

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

**REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2023-6-013

(Önaraştırma)

Karar Sayısı : 24-19/403-160

Karar Tarihi : 18.04.2024

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

Başkan : Birol KÜLE

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

**B. RAPORTÖRLER:** Muhammet Murat KARAKAYA, Berat Hilal GÜLER

**C. BAŞVURUDA**

**BULUNAN** : - Re'sen

**D. HAKKINDA İNCELEME**

**YAPILANLAR** :

- AGCO Tarım Makineleri Tic. Limited Şirketi  
Temsilcileri: Av. Fatma Hediye ÜSTÜNDAĞ,  
Av. S. Ruba UNKAN ERGENER  
Şeyh Galip Sok. Elysium Elit A Blok D:3 34718  
Kadıköy/İstanbul
- Akgünler Otomotiv Petrol Taş. İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.  
Bahçelievler, Ankara Konya Yolu, 06830 Gölbaşı/Ankara
- Canbeyli Traktör Tarım Mak. San. ve Tic. Ltd. Şti.  
İnönü, İnönü Bul. 752. Sok. No:276, 01930 Ceyhan/Adana
- Düzgünler Ambalaj Optik Otomotiv Tarım Makinaları Ltd.  
Şti.  
Fevziçakmak, 10469. Sok. 6 A, 42050 Karatay/Konya
- İhsan Taşkın Tarım Makineleri Ltd. Şti.  
Haydaroğlu Mah. Karataş Bul. No:80 Yüreğir/Adana

(1) **E. DOSYA KONUSU:** AGCO Tarım Makineleri Ticaret Limited Şirketi ve bayilerinin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesini ihlal ettikleri iddiası.

(2) **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** AGCO Tarım Makineleri Ticaret Limited Şirketinin (AGCO) bayilerinin pasif satışlarını kısıtlamak, bayilerinin yeniden satış fiyatlarını belirlemek suretiyle ve AGCO'nun bayileri olan Akgünler Otomotiv Petrol Taş. İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti., Canbeyli Traktör Tarım Mak. San. ve Tic. Ltd. Şti., Düzgünler Ambalaj Optik Otomotiv Tarım Makinaları Ltd. Şti. ve İhsan Taşkın Tarım Makineleri Ltd. Şti. ünvanlı teşebbüslerin birlikte fiyat tespit etmek ve rekabete hassas bilgi değişimi yapmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettikleri iddiası incelenmiştir.

(3) **G. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurulunun (Kurul) 08.09.2022 tarihli ve 22-41/591-M sayılı kararı ile traktör üretim ve pazarlama sektöründe faaliyet gösteren teşebbüslerin bayilerin pasif satışlarını kısıtlamak suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 4. maddesini ihlal ettikleri iddiasına yönelik olarak aynı Kanun'un 40. maddesi uyarınca önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. Anılan Kurul kararı ve Başkanlık Makamınının 16.11.2022 tarihli ve 53660 sayılı görevlendirme olur yazıları uyarınca 22.11.2022 tarihinde başlayan önaraştırma

kapsamında aynı gün AGCO'da yerinde inceleme gerçekleştirilmiştir. AGCO'da yapılan yerinde incelemede, rekabet ihlaline işaret ettiği şüphesi doğuran çeşitli yazışmalar elde edilmesi üzerine düzenlenen 05.04.2023 tarihli ve 2022-6-029/BN-07 sayılı Bilgi Notu'nda özetle; AGCO tarafından bayilerin bölge dışına gerçekleştirecekleri pasif satışların ve internet satışlarının kısıtlanması ve AGCO tarafından biçerdöverlerin yeniden satış fiyatının belirlenmesi veya bayiler arasında biçerdöver satış fiyatları konusunda anlaşma yapılması suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlal edilmiş olabileceği ifade edilmiştir.

- (4) Anılan Bilgi Notu, 13.04.2023 tarihli Kurul toplantısında ele alınmıştır. Kurulun 13.04.2023 tarihli ve 23-18/332-M sayılı kararıyla AGCO'nun ve bayilerinin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettikleri iddiasıyla ilgili olarak önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.
- (5) İlgili Kurul kararı ve Başkanlık Makamının 29.02.2024 tarihli ve 84544 sayılı görevlendirme olur yazıları uyarınca AGCO'da ve AGCO'nun bayileri arasında yer alan Akgünler Otomotiv Petrol Taş. İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti. (AKGÜNLER), Canbeyli Traktör Tarım Mak. San. ve Tic. Ltd. Şti. (CANBEYLİ), Düzgünler Ambalaj Optik Otomotiv Tarım Makinaları Ltd. Şti. (DÜZGÜNLER) ve İhsan Taşkın Tarım Makineleri Ltd. Şti.de (TAŞKIN) yerinde incelemeler gerçekleştirilmiş, ayrıca teşebbüslerce cevaplanması talep edilen sorular yerinde inceleme tutanakları ile teşebbüslere bırakılmıştır. AGCO'un cevabi yazıları 15.03.2024 tarih, 49836 sayı ve 25.03.2024 tarih, 50249 sayı ile, AKGÜNLER'in cevabi yazısı 18.03.2024 tarih, 49858 sayı ile, CANBEYLİ'nin cevabi yazıları 18.03.2024 tarih ve 49943 sayı, 19.03.2024 tarih ve 49984, 49985 sayılar ve 25.03.2024 tarih ve 50217 sayı ile, DÜZGÜNLER'in cevabi yazısı 25.03.2024 tarih ve 50241 sayı ile, TAŞKIN'ın cevabi yazısı 18.03.2024 tarih ve 49897 sayı ile süresi içinde Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (6) Dosya kapsamında ayrıca, AGCO'nun rakiplerinden çeşitli tarihli ve sayılı yazılarla bilgi talebinde bulunulmuştur. Ipsa Tarım AŞ'nin (IPSO) cevabi yazısı 18.03.2024 tarih ve 49948 sayı ile, Karataş Tarımcılık San. ve Tic. AŞ'nin (KARATAŞ) cevabi yazısı 27.03.2024 tarih ve 50351 sayı ile, Başak Traktör Tarım Ziraat ve İş Makinaları San. Tic. AŞ'nin (BAŞAK) cevabi yazısı 19.03.2024 tarih ve 49970 sayı ile, Türk Traktör ve Ziraat Makineleri AŞ'nin (TÜRK TRAKTÖR) cevabi yazısı 18.03.2024 tarih ve 49964 sayı ile, Erkunt Traktör Sanayii AŞ'nin (ERKUNT) cevabi yazısı 18.03.2024 tarih ve 49945 sayı ile, Kubota Turkey Makina Tic. Ltd. Şti.nin (KUBOTA) cevabi yazısı 14.03.2024 tarih ve 49769 sayı ile, Same Deutz Fahr Traktör San. ve Tic. AŞ'nin (SDF) cevabi yazısı 15.03.2024 tarih ve 49785 sayı ile, Kutlucan Biçerdöver Traktör San. Tic. Ltd. Şti.nin (KUTLUCAN) cevabi yazısı 19.03.2024 tarih ve 49999 sayı ile, Harman Traktör ve Biçerdöver San. ve Tic. AŞ'nin (HARMAN) cevabi yazısı 02.04.2024 tarih ve 50603 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (7) Ek olarak, yerinde inceleme gerçekleştirilmeyen AGCO bayilerine de bilgi isteme yazıları gönderilmiştir. Asel Tarım Makineleri Tic. Ltd. Şti., Masfer Traktör İnşaat İthalat İhracat Sanayi ve Tic. Ltd. Şti., Ns Sezgin Otomotiv Gıda Tarım İnşaat Turizm Nakliye San. ve Tic. Ltd. Şti., Gscr Global Makine San. Tic. Ltd. Şti., Ay Gün Motorlu Araçlar Otomotiv Tarım Ürünleri Petrol ve Petrol Ürünleri Zirai İlaç Gübre Tic. Ltd. Şti., Aydın Traktör Ziraat Aletleri, Parça, Servis, Tarım, Hayvancılık, İnşaat, Taahhüt San. ve Tic. Ltd. Şti., Promak Tarım Makinaları Sanayi ve Tic. Ltd. Şti., Demireller Otomotiv Sanayi ve Tic. AŞ, Şeneller Otomotiv İnşaat Turizm San. ve Tic. Ltd. Şti., Yıldırım Grup Otomotiv Tic. ve San. AŞ, Toprak Petrol Ürünleri Motorlu Araç Zirai Aletler Tic. ve San. Ltd. Şti., Memişoğulları Akaryakıt Nakliye Tarım Ürünleri Mahrukat İnşaat San. ve Tic. Ltd. Şti., Önallar Makina Otomotiv İnşaat Taahhüt Gıda Hayvancılık San. Tic. Paz. Ltd.

Şti., Oto Diyarbakır Otom. Oto Kiralama San. ve Tic. Ltd. Şti., Polat Traktör ve Tarım Makinaları Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti., Sabri Perihan Perihanlar Traktör tarafından gönderilen cevabi yazılar muhtelif tarihler ve sayılar ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.

- (8) Ayrıca Türk Tarım Alet ve Makinaları İmalatçıları Birliği'ne (TARMAKBİR) de bilgi isteme yazısı gönderilmiştir. TARMAKBİR'in cevabi yazısı 12.03.2024 tarih ve 49634 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (9) Öneri süreci sonunda hazırlanan 03.04.2024 tarihli ve 2023-6-013/ÖA sayılı Öneri Raporu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (10) **H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda özetle, AGCO ve bayileri hakkında 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığı sonuç ve kanaatine varılmıştır.

## I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

### I.1. AGCO

- (11) AGCO, Amerika Birleşik Devletleri merkezli bir tarım makineleri üreticisi olup 1990 yılında kurulmuştur. Tarımsal çözümlerin tasarlanmasında, üretiminde ve dağıtımında faaliyet göstermektedir. AGCO, 2008 yılından beri bünyesindeki "Massey Ferguson" markalı traktör, biçerdöver, balya makinesi gibi tarım makinelerinin ve ekipmanının satış, dağıtım, yedek parça, servis hizmetlerini ve yedek parça satın alma, satış ve ihracat faaliyetlerini yürütmektedir. AGCO, Türkiye çapında satış ve satış sonrası hizmetleri birlikte yürüten (.....) yetkili bayi ile dağıtım yapmaktadır. Bu bayilerden (.....) tanesi aynı zamanda hasat makineleri bayisi konumundadır ve "FULL-LINE"<sup>1</sup> olarak nitelendirilen söz konusu bayiler münhasır bölgelerinde traktör satışı da yapan ve biçerdöver pazar potansiyeli olan bayilerdir. AGCO'nun hissedarları arasında %(.....) pay ile AGCO International Holdings B.V. ve %(.....) pay sahipliği ile AGCO International Limited yer almaktadır.

### I.2. Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Belgeler<sup>2</sup>

#### Tespit 1

- (12) AKGÜNLER'de yapılan yerinde incelemede AKGÜNLER Şirket Müdürü (.....)'den alınan Word formatındaki 06.04.2021 tarihli dosyada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

*"(.....): Polatlı ve Haymana bölgemizde çok satış yapılması yerli serilerde fiyat uygunluğu, kar marjı gütmemeleri ve 2 yıla kadar vade yapmaları*

*(.....): 2600 Serilerimizin gelmeyişi küçük beygir traktörlerde azda olsa Başak'a yönelme olmuştur*

*(.....): Yeni yer kiraladılar, henüz bir faaliyetleri yok*

*(.....): İş yerleri bize yakın ama burada satış faaliyeti henüz yok*

*(.....): Bizim bildiğimiz bu bölgede satış henüz yok*

*(.....): Bu bölgede faaliyetleri yok*

*NOT: 2600 serileri olsa idi bu bölgede satış iki katına çıkardı, 4 silindir 75,85,95 beygir çok sorulmakta*

*ama elimizde olmadığı için yok çekmemiz (2635 te olmadığı için) sıkıntı yaratıyor.*

*5 S serilerini bekleyen müşterilerimiz çok fazla, traktörler geldikten sonra umarım büyük hareketlilik olacaktır.*

<sup>1</sup> Tarım ve orman traktörleri, biçerdöver, ön yükleniciler, balya makineleri, ot ve yem ekipmanları, teleskopik ön yüklenici gibi makineleri de içine alan ürün gamı geniş olan bayileri ifade etmektedir.

<sup>2</sup> Tespitlerde yer alan belgelere orijinal halleri ile yer verilmiş, yazım hataları ve anlatım bozuklukları muhafaza edilmiştir.

KAMPANYALAR: Genelde ithal traktörlerde (.....) ve (.....) kur sabitleme gibi kampanyalar yapıyorlar

MÜŞTERİ TEMAS: Temas edip beklemede olan 2600 serisi ve 5 S serisi bekleyen müşterilerimiz var

BAYİİ SORUMLULUĞU: Memişoğulları bölgemize traktör verdi ve bazı duyularımnda buradan arayan müşterilere düşük fiyat vermesi pazarımızı bozmaya çalışması(son günlerde duymuyorum) ama daha önceleri maalesef yapıldı ve hiçbir yaptırım olmadı

YEDEK PARÇA: Yedek parça konusunda maalesef Polatlı sanayi içinde daha uygun fiyata tedarik ediyorlar ve araştırdığımda 3 veya 4 farklı firmadan daha uygun fiyata tedarik edip müşterilere - satış yapıyor, birebir aynı ürünü bizden daha uygun fiyata (.....) servisinde bile bulabiliyorlar..”

### **Tespit 2**

- (13) DÜZGÜNLER’de yapılan yerinde incelemede teşebbüs yöneticisi (.....)’den elde edilen, “BÖLGE SATIŞ MÜDÜRLERİ VE SORUMLARI SORUMLULUK ALANLARI VE UYULMASI GEREKEN KURALLARI” başlıklı ve 21.07.2021 tarihinden itibaren geçerli olacağı ifade edilen Pdf formatındaki dosyada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“ BÖLGE SATIŞ MÜDÜRLERİ VE SORUMLARI SORUMLULUK ALANLARI VE UYULMASI GEREKEN KURALLARI

(.....) (BÖLGE SATIŞ MÜDÜRÜ)

ÇUMRA, KARAMAN, AKÖREN, SEYDİŞEHİR, BEYŞEHİR, HÜYÜK

(.....) (BÖLGE SATIŞ MÜDÜRÜ)

SARAYÖNÜ, KADINHANI, ILGIN, AKŞEHİR, CİHANBEYLİ, YUNAK, ALTINEKİN

(.....) (BÖLGE SATIŞ SORUMLUSU)

KARATAY- MERAM-SELÇUKLU MERKEZ VE KÖYLERİ

UYULMASI GEREKEN KURALLAR

- 1- BÖLGE SATIŞ SORUMLULARI SORUMLU OLDUKLARI ALANLAR DIŞINDA KESİNNİKLE SATIŞ YAPMAYACAKTIR.**
- 2- BÖLGE SATIŞ SORUMLUSU EĞER ŞİRKET DIŞINDA FAALİYET ALANINDAYSA VE ŞİRKETE ONUN BÖLGESİNDEN MÜŞTERİ GELDİYSE O GÜN ŞİRKETTE GÖREVLİ KİM VARSA O KİŞİ TARAFINDAN PAZARLIK YÜRÜTÜLECEK SONUÇLANDIRILABİLİYORSA SONUÇLANDIRILACAK EĞER SATIŞ KAPANMADIYSA BÖLGE SATIŞ SORUMLUSU İLE ORTAK HAREKET EDİLECEK MÜŞTERİNİN DURUMUNA GÖRE PAZARLIK YÜRÜTÜLECEK.**
- 3- BÖYLE SONUÇLANAN BİR PAZARLIĞIN ARDINDAN ALINACAK OLAN PİRİM FORMU BÖLGE SORUMLUSU TARAFINDAN GÖNDERİLECEK %50 ORANINDA PAYLAŞILACAK.**
- 4- HEDEF PİRİMİ BÖLGE SORUMLUSUN HANESİNE YAZILACAK.**
- 5- BÖLGE SATIŞ SORUMLUSU YOLDA İKEN BÖLGESİNDEN GELEN MÜŞTERİ İLE ŞİRKET İÇERİNDE PAZARLIĞIN BİTMESİ DURUMUNDA SOSYAL MEDYA İÇİN KULLANILACAK GÖRSELLERDE KESİNNİLKE KENDİSİYLE GÖRÜŞÜLECEK EĞER KENDİSİ MÜSAİTSE TESLİMATI GERÇEKLEŞTİRECEK, EĞER MÜSAİT DEĞİLSE DURUMA GÖRE HAREKET EDİLECEK.**  
(...)”

### **Tespit 3**

- (14) CANBEYLİ’de yapılan yerinde incelemede Ceyhan Satış Müdürü (.....) (S.İ.)’den elde edilen, mobil cihazda “(.....) (E.A.S.)” olarak kayıtlı kişi ile (.....) arasında gerçekleştirilen 03.01.2022 tarihli WhatsApp yazışmalarında aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

(E.A.S.):

“Tapu”

İkametgah”

İkametgah köyde olsun”

(S.İ.):

“Köyde

Traktör ruhsat ve ikametgah”

#### **Tespit 4**

- (15) CANBEYLİ’de yapılan yerinde incelemede CANBEYLİ Genel Müdürü (.....)’dan elde edilen, 13.06.2022 tarihinde CANBEYLİ Genel Müdürü (.....) tarafından AGCO Bölge Satış Müdürü (.....)’na gönderilen WhatsApp iletisinde aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“Selamlar (.....) Abi,  
Sıfır biçerdöver satmışlar Ceyhan’ın Doruk köyüne.  
Sosyal medyada paylaşmışlar...”<sup>3</sup>

( .....TİCARİ SIR.....)

#### **Tespit 5**

- (16) DÜZGÜNLER’de yapılan yerinde incelemede Satış Müdürü (.....) (C.G.)’den elde edilen, “(.....)” numaralı hattı kullanan kişi ile (.....) arasında 10.11.2022 tarihinde gerçekleştirilen WhatsApp yazışmasında aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

(.....):  
“Sanırım (.....) abi almış abi”

(C.G.):  
“Evet aldı”  
“Bizim bölge değil veremedik”

(.....):  
“Ereğli olunca tabi”

#### **Tespit 6**

- (17) AKGÜNLER’de yapılan yerinde incelemede AKGÜNLER Şirket Ortağı (.....)’den elde edilen 21.12.2022 tarihli Pdf formatındaki dosyada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

“Değerli Bayilerimiz,  
4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun çerçevesinde hazırlanmış ve sizlerle imzalanmış olan Bayilik Sözleşmesi uyarınca; bayilerimiz münhasıran başka bir bayiye tahsis edilmiş olan bölgelerdeki müşterilere AGCO ürünlerini aktif olarak tedarik etmeyecek, bu bölgelerde aktif satış yapmak amacıyla şube veya depo kurmayacaktır. Buna karşılık, bayilerimiz diğer münhasır bölgelerdeki müşterilerden gelen ve kendi aktif çabaları neticesi olmayan siparişleri karşılama (pasif satış) hakkına her zaman sahiptir. İnternet üzerinden yapılan online (çevrimiçi) satışlar da pasif satış niteliğindedir ve AGCO kurumsal standartlarına uymak kaydı ile bayilerimiz online satış yapmak konusunda da serbesttir.

Bu kapsamda, tarafınıza münhasıran tahsis edilmiş bir bölge bulunması ve başka bir bayinin bu bölgede aktif satış gerçekleştirmesi durumu hariç olmak üzere bölge dışı satış gerçekleştirildiğine/bölge ihlali yapıldığına ilişkin olarak tarafımıza herhangi bir şikayette bulunulmamasını rica ederiz.

Bu vesile ile ayrıca vurgulamak isteriz ki, yine Bayilik Sözleşmesi’nde vurgulandığı üzere tüm bayilerimiz, AGCO ürünlerinin yeniden satış fiyatlarını belirlemek konusunda tamamen serbesttir ve AGCO tarafından sizlere iletilen tavsiye edilen yeniden satış fiyatları kesinlikle bağlayıcı değildir.

Rekabetçi stratejilerimizi, kurumsal kimliğimizin ayrılmaz bir bütünü olarak görmekteyiz ve her durumda bu rekabetçi yapıyı koruyarak daha sürdürülebilir ve etkili sonuçlar elde edeceğimizin farkındayız. Bayilerimizin de bu yolda bizimle her daim iş birliği içinde olacağından şüphe duymuyoruz.

Saygılarımızla,  
AGCO TARIM MAKİNELERİ TİC. LTD. ŞTİ.”

<sup>3</sup> İletinin devamında aşağıda yer alan görüntü paylaşılmıştır.

### **Tespit 7**

- (18) CANBEYLİ'de yapılan yerinde incelemede CANBEYLİ Genel Müdürü (.....)'dan elde edilen, AGCO Pazarlama Müdürü (.....) tarafından "(.....)" isimli WhatsApp grubuna 21.12.2022 tarihinde gönderilen iletide aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

[Tespit 6'da yer alan dosya paylaşılmıştır.]

*"Değerli Bayilerimiz, Rekabet Hukuku konusundaki duyurumuzu ekte bilgilerinize sunarız. Saygılarımızla,"*

### **Tespit 8**

- (19) CANBEYLİ'de yapılan yerinde incelemede Ceyhan Satış Müdürü (.....) (S.İ.)'den elde edilen, 15.03.2023 tarihinde mobil cihazda "(.....) (C.Ö.T.)" olarak kayıtlı kişi ile (.....) (S.İ.) arasında gerçekleşen WhatsApp yazışmalarında aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

(S.İ.):

*"Sadece Ceyhanda müşteri olursa bu bölgede geçerli. Dışarıya satılamaz"*

(C.Ö.T.):

*"Benim duyduğum Türkiye içi ama bir hata var biryerde ortaya çıkar paşam"*

(S.İ.):

*"Öyle bir şey yok. Olamaz da"*

*"Kimse ye böyle bir şey verilmiyor."*

*"Biz faturayı kendisine keseceğiz. O da müşteriye 2. El olarak keser. Fatura bende ."*

### **Tespit 9**

- (20) CANBEYLİ'de yapılan yerinde incelemede Ceyhan Satış Müdürü (.....) (S.İ.)'den elde edilen, 26.03.2023 tarihinde (.....) (S.İ.), CANBEYLİ bayi çalışanı (.....) (O.C.) ve CANBEYLİ Genel Müdürü (.....) (N.A.) arasında gerçekleştirilen Whatsapp yazışmalarında aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

(S.İ.):

*"Havutluya satış yapamıyoruz"*

(O.C.):

*"Yok biliyorum satış yapamadığımızı da herhalde Ceyhandan alabilirlermiş aileden falan"*

*"Fiyat vermedim Bölgemizde deçiller diye."*

(N.A.):

*"Girmeyelim şaibeli işlere, mal da yok gerek de."*

(O.C.):

*"Yok Abi Merak etme satışımız olmadığından fiyat da vermiyorum zaten."*

### **Tespit 10**

- (21) TAŞKIN'da yapılan yerinde incelemede Satış Yetkilisi (.....)'dan elde edilen, 07.05.2023 tarihinde teşebbüs sahibi (.....) tarafından "(.....)" isimli WhatsApp grubuna gönderilen iletide aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

*"Merhaba, (.....) Almanya'da yaşıyormuş."*

*Babası Karataş bölgesinde çiftçilik yapıyormuş. 1 adet case traktörleri varmış babasına 5S 115 almak istiyor. Yarın (.....) beyi arayacağız.*

...

*"Bu gruptan yazdığım müşteriler sıkı takip edelim. Bizim bölgemizde olmayanları yetkili bayi arladaşlara ben yarın yönlendiririm."*

### **Tespit 11**

- (22) CANBEYLİ'de yapılan yerinde incelemede Ceyhan Satış Müdürü (.....)'den elde edilen,

04.10.2023 tarihinde “(.....)” isimli WhatsApp grubunda bulunan bayi çalışanı (.....) (O.C.) ve Ceyhan Satış Müdürü (.....) tarafından gönderilen iletilerde aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

(O.C.):  
“(.....)<sup>4</sup> bey (.....) vermiş makinayı”  
“Bölge ve bilgilerini alamıyorum”  
“Bayiyi arayıp öğreneyim mi”

(S.İ.):  
“Sıfır mı satılmış. 2. el olarak mı satılmış

(O.C.):  
“Onuda göremedik”  
“Baktırdım da”  
“240 düz pazarlıkta bilginize”

### **Tespit 12**

- (23) DÜZGÜNLER’de yapılan yerinde incelemede teşebbüs yöneticisi (.....)’den elde edilen, 14.11.2023 ve 30.11.2023 tarihlerinde AGCO Satış Yöneticisi (.....) tarafından AGCO bayilerine gönderilen ve ekinde “Rekabet Kanunu Bayi Eğitim Katılım Formu – AGCO” başlıklı Word formatındaki dosya ile “AGCO Bayi Ağı Rekabet Uyum Kılavuzu 29.11.2023 PDF” başlıklı Pdf formatındaki dosyanın bulunduğu, “Rekabetin Korunması Kanunu Eğitimi – Önemli” konulu e-posta iletilisinde aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

14.11.2023

“Değerli Bayilerimiz,  
Avukatlar tarafından verilecek Rekabetin Korunması Kanunu hakkındaki eğitime bayi sahipleri ve satış müdürlerinin katılması önemli ve gereklidir.  
Katılımınız için şimdiden teşekkürler”

30.11.2023

“Değerli Bayilerimiz,  
Dün gerçekleştirdiğimiz eğitime katılım sağladığınız için teşekkür ederiz.  
Ekte gönderilen katılım formuna başta siz bayi sahipleri ve eğitime katılan ekip arkadaşlarınızı işleyip ıslak imzalı olarak 8 Aralık tarihine kadar tarafımıza göndermenizi rica ederiz.  
Ayrıca ekte dün toplantıda bahsedilen sık karşılaşılabileceğiniz sorularıda içeren Bayi Ağı Rekabet Uyum Kılavuzunu bulabilirsiniz.  
İyi çalışmalar  
(.....)”

### **Tespit 13**

- (24) AGCO Genel Merkezinde yapılan yerinde incelemede elde edilen, 13.12.2023 tarihinde, AGCO Bayi Geliştirme Asistanı (.....) tarafından, AGCO Genel Müdürü (.....), AGCO Türkiye ve Orta Doğu Parça Satış Müdürü (.....), AGCO Teknik Destek ve Eğitim Müdürü (.....), AGCO Satış Müdürü (.....), AGCO çalışanı (.....), AGCO Bölge Servis Müdürü (.....), AGCO Bölge Satış Müdürleri (.....), (.....), (.....), (.....) ve (.....), AGCO çalışanı (.....), AGCO Satış Yöneticisi (.....), AGCO Bölge Satış Sorumluları (.....), (.....), (.....), (.....), (.....) ve (.....) AGCO Mali İşler Müdürü (.....) ve AGCO Saha Teknik Müdürü (.....)’a gönderilen ve bilgi kısmında AGCO Dağıtım Yönetimi Müdürü (.....) ve AGCO İşletme Analisti (.....)’nun bulunduğu, ekinde “Full Line Bayilik Sözleşme Revizesi (Asel Tarım)” ve “Bayilik Sözleşme Revizesi (Aksal Traktör)”, “Sözleşme Revizleri” konulu e-postaların bulunduğu iletide şu ifadelere yer verilmektedir:

“Sayın İlgililer,

<sup>4</sup> CANBEYLİ kurucu ortağı (.....) olduğu değerlendirilmektedir.

Rekabet kurumu kanunlarına istinaden güncellenen Bayilik sözleşmeleri tüm bayilerimize mail yolu ile iletilmiştir.

Ekte hem traktör hem de Full Line bayisine gönderdiğimiz maili görebilirsiniz.

Gönderilen tüm sözleşmelere aşağıdaki linkten ulaşabilirsiniz. 20 Aralık'a kadar sözleşmelerin tarafımıza gönderilmesi konusunda sizlerin de desteğinizi rica ederim."

#### **Tespit 14**

- (25) CANBEYLİ'de yapılan yerinde incelemede CANBEYLİ Genel Müdürü (.....)'dan elde edilen, 23.01.2024 tarihinde "(.....)" olarak kayıtlı kişiden CANBEYLİ Genel Müdürü (.....)'a gönderilen WhatsApp iletisinde aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

"Promosyon listesi

Ceyhan –osmaniye

Pasif müşteri

(.....)

Görüşülen aktif

(.....)"

#### **Tespit 15<sup>5</sup>**

- (26) CANBEYLİ'de yapılan yerinde incelemede CANBEYLİ Genel Müdürü (.....)'dan elde edilen, 13.12.2023 tarihinde AGCO Bayi Geliştirme Asistanı (.....) tarafından (.....) ve CANBEYLİ Genel Müdürü (.....)'ye gönderilen, bilgi kısmında AGCO Dağıtım Yönetimi Müdürü (.....) ile AGCO İşletme Analisti (.....)'nun bulunduğu "Full Line Bayilik Sözleşme Revizesi (Canbeyli)" konulu ve ekinde "Canbeyli Fesih Protokolü" adlı Pdf formatında bir dosyanın bulunduğu e-posta iletisinde aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

"Sayın Bayimiz,

29 Kasım 2023 tarihinde yapmış olduğumuz "Rekabetin Korunması Kanunu" Eğitiminde sizlere bahsettiğimiz üzere bayilik sözleşmelerinde güncelleme yapacağımızı duyurmuştuk. Ekte yer alan "AGCO Ön Yazı" dosyasında bayilik sözleşmelerinde yapacağımız güncellemelerin detayını görebilirsiniz.

...

Not: 20 Aralık tarihine kadar tarafımıza gönderilmesini önemle rica ederim.

..."

#### **Tespit 16**

- (27) TAŞKIN'da yapılan yerinde incelemede teşebbüs çalışanı (.....)'dan elde edilen, "(.....)" adlı Whatsapp grubunda 16.03.2022 ila 21.09.2022 tarihleri arasında yapılan yazışmalar aşağıdaki şekildedir:

16.03.2022

DÜZGÜNLER Bayi Yöneticisi (.....):

[Sahibinden.com'da bulunan PERİHANLAR TRAKTÖR'e ait (.....) TL'lik bir (.....) satış ilanı paylaşılmıştır.]

"Sayın Yöneticilerim,

Konya İsmil köyü (.....) 7345 %8 KDV dahil fuarda (.....) ₺ vermiştik bu gün teslimatımız vardı

Sağolsun bayii arkadaşım (.....) ₺ bizim yerimize vermiş

Arkadaşa Hayırlı olsun

(.....) bey şayet bu iş böyle dönüyor biz böyle bayilik yapmayı sevmezdik biz bir kasa bir masa Balie bırakalı 15 sene oldu lobat paralı benden malları iyade alın lütfen"

...

"Buyrun şimdi adama hangi dilde anlatılacak ise anlatın"

<sup>5</sup> Tespit 13'te yapılan açıklamalar ile bağlantılı olduğu değerlendirilmektedir.



AKGÜNLER Şirket Ortağı (.....):

"Benim müşterim de 2.500.000 TL fiyat aldım dedi.

Bayi ismi söylemedi.

185+KDV fiyat belirleyelim diye konuşulmuştu Adana fuarında diye hatırlıyorum.

Biz bu rakama sadık kakıyoruz."

...

AGCO Bölge Satış Müdürü (.....):

"Herkes merhabalar

Perihanlar Traktör yanlışlıkla tabla hariç ve KDV'siz fiyat koymuş.

İlanı hemen kaldırıyor.

Bu arada Konya müşterisi ile bir pazarlık ve teslimat söz konusu olmadığını ifade etti.

(.....) numaralı hattı kullanan kişi ((.....)):

"(.....) Bey merhaba müşteri beni aradı müşteriye verdiği rakam (.....) Euro artı KDV liste satış fiyatı da buydu en son (.....) Euro %8 KDV demişim adama oda (.....) Euro ya denk geliyor müşteri benden hariç başka arkadaşla görüşmüş ise bilmiyorum"

"Konya ile pazarlığımız yoktur teslimat satma söz konusu bile olamaz"

AGCO Bölge Satış Müdürü (.....):

"Sayın bayilerimiz. Çok dar bir ekibiz

Düşük ve bölge dışı teklifler hepimize ciddi zarar verecektir

Samimiyetinizi rica ederim

Saygılarımla"

AKGÜNLER Şirket Ortağı (.....):

"Sıfır makinenin internete konulması başlı balına bir yanlış zaten.

İsteyen sosyal medyada paylaşsın ama

sahibinden.com

İşin şeklini değiştiriyor"

AGCO Bölge Satış Müdürü (.....):

"(.....)

Son derece haklısın

Perihanlar bayimiz ve tüm bayilerimiz Traktör'de olduğu gibi bu hassasiyeti gösterecektir"

AKGÜNLER Şirket Ortağı (.....):

"Teşekkür ederiz."

...

AGCO Satış Yöneticisi (.....):

"Herkes merhaba

Böyle hareketli bir pazarda, bu işi yapan az sayıdaki bayimiz ve kısıtlı ürün varken müşterilerin oyununa gelmemek için kendi içimizdeki iletişimi güçlü tutmamız çok önemli"

(.....) numaralı hattı kullanan kişi ((.....)):

"Bizde aynı kanaatteyiz ama (.....) bey kestirip attı dinlemeden sormadan iletişime geçmeden"

AGCO Bölge Satış Müdürü (.....):

"Konu gerçekten çok hassas, sizlerden ricam centilmenlik çerçevesinden ayrılmadan bir çözüme ulaşmak. (.....) Bey ve benden gerekli desteği almak için çekinmeyiniz lütfen. Sürekli olarak işbirliğinizi ve anlayışınızı rica ediyorum

Saygılarımla"

20.09.2022

DÜZGÜNLER Bayi Yöneticisi (.....):

"Arkadaşlar

Hayırlı Akşamlar

Aksaray'dan (.....) balya 2 adet MF 2270 XD TP alacak

1 adet 2021 NH 1290

1 adet 2018 MF 2270 verecek  
Bir bayii arkadaşımın ismini öğrenemedim  
Öğrensem yazacaktım direk buraya takasını almam (.....)€ bırakmış  
(.....)  
Ladik / Konya  
1 adet 2270 XD TP  
1 adet 2012 NH 1290 verecek  
Bu kişiyede (.....)€ bırakmış  
Aynı şekil isim yok  
Bunu yapan arkadaşım  
Bu gün bana yarın sana çok balya biçer ve traktör olarak”

AKGÜNLER Şirket Ortağı (.....):  
“Bunun gibi işlere hiç yokmuş gibi davranmak(ölü taklidi yapmak) bence çok yanlış.  
Herkes buna bir tepki göstermeli.  
Bugün satmaya mal bulamazken bunu yapan bayi arkadaşımız yarın mal çoğaldığında kime neler yapmaz.  
Yazık...”

(.....) numaralı hattı kullanan kişi ((.....)):  
“(.....) Euro'ya bize versin niye müşteriye veriyor ki arkadaşımız biz kendi sahamıza müşterimize mal vermek için çırpınıyoruz”

MF(.....):  
“Bu olaylar bizimde canımızı yakıyor  
Ama biçare bulmamız lazım bu şekilde kendimize zarar veriyoruz”

MF (.....):  
“(.....) bizi müşteri aramış (.....)+ KDV fiyat verildi 2.eline fiyat dahi vermedik seni arayıp bilgilendirdim”

MF(.....):  
“Bize böyle bir teklif soran olmadı bunu veren arkadaş ticaretin nasıl yapıldığını bilmiyor bu konuda acil bir eylem planı hazırlamamız gerek”

MF(.....):  
“Tavsiyeniz için teşekkür ederim  
(.....) bey  
“Sizin ekibe ekipman fiyatı sorulduğunda müşterinin nereli olduğunu dikkat etmesi gerektiğini hatırlatmak isterim”

...  
21.09.2022  
AGCO Satış Yöneticisi (.....):  
“Herkes iyi akşamlar  
Dün akşam grupta yazılanlar İle ilgili gün içerisinde bir çoğunuz İle görüştük, herkestende birbirimize saygılı olmalıyız ortak fikri çıkıyor.Bu prensibi sözde bırakmayıp hayata geçirme konusunda biraz daha dikkatli olmamız gerekiyor. Unutmayalım ki rakibiniz aynı çatı altındaki komşunuz değil diğer markalardır. Siz iş ortaklarımızın birbirine gösterdiği-göstereceği saygı bizimde her zaman yakından takip ettiğimiz ve hassasiyetle önem gösterdiğimiz bir konu olduğunun altını çizmek isterim, ....”

## **Tespit 17**

- (28) AKGÜNLER'de yapılan yerinde incelemede, AKGÜNLER Şirket Ortağı (.....)'den elde edilen, AGCO Bölge Satış Sorumlusu (.....)'in “4.Bölge Bayiler”<sup>6</sup> adlı WhatsApp grubundaki 05.02.2024 tarihli mesajında aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

(.....):

<sup>6</sup> Mobil cihazda (.....) olarak kayıtlı kişiler ile (.....) numaralı GSM hatlarının kullanıcıları “4.Bölge Bayiler” isimli Whatsapp grubunun katılımcıları arasında yer almaktadır.

"Sizlerden bir ricam var.

Bu grubu şirket ile ilgili özel bilgiler için kurdum. (Zam,toplantı v.s)

Selamlaşma için siz kendi aranızda yapın lütfen

Ayrıca Rekabet Kurumu ile ilgili eğitimleri aldınız. Yazışmaları da buna göre yapmanızı rica ediyorum

Saygılarımla"

### Tespit 18

- (29) AKGÜNLER'de yapılan yerinde incelemede AKGÜNLER Şirket Ortağı (.....)'den elde edilen, AKGÜNLER Şirket Ortağı (.....) (G.A.), Nevşehir Bayisi Genel Müdürü (.....) (Y.T.)<sup>7</sup>, DÜZGÜNLER bayi yöneticisi (.....) (F.D.) ve AGCO Genel Müdürü (.....) (M.H.)'in üyesi olduğu "CRAZY DEALERS" adlı WhatsApp grubunda 30.08.2023 ila 06.12.2023 tarihleri arasında yapılan WhatsApp yazışmalarında şu ifadeler yer almaktadır:

30.08.2023

(G.A.):



(.....) abi bu kampanya şartlarını nasıl yaptın"

(Y.T.):

"başkanım bi konferans yapalım müsaitseniz"

(G.A.):

<sup>7</sup> Tektekin Otomotiv Petrol Ürünleri İnşaat Gıda Tarım Nakliyat İthalat İhracat Tic. Paz. Ltd. Şti. (TEKTEKİN) ünvanlı Massey Ferguson bayisi olduğu değerlendirilmektedir.

"Bizim de fuar var önümüzde  
Fiyatları da biraz esnettin herhalde  
Teslimat bu sene mi  
Bizim daha teslimat bekleyen müşteri var"

(Y.T.):  
"önceki konuştuğumuz gibi satışlara devam ediyodum ben  
tl bazlı"

(G.A.):  
"Sende traktör yok  
Adam hemen teslim ediyor sana mı motor gelmiyor dedirtmeyelim"

(Y.T.):  
"aynı ağızdan konuşursak müşteriye daha iyi olur bence"

(F.D.):  
"Müsait olduğum da fiyatları gönderecem"  
MASSEY FERGUSON 5711M

(.....) EURO

(.....) EURO

MASSEY FERGUSON 5S.115 D4 ESS

(.....) EURO

(.....) EURO

MASSEY FERGUSON 5S.115 D6 EX UYDULU-L8304(CM ALTI)

(.....) EURO (.....) EURO

MASSEY FERGUSON 5S.125 D6 EX. ÖN SÜS.-UYDULU-L8304(CM ALTI) (.....) EURO (.....)  
EURO

MASSEY FERGUSON 5S.135 D6 EX. ÖN SÜS.-UYDULU-L8304(CM ALTI) (.....) EURO (.....)  
EURO

MASSEY FERGUSON 6S.145 D6 EX-UYDU- ÇİFT EKTRAN

(.....) EURO (.....) EURO

MASSEY FERGUSON 7S.180 D6 EX-UYDU-ÇİFT EKTRAN

(.....) EURO (.....) EURO

MASSEY FERGUSON 8S 265 DYNA-VT

(.....) EURO (.....) EURO

MASSEY FERGUSON 8730S DYNA-VT-L8302(MT ALTI)

(.....) EURO (.....) EURO"

...

(Y.T.):  
"abi çok uygun değil mi bu fiyatlar"

...

(G.A.):  
"Fiyatları çok geri çekmişsin (.....) abi  
Rakipler mi zorladı  
2024 ü satıp geçeyim diye mi yaptın"

(Y.T.):  
Started a video call<sup>8</sup>  
"(.....)"

(G.A.):  
"Efendim başkanım"

(F.D.):  
"Gel  
aramaya gel"

<sup>8</sup> Görüntülü görüşme başlatıldığı anlaşılmaktadır.

13.09.2023

(G.A.):

[Aşağıda yer alan ekran görüntüsü paylaşılmıştır.]<sup>9</sup>

(.....TİCARİ SIR.....)

“Ben fuara bu fiyatlarla çıkıyorum”

(G.A.):

“(.....) abi

(.....)

Sizin fiyatlar nasıl şuanda”

(Y.T.):

“abi 6s (.....) satıyorum ben başka gelecek boştta kalmadı

(.....) tl (.....) tl arası”

veriyorum

tl bazlı”

(G.A.):

“(.....) abi sen bize attığın rakamlarda değişiklik yaptın mı

Aynı rakamlar mı”

(F.D.):

“(.....)

MASSEY FERGUSON 5711M

(.....) EURO

(.....) EURO

MASSEY FERGUSON 5S.115 D4 ESS

(.....) EURO

(.....) EURO

MASSEY FERGUSON 5S.115 D6 EX UYDULU-L8304(CM ALTI)

(.....) EURO (.....) EURO

MASSEY FERGUSON 5S.125 D6 EX. ÖN SÜS.-UYDULU-L8304(CM ALTI) (.....) EURO (.....) EURO

MASSEY FERGUSON 5S.135 D6 EX. ÖN SÜS.-UYDULU-L8304(CM ALTI) (.....) EURO (.....) EURO

MASSEY FERGUSON 6S.145 D6 EX-UYDU- ÇİFT EKLAN

(.....) EURO (.....) EURO

MASSEY FERGUSON 7S.180 D6 EX-UYDU-ÇİFT EKLAN

(.....) EURO (.....) EURO

MASSEY FERGUSON 8S 265 DYNA-VT

(.....) EURO (.....) EURO

MASSEY FERGUSON 8730S DYNA-VT-L8302(MT ALTI)

(.....) EURO (.....) EURO”

“Bunların üstüne %5 koydum”

(G.A.):

“Tamam abi o zaman

Aynı fiyatlara geliyoruz.”

“Sen Euro satıyorsun

<sup>9</sup> İlgili görseldeki fiyatlar ile AGCO merkez yönetimince gönderilen tavsiye fiyatı niteliğindeki fiyatlar karşılaştırıldığında bayi fiyatlarının tavsiye fiyatların üzerinde kaldığı görülmüştür. Örnekleme gerekirse, AKTİVA 7345S ve 540 oynar boğaz tablası modelinin tavsiye fiyatının (.....) € olduğu ve Tespit 18’de (Tespitte yer alan ve fuar fiyatlarına ilişkin olduğu ifade edilen tabloda) yer alan tabloda bu ürüne ilişkin fiyatın (.....) € olduğu görülmektedir.

Ben TL”

...

11.10.2023

(F.D.)

“(.....) bu liste devam ediyormu”

(G.A.):

“Ediyor abi”

“Hatta kur 29u geçince

5700ve 5S (.....)

6S ve üstünü (.....)yükselttik”

(Y.T.):

“sende durum be başkanım

fiyatlar”

(F.D.):

“Aynı

Yeterki alan olsun”

06.12.2023

...

(M.H.):

“Ben gruptan çıkayım”

(G.A.):

“Tehlikeli şeyler konuşmaya başladık.”

(M.H.):

“Fiyat vs yazışıyorsanız benim burada olmam yanlış.”

(G.A.):

“Yazmayız müdürüm

Sıkıntı yok”

(M.H.):

“Rekabet hukukuna ters şeyler”

“Yazmak değil paylaşmak da yanlış”

(Y.T.):

“hemen siliyoruz

müdürüm

unuttum sizi valla”

(G.A.):

“(.....) diyorlar

Son kez”

(M.H.):

“Yazıp silmeniz de hata

Yanlış anlamayın lütfen. Siz rahatınıza bakın. Behlül kaçır”

### I.3. İlgili Pazar

#### I.3.1.Sektöre İlişkin Bilgiler<sup>10</sup>

- (30) Gıda güvenliğinin sağlanması, tarım alanlarının etkili ve verimli şekilde kullanılması ve tarım politikaların sürdürülebilir olması ülkelerin öncelikli hedefleri arasında yer almaktadır. Tarımsal üretimini geliştirmeyi hedefleyen ülkeler bakımından tarım makineleri sektöründeki talep, nüfusun hızla artması gibi nedenlerle giderek artış göstermektedir. Türkiye'nin coğrafi bölgeleri dikkate alındığında, ülkemizin tarıma elverişli birçok alana sahip olduğu görülmektedir. Geniş bir ürün yelpazesinde ürün

<sup>10</sup> Sektöre ilişkin bilgiler taraflardan ve TARMAKBİR'den gelen cevabi yazılardan ve çeşitli sektör raporlarından yararlanmak suretiyle hazırlanmıştır.

yetiştirilmesine imkan veren iklim ve ekolojik özellikleriyle tarımsal üretim açısından avantajlı olan Türkiye, 2020 yılı verileriyle tarımsal ekonomide Avrupa'da birinci ve dünyada onuncu sırada yer almaktadır. Türk tarım makineleri endüstrisi, Türkiye ekonomisine paralel olarak büyümekte, üretim standartlarının yanında ürün çeşitliliğini ve kalitesini de geliştirmektedir. Bu gelişime bağlı olarak sektördeki firmaların sayısı artmakta ve sektörün marka değeri yükselmektedir.

- (31) Kendi yürür biçerdöver; küçük daneli ürünler (buğday, arpa, çeltik, pirinç, mısır), baklagiller (fasulye, bezelye), yağlı tohumlar (açıçığı, kolza) gibi tarımsal ürünlerin toplanması ve danelerin sap, saman ve benzeri tarımsal ürünlerden ayrılması işleminde kullanılan bir hasat-harman makinesidir. Biçerdöver, ürünün biçilmesini ve toplanmasını sağlayan tabla, daneyi saptan ayıran batör ve ayırma organları, temiz bir ürün elde etmek amacıyla istenmeyen parçaların uzaklaştırılmasını sağlayan bir temizleme sistemi, ürünün depolanmasını sağlayan bir dane deposu, bir motor ve tahrik sistemi, tüm ana fonksiyonları ayarlamayı ve tüm sistemleri kontrol etmeyi olanaklı kılan bir elektrik sistemi ve bir operatör kabininden oluşur.
- (32) Biçerdöverde segmentasyon sarsak<sup>11</sup> adı verilen eleme grubunun sayısına göre yapılmaktadır. Sarsak sayısının yanı sıra batör sayısı (tek/çift), beygir gücü, tabla genişliği de biçerdöverlerin sınıflandırılmasında önem arz etmektedir. Sarsak, biçerdöverin biçtiği bitkiyi tanelerinden ayırmaktadır. Sarsak sayısı arttıkça biçerdöverin işleme kapasitesi de artmaktadır. Türkiye'de kullanıcı tercihleri itibarıyla biçerdöver segmentasyonu 5 veya 6 sarsaklı olmak üzere iki tipten oluşmaktadır. Daha büyük alanı daha kısa sürede hasat etmek istediğinde 6, daha küçük alanı hasat etmek için ise 5 sarsaklı biçerdöver tercih olunmaktadır. Diğer bir ifadeyle, biçerdöverin iş kapasitesi sarsak sayısına göre belirlenmektedir. Sarsak sayısı arttıkça beygir gücü, depolama alanı ve tabla sayısı dâhil pek çok unsur büyümektedir. Diğer yandan hasat edilecek ürüne göre farklı ekipmanlar biçerdöverlere monte edilebilmektedir (lastik yerine palet kullanımı, farklı tabla kullanımı gibi).
- (33) Biçerdöver satışlarında başlıca kanallar peşin satış, banka kredili satış ve finansal kiralama olarak üçe ayrılmaktadır. Karayolları Trafik Kanunu'nun 22. maddesinin (c) bendinin 2 numaralı alt bendi uyarınca iş makinesi türünden araçların tescilleri; "Özel veya tüzelkişilere ait olanlardan; tarım kesiminde kullanılanlar ziraat odalarınınca, tarım kesiminde kullanılanların dışında kalan ve sanayi, bayındırlık ve diğer kesimlerde kullanılanların tescilleri, üyesi oldukları ticaret, sanayi veya ticaret ve sanayi odalarınınca, (...)" gerçekleştirilmektedir.
- (34) Öte yandan, diğer birçok tarım makinesinden farklı olarak özellikle biçerdöverler ve pamuk hasat makineleri kişisel ihtiyaçlardan ziyade, kiralama/ortak makine kullanımı kapsamında tarım makineleri müteahhitleri<sup>12</sup> ve ortak makine kullanımı yaptıran odalar ve çiftçi örgütleri tarafından satın alınmaktadır.
- (35) Biçerdöver satışı bakımından ana segmentasyon, "250 Beygir Gücü Altı" ve "250 Beygir Gücü Üstü" olmak üzere yapılmaktadır. Diğer taraftan, ilgili biçerdöverlerin

<sup>11</sup> Sarsak; ayırma ünitesi olup, makinenin arka tarafında bulunmaktadır. Ön tablada biçilerek, batör-kontrbatörde taneleri %90 ayrılarak gelen sap-tane karışımı, sarsak üstü karıştırıcıların etkisi ve sarsağın hareketi ile arkaya doğru ilerlerken daneler sarsak altında yer alan eleğe düşmektedir. Taneden ayrılan sap, sarsaklar boyunca ilerleyerek biçerdöver arkasından tarlaya atılmaktadır.

<sup>12</sup> Taraflardan gelen cevabi yazılarda son kullanıcıların %70'inin müteahhitlerden oluştuğu ifade edilmektedir. Ayrıca biçerdöver pazarının önemli bir diğer özelliği de bayiler dışında birçok galericinin ve firmanın da bu sektörde alım satım yapmasıdır. Genelde bu işi yapan firmaların Kırşehir, Kırıkkale, Yozgat, Aksaray gibi bölgelerde yerleşik olduğu, ağırlıklı olarak da New Holland marka biçerdöver alım-satımını yaptığı ifade edilmektedir.

önünde bulunan biçme tablasının biçilecek hububata göre farklılaştırılması ve opsiyona bağlı olmak suretiyle müşteriler tarafından satın alınabilmesi de mümkündür. Ek olarak, aynı tabla üzerinde revizyon yapıp eklentiler uygulanması suretiyle, ayçiçeği ve kanola hasadının da yapılması mümkündür. Öte yandan, mısır tablası ise ayrı bir tabladır. Buna ek olarak, biçerdöverlerin kullanımına göre Türkiye'yi üç farklı gruba ayırmak da mümkündür:

1.Grup: Güneydoğu Anadolu ve İç Anadolu bölgesinin kuzey kısımlarında (Yozgat, Kırşehir, Sivas vb.) biçerdöverle patoz bağlayarak sap ve saman karşılığı biçim yapan müteahhitler.

2.Grup: İç Anadolu bölgesinin güney kısmında (Konya, Karaman, Eskişehir vb.) patozsuz biçim yapan bireysel müşteriler ve müteahhitler.

3.Grup: Marmara ve Karadeniz bölgelerinde patozsuz biçim yapan ve çeltik biçimi de yapabilen müşteriler ve müteahhitler.

- (36) Ülkemizde sektörün ihtiyaç duyduğu tarımsal mekanizasyon araçlarının tamamına yakını üretilmemiştir. Bununla birlikte; (i) satış adetleri bakımından üretimi rasyonel olmayacak ürünler (ölçek ekonomisi, marka tanınırlığı), (ii) çok büyük tarımsal arazilere ve işletmelere uygun kapasitede traktörle çekilir veya kendi yürür makineler (özellikle biçerdöver, pamuk hasat makineleri gibi kendi yürür hasat makineleri, (iii) çok yüksek seviyede mühendislik içeren makineler (özellikle mühendislik bilgi, teknoloji ve alt yapı gereklilikleri gibi istisnai durumların söz konusu olduğu akıllı tarım ekipmanı niteliğindeki ürünler) çok düşük bir seviyede imal edilmekte, ihtiyaçlar genel olarak ithalat yoluyla sağlanmaktadır. Bu türden tarım makinelerinden biri de biçerdöverlerdir. Biçerdöverler sıfır ve ikinci el olarak ülkemize ithal edilmekte ve piyasaya sunulmaktadır.<sup>13</sup> Genellikle ithal edilen ürünler bayiler aracılığıyla nihai tüketiciye ulaştırılmaktadır.
- (37) Ülkemizde biçerdöver endüstrisinde yaklaşık yedi farklı firmanın çeşitli markaları temsil ettiği bilinmektedir. Esas olarak bu yedi firma ithalatçı vasfıyla sektörde yer almaktadır. Türkiye'de geçmişte biçerdöver üretimi yapılmış olsa da günümüzde sektör büyük ölçüde ithalata dayalıdır. Bununla beraber biçerdöver tavsiye satış fiyatları avro olarak açıklanmakta ve biçerdöverler avro üzerinden satılmaktadır. Bunun esas sebebi ise Türkiye'de satılan biçerdöverlerin tamamının ithal edilmesidir. Türkiye'de biçerdöver sektöründe belirli bir ölçeğin üzerinde faaliyet gösteren oyuncular ve markaları aşağıdaki gibidir:

Tablo 1: Türkiye'de Biçerdöver Sektöründe Yer Alan İthalatçı Firmalar ve Markaları

İthalatçı Firmalar ve Markaları
AGCO ( <i>Massey Ferguson</i> )
Asko İş ve Tarım Mak. San. Tic. AŞ ( <i>Claas</i> )
HARMAN ( <i>New Holland</i> )
IPSO ( <i>John Deere, Mc Cormick</i> )
KUTLUCAN ( <i>Fendt</i> )
SDF ( <i>Deutz-Fahr</i> ) <sup>14</sup>

<sup>13</sup> İkinci el ithalatlar, son kullanıcıların başvurusuna istinaden T.C. Ticaret Bakanlığının izni ile belirli yaş sınırları içinde yapılmaktadır.

<sup>14</sup> TARMAKBİR tarafından gönderilen cevabi yazıda 2021 yılı sonu itibarıyla Bandırma'da faaliyet gösteren (.....) tarafından %(.....) seviyelerinde yerli katkı payıyla biçerdöver (montaja dayalı) üretiminin başlamış olduğu ancak (.....) yılında geçici olarak üretime ara verildiği, üretimin (.....) yılında inşaatına başlanacak yeni üretim tesisinde yeniden devam etmesinin söz konusu olduğu belirtilmektedir.



TÜRK TRAKTÖR ( <i>New Holland</i> ) <sup>15</sup>
Kaynak: TARKMAKBİR'den gelen cevabi yazı

- (38) Biçerdöverlere ilişkin trafik tescil kayıtları, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından paylaşılmadığı ve biçerdövere plaka çıkarılmadığı için söz konusu teşebbüslerin pazar paylarına ilişkin resmi veri bulunmamaktadır. Buna karşılık biçerdöver ithalat rakamları Avrupa'da üretici teşebbüsler ile paylaşılmaktadır. Taraflardan gelen cevabi yazılarda özetle, marka bazında pazar payı bilgisine sahip olunmasa da New Holland markasının pazardaki en önemli oyuncu olduğu belirtilmektedir. Ek olarak, biçerdöver pazarının %90'a varan önemli kısmının 200-250 hp arasında güce sahip makinelerden müteşekkil olduğu da ifade edilmektedir. Aşağıda biçerdöver satışı gerçekleştiren teşebbüslerin ve dolayısıyla biçerdöver markalarının pazar payı ve satış adedi bilgilerine yer verilmektedir:

Tablo 2: Biçerdöver Pazarında Yer Alan Teşebbüslerin Tahmini Satış Adetleri ve Pazar Payları

YIL	TEŞEBBÜS	ADET	PAZAR PAYI (%)
2021	TÜRK TRAKTÖR- New Holland	(.....)	(.....)
	HARMAN- New Holland	(.....)	(.....)
	AGCO- Massey Ferguson	(.....)	(.....)
	BAŞAK- Claas	(.....)	(.....)
	SDF- Deutz-Fahr	(.....)	(.....)
	KUTLUCAN- Fendt	(.....)	(.....)
	IPSO- John Deere	(.....)	(.....)
TOPLAM		(.....)	100,00
2022	TÜRK TRAKTÖR- New Holland	(.....)	(.....)
	HARMAN- New Holland	(.....)	(.....)
	AGCO- Massey Ferguson	(.....)	(.....)
	SDF- Deutz-Fahr	(.....)	(.....)
	BAŞAK- Claas	(.....)	(.....)
	KUTLUCAN- Fendt	(.....)	(.....)
	IPSO- John Deere	(.....)	(.....)
TOPLAM		(.....)	100,00
2023	TÜRK TRAKTÖR- New Holland	(.....)	(.....)
	HARMAN- New Holland	(.....)	(.....)
	AGCO- Massey Ferguson	(.....)	(.....)
	SDF- Deutz-Fahr	(.....)	(.....)
	BAŞAK- Claas	(.....)	(.....)
	KUTLUCAN- Fendt	(.....)	(.....)
	IPSO- John Deere	(.....)	(.....)
TOPLAM		(.....)	100,00

Kaynak: Teşebbüslerden gelen cevabi yazılar.

- (39) TÜİK tarafından resmi internet sitesinde yayımlanan kamuya açık bilgilere göre Türkiye'deki biçerdöver parkındaki araç sayısı yaklaşık olarak 21.000 adettir<sup>16</sup>. Ayrıca Türkiye'de satışı yapılan biçerdöver sayısının yıllık 500-1.000 adet civarında olduğu tahmin edilmektedir.<sup>17</sup> Aşağıda Türkiye'de 2018 ve 2023 yılları arasında yaş gruplarına göre biçerdöver sayısına ilişkin tabloya yer verilmektedir:

<sup>15</sup> New Holland markasının dağıtımı, TÜRK TRAKTÖR ve HARMAN olmak üzere iki yetkili ithalatçı tarafından yapılmaktadır.

<sup>16</sup> <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=tarim-111&dil=1>, Erişim Tarihi: 20.03.2024

<sup>17</sup> TARKMAKBİR tarafından hazırlanan 2022 tarihli Tarım ve Makine Sanayi Etkileşimi Raporu, s. 173

Tablo 3: Türkiye'de Yıllara ve Yaş Gruplarına Göre Biçerdöver Sayısı

YIL	TOPLAM	YAŞ GRUBU			
		0-5	6-10	11-20	21+
2018	17.266	4.207	3.924	3.969	5.166
2019	17.190	4.097	4.049	4.033	5.011
2020	17.793	4.335	4.323	4.161	4.974
2021	19.274	4.682	4.868	4.539	5.185
2022	20.271	4.911	5.133	4.712	5.515
2023	20.786	5.182	5.268	4.786	5.550

Kaynak: T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı

- (40) Ayrıca belirtmek gerekir ki tarımda ileri ülkelerde biçerdöverlerin yıllık çalışma saati ortalama 300-350 saat civarındadır; buna bağlı olarak da ömürleri 9-10 yıldır. Türkiye'de ise biçerdöverler daha çok müteahhitler tarafından bölgeden bölgeye gezerek ve birden fazla ürünün hasadında kullanıldığından, yıllık çalışma süreleri uzamakta, buna karşılık mekanik ömürleri kısalmaktadır. Biçerdöverlerin yıllık kullanım süreleri ortalama 1.200 saat kadar olmakta, dolayısıyla mekanik ömürleri 3-4 yıl içinde dolmaktadır. Bu sebepten de mevcut biçerdöver parkının yaklaşık %80'i mekanik ömürleri dolmuş biçerdöverlerden oluşmaktadır.

### I.3.2. İlgili Ürün Pazarı

- (41) Tarım makineleri genel olarak "kendi yürür makineler" ve "traktöre bağlı makineler" olarak ikiye ayrılmaktadır. Birinci gruptakilerin hareketini sağlayan motorları bulunmaktadır. İkinci gruptakiler ise gücünü traktörden almaktadır. Dosya konusu biçerdöverler kendi yürür makineler sınıfında yer almaktadır. Söz konusu makine grubu hasadını yaptıkları ürünlere has özel fonksiyonlarla donatılmış olduğundan ikameleri bulunmamaktadır. Bu sebeple dosya kapsamında ilgili ürün pazarı "biçerdöver pazarı"<sup>18</sup> olarak belirlenebilecektir.
- (42) Öte yandan İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz'un 20. paragrafında; "...İnceleme konusu işlem, gerek ürün gerekse de coğrafi açıdan olası alternatif pazar tanımları çerçevesinde rekabet açısından endişeler yaratmıyor ya da alternatif tüm tanımlar açısından rekabeti bozucu bir etki söz konusu oluyorsa pazar tanımı yapılmayabilir" ifadesine yer verilmiştir. Mevcut dosyada da ulaşılabilecek sonucu etkilemeyeceğinden ilgili ürün pazarı tanımı yapılmasına gerek görülmemiştir.

### I.3.3. İlgili Coğrafi Pazar

- (43) İlgili ürün pazarını oluşturan ürünlerin ülke içinde rekabet şartlarının bölgesel olarak farklılaşmasına neden olacak bir unsurun bulunmaması nedeniyle ilgili coğrafi pazarın "Türkiye" olarak tanımlanabilmesi mümkündür. Öte yandan, İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz'un 20. paragrafından hareketle, dosyada ulaşılabilecek sonucu etkilemeyeceğinden ilgili coğrafi pazar tanımı yapılmamıştır.

## I.4. Değerlendirme

### I.4.1. 4054 Sayılı Kanun'un 4. Maddesi Kapsamında Değerlendirme

- (44) Dosya konusunu oluşturan hususlar temel olarak; AGCO tarafından bayilerinin bölge dışına gerçekleştirecekleri pasif satışlarının ve internet satışlarının kısıtlanması, biçerdöverlerin yeniden satış fiyatının belirlenmesi veya bayiler arasında fiyat anlaşması yapılması ve bayiler arasında rekabete duyarlı bilgi değişimi yapılması

<sup>18</sup> 21.08.2007 tarihli ve 07-65/803-298 sayılı; 11.09.2008 tarihli ve 08-52/789-318 sayılı Kurul kararları.

iddialarından oluşmaktadır. Ayrıca AGCO'nun bayilik sözleşmeleri incelendiğinde, sözleşmelerde rekabet etmeme yükümlülüğünün bulunduğu görülmektedir. Söz konusu hususlar 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında ele alınmaktadır.

- (45) 4054 sayılı Kanun'un "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar" başlıklı 4. maddesinin ilk fıkrasında; *"Belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemleri hukuka aykırı ve yasaktır."* hükmü yer almaktadır.
- (46) Söz konusu hükmün temel amacı, her bir teşebbüsün kendi ticari politikalarını ve piyasadaki faaliyetlerini tek başına, bağımsız olarak belirlemesidir. Rekabeti bozucu nitelikteki anlaşmaların varlığı halinde, teşebbüslerin bağımsız davranışlarının yerini, anlaşma taraflarının ortak çıkarlarına hizmet eden koordineli davranışlar almaktadır. Bu tür anlaşmalar, serbest piyasa ekonomisinden elde edilmesi beklenen faydaları azaltarak kaynakların etkinsiz kullanılmasına ve serbest piyasa sisteminin sağladığı refahın piyasadaki aktörlere hak etmedikleri oranda dağılmasına yol açmaktadır.
- (47) 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi incelendiğinde, teşebbüsler arasında gerçekleştirilen ve amacı veya etkisi yahut potansiyel etkisi itibarıyla rekabeti sınırlayıcı nitelik taşıyan her türlü anlaşma, uyumlu eylem ve teşebbüs birliği kararının yasaklandığı görülmektedir. 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin gerekçesinde; *"Bu Kanunun amacı rekabetin korunması olduğuna göre, rekabeti engelleyici, kısıtlayıcı veya bozucu teşebbüsler arası anlaşma ve uygulamaların yasaklanması gerekir. Maddenin amacı bakımından anlaşma, hukuki şekil şartlarına uymasa bile tarafların kendilerini bağlı hissettikleri her türlü uzlaşma ya da uyuşma anlamında kullanılmıştır. Anlaşmanın yazılı veya sözlü olmasının önemi yoktur."* denilmek suretiyle, rekabet hukukunda "anlaşma" kavramının borçlar hukukundaki "sözleşme" kavramından daha geniş bir kavram olduğuna dikkat çekilmekte ve bağlayıcı olma, yazılı şekil, yükümlülüklerin ifa edilmemesi halinde uygulanacak yaptırımın düzenlenmesi yahut yürürlük koşulları gibi herhangi bir şekil şartı aranmamaktadır. 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi anlamında bir anlaşmanın varlığı için teşebbüsler arasında aynı yönde bir irade uyuşmasının ya da mutabakatın bulunması yeterlidir.
- (48) Söz konusu madde, aynı seviyede faaliyet gösteren rakip teşebbüsler arasındaki rekabeti sınırlayıcı anlaşmaları (yatay anlaşmalar) kapsadığı gibi rakip olmayan, başka bir ifadeyle arz zincirinin farklı seviyelerinde yer alan teşebbüsler arasındaki anlaşmaları (dikey anlaşmalar) da kapsamaktadır.
- (49) BU bağlamda yatay ya da dikey nitelikte olsun, birlikte fiyat tespiti, pazar ve müşteri paylaşımı ile arzın kontrolüne ilişkin anlaşmaların rekabeti kısıtlama amacının ilk bakışta görülebilecek kadar açık olduğu kabul edilmekte ve bu türden anlaşmaların genel olarak amaç bakımından rekabeti kısıtlayıcı olduğu değerlendirilmektedir. Rekabeti kısıtlama amacı bulunan bir anlaşma doğası gereği 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında ihlal teşkil ettiğinden söz konusu anlaşmanın pazardaki fiili veya potansiyel etkilerinin incelenmesine gerek bulunmamaktadır.
- (50) 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine ilişkin bu genel açıklamaların akabinde dosya kapsamında söz konusu olan iddialarla ilgili değerlendirmelere devam eden bölümlerde yer verilmektedir.

#### I.4.1.1. Pasif Satışların Kısıtlanması İddiası Bakımından Değerlendirme

- (51) Pasif satışların kısıtlanması kapsamındaki iddialar, AGCO tarafından bayilerinin bölge dışına gerçekleştirecekleri pasif satışların ve internet satışı niteliğindeki pasif satışlarının kısıtlanması suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlal edildiği yönündedir. Söz konusu iddialara ilişkin değerlendirmelere geçmeden önce, AGCO ile bayileri arasındaki anlaşmaların niteliğinin ve bu anlaşmalara uygulanacak ikinci mevzuatın ortaya konulması gerekmektedir.
- (52) AGCO ve bayileri üretim veya dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren teşebbüsler olup aralarındaki bayilik anlaşması dikey anlaşma niteliği taşımaktadır. Bu çerçevede, öncelikle sözleşme konusu malların alımı, satımı ile ilgili bayilik sözleşmelerinin 2017/3 sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği kapsamında olup olmadığı değerlendirilmiştir. AGCO bayilik sözleşmelerinin kapsamı genel olarak traktörlere ve biçerdöverlere ilişkindir. 2017/3 Sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin Açıklanmasına Dair Kılavuz'un Tanımlar başlıklı maddesinin (h) bendinde *"...Ancak bu nitelikteki parçalar arasında olan yağ ve boya gibi ürünler bir motorlu taşıtın parçalarını değiştirmek amacıyla taşıtın içine veya üzerine uygulanabildikleri gibi, Tebliğ kapsamında motorlu taşıt olarak kabul edilmeyen motosiklet, traktör gibi taşıt tiplerine de uygulanabilmekte ya da inşaat gibi tamamen farklı alanlarda da kullanılabilir..."* ifadesi yer almaktadır. Karayolları Trafik Kanunu'nun 'Tanımlar' başlıklı 3. maddesinde *"Lastik tekerlekli traktör: Belirli şartlarda römork ve yarı römork çekebilen, ancak ticari amaçla taşımada kullanılmayan tarım araçlarıdır."* ve *"Araç: Karayolunda kullanılabilen motorlu, motorsuz ve özel amaçlı taşıtlar ile iş makineleri ve lastik tekerlekli traktörlerin genel adıdır."* tanımları bulunmaktadır. Söz konusu hususlar birlikte değerlendirildiğinde traktörlerin, biçerdöverlerin ve diğer tarım araçlarının 2017/3 sayılı Tebliğ kapsamında olmadığı, dolayısıyla 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında incelenmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.
- (53) 2002/2 sayılı Tebliğ'in 2. maddesine göre dikey anlaşmalar *"Tebliğde belirtilen koşulları taşıması kaydıyla, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesindeki yasaklamadan Kanunun 5 inci maddesinin üçüncü fıkrasına dayanılarak grup olarak muaf"* tutulmuştur. Dikey anlaşmaların, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi hükümlerinin uygulanmasından grup olarak muaf tutulabilmesi için 2002/2 sayılı Tebliğ'in *"Kapsam"* başlıklı 2. maddesinde yer alan *"sağlayıcının dikey anlaşma konusu mal ve hizmetleri sağladığı ilgili pazardaki pazar payının %30'u aşmaması"* koşulunu taşıması gerekmektedir. Dosya kapsamında pazar payına ilişkin veriler incelendiğinde, AGCO'nun Türkiye'de biçerdöver satışı pazarında sahip olduğu pazar payının 2021, 2022 ve 2023 yıllarında sırasıyla *%(.....)*, *%(.....)* ve *%(.....)* olarak gerçekleştiği görülmektedir.<sup>19</sup> Dolayısıyla pazar payı itibarıyla AGCO ve bayileri arasındaki anlaşmanın 2002/2 sayılı Tebliğ'in kapsamında olduğu anlaşılmaktadır.
- (54) 2002/2 sayılı Tebliğ'in *"Anlaşmaları Grup Muafiyeti Kapsamı Dışına Çıkaran Sınırlamalar"* başlıklı 4. maddesi, *"Aşağıda sayılan, rekabeti doğrudan veya dolaylı olarak engelleme amacı taşıyan sınırlamaları içeren dikey anlaşmalar bu Tebliğ ile tanınan muafiyetten yararlanamaz"* hükmünü içermektedir. Dolayısıyla söz konusu maddede sayılan kısıtlamaları içermeyen dikey anlaşmalar grup muafiyetinden yararlanabilmektedir. Anılan maddenin birinci fıkrasının (b) bendine göre;

<sup>19</sup> Pazar payına ilişkin tahmini verilere Tablo 2'de yer verilmektedir.

- Alıcının müşterilerince yapılacak satışları kapsamaması kaydıyla, sağlayıcı tarafından kendisine veya bir alıcıya tahsis edilmiş münhasır bir bölgeye ya da münhasır müşteri grubuna yapılacak aktif satışların kısıtlanması,
- Toptancı seviyesinde faaliyet gösteren alıcının son kullanıcılara yönelik satışlarının kısıtlanması,
- Bir seçici dağıtım sistemi üyelerinin yetkili olmayan dağıtıcılara satış yapmalarının kısıtlanması,
- Birleştirilmek amacıyla tedarik edilen parçaların söz konusu olması halinde, alıcının bunları üretici konumundaki sağlayıcının rakiplerine satmasının kısıtlanması

halleri dışında, alıcının sözleşme konusu mal veya hizmetleri satacağı bölge veya müşterilere ilişkin kısıtlamalar getirilmesi anlaşmaları grup muafiyetinin kapsamından çıkarmaktadır.

- (55) Söz konusu, Tebliğ hükmü çerçevesinde, dikey ilişki tarafları arasında münhasırlık yaratılan durumlarda müşteri ve bölge kısıtlamasına aktif satışlar yönünden gidilebilecektir. Bununla birlikte, pasif satışların kısıtlanması hiçbir durumda mümkün olmamaktadır. Kılavuz'un 24. paragrafında; başka bir alıcının bölgesindeki veya müşteri grubundaki müşterilerden gelen ve alıcının aktif çabaları neticesi olmayan talepleri karşılamanın, alıcı malın teslimatını müşterinin adresine götürerek yapsa dahi, "pasif satış" olarak nitelendirileceği belirtilmektedir. Münhasırlık kurulmuş olsa bile pasif satışlar açısından herhangi bir kısıt getirilememektedir. Aksi durumda, getirilecek bu kısıtlama dikey anlaşmayı veya uygulamayı 2002/2 sayılı Tebliğ'in kapsamının dışına çıkaracaktır.
- (56) Kurulun 3M kararında<sup>20</sup> konunun önemine şu şekilde değinilmektedir: "*Yeniden satış fiyatlarının tespiti kadar önemli olan bir diğer husus da, bölge ya da müşteriler itibarıyla pazar paylaşımıdır. Münhasır dikey anlaşmalardan beklenen faydanın sağlanması açısından her bir bayiye belli bir bölge/müşteri grubu tahsis edilerek dağıtım ağı içerisinde yer alan başka bir bayinin münhasır bölgesine/müşteri grubuna aktif olarak satış yapması yasaklanabilmektedir. Ancak, bayinin bölgesi/müşteri grubu dışındaki müşterilerden gelen talepler doğrultusunda satış yapmasının (pasif satış) yasaklanması ya da kendi yetki bölgesinde satacağı kişilerin olası yeniden satışlarına ilişkin sınırlamalar getirilmesi rekabetin gereğinden fazla sınırlandırılması sonucunu doğuracağından, yeniden satışlar üzerine bu yönde bir sınırlama getirilmesi 4054 sayılı Kanun'a ve 2002/2 sayılı Tebliğ'e aykırılık teşkil etmektedir.*"
- (57) 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesine ve Kılavuz'un ilgili bölümlerine göre münhasırlık içeren müşteri ve bölge kısıtlamaları grup muafiyeti kapsamında değerlendirilebilecekken münhasırlık içermeyen bölge ve müşteri kısıtlamasına yönelik dikey anlaşma ve uygulamalar, teşebbüsün pazar payı %30'un altında kalsa da 2002/2 sayılı Tebliğ'in kapsamı dışında kalacaktır. Nitekim Kurulun geçmiş tarihli kararlarında da münhasırlığın sözleşmeler ve çeşitli uygulamalar ile ortadan kalktığı durumda, aktif satış yasağının 2002/2 sayılı Tebliğ'in dışında kaldığına yönelik değerlendirmelerde bulunulmuştur.<sup>21</sup>
- (58) Bu teorik açıklamalar ışığında somut olayın değerlendirilmesi noktasında, öncelikle AGCO'nun bayilik sözleşmesinin münhasırlığa ilişkin hükümlerinin incelenmesi gerekmektedir. Zira değerlendirmede önemli olan husus, satıcının bayilerine

<sup>20</sup> 09.06.2016 tarihli ve 16-20/340-155 sayılı 3M kararı.

<sup>21</sup> 08.03.2007 tarihli ve 07-19/185-59 sayılı ABS Kararı; 19.10.2006 tarihli ve 06-77/992-287 sayılı Çimentoş kararı.

münhasırlık tanıyıp tanımadığıdır. AGCO'nun 15.12.2023 tarihli bayilik sözleşmesi aşağıdaki hükümleri içermektedir:

(.....TİCARİ SIR.....)

- (59) 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliğinin Açıklanmasına Dair Kılavuz'un (Kılavuz) 30. paragrafında; alıcıların satış yaptığı bölge veya müşteri grubunun münhasır olarak değerlendirilebilmesi için, o bölge veya müşteri grubuna sadece tek bir alıcının veya sadece sağlayıcının kendisinin aktif olarak satış yapıyor olması gerektiği belirtilmektedir. Zira belli bir bölgeye veya müşteri grubuna aktif olarak satış yapan teşebbüs sayısı iki veya daha fazla ise artık o bölge veya müşteri grubu için münhasırlıktan bahsedilemeyecektir. Münhasır olmayan bölgeye veya müşteri grubuna herhangi bir alıcı dilediği gibi aktif satış yapabilecektir. AGCO'nun bayilik sözleşmesi incelendiğinde, AGCO tarafından bayilere münhasır bölge tahsis edildiği görülmektedir. Dolayısıyla, AGCO'nun bayilerinin bir başka bayinin bölgesine yapacağı aktif satışlara ilişkin kısıtlama getirmesinin ilgili mevzuat kapsamında mümkün olduğu açıktır. Bununla birlikte, bayilerin bölgeleri dışına yapacağı pasif satışların kısıtlanması anlaşmaları grup muafiyeti kapsamı dışına çıkarmaktadır.
- (60) Rekabet hukukunda pasif satışların kısıtlanması kapsamında değinilmesi gereken bir diğer konu da internet üzerinden gerçekleştirilen satışlardır. İnternetin yeni bir dağıtım kanalı olarak gelişmesi bir yandan tüketicilere kolaylıkla geniş bir bilgi setine ulaşma, fiyatları karşılaştırma, daha fazla ürüne ve satıcıya erişme fırsatı sağlarken diğer yandan da üreticilere daha geniş coğrafyaya daha düşük maliyetle ürün pazarlama imkânı da tanımaktadır. İnternet üzerinden yapılan satışlar, tüketicilerin arama maliyetinin ve işletmelerin dağıtım maliyetinin azalması, işletmelere daha geniş coğrafyaya ve daha fazla tüketiciye ulaşma imkânı sunması ve yeni iş modelleri yaratması nedeniyle dünyada ve ülkemizde giderek yaygınlaşmıştır.
- (61) Ülkemiz rekabet hukuku mevzuatında internet üzerinden yapılan satışlar pasif satış olarak değerlendirilmektedir. Kılavuz'un 25. paragrafında, *"bir sağlayıcının, dağıtıcıların/bayilerin/alıcıların kendi internet siteleri üzerinden satış yapmalarını kısıtlaması bir tür pasif satış kısıtlaması niteliğindedir."* ifadesi yer almaktadır. Böylece yetkili dağıtıcıların internet üzerinden satış yapmasının yasaklanması pasif satış olarak nitelendirilmekte ve ilgili anlaşmayı grup muafiyetinin kapsamı dışına çıkaran bir kısıtlama oluşturmaktadır.
- (62) Bununla birlikte sağlayıcının, satış kanalı olarak internetin kullanımına yönelik olarak bazı koşullar öngörmesi mümkündür. Örneğin sağlayıcı, ürünlerinin satışa sunulduğu internet sitesine yönelik kalite koşulları getirebilecek, internetten alışveriş yapan tüketicilere belli hizmetlerin sunulması şartını öngörebilecektir. Özellikle seçici dağıtım sisteminde sağlayıcı, dağıtıcıların en az bir fiziki satış noktasına da sahip olmalarına ilişkin bir yükümlülük getirebilecektir. Ancak bu koşulun amacı, sadece internet üzerinden satış yapan oyuncuları (*pure player*) pazarın dışına itmek veya bu oyuncuların satışlarını kısıtlamak olmamalıdır. İnternet satışlarına getirilebilecek koşulların amacı doğrudan veya dolaylı olarak dağıtıcının internet satışlarını engellemek olmamalıdır. Öyle ki, internet satışlarına getirilen koşulların gerekçesi, dağıtımın niteliğini ve kalitesini, marka imajını ve/veya potansiyel etkinliği artırıcı vb. unsurlar bakımından objektif olarak somut, makul ve kabul edilebilir olmalıdır.

- (63) Bu çerçevede, sağlayıcı, alıcının sadece belirli standartları ve koşulları karşılayan “satış platformları/pazar yerleri” üzerinden satış yapmasını isteyebilecektir. Ancak getirilen bu kısıtlamanın amacı, dağıtıcının internet üzerinden satışını ve fiyat rekabetini engellemek olmamalıdır. Bunun gibi nesnel, tek tip ve ürünün kendine has nitelikleri doğrultusunda şartlar ve gerekçeler öne sürmeden genel olarak platformlardan satışın yasaklanması ihlal olarak değerlendirilebilecektir.
- (64) İlgili mevzuatın yanı sıra Kurul içtihadında da internet satışlarına ilişkin kesin ve genel bir yasaklamanın, marka içi rekabeti kısıtladığı ve pasif satışların engellenmesi bağlamında ağır sınırlama niteliği taşıdığı kabul edilmektedir.<sup>22</sup>
- (65) Yukarıda yer verilen Tespit 1,2,3,4,5,8,9,10,11 ve 14’teki yazışmalar incelendiğinde, söz konusu yazışmalarda AGCO’nun bayilerinin pasif satışlarını kısıtladığına işaret eden ifadeler bulunduğu görülmektedir.
- (66) Ancak, Kurulun 05.01.2023 tarihli ve 23-01/17-M sayılı kararıyla, aralarında AGCO’nun da bulunduğu bazı teşebbüsler tarafından 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesinin ihlal edilip edilmediğinin tespitine yönelik olarak soruşturma açılmıştır. 2022-6-029 sayılı dosya altında yürütülen söz konusu soruşturma kapsamında AGCO, Kurum kayıtlarına 16.03.2023 tarihinde intikal eden yazıyla soruşturma konusu iddialar ile bağlantılı endişeleri bertaraf etmek amacıyla taahhüt sunma talebinde bulunmuştur. Söz konusu talep, pasif satışların kısıtlanmasına yönelik iddialar bakımından Kurulun 06.04.2023 tarihli ve 23-17/309-M sayılı kararı ile kabul edilmiştir<sup>23</sup>. Anılan Kurul kararı üzerine AGCO ile taahhüt görüşmelerine başlanmış olup taahhüt görüşmeleri neticesinde AGCO’nun nihai taahhüt metni 14.08.2023 tarihinde Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. Kurul, 26.10.2023 tarihli ve 23-50/963-348 sayılı kararı ile sunulan taahhüt metnini kabul ederek AGCO hakkında yürütülen soruşturmanın bayilerin pasif satışlarının kısıtlanması iddiaları bakımından sonlandırılmasına karar vermiştir.
- (67) AGCO tarafından sunulan taahhüt metninin;
1. maddesinde; münhasırlık içeren Bayilik Sözleşmesi’nin, aktif ve pasif satış ayrımını netleştirerek sözleşmede herhangi bir pasif satış kısıtlaması olmadığını açıklığa kavuşturacak şekilde tadil edileceği, bu bağlamda Bayilik Sözleşmesi’nin 2. maddesi kapsamında aktif ve pasif satış tanımlamalarına net bir biçimde yer verileceği, bayilerin diğer bayilere münhasıran tahsis edilen bölgeye ve/veya müşteri gruplarına (çevrim içi satışlar dâhil) pasif satış yapma hakkı olduğunun, serbest bölgelere ve serbest müşteri gruplarına ise aktif ve pasif satış yapma hakkı olduğunun açıkça düzenleneceği,
  2. maddesinde; bayilere atanmış olan münhasır ve serbest bölgelerin sınırlarının Bayilik Sözleşmesi’nin ikinci ekinde yer alacak liste ile tespit edileceği, söz konusu listenin, bayilerin diledikleri zaman inceleyebilecekleri şekilde çevrim içi olarak erişime açık tutulacağı,
  3. maddesinde; Bayilik Sözleşmesi uyarınca, bölgelerin pazar koşulları, talep yapısı ve bayi performansı gibi değişimlere bağlı olarak bölge tanımlarında AGCO tarafından değişiklik yapılması ve/veya yeni münhasır dağıtım bölgeleri veya serbest bölgelerin tesis edilmesi halinde bahse konu tüm değişikliklerin

<sup>22</sup> 23.09.2010 tarihli ve 10-60/1251-469 sayılı *Yatsan* kararı; 08.05.2008 tarihli ve 08-32/401-136 sayılı *Antis-I* kararı; 24.10.2013 tarihli ve 13-59/831-353 sayılı *Antis-II* kararı; 15.02.2018 tarihli ve 18-05/74-40 sayılı *Jotun* kararı; 22.08.2017 tarihli ve 17-27/454-195 sayılı *BSH* kararı.

<sup>23</sup> AGCO’nun ilgili soruşturma kapsamındaki diğer ihlal iddialarına yönelik taahhüt sunma talebi ise 06.04.2023 tarihli ve 23-17/309-M(2) sayılı Kurul kararı ile reddedilmiştir.

bayilere çevrim içi olarak açık hale getirileceği, 7. maddesinde de bayilerin bölge ihlallerine AGCO tarafından müdahale edilmesi yönündeki taleplerine, rekabet hukukuna uyum gereği, ilgili tarafa standart bir e-posta ile dönüş yapılacağı,

4. maddesinde; bayilerin diğer bayilere münhasıran tahsis edilen bölge ve/veya müşteri gruplarına pasif satış yapma hakkı olduğunun, serbest bölgelere ve serbest müşteri gruplarına ise aktif ve pasif satış yapma konusunda kısıtlamanın olmadığı açıkça belirtileceği, bayilerin yapacakları pasif satışlar konusunda AGCO'ya danışmaması ya da AGCO'dan izin almaması gerektiğinin ifade edileceği, olası bir danışma/izin talebinin AGCO tarafından rekabet hukuku kuralları gereği derhal reddedileceğinin vurgulanacağı, "sıkça sorulan sorular" altında davranış kurallarının netleştirileceği, tedarikçinin, bayiler veya distribütörler dâhil bir alıcı için, sabit veya asgari yeniden satış fiyatı belirlemesinin yasak olduğunu, bayilerin kendi satış fiyatlarını belirlemede serbest olduğunu, rekabete hassas bilgi paylaşımının rekabet hukuku açısından sakınca doğurabileceğini içeren bir bilgilendirme yazısının bayilere sunulacağı,

5. maddesinde; ilgili AGCO çalışanlarına yönelik rekabet hukukuna uyum eğitiminin yenileneceği ve geçerli mazereti olmayan ilgili AGCO çalışanlarının bu eğitime katılımının zorunlu tutulacağı,

6. maddesinde; AGCO bayilerine yönelik olarak taahhüt verilen konuların netleştirilmesi amacı ile çevrim içi bir eğitim seansı düzenleneceği,

8. ve 9. maddelerinde; AGCO rekabet uyum kurallarını düzenleyen uyulması zorunlu Davranış Kuralları'nın yenilendiği ve 19.04.2023 tarihinde Türkçe versiyonu dâhil olmak üzere küresel çapta duyurulduğu, söz konusu dokümanın Türkçe versiyonunun ilgili tüm AGCO Türkiye çalışanları ile hatırlatma amaçlı olarak tekrar paylaşılacağı, yenilenen zorunlu Global Davranış Kuralları eğitiminin, Küresel Davranış Kuralları eğitimini tamamlamamış veya mevcut Küresel Davranış Kuralları eğitimini 01.01.2023 tarihinden önce tamamlamış olan maaşlı çalışanlara sunulduğu, bu eğitimde davranış kurallarının uyulması zorunlu kuralları olduğunun ve uyulmamasının sonuçlarının anlatıldığı,

10. maddesinde; gizlilik yükümlülüğünün tanımının/kapsamının genişleteceği, bayiler tarafından AGCO'ya herhangi bir bayinin ya da rakip sağlayıcının alış fiyatı, satış fiyatı, vade, stok vb. rekabete duyarlı bilgilerinin iletilmeyeceği, AGCO ürünlerine yönelik söz konusu rekabete duyarlı bilgilerin de rakip sağlayıcılara ve diğer AGCO bayilerine iletilmeyeceği hususlarının hüküm altına alınacağı

ifade edilmiştir.

- (68) AGCO tarafından taahhütlerin yerine getirildiğinin tevsikine dair yazı 01.02.2024 tarihinde Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. Tevsik yazısında bayilere gönderilen bilgilendirme notunun revize edilen bayilik sözleşmelerine dair iletilerin ekinde her bir bayiye ayrı ayrı gönderildiği, ayrıca bayi ağı için rekabet hukuku uyum kılavuzunun bayilere verilen rekabet hukuku eğitimi akabinde tüm bayilere e-posta eki olarak gönderildiği ifade edilmiştir. Tevsik metninin ekinde sunulan belgeler incelendiğinde, 29.11.2023 tarihinde 4054 sayılı Kanun'a dair eğitimin düzenlendiği, 13.12.2023 tarihinde ise tüm AGCO bayilerine bayilik sözleşmesi revizyonu konulu e-postaların gönderildiği, söz konusu sözleşme revizyonlarının akabinde en geç 20.12.2023 tarihine kadar sözleşmelerin imzalanarak AGCO'ya gönderilmesi gerektiğinin belirtildiği görülmektedir.<sup>24</sup> Bu çerçevede, mevcut dosya kapsamında, tüm bayilerin

<sup>24</sup> İlgili belgeye Tespit 13'te yer verilmektedir.



sözleşmelerinin revize edilmesi için son tarih olan 20.12.2023 tarihi göz önüne alınarak değerlendirme yapılmıştır.

- (69) Anılan sözleşme revizyonlarının ve diğer taahhütlerin AGCO bayi ağı içerisinde yer alan ve FULL-LINE olarak anılan bayileri de kapsadığı yerinde incelemede elde edilen delillerden ve Kuruma sunulan revize edilmiş sözleşme örneklerinden de görülmektedir.<sup>25</sup> Ayrıca AGCO tarafından gönderilen cevabi yazının ekinde imzalı bayilik sözleşmeleri, bayilerle paylaşılan bilgilendirme notu, çalışanlara verilen rekabet hukuku eğitim sunumu, AGCO bayilerine verilen rekabet hukuku eğitimi sunumu, bayi ağı için rekabet hukuku kılavuzunun yer aldığı görülmektedir. İlgili taahhütler kapsamında revize edilen sözleşmelerin “biçerdöver” ürünlerini de kapsayacak şekilde tadil edildiği, bayilerle imzalanan sözleşmeler, ilgili bayiye satışı gerçekleştirilecek tüm ürünlere yönelik hükümler içermekte olduğu söz konusu cevabi yazıda vurgulanmaktadır. Ek olarak, AGCO’nun bayileri arasında yer alan (.....)<sup>26</sup> ile imzalanan sözleşme nüshasının 14.12.2023 tarihinde ilgili taahhüt kapsamında revize edilip yürürlüğe girdiği belirtilmektedir.
- (70) Sunulan taahhütler ile bağlantılı şekilde; Tespit 13’te rekabet hukuku ile uyumlu olacak şekilde bayilik sözleşmesi revizyonlarının FULL-LINE bayileri de kapsayacağı, Tespit 6’da aktif/pasif satışlar ve yeniden satış fiyatının belirlenmesi hususlarına yönelik açıklayıcı bayi bilgilendirme yazısına yer verildiği, Tespit 7’de sözleşmelerde gerçekleştirilecek revizyonlara ilişkin olarak bayilere bilgilendirme yazısı gönderildiği, Tespit 12’de rekabet hukuku eğitimine ilişkin e-postanın yer aldığı görülmektedir.
- (71) Sonuç olarak, yukarıda yer alan tespitler ve değerlendirmeler dikkate alındığında 2022-6-029 sayılı dosya kapsamında 26.10.2023 tarihli ve 23-50/963-348 sayılı Kurul kararı ile kabul edilen taahhütler sonucunda FULL-LINE bayilerini de kapsayacak şekilde sözleşmelerin değiştirildiği anlaşılmakta olup pasif satışların kısıtlanmasından kaynaklanan rekabet sorunlarının 2022-6-029 sayılı dosyada sunulan taahhütler ile birlikte biçerdöverleri de kapsayacak şekilde ortadan kaldırıldığı tespit edilmektedir.
- (72) Dolayısıyla yukarıda yer verilen tespitlerdeki yazışmalar çerçevesinde, AGCO’nun bayilerinin pasif satışlarını kısıtladığına yönelik olarak söz konusu olan rekabet sorunlarının, AGCO tarafından sunulan taahhütler kapsamında giderildiği değerlendirilmektedir. Dolayısıyla pasif satışların kısıtlanması iddiası bakımından soruşturma açılmasına gerek olmadığı kanaatine varılmıştır.

#### **1.4.1.2. Yeniden Satış Fiyatının Belirlenmesi/Bayiler Arası Anlaşma İddiası Bakımından Değerlendirme**

- (73) Yukarıda yer verilen Tespit 16’da, AKGÜNLER Şirket Ortağı tarafından kaleme alınan “185+KDV fiyat belirleyelim diye konuşulmuştu Adana fuarında diye hatırlıyorum. Biz bu rakama sadık kakıyoruz.” ifadesi yer almaktadır. İlgili ifadede söz konusu konuşmanın AGCO’dan bayilerine yönelik olarak mı yapıldığı yoksa bayiler arasında mı gerçekleştiği anlaşılamamaktadır. Bununla birlikte, olası ilk durumda AGCO tarafından bayilerinin yeniden satış fiyatının belirlenmesi (YSFB), ikinci olası durumda ise bayiler arasında fiyat anlaşması olabileceğine yönelik şüphe oluşmuştur. Bu nedenle, söz konusu eylemlerin mevcudiyeti dosya kapsamında ayrı ayrı incelenmiştir. Aşağıda öncelikle YSFB’ye, ardından ise bayiler arasında fiyat anlaşması olup olmadığına ilişkin değerlendirmelere yer verilecektir.
- (74) 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesinin ikinci fıkrasının (a) bendinde “mal veya hizmetlerin

<sup>25</sup> Tespit 13’ün ve Tespit 15’in ilgili hususu destekler nitelikte olduğu görülmektedir.

<sup>26</sup> AGCO’nun FULL-LINE bayileri arasında yer almaktadır.

*alım ya da satım fiyatının, fiyatı oluşturan maliyet, kâr gibi unsurlar ile her türlü alım yahut satım şartlarının tespit edilmesi”* anılan maddenin ilk fıkrasıyla yasaklanan hallerde örnek olarak sayılmış olup rakip teşebbüslerin fiyat tespitine yönelik eylemlerinin yanı sıra YSFB de söz konusu hükümde belirtilen eylemler arasında yer almaktadır.

- (75) YSFB, en geniş tanımıyla üst pazarda bulunan sağlayıcının alt pazarda bulunan alıcıya ürünün yeniden satışıyla ilgili fiyat zorlaması olarak tanımlanmaktadır. Uygulamada sağlayıcıların YSFB'ye yönelik davranışlarının farklılaştığı görülmektedir. Bu kapsamda, üst pazardaki teşebbüs asgari bir fiyat belirleyerek ürünün belirli bir fiyattan aşağı satılmamasını, azami bir fiyat belirleyerek ürünün belirli bir fiyattan yukarı satılmamasını ya da sabit bir fiyattan satılmasını isteyerek alt pazardaki teşebbüsün satış fiyatına müdahale edebilmektedir.
- (76) YSFB'nin üretim ve dağıtım kartellerini kolaylaştırmak, perakende seviyede fiyat artışlarına neden olmak, piyasaya girişleri engellemek, tüketicilere zarar vermek gibi rekabeti kısıtlayıcı etkileri olduğu ifade edilmektedir. Yeniden satış fiyatının sağlayıcı tarafından belirlenmesinin pazarın şeffaflığını artırdığı ve üreticiler arasında kartel oluşumunu kolaylaştırdığı belirtilmektedir<sup>27</sup>. Ayrıca YSFB, üreticiye perakendecinin kâr marjını kontrol imkânı vermektedir. Bu durum ise önemli pazar gücüne sahip üreticilerin olduğu pazarlar bakımından bir giriş engeli oluşturabilecektir.
- (77) 2002/2 sayılı Tebliğ'in "Anlaşmaları Grup Muafiyeti Kapsamı Dışına Çıkaran Sınırlamalar" başlıklı 4. maddesinin birinci fıkrasının (a) bendinde alıcının kendi satış fiyatını belirleme serbestisinin engellenmesinin anlaşmayı anılan Tebliğ ile sağlanan grup muafiyetinin kapsamı dışına çıkaracağı belirtilmiştir. Kılavuz'un 17. paragrafında da yer verildiği üzere, alıcının sabit veya asgari satış fiyatının belirlenmesi yasak olmakla birlikte, sabit veya asgari satış fiyatına dönüşmemesi koşuluyla sağlayıcının, alıcının azami satış fiyatını belirlemesi veya alıcıya satış fiyatını tavsiye etmesi mümkündür. Alıcıya bildirilen azami veya tavsiye nitelikteki satış fiyatlarının asgari veya sabit fiyata dönüşmemesi için, söz konusu fiyatların azami veya tavsiye niteliğinde olduğunun yayınlanan fiyat listelerinde ya da ürünün üzerinde açıkça belirtilmesi gerekmektedir.
- (78) Diğer taraftan, Kılavuz'un 18. paragrafında ise YSFB uygulamasının doğrudan yapılabileceği gibi dolaylı olarak da gerçekleştirilebileceği ifade edilmektedir. Sağlayıcı teşebbüsler akdetmiş oldukları dikey anlaşmalara açık hüküm koymak suretiyle alıcının satış fiyatını doğrudan belirleyebileceği gibi, aynı ihlali değişik uygulamalar vasıtasıyla dolaylı yollarla da gerçekleştirebilir. Kılavuz'un 18. paragrafında; alıcının kâr marjının belirlenmesi, tavsiye fiyat niteliğinde ilan edilmiş bir fiyat seviyesinden alıcının uygulayabileceği indirim oranının en üst seviyesinin belirlenmesi, alıcıya tavsiye edilen fiyatlara uyduğu oranda kendisine ilave indirimler uygulanması ya da bu fiyatlara uymaması durumunda teslimatların geciktirilmesi, askıya alınması veya anlaşmanın sona erdirilmesi şeklinde alıcının tehdit edilmesi ya da fiilen bu tür cezai yaptırımların uygulanması durumları YSFB'nin dolaylı olarak uygulanmasına örnek olarak sayılmıştır. Yeniden satış fiyatının dolaylı yoldan belirlenmesi de 2002/2 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinin birinci fıkrasının (a) bendi kapsamında anlaşmaları grup muafiyeti kapsamı dışına çıkarmaktadır.
- (79) Buna ek olarak, Kurul içtihadına da yansdığı üzere, rekabetin en önemli unsurlarından biri olan fiyata müdahale edilmesinin çoğunlukla amaç bakımından bir rekabet kısıtı

<sup>27</sup> OECD Roundtable 2008, <http://www.oecd.org/daf/competition/43835526.pdf>, s. 10-11.

teşkil edeceği, dolayısıyla bu tür uygulamaların 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi kapsamında muafiyet almasının da mümkün olamayacağı değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, YSFB'ye ilişkin birçok dosyada, yeniden satış fiyatının sağlayıcı tarafından tespiti, piyasada etki doğurup doğurmamasına bakılmaksızın amaç yönünden rekabet ihlali olarak değerlendirilmiştir<sup>28</sup>.

- (80) AGCO'da ve bayilerinde gerçekleştirilen yerinde incelemelerde, YSFB ile ilgili olarak, Tespit 16'daki ifadeleri destekleyecek şekilde herhangi bir delile rastlanmamıştır. Dosya kapsamında, AGCO'nun bayilik sözleşmesinin yeniden satış fiyatlarına ilişkin hükümleri de ayrıca değerlendirilmiştir. Bu kapsamda, AGCO ile bayileri arasında imzalanan 15.12.2023 tarihli Bayilik Sözleşmesi incelenmiştir. Söz konusu Sözleşme'de aşağıdaki hüküm yer almaktadır:

(.....TİCARİ SIR.....)

- (81) Söz konusu hükümden AGCO'nun bayilerine tavsiye satış fiyatı bildirebileceği, bayilerin AGCO tarafından bildirilen tavsiye satış fiyatlarına uyma yükümlülüğü bulunmadığı anlaşılmaktadır. Ayrıca AGCO tarafından 2022-6-029 numaralı dosya kapsamında sunulan ve 26.10.2023 tarihli ve 23-50/963-348 sayılı Kurul kararı ile kabul edilen taahhüt metninde yer aldığı şekliyle, AGCO tarafından bayilere gönderilecek Bayi Ağı İçin Rekabet Hukuku Kılavuzunun ilgili bölümü aşağıdaki gibidir:

“ (...)

**1. YENİDEN SATIŞ FİYATLARI / FİYATLANDIRMA**

*Bir tedarikçinin, bayiler veya distribütörler dahil bir alıcı için, sabit veya asgari yeniden satış fiyatı belirlemesi yasaktır. Yeniden satış fiyatının belirlenmesi olarak adlandırılan bu uygulama rekabet açısından son derece kısıtlayıcıdır ve gerek Avrupa Komisyonu gerekse de Türk Rekabet Kurumu da dahil ülke rekabet kurumları tarafından yasaklanmıştır.*

*Uygulamada ise, AGCO, rekabet kanunlarının izin verdiği şekilde tavsiye edilen yeniden satış fiyatlarını duyurmaktadır. Bununla beraber, tavsiye edilen yeniden satış fiyatının uygulamada sabit yeniden satış fiyatına dönüşmesini sağlamak amacıyla teşvikler uygulanması (indirimler gibi) ya da bu konuda bayilere baskı ya da ceza uygulanması kesinlikle yasaktır.*

*Lütfen unutmayın – AGCO tarafından ilan edilen tavsiye edilen yeniden satış fiyatları sadece yol gösterici niteliktedir ve bağlayıcı değildir. Bayiler kendi yeniden satış fiyatlarını belirlemek konusunda her zaman ve tamamen özgürdür.*

(...)”

- (82) Bu çerçevede, dosya kapsamında AGCO'nun bayilerine YSFB uyguladığını gösteren bir delil elde edilmemiş olması, AGCO ile bayileri arasındaki Bayilik Sözleşmesi'nde YSFB'ye yönelik herhangi bir hükmün bulunmaması ve ayrıca sunulan taahhütler kapsamında yer bulan Bayi Ağı İçin Rekabet Hukuku Kılavuzu'ndaki yeniden satış fiyatları konusuna ilişkin hususlar dikkate alındığında AGCO'nun bayilerine YSFB uygulamak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiğinden bahsedilemeyeceği kanaatine ulaşılmıştır.
- (83) Yukarıda belirtildiği üzere, Tespit 16'daki yazışmada yer bulan ifadenin AGCO'nun bayileri arasındaki bir fiyat anlaşmasına işaret edebileceği üzerinde de durulmuştur. Ancak, dosya kapsamında bayiler arası bir fiyat anlaşmasını açık olarak ortaya koyabilecek herhangi bir delile rastlanmamıştır. Bununla birlikte, bayilerin uygulamış

<sup>28</sup> Kurulun 02.11.2011 tarihli ve 11-55/1434-509 sayılı, 22.11.2018 tarihli ve 18-44/703-345 sayılı, 10.01.2019 tarihli ve 19-03/23-10 sayılı, 12.11.2019 tarihli ve 19-39/610-263 sayılı, 12.03.2020 tarihli ve 20-14/192-98 sayılı, 26.03.2020 tarihli ve 20-16/232-113 sayılı, 04.03.2021 tarihli ve 21-11/154-63 sayılı, 04.03.2021 tarihli ve 21-11/154-63 sayılı kararları.

olduğu fiyatların ne şekilde cereyan ettiğini tespit etmek amacıyla bayilerden satış faturaları talep edilmiş, gelen cevabi yazılar doğrultusunda aşağıdaki tablo oluşturulmuştur. Belirtmek gerekir ki AGCO tavsiye fiyat listesini avro olarak bayilere iletirken bayilerin bir kısmı satışlarını avro üzerinden, bir kısmı ise Türk lirası cinsinden yapmaktadır. Dolayısıyla avro cinsinden satış yapan bayilerin satış fiyatları, satış tarihindeki Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası kuru esas alınarak Türk lirasına çevrilmiştir.

## 24-19/403-160

Tablo 4: Biçerdöver Satışlarına İlişkin Tablo

MODEL	BAYİ	SATIŞ TARİHİ	KUR (€)	KDV HARİÇ		KDV DAHİL	
				TAVSİYE EDİLEN FİYAT	SATIŞ FİYATI	TAVSİYE EDİLEN FİYAT	SATIŞ FİYATI
MF 7345 S	MEMİŞOĞULLARI	10.03.2021	9,0800	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7345 S Activa	GSCR GLOBAL	12.03.2021	8,8995	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7347 S MCS	MASFER TRAKTÖR	21.04.2021	9,76	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7345 S	NS SEZGİN	29.06.2021	10,30	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF Activa S 7345	ŞENELLER	30.06.2021	10,35	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF Activa S 7345	PERİHANLAR TRAKTÖR	01.07.2021	10,28	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7347 S	MEMİŞOĞULLARI	05.08.2021	10,1294	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7347S	DÜZGÜNLER	13.08.2021	10,0251	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7345 S	DÜZGÜNLER	20.08.2021	9,9551	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7347 S MCS	NS SEZGİN	09.09.2021	9,80	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7345 S	MEMİŞOĞULLARI	21.09.2021	10,1440	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7345S	AKGÜNLER OTOMOTİV	22.09.2021	10.1272	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7345 S	MASFER TRAKTÖR	28.09.2021	10,32	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7347 S Activa	GSCR GLOBAL	29.09.2021	10.3486	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7347 S Rice	ASEL TARIM	29.09.2021	10.313	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7345 S Activa	GSCR GLOBAL	04.10.2021	10.2484	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF7 Beta 7370	TOPRAK PETROL	05.11.2021	11,1995	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7345 S Activa	GSCR GLOBAL	30.11.2021	14.2793	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7345 S	NS SEZGİN	20.12.2021	12,00	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7347 S MCS	NS SEZGİN	20.12.2021	12,00	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7345 S	AKGÜNLER OTOMOTİV	21.12.2021	19.6788	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF7347S	DÜZGÜNLER	22.12.2021	14,0483	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7347 S Activa	TOPRAK PETROL	23.12.2021	12,9683	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7347 S	MEMİŞOĞULLARI	15.02.2022	15,3820	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7347 S MCS	MASFER TRAKTÖR	24.02.2022	15,62	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7347 S	DÜZGÜNLER	02.03.2022	15,5729	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

MODEL	BAYİ	SATIŞ TARİHİ	KUR (€)	KDV HARIÇ		KDV DAHİL	
				TAVSİYE EDİLEN FİYAT	SATIŞ FİYATI	TAVSİYE EDİLEN FİYAT	SATIŞ FİYATI
MF 7345 S	CANBEYLİ	07.04.2022	16,0812	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7345 S	TAŞKIN	28.04.2022	15,6941	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7345 S	MASFER TRAKTÖR	20.04.2022	15,79	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF7345 S	DÜZGÜNLER	20.04.2022	15,8633	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
7345 S	OTO DİYARBAKIR	24.05.2022	17,2824	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7345 S	CANBEYLİ	26.05.2022	17,5417	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7344	MASFER TRAKTÖR	15.06.2022	17,99	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7347 S MCS	MASFER TRAKTÖR	20.06.2022	18,16	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF Activa S 7345	ŞENELLER	23.06.2022	18,31	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7347 S MCS	MASFER TRAKTÖR	23.06.2022	18,20	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF Activa S 7345	PERİHANLAR TRAKTÖR	07.09.2022	18,05	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7345 S	OTO DİYARBAKIR	20.10.2022	18,2759	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7345 S	OTO DİYARBAKIR	01.11.2022	18,4742	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7345 S	YILDIRIM GRUP OTOMOTİV	29.12.2022	19,9603	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7345 S	DEMİRELLER OTOMOTİV	20.02.2023	20,1795	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7343	MASFER TRAKTÖR	28.03.2023	20,51	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF Activa S 7345	ŞENELLER	31.03.2023	20,91	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF Activa 7345 S	AYDIN TRAKTÖR	03.04.2023	20,8448	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7347 S MCS	MASFER TRAKTÖR	27.04.2023	21,39	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7347 S MCS	MASFER TRAKTÖR	12.05.2023	21,33	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7345S	CANBEYLİ	26.05.2023	21,4637	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF7347S	CANBEYLİ	26.05.2023	21,4637	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7343	MASFER TRAKTÖR	29.05.2023	21,41	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7345 S	DEMİRELLER OTOMOTİV	08.07.2023	28,3881	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

**24-19/403-160**

MODEL	BAYİ	SATIŞ TARİHİ	KUR (€)	KDV HARİÇ		KDV DAHİL	
				TAVSİYE EDİLEN FİYAT	SATIŞ FİYATI	TAVSİYE EDİLEN FİYAT	SATIŞ FİYATI
MF Activa S 7345	ŞENELLER	10.08.2023	29,84	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF7347S	CANBEYLİ	31.12.2023	32,6326	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7345S	CANBEYLİ	05.03.2024	34,2845	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MF 7345S	CANBEYLİ	05.03.2024	34,2845	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden gelen cevabi yazılar.

- (84) Söz konusu tablo incelendiğinde; 2021, 2022, 2023 ve 2024 yıllarında gerçekleşen satış fiyatları ile tavsiye satış fiyatlarının karşılaştırılması sonucunda; söz konusu tarihlerde gerçekleştirilen biçerdöver satışlarının tamamının tavsiye satış fiyatının altında olduğu ve bayilerin nihai satış fiyatlarının birbirinden farklılaştığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle, bayilerin biçerdöver satışlarında uyguladıkları nihai fiyatlar arasında bir paralellik gözlenmemiştir. Dolayısıyla piyasa verilerinin, teşebbüsler arasında rekabeti sınırlayıcı bir anlaşma ya da uyumlu eylem olması halinde ortaya çıkması beklenen görünümü desteklemediği değerlendirilmektedir. Sonuç olarak, dosya kapsamındaki bulguların AGCO'nun bayileri arasında rekabeti kısıtlayıcı bir anlaşmanın mevcudiyetini göstermek bakımından yeterli olmadığı kanaatine varılmıştır.

#### **I.4.1.3. Bayiler Arasında Bilgi Değişimi İddiası Bakımından Değerlendirme**

- (85) Dosya konusu diğer bir iddia, yukarıda yer verilen Tespit 18 çerçevesinde, AGCO'nun bayileri arasında rekabete hassas bilgi değişimi yapıldığı iddiasıdır. Rakip teşebbüsler arasındaki rekabeti sınırlayıcı nitelikteki bilgi değişimleri, Kanun'un 4. maddesi kapsamında yer almaktadır.
- (86) Rekabet hukukunda bilgi değişimi, aynı pazarda faaliyet gösteren iki ya da daha fazla teşebbüsün tek yanlı yahut karşılıklı olarak rekabetçi kararlarına etki eden her türlü ticari bilgilerini paylaşmaları olarak tanımlanabilmektedir. Bilgi değişimi, rakipler arasındaki uzlaşmanın bozulup bozulmadığının saptanmasını kolaylaştırdığı için kolaylaştırıcı eylem olarak değerlendirilebileceği gibi, bizatihi kendisi rekabeti kısıtlayıcı bir anlaşma olarak da değerlendirilebilmektedir<sup>29</sup>. Bilgi değişimi; geçmiş veya cari üretim ve satış miktarlarına, fiyatlara, talebe ve maliyetlere, müşterilere, kapasitelere, yatırımlara ve Ar&Ge çalışmalarına ya da sahip olunan teknoloji ve benzerlerine ilişkin doğrulanabilir nitelikteki verilerin ve bilgilerin paylaşımını içerdiği gibi; firmaların gelecekte uygulamayı planladıkları fiyatlara, miktarlara, yeni ürünlere ya da kapasite değişikliklerine yönelik beyanları da kapsamaktadır<sup>30</sup>.
- (87) Türk rekabet hukukunda Yatay İşbirliği Anlaşmaları Hakkında Kılavuz (Yatay Kılavuz), bilgi değişimi teorisi bakımından kapsamlı bir rehber niteliğindedir. Yatay Kılavuz'a göre teşebbüsler arasında bilgi değişimi rakipler arasında doğrudan veya meslek kuruluşları gibi teşebbüs birlikleri, pazar araştırma kuruluşları ve benzeri üçüncü taraflar veya teşebbüslerin tedarikçi ya da dağıtım ağı yoluyla dolaylı olarak gerçekleşebilmektedir<sup>31</sup>.
- (88) Yatay Kılavuz'da bilgi değişimi; rekabeti kısıtlama amacı taşıyan bilgi değişimi, rekabeti kısıtlama etkisi olan bilgi değişimi olmak üzere iki ayrı başlık altında incelenmektedir. Buna göre, rekabeti kısıtlama amacı olan bilgi değişimlerinin, etkisine bakılmaksızın rekabeti kısıtladığı kabul edilmektedir. Geleceğe yönelik planlara ilişkin bilgi değişiminin amaç yönünden rekabeti kısıtlama ihtimali, mevcut verilerin değişimine kıyasla daha fazla olup, bu çerçevede rakiplerin, gelecekte uygulamayı planladıkları fiyat, üretim ya da satış miktarı gibi rekabete duyarlı bilgileri aralarında değişmesi, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında ihlal olarak nitelendirilmektedir. Rekabeti kısıtlama amacı taşımayan bilgi değişimlerinin rekabet üzerindeki olası etkileri ise her

<sup>29</sup> Rekabet Terimleri Sözlüğü, Gözden Geçirilmiş Altıncı Baskı, "Bilgi Değişimi", <https://www.rekabet.gov.tr/tr/Sayfa/Yayinlar/rekabet-terimleri-sozluugu/terimler-listesi?icerik=408437ac-097c-4da2-9da6-9bf66c24929f>, Erişim Tarihi: 28.05.2022.

<sup>30</sup> PİŞMAF, Ş. (2012), "İktisadi ve Hukuki Açından Teşebbüsler Bilgi Değişimi", Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi, No: 115, Ankara, s. 6.

<sup>31</sup> Yatay Kılavuz, para. 40.



somut olayın özellikleri çerçevesinde değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, bilgi değişiminin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında rekabeti kısıtlama etkisinin bulunması için, fiyat, üretim miktarı, ürün kalitesi, ürün çeşitliliği veya inovasyon gibi rekabetçi parametrelerden en az biri üzerinde olumsuz etkisinin olması gerekmektedir. Bu etkinin değerlendirilmesi bakımından, "ilgili pazarın özellikleri" ile "bilgi değişiminin niteliği" dikkate alınmalıdır.

- (89) Rakipler arası bilgi değişimlerinin rekabeti sınırlayıcı etki doğurup doğurmayacağı temel olarak iki unsura bağlıdır. Bu unsurlardan ilki, pazarın yoğunlaşma derecesi, şeffaflığı, istikrarı, karmaşıklığı ve pazardaki teşebbüslerin benzerliği (simetri) gibi pazarın yapısına ilişkin unsurlar olup diğeri ise paylaşılan bilginin niteliğidir.
- (90) Pazarın yapısına ilişkin unsurlardan pazarın yoğunlaşma derecesi ele alındığında, dar oligopollerde, az sayıda teşebbüsün koordinasyon koşulları konusunda uzlaşmasının ve anlaşmadan sapmaların izlenmesinin daha kolay olması nedeniyle bir bilgi değişimi neticesinde işbirlikçi sonuçların gerçekleşme olasılığı daha yüksektir. Dolayısıyla, dar oligopollerde, bilgi değişiminin rekabeti kısıtlayıcı etkilere yol açma olasılığı, diğer oligopollere kıyasla daha fazladır. Öte yandan tam rekabetçi pazar yapılarında, bir başka deyişle çok sayıda alıcının ve satıcının bulunduğu pazarlarda, bilgi değişimlerinin rekabet karşıtı etkiler doğurma ihtimali daha düşüktür.
- (91) Pazarın yapısına ilişkin unsurlardan şeffaflığa gelindiğinde ise, pazar şeffaflaştıkça işbirlikçi sonuçların ortaya çıkma olasılığı artacaktır. Pazarın şeffaf hale gelmesine fazla katkıda bulunmayan bir bilgi değişiminin rekabeti kısıtlama olasılığı, pazardaki şeffaflığı önemli ölçüde artıran bir bilgi değişimine kıyasla daha düşüktür. Dolayısıyla, pazarın bilgi değişimi öncesindeki ve sonrasındaki şeffaflık düzeyi ile bilgi değişiminin bu düzeyi nasıl değiştirdiği, bilgi değişiminin rekabeti kısıtlayıcı etki doğurma olasılığının belirleyici unsurudur. Bilgi değişimi öncesi şeffaflık düzeyi, pazardaki teşebbüs sayısı ve alım-satım işlemlerinin alenilik derecesi gibi faktörlere bağlıdır.
- (92) Pazar yapısına ilişkin unsurlardan bir diğeri pazarın karmaşıklık derecesi ve pazarın istikrarlı bir yapı arz edip etmediğidir. Teşebbüslerin, karmaşık bir pazar yapısında, işbirlikçi sonuca ulaşmaları daha zor olup, işbirlikçi sonuçların ortaya çıkma olasılığı, arz ve talep koşullarının görece daha az değişken olduğu, diğer bir deyişle istikrarlı olduğu pazarlarda daha yüksektir. Yine teşebbüslerin maliyetler, talep, pazar payları, ürün yelpazesi, kapasite gibi açılardan benzer olduğu simetrik pazar yapılarında, teşebbüslerin rekabetçi güdüler de benzer olacağından, bu yapıdaki pazarlarda bilgi değişimi de teşebbüsler arası koordinasyon ihtimalini artmaktadır.
- (93) Konuya paylaşılan bilginin niteliği bakımından yaklaşıldığında ise öncelikle üzerinde durulması gereken husus değişilen bilginin rekabete duyarlı (stratejik) bilgi olup olmadığıdır. Yatay Kılavuz'da fiyata, miktara, müşterilere, maliyetlere, cirolara, satışlara, alımlara, kapasiteye, ürün niteliklerine, pazarlama planlarına, risklere, yatırımlara, teknolojilere, Ar-Ge programlarına ilişkin ve benzeri bilgilerin rekabete duyarlı bilgi kabul edildiği, fiyata ve miktara ilişkin bilgilerin stratejik niteliği en yüksek bilgiler olduğu, bunları maliyete ve talebe ilişkin bilgilerin takip ettiği belirtilmiştir.
- (94) Paylaşılan bilginin niteliğine ilişkin diğer unsurlar ise paylaşılan verinin güncel olup olmadığı, pazarı kapsayıp kapsamadığı, toplulaştırılmış mı teşebbüs bazında veri mi olduğu, verinin hangi sıklıkla paylaşıldığı ve paylaşılan bilgilerin ve bilgi değişiminin kamuya açık olup olmadığı unsurlarıdır.
- (95) Verinin güncelliği kriteri bakımından, geçmiş tarihli verilerin değişiminin rekabeti kısıtlama olasılığı, güncel ve geleceğe yönelik verilerin değişimine kıyasla daha

düşüktür.

- (96) Paylaşılan bilginin niteliği ile ilgili bir diğer unsur verinin toplulaştırılmış ya da bireysel bazda (teşebbüs bazında) olup olmadığıdır. Herhangi bir teşebbüsün bireysel verilerinin tespitini yeterince güçleştirecek şekilde toplulaştırılmış verilerin değişiminin rekabeti kısıtlayıcı etkilere neden olma olasılığı, teşebbüs bazındaki verilerin değişimine kıyasla çok daha düşüktür. Zira teşebbüs bazındaki verilerin değişimi bir yandan teşebbüslerin, pazar konusunda dair ortak bir anlayışa varmalarını kolaylaştırırken öte yandan tarafların anlaşmadan sapan ya da pazara yeni giren teşebbüsleri hedef almalarını sağlayarak uygun cezalandırma stratejileri geliştirmelerini mümkün kılabilir.
- (97) Diğer yandan sık aralıklarla yapılan bilgi değişimleri, teşebbüslerin pazarda ortak bir anlayışa ulaşmasını ve anlaşmadan sapmaların izlenmesini kolaylaştırarak, işbirlikçi sonuç riskini artırmaktadır. Nitekim istikrarsız pazarlarda işbirlikçi sonuç doğurmak için, istikrarlı pazarlara kıyasla daha sık aralıklarla bilgi değişimi yapılması gerekir. Bununla birlikte bilgi değişiminin hangi sıklıkla yapıldığında rekabetçi etkiler hangi sıklıkta yapıldığında rekabetçi riskler doğuracağına ilişkin genel geçer bir paylaşım aralığı olmayıp bu husus aynı zamanda verinin niteliği, güncelliği, toplulaştırılmış olup olmaması gibi unsurlara da bağlıdır.
- (98) Bilgi değişiminin etkileri değerlendirilirken, söz konusu bilgi değişiminin pazarı kapsama derecesi önem arz etmektedir. Pazarın büyük bölümünü kapsayan bilgi paylaşımının rekabeti kısıtlama ihtimali daha yüksekken, pazarın sınırlı bir bölümünü kapsayan bilgi değişimlerinin etkisi bilgi değişimine taraf olmayan rakiplerin davranışları ile azaltılabilecektir.
- (99) Paylaşılan bilginin niteliği ile ilgili bir diğer önemli husus paylaşımın tek taraflı mı çok taraflı yani karşılıklı olarak mı yapıldığı konusudur. Yatay Kılavuz'da bir teşebbüsün posta, e-posta, telefon görüşmeleri, toplantılar gibi vasıtalarla rekabete duyarlı bilgilerini, bunları açıkça veya zımnen kabul eden rakiplerine tek taraflı olarak açıklaması ile çok sayıda teşebbüsün, amaçları ve planları hakkında birbirlerini bilgilendirmesi arasında fark bulunmadığı ifade edilmektedir. Zira rekabet hukukunda teşebbüslerin davranışlarını rakiplerinin stratejilerine göre uyarlayacağı varsayılmaktadır. Öte yandan bu tür tek taraflı bir paylaşımın rakip teşebbüsler arasında rekabeti sınırlayıcı bir uzlaşmanın başlatılması ve yönetilmesi sürecinde sinyal görevi görüyor olması da ihtimal dâhilindedir. Bu doğrultuda Yatay Kılavuz'da, bir teşebbüsün fiyatlandırma politikasının rakiplere açıklandığı bir toplantıya yalnızca katılmış olmanın bile – fiyatları artırmak üzere bir uzlaşmaya varılmamış olsa dahi – 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamına girebileceği ifade edilmektedir. Yatay Kılavuz'a göre, bir teşebbüse, rakibi tarafından herhangi bir şekilde rekabete duyarlı bir bilgi gönderildiğinde, ilgili teşebbüs böyle bir bilgiyi almak istemediğine dair net bir karşılık vermiyor ise, teşebbüsün bu bilgiyi kabul ettiği ve pazardaki davranışlarını buna göre değiştireceği varsayılacaktır. Diğer yandan rekabet hukukunda, tek taraflı bir bilgi paylaşımı salt rakip teşebbüslerden ziyade tüm kamuoyuna açık şekilde yapılıyorsa, somut olayın özellikleri belirleyici olmakla birlikte, rekabetçi risklerin daha düşük olduğu değerlendirilmektedir.<sup>32</sup>
- (100) Son olarak bilgi değişimi kapsamındaki verilerin kamuya açık olup olmadığı bağlamında ise, gerçek anlamda kamuya açık bilgilerin değişimi genellikle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında ihlal teşkil etmemektedir. Gerçek anlamda kamuya

<sup>32</sup> 18.04.2011 tarihli ve 11-24/464-139 sayılı, 11.04.2007 tarihli ve 07-31/325-120 sayılı Kurul kararları.

açık bilgiler, bilgiye erişim maliyetleri bakımından bütün rakipler ve müşterilerce aynı derecede erişilebilir olan bilgilerdir. Öte yandan, rakipler arasında paylaşılan verilerin toplanma maliyeti, diğer teşebbüsleri ve müşterileri bu verileri toplamaktan caydırıyorsa, bu tür veriler gerçek anlamda kamuya açık bilgi olarak kabul edilmemektedir. Diğer yandan bilgi değişimi neticesinde elde edilen verilerin teşebbüsler arasında paylaşımının yanı sıra kamu ile de paylaşılması, verinin diğer özelliklerine de bağlı olmakla birlikte asimetrik bilgi sorununu ortadan kaldıracığından, rekabet açısından daha az risk teşkil etmektedir.

- (101) Dosya kapsamında yer verilen Tespit 18'de yer alan yazışmalarda, AGCO'nun Konya, Karaman, Aksaray illerinde münhasıran yetkili bayisi olan DÜZGÜNLER'in yetkilisi (.....); AGCO'nun Ankara ve Karabük illerinde münhasıran yetkili bayisi olan AKGÜNLER'in yetkilisi (.....) ve AGCO'nun Nevşehir ilinde münhasıran yetkili bayisi olan TEKTEKİN'in yetkilisi (.....)'in üyesi olduğu "Crazy Dealers" isimli Whatsapp grubunda 30.08.2023 tarihli sohbette DÜZGÜNLER Yetkilisi (.....)'ün çeşitli modellerde traktörlere ilişkin olarak müşterilerine uyguladığı değerlendirilen fiyatları grup üyeleri ile paylaştığı görülmektedir. Yazışmanın devamında TEKTEKİN Yetkilisi (.....) tarafından ilgili fiyatların çok uygun olduğuna yönelik bir yorum yapılırken, benzer şekilde AKGÜNLER Yetkilisi (.....) tarafından da "rakipler mi zorladı" ifadesiyle fiyatların düşük olduğu ima edilmektedir.
- (102) Aynı WhatsApp grubunda 13.09.2023 tarihinde yapılan sohbette AKGÜNLER Yetkilisi (.....) tarafından fuarda uygulayacağı fiyatlara ilişkin bir liste paylaşılmıştır. İlgili listede çeşitli modellerde traktörlere ilişkin fiyat bilgileri yer alırken, listede iki farklı model biçerdövere ilişkin de fiyatlar yer almaktadır. Söz konusu yazışmanın tarihi ve AKGÜNLER'in yetkili olduğu bölge (Ankara) dikkate alındığında paylaşılan fuar fiyat listesinin 14-17.09.2023 tarihleri arasında Ankara'da gerçekleştirilen "Agrotec 2023 26. Uluslararası Tarım Fuarı"na yönelik olduğu değerlendirilmektedir. Söz konusu sohbetin devamında ise AKGÜNLER Yetkilisi (.....) tarafından DÜZGÜNLER Yetkilisi (.....)'e daha önce paylaştığı (30.08.2023 tarihli paylaşım) fiyatlarda değişiklik yapıp yapmadığının sorulduğu, DÜZGÜNLER Yetkilisi (.....)'ün ise ilgili fiyatların üzerine %5 eklediğini ifade ettiği görülmektedir. Yazışmanın devamında AKGÜNLER Yetkilisi (.....) ise "Tamam abi o zaman. Aynı fiyatlara geliyoruz. Sen Euro satıyorsun. Ben TL" ifadesinde bulunmuştur. 11.10.2023 tarihinde DÜZGÜNLER Yetkilisi (.....)'ün, AKGÜNLER Yetkilisi (.....)'e fiyatların devam edip etmediğini sorduğu, (.....)'ün ise "Ediyor abi. Hatta kur 29u geçince 5700ve 5S (.....), 6S ve üstünü (.....) yükselttik" şeklinde cevap verdiği görülmektedir. TEKTEKİN Yetkilisi (.....)'in ise DÜZGÜNLER Yetkilisi (.....)'e uyguladığı fiyatları sorduğu, DÜZGÜNLER Yetkilisi (.....)'ün "aynı" şeklinde cevap verdiği görülmektedir. Dolayısıyla teşebbüsler arasında paylaşım konuları olan bilgilerin, müşterilere uygulanan güncel nitelikteki fiyat bilgileri olduğu anlaşılmaktadır.
- (103) Fiyata ilişkin bilgi, stratejik niteliği en yüksek bilgi olarak kabul edilmektedir. Rakiplerin fiyatlarını öğrenen teşebbüslerin, bu bilgileri kendi fiyatlama stratejilerini oluştururken kullanmaları kaçınılmazdır. Rekabete en hassas fiyat bilgisi ise, geleceğe yönelik fiyatlardır. Bununla birlikte, rakip teşebbüslerce uygulanan güncel fiyat listelerinin elde edilmesi, pazardaki bilgi asimetrisini azaltabilecek, teşebbüslerin kendilerini rakipleriyle kıyaslamasına ve pazardaki konumlarını değerlendirmelerine imkân tanıyabilecektir. Örneğin, rakip teşebbüsün fiyatlarına göre daha pahalı ürün sattığını tespit eden teşebbüs, fiyatlarında indirim giderek etkinlik artışı sağlayabilecektir. Konuya ilişkin olarak, Kurulun PVC<sup>34</sup> kararında, "Diğer taraftan, aşağıda ayrıca ele alınacak doğrudan bilgi paylaşımına yönelik belgeler haricindeki yerinde inceleme

*belgelerindeki yazışmaların geleceğe dönük değil güncel fiyat bilgilerine yönelik olduğu görülmektedir. Bu bakımdan, piyasadaki cari fiyatlara yönelik olması nedeniyle paylaşılan fiyat listelerinin, pazardaki bilgi asimetrisi sorununun giderilerek teşebbüslerin rekabetçi süreç içerisinde pazardaki konumlarını değerlendirmelerine hizmet ettiği söylenebilecektir.”* ifadeleri yer almaktadır.

- (104) Ek olarak, Yatay Kılavuz'un 72. paragrafında “Gerçek anlamda kamuya açık bilgilerin değişiminin genellikle 4. madde kapsamında ihlal teşkil etmesi beklenmez.” ifadesi yer almaktadır. Bilgi değişimine dair belge incelendiğinde, yazışmalara konu bilgilerin pazar araştırması veya piyasa duyumu vasıtasıyla piyasadaki kolaylıkla öğrenilebilecek nitelikte olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, söz konusu bayiler arasındaki paylaşımların kamuya açık bir bilgi niteliği taşıdığı, zira her bir bayinin uyguladığı fiyatların müşteri ziyareti, telefon görüşmesi gibi yollarla kolaylıkla temin edilebilecek bilgiler olduğu anlaşılmaktadır.
- (105) Rekabet hukuku bağlamında, markalar arası rekabeti etkileyen bilgi değişiminin marka içi rekabeti etkileyen bilgi değişimine kıyasla piyasadaki rekabet üzerinde daha fazla olumsuz etkisi bulunmaktadır. Zira farklı marka ürünlerin satışını yapan teşebbüsler arasında yapılan bilgi değişimi ile rekabetin kısıtlanması, tek bir markanın bayileri arasında gerçekleşen bilgi değişimi yoluyla rekabetin kısıtlanmasına kıyasla tüketiciler üzerinde daha olumsuz etki bırakacaktır. Çünkü bilgi değişimi yoluyla rekabeti kısıtlayan sağlayıcı/marka sayısı arttıkça tüketicilerin tercihleri daha da sınırlandırılacaktır. Bilgi değişimine taraf olmayan teşebbüs sayısı ne kadar fazla ise tüketicilerin söz konusu bilgi değişiminden etkilenme ihtimalleri o derece düşecektir. Bunun nedeni ise bilgi değişimine taraf olmayan teşebbüslerin, bilgi değişimi yoluyla piyasadaki rekabeti kısıtlayan teşebbüsler karşısında bir güç oluşturacak, böylelikle tüketici bakımından alternatif olarak kalmaya devam edecek olmalarıdır. Rakipler arası bilgi değişimine yönelik Kurul kararlarının<sup>33</sup> çoğunluğu farklı markaların satışını yapan teşebbüsler arasındaki bilgi değişimini içermektedir. Mevcut dosya bakımından da Tespit 18'deki yazışmaya taraf olan teşebbüsler AGCO'nun bayileridir. Kaldı ki söz konusu “Crazy Dealers” isimli WhatsApp grubunda yer alan AGCO'nun Konya bayisi DÜZGÜNLER'in, Ankara bayisi AKGÜNLER'in ve Nevşehir bayisi TEKTEKİN'in bayilik sözleşmelerinde kendilerine münhasır bölge atanmış olması ve dolayısıyla anılan üç teşebbüsün farklı bölgelerde faaliyetlerini sürdürmeleri sebebiyle birbiriyle aktif satışlar açısından rakip olmadıkları, sadece pasif satışlar bakımından birbirlerine rakip olabilecekleri açıktır. Dolayısıyla münhasır bayiler olarak farklı bölgelerde faaliyet gösteren üç AGCO bayisi arasında gerçekleşen güncel fiyatlara ilişkin bilgi değişiminin etkisinin oldukça sınırlı olacağı değerlendirilmektedir.
- (106) Söz konusu yazışmalarda ayrıca AKGÜNLER tarafından “Agrotec 2023 26. Uluslararası Tarım Fuarı”nda uygulayacağı fiyatların grup üyesi diğer bayi ile paylaşıldığı görülmektedir. Konuya ilişkin ilgili fuara hangi bayilerin katıldığı hakkında AGCO'dan bilgi talep edilmiş olup gönderilen cevabi yazıda ilgili fuara sadece AGCO bayisi AKGÜNLER'in katıldığı ifade edilmiştir. Dolayısıyla ilgili grupta yer alan diğer bayilerin Agrotec 2023 26. Uluslararası Tarım Fuarına katılım sağlamamaları, bilgi değişimi yoluyla fuardaki rekabetin kısıtlanması ihtimalini ortadan kaldırmaktadır.
- (107) Yatay Kılavuz'un 68. paragrafında da belirtildiği üzere bilgi değişiminin rekabeti kısıtlayıcı etkileri değerlendirilirken, bilgi değişiminde bulunan teşebbüslerin, ilgili pazarı kapsama derecesi dikkate alınmaktadır. Zira bilgi değişiminin tarafı olmayan

<sup>33</sup> 08.02.2018 tarihli ve 18-04/49-26 sayılı; 21.07.2022 tarihli ve 22-33/526-212 sayılı; 17.08.2023 tarihli ve 23-39/723-247 sayılı Kurul kararı.

rakipler, bilgi değişiminde bulunan teşebbüslerin rekabeti bozucu davranışlarını sınırlandırabilir. Örneğın, bilgi değişiminin tarafı olmayan teşebbüsler, koordinasyonla tespit edilen fiyat düzeyinin altında fiyatlandırma yaparak, rekabeti kısıtlayıcı anlaşmanın sürdürülebilirliğini tehdit edebilir.

- (108) Daha önce de ifade edildiğı üzere bayilik sözleşmesi uyarınca AGCO bayileri rekabet etmeme yükümlülüğüne tabidir. Dolayısıyla AGCO bayileri sadece Massey Ferguson markalı traktör, biçerdöver ve balya makinesi satışı gerçekleştirmekte, rakip markalı ürünlerin satışını gerçekleştirememektedir. Tespit 18’de yer verilen Whatsapp grubunda temel olarak AGCO’nun satışını yaptığđ Massey Ferguson markalı traktör ve biçerdöver ürünlerinin güncel fiyat bilgileri paylaşılmıştır. Ülkemizde biçerdöver endüstrisinde yaklaşık yedi farklı firmanın çeşitli markaları temsil ettiğđ bilinmekle birlikte esas olarak bu yedi firma ithalatçı vasfıyla sektörde yer almaktadır. Söz konusu firmalara ilişkin pazar payı tahminleri Tablo 2’de sunulmuştur. İlgili tablo incelendiğinde pazara New Holland markasının hâkim olduğu, bu markayı HARMAN ve TÜRK TRAKTÖR olmak üzere iki farklı distribütörün sattığđ görülmektedir. TÜRK TRAKTÖR’ÜN pazar payı tahmini olarak 2021, 2022 ve 2023 yıllarında sırasıyla %(.....), %(.....) ve %(.....) olarak gerçekleşirken; anılan tarihlerde sırasıyla HARMAN’ın pazar payı ise %(.....), %(.....) ve %(.....) olarak gerçekleşmiştir. HARMAN’ın ve TÜRK TRAKTÖR’ün New Holland markalı biçerdöverlerin distribütörü olduğu dikkate alındığında New Holland markasının ilgili yıllardaki pazar payının sırasıyla %(.....), %(.....) ve %(.....) olarak gerçekleştiğđ anlaşılmaktadır. AGCO’nun markası Massey Ferguson’un pazardaki üçüncü oyuncu olduğu ve pazar payının 2021, 2022 ve 2023 yıllarında sırasıyla %(.....), %(.....) ve %(.....) olarak gerçekleştiğđ görülmektedir. Diğer marka biçerdöverlerin pazar payı ise görece çok düşük seviyelerdedir. Dolayısıyla Whatsapp grubundaki ifadelere konu ürünlerin pazarı kapsama derecesinin oldukça sınırlı olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca pazarda yüksek pazar payına sahip TÜRK TRAKTÖR’ün bulunuyor oluşu da söz konusu olası bir bilgi değişiminin rekabet karşıtı etkisini bertaraf edebilecek niteliktedir. Tespit 18’de yer alan *“Fiyatları çok geri çekmişsin. (.....) abi Rakipler mi zorladı”* ifadesinde de AGCO bayilerinin rakiplerin baskısı ile karşı karşıya olduğu anlaşılmakta, bu durum da bilgi değişimi yoluyla ortaya çıkabilecek herhangi bir rekabeti kısıtlayıcı etkinin rakipler tarafından ortadan kaldırılabileceğine işaret etmektedir.
- (109) Söz konusu Whatsapp grubunda geçen bazı ifadelere konu fiyatların traktörlere ilişkin de olduğu bilgisi dâhilinde ek olarak AGCO’nun ve rakiplerinin traktör pazarındaki pazar payları da incelenmiştir. Ülkemizde traktör endüstrisinde yaklaşık 30 farklı firmanın, 40’a yakın sayıda markayı temsil ettiğđ bilinmektedir. Traktör sektöründe de TÜRK TRAKTÖR’ün pazar payının %(.....) gibi yüksek bir seviyede gerçekleştiğđ görülmektedir. AGCO’nun traktör pazar payının %(.....) da biçerdöver pazarındaki pazar payına benzer olduğu görülmektedir. İlgili firmaların pazar paylarını gösterir tablo aşağıda yer almaktadır:

Tablo 5: Traktör Pazarında Yer Alan Teşebbüslerin 2022 Yılı Pazar Payları

Teşebbüs	Adet	Pazar Payı (%)
TÜRK TRAKTÖR	(.....)	(.....)
TÜMOSAN	(.....)	(.....)
SDF	(.....)	(.....)
ERKUNT	(.....)	(.....)
HATTAT	(.....)	(.....)
BAŞAK	(.....)	(.....)
AGCO	(.....)	(.....)
KUBOTA	(.....)	(.....)
Yanmar Turkey Makina AŞ	(.....)	(.....)
IPSO	(.....)	(.....)
Argo Tractors Turkey Traktör San. Tic. Ltd. Şti.	(.....)	(.....)
Antonio Carraro Anadolu Traktör Pazarlama Ltd. Şti.	(.....)	(.....)
Diğer	916	2,0

Kaynak: TÜİK verileri, cevabi yazılar.

- (110) Öte yandan, marka içi rekabetin azalması markalar arası rekabetin az olduğu durumlarda kayda değer sorun yaratacağından ilgili sağlayıcının ve rakiplerinin pazardaki konumları olası rekabeti kısıtlayıcı etkilerin değerlendirilmesinde esas öneme sahiptir. Sağlayıcının gücü arttıkça marka içi rekabetteki azalma daha büyük sorun haline gelebilecektir. Hem traktör hem de biçerdöver pazarında TÜRK TRAKTÖR'ün pazar payının diğer oyunculara göre yüksek olduğu görülmektedir. AGCO'nun ise biçerdöver pazarında payı 2021, 2022 ve 2023 yıllarında sırasıyla %(.....), %(.....) ve %(.....) olarak gerçekleşmiş olup; traktör pazarında ise teşebbüs %(.....) paya sahiptir. Zira güçlü rakipler, marka içi rekabetteki azalmanın yeterli markalar arası rekabet ile kolayca dengelenebileceğinin göstergesidir. Dolayısıyla ilgili sağlayıcının ve rakiplerinin pazardaki konumları dikkate alındığında olası bir bilgi değişiminin rekabeti kısıtlayıcı etkisinin az olacağı değerlendirilmektedir.
- (111) Diğer taraftan, bilgi değişimi rekabeti bozucu bir anlaşma içerisinde bulunan teşebbüslerin mutabakata vardıkları konularda taahhütlerine uygun davranıp davranmadıklarının saptanmasını kolaylaştırabilmektedir. Tespit 16'da yer alan bir ifadeden hareketle, yukarıda AGCO'nun bayileri arasında bir fiyat anlaşması olup olmadığı incelenmiştir. Bu kapsamda ilgili bölümde yer verilen Tablo 4'te AGCO'nun bayilerinin ilgili dönemdeki satış fiyatları yer almaktadır. Tespit 18'de yer alan yazışmanın 30.08.2023 ila 06.12.2023 tarihleri aralığında gerçekleştirildiği görülmektedir. Anılan tarih aralığında, ilgili WhatsApp grubunun üyeleri arasında yer alan bayilerden AKGÜNLER, DÜZGÜNLER ve TEKTEKİN'in biçerdöver satışı bulunmamaktadır. Bununla birlikte, ilgili bayilerin incelenen dönemdeki satış fiyatlarının birbiri ile uyuşmadığı ve hatta AGCO'nun sunduğu tavsiye fiyatlarının da oldukça altında kaldığı görülmüştür. Dolayısıyla söz konusu bilgi değişimi, bir ihlalin kolaylaştırıcı eylemi olarak da değerlendirilemeyecektir.
- (112) Yukarıda yer verilen açıklamalar çerçevesinde AKGÜNLER, DÜZGÜNLER ve TEKTEKİN ünvanlı bayilerin rekabete hassas bilgi paylaşımında bulunduğu iddiası bakımından, Tespit 18'de yer alan bilgilerin bir kısmının pazar araştırması gibi yöntemlerle kolayca erişilebilir kamuya açık bilgiler olduğu ve pazarının yapısı ve özellikleri ile bayilerin münhasırlık ilişkisi kapsamında faaliyet gösterdikleri hususu da dikkate alındığında rekabete hassas nitelikteki bilgilerin detaylı, kapsamlı, sistematik ve karşılıklı paylaşıldığına dair bir sonuca ulaşılammış olup adı geçen teşebbüslerin

rekabeti sınırlama amacı ve/veya etkisi taşıyan bir bilgi değişimine taraf olduklarını gösteren yeterli bulgu elde edilemediği değerlendirilmiştir.

#### **I.4.1.4. Rekabet Etmeme Yükümlülüğü Bakımından Değerlendirme**

- (113) Son olarak, dosya kapsamında, AGCO'nun bayileri ile yapmış olduğu sözleşmelerde yer aldığı tespit edilen rekabet etmeme yükümlülüğü değerlendirilmiştir. 2002/2 sayılı Tebliğ'in 3. maddesinde rekabet etmeme yükümlülüğü, alıcının anlaşma konusu mal veya hizmetlerle rekabet eden mal veya hizmetleri üretmesini, satın almasını, satmasını ya da yeniden satmasını engelleyen doğrudan ya da dolaylı yükümlülük olarak tanımlanmıştır. Bu anlamıyla rekabet etmeme yükümlülüğü, alıcının anlaşma konusu mal veya hizmetleri kendisinin üretmemesini ve sağlayıcı dışındaki başka bir kaynaktan tedarik etmemesini öngören bir yükümlülüktür.
- (114) Ancak 2002/2 sayılı Tebliğ'de, alıcının ihtiyacı olan ya da yeniden satışını yaptığı mal veya hizmetlerin tamamını sağlayıcıdan almak zorunda olması durumu ile büyük bir bölümünü (%80'den fazlasını) almak zorunda olması durumu arasında bir fark gözetilmemiştir. Diğer bir deyişle, sağlayıcının alıcıya alımlarının küçük bir kısmını (%20'den azını) rakip teşebbüslerden yapma imkânı tanınması, konuya ilişkin hükmün rekabet etmeme yükümlülüğü sayılmasına engel teşkil etmeyecektir.
- (115) Diğer taraftan, alıcıya getirilen rekabet etmeme yükümlülüğünün süresi, yükümlülüğün grup muafiyetinden yararlanıp yararlanmadığının tespiti bakımından önem taşımaktadır. 2002/2 sayılı Tebliğ'in 5. maddesine göre, süresi beş yıldan uzun olan rekabet etmeme yükümlülüğünün grup muafiyetinden yararlanması istisnalar dışında mümkün değildir. Şayet alıcıya getirilen rekabet etmeme yükümlülüğünün süresi belirsiz ise yine grup muafiyeti uygulanamayacaktır. Beş yıllık süreyi aşacak şekilde zımnen yenilenebilen rekabet etmeme yükümlülükleri de grup muafiyeti kapsamında değildir. Ancak, süresi beş yılı aşmayan veya beş yıldan sonraki uzatmanın her iki tarafın açık iradesi ile mümkün olduğu ve alıcının beş yıllık süre sonunda rekabet etmeme şartına son vermesini engelleyen herhangi bir durumun olmadığı hallerde rekabet etmeme yükümlülüğü grup muafiyetinden yararlanacaktır.
- (116) Dosya kapsamında AGCO'nun bayilik sözleşmesi incelenmiş ve sözleşmede rekabet etmememe yükümlülüğüne yönelik bir hüküm bulunduğu görülmüştür. AGCO ile bayileri arasında imzalanan 15.12.2023 tarihli Bayilik Sözleşmesi aşağıdaki hükümleri içermektedir:

*(.....TİCARİ SIR.....)*

- (117) Yukarıda yer verilen rekabet etmeme yükümlülüğüne dair sözleşme maddeleri çerçevesinde bayiye getirilen söz konusu yükümlülüğün beş yıl ile sınırlandırıldığı anlaşılmakta olup bu yönüyle ilgili bayilik sözleşmelerinde yer alan rekabet etmeme yükümlülüğünün 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında olduğu ve dolayısıyla grup muafiyetinden yararlandığı sonucuna ulaşılmıştır.

**J. SONUÇ**

- (118) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre, 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmamasına, gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 60 gün içinde Ankara İdare Mahkemelerinde yargı yolu açık olmak üzere OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.