Tesco kararındaki koşullar kapsamında değerlendirilecektir.
- (46) Yapılan yerinde incelemelerde elde edilen e-posta yazışmalarından, PIRELLI, GOODYEAR ve BRISA'nın ortak bayileri aracılığı ile birbirlerinin fiyatlandırma politikalarına ilişkin bazı bilgileri elde ettikleri görülmektedir. Diğer bir ifadeyle ortak bayi X'in rakip lastik üreticileri olan PIRELLI (A), BRISA (B) ve GOODYEAR (C) arasında gerçekleşen bilgi değişimine santral olduğu görülmektedir.
- (47) İkinci olarak A, B ve C arasında ortak bayileri aracılığı ile gerçekleşen bilgi değişiminin gerçekten stratejik olup olmadığının veya farklı bir kanaldan yapıp yapılamayacağını da ayrıca ispat edilmesi gerekmektedir.
- (48) Şikâyete konu teşebbüslerin internet sitelerine ve basın yayın organlarına bakıldığında lastik fiyat bilgilerinin genellikle aybaşında yayınlandığı, kampanya bilgilerinin ise kampanyanın başlayacağı tarihte yayınlandığı görülmektedir. Bununla birlikte önaraştırma kapsamında yapılan yerinde incelemede elde edilen, PIRELLI, GOODYEAR ve BRISA'nın bayilerinden elde ettiği bilgilerin ileriye dönük bilgiler olduğu görülmektedir. Bu bilgilerin tarihlerine bakıldığında yeni fiyatların internette yayınlanmadan önce PIRELLI, GOODYEAR ve BRISA tarafından bayilerle paylaşıldığı ve yine rakip lastik üreticilerinin bilgilerinin de yeni fiyatlandırma yapılmadan önce bayilerden toplandığı görülmektedir. Ayrıca bu bilgiler, PIRELLI, GOODYEAR ve BRISA tarafından ortak bayilerden talep edilmektedir.
- (49) Belgeler ayrıntılı bir biçimde incelendiğinde, PIRELLI, GOODYEAR ve BRISA tarafından Ekim ayında yapılacak fiyat artışının rakip teşebbüslerden bayi kanalıyla gelen bilgiler değerlendirilerek uygulandığı anlaşılmaktadır. Rakip üreticiler birbirlerinin fiyatlandırma politikalarını takip etmekle kalmayıp ayrıca bir bayiye fiyatlandırma yapılırken o bayinin diğer üreticilerden aldığı lastik fiyatları da doğrudan sorulmakta ve bayiye yeni fiyatlandırma yapılırken rakiplerin fiyatlarının dikkate alındığı anlaşılmaktadır.

- (50) Bu çerçevede RTM'nin *Tesco* kararında oluşturduğu 2 ve 3 numaralı koşulların gerçekleştiği değerlendirilmektedir. Bununla birlikte, bazı belgelerde bayilerin rakip üreticinin yaptığı indirim veya kampanyanın benzerini bir diğer üreticiden talep ettiği görülmektedir. Bayilerin, kendileriyle paylaşılan toptan ve perakende lastik satış bilgilerini, bir pazarlık unsuru olarak kullanarak daha uygun fiyat ve şartlarda lastik alabilmek için diğer rakip üreticilere aktardığı anlaşılmaktadır. Bu açıdan santral vazifesi gören bayilerin rekabeti amaç bakımından kısıtlamadığı değerlendirilmektedir.

1.4.4.2. Sektör Araştırma Şirketleri ve Dernekler Aracılığı ile Gerçekleştirilen Bilgi Değişimi

- (51) Yukarıda değinildiği üzere, Türkiye lastik sektöründe, piyasa ile ilgili bilgi toplayan çeşitli pazar araştırma şirketleri ve iki adet (LASDER ve LASİD) dernek bulunmaktadır. LASDER çatısı altında lastik üretici firmaları hakkında herhangi bir bilgi toplanması ve paylaşımı faaliyeti tespit edilememiştir. LASİD'in ise önaraştırma kapsamında elde edilen bilgilerden, hâlihazırda faaliyetlerinin sınırlı olduğu ve dernek bünyesinde herhangi bir bilgi toplanmadığı anlaşılmaktadır.
- (52) Sektörde kullanılan ilk araştırma şirketlerinden biri olan ve şikayet dilekçesinde adına yer verilen BDO Denet; BRISA, GOODYEAR ve PIRELLI firmaları için 1999-2009 yılları arasında lastik yenileme (OE) pazarına ilişkin lastik satış verilerini toplayarak yine aynı firmalarla paylaşmıştır. Bu paylaşımında lastik satış fiyatları değil, yalnızca miktar verileri yer almaktadır. BDO Denet, Türkiye'nin 2009 yılına kadar taraf olmadığı Europool sistemine üreticiler için alternatif teşkil eden bir sistem sağlamıştır.
- (53) BDO Denet firması hakkında GOODYEAR tarafından gönderilen yazıda, GOODYEAR'ın zayıf olduğu pazara odaklanmak ve böylece pazar payını artırmak amacıyla ilgili firmadan elde edilen bilgilerin, rakipler de dâhil olmak üzere herhangi bir üçüncü kişi ile mütalaa yahut paylaşımı söz konusu olmaksızın, rekabet stratejilerinin planlanması amacıyla kullanıldığı, BDO Denet firması ile Nisan 1999-Şubat 2009 arasında çalışıldığı ve bu firmanın Türkiye'nin 2009 yılına kadar taraf olmadığı Europool sistemine alternatif teşkil eden bir hizmet sağladığı, sonrasında ise Türkiye'nin 2009 yılında Europool'a taraf olmasıyla GOODYEAR'ın BDO Denet ile ilişkisine son verdiği ifade edilmiştir. Öte yandan GOODYEAR'ın yukarıda bahsi geçen Tyreinstock internet sitesinin firma sahibi ile herhangi bir ticari yahut sözleşmesel ilgisinin bulunmadığı ayrıca Europool ve GfK ile de herhangi bir veri yahut bilgi/belge paylaşımının olmadığı da ifade edilmiştir.
- (54) BRISA tarafından gönderilen yazıda; 2002-2008 yılları arasında BDO Denet firması ile çalışıldığı, söz konusu dönemde BRISA tarafından tüketici ve ticari lastiklerinin satış adetleri bilgisinin aylık bazda firma ile paylaşıldığı ve firma tarafından kendilerine iletilen toplam rakamlara ilişkin veriler aracılığı ile pazarın büyüme/küçülme trendleri hakkında bilgi sahibi olunduğu ifade edilmiştir. Öte yandan BRISA'nın GfK firması ile proje bazlı çalışmalar yaptığı ve 2012 yılından itibaren GfK Lastik Paneli raporunu aldıkları, buna ilaveten 2008 yılından bu yana da Europool raporunun alındığı fakat LASTİK STOK firması ile herhangi bir iş ilişkisi/birliğinde bulunulmadığı belirtilmiştir.
- (55) PIRELLI tarafından; BDO Denet firmasının 2008 yılının Ağustos ayına kadar Türkiye'de faaliyet gösteren PIRELLI, GOODYEAR ve BRISA firmalarının oluşturduğu havuzdan satış rakamlarını alarak Türkiye toplam lastik pazarı verilerini yine bu üreticilerle paylaşmak üzere görevlendirilen bir firma olduğu, firma ile çalışılan süre zarfında PIRELLI grubu markalı otomobil, hafif ticari, ağır vasıta, tarım ve iş makinası lastiklerinin Türkiye orijinal ekipman ve yenileme pazarındaki satış, ihracat ve üretim adetleri ilgili lastik tür ve ebatları bazında firma ile paylaşıldığı, satış adeti haricinde

lastik fiyatı veya ciro bilgilerinin BDO Denet ile paylaşılmadığı ve bu yönde bir raporlama oluşturulmadığı, BDO Denet firmasının lastik satış adedi bilgilerini yalnızca lastik üreticisi firmalarından temin ettiği ve yenileme pazarında marka/üretici ayırımına yer vermeden toplam pazar verilerini gösterir raporlar oluşturduğu, söz konusu tarihten bu yana PIRELLI'nin ilgili firma ile herhangi bir çalışmasının bulunmadığı ifade edilmiştir.

- (56) Ayrıca PIRELLI'nin LASTİK STOK ile herhangi bir ticari ilişkide bulunmadığı, Europool ile doğrudan bir ticari ilişkisi bulunmamasıyla birlikte Pirelli Tyre S.p.A. tarafından PIRELLI grubu markalı lastiklerin tip ve ölçü bazında Türkiye'deki satış adetlerinin Europool'a raporlandığı ve GfK firmasından ise lastik ürün gruplarına ilişkin geçmiş tarihli raporların alındığı ifade edilmektedir.
- (57) Yukarıda yer verilen açıklamalardan anlaşıldığı üzere, BDO Denet firması tarafından yalnızca OEM pazarına yönelik olmak üzere miktar verilerinin toplandığı ve söz konusu geçmişe dönük verilerin ilgili firmalar ile paylaşıldığı görülmektedir. Bu anlamda ilgili bilgilerin amaç bakımından rekabeti sınırlamadığı sonucuna ulaşılmıştır.
- (58) Hâlihazırda Europool, BDO Denet ile benzer satış adedi verilerini lastik üreticilerinden toplayarak diğer oyuncular ile paylaşmaktadır. Europool elde ettiği bilgileri genellikle aylık bazda konsolide ederek, diğer bir ifadeyle rakip bilgisi içermeden (toplulaştırılmış bir biçimde) yayınlamaktadır. Europool tarafından Türkiye'deki faaliyetlerin benzerlerinin başka ülkelerde de belli standartlar çerçevesinde gerçekleştirildiği ifade edilmektedir. Bu açıdan Europool sistemi tarafından paylaşılan konsolide verilerin rekabeti amaç bakımından kısıtlamadığı değerlendirilmektedir.
- (59) Bahsi geçen araştırma şirketlerinin en önemlilerinden bir tanesi de GfK'dır. GfK tarafından paylaşılan bilgiler çok detaylı olması ve rakiplere ilişkin konsolide olmayan bilgileri içermesi nedeniyle BDO Denet ve Europool sistemlerinden farklı olarak aşağıda detaylı bir şekilde incelenmiştir.
- (60) GfK, Türkiye'de sadece lastik sektöründe değil dokuz farklı sektörde 70'in üzerinde ürün kategorisi ile hizmet vermektedir. Türkiye lastik sektörüyle alakalı GfK tarafından toplanan ve paylaşılan bilgiler özetle aşağıdaki gibidir:
- Ürün kategorisi bazında toplam pazar satış adedi, cirosu, ortalama perakende fiyat trendleri,
 - Markalar bazında pazar adedi, adet yüzdesi, cirosu, ciro yüzdesi, ortalama perakende fiyat ve fiyat indeks trendleri,
 - Satış kanalları bazında pazar satış adedi, adet yüzdesi, cirosu, ciro yüzdesi, ortalama perakende fiyat ve fiyat indeks trendleri,
 - Satış kanallarında marka pazar satış adedi, adet yüzdesi, cirosu, ciro yüzdesi, ortalama perakende fiyat ve fiyat indeks trendleri,
 - Ürün segmentleri (yaz lastiği, kış lastiği, RIM (jant ölçüsü) vb.) bazında pazar satış adedi, adet yüzdesi, cirosu, ciro yüzdesi, ortalama perakende fiyat ve fiyat indeks trendleri,
- (61) Görüldüğü üzere, GfK tarafından çok geniş bir yelpazede bilgi bayilerden toplanmakta ve kendisi ile anlaşma yapan üretici firmalarla paylaşılmaktadır. Rekabet Kurulu'nun 25.06.2014 tarih ve 14-22/433-196 sayılı Bankalararası Kart Merkezi A.Ş. ile ilgili kararında, hangi tür bilgilerin ne tür durumlarda paylaşılmasının rekabetçi endişeye yol açabileceğine ilişkin değerlendirmelere yer verilmiştir. Buna göre, özellikle rakipler arasındaki bilgi değişiminin, rekabete duyarlı bilgilerin paylaşılması şeklinde

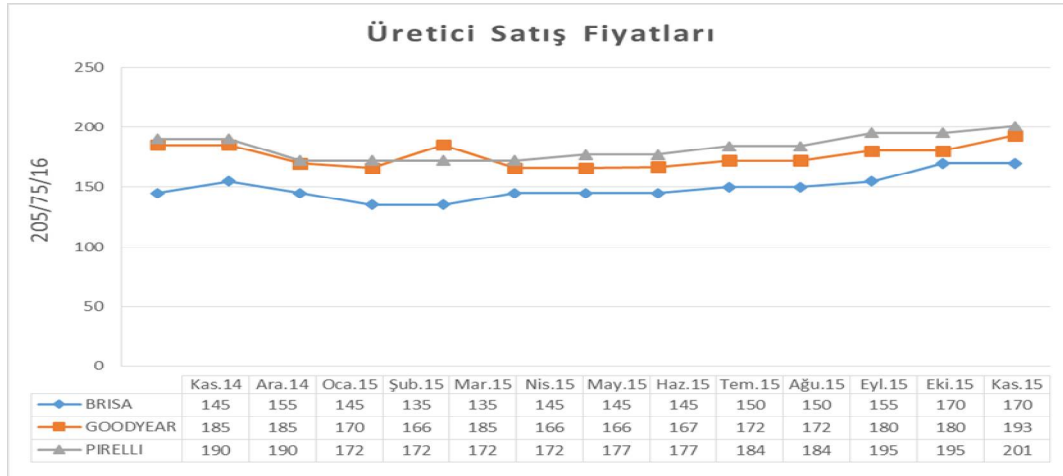
gerçekleşmesi durumunda rekabeti kısıtlayıcı etki doğurabileceği ifade edilmiştir. Bu nedenle paylaşımın rekabete olan etkisinin tam olarak anlaşılabilmesi için bilginin niteliği yanında; pazarın yapısının, paylaşımın taraflarının, paylaşım sıklığının, paylaşılan bilginin pazarın ne kadarını kapsadığının (*market coverage*) ve paylaşım katılımının da bilinmesi gerekmektedir. Bu bağlamda, Kurul'un bilgi değişimine olan genel bakışı, geçmişe dönük ve rakiplerin kararlarını etkileyecek stratejik nitelikte olmayan bilgilerin paylaşımının rekabete olumsuz etki etmesi olasılığının düşük olduğu yönündedir.

- (62) Daha önce de belirtildiği üzere, lastik pazarına ilişkin veriler üreticilerden değil, perakendeci bayilerden toplanmaktadır. Bir başka deyişle örneğin elde edilen fiyat bilgileri, 32 farklı bayiden elde edilen son kullanıcıya yansımış fiyatın ağırlıklı ortalamasıdır. Ayrıca isteyen lastik üreticileri verileri belli ücretler karşılığında GfK'dan satın almaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken nokta PIRELLI, BRISA ve GOODYEAR'ın, GfK ile herhangi bir bilgi paylaşımına girmemiş olmasıdır. Ayrıca GfK tarafından paylaşılan veriler, daha önce de bahsedildiği üzere bayilerden toplanan verilerdir ve bayi satış adet ve fiyatlarını göstermektedir. Bu anlamda satış fiyatları üretici fiyatlarını yansıtmadığı gibi ayrıca paylaşılan bilgiler tamamıyla geçmişe dönüktür.
- (63) Bu anlamda GfK'nın bayilerden toplanan ve üreticiler ile 40 gün sonra paylaşımına konu olan verileri yolu ile rekabetin amaç bakımından kısıtlandığının ortaya konulabilmesi mümkün değildir.

1.4.5. Etki Bakımından Yapılan Değerlendirme

- (64) En çok lastik satış adedi %77 ile otomobil sınıfında gerçekleştiğinden etki değerlendirmesi özellikle otomobil lastikleri üzerinden yapılacaktır. Aşağıda yer verilen dört şekilde, PIRELLI, BRISA ve GOODYEAR tarafından yayınlanan tavsiye fiyat listelerindeki fiyat artış ve azalışları gösterilmektedir. Şikâyete konu teşebbüslerin fiyat değişimleri, en çok satılan 4 farklı tipteki lastik bazında, paralel fiyatlandırma uygulanıp uygulanmadığı ve aylık fiyat artışlarında bir uyumlu eylem içerisinde bulunup bulunmadığı açısından değerlendirilecektir. Aşağıda yer verilen şekillerde en çok satanlar listesinde (GfK tarafından belirlenmiş) bulunan üç otomobil lastiği ve bir kamyonet lastiği bazında 13 aya ilişkin fiyat değişimleri gösterilmektedir.

Şekil 1: 205/75/16 Numaralı Lastiğin Satış Fiyatı Değişimleri

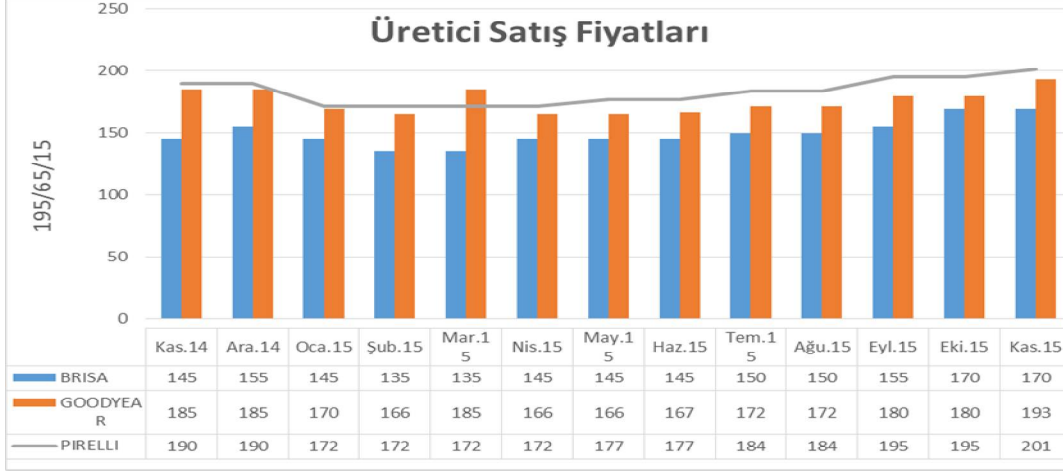


Kaynak: Öneri kapsamında BRISA, PIRELLI ve GOODYEAR'dan elde edilen bilgiler

15-44/731-266

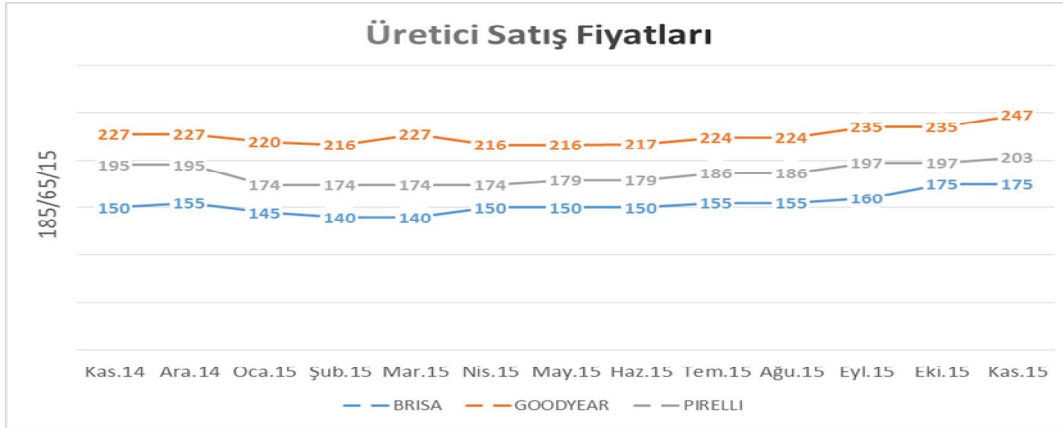
- (65) Yukarıda yer alan şekilde, 205/75/16 numaralı kamyonet lastiğine ilişkin fiyat değişimi gösterilmektedir. GOODYEAR'ın fiyatı diğer iki üreticiye kıyasla daha yüksek gözükmektedir. Fiyatların aylara göre değişimine bakıldığında bazı aylarda benzer artış ve azalışlar görülürken, bazı aylarda ise farklılıklar görülmektedir.

Şekil 2: 84195/65/15 Numaralı Lastiğin Satış Fiyatı Değişimleri



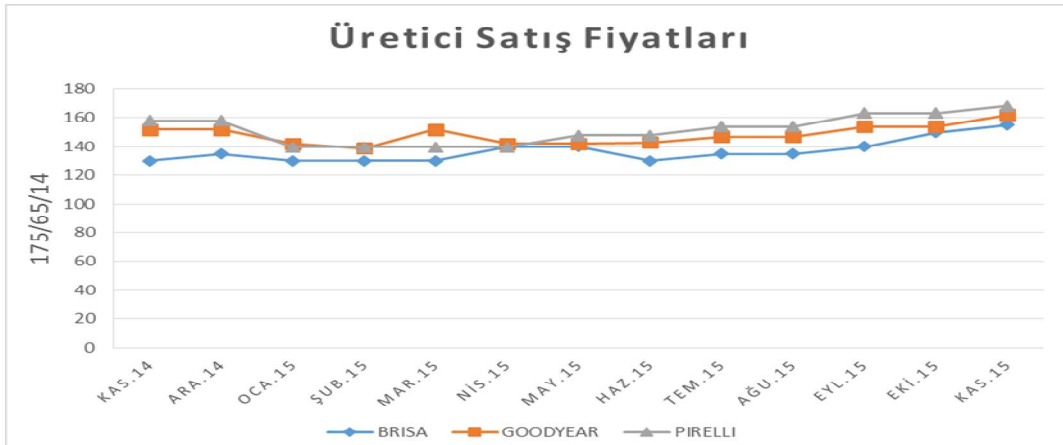
Kaynak: Öneri kapsamında BRISA, PIRELLI ve GOODYEAR'dan elde edilen bilgiler.

Şekil 3: 185/65/15 Numaralı Lastiğin Satış Fiyatı Değişimleri



Kaynak: Öneri kapsamında BRISA, PIRELLI ve GOODYEAR'dan elde edilen bilgiler.

Şekil 4: 175/65/14 Numaralı Lastiğin Satış Fiyatı Değişimleri



Kaynak: Öneri kapsamında BRISA, PIRELLI ve GOODYEAR'dan elde edilen bilgiler.

- (66) Yukarıda yer verilen şekil 2, 3 ve 4'te 195/65/15, 185/65/15 ve 175/65/14 numaralı otomobil lastiklerine ilişkin fiyat değişimlerine yer verilmektedir. 185/65/15 numaralı lastik türüne ilişkin fiyatlarda paralellik gözlenmekle birlikte, lastik türlerine bütün olarak bakıldığında paralel bir fiyatlama yapıldığını söylemek mümkün değildir.
- (67) Aşağıdaki şekillerde ise, bayiler tarafından son tüketiciye yapılan satışların aylara göre fiyat değişimlerine yer verilmektedir. Üretici satışlarına ek olarak yapılan bu incelemede son satış fiyatlarında bir paralelliğin olup olmadığı değerlendirilmektedir. Yukarıdaki lastik türlerine ek olarak aşağıda en çok satılan lastik türlerinden biri olan 205/55/16 numaralı lastiğe de yer verilmektedir.

Şekil 5:(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak:(.....TİCARİ SIR.....)

Şekil 6:(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak:(.....TİCARİ SIR.....)

Şekil 7:(.....TİCARİ SIR.....)

Kaynak:(.....TİCARİ SIR.....)

- (68) Yukarıda yer verilen üç şekil ayrı ayrı incelendiğinde, özellikle 195/65/15 numaralı lastik türünde bayiler tarafından üretici tavsiye fiyatlarının aksine benzer fiyat artış ve azalışlarıyla paralel bir fiyatlama yapıldığı görülmekle birlikte, 175/65/14 numaralı lastik türündeki fiyat değişimleri farklılık arz etmektedir. Ancak söz konusu fiyatlar çok sayıda bayiden toplanan fiyatların ağırlıklı ortalamasıdır. Bir başka deyişle üreticilerin tavsiye edilen fiyatlarından farklılık arz etmektedir. Bu çerçevede yukarıdaki şekillerde yer alan kısmi fiyat paralelliklerinin sezonsallıktan ve özellikle kış aylarındaki talep artışlarından kaynaklandığı değerlendirilmektedir.
- (69) Yukarıdaki değerlendirmeler ışığında, üç rakip teşebbüsün en çok satışa konu lastiklerinin fiyatları özelinde yapılan incelemelerden, çeşitli kanallar aracılığı ile gerçekleştirilen bilgi değişiminin rekabete aykırı etkileri tespit edilememiştir. Kılavuz'da da işaret edildiği üzere, bilgi değişimi çeşitli etkinlik kazanımları ortaya çıkarabileceği gibi teşebbüslerin rakiplerinin pazar stratejileri hakkında bilgi sahibi olmalarını sağladığı durumlarda rekabetin kısıtlanmasına neden olabilecektir. Bu çerçevede, rakiplerin geleceğe dönük fiyat artışlarını ilgilendiren bilgi değişimi konusu teşebbüslerin duyarlı davranmalarını gerektiren hassas bir konudur. Sonuç olarak dosya konusu olayda, teşebbüsler arasında doğrudan rekabeti engelleme amacı taşıyan yazılı bir anlaşmanın ve yeterli delilin mevcut olmaması, bilgi değişiminin dolaylı bir şekilde ve bazı bayilerce yapılan paylaşımların da üretici firmalarının kontrolü dışında gerçekleşmesi nedeniyle dosya konusu inceleme kapsamında teşebbüsler hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığı kanaatine ulaşılmıştır.

J. SONUÇ

- (70) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre, 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca şikayetin reddi ile soruşturma açılmamasına OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.