

BU KARAR DANISTAY 13.DAIRESI'NCE IPTAL EDILMISTIR. REKABET KURULU'NUN AYNI KONUYA ILISKIN 27.01.2006 - 12.11.2008 TARİH VE 06-05/86-23 - 08-63/1051-410 NOLU KARARLARINA INTERNET SAYFAMIZDAKI KARAR ARAMA BÖLÜMÜNDEN ERİŞEBİLİRSİNİZ.

REKABET KURULU KARARI

Dosya No : D3/2/A.Ç.-99/2 (Ş.Y./2-D-98/1) (SORUŞTURMA)

Karar No : 00-24/255-138

Karar Tarihi : 27.06.2000

A- TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Prof. Dr. M. Tamer MÜFTÜOĞLU.

Üyeler : Mehmet Zeki UZUN, Sadık KUTLU, Dr. Kemal EROL, İsmet CANTÜRK, Nejdet KARACEHENNEM, Mustafa PARLAK, A.Ersan GÖKMEN, R. Müfit SONBAY, Kubilay ATASAYAR, Murat GENCER.

B- SORUŞTURMA HEYETİ

Başkan : Rekabet Kurulu Üyesi, Mehmet Zeki UZUN

Raportörler : Aydın ÇELEN, Hakan SABUNCU, Ümit GÖRGÜLÜ

C- ŞİKAYET EDENLER:

- 1- Türkiye Fırıncılar Federasyonu
Farabi Üsküp Cad. (Eski Çevre Sok.) No: 25/3 Çankaya - ANKARA
- 2- Ankara Ticaret Odası
Söğütözü Mah. 2. Cad. No:5 Söğütözü - ANKARA

D- HAKKINDA SORUŞTURMA YAPILANLAR:

- 1- Pak Gıda Üretim ve Pazarlama A.Ş.
Pak İş Merkezi, Prof.Dr. Bülent Tarcan Sok. No: 5/6,
Gayrettepe - İSTANBUL
- 2- Özmaya Sanayi A.Ş.
Eski Adana Yolu Üzeri PK 50 Ceyhan - ADANA
- 3- Safmaya Sanayi A.Ş.
Taşova Yolu 6.km. AMASYA
- 4- Akmaya Sanayi ve Ticaret A.Ş.
E-5 Karayolu Kavşağı Evrensekiz Yolu Üzeri PK 15
Lüleburgaz - KIRKLARELİ
- 5- Mauri Maya Sanayi A.Ş.
Aksakal Köyü PK 101 Bandırma - BALIKESİR

E- İDDİALARIN ÖZETİ

Türkiye Fırıncılar Federasyonu 02.12.1997 tarihli başvurusunda, Türkiye'de faaliyet gösteren maya üreticilerinin, ekmek mayasına; gizli anlaşmalar yapmak suretiyle aynı gün ve aynı oranda zam yaparak fiyat birliği sağladıklarını ve bölge paylaşımı gerçekleştirdiklerini iddia etmiştir.

Keza Ankara Ticaret Odası da, 26.01.2000 tarihli dilekçesinde, maya pazarında üretim yapan Teşebbüslerin, Hükümetin %25'lik enflasyon hedefine karşılık, Ocak 2000 tarihinde birlikte hareket etmek suretiyle, fiyatlarını %42 oranında arttırdıklarını ileri sürmüştür.

F- DOSYA EVRELERİ

Türkiye Fırıncılar Federasyonu'nun, 02.12.1997 tarihli şikayet dilekçesi üzerine, Kurum Raportörleri tarafından hazırlanan, 19.01.1998 tarih ve Ş.Y./2-D1-98/1 sayılı İlk İnceleme Raporunu ele alan Rekabet Kurulu, 05.02.1998 tarih ve 364-39 sayılı Karar ile 4054 sayılı Kanun'un 40/1 inci maddesi uyarınca, konuya ilişkin, önaraştırma başlatmış;

Önaraştırma sonucunda, Raportörlerin düzenlediği 12.05.1999 tarih ve D3/2/A.Ç.-99/2 sayılı Önaraştırma Raporunu görüşen Kurul, 20.05.1999 tarih ve 99-24/208-121 sayılı karar ile,

4054 sayılı Kanun'un 41 inci ve 43/1 inci maddeleri uyarınca;

- Pak Gıda Üretim ve Pazarlama A.Ş. (Pak Gıda),
- Lesaffre Grubuna bağlı Özmaya Sanayi A.Ş. (Özmaya) ve Safmaya Sanayi A.Ş. (Safmaya),
- Akmaya Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Akmaya),
- Mauri Maya Sanayi A.Ş. (Maurimaya)

haklarında, Mezkur Kanun'un 4 üncü maddesinin ikinci fıkrasının (a), (b) ve (c) bentlerini ihlal ettikleri gerekçesiyle soruşturma açılmasına karar vermiştir.

4054 sayılı Kanun'un 43 üncü maddesinin 2 nci fıkrası uyarınca 01.06.1999 tarihinde haklarında soruşturma açıldığına dair bildirimde bulunulan ve 30 gün içinde ilk yazılı savunmalarını göndermeleri istenilen Tarafların, ilk yazılı savunmaları, 06.07.1999 - 28.07.1999 tarihleri arasında Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.

Soruşturma Heyetince tamamlanan 12.11.1999 tarih ve SR/99-7 sayılı Soruşturma Raporu, Kanun'un 45 inci maddesinin 1 inci fıkrası uyarınca, Başkanlıkça Tüm Kurul Üyeleri ile İlgili Taraflara, 17.11.1999 tarihinde tebliğe çıkarılmış ve aynı maddenin ikinci fıkrası gereğince de, Taraflardan, 30 gün içinde yazılı savunmalarını göndermeleri gerektiği hususu bildirilmiştir.

Soruşturma Raporunun tebliğini takiben, Kanun'un 45 inci maddesinin 2 nci fıkrasına göre savunma sürelerinin 30 gün uzatılmasını talep eden, Kurul'ca bu istekleri kabul edilerek 30 gün ek savunma süresi tanınan, Özmaya, Safmaya,

Akmaya ve Maurimaya'nın ikinci yazılı savunmaları, 17.12.1999 ve 25.01.2000 tarihleri arasında Rekabet Kurumuna ulaşmıştır.

Ankara Ticaret Odası'nın, yukarıda sözüedilen başvurusu üzerine, 10.02.2000 tarihinde toplanan Rekabet Kurulu, bu iddiaların, maya üreticileri hakkındaki mevcut soruşturmanın konusuyla aynı olduğu düşüncesinden hareketle mevcut soruşturma süreci içerisinde tamamlanmasına, gerekli inceleme ve delil tespiti için Soruşturma Heyetine 15 gün ek süre verilmesine, tespit edilecek yeni delillerin, mevcut bulgu ve deliller çerçevesinde ele alınmasına, sözlü savunma toplantısı yapılması halinde, Ankara Ticaret Odası'nın da bu toplantıya çağrılmasına karar vermiştir.

Soruşturma Heyetinin hazırladığı "Ek Yazılı Görüş"ün, Kanun'un 45 inci maddesinin 2 nci fıkrası uyarınca, Kurul Üyeleri ve Taraflara 25.02.2000 tarihinde tebliğini takiben, Kanun'un Aynı fıkrasına göre tahkikata tabi tüm Teşebbüslerin savunma müddetlerinin uzatılması istekleri, Rekabet Kurulunca uygun görülerek her Teşebbüse 30'ar gün ek savunma süresi tanınmış olup, ilgili Teşebbüslerin "ek yazılı görüş"e karşı yazılı savunmaları 18.04.2000 ve 01.05.2000 tarihleri arasında Rekabet Kurumu kayıtlarına girmiştir.

Soruşturma kapsamındaki Teşebbüslerin talepleri üzerine; Rekabet Kurulu'nun 09.05.2000 tarih ve 00-17 sayılı toplantısında, yürütülen soruşturma ile ilgili olarak 21.06.2000 tarihinde sözlü savunma toplantısı yapılmasına karar verilmiş ve sözlü savunma toplantısı davetiyeleri, Kanun'un 46 ncı maddesinin 2 nci fıkrası uyarınca ilgililere gönderilmiştir.

21.06.2000 tarihinde yapılan "Sözlü Savunma Toplantısı"nda, Taraflar son savunmalarını yapmışlardır.

Rekabet Kurulu, 27.06.2000 tarihinde 00-24/255-138 sayılı nihai kararını vermiş ve 28.06.2000 tarihinde bu Karar Taraflara tefhim edilmiştir.

G- RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ

Raportörler, Ekmek mayası pazarında faaliyet gösteren Teşebbüslerin uyumlu eylem neticesinde,

- ekmek mayasının fabrika çıkış fiyatlarını birlikte belirledikleri,
- bayiler arasında oluşabilecek rekabeti engelledikleri,
- fırınları bayiler arasında paylaştıkları ve
- ekmek mayasının daha fazla kullanılmasını sağlamak amacıyla ekmek mayasının aktivitesini azalttıkları,

kanaatinden hareketle, Rekabet Kurulu'nun aldığı soruşturma kararı çerçevesinde yapılan incelemeler ve Teşebbüslerin savunmaları ışığında;

- 1- Ekmek mayası üreticilerinin özellikle liste fiyatlarının (fabrika çıkış fiyatları) artış tarih ve oranları arasında önemli paralellikler olduğu, ancak bu paralelliklerin,

mayanın homojen bir ürün olması, marka bağımlılığının bulunmaması, fırınların birden fazla markayı aynı anda kullanabilmeleri ve bir markadan diğerine rahatlıkla geçebilmeleri, pazarda haberleşmenin kolay olması sonucu, teşebbüslerin birbirlerinin hareketlerine çok kısa sürede tepki gösterebilmeleri neticesinde maya üreticileri arasında uyumlu eyleme neden olabilecek herhangi bir iletişim veya mutabakat olmaksızın ekmek mayası pazarının yapısından kaynaklandığı,

- 2- Soruşturmaya Taraf olan Teşebbüslerin uyumlu eylem neticesinde, pazar ve müşteri paylaştıklarına ilişkin olarak kayda değer bir tespit yapılamamış olması nedeniyle, Kanun'un 4 üncü maddesinin (b) bendi kapsamında bir ihlalin sözkonusu olmadığı,
- 3- Soruşturmaya Taraf olan Teşebbüslerin üretimini yaptıkları ekmek mayasının aktivitesini uyumlu eylem sonucu azaltmadıkları; dolayısıyla, Kanun'un 4 üncü maddesinin (c) bendini ihlal etmedikleri,
- 4- Ancak, yeni liste fiyatının uygulanamaması ya da çeşitli nedenlerle fiyatların, liste fiyatının altına düşmesi durumunda çoğu zaman, maya üreticileri Pak Gıda, Özmaya, Safmaya, Akmaya ve Maurimaya'nın, değişik ünvanlara sahip satış elemanları koordinatörlüğünde, maya bayileri'nin aralarındaki rekabeti önleyerek, düşük seyreden bayi satış fiyatlarını yükseltmek amacıyla, yaptıkları görüşmeler ve toplantıların uyumlu eylem niteliğinde olduğu ve Kanun'un 4 üncü maddesinin (a) bendi kapsamında bulunduğu,
- 5- Kanun'un 4 üncü maddesinin (a) bendi kapsamında, söz konusu eylemleri gerçekleştiren maya üreticisi firmalardan Pak Gıda, Özmaya, Safmaya, Akmaya ve Maurimaya'nın; 4054 sayılı Kanun'un 16 ncı maddesinin ikinci fıkrası gereğince, 1.600.000.000 TL'den aşağı olmamak üzere, değerlendirmeye alınan son belge tarihinden bir yıl önceki mali yıl sonunda oluşan gayrisafi gelirlerinin %10'una kadar para cezası ile cezalandırılmaları gerektiği,
- 6- 1997/3 sayılı "Tek Elden Dağıtım Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği"nde izin verilen rekabet kısıtlamaları haricinde, rekabet kısıtlamaları içeren dağıtım anlaşmalarından;

05.11.1997 tarihinde var olanları, 05.05.1998 tarihine kadar ve 05.11.1997 tarihinden sonra akdedilenleri ise akdedilme tarihinden itibaren, en geç 1 ay içerisinde Kurum'a bildirmeyen,

Akmaya San. ve Tic. A.Ş., Mauri Maya San. A.Ş. ve Lesaffre grubuna ait Özmaya San. A.Ş. ve Safmaya San. A.Ş.'ne 4054 sayılı Kanun'un 16 ncı maddesinin birinci fıkrasının (c) bendinde öngörülen cezanın tatbik edilmesi ,

Aynı şekilde, Bu Teşebbüslerin o tarihlerde, Yönetim Organlarında Görev yapan Kişilere de, Kanun'un 16 ncı maddesinin üçüncü fıkrasında belirtilen cezanın uygulanması,

7- 15.04.1999 tarihinde Akmaya San. ve Tic. A.Ş. merkezinde yapılan yerinde inceleme sırasında, Akmaya San. ve Tic. A.Ş. çalışanlarından Z.S.'nin, Rekabet Kurumu Raportörleri tarafından birer sureti istenen iki belge üzerinde tahrifat eylemini gerçekleştirmesi nedeniyle, Akmaya San. ve Tic. A.Ş.'ne 4054 sayılı Kanun'un 16 ncı maddesinin birinci fıkrasının (b) bendinde öngörülen para cezasının verilmesi, aynı zamanda anılan eylem nedeniyle Akmaya San. ve Tic. A.Ş.'nin Yönetim Organlarında görev yapan Kişilere de Kanun'un 16 ncı maddesinin üçüncü fıkrasında belirtilen cezanın uygulanması gerektiği,

düşüncesinde olduklarını bildirmişlerdir.

H- YAPILAN İNCELEME, ELDE EDİLEN DELİLLER, TARAFLARIN SAVUNMALARI VE BUNLARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

İlgili Pazar

İlgili Ürün Pazarı

Şikayet konusunun ekmek mayası olması, şikayet edilen teşebbüsler Pak Gıda, Özmaya, Safmaya, Maurimaya ve Akmaya'nın başlıca faaliyet alanlarının ekmek mayası üretimi ve dağıtımını olduğu dikkate alınarak, ilgili ürün pazarı "ekmek mayası" olarak belirlenmiştir¹.

İlgili Coğrafi Pazar:

Pak Gıda, Özmaya, Safmaya, Maurimaya ve Akmaya'nın ürettikleri ürünleri tüm Türkiye'ye ulaştırma kapasitelerinin olması ve satışlarını tüm Türkiye çapında gerçekleştirmeleri sebebiyle coğrafi pazar olarak "**Türkiye**" tespit edilmiştir.

I a. Fabrika Çıkış Fiyatlarının Birlikte Belirlendiği İddiasına Yönelik Tespitler

Şikayetçi Tarafın öncelikli iddiası, maya üreticilerinin, ekmek mayası fiyatlarını birlikte arttırdıklarına ilişkindir. Bu iddianın açıklığa kavuşturulabilmesi amacıyla maya üreticilerinin son üç yıllık dönemdeki fiyat artışları, yine bu dönemdeki maya üretiminde kullanılan önemli girdilerdeki maliyet artışları incelenmiş ve maya fiyatlarındaki artışların DİE'ce yayınlanan Tüketici fiyat endeksindeki artışlarla karşılaştırması yapılmıştır.

A. Maya Üreticilerinin Son Üç Yıllık Dönemde Uyguladıkları Satış Fiyatlarının Karşılaştırılması

¹ Fırınlr ekmek üretiminde genellikle yaşmaya kullanılmaktadırlar. Dolayısıyla, kararda "ekmek mayası" ya da kısaca "maya" olarak ifade edilen maya çeşidi yaşmayadır.

Ekmek mayası pazarında faaliyet gösteren Teşebbüslerin; Ocak 1996 - Ocak 2000 dönemi içerisindeki "fabrika çıkış fiyatları - liste fiyatları" ile "aylık ortalama satış fiyatları"nın artış tarih ve oranları karşılaştırılmıştır. Burada "fabrika çıkış fiyatı - liste fiyatı" üretici firmaların bayiye uygulamayı düşündükleri ve piyasaya deklare ettikleri, satış fiyatıdır. Başka bir ifadeyle "fabrika çıkış fiyatı" üretici firmaların yılda ortalama birkaç defa yayınladıkları listelerde yer alan üreticinin satış fiyatı, dolayısıyla bayinin alış fiyatıdır.

Maya üreticileri bayilere uygulamak üzere liste fiyatlarını açıklamalarına rağmen, bu liste fiyatları üzerinden bayilere zaman zaman indirim yapmak durumunda kaldıkları bunun sonucunda, uygulanması planlanan "fabrika çıkış fiyatı" ile "aylık ortalama satış fiyatı" arasında farklılıkların olduğu, görülmüş "Aylık ortalama satış fiyatı" ise her ay elde edilen net satış gelirinin, o ayki satış miktarına bölünmesi ile elde edilmiştir.

Ocak 1996 - Aralık 1998 dönemi fabrika çıkış fiyatlarındaki değişimler incelendiğinde aşağıdaki hususlar tespit olunmuştur.

1. Piyasada faaliyet gösteren 5 firma da, söz konusu 3 yıllık dönem içerisinde 8 defa liste fiyatlarını arttırarak fabrika çıkış fiyatına zam yapmıştır.
2. Firmalar ilk fiyat artışını Ocak 1996'da yapmışlardır. Özmaya ve Safmaya'nın ilk fiyat artışı **19 Ocak 1996'da**, Maurimaya'nın **22 Ocak 1996'da**, Akmaya ve Pak Gıda'nın ise **29 Ocak 1996'da** olmuştur.
3. Faaliyet gösteren 5 firma da, bu dönem içerisindeki ikinci fiyat artışlarını Nisan 1996'da gerçekleştirmişlerdir. Özmaya ve Safmaya bu artışı **15 Nisan 1996'da** yaparken, Pak Gıda, Akmaya ve Maurimaya bir hafta sonra **22 Nisan 1996'da** yapmışlardır. Nisan ayında gerçekleştirilen bu artışlarda, bir önceki listeye göre Pak Gıda, Maurimaya, Özmaya ve Safmaya %25 artış gerçekleştirirken, Akmaya'da bu oran %24 olmuştur.
4. Üçüncü fiyat artışını Pak Gıda **1 Kasım 1996'da**, Maurimaya **4 Kasım 1996'da**, Özmaya ve Safmaya **24 Kasım 1996'da** ve Akmaya **14 Ekim 1996'da** gerçekleştirmiştir. Artış oranları Pak Gıda, Akmaya ve Maurimaya'da %25 olurken, Özmaya ve Safmaya'da %22 olmuştur.
5. Faaliyet gösteren 5 firma da dördüncü fiyat artışını Mart 1997'de gerçekleştirmişlerdir. Bu fiyat geçişini Özmaya ve Safmaya **14 Mart 1997'de** %23'lik artış ile yaparken, Pak Gıda, Akmaya ve Maurimaya **15 Mart 1997'de** sırasıyla %20, %17 ve %20 olarak fiyat artışını gerçekleştirmişlerdir.
6. Beşinci fiyat artışı 2 ay sonra Mayıs ayı içerisinde gelmiştir. Özmaya ve Safmaya **13 Mayıs 1997'de** artış yaparken, Pak Gıda, Akmaya ve Safmaya **14 Mayıs 1997'de** bu artışı gerçekleştirmiştir. Artış oranı 5 firmada da %25 olmuştur.

7. Firmalar *Ekim 1997* sonunda altıncı fiyat geçişini yapmışlardır. Özmaya ve Safmaya **27 Ekim 1997**'de %33, Pak Gıda **28 Ekim 1997**'de %33, Akmaya **28 Ekim 1997**'de %38 ve Maurimaya **30 Ekim 1997**'de %33'lük fiyat artışı gerçekleştirmişlerdir.
8. Yedinci fiyat geçişi *Mart 1998* ayı içerisinde olmuştur. Pak Gıda **2 Mart 1998**'de %30, Özmaya ve Safmaya **3 Mart 1998**'de %30, Akmaya **6 Mart 1998**'de %30 ve Maurimaya **10 Mart 1998**'de %32 fiyat artışı yapmışlardır.
9. İnceleme yapılan Ocak 1996 – Aralık 1998 dönemindeki son fiyat geçişi *Aralık 1998*'de gerçekleştirilmiştir. Akmaya **16 Aralık 1998** tarihinde %23, Özmaya ve Safmaya **17 Aralık 1998**'de %20, Pak Gıda **18 Aralık 1998**'de %23 ve Maurimaya **21 Aralık 1998**'de %22'lik fiyat artışı yapmışlardır.

Görüldüğü üzere, Ocak 1996 - Aralık 1998 döneminde tüm maya üreticilerinin piyasaya açıkladıkları maya liste fiyatlarının (uygulanması öngörülen fabrika çıkış fiyatı) artış tarih ve oranlarında paralellikler söz konusudur.

1999 yılı içerisindeki liste fiyatları incelendiğinde ise şu sonuçlar tespit edilmiştir.

1. 1999 yılı içerisindeki ilk fiyat artışı Pak Gıda **27 Nisan 1999**'da %25, Özmaya ve Safmaya **12 Nisan 1999**'da %28, Akmaya **12 Nisan 1999**'da %25 oranında gerçekleştirmiştir. Nisan ayında liste fiyatını değiştirmeyen Maurimaya **10 Aralık 1999**'da dokuzuncu fiyat artışı %25 oranında gerçekleştirmiştir.
2. 1999 yılı içerisindeki ikinci fiyat artışı *Aralık 1999* tarihinde gerçekleştirilmiştir. Özmaya, Safmaya ve Akmaya **24.12.1999**'da, Pak Gıda **28.12.1999**'da ve Maurimaya da **31.12.1999**'da liste fiyatlarını %39 oranında artırmışlardır.

Ankara Ticaret Odası'nın şikayetine ilişkin olarak, maya üreticilerinin 1999 yılı içerisindeki liste fiyatı değişimleri incelendiğinde de görüleceği üzere, 1996 -1998 döneminde gözlenen fiyat artış paralellikleri Maurimaya hariç diğer üreticiler için 1999 yılında da aynen devam etmiştir.

4054 sayılı Kanun'un 4 üncü maddesinde rekabeti sınırlayıcı anlaşmaların yanısıra bu tip rekabeti sınırlayıcı nitelikteki uyumlu eylemler ve teşebbüs birliği kararları da, yasaklanmıştır. Aynı maddede ifade edildiği üzere, bir anlaşmanın ispat edilemediği durumlarda piyasadaki fiyat değişimlerinin, arz-talep dengesinin veya teşebbüslerin faaliyet gösterdikleri bölgelerin, rekabetin engellendiği piyasalardakine benzerlik göstermesi halinde, bu durum teşebbüslerin uyumlu eylem halinde olduklarına karine teşkil edebilmektedir. Ekonomik ve rasyonel gerçeklere dayanmak koşuluyla taraflardan her birinin

uyumlu eylem içerisinde bulunmadıklarını ispatlayarak sorumluluktan kurtulabilecekleri de yine Kanun'un 4 üncü maddesinde hükümlenmiştir.

Maya üreticilerinin, maya satış fiyatlarını birbirine çok yakın dönemlerde ve oranlarda arttırmaları, Tarafların uyumlu eylem halinde oldukları iddiası için, karine olarak değerlendirilmiş ve maya üreticilerinin liste fiyatlarını (fabrika çıkış fiyatlarını) birlikte arttırmak suretiyle uyumlu eylem halinde oldukları konusunda kendilerinden savunma istenmiştir.

B. Maya Üreticilerinin Maliyetlerinin Benzer Olup Olmadığı

Maya üreticilerinin maliyet yapılarının iddia edildiği gibi benzer olup olmadığının tespiti bakımından, Ocak 1996 - Haziran 1999 dönemi içerisinde, aylık olarak, 1 ton maya üretiminde kullanılan melas, elektrik, fuel oil, kimyasal madde ve ambalaj malzemesi maliyetlerinin üretici firmalar arasında karşılaştırması yapılmıştır.

1. Melas: Şeker üretiminde kullanılan şeker pancarından veya şeker kamışından geriye kalan madde olan melas, maya üreticileri tarafından maya üretiminde kullanılmaktadır. 1 ton ekmek mayası üretiminde kullanılan melasın maliyet tutarı, incelemeye konu olan dönemde yaklaşık iki kat artmıştır. Firma bazında karşılaştırma yapıldığında; ilk olarak, Pak Gıda'nın melas maliyetinin genel olarak diğer firmalara göre yüksek olduğu, ancak Temmuz 1998'den itibaren azalışa geçerek diğer firmaların seviyesine indiği; Özmaya, Safmaya ve Akmaya'nın melas maliyetlerinde paralelliklerin olduğu; Maurimaya'nın melas maliyetinde ise iniş ve çıkışlar olmasına rağmen diğer firmalar ile aynı trendi taşıdığı görülmektedir.

2. Elektrik: İncelemeye konu olan Ocak 1996 - Haziran 1999 döneminde, Özmaya'nın 1 ton ekmek mayası üretiminde kullandığı elektrik maliyeti genel olarak diğer firmalara göre yüksek seyretmiştir. Akmaya'nın ise bu dönem içerisinde elektrik maliyeti diğer firmalara göre düşüktür.

Ocak 1996'da 1 ton ekmek mayası üretiminde kullanılan elektrik enerjisinin maliyeti ortalama 2.000.000 TL iken, Mart 1998'e kadar bu tutar tüm firmalarda fazla bir artış göstermemiştir (yaklaşık iki kat). Ancak, Mart 1998'den itibaren tüm firmaların elektrik maliyetleri artışa geçmiş ve dalgalanmalar başlamıştır. Bu artış özellikle Maurimaya'da oldukça fazla olmuştur. Mart 1998'e kadar birbirine yakın bir seyir izleyen elektrik maliyet tutarları da bu aydan itibaren farklılaşmaya başlamıştır.

3. Fuel Oil: Maya üretiminin değişik aşamalarında tüketilen buharın elde edilmesinde kullanılan fuel oil girdisinin maliyeti incelendiğinde, bu maliyet kaleminin Pak Gıda için yok denilecek kadar az olduğu görülmektedir. Bunun nedeni, Pak Gıda'nın biyolojik arıtma tesislerinde elde ettiği biogazı yakmak suretiyle oluşan buharı ve kojenerasyon tesislerinde elektrik üretimi sırasında oluşan buharı üretimde kullanmasıdır. Benzer bir durum Maurimaya için de geçerlidir. Arıtma tesislerinde oluşan biogazı yakmak suretiyle elde ettiği buharı üretimde kullanmaya başlayan Maurimaya'nın fuel oil maliyeti 1997 yılı ortalarından itibaren önemli artış göstermemiştir. Ocak 1996 - Haziran 1999 dönemi içerisinde Akmaya'nın fuel oil

maliyetinde önemli iniş ve çıkışlar yaşanırken, Özmaya ve Safmaya'da enflasyona ve fuel oil fiyatlarındaki artışa paralel bir yükseliş gözlenmektedir.

4. Kimyasal Madde: Ocak 1996'da tüm maya üreticilerinin 1 ton ekmek mayası üretiminde kullandıkları kimyasal madde maliyeti yaklaşık 2.500.000 TL iken, bu tutar Haziran 1999'a kadar enflasyona paralel olarak artış göstermiş ve ortalama 11.000.000TL düzeyine ulaşmıştır. Bu dönem içerisinde Pak Gıda'nın kimyasal madde maliyeti diğer firmalara göre düşük seyretmesine rağmen, diğer firmalarda yaşanan artış Pak Gıda'da da yaşanmıştır.

5. Ambalaj malzemeleri: Maya üreticileri tarafından kullanılan ambalaj ve paketleme malzemeleri, karton koliler, parafinli ve parafinsiz ambalaj kağıtları, selofan, polietilen, J600, Likit parafin, bant, nişasta, plastik torba ve tuzdur².

Maya piyasasında faaliyet gösteren teşebbüslerin ambalaj maliyetleri incelendiğinde, Özmaya, Safmaya ve Pak Gıda'nın ambalaj maliyetlerinin inceleme konusu olan dönemde birbirine benzerlikler gösterdiği ve belli bir yükseliş trendi izlediği, Akmaya'nın da zaman zaman bu trende yaklaştığı, Maurimaya'nın ise diğer dört firma ile ambalaj maliyetleri bakımından herhangi bir benzerlik içerisinde bulunmadığı, aksine Maurimaya'nın ambalaj maliyetinin diğer firmalara göre yüksek olduğu görülmektedir.

Maya üretiminde kullanılan beş girdi kaleminin firmalar arasında karşılaştırması sonucunda, bu girdilerin maliyet tutarlarının üretici firmalar arasında farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir: Pak Gıda'nın melas maliyeti, Özmaya'nın elektrik maliyeti ve Maurimaya'nın ambalaj maliyeti diğer firmalara göre yüksek bir seyir izlerken; fuel oil maliyeti diğer firmalarda önemli bir maliyet kalemi oluştururken, Pak Gıda ise neredeyse hiç fuel oil kullanmamaktadır. Bu çerçevede değerlendirildiğinde, maya üreticilerinin üretim proseslerinin aynı olduğunu ileri sürmek mümkün değildir. Maya üreticilerinin maliyet yapılarında birbirine yakın tarihlere ve aynı oranlarda maya fiyatını arttırmalarının nedeni olabilecek kaydadeğer bir benzerlik tespit edilememiştir.

C. Maya Satış Fiyatlarındaki Artışların Tüketici Fiyat Endeksindeki Artışlarla Karşılaştırılması

Maya Üreticilerinin satış fiyatlarında uyguladıkları artışların ülkemiz ekonomisinde varlığını sürdüren enflasyona göre durumunun ne olduğunun açıklığa kavuşturulması bakımından maya satış fiyatlarındaki artış oranları DİE'ce yayımlanan Tüketici Fiyat endeksindeki artışlarla karşılaştırılarak aşağıdaki tespitler yapılmıştır.

² Bazı kimyasal malzemeler, paketleme bölümünde kullanılması nedeniyle ambalaj maliyetinde gösterilebildiği gibi, kimyasal madde maliyetine de dahil edilebilmektedir. Örneğin, patates nişastası Özmaya, Safmaya ve Maurimaya'da ambalaj malzemesi maliyetinde, Pak Gıda'da ise kimyasal madde maliyetinde gösterilmiştir.

Ocak 1996-Aralık 1998 dönemi içerisindeki DİE'nin Toplam Tüketici Fiyat Endeksi (TÜFE) oranı yaklaşık %450 olarak gerçekleşmiştir. Aynı dönem içerisinde; Pak Gıda'nın³ liste fiyatı %306, ortalama satış fiyatı %337; Özmaya'nın liste fiyatı %388, ortalama satış fiyatı %383; Safmaya'nın liste fiyatı %388, ortalama satış fiyatı %381; Akmaya'nın liste fiyatı %400, ortalama satış fiyatı %365; Maurimaya'nın³ liste fiyatı %311, ortalama satış fiyatı %288 oranında artış göstermiştir.

Görüldüğü üzere, Soruşturmaya Taraf olan Teşebbüslerin hem liste fiyatları hem de ortalama satış fiyatları enflasyon oranının altında artış göstermiştir.

1 b. Fabrika Çıkış Fiyatlarında Paralellik Olduğu İddiasına Yönelik Savunmalar

Soruşturmaya Taraf olan Teşebbüslerden Akmaya ve Maurimaya ilk yazılı savunmalarında, bir yandan fabrika çıkış fiyatlarında, iddia edildiği gibi paralellik olmadığını ileri sürmekte, diğer yandan paralelliklerin nedenlerini maya pazarının yapısını açıklayarak anlatmaya çalışmaktadırlar.

Taraflar savunmalarında, ağırlıklı olarak, rakip üreticilerin satış fiyatlarındaki paralelliğin faaliyet gösterdikleri maya pazarının doğasından kaynaklandığını ileri sürmüşlerdir. Fabrika çıkış fiyatlarındaki paralelliği açıklamaya yönelik olarak Taraflar maya pazarının yapısına ilişkin aşağıdaki hususları dile getirmişlerdir:

1. İlgili ürün olan ekmek mayası, homojen bir üründür. Pazarda faaliyet gösteren ve ileri teknoloji kullanan üretici teşebbüslerin ürünlerini, rakiplerinkinden farklılaştırarak rekabette kendilerine avantaj sağlamaları mümkün değildir.
2. Ekmek mayası pazarında, reklam faaliyetlerine girerek pazar payını arttırmak mümkün değildir. Ara mal olan ekmek mayası son kullanıcılara yani tüketicilere değil, ekmek üretiminde kullanılmak üzere fırınlara satılmaktadır. Dolayısıyla, maya üreticilerinin fırınları kendi ürünlerine çekebilmek için geniş kapsamlı reklam faaliyetlerine girişmeleri mümkün olamamaktadır.
3. Ekmek mayası pazarının en önemli özelliği, şeffaf bir pazar olmasıdır. Üretici firmalar rakiplerinin pazardaki faaliyetlerini rahatlıkla takip edebilmektedirler. Maya üreticilerinin üretimini yaptıkları mayayı aynı müşteri kitlesine satmak zorunda olmaları ve üretici firmalardan hiçbirinin kendi müşteri portföyünü uzun süreli olarak oluşturamaması, pazarda şeffaflığı arttırmakta ve üreticilerden biri rakiplerinin herhangi bir ildeki satış fiyatlarını rahatlıkla öğrenebilmekte ve gerekli tepkiyi gösterebilmektedir.
4. Reklam faaliyetlerinin satış arttırmada bir araç olarak kullanılmadığı ve tamamen homojen bir malın sözkonusu olduğu bu pazarda tüketici konumunda olan fırınlar arasında da, bir marka bağımlılığı oluşturulamamaktadır. Pazarda satılan tüm mayaların aynı kalitede olduklarını düşünen fırınlar için, hangi marka

³ Pak Gıda ve Maurimaya'nın Aralık 1998'deki liste fiyatında artış olurken ortalama satış fiyatında düşüş olması sonucu, liste fiyatındaki artış oranı ortalama satış fiyatındaki artış oranından aşırı büyük çıkması nedeniyle hesaplamalarda Aralık 1998 fiyatları yerine Kasım 1998 fiyatları kullanılmıştır.

mayayı kullandıkları önem taşımamakta, çoğunlukla birden fazla markayı aynı anda kullanmakta ve bir markadan diğerine rahatlıkla geçebilmektedirler.

5. Marka bağımlılığının yaratılmaması sonucunda, ekmek mayası pazarında, müşteri tercihlerine yön veren tek parametre "fiyat" kalmaktadır. Tüketici konumundaki fırınlar maya fiyatlarındaki değişmelere karşı aşırı hassas olmakta ve en küçük bir fiyat farklılaşmasında, stoksuz çalışmalarının da etkisiyle fiyatı düşük kalan markaya rahatlıkla yönelebilmektedirler.
6. Müşteri tercihlerine yön veren tek unsurun "fiyat" olduğu ve her biri belli büyüklükte dört teşebbüsün faaliyet gösterdiği ekmek mayası pazarında, üretici firmaların birbirlerine yakın tarihlerde ve oranlarda liste fiyatlarını değiştirmeleri ve en küçük bir fiyat farklılaşmasında pazarını kaybedecek olan Teşebbüslerin paralel fiyat davranışları sergilemeleri uyumlu eylem olarak değerlendirilemez.

Diğer taraftan soruşturmaya Taraf olan Teşebbüsler, yukarıda zikrolunan gerekçelere ilave olarak, paralellik olduğu iddia edilen liste fiyatlarının, vitrin fiyatı niteliğinde olduğunu, pazarın yapısından dolayı birbirine yakın biçimde şekillenen ve sembolik nitelikte olan liste fiyatlarının uygulanmadığını ve üretici firmaların aralarındaki rekabet nedeniyle bu liste fiyatları üzerinden müşterilerine indirimler yapmak zorunda kaldıklarını,

Liste fiyatlarındaki paralelliğin değerlendirilmesi sırasında enflasyonun gözönünde bulundurulması gerektiğini, Enflasyonist bir ortamda faaliyet göstermeleri sebebiyle üzerinde enflasyonist baskının en yoğun olduğu Teşebbüsün liste fiyatını arttırdığını ve Diğerlerinin de Onu takip ettiğini,

Maya üreticilerinin benzer koşullarda faaliyet gösterdiklerini, maliyet yapılarının benzer olduğunu, enflasyonist ortamda girdilerde yaşanan fiyat artışlarından benzer şekilde etkilendiklerini, bu nedenle liste fiyatlarının artış tarih ve oranlarındaki paralelliklerin uyumlu eylem olarak değerlendirilmemesi gerektiğini ileri sürmektedirler.

Taraflar yukarıdaki savunmalarının yanısıra;

- Akmaya'nın 1994 yılında maya pazarına sıfır pazar payı ile girmesinin ve pazar payını hızla yükseltmesinin,
- Akmaya ile Lesaffre arasında mahkemeye intikal etmiş ciddi ihtilafların olmasının,
- Maurimaya'nın 1996 ve 1997 yıllarını zararlı kapatmasının,
- Pak Gıda'dan sonra yabancı firmaların pazara girmesinin,

Maya Üreticileri arasında uyumlu eylem olmadığını gösterdiğini ileri sürmüşlerdir.

I c. Fabrika Çıkış Fiyatlarının Birlikte Belirlendiğine İlişkin Değerlendirme

Maya üreticileri nezdinde yapılan incelemelerde maya üreticilerinin piyasaya bayileri vasıtasıyla sattıkları mayanın fabrika çıkış (liste) fiyatlarını paralel olarak aynı tarih ve oranlarda artırarak belirledikleri tespit edilmiştir. Zaten maya üreticileri de fiyatların paralel olarak aynı dönemlerde artırılmış olduğuna yönelik tespitlere itiraz etmemişlerdir. Maya pazarındaki paralel fiyat artışlarının uyumlu eylem için yeterli bir karine olduğu düşüncesinden hareketle Kurulumuz maya piyasasında faaliyet gösteren teşebbüslere soruşturma açmıştır. Soruşturma sürecinde Raportörlerin elde ettiği piyasaya yönelik bilgi ve delillerin değerlendirilmesi neticesinde incelenen maya piyasasının özelliklerinin iktisatta oligopolistik piyasa olarak adlandırılan piyasalara uyduğu tespit edilmiştir.

Paralel firma davranışlarının rekabet ihlali içerip içermediklerinin açıklığa kavuşturulması bakımından oligopolistik piyasaların teşebbüsler üzerindeki etkilerini ortaya koymak gerekmektedir.

Oligopolistik pazarlarda faaliyet gösteren teşebbüsler arasında gözlenen paralel davranışlar, tarafların uyumlu eylem halinde olduklarına dair önemli deliller olmakla birlikte, bunlar başka delillerle desteklenmeksizin tek başlarına uyumlu eylemi göstermezler. Bu tip pazarlarda faaliyet gösteren teşebbüsler önemli kararlar verirken, rakiplerinin muhtemel tepkilerini de gözönünde bulundurmamak zorundadırlar. Zira, teşebbüsün sözkonusu fiilden elde edeceği kazanç, rakiplerinin o fiile karşı gösterecekleri tepkiye bağlıdır. "Oligopolistik bağımlılık" olarak ifade edilen bu özellik oligopolistik pazarlarda faaliyet gösteren teşebbüslerin faaliyetlerinde paralelliklerin oluşmasına neden olabilmektedir. Sözkonusu pazarın homojen bir ürünün alınıp satıldığı bir pazar olması, pazarda haberleşmenin kolay olması ve teşebbüslerin birbirlerine yakın güçte olmaları "oligopolistik bağımlılığı" ve dolayısıyla paralel davranışları daha da arttırmaktadır. Ancak, oligopolistik pazarlarda faaliyet gösteren teşebbüslerin paralel davranışları aralarında kurmuş oldukları doğrudan veya dolaylı iletişim ile sağlamaları halinde tarafların uyumlu eylem halinde olduklarından bahsedilebilir. Taraflar arasındaki doğrudan veya dolaylı iletişim, duruma göre, toplantılar yapılması, bilgi değişimi veya bazı bilgilerin piyasaya deklare edilmesi gibi eylemlerle kurulabilir. Kurulan bu iletişimin amacı, teşebbüslerin fiileri her ne kadar birbirlerine bağımlı olsa da, pazarlarda var olan ve teşebbüslerin rekabet etmelerini sağlayan "belirsizliği" yok etmeye ve pazarı şeffaf hale getirmeye çalışmaktır.

Maya üreticilerinin yönetim merkezlerinde yapılan yerinde incelemelerde üreticiler arasında pazarın özellikle fiyatlar bakımından belirsizliklerini yok etmeye yönelik uyumlu eylem olarak kabul edilebilecek doğrudan ya da dolaylı bir iletişime rastlanılmamıştır.

Her ne kadar bulgular soruşturma açılan teşebbüslerin maliyetlerden bağımsız olarak paralel olarak artırdıklarını ortaya koymakta ise de pazarın oligopolistik yapısının fiyat artışlarında rakiplerin izlenmesi gibi bir zorunluluğu gerekli kılması, maya üreticileri arasında pazardaki belirsizliği yokedecek nitelikte doğrudan ya da dolaylı iletişime rastlanılmaması, maya üreticilerinin maya satış fiyatlarına uyguladıkları artışlarının incelemeye alınan dönem itibarıyla DİE'ce

yayınlanan Tüketici Fiyat endeksindeki artışların altında gerçekleşmiş olması sebebiyle, bu artışların, bir uyumlu eylem neticesinde olmadığı kanaatine ulaşılmıştır.

Bu durumu her biri ihmal edilemeyecek büyüklükteki az sayıda üreticinin faaliyet gösterdiği, homojen bir malın sözkonusu olduğu ve oligopolistik özellikler gösteren ekmek mayası pazarında gözlenen paralel fiyat hareketlerini pazarın yapısından kaynaklanan, piyasanın "ekonomik ve rasyonel gerçekler"i olarak değerlendirmek mümkündür.

II a. Bayi Satış Fiyatlarının Yükseltilmesine İlişkin Olarak Yapılan Tespitler

Soruşturmaya Taraf olan Teşebbüsler, üretimini yaptıkları ekmek mayasının dağıtımını, bayiler aracılığı ile gerçekleştirmektedirler. Satış yaptıkları bölgelerde bulunan il'lerin tüketim kapasitelerine göre, herhangi bir üretici firma, bazı il'lere birden fazla bayi tahsis edebilmektedir. Ancak, büyük şehirlerin dışındaki birçok il'e genellikle bir bayi atanmakta veya bir bayi, birden fazla il'den sorumlu olmaktadır.

Üretici teşebbüslerden bağımsız olarak faaliyetlerini sürdüren bayiler, gerçekleştirmiş oldukları dağıtım hizmetinin karşılığı olarak, üretici firmalardan belli oranda iskonto almakta ve mayayı tüketici konumundaki fırınlara ulaştırmaktadırlar. Bayilerin mayayı fırınlara satış fiyatı, öncelikle üretici firmalardan alış fiyatlarına bağlı olmakla birlikte, bayilerin satış fiyatlarına asıl yön veren unsur, bayinin faaliyet gösterdiği bölgedeki rakip bayiler arasındaki, rekabet sonucu oluşan fiyattır.

Bazı durumlarda bölgesel olarak bir ildeki bayiler arasındaki rekabet olabildiğince artmakta ve bayinin satış fiyatı alış fiyatının çok alt seviyelerine inebilmektedir. Bayi satış fiyatlarının bu şekilde düşmesi bayilerden çok üretici konumundaki teşebbüslere zarar vermektedir. Zira, üretici teşebbüsler bayi satış fiyatlarının aşırı şekilde düşmesi karşısında duyarsız kalamamaktadır. Diğer bölgelerdeki cari fiyatlara göre normal fiyata aldıkları mayayı kendi bölgelerindeki rekabet nedeniyle öngörülen fiyat üzerinden fırınlara satamadıklarını belirten bayiler, üretici firmalara "hizmet faturası - iade faturası" adı altında faturalar keserek, rekabet nedeniyle uğradıkları zararları üretici teşebbüslere yansıtmaktadırlar.

Yapılan incelemeler sırasında, bölgesel olarak bayiler arasındaki rekabet sonucu bayi satış fiyatlarının düşmesini önlemek ve düşük seyreden bayi satış fiyatlarını yükseltmek üzere, bayi toplantıları ve görüşmeler yapıldığı tespit edilmiştir. Bu toplantılara sözkonusu ilde faaliyet gösteren rakip bayilerin yanısıra, ünvanları "satış sorumlusu", "satış temsilcisi", "bölge sorumlusu" veya "bölge müdürü" olan ve o bölgedeki her türlü faaliyetten sorumlu olan üretici firma elemanları da katılmaktadır. Düşük seyreden bayi satış fiyatlarından bayilerden daha çok üretici firmaların zarar gördüğü dikkate alındığında, üretici firmaların bölge sorumluları vasıtasıyla bayi satış fiyatlarını yükseltme çabalarının nedeni açıkça anlaşılmaktadır.

Bayi satış fiyatlarını yükseltmeye yönelik olarak yapılan ve bölge sorumlularının aktif rol aldığı toplantılara ilişkin elde edilen tespitlere aşağıda yer verilmiştir.

1. Pak Gıda Satış Temsilcisi S.D.'den Pak Gıda Ürün Müdürü H.E.'ye Karadeniz bölgesine ilişkin olarak gönderilen **03.04.1999** tarihli yazıda şu ifadelere yer verilmiştir.

*"...Safmaya'nın değişken fiyat politikasına karşı biz de fiyata etki eden promosyonlar yapmaktayız (Soğutucu dolap, cep telefonu, 8 koli mayaya 1 radyo-teyp, 5 koli mayaya 1 telefon vb. bağlantılar). **10.03.99 tarihi itibariyle rakip firma temsilcisi Faruk Şenel ile yapılan görüşmeler neticesinde bu tip promosyonların durdurulması rakibinde düşük fiyatlı bağlantı yapmaması konusunda anlaşmaya varılmıştır. Fakat ilerleyen günlerde Stad Fırını ve Tadsan Ekm. Fırınlara mayayı kendilerinden alma koşulu ile bedelsiz ekmek kasası teklifleri olmuştur. Konu ile ilgili olarak rakip firma temsilcisi ile yapılan görüşmede bayimiz C.Ş.'nin el altından promosyon uygulamalarının devam ettiği ve Safmaya'nın anti-propagandasını yaptığı iddialarında bulunulmuştur (Daha sonrasında firma ve marka kötülemek konusunda C.Ş. ile İ.İ. arasında bir telefon görüşmesinin olduğu öğrenilmiştir)..."***

2. Lesaffre Satış Müdür Yardımcısı O.P. tarafından Erzurum pazarına ilişkin olarak **07.10.1999** tarihinde hazırlanan ve Satış Müdürü H.Ş.B. ve Ticaret Müdürü İ.İ.'ye gönderilen raporda şu ifadeler yer almaktadır:

"VI. PAZARDAKİ FİYAT DURUMU

Erzurum ve çevre pazarının 4.800.000 TL/koli'ye oturması için BM'ler (Bölge müfettişi) bazında yapılan toplantıdan olumlu bir sonuç çıkmamıştır. Ö+S (Özmaya+Safmaya) olarak halen satış fiyatımız 4.000.000. TL/Koli'dir. Pak ve Has'ın fiyatları 3.600.000 TL/Koli ile 4.000.000 TL/Koli arasındadır. Ancak ağırlıklı olarak 4.000.000TL/Koli'dir. Toplantıda 4.800.000 TL/Koli'ye geçilmesi konusunda en büyük pürüz Pak'tan kaynaklanmıştır. Bence buradaki en büyük etkende Pak'ın geçtiğimiz ay Ö+S+ Has'a pazar kaybetmesidir."

Lesaffre Doğu Bölge Müfettişi M.C.Ö. tarafından Erzurum piyasasına ilişkin olarak **14.10.1999** tarihinde hazırlanan raporda ise şu ifadelere yer verilmiştir:

"Fiyat İle İlgili Görüşmeler

- 1) Fiyat ile ilgili ilk görüşme bayiler arasında oldu. Bu tarih 20.09.1999'dur. Çıkan sonuç 4.800.000 TL/kg'a geçelim. Fiyata geçme konusunu gün olarak belirleyememişlerdir. Bu toplantıdan Remzi Bey (R.K., Özmaya Erzurum bayisi) siz uygulamaz iseniz ben hiç uygulamayacağım demiştir.
- 2) 24.09.1999'da Has Bayisi Suat Bey (S.U., Hasmaya Erzurum bayisi) telefon ile beni aradı. Biz görüşme yaptık fakat Remzi Bey fiyata geçmiyor ve geçmeyeceğini (söylemiştir) dedi.
- 3) **29.09.1999'da Pak Böl.Sor. İbrahim (İ.K., Pak Gıda Bölge Sorumlusu) aradı. Erzurum ve Erzurum için fiyat konusunda görüşmek istediğini ve**

biraraya gelmemiz gerektiğini söyledi. Verdiğim cevap 5.10.1999'da Erzurum'da olacağını belirttim.

4) 5.10.1999 akşamı 6.10.1999 gündüz Has bayi Suat bey Pak Böl. Sorumlusu İbrahim ile görüşmem oldu. Buradaki konu önce piyasadaki 3.600.000 fiyatın kalkması. İlk etapta 4.000.000 TL/koli fiyat uygulanmalı. 10-15 gün sonra 4.800.000 fiyat uygulanacak idi.

Pak'ın Ereksan'a uyguladığı 3.600.000 fiyatı da kaldırmak için bu guruba 4.000.000 TL uygulanacak. Ay sonunda aradaki fark bu guruba Pakmaya tarafından maya veya katkı olarak ödeme yapılması planlandı.

06.10.99 akşamı bir araya (bayiler) gelecekler. Günü belirleyeceklerdi. Öz, Saf ve Has bayileri geldi Pak bayisi de sorumlusu da gelmedi. Benim burada açtığım konu Saf-Öz olarak biz zaten 4.000.000 TL'yi uyguluyoruz. Sizin yani Has ve Pak'ın kendi fiyatlarını düzeltmelerini belirttim.

5) 7.10.99'da Pak Böl.Sor. İbrahim telefon ile beni aradı ve görüşülen konularda anlaştıklarını 3.600.000 fiyatı kaldırıp 4.000.000 TL'yi uygulayacaklarını belirtti. 8.10.99'da uygulama tarihi olacaktı.

6) 8.10.99'da bayilerimi aradım. Durumu sordum. Pak'ın ve Has'ın 4.000.000 TL fiyatı uygulamadıklarını öğrendim.

7) 9.10.99'da Has Bayi ile ve Pak'tan İbrahim ile görüşme yaptım. Telefon ile aldığım bilgi Has Pakmaya'nın Bel.Ek.Fab.sına 3.600.000 teklif vermiş. Pakmaya da buna karşılık 3.600.000'e devam etmiş. Böyle bir problemden dolayı yine en başa dönerek aynı durumda devam ediyor."

3. 29.12.1998 tarihinde bir Pak Gıda yetkilisi tarafından gönderildiği anlaşılan "fiyat istikrarsızlığı" konulu faks metninde şu ifadeler yer verilmiştir:

"EDREMİT FİYAT

ÖZMAYA 400.000 TL/KG

MAURİ 250.000 TL/KG

HASMAYA 250.000 TL/KG

PAKMAYA 380.000 TL/KG

Rakipler fiyat dekleresi yapmış ancak Pakmaya koli'de 200.000 TL indirim yaparak fırınları elinde tutuyor.

Hasmaya: Mauri düşük fiatla maya verdiği için geçmeyeceğini tekrarlamış ve Mauri geçtiği gün Hasmaya da doğru fiyattan satacağını belirtmiştir.

Balıkesir'de Pakmaya ofisinde Mauri ST'si (satış temsilcisi) ve bayisi, Safmaya bayimiz ve Hasmaya bayileri ile doğru fiata geçilmesi konusunda bayiler ikna edilmiştir.

29/12/98 günü Körfez'e servisi olan Mauri tüm fırınlara 400.000 TL/KG'a geçtiğini deklere edecek ve Hasmaya tespit ettikten sonra 31/12/98 günü Körfez servisine çıkan Hasmaya da 400.000 TL/KG dekleresini yapacak 28/12/98 akşamı Pakmaya yetkilisi telefon ile bulunarak Edremit bayisinin doğru fiata geçmesi konusunda hem fikir olduğunu belirtildi ve Pakmaya yetkilisi de bayisini arayarak doğru fiata geçmesi konusunda bayisine bilgi vereceğini belirtmiştir...

Yapılan toplantı sonucunda herkesin doğru fiata geçmesi halinde pazarda problem olmayacaktır. Bu pazarı 31/12/98 e kadar takip edip gelişmeleri izlemek durumundayız..."

4. 11.03.1998 tarihli Lesaffre Bölge Müfettişi T.Ö.'den Satış Müdürü H.Ş.B.'ye gönderilen "bölgeadaki fiyat geçişleri" konulu raporda Kırşehir ve Aksaray pazarlarına ilişkin olarak şu ifadeler yer almaktadır:

"...2.KIRŞEHİR: Pakmaya EF (eski fiyatla) satmaya devam ediyor. Ak Maya 12.03.98'de yeni fiyata geçeceğini söylemiş (Bayimiz Süleyman Bey, 325.000TL/kg den satıyor. Bayimiz yeni fiyat geçişinden rahatsız değil.)..."

5.AKSARAY: Pak ve Ak çeşitli oyunlar yaparak yeni fiyata geçmiyorlar. Hala 225.000 TL/kg'den maya satılıyor. Bayimiz de 05.03.1998'de yeni fiyata geçtiğini (Diğer mayacılar ile sözleşip) fırınlara söylemesine rağmen, PAK ve AK'ın yeni fiyata geçmemesinden dolayı EF (eski fiyatla) maya satmaktadır. Pakmaya satışından dolayı Aksaray'daki fiyat geçişinin gecikmesine göz yummaktadır. Ben konuyu Pak yetkilisi Sabri Bey'le (S.Ş., Pak Gıda Bölge Sorumlusu) görüştüğümde "beraber Aksaray'a giderek sorunu çözelim" dedi. Akmaya da 14.03.98'de 243.750TL/kg'a geçeceğini belirtiyor imiş... 12.03.98'de Pak'tan Sabri Bey ile Aksaray'a gidip, durumu düzeltmeyi planlıyorum."

5. Lesaffre Bölge Müfettişi T.Ö. tarafından hazırlanan **18.03.1998** tarihli raporda, maya üreticilerinin Ankara'daki faaliyetlerine ilişkin olarak aşağıdaki hususlar belirtilmiştir:

"Pakmaya: Fiyatın %100'ünü 250.000 TL/kg'a çekti. Fırınlara atak yapmıyor (Bağlantı gibi).

Maurimaya: 250.000 TL/kg'ı hiç 325.000 TL/kg'a çekmedi. Bayisi Emin Bey beni arayarak fiyatı çekelim der.

Mirgün Bey (M.Ü., Maurimaya Ankara Bölge Müdürü) şehir dışında imiş. Nerede olduğunu söylemediler. Bandırmada da olabilir.

Akmaya: Bölge yetkilisi Yusuf Bey (Y.K., Akmaya Bölge Sorumlusu) 17.03.98'de bayimiz M.E.'yi (M.E.,Safmaya Ankara bayisi) ziyaret etmiş. Fiyatı neden düşürdüğünü sorarmış. Ben görüşemedim....

Görüşlerim:

Ankara'da Lesaffre alışıl gelmişin dışında hareket edince rakipler bayağı şaşırды. Suçlu olduklarından mı bilmem pek tepki göstermediler. Pak, Ak ve Mauri usulen de olsa yeni fiyata geçmek ister görünürler. Bu haftanın sonu (21.03.98) veya 13. haftanın başı (30.03.98) rakip firmaların yetkilileri ile yeni fiyat için görüşme planlıyorum (Uygun görürseniz). 13. hafta yeni fiyata geçileceğini %80 tahmin ediyorum."

6. Safmaya'dan bayi A.B.'ye **08.12.1998** tarihinde gönderilen yazıda, bayi satış fiyatlarına ilişkin olarak şu ifadelere yer verilmiştir.

“Değerli Bayimiz,

Bilgimiz dışında Zeytinburnu’nda bulunan bir grup fırıncıya yapılan indirimli maya satışınızın 09/12/1998 tarihinden itibaren istisnasız durdurulması zorunludur. Bu hususta alınan kararı uygulamanız gerekmektedir.

Bölgenizde bulunan tüm fırıncılara 325.000 TL/KG olan doğru fiyat ile satışınızı yapmanız istenmektedir. Bağlantı vs gibi satış yöntemi kullanarak satış uygulamasına tüm bayilerimiz gibi özen gösterilmelidir.

Siz de konuyu ve şirket kararımızı anlayışla karşılayacağınızı temenni eder, işleriniz de başarılar dileriz.”

13.01.1999 tarihinde Le Saffre personeli İ.T. tarafından Adana bayisi Başak Ticaret hakkında hazırlanan yazıda şu ifadelere yer verilmiştir:

“Bana göre Adana Başak Tic. Ekm. Fab.larına uyguladığı iskontoların kalkmaması halinde Canmaya ve Pakmaya iskontolu satışa başlayacaklarını bu yüzden Adana’da maya rekabetinin her an başlayabileceği görüşündeyim.

Bu yüzden Başak Tic. iskontolu satışı kaldırması veya gizli olarak yapması gerekmektedir. Bunun için bu konunun 15/1/99’a kadar çözülmesi gerekiyor. Bayram tatilinden faydalanıp Can bayisi rekabet başlatabilir.”

Lesaffre personeli tarafından Kilis bayisine ilişkin olarak hazırlanan **11.03.1998** tarihli analiz raporunda, Kilis pazarına ilişkin bilgiler ve bayinin gelir ve giderleri verilmiştir. Yazının devamında şu ifadelere yer verilmiştir:

“...Bayimiz Mis, Günay Ekm. Fab. verdiğimiz normal bayi kar %50'sini beğenmemekte, %100 karını istemekte. Belediyede de %13'ünün de şirket tarafından karşılanmasını istemektedir. Bana göre, Belediye'de %8 diğer (Mis ve Günay %50) destek verilmesi uygun. Çünkü bayimiz rekabetin önlenmesinde fazla çabası yok. Kilisteki rekabetin önlenmesi için bayimiz normal kar edemez ise rekabeti önlemek için çaba sarfedebilir...”

Lesaffre Bölge müfettişi A.E.'den Maya Satış Müdürü H.Ş.B'ye **05.02.1999** tarihinde gönderilen yazıda, Van Özmaya bayisinin satış fiyatlarına ilişkin olarak aşağıdaki ifadeler yer almıştır:

“...Bayimize mevcut anlaşmalı fırınları hariç diğer satışlarının 400.000 TL/kg.'dan aşağı kesinlikle satmaması bildirildi. Bayimiz de buna uyacağını belirtti...”

7. Pak Gıda Güney Marmara Bölge Sorumlusu Ö.Ö. tarafından 04.05.1999 tarihinde H.E.'ye çekilen faks metninde, Güney Marmara Bölgesi'nde maya satışlarına ilişkin olarak şu ifadelere yer verilmiştir.

“1.Bursa: Bayilerimiz 4.000.000-4.800.000 TL. (Peşin-Vadeli) satış yapmakta. Maurimaya 3.900.000-4.300.000, Hasmaya ve Canmaya 3.550.000-4.800.000, Özmaya 3.700.000-4.800.000, Safmaya 3.700.000-4.800.000 TL. satılmakta.

Bursa merkezde rakiplerle anlaşmaya varılmıştır. Fiyatlar kademeli olarak yükseltilecek..."

8. Özmaya'da tespit edilen, değişik illerdeki maya satışlarına ilişkin İngilizce olarak hazırlanan raporun Türkçe karşılığı şu şekildedir:

"AYDIN 9/6/97'deki toplantıdan sonra Can, Öz ve Mauri, 10/6/97'de yeni fiyatları uygulamaya başladılar. Pak yeni fiyatlar üzerinden %10 peşin iskontosuna merkezde devam ediyor..."

9. Lesaffre Ege Bölge Müfettişi F.K. tarafından H.Ş.B'ye gönderilen **10.03.1998** tarihli yazıda Ege Bölgesindeki fiyat hareketlerine ilişkin olarak aşağıdaki hususlar belirtilmiştir.

"II. Bölge 325.000 TL/kg uygulama durumları

Denizli: Rakip maya bayileri ile görüşüldü. 11.3.1998'den itibaren 325.000 TL/kg geçilecek (Rakip maya bayilerini rahatsız etmeyecek şekilde bağlantı olabilecek).

Burdur: Maurimaya, Pakmaya bayi geçmemesi sebebi ile yeni fiyat uygulayamadığını belirtiyor. Özmaya bayi'de eski fiyat devam ediyor.

Muğla: Maurimaya, Muğla pazarından 10.03.1998 tarihi itibari ile y.fiyata (yeni fiyata) geçtiğini belirtiyor (Ancak bağlantıları mevcut). Fırınlardan zamma tepki var. bağlantı talepleri geliyor. Öz ve Safmaya için. Özmaya ve Safmaya yeni fiyata geçmiştir. Bariz bir rahatsızlık yok.

Manavgat: Mauri 10.3.1998 itibari ile yeni fiata geçtiğini belirtiyor. Bağlantılar olduğunu ancak piyasaya rahatsızlık vermeyeceğini söylüyor. Manavgat Özmaya yeni fiata geçti..."

Yazının devamında Denizli piyasasına ilişkin olarak, Safmaya, Pak Gıda, Maurimaya ve Canmaya (Akmaya) bayileri arasında görüşme yapıldığı ve **11.3.1998** Çarşamba günü 325.000 TL/kg. fiyatın uygulanacağı hususu tekrarlanmıştır.

10. Lesaffre Doğu Bölge Müfettişi M.C.Ö. tarafından Satış Müdür Yardımcısı O.P.'ye **08.02.1999** tarihinde gönderilen yazıda, bir fırınla yapılan görüşmeye ilişkin olarak aşağıdaki hususlar belirtilmiştir:

"... Bayi ile Cumartesi Kağızman'da iken telefonla görüşme yaptık. Benimle telefonla görüşür iken fırıncıya Kars Pakmaya'yı arattırdık. Pakmaya'nın cevabı bize öyle bir bilgi gelmediği, mayasının fiyatının 3.250.000 TL/koli olduğunu cevap olarak verdi. 4.800.000 TL/koli fiyatımızı ben de telefonda söyledim. Fırından aldığım cevap 4.800.000 TL/kg. diyorsanız Pakmaya'dan isterim 3.250.000 TL/kg.'dan alabilirim demiştir."

11. **16.03.1998** tarihli Lesaffre Doğu Bölge Müfettişi M.C.Ö. imzalı Siverek'ten gönderilen yazıda şu ifadeler yer almaktadır:

"Pakmaya ile yaptığım görüşmede fiyat indiriminin Has Maya'dan kaynaklandığını Özmaya hangi fiyattan satar ise buna uyacağını belirtiyor. Önceden de diyaloglu satışları mevcuttur.

Hasmaya ile yaptığım görüşmede 3.000.000.TL/Kg'den satmaya devam edeceğini fırıncıya meslektaşı olduğu için jest yaptığını düşünmekte. Bu fiyatının devam edeceğini de üstüne basarak belirtiyor...

Pak maya'dan dolayı problemimiz yok biz ne uyguluyor isek o bize uyuyor..."

12. 03.08.1998 tarihli Lesaffre Doğu Bölge Müfettişi M.C.Ö.'den Maya Satış Müdürü H.Ş. B'ye gönderilen "yeni fiyat geçişindeki bölge durumları yazısında şunlar belirtilmiştir:

"Erzurum: Has bayisi Suat bey şu an Erzurum dışında olduğundan Remzi bey (R.K., Özmaya Erzurum bayi) ve Pak bayisi has bayisini bekliyorlar...Pak bayinin Remzi beye söylediği 2 haftalık zamsız mayası olduğunu şayet Has geçmez ise iki hafta eski fiyattan satabileceğidir.

Remzi beyden bu konuda her zaman olduğu gibi öncülük yaparak bir an önce yeni fiyat uygulamasına başlaması gerektiğini belirttim. Çarşamba günü Has bayisi ile birlikte görüşüp yeni fiyat uygulamasına başlamayı planlıyorlar...

Van: Pak maya bugün de dahil olmak üzere eski fiyatlı satışına devam ediyor. Can maya önceki dönemde olduğu gibi bağlantılı maya satmaya çalışıyor. Fikret beyle sıkı diyalogla görüşüyoruz. Ayrıca bayiler de kendi aralarında görüşme yapacaklar sonucunu öğreneceğim..."

13. 05.02.1999 tarihinde Lesaffre Satış Müdürü H.Ş.B.'den Ticaret Müdürü İ.İ. ve Genel Müdür J.J.B.'ya İzmir pazarına ilişkin olarak gönderilen yazının Türkçe karşılığı aşağıdaki gibidir:

"Bugün toplamış olduğum haberleri aktarmak istiyorum.

1) HK (H.K., Özmaya İzmir bayi) Mauri Bölge Müdürü Suphi Bey'le (S.N., Maurimaya Bölge Müdürü) kontakt kurmuştur. Suphi Bey Pak'ın belirsiz durumu nedeniyle kendilerinin normal fiyatı uygulamalarının mümkün olmadığını belirtmiştir.

2) HK Mauri bayisi ile dün gece kontakt kurdu. Bayinin normal fiyat uygulamasına ilişkin bilgisi yok. Bayinin yorumu oldukça ilginç: 400.000 TL/kg fiyatı üzerinden komisyon almaları nedeniyle, ürünün kaçtan satıldığının Kendileri için önemli olmadığını belirtmekte..."

14. Akmaya İç Anadolu Bölge Temsilcisi Y.K. tarafından **19.08.1997** tarihinde Genel Müdür G.E.'ye gönderilen yazıda, Kayseri'de maya satışlarına ilişkin olarak şu ifadelere yer verilmiştir.

"12 Ağustos / 19 Ağustos tarihleri arasında Kayseri bayimizin maya satış miktarı ve satış fiyatları aşağıya çıkartılmıştır.

ŞEHİR İÇİ SERVİSİ: KOLİ / HAFTA
680 KOLİ – 1.675.000 TL.

160 KOLİ – 1.775.000 TL.
40 KOLİ – 1.875.000 TL.
İLÇE SERVİSLERİ TOPLAMI: KOLİ /HAFTA
270 KOLİ – 1.675.000 TL.
50 KOLİ – 1.750.000 TL.

Bu satışlara Canmaya ve Hasmaya markaları dahildir.

15 Ağustos günü Pakmaya-Safmaya ve Canmaya bayileri fiyatın listeye çekilmesi ve pazar payında uzlaşma sağlamak amacıyla biraraya gelmişlerdir. Safmaya'nın ve Özmaya'nın bayileri satış oranlarının düşük olduğunu ve artış sağlamak için fiyat kırdıklarını ifade etmişler ve anlaşma sağlamak mümkün olmamıştır. Bayimiz müşteri ve satış kaybetmemek için rakip firmaların her türlü fiyat indirimine ve vadeli satışına uyum sağlamakta ve satışını kaybetmemektedir.

Gereğini bilgilerinize arz ederim. Saygılarımla.”

Akmaya Satış temsilcisi Y.K.'nin Genel Müdür G.E'ye gönderdiği **31.07.1997, 26.08.1997, 01.09.1997, 08.09.1997, 22.09.1997, 06.10.1997 ve 22.10.1997** tarihli raporlar da benzer niteliktedir.

15. Ankara piyasası hakkında hazırlanan raporda şu ifadelere yer verilmiştir.

“... B. MAURİ: Şu anda fiyatlara uyuyor, bugünkü toplantıyı en çok arzulanlardan. “Piyasanın düzelmesini istiyorum” edebiyatı yapıyor...”

Yukarıda yer verilen belgelerden de görüldüğü üzere, bölgesel olarak düşük seyreden bayi satış fiyatlarını yükseltmeye yönelik olarak üretici teşebbüsler uyumlu eylem halindedirler. Bayiler arasındaki fiyat rekabetini engellemek amacıyla, bölge sorumluları vasıtasıyla maya üreticilerinin içerisinde buldukları bu uyumlu eylemler, 4054 sayılı Kanunun 4 üncü maddesinin (a) bendi kapsamındadır.

II b. Bayi Satış Fiyatlarının Üretici Teşebbüslerce Yükseltilmeye Çalışıldığına İlişkin Tespitlere Yönelik Savunmalar

Bayiler arasındaki fiyat rekabetinin, soruşturmaya Taraf olan Teşebbüsler tarafından engellendiği iddiasına ilişkin olarak, mezkur Teşebbüslerin savunmalarında;

- üretici firmalar ile bayiler arasındaki mevcut ilişkilerin, bu tip bir iddianın ileri sürülmesini olanaksız kıldığı, bayilerin üretici firmalardan tamamen bağımsız teşebbüsler olduğu,
- genellikle tanıdık ve hatta akraba olan maya bayilerinin zaman zaman yapmış oldukları toplantılardan üretici teşebbüslerin sorumlu tutulamayacağı,
- çıkar çatışması içerisinde buldukları bayileri, üretici firmaların kontrol etmesinin mümkün olmadığı ve bayilerin üretici firmalar karşısında güçlü konumda olduğu,

- üretici firmaların, bayilerin satış fiyatlarını takip etmesinin bir zorunluluk olduğu, zira bayilere vadeli satış yapmaları nedeniyle satış fiyatlarını çok düşüren bayilerden üretici firmaların tahsilat yapmasının güçleştiği,
- bayilere satış yapıldıktan sonra dahi bayinin iade faturaları ile indirimler talep etmesini engellemek isteyen ve alacaklarını tahsil etme kaygısı taşıyan teşebbüslerin, bu eylemlerinin, rekabet ihlali olarak değerlendirilemeyeceği,
- indirimli maya satan Safmaya Zeytinburnu bayisinin (A. B.) bu tip indirimli satışları durdurması konusunda uyarılmasının nedeninin, bayinin Safmaya'ya olan ödemelerinde yaşanacak muhtemel problemleri engellemek olduğu,
- bayi satış fiyatlarının uyumlu eylem sonucu yükseltildiği hususuna ilişkin olarak soruşturma raporunda kullanılan belgelerin, devamlılık ve genellik taşımayan, ülkenin kısıtlı bir bölümünü ilgilendiren, arızı nitelikte olan ve maya üreticilerinin kontrol ve talimatını yansıtmayan yazılar olduğu,
- Delil olarak kullanılan bu yazıları düzenleyen kişilerin üretici teşebbüsleri temsil ve ilzama yetkili olmadıkları,
- Bayi fiyatlarının yükseltilmesine yönelik yapılan toplantılardan herhangi bir neticenin çıkmadığı ve bayiler arasındaki rekabetin yine devam ettiğinin soruşturma raporunda yer verilen belgelerden anlaşıldığı,
- bayi toplantılarına katılan satış elemanlarının görevinin bayilerden sipariş toplamak olduğu ve satış elemanlarının bayileri birarada bulabileceği bir ortama girmesinin ve satış arttırma çabası içerisinde bulunmasının rekabet ihlali olarak görülmemesi gerektiği,

ifade edilmekte olup, özetle; üretici teşebbüslerden bağımsız olarak faaliyet gösteren bayilerin eylemlerinden, üretici teşebbüslerin sorumlu tutulmasının sözkonusu olamayacağı iddia ve ileri sürülmektedir.

II c. Bayi Fiyatlarının Üretici Teşebbüslerce Yükseltilmeye Çalışıldığına Yönelik Değerlendirmeler

Soruşturmaya Taraf olan Teşebbüslerde tespit edilen belgeler, ilgili bölümde belirtildiği üzere, bayi satış fiyatlarını yükseltmeye yönelik olarak, üreticilerin bölge sorumlularının öncülük ve koordinasyonu ile rakip bayilerin toplantılar yaptıklarını, bölge sorumlularının rakip firma yetkilileriyle görüştiklerini ve bu görüşmeler sonucunda uygulanacak bayi fiyatlarına ilişkin olarak bazı planların yapıldığını ve bu planların tatbik edildiğini göstermektedir.

Pak Gıda Satış Temsilcisi S.D.'den Pak Gıda Ürün Müdürü H.E.'ye gönderilen 03.04.1999 tarihli yazıdan, Lesaffre Karadeniz Bölge Sorumlusu F.Ş. ile Pak Gıda Satış Temsilcisi S.D. arasında 10.03.1999 tarihinde yapılan görüşme sonucunda promosyonların durdurulması ve bayi fiyatlarının düşürülmemesi konusunda mutabakata varıldığı anlaşılmaktadır.

Lesaffre Satış Müdür Yardımcısı O.P. tarafından Erzurum pazarına ilişkin olarak hazırlanan ve Satış Müdürü H.Ş.B ve Ticaret Müdürü İ.İ.'ye gönderilen rapor da, maya üreticilerinin bayi satış fiyatları konusunda uyumlu eylem halinde olduklarını ortaya koymaktadır. 07.10.1999 tarihli yazıda, Erzurum ve çevre pazarda

fiyatların 4.800.000 TL/koli'ye oturması için maya üreticilerinin bölge müfettişi düzeyindeki yetkililerinin katıldığı bir toplantıdan bahsedilmektedir. Pak Gıda'nın toplantı öncesinde Lesaffre ve Akmaya lehine pazar kaybetmesi, yapılan toplantıdan mutabakatın çıkmamasına neden olmuştur.

Erzurum pazarına ilişkin olarak rakip bölge müfettişlerinin yapmış oldukları toplantıda maya üreticileri aradıkları mutabakatı sağlayamamalarına rağmen bayi satış fiyatlarını yükseltmeye yönelik toplantılara Erzurum'da devam etmişlerdir. 14.10.1999 tarihli rapordan da anlaşılacağı üzere, Pak Gıda Bölge Sorumlusu İ.K., 29.09.1999 tarihinde Lesaffre Doğu Bölge Müfettişi M.C.Ö.'yü aramış ve Erzurum ve Erzincan illerindeki maya fiyatlarını görüşmek üzere biraraya gelmeleri gerektiğini söylemiştir. Bunun üzerine Lesaffre Doğu Bölge Müfettişi 05.10.1999 ve 06.10.1999 tarihlerinde Hasmaya Erzurum Bayi ve Pak Gıda Bölge Sorumlusu ile görüşmüştür. Yapılan görüşmelerde ilk olarak piyasada 3.600.000 TL/koli fiyatın kalkması, onun yerine 4.000.000 TL/koli fiyatının uygulamaya sokulması ve 10-15 gün sonra da 4.800.000 TL/koli fiyatının uygulanması konusunda mutabakata varılmıştır. Yapılan görüşmede ayrıca fiyat geçişlerinin tarihlerini belirlemek üzere 06.10.1999 tarihinde bayilerin biraraya gelmesi kararlaştırılmıştır. 06.10.1999 tarihinde yapılan toplantıda 4.000.000 TL/koli'yi uygulama konusu görüşülmüş ve bu fiyatı uygulama tarihi olarak 08.10.1999 belirlenmiştir. 08.10.1999 tarihinde Lesaffre Doğu Bölge Müfettişi bayileri aradığında Pak Gıda ve Akmaya'nın kararlaştırılan aksine 4.000.000 TL/koli fiyatını uygulamadığını öğrenmiştir. 09.10.1999 tarihinde Lesaffre Doğu Bölge Müfettişi, Akmaya bayi ve Pak Gıda Bölge Sorumlusu ile görüşmüş ve Pak Gıda'nın mal verdiği bir müşteriye Akmaya tarafından fiyat teklifi verilmesi nedeniyle varılan mutabakatın hayata geçirilemediğini öğrenmiştir.

Pak Gıda yetkilisi tarafından hazırlanan başka bir raporda da, 28.12.1998 tarihinde Balıkesir Pak Gıda ofisinde yapılan bir toplantıdan bahsedilmektedir. Toplantıya Maurimaya Satış Temsilcisi, Maurimaya bayisi, Safmaya bayisi ve Akmaya bayisi katılmıştır. Fiyatların yükseltilmesi konusunda bayilerin ikna edildiği toplantıda fiyatların ne şekilde yükseltileceğine ilişkin olarak da bir plan yapılmıştır. Bu plan uyarınca, 29.12.1998 tarihinde Körfez'e servisi olan Maurimaya tüm fırınlara 400.000 TL/kg fiyatına geçtiğini deklare edecek, bu durumu tespit etmesinin ardından Akmaya da 31.12.1998 tarihinde 400.000 TL/kg fiyatını müşterilerine deklare edecektir. Toplantının yapıldığı akşam Pak Gıda yetkilisi de telefonla aranmış ve fiyatların yükseltilmesi konusunda onun da onayı alınmıştır. Pak Gıda yetkilisi, bayisini arayarak fiyatın yükseltilmesi konusunda bilgi vereceğini belirtmiştir.

Balıkesir Pak Gıda ofisinde yapılan toplantıya, satış temsilcisinin katılma nedenini, Maurimaya, Balıkesir Fırıncılar Odası Başkanı'nın aynı zamanda bir rakip firmanın bayisi olduğu ve fırınların kendisinden maya almalarını sağlamak üzere bu konumunu kötüye kullandığı duyularının gerçeği yansıtıp yansıtmadığını kontrol etmek olarak açıklamaktadır. Belgenin içeriğinden Maurimaya satış temsilcisinin toplantıya bu amaçla katıldığı anlaşılmamaktadır. Aksine, bayi satış fiyatlarını yükseltmek üzere toplantı sonunda ortaya çıkan ayrıntılı planın hazırlanmasında satış temsilcisi de görev almıştır.

Lesaffre Bölge müfettişi T.Ö. tarafından Satış Müdürü H.Ş.B.'ye gönderilen 11.03.1998 tarihli yazıda da, Pak Gıda ve Akmaya'nın "Aksaray'da çeşitli oyunlar yaparak yeni fiyata geçmedikleri" belirtilmekte ve Lesaffre Bölge müfettişi T.Ö. ile Pak Gıda Bölge Sorumlusu S.Ş.'nin bu sorunu çözmek için 12.03.1998 tarihinde Aksaray'a gideceklerine işaret edilmektedir.

Ankara piyasasına ilişkin olarak Lesaffre Bölge Müfettişi T.Ö. tarafından hazırlanan 18.03.1998 tarihli yazıda, Ankara ilinde Lesaffre'in fiyat düşürmesi karşısında Akmaya Bölge sorumlusu Y.K.nin Safmaya Ankara bayisini arayarak fiyatı neden indirdiğini sorduğu ifade edilmektedir. **Genellikle indirimli satışlar yapmayı tercih etmeyen Lesaffre'in Ankara'da gerçekleştirdiği fiyat indirimi ile ilgili olarak rakiplerin tepkileri Bölge Müfettişinin raporuna şu şekilde aktarılmıştır:** *"Ankara'da Lesaffre alışagelmışin dışında hareket edince rakipler bayağı şaşırıldı. Suçlu olduklarından mı bilmem pek tepki göstermediler. Pak, Ak ve Mauri usulen de olsa yeni fiyata geçmek ister görünürler. Bu haftanın sonu (21.03.98) veya 13. haftanın başı (30.03.98) rakip firmaların yetkilileri ile yeni fiyat için görüşme planlıyorum (Uygun görürseniz)"*

Bölge müfettişinin ifadelerinden maya üreticileri arasında yeni fiyatı bayilere uygulama konusunda daha önce sağlanmış bir mutabakatın olduğu anlaşılmaktadır.

Lesaffre Grubu'nun kendi bayilerine gönderdiği yazılar ile bayilere ilişkin olarak Lesaffre çalışanları tarafından hazırlanan raporlar, bayiler arasındaki rekabetin engellenmeye çalışıldığını açık bir biçimde ortaya koymaktadır. Bu yazılardan ilki, Safmaya'nın kendi bayisi A.B.'ye (Zeytinburnu bayisi) gönderdiği yazıdır. Yazıda, Zeytinburnu'nda bir grup fırıncıya düşük fiyatla maya satan bayiden "bu tip satışları 09.12.1998 tarihinden itibaren istisnasız olarak durdurması" ve "tüm fırıncılara doğru fiyat olan 325.000 TL/kg ile satış yapması" istenmektedir. Bayi satış fiyatlarının yükseltilmesi suretiyle bayiler arasındaki fiyat rekabetinin, Lesaffre tarafından engellendiği yolundaki değerlendirme karşısında Safmaya savunmalarında, bayinin Safmaya'ya olan ödemelerinde problem çıkmamasını sağlamak için bayinin bu tip satışları durdurması konusunda uyarıldığı ifade edilmektedir.

Hemen belirtmek gerekir ki, amacı tahsilatta problem yaşamamak olsa dahi Safmaya'nın bayisini fiyatlarını yükseltmesi konusunda uyarması ve fiyatların yükselmesini sağlaması rekabet ihlali niteliğindedir.

Düşük fiyatla satış yapmaması konusunda uyarılan Zeytinburnu bayisine gönderilen yazı, Lesaffre personeli İ.T. tarafından Adana bayisi Başak Ticaret hakkında hazırlanan 13.01.1999 tarihli yazı ve Kilis bayisine ilişkin olarak hazırlanan 11.03.1998 tarihli rapor ile birlikte değerlendirildiğinde, Lesaffre grubunun bayi satış fiyatları ile ilgilenme nedeni daha açık bir biçimde anlaşılacaktır.

Adana bayisine ilişkin olarak hazırlanan yazıda, Safmaya Adana bayisi Başak Ticaretin fırınlara uyguladığı iskontoları kaldırmaması halinde Akmaya ve Pak

Gıda'nın da iskontolu satışa başlayacakları, bu yüzden bayinin iskontolu satışı kaldırması veya gizli olarak yapması gerektiği ifade edilmektedir.

Kilis bayisine yazılan yazıda ise, Kilis bayisine verilen iskonto miktarının arttırılmamasının uygun olacağı ifade edilmektedir. Gerekçe olarak ise bayinin "rekabeti önleme konusunda fazla çabasının olmaması" gösterilmekte ve bayinin normal kar elde edememesi halinde rekabeti önlemek için çaba sarfedeceğine işaret edilmektedir.

Yukarıda yer verilen belgelerden çıkan sonuç oldukça açıktır: Bölgesel olarak maya bayileri arasında yaşanan rekabet sonucu zaman zaman bayiler fırınları ellerinde tutabilmek amacıyla indirimler yapmak zorunda kalabilmektedirler.

Bayiler arasındaki rekabetin yoğunlaştığı bölgelerde maya fiyatlarının düşmesi sonucu üreticiler için sorun niteliğinde iki ihtimal ortaya çıkmaktadır. Birincisi, fiyatların düşmesinden dolayı bayilerin uğrayacakları zararın üretici teşebbüslere yansıtılması. Bu durumda mayayı genellikle aldıkları fiyatın altında bir fiyata satmak zorunda kalan bayiler üretici teşebbüslere hizmet faturaları keserek uğradıkları zararın bir kısmını üretici teşebbüslere yansıtmaktadırlar.

İkinci ihtimal fiyatların düşmesinden dolayı bayilerin uğrayacakları zarara üretici teşebbüslerin karışmaması. Bu ihtimalin sözkonusu olduğu durumlarda ise düşük fiyatlarla maya satmak zorunda kalan bayiler, üretici teşebbüslere olan ödemelerinde sorunlar yaşayabilmektedirler.

Maya üreticileri yukarıda ifade edilen iki sorunu çözebilmek için bayi satış fiyatları ile ilgilenmek zorunda olduklarını ileri sürmektedirler. Üretici teşebbüsler Kendi aleyhlerine olan bu ihtimalleri, doğrudan bayiler arasındaki rekabeti önlemek ya da bayiler arasındaki rekabetin, üretici teşebbüslerin istediği yoğunlukta olmasını sağlamak suretiyle bertaraf edebilirler. Maya üreticilerinin alacaklarını tahsil etme kaygısı içerisinde olmalarının, homojen bir mal olan mayada rekabetin yaşanabileceği en muhtemel seviye olan dağıtım seviyesindeki fiyatlara müdahale edilmesinin ve bayi satış fiyatlarının yapay olarak yükseltilmesinin gerekçesi olamayacağını belirtmek gerekmektedir.

Yapılan tespitler bölümünde yer verilen diğer belgeler de, düşük seyreden bayi satış fiyatlarının yükseltilmesi konusunda, üretici teşebbüslerin çaba içerisinde olduklarını ve bu konuda rakip bayiler ve bölge sorumluları ile görüşmelerin yapıldığını göstermektedir.

Sipariş toplamak amacıyla satış elemanlarının bayi toplantılarına katıldığı yolundaki Akmaya'nın savunması, bu toplantılarda bayi satış fiyatlarının yükseltilmesi konusunda sağlanan mutabakatları ortaya koyan yukarıdaki belgeler karşısında geçerliliğini kaybetmektedir. Ayrıca, bu tip bayi toplantılarının il bazında yapıldığı ve bu toplantılara her üretici teşebbüsün o ilden sorumlu bayisinin katıldığı dikkate alındığında, rakip bayilerin bulunduğu bir ortama sipariş toplamak amacıyla

satış elemanının dahil olduğu yolundaki savunmanın gerçeği yansıtmadığı görülmektedir.

Soruşturmaya taraf olan teşebbüslerde tespit edilen belgelerin bir kısmından, sözü edilen toplantılar sonucunda mutabakata varılmasına rağmen bu mutabakatın her zaman hayata geçirilemediği anlaşılmaktadır. Ancak bu durum tarafların rekabet ihlali içerisinde olmadıklarını göstermemektedir. Bölgelerindeki düşük fiyatların nedenini ve bu fiyatları yükseltmek için yaptıkları girişimleri merkeze bildiren bölge sorumlularının, daha sonra yazdıkları raporlarda tüm çabalara rağmen fiyatların yükseltilemediğini merkeze bildirmeleri, savunmalarda iddia edildiği gibi ihlal olmadığını değil, bayi satış fiyatlarını yükseltmek amacıyla üretici teşebbüslerin içinde buldukları faaliyetlerin gelip geçici olmadığını ve bu konuda sürekli bir çaba içerisinde olduklarını göstermektedir.

Soruşturmaya Taraf olan Teşebbüslerin, bayi satış fiyatlarını yükseltmek konusunda yoğun bir faaliyet içerisinde buldukları yapılan tespitler bölümünde yer verilen belgelerden anlaşılmaktadır. Bu bölümde yer verilen belgelerde, üretici teşebbüslerin bölge sorumlularının, bayi satış fiyatlarını yükseltmek amacıyla ne tür faaliyetlerde buldukları görülmektedir. Üretici Teşebbüslerin, bölge sorumlularının bu tür faaliyetlerini önlemek amacıyla herhangi bir girişimde bulunmadıkları, dolayısıyla, bölge sorumlularının bu fiillerinden Üretici Teşebbüslerin sorumlu olduğunu kabul etmek gerekmektedir.

Piyasada faaliyet gösteren teşebbüslerden Akmaya'nın bayi satış fiyatlarının yükseltilmesi yönündeki uyumlu eylemde yer almasına rağmen, bu ihlali gerçekleştirirken diğer teşebbüsler kadar aktif olmadığı görülmektedir.

III a. Pazar ve Müşteri Paylaşımı Yapıldığına İlişkin İddiaya Yönelik Yapılan Tespitler

Türkiye Fırıncılar Federasyonu'nun 02.12.1997 tarihli dilekçesinde, maya üreticilerinin bölge paylaşımı yaptıkları iddiasına yer verilmiştir. Bu iddaya ilişkin olarak önaraştırma döneminde yapılan incelemeler sonucunda elde edilen bazı belgelerde, fırınların bayiler arasında paylaşılması girişimlerinin olduğu tespit edildiğinden soruşturma bildirim yazılarında, anılan hususla ilgili olarak ilgili teşebbüslerden savunma istenilmiştir.

Fırıncıların bayiler arasında paylaşılması uygulamasına soruşturmaya Taraf olan teşebbüslerin etkin bir biçimde katıldıklarına ilişkin olarak soruşturma döneminde herhangi bir tespit yapılamamıştır. Ayrıca, Taraf teşebbüslerin faaliyet gösterdikleri bölgeler incelendiğinde, ülke genelinde en geniş coğrafyaya Pak Gıda'nın hitap ettiği görülmektedir. Hemen hemen tüm merkezlere Pak Gıda satış yapmaktadır. Pak Gıda'dan sonra en geniş coğrafyaya Akmaya hitap etmektedir. Türkiye'nin pek çok yöresine Akmaya ulaşmaktadır. Özmaya ve Safmaya'nın bulunduğu Lesaffre grubu ise daha çok üretim tesislerine yakın yerler olan Akdeniz, İç Anadolu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri'nde faaliyetlerini yoğunlaştırmıştır.

Maurimaya da benzer şekilde genel olarak fabrikasının bulunduğu Marmara Bölgesi ve çevresinde faaliyetlerini sürdürmektedir.

III b. Pazar ve Müşteri Paylaşımına İlişkin Savunmalar

Tarafların savunmalarında ayrıca; Kendilerinin pazar paylaşımı veya müşteri paylaşımı gibi bir ihlalin içerisinde yer almadıkları, geçmiş dönemde Pak Gıda ve Lesaffre pazar kaybederken Akmaya ve Maurimaya'nın pazar paylarını arttırmalarının aralarında pazar paylaşımı olmadığını gösterdiği, homojen bir malın tek tip müşteri olan fırınlara satılması nedeniyle fırınların üretici ve bayiler karşısında güçlü oldukları, bu nedenle fırınların bayiler arasında paylaşılmasının mümkün olmadığı, tersine fırınların aynı anda birden fazla markayı kullanarak bayiler karşısında fiyat avantajı sağlamaya çalıştıkları ileri sürülmüştür.

III c. Pazar ve Müşteri Paylaşımına Yönelik Değerlendirme

Tarafların faaliyet gösterdikleri bölgeleri karşılıklı mutabakat sonucu kısıtladıkları ve birbirlerinin bölgelerine satış yapmaktan imtina ettiklerine ilişkin olarak herhangi bir tespit yapılmamış olması Soruşturma açılan Teşebbüslerin Maurimaya hariç diğerlerinin ülkenin tamamında satış yapmaya çalışıyor olmaları sebebiyle, soruşturmaya taraf olan teşebbüslerin pazar paylaşımı eylemi içerisinde olmadıkları neticesine ulaşılmıştır.

IV a. Aktivite Oranlarının Azaltıldığına İlişkin İddiaya Yönelik Yapılan Tespitler

Önaraştırma döneminde görüşülen Unmaş Unlu Mamuller San. ve Tic. A.Ş. (Uno) Satınalma Müdürü S.R., Maya Üreticilerinin, birlikte karar vererek, yaz aylarındaki maya tüketimindeki azalmayı bertaraf edebilmek için mayanın kalitesini belirleyen aktivitesini düşürdüklerini ve ekme üreticilerinin daha fazla maya kullanmalarını zorunlu kıldıklarını ileri sürmüştür. Üretilen malın kalitesine ilişkin olarak maya üreticileri arasında yapılan ve ekme mayasına olan talebin ve dolayısıyla arzın artmasına neden olan bu tip paralel davranışların ciddi ihlal niteliği taşıması gözönünde bulundurularak, bu sektörde önemli bir güce sahip olan Uno'nun Satın Alma Müdürünün iddiasının gerçekleri yansıtıp yansıtmadığını tespit etmeye yönelik olarak ilgili teşebbüslerden savunma istenilmiştir.

İlgili ürün olan ekme mayasının niteliği iki önemli kriter göz önüne alınarak belirlenmektedir. Bunlar birbiri ile ters orantılı bir ilişki içinde olan **dayanıklılık** ve **güç (aktivite)** kavramlarıdır. Dayanıklılık, mayanın farklı iklim koşullarında daha uzun ömürlü olmasını sağlayıcı bir özelliktir. Eğer üretici mayasının daha güçlü (etkili) olmasını istiyorsa ürünün dayanıklılığını azaltacak ya da aksine ürünün daha dayanıklı olmasını istiyorsa gücünü (etkisini) azaltacaktır. Buna ek olarak, ekme üretiminde en önemli kavramlardan biri olan "ideal sıcaklık" üretilen ekmeğin kalitesini belirleyici unsurların başında gelmektedir. Şöyle ki; ekme üretiminde kullanılan "un"un nem oranı, kullanılan "maya"nın sıcaklığı, diğer ilavelerin de eklenmesi sonucu meydana gelen "hamur"un sıcaklığı ve nihayet fırın ortamının sıcaklığı ürünün kalitesini belirleyici bir rol üstlenmektedir.

Maya üreticisi firmaların, ürün kalite kontrol birimlerinde birbirlerinden bağımsız olarak, kendi mayaları ve piyasadan satın aldıkları rakip mayalar üzerinde Ocak 1996 - Temmuz 1999 dönemi içerisinde yaptıkları ölçümler incelenmiştir.

Maya üreticilerinin birbirlerinden bağımsız olarak gerçekleştirdikleri aktivite ölçümlerinin incelenmesi sonucu, aktivite değerlerinin sürekli değişiklik göstermekte olduğu, ancak en düşük aktivite sınırlarının dahi kanuni limitlerin altına düşmediği görülmüştür. Ayrıca analizlerde kullanılan mayaların büyük çoğunluğunun bayi, ya da fırıncılardan satın alınarak yapıldığı hususu da ihmal edilmemelidir. Bu durumda bile firmaların yaz aylarında ürettikleri mayaların aktivite değerlerinin en yüksek değerlere yakın veya en yüksek değerler olduğu görülmektedir.

IV b. Aktivite Oranlarının Azaltılmasına İlişkin Savunmalar

Aktivite oranının azaltılmasına ilişkin olarak Taraflar savunmalarında, bu iddianın gerçekleri yansıtmadığını, aktivite oranının azaltılmasının sözkonusu olmadığını, olması gerektiği üzere sıcak yaz aylarında satış miktarlarında azalmaların yaşandığını ifade etmişlerdir.

IV c. Mayanın Aktivitesinin Azaltılmasına Yönelik Değerlendirme

Mayanın aktivite değerinin istenildiği zaman üzerinde değişiklik yapılabilecek bir büyüklük olmadığı, mayanın canlı bir organizma olması sebebiyle aktivite değerlerinin özellikle yaz aylarında değil, aynı üretim döneminde kullanılan farklı kazanlarda bile değişme gösterebileceği, firmaların birbirlerinden bağımsız olarak yaptıkları analiz sonuçlarında da ortaya çıkmıştır.

Bu değerlendirmeler neticesinde soruşturma muhatabı olan maya üreticisi firmaların, ürettikleri mayanın fırınlar tarafından daha fazla kullanılmasını sağlamak amacıyla, uyumlu eylem sonucu ekmek mayasının aktivitesini azalttıkları iddiasının doğru olmadığı sonucuna varılmıştır.

V a. Bayilik Sözleşmelerinin Bildirilmemesine Yönelik Tespitler

Maya üreticileri ile ilgili olarak açılan önaraştırma ile ilgili olarak yapılan yerinde incelemeler sırasında Özmaya, Akmaya ve Maurimaya teşebbüslerinin bayileri ile yapmış oldukları sözleşmeleri Kuruma bildirmediklerine ilişkin aşağıdaki tespitler yapılmıştır:

a) Özmaya ile bayilerden Uludüz Ticaret ve Safmaya ile bayilerden Has Ekmek arasında aktedilen ve standart olduğu ifade edilen bayilik sözleşmesinde, bayinin satış fiyatlarına ilişkin olarak şu hükümlere yer verilmiştir.

“Özmaya (Safmaya), sattığı malların fiyatlarını tek taraflı olarak arttırıp, azaltma yetkisine sahiptir. Bayinin tüketiciye satış fiyatı Özmaya’ca (Safmaya’ca) tespit edilen nihai satış fiyatının altında veya üstünde olamaz. Bayi, satış fiyatlarını tek

tarafli olarak değiştirenmez. Özmaya (Safmaya), Bayi'ye teslim edeceği malların satış fiyatlarını yazı ile bildirir.

Bu şartlara uyulmaması halinde Özmaya (Safmaya) sözleşmeyi tek tarafli olarak iptal edebilir.”

Aynı sözleşmede, bayiye sözleşme bitiminden sonrasına ilişkin olarak rekabet yasağı getirilmiştir.

“...Bayi sözleşmenin bitiminden sonra 3 yıl süre ile Özmaya'nın (Safmaya'nın) bayi iken pazarladığı ve yukarıda belirtilen malların emsali rakip malların satıcılığını yapamaz.”

b) Akmaya ile bayilerden Afacan Biraderler Ltd. şti. arasında 10.08.1998 tarihinde, 31.12.2000 tarihine kadar geçerli olacak şekilde imzalanan ve hem Canmaya hem de Hasmaya bayileri ile akdedilen standart bir sözleşme olduğu anlaşılan bayilik sözleşmesinin 8 inci maddesinde bayinin satış fiyatlarına ilişkin olarak şu hükümlere yer verilmiştir.

“AKMAYA, BAYİ'ye sattığı malların fiyatlarını tek tarafli olarak arttırıp azaltabilir. Bayi'nin tüketiciye satış fiyatı, AKMAYA'ca tespit edilen nihai satış fiyatlarının altında veya üstünde olamaz.

Bayi satış fiyatlarını tek tarafli olarak değiştirenmez.

AKMAYA, BAYİ'ye teslim edeceği malların fiyatlarını yazı ile bildirir.”

Ayrıca, Akmaya bayilik sözleşmesinin 1 inci maddesinde, sözleşmenin bitiminden sonra belli bir dönem için bayiye rekabet yasağı getirilmiştir.

“BAYİ, sözleşmenin bitiminden sonra (2) yıl süreyle AKMAYA'nın bayii iken pazarladığı ve yukarıda zikredilen malların emsali rakip malların emsali rakip markaların satıcılığını veya bayiliğini yapamaz.”

c) Maurimaya ile bayilerden İ.A arasında 17.02.1998 tarihinde akdedilen ve standart olduğu anlaşılan Yetkili Satıcılık Sözleşmesi'nin “Fesih” başlıklı 9 uncu maddesinde şu hüküm yer almaktadır.

“...YETKİLİ SATICI ayrıca fesih tarihinden itibaren 3 (üç) sene boyunca MAURİ MAYA mamüllerini ve (aynı sektördeki diğer firmaların) ürettiği mamüllerini satmamayı ve bu firmaların bayiliğini yapmamayı taahhüt eder. Aksine harekette YETKİLİ SATICI şİRKET'e son yıl satın alınan aylık ortalama mal bedeli kadar tazminatı nakten ödemeyi kabul eder.

Yukarıdaki yaptırımlar yetkili satıcının iş ortakları, eş ve çocukları içinde geçerlidir.”

V b. Bayilik Sözleşmelerinin Bildirilmemesine Yönelik Savunmalar

Bildirim keyfiyetine uyulmadığına ilişkin tespitlerle ilgili olarak Lesaffre,ihlaller içeren dağıtım anlaşmalarının soruşturma döneminde Rekabet Hukuku'na uygun

olarak düzeltilmesini, bayilik sözleşmelerinde yeralmasına rağmen bayilerin satış fiyatlarını belirlemelerinin sözkonusu olmadığını, bayilerin kendi satış fiyatlarını serbestçe belirlediklerini, ancak Lesaffre'ın zaman zaman bayilere tavsiyesinin sözkonusu olabildiğini ileri sürmüştür.

Akmaya ise savunmasında, fiyat hükmünün amacını aşan bir ifade olduğu, bu hüküm ile asıl amaçlananın önerilen satış fiyatı olduğu, bu fiyatlara dağıtıcılar tarafından uyulmaması halinde Akmaya tarafından uygulanan herhangi bir yasal takip veya sair fiilin bulunmadığına işaret edilerek, uygulamada bulunmadığı halde bayilik sözleşmesinde yer alan hükmün muafiyetin geri alınmasına gerekçe gösterilmesinin son derece ağır bir yargı olacağı belirtilerek, sözleşmenin ilgili maddelerinin Rekabet Hukuku'na uygun olarak değiştirildiği ifade edilmektedir.

Akmaya ikinci yazılı savunmasında ise rekabet ihlalleri içeren dağıtım anlaşmalarının bildirilmemesi nedeniyle Akmaya için bildirimde bulunmama cezasının uygulanması gerektiği yönündeki Soruşturma Heyeti görüşüne katıldıklarını belirtmişlerdir.

Lesaffre ise savunmasında Bayilik sözleşmelerinde yer alan 3 yıllık rekabet etmeme yükümlülüğüne ilişkin hüküm ile ilgili olarak bu hükmün uygulanmadığını, bayilik ilişkisi bittikten sonra rakiplerin bayiliklerini alan bayiler bulunduğunu, Denizli bayisinin halen aynı zamanda Akmaya'nın da bayiliğini yaptığını ifade etmektedir.

Maurimaya ise sözleşme feshedildikten sonraki üç yıl için bayilere getirilmiş olan rekabet etmeme yükümlülüğünün, Maurimaya'nın korunmaya değer ve meşru bir menfaatini himaye altına aldığını ve bu korumanın söz konusu sözleşmeden beklenen hukuki ve ekonomik sonuçların ayrılmaz bir parçasını teşkil ettiğini, bu anlamda bayilik sözleşmelerinin ilgili hükmünün teknik anlamda ayrılmaz bir yan sınırlama olduğunu ifade etmiştir.

V c. Sözleşmelerin Bildirilmemesine Yönelik Değerlendirme

Ekmek mayası üreticilerinden Lesaffre grubuna ait Özmaya ve Safmaya, Akmaya ve Maurimaya'nın bayileri ile akdetmiş olduğu ve bir tek elden dağıtım anlaşması niteliğindeki sözleşmelerde yer alan rekabeti kısıtlayıcı nitelikteki hükümler, dağıtım anlaşmalarını 1997/3 sayılı "Tek Elden Dağıtım Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği" kapsamı dışına çıkardığından bu anlaşmaların bireysel muafiyet için Kurum'a bildirilmesi gerekmekte iken bu zorunluluğun yerine getirilmediği anlaşılmıştır.

Bayilik sözleşmelerinde yer alan ihlal niteliğindeki hüküm uygulanmamış bile olsa sözleşmelerin grup muafiyetinden yararlanabilmesi ve ayrıca bireysel muafiyet için Kurum'a bildirilmeleri gerekmektedir.

Maurimaya tarafından yan sınırlama olduğu ileri sürülen rekabet etmeme yükümlülüğü 1997/3 sayılı Tebliğ'de izin verilen rekabet kısıtlamalarından birisi değildir. Dolayısıyla, bireysel muafiyet için bildirim tabidir.

1997/3 sayılı “Tek Elden Dağıtım Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği”nde izin verilen rekabet kısıtlamaları haricinde rekabet kısıtlamaları içeren dağıtım anlaşmalarını süresi içerisinde Kurum’a bildirmeyen Lesaffre grubuna ait Özmaya ve Safmaya, Akmaya ve Maurimaya’ya 4054 sayılı Kanun’un 16 ncı maddesinin birinci fıkrasının (c) bendinde öngörülen cezanın tatbik edilmesi, aynı zamanda anılan mükellefiyeti yerine getirmeyen bu Teşebbüslerin Yönetim Organlarında görev yapan Kişilere de Kanun’un aynı maddesinin üçüncü fıkrasında belirtilen cezanın uygulanması gerekmektedir.

VI a. Yanıltıcı Bilgi Vermeye Yönelik Tespitler

Önaraştırma döneminde 15.04.1999 tarihinde ekmekek mayası üreticilerinden Akmaya’da yapılan yerinde inceleme sırasında, bayilerden Tangüler Tic. hakkında hazırlanmış “Bayi Bilgi Formu” ile 21.03.1998 tarihli “İ.T.” başlıklı yazı tespit edilmiş ve sözkonusu iki belgenin sureti talep edilmiştir. Ancak, ilgili evrakın çoğaltılması sırasında Akmaya çalışanlarından Z.S. tarafından evrak üzerinde tahrifat yapıldığı tespit edilmiştir. “Bayi Bilgi Formu” başlıklı yazıda yer alan “Mayacılar anlaşmış. R.İ. uymuyor.” ifadesi silinerek yerine “Mayacılar iyi. R.İ. şikayetçi” ifadesi yazılmıştır. 21.03.1998 tarihli yazıda yer alan “Mayacılar anlaşmış, kimse kimsenin fırınına girmiyor” cümlesindeki “Mayacılar anlaşmış” ifadesi silinmiştir. Sözkonusu evraklarda yapılan ve tutanakla tespit edilen tahrifatların, yerinde inceleme yapmakta olan raportörleri yanıltmaya yönelik olduğu açıktır.

VI b. Yanıltıcı Bilgi Vermeye Yönelik Savunma

Akmaya'nın ilk yazılı savunmasında yukarıda belirtilen vakaya ilişkin olarak duyulan mahçubiyet belirtilmiş, ikinci yazılı savunmada ise sözkonusu olayın yöneticinin Rekabet Hukuku uygulamalarına yabancı olmasından kaynaklandığı belirtilmiş ve yanıltıcı bilgi vermeden dolayı 4054 sayılı Kanun’un 16 ncı maddesinin birinci fıkrasının (b) bendi uyarınca Akmaya'ya para cezasının uygulanması gerektiği yönündeki Soruşturma Heyeti görüşüne katıldıkları ifade edilmiştir.

VI c. Yanıltıcı Bilgi Vermeye Yönelik Değerlendirme

Akmaya yetkilisi Z.S.'nin 4054 sayılı Kanun’un 16 ncı maddesinin birinci fıkrasının (b) bendinde belirtilen “...yerinde inceleme hallerinde eksik, yanlış ve yanıltıcı bilgi verme” eyleminin İlgili Teşebbüsce'de mahçubiyet beyanıyla kabul edilmesi nedeniyle, Akmaya hakkında 4054 sayılı Kanun’un 16 ncı maddesinin birinci fıkrasının (b) bendinde öngörülen para cezasının uygulanması, ayrıca, Akmaya San. ve Tic. A.Ş.'nin yönetim organlarında görev yapan kişilere de Kanun’un 16 ncı maddesinin üçüncü fıkrasında belirtilen cezanın uygulanması gerekmektedir.

VII a. Savunmalarda İleri Sürülen Diğer Hususlar

Taraflardan Lesaffre'ın ilk yazılı savunmasında, ticari sır niteliğindeki bilgilerin yer aldığı ifade edilen ve kapalı zarf içerisinde sunulan savunmanın, kilit altında tutularak Rekabet Kurulu dışında açılmaması talep edilmiş, ayrıca, Kendileri için ayrı bir dosya tanzim edilmesi gerektiği; aksi takdirde, son derece hassas ve gizli bilgilere, rakiplerin soruşturma sırasında vakıf olması neticesinde, soruşturma açılmasının gerekçesi ile çelişeceği, halen tek bir genel dosya bulunması nedeniyle, Kendilerine savunma hazırlayabilmeleri için sadece Kurumun uygun gördüğü belgelerin verildiğini ileri süren, Özmaya ve Safmaya, her rakip şirket için ayrı dosyalar tanzim edilmesi durumunda, Kendileri ile ilgili tüm evrakı tetkik edebileceklerini, böylece savunma haklarının da kısıtlanmayacağını ifade etmiştir.

Lesaffre'ın ilk yazılı savunmasında yer alan soruşturmanın her bir teşebbüs için ayrı dosyalar açılarak yürütülmesi talebi Kurulumuzca görüşülmüş ve kapalı zarf ile sunulan savunmanın, Soruşturma Heyeti'nce açılması ve gizliliğin korunmasına ilişkin tedbirlerin de Soruşturma Heyeti'nce takdir edilmesi gerektiği kararlaştırılmıştır. Özmaya ve Safmaya'ya 02.09.1999 tarihinde gönderilen yazıda, Kurul'un sözkonusu kararı bildirilerek, ticari sır niteliğindeki bilgilere rakiplerin ulaşmaması gerektiği yönündeki talebe, 4054 sayılı Kanun'un 25 ve 44 üncü maddelerinde yer alan hükümler çerçevesinde gerekli hassasiyetin Soruşturma Heyeti'nce gösterildiği ifade edilmiştir.

Lesaffre, savunmasında ayrıca;

-soruşturmanın beş firma hakkında tek dosyada yürütülmesi sonucu, Kendilerine gönderilen soruşturma raporunda, bazı boşlukların olduğunu ifade eden Lesaffre, söz konusu boşluklarda nelerin olduğunu Kendilerine bildirilmesi gerektiği,

-ek görüş ile birlikte Kendilerine Pak Gıda'nın ve Maurimaya'nın liste ve net fiyatları, Akmaya'nın bayilerine uyguladığı peşin ve vadeli maya satış fiyatları ile yine aynı Teşebbüsün 1999 ve 2000 yılı maya satış miktar ve fiyatlarının gönderildiği, bu bilgilerin ticari sır niteliğinde gizli bilgiler olduğu, Lesaffre'ın da gizli bilgilerinin rakiplerine gönderilip gönderilmediğini bilmediği ,

ileri sürülerek soruşturma sürecinde gizliliğe riayet etmeyen Soruşturma Heyetinin değiştirilmesi ve dosyaların ayrılması yönündeki taleplerinin reddedildiği 17.08.1999 tarihli Kurul kararından rücu edilmesi istenilmektedir.

VII b. Tarafların İddia Konuları Dışındaki Savunmalarına Yönelik Değerlendirme

Lesaffre'ın savunmalarında, Soruşturma Raporunda Kendilerine gönderilmeyen kısımlar bulunduğu, Raporun gönderilmeyen kısımlarında neler olduğuna yönelik kendilerine bilgi verilmediği, iddia edilmekte ise de, öncelikle bunun doğru olmadığını belirtmek gerekmektedir. Zira Taraflara ticari sır kapsamında olmayan tüm bilgiler, Tarafların yazılı ya da sözlü başvuruları üzerine verilmiştir. Kendilerine gönderilmediği ifade olunan belgelerin rakip teşebbüslerin

maliyet yapılarına ilişkin ticari sır niteliğinde bilgileri olduğu hususu kendilerine bildirilmiştir. Ayrıca, Kanun'un 44 üncü maddesinin son fıkrası uyarınca, Lesaffre'ca bilinmeyen ve savunma hakkı verilmeyen konuların Kurul kararlarına dayanak yapılamayacağı da dikkate alındığında gizli bilgi ihtiva eden kısımların rakip teşebbüslere gönderilmemesinde herhangi bir sakınca olmadığı gibi bu uygulama aynı zamanda Rekabet Kanunu'nun da amir bir hükmüdür.

Lesaffre'in soruşturmada gizliliğe riayet edilmediğine ve ticari sırların rakiplere verildiğine ilişkin savunması, Tarafların haberleşmenin kolay olduğu ve teşebbüslerin rakiplerinin satış fiyatını ve miktarını rahatlıkla takip edebildikleri savunmaları karşısında tutarlı bulunmamış, esasen pazardaki teşebbüsler tarafından bilinen ve daha da önemlisi geçmişe ilişkin olan bu bilgilerin, gizli bilgi olduğu ve Taraflara gönderilmemesi gerektiğine yönelik itirazlar, konusu uyumlu eylem halinde birlikte fiyat artışı olan bir dosyada kabul edilebilmesi mümkün olmayan bir iddia olarak değerlendirilmiştir.

İ- GEREKÇE VE HUKUKİ DAYANAK

4054 sayılı Kanun'un 4 üncü maddesinde, 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 kararları veya eylemleri hukuka aykırı sayılmış ve yasaklanmıştır.

Anlaşmaların yanısıra rekabeti sınırlamaya yönelik olarak Taraflar arasında gözlenen uyumlu eylemler de Kanun'un 4 üncü maddesinin kapsamındadır. Rekabeti sınırlayıcı nitelikte bir anlaşmanın ispatlanmadığı durumlarda teşebbüslerin faaliyette buldukları piyasalardaki fiyat değişimleri, arz veya talep dengesi, ya da teşebbüslerin faaliyet gösterdikleri bölgelerin, rekabetin engellendiği piyasalardakine benzerlik göstermesi, teşebbüslerin uyumlu eylem halinde olduklarına karine teşkil etmektedir

Bilindiği üzere Kurulca maya piyasasına yönelik olarak açılan önaraştırma sırasında Teşebbüslerin İdare Merkezlerinde yapılan yerinde incelemeler sırasında tespit edilen bulgular neticesinde Maya Üreticisi Teşebbüslerin

- ekmek mayasının fabrika çıkış fiyatlarını birlikte belirledikleri,
- bayiler arasında oluşabilecek rekabeti engelleyerek maya satış fiyatlarını liste fiyatlarına çekmeye çalıştıkları,
- fırınları bayiler arasında paylaştıkları ve
- ekmek mayasının daha fazla kullanılmasını sağlamak amacıyla ekmek mayasının aktivitesini azalttıkları,

kanaatine ulaşmış ve anılan eylemlerin;

4054 sayılı Yasanın 4 üncü Maddesinin İkinci Fıkrasının (a) bendinde öngörülen "Mal veya hizmetlerin alım ya da satım fiyatının, fiyatı oluşturan, maliyet, kar gibi unsurlar ile her türlü alım ya da satım şartlarının tespit edilmesi,"

(b) bendinde öngörülen "Mal veya hizmet piyasalarının bölüşülmesi ile her türlü piyasa kaynaklarının ve unsurlarının paylaşılması ya da kontrolü,"

(c) bendinde öngörülen "Mal veya hizmetin arz ya da talep miktarının kontrolü veya bunların piyasa dışında belirlenmesi,"

şeklinde belirtilen hükümlere uyması sebebiyle bu piyasada faaliyet gösteren Teşebbüslere Kurulumuzca Soruşturma açılmıştır.

Anılan bu soruşturma konularından maya üreticilerinin maya fabrika çıkış fiyatlarını birlikte belirlediklerine ilişkin iddia ile ilgili olarak; her ne kadar bulgular soruşturma açılan teşebbüslerin maliyetlerden bağımsız olarak paralel olarak artırdıklarını ortaya koymakta ise de, pazarın oligopolistik yapısının fiyat artışlarında rakiplerin izlenmesi gibi bir zorunluluğu gerekli kılması, maya üreticilerinin pazardaki fiyat belirsizliğini yok edebilecek doğrudan ya da dolaylı iletişime rastlanılmaması, maya üreticilerinin maya satış fiyatlarına uyguladıkları artışlarının incelemeye alınan dönem itibarıyla toptan eşya fiyat endeksindeki artışların altında gerçekleşmiş olması sebebiyle bu artışların bir uyumlu eylem neticesinde olmadığını ortaya koymuştur.

Ancak, maya üreticilerinin liste fiyatlarının belirlenmesinde uyumlu eylem içinde oldukları tespit edilememiş olmakla birlikte, üreticilerin bayilerin satış fiyatlarını yükseltme konusunda uyumlu eylem halinde oldukları tespit edilmiş bulunmaktadır. Üretici firmaların bir alt kademedeki bayilerin satış fiyatlarını yükseltmeye çalışmalarını sadece dikey bir kısıtlama olarak değerlendirmemek gerekmektedir. Maya üreticileri tarafından bayilerin satış fiyatlarını yükseltme şeklinde oluşturdukları dikey kısıtlamalar üreticiler arasındaki yatay rekabeti doğrudan etkilemektedir. Zira, bayi fiyatlarının yükseltilmesi ile üreticilerin piyasaya deklare ettikleri liste fiyatları arasında çok önemli bir ilişki bulunmaktadır: Bayilerin düşük fiyatla maya satmaları engellenmek suretiyle üretici firmaların yeni liste fiyatlarını yayınlamaları ve yeni fiyata geçişleri kolaylaşmaktadır. Başka bir ifadeyle, bayilerin arasındaki rekabetin engellenmesi, yeni liste fiyatlarının yayınlanmasına ve fiyat geçişlerine gerekli zemini hazırlamış olmaktadır.

Dolayısıyla, soruşturmaya taraf olan teşebbüslerden Pak Gıda, Lesaffre (Özmaya ve Safmaya), Akmaya ve Maurimaya'nın uyumlu eylem sonucu, dağıtıcı konumundaki bayiler arasındaki fiyat rekabetini engelleyerek bayi satış fiyatlarını yükseltmek suretiyle, 4054 sayılı Kanun'un 4 üncü maddesini ve özellikle "Mal veya hizmetlerin alım ya da satım fiyatının, fiyatı oluşturan maliyet, kar gibi unsurlar ile her türlü alım yahut satım şartlarının tespit edilmesi" şeklindeki (a) bendini ihlal ettikleri sonucuna varılmıştır.

Tarafların faaliyet gösterdikleri bölgeleri karşılıklı mutabakat sonucu kısıtladıkları ve birbirlerinin bölgelerine satış yapmaktan imtina ettiklerine ilişkin olarak herhangi bir tespitin yapılamamış olması, ayrıca Mauri Maya hariç diğer teşebbüslerin tümünün ülke çapında dağıtım ve pazarlama çabası içerisinde olmaları

nedeniyle, Soruşturmaya Taraf olan Teşebbüslerin pazar paylaşımı eylemi içerisinde olduklarına ilişkin iddiaların varit olmadığı, dolayısıyla 4 üncü maddenin (b) bendi kapsamında bir eylemin oluşmadığı neticesine ulaşılmıştır.

Mayanın aktivite değerlerinin azaltıldığına ilişkin olarak yapılan incelemelerde bunun mümkün olamayacağına firmaların birbirlerinden bağımsız olarak yaptıkları analiz sonuçlarında da ortaya çıkmış olması sebebiyle teşebbüslerin uyumlu eylem suretiyle 4 üncü maddenin (c) bendine uyan eylemler içerisinde oldukları iddiasının doğru olmadığı kanaatine varılmıştır.

Diğer taraftan 1997/3 sayılı "Tek Elden Dağıtım Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği"nde izin verilen rekabet kısıtlamaları haricinde rekabet kısıtlamaları içeren dağıtım anlaşmalarını süresi içerisinde Kurumumuza bildirmeyen teşebbüslere Kanun'un 16 ncı maddesinin birinci fıkrasının (c) bendinde öngörülen para cezası uygulanması, Ayrıca, bu teşebbüslerin yönetim organlarında görev alan kişilere de yine Kanun'un 16 ncı maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca para cezası uygulanması, gerekli görülmektedir.

Akmaya yetkilisi Z.S.'nin Akmaya'da yürütülen yerinde incelemeler sırasında 4054 sayılı Kanun'un 16 ncı maddesinin birinci fıkrasının (b) bendinde belirtilen "...yerinde inceleme hallerinde eksik, yanlış ve yanıltıcı bilgi verme" eylemini gerçekleştirilmesi sebebiyle Akmaya hakkında 4054 sayılı Kanun'un 16 ncı maddesinin birinci fıkrasının (b) bendinde öngörülen para cezasının uygulanması, ayrıca, Akmaya San. ve Tic. A.Ş.'nin yönetim organlarında görev yapan kişilere de Kanun'un 16 ncı maddesinin üçüncü fıkrasında belirtilen cezanın uygulanması gerekmektedir.

Bu çerçevede;

- Uyumlu eylem sonucu bayilerin satış fiyatının yükseltilmesi ihlalinin 1999 yılında da devam ediyor olması nedeniyle, Kanun'un 16 ncı maddesinin 2 nci fıkrası uyarınca para cezalarının belirlenmesinde,

Pak Gıda Üretim ve Pazarlama A.Ş.	30.151.168.410.915.- TL.
Özmaya San. A.Ş.	5.650.759.205.000.- TL.
Safmaya San. A.Ş.	7.923.276.564.768.- TL.
Akmaya San. ve Tic. A.Ş.	11.109.784.099.000.- TL.
Maurimaya San. A.Ş.	4.493.147.789.392.- TL..

olan 1998 yılı cirolarının dikkate alınması;

- Maya pazarında faaliyet gösteren tüm teşebbüslerin uyumlu eylem ihlalinin içerisinde yer almaları, soruşturma yürütülürken dahi ihlallerin devam etmesi ve ilgili ürün olan mayanın ekmek pazarı için olan önemi, soruşturmaya taraf olan teşebbüslere uygulanacak olan cezanın belirlenmesinde gözönünde bulundurulması;

- Soruşturmaya taraf olan teşebbüslerden Akmaya'nın uyumlu eylem ihlalinde yeralmasına rağmen Diğer Teşebbüsler kadar yoğun olarak ihlal niteliğindeki faaliyetlerde bulunmadığı hususu gözönünde bulundurularak, ceza hesaplamasında, Pak Gıda, Özmaya, Safmaya ve Maurimaya'nın cirosunun %1'inin, Akmaya'nın ise cirosunun %0.5'inin esas alınması,

gerekmektedir.

J- SONUÇ

Açıklanan nedenlerle;

1. Soruşturma kapsamındaki teşebbüslerin birlikte hareket ederek pazar ve müşteri paylaşımında buldukları ve ürettikleri mayanın aktivitesini azalttıkları yönündeki iddialara dair, elde edilen kanıt ve dayanakların, rekabetin ihlal edildiğine hükmetmek için yeterli bulunmadığına OYBİRLİĞİ ile;
2. Aynı teşebbüslerin liste fiyatlarını birlikte belirledikleri yönündeki iddiaya ilişkin kanıt ve dayanakların, rekabetin ihlal edildiğine hükmetmek için yeterli bulunmadığına OYÇOKLUĞU ile;
3. Soruşturma kapsamındaki teşebbüslerden Pak Gıda Üretim ve Pazarlama A.Ş., Özmaya San. A.Ş., Safmaya San. A.Ş., Akmaya San. ve Tic. A.Ş. ve Maurimaya San. A.Ş.'nin uyumlu eylem sonucu bayiler arasındaki rekabeti önleyerek bayi satış fiyatlarını yükseltmek suretiyle Kanun'un 4 üncü maddesinin (a) bendini ihlal ettiklerine OYÇOKLUĞU ile;
4. 4054 sayılı Kanun'un 16 ncı maddesinin 2 nci fıkrası gereğince soruşturma kapsamındaki firmalardan,
 - a) Pak Gıda Üretim ve Pazarlama A.Ş.'nin, 301.511.680.000.-TL. para cezası ile cezalandırılmasına OYÇOKLUĞU ile;
 - b) Özmaya San. A.Ş.'nin 56.507.590.000.-TL. para cezası ile cezalandırılmasına OYÇOKLUĞU ile;
 - c) Safmaya San. A.Ş.'nin 79.232.760.000.-TL. para cezası ile cezalandırılmasına OYÇOKLUĞU ile; ancak, Safmaya San. A.Ş.'nin 01.01.2000 tarihi itibari ile aynı gruba dahil olan Özmaya San. A.Ş. tarafından devralınması nedeniyle para cezasının Özmaya San. A.Ş.'nden tahsil edilmesine OYBİRLİĞİ ile;
 - d) Akmaya San. ve Tic. A.Ş.'nin 55.548.920.000.-TL. para cezası ile cezalandırılmasına OYÇOKLUĞU ile;
 - e) Maurimaya San. A.Ş.'nin 44.931.470.000.-TL. para cezası ile cezalandırılmasına OYÇOKLUĞU ile;

5. Yukarıda rekabet ihlali olarak sayılan eylem ve işlemlere Kanun'un 9 uncu maddesinin birinci fıkrası uyarınca derhal son verilmesi gerektiğinin teşebbüslere bildirilmesine OYBİRLİĞİ ile;

6. 1997/3 sayılı "Tek Elden Dağıtım Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği"nde izin verilen rekabet kısıtlamaları haricinde rekabet kısıtlamaları içeren dağıtım anlaşmalarını süresi içerisinde Kurumumuza bildirmeyen Özmaya San. A.Ş.'ne Kanun'un 16 ncı maddesinin birinci fıkrasının (c) bendinde öngörülen 608.400.000.- TL. para cezası uygulanmasına OYBİRLİĞİ ile;

7. 1997/3 sayılı "Tek Elden Dağıtım Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği"nde izin verilen rekabet kısıtlamaları haricinde rekabet kısıtlamaları içeren dağıtım anlaşmalarını süresi içerisinde Kurumumuza bildirmeyen Safmaya San. A.Ş.'ne Kanun'un 16 ncı maddesinin birinci fıkrasının (c) bendinde öngörülen 608.400.000.- TL. para cezası uygulanmasına OYBİRLİĞİ ile;

Ancak, Safmaya San. A.Ş.'nin 01.01.2000 tarihi itibari ile aynı gruba dahil Özmaya San. A.Ş. tarafından devralınması nedeniyle para cezasının Özmaya San. A.Ş.'nden tahsil edilmesine OYBİRLİĞİ ile,

8. 1997/3 sayılı "Tek Elden Dağıtım Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği"nde izin verilen rekabet kısıtlamaları haricinde rekabet kısıtlamaları içeren dağıtım anlaşmalarını süresi içerisinde Kurumumuza bildirmeyen Akmaya San. A.Ş.'ne, Kanun'un 16 ncı maddesinin birinci fıkrasının (c) bendinde öngörülen 608.400.000.- TL. para cezası uygulanmasına OYBİRLİĞİ ile;

9. 1997/3 sayılı "Tek Elden Dağıtım Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği"nde izin verilen rekabet kısıtlamaları haricinde rekabet kısıtlamaları içeren dağıtım anlaşmalarını süresi içerisinde Kurumumuza bildirmeyen Maurimaya San. A.Ş.'ne, Kanun'un 16 ncı maddesinin birinci fıkrasının (c) bendinde öngörülen 608.400.000.- TL. para cezası uygulanmasına OYBİRLİĞİ ile;

10. 1997/3 sayılı "Tek Elden Dağıtım Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği"nde izin verilen rekabet kısıtlamaları haricinde rekabet kısıtlamaları içeren dağıtım anlaşmalarını süresi içerisinde Kurumumuza bildirmeyen teşebbüslerin yönetim organlarında görev alan kişilere de para cezası uygulanmasını öngören Kanun'un 16 ncı maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca;

a) Özmaya San. A.Ş.'nin Yönetim Kurulu'nda görev alan Lucien Lesaffre, Alain de Gouy, Jimmy Akary, Jose Juan Berruga ve Üzeyir Ergun Akçalı'ya, ayrı ayrı olmak üzere 30.420.000.-TL. para cezası uygulanmasına OYBİRLİĞİ ile;

b) Safmaya San. A.Ş.'nin Yönetim Kurulu'nda görev alan Lucien Lesaffre, Alain de Gouy ve Jose Juan Berruga'ya, ayrı ayrı olmak üzere 30.420.000.-TL. para cezası uygulanmasına OYBİRLİĞİ ile;

c) Akmaya San. ve Tic. A.Ş.'nin Yönetim Kurulu'nda görev alan Nizam Garipoğlu, Hasan Yaşar ve Abdulkadir Ekşi'ye, ayrı ayrı olmak üzere 30.420.000.-TL. para cezası uygulanmasına OYBİRLİĞİ ile;

d) Maurimaya San. A.Ş.'nin Yönetim Kurulu'nda görev alan John Thomas Lynch, John Gerard McKenna ve Abdullah Bülent Özer'e, ayrı ayrı olmak üzere 30.420.000.-TL. para cezası uygulanmasına OYBİRLİĞİ ile;

11. 15.04.1999 tarihinde Akmaya San. ve Tic. A.Ş. merkezinde yapılan yerinde inceleme sırasında Rekabet Kurumu Raportörleri tarafından birer sureti istenen iki belge üzerinde tahrifat yapılmak suretiyle, 4054 sayılı Kanun'un 16 ncı maddesinin birinci fıkrasının (b) bendinde belirtilen "...yerinde inceleme hallerinde eksik, yanlış ve yanıltıcı bilgi verme" eyleminin gerçekleştirilmiş olması nedeniyle, Akmaya San. ve Tic. A.Ş.'ne, Kanun'un 16 ncı maddesinin birinci fıkrasının (b) bendinde öngörüldüğü üzere 1.216.800.000.-TL. para cezası uygulanmasına OYBİRLİĞİ ile;

12. Yerinde inceleme hallerinde eksik, yanlış veya yanıltıcı bilgi verilmesi halinde sözkonusu teşebbüslerin yönetim organlarında görev alan kişilere de para cezası uygulanmasını öngören Kanun'un 16 ncı maddesinin üçüncü uyarınca, Akmaya San. ve Tic. A.Ş.'nin Yönetim Kurulu'nda görevli Nizam Garipoğlu, Hasan Yaşar ve Abdulkadir Ekşi'ye, ayrı ayrı olmak üzere 60.840.000.-TL. para cezası uygulanmasına OYBİRLİĞİ ile,

13. Kararın Danıştay yolu açık olmak üzere şikayetçiye ve soruşturma kapsamındaki teşebbüslere tebliğine OYBİRLİĞİ ile

karar verilmiştir.