

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2025-4-012

(Soruşturma)

Karar Sayısı : 26-11/343-130

Karar Tarihi : 02.04.2026

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Birol KÜLE

Üyeler : Ahmet ALGAN (İkinci Başkan), Şükran KODALAK,
Hasan Hüseyin ÜNLÜ, Ayşe ERGEZEN, Rıdvan DURAN,
Ayşe USLU CEVLEK

B. RAPORTÖRLER: Alican ŞENTÜRK, Rabia BALTACI, Melih Gökhan DURMUŞ,
Furkan ŞENEL, Esranur DOĞAN, Ebru Betül YILMAZ

C. BAŞVURUDA

BULUNAN : - Resen

D. HAKKINDA SORUŞTURMA

YAPILAN :

Media Markt Turkey Tic. Ltd. Şti.

Temsilcileri: Av. Gönenç GÜRKAYNAK, Av. Öznur İNANILIR,

Dilara YEŞİLYAPRAK AKAY, Av. Beyza Nur ADIGÜZEL,

Av. Özge Sıla SÖĞÜTLÜ

Çitlenbik Sokak, No:12 Yıldız Mahallesi 34349 Beşiktaş/İstanbul

- (1) **E. DOSYA KONUSU:** Media Markt Turkey Tic. Ltd. Şti.nin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği iddiası.
- (2) **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Media Markt Turkey Tic. Ltd. Şti.nin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 4. maddesini ihlal edip etmediğinin tespiti.
- (3) **G. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurulunun (Kurul) 20.02.2025 tarihli ve 25-07/177-M(2) sayılı kararı ile; Fakir Elektrikli Ev Aletleri Dış Ticaret AŞ (FAKİR) tarafından yeniden satıcılarının satış fiyatlarına müdahale edilmesi ve internet satışlarının kısıtlanması suretiyle ve FAKİR aracılığıyla Vatan Bilgisayar San. ve Tic. AŞ (VATAN), Teknosa İç ve Dış Tic. AŞ (TEKNOSA) ve Media Markt Turkey Tic. Ltd. Şti. (MEDIA MARKT) arasında dolaylı bilgi değişimi gerçekleştirilmesi suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ihlal edilip edilmediğinin tespitine yönelik olarak söz konusu teşebbüsler hakkında aynı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına karar verilmiştir.
- (4) Soruşturma süreci devam ederken FAKİR tarafından 21.03.2025 tarih ve 65192 sayılı ile Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına intikal eden yazı ile rekabet sorunlarını giderebilmek üzere 2021/2 sayılı Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılmasına Yönelik Ön Araştırmalarda ve Soruşturmalarda Sunulacak Taahhütlere İlişkin Tebliğ (2021/2 sayılı Tebliğ) kapsamında taahhüt ve 4054 sayılı Kanun'un 43. maddesi ve bu maddeye dayalı olarak çıkarılan Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılmasına Yönelik Soruşturmalarda Uygulanabilecek Uzlaşma Usulüne İlişkin Yönetmelik (Uzlaşma Yönetmeliği) kapsamında uzlaşma başvurusu

yapılmıştır. VATAN ve TEKNOSA tarafından ise sırasıyla 24.04.2025 tarih ve 66969 sayı ile, 24.04.2025 tarih ve 66991 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal eden yazılarla uzlaşma başvuruları yapılmış olup başvurular neticesinde FAKİR hakkında yürütülen soruşturma süreci Kurulun 28.05.2025 tarihli ve 25-21/508-337 sayılı kararı ile, TEKNOSA hakkında yürütülen soruşturma süreci Kurulun 28.05.2025 tarihli ve 25-21/509-338 sayılı kararı ile, VATAN hakkında yürütülen soruşturma süreci Kurulun 28.05.2025 tarihli ve 25-21/517-341 sayılı kararı uyarınca uzlaşma usulü ile sona erdirilmiştir.

- (5) Buna ilaveten soruşturma süresinin uzatılmasına ilişkin olarak hazırlanan 2025-4-012/BN-11 sayılı Bilgi Notu, Kurulun 24.07.2025 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 25-27/649-M sayılı karar ile soruşturmanın süresinin bitiminden itibaren üç ay uzatılmasına karar verilmiştir. Söz konusu süre uzatımına ilişkin karar 24.07.2025 tarih ve 120178 sayı ile MEDIA MARKT'a tebliğ edilmiştir.
- (6) Bu kapsamda hazırlanan 11.11.2025 tarihli ve 2025-4-012/SR-01 sayılı Soruşturma Raporu, 4054 sayılı Kanun'un 45. maddesinin ilk fıkrası gereğince MEDIA MARKT'a tebliğ edilerek yazılı savunmasını sunması talep edilmiştir. Bu çerçevede ilgili soruşturma raporu MEDIA MARKT tarafından 12.11.2025 tarihinde tebellüğ edilmiştir.
- (7) Öte yandan MEDIA MARKT tarafından sunulan ve Kurum kayıtlarına 14.11.2025 tarih ve 76695 sayı ile intikal eden başvuru ile 4054 sayılı Kanun'un 45. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca yazılı savunmanın sunulması için öngörülen 30 günlük sürenin bitiminden itibaren 30 gün uzatılması talep edilmiştir. Kurulun 20.11.2025 tarihli ve 25-43/1073-M sayılı kararı ile MEDIA MARKT'ın yazılı savunma süresinin, bitiminden itibaren 30 gün uzatılmasına karar verilmiştir. Bu kapsamda MEDIA MARKT'ın yazılı savunması 09.01.2026 tarih ve 79112 sayı ile süresi içerisinde Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. Bu çerçevede, teşebbüsün yazılı savunmasını sunduğu 09.01.2026 tarihi itibarıyla soruşturma safhası tamamlanmıştır.
- (8) 4054 sayılı Kanun'un 46. maddesi uyarınca sözlü savunma toplantısı yapılması hususunun görüşülmesi konusu 29.01.2026 tarihli Kurul toplantısında ele alınmış ve 26-03/68-M sayı ile sözlü savunma toplantısının 17.03.2026 tarihinde yapılmasına karar verilmiştir. Anılan tarihte sözlü savunma toplantısı gerçekleştirilmiştir.
- (9) Kurul; yürütülen soruşturma ile ilgili olarak düzenlenen Rapor'a, toplanan delillere, yazılı ve sözlü savunmalara ve incelenen dosya kapsamına göre 02.04.2026 tarih ve 26-11/343-130 sayı ile nihai kararı tesis etmiştir.
- (10) **H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili Rapor'da özetle;
 - Media Markt Turkey Tic. Ltd. Şti.'nin topla-dağıt karteli niteliği sergileyen bir anlaşma ve/veya uyumlu eyleme taraf olmak suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği,
 - Bu nedenle adı geçen teşebbüse aynı Kanun'un 16. maddesi ve Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik çerçevesinde idari para cezası uygulanması gerektiği

ifade edilmiştir.

I. İNCELEME, GEREKÇE VE HUKUKİ DAYANAK

I.1. Hakkında Soruşturma Yürütülen Teşebbüs: MEDIA MARKT

- (11) Türkiye’de ilk mağazasını 2007 yılı Eylül ayında İstanbul’da açan MEDIA MARKT, dayanıklı tüketim mallarının perakende satışı alanında zincir mağaza yapılanması ile faaliyet göstermektedir. Bu alanda *Mediamarkt* markasıyla Türkiye dışında Almanya, Avusturya, İtalya, İsviçre, Macaristan, Polonya, İspanya, Hollanda, Belçika, Portekiz, Lüksemburg ve İsveç’te de faaliyetlerine devam etmektedir.¹ İlaveten, MEDIA MARKT 2013 yılında online satış kanalı olan *mediamarkt.com.tr* uzantılı internet sitesi üzerinden de faaliyet göstermeye başlamıştır.

- (12) MEDIA MARKT’ın hissedarlık yapısını gösteren tabloya aşağıda yer verilmiştir:

Tablo 1: MEDIA MARKT Hissedarlık Yapısı

Hissedarlar	Pay (%)
Media Markt Saturn Retail Group GmbH (SATURN)	(.....)
MMS Portfolio GmbH	(.....)
Toplam	100,000
Kaynak: MEDIA MARKT Tarafından Gönderilen Cevabi Yazı.	

- (13) MEDIA MARKT tarafından gönderilen cevabi yazıda Media Saturn-Holding GmbH’nin, SATURN’ün hisselerinin tamamına sahip olduğu belirtilmiştir. Bu doğrultuda Media Saturn-Holding GmbH hâlihazırda SATURN’ün ve dolayısıyla MEDIA MARKT’ın tek kontrolüne sahiptir.
- (14) MEDIA MARKT; farklı sağlayıcılardan tedarikini yaptığı ürünlerin satışını zincir mağaza organizasyonunun yanı sıra kendine ait olan internet sitesi ve pazaryerlerinde yer alan üye satıcı hesapları ile gerçekleştirmektedir. Acer, Apple, Asus, Axen, Canon, Dyson, GoldMaster, Oppo, Samsung, Arnica, Grundig vb. gibi çok sayıda markaya ait “*telefon, bilgisayar, TV, görüntü ve ses, aksesuar, foto & kamera & drone, beyaz eşya, ev aletleri & yaşam, kişisel bakım & sağlık ile spor & oyun & outdoor*” ana kategorileri altındaki ürünün satışı çoklu kanallar aracılığıyla yapılmaktadır.²
- (15) Ayrıca MEDIA MARKT, zaman zaman oldukça az miktarda kendi markalarını, üçüncü taraf üreticilere ürettirip mağazalarında nihai tüketiciye perakende olarak satabilmektedir.
- (16) Zincir mağazaları ve *www.mediarmarkt.com.tr* üzerinden faaliyetlerini sürdüren MEDIA MARKT, bu satış kanallarına ek olarak *Trendyol, Pazarama* ve *N11* isimli çevrimiçi pazar yerlerinde bulunan mağazaları ile de faaliyet göstermektedir.³

I.2. İlgili Pazar

I.2.1. İlgili Ürün Pazarı

- (17) İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz’da (Kılavuz) belirli bir ürün veya hizmetin tüketici gözünde, niteliği, fiyatı ve kullanım amacı dikkate alınarak ilgili ürün pazarı tanımlanmasına gidilebileceği ifade edilmektedir. Ayrıca Kılavuz’da yalnızca ürün/hizmet odaklı bir bakış sergilenmemekte bunların yanı sıra tanımlanacak ilgili ürün pazarını etkileyen veya etkileyebilecek diğer unsurların da değerlendirmeye dâhil edilebileceği ifade edilmektedir.

¹ <https://www.mediarmarkt.com.tr/tr/shop/hakkimizda.html> E.T. 12.10.2025

² https://www.mediarmarkt.com.tr/?ref=logo_rh E.T. 12.10.2025

³ Taraftan gelen cevabi yazıda, *Hepsiburada* isimli çevrimiçi pazar yerinde aktif olmasa da mağazası bulunduğu belirtilmektedir.

- (18) İlgili ürün pazarı, belirli bir ürün ile tüketici gözünde fiyatı, kullanım amaçları ve nitelikleri bakımından benzer olan ürünlerden oluşmaktadır. Pazarın tanımlanması ile ilgili ürün pazarında birbirine rakip/rekabet halinde olan veya rakiplik olasılığı bulunan teşebbüsler ile rekabetin koşulları ortaya konmaktadır. Pazar tanımıyla ayrıca, teşebbüslerin birbirinden bağımsız hareket edebilme yetenekleri, etkin rekabetin kapsamı ile teşebbüslerin davranış sınırları belirlenebilmektedir.
- (19) Dosyanın konusunu FAKİR aracılığıyla TEKNOSA, VATAN ve MEDIA MARKT arasında dolaylı bilgi değişimi gerçekleştirilmesi iddiası oluşturduğundan ilgili başlık altında FAKİR'in faaliyet konusu ürünlerine ilişkin pazar tanımına yönelik değerlendirmelere yer verilecektir. Bu kapsamda FAKİR'in faaliyet konusunu oluşturan ürün gruplarına bakıldığında, elektrikli süpürge, ütü ve benzeri elektrikli ev aletleri ve saç bakımı gibi ürünleri içeren kişisel bakım aletleri vb. dayanıklı tüketim mallarının satışı ve dağıtımı ile iştigal ettiği görülmektedir.
- (20) Kurul içtihadında dayanıklı tüketim malları, genel olarak kullanım süresi bir yıldan uzun olan çeşitli ürünleri içermekte ve genelde beyaz eşya, küçük ev aletleri ve tüketici elektroniği şeklinde üçlü bir ayrıma tabi tutulmaktadır⁴. Bu kapsamda beyaz eşyalar; buzdolabı, çamaşır makinesi, bulaşık makinesi, fırın ve ocak gibi temel ürünlerden; küçük ev aletleri; tost makinesi, blender, mikser, saç kurutma makinesi, tıraş makinesi, saç şekillendirme aleti gibi ürünlerden ve tüketici elektroniği de genellikle eğlence için kullanılan televizyon, DVD oynatıcılar, telefon, bilgisayar gibi ürünlerden oluşmaktadır.
- (21) Yukarıda ismi geçen her bir ürün grubunun, diğer ürün gruplarından ayrıştığı söylenebilecektir. Öte yandan bu ürünler mutfakta, kişisel bakımda ya da evin gündelik işlerinde kullanılmak üzere farklılaşsa da ürünlerin pazardaki tüketiciye sunulma şekli ortak bir kümede ele alınmasına neden olmaktadır. Anılan ürünler ilgili ürün pazarı değerlendirmesinde dayanıklı tüketim malları ana başlığının altında küçük ev aletleri başlığında incelenebileceği gibi her bir alt ürün segmenti özelinde pazar tanımına da gidilebilecektir. Bu kapsamda ilgili ürün pazarı değerlendirmesinde hangi ayrıma gidileceğinin tespiti için ürünlerin başta tüketici gözünde nitelikleri, kullanım amaçları ve fiyatları açısından benzer olup olmadıkları ve birbirlerine ikame sayılıp sayılamayacakları belirlenmelidir.
- (22) Öncelikle belirtmek gerekir ki, yukarıda anılan ürünler nitelik, kullanım amacı ve fiyat bakımından farklılaşmaktadır. Başka bir deyişle her bir küçük ev aleti, kullanım amacı açısından ikame edilemeyecek şekilde bir diğerinden ayrılmaktadır. Ürün grupları içerisinde yer alan ürünler ise tüketiciler için farklı özelliklere sahip olduğu gibi farklı amaçlar için de kullanılmaktadır. Örnek vermek gerekirse, "dikey süpürge" talep eden bir tüketici fiyat düzeyine bakarak "halı yıkama makinesi" talep etmeyecek veya "yoğurt yapma makinesi" satın almak isteyen tüketici "blender" talebinde bulunmayacaktır. Buradan hareketle söz konusu ürün gruplarının hem kendi arasında hem de ürün grupları içindeki ürünler arasında ikame ilişkisi söz konusu olmamakta bu ürünler tüketicilerin kullanım amaçları ve nitelik bakımından birbirinden ayrılmaktadır.
- (23) Bu doğrultuda dosya kapsamında ilgili ürün pazarının, "dayanıklı tüketim malları pazarı" ya da "elektrikli ev aletleri pazarı" şeklinde belirlenmesi mümkün olduğu gibi; "elektrikli süpürge pazarı", "espresso makinesi pazarı", "yoğurt yapma makinesi pazarı" vb. şeklinde her bir ürün bazında tanımlanması da mümkündür.

⁴ Kurulun 23.06.2011 tarih ve 11-39/838-262 sayılı *Anadolu Elektronik Kararı*, 07.11.2016 tarih ve 16-37/628-279 sayılı *Aral Oyun Kararı*, 28.11.2018 tarih ve 18-44/703-345 sayılı *Sony Kararı*, 20.12.2018 tarihli ve 18-48/746-360 sayılı *Beyaz Eşya Kararı*, 13.02.2020 tarih ve 20-10/109-65 sayılı *Tefal - Philips Kararı* ve 04.03.2021 tarih ve 21-11/154-63 sayılı *Tefal Kararı*.

- (24) Bununla birlikte SONY⁵ ve Groupe SEB⁶ gibi geçmiş Kurul kararları incelendiğinde, teşebbüsün faaliyette bulunduğu ürün gruplarına ve ürünlere değinildiği ancak dosya kapsamında pazar tanımlamasının iddialar bakımından sonucu değiştirmeyeceğinden hareketle kesin bir pazar tanımının yapılmadığı görülmektedir.
- (25) Diğer taraftan, dosya kapsamında ilgili ürün pazarları bakımından tartışılması gereken bir diğer husus, satış kanalları bazında farklı ilgili pazarlar tanımlanıp tanımlanamayacağıdır. Farklı sektörlerle ilişkin geçmiş tarihli Kurul kararlarında bu husus genellikle pazarın çevrim içi kanal ile geleneksel kanal ayırımına tabi tutulup tutulmayacağı bakımından incelenmiştir.⁷ İlgili kararlarda; elektronik ortamda yapılan satışlar geleneksel satışlarla rekabet halinde ise bu iki kanalın aynı pazarda kabul edileceği; tamamen yeni ve yalnızca elektronik ortamda satılan bir ürünün mevcudiyeti halinde ya da bir ürünü elektronik ortamda satmanın önemli avantajlar sağlaması durumunda ise bahse konu ürünün e-ticaretinin ayrı bir pazar olarak tanımlanacağı belirtilmiştir.⁸
- (26) Bununla birlikte, elektromarketlerin gerek çevrim içi kanallardan gerekse münhasır mağazalar, züccaciye mağazaları ve hipermarketler gibi diğer satış kanallarından farklılaşan bazı özellikleri bulunmaktadır. Öncelikle bu kanalda faaliyet gösteren oyuncuların sahip oldukları ölçek ve kapsam dolayısıyla sunulan ürün ve hizmet portföyü farklılaşmaktadır. Bu anlamda tüketicilerin sıklıkla, çevrim içi kanallardan alışveriş yapmadan önce, elektromarketlerden ürün hakkında bilgi edindikleri bilinmektedir. Ek olarak elektromarket kanalında halihazırda yalnızca üç adet oyuncu faaliyet göstermekte olup yeni girişler olmadığı gözlemlenmektedir. Gerek oyuncu sayısının azlığı gerekse de pazarın şeffaf bir yapıya sahip olması, elektromarket kanalını oligopolistik pazarlarda gözlemlenen bazı pazar davranışlarına elverişli hale getirmekte ve bu kanalda faaliyet gösteren teşebbüsler özellikle fiyat stratejilerini belirlerken aynı kanalda faaliyet gösteren rakiplerinin fiyatlarını sıkı bir şekilde takip etmektedirler. Yerinde incelemede elde edilen bulgulardan da anlaşılabacağı üzere, elektromarketler diğer kanallarda faaliyet gösteren teşebbüslerden ziyade birbirlerini rakip olarak görmektedirler.
- (27) İşbu dosya kapsamında ilgili pazar tanımlanırken satış kanalları bakımından da herhangi bir kırılıma gidilmesine gerek görülmemiş olup dosya kapsamında yapılan değerlendirmelerde elektromarket kanalının kendine özgü yapısının dikkate alınmasının yerinde olacağı değerlendirilmiştir.
- (28) Kılavuz'un 20. paragrafında *"... inceleme konusu işlem, gerek ürün gerekse coğrafi açıdan olası alternatif pazar tanımları çerçevesinde rekabet açısından endişeler yaratmıyorsa ya da alternatif tüm tanımlar açısından rekabeti bozucu bir etki söz konusu oluyorsa pazar tanımı yapılmayabilir."* ifadesine yer verilerek, alternatif pazar tanımlarının sonucu etkilemediği durumlarda ilgili pazarın tayin edilmeyebileceği belirtilmiştir. Bu çerçevede dosya konusu iddialara ilişkin yapılacak değerlendirmelere etki etmeyeceği düşünüldüğünden, ilgili ürün pazarı tanımı yapılmasına gerek görülmemiştir.

⁵ Kurulun 22.11.2018 tarih ve 18-44/703-345 sayılı kararı.

⁶ Kurulun 04.03.2021 tarih ve 21-11/154-63 sayılı kararı.

⁷ 25.03.2004 tarih ve 04-22/231-48 sayılı *Yemek Sepeti* kararı, 03.01.2013 tarih ve 13-01/7-7 sayılı *E-ticaret* kararı, 09.06.2016 tarih ve 16-20/347-156 sayılı *Yemek Sepeti* kararı, 05.01.2017 tarih 17-01/12-4 sayılı *Booking* kararı, 04.05.2017 tarih ve 17- 15/175-87 sayılı *Sahibinden.com* kararı.

⁸ 03.01.2013 tarih ve 13-01/7-7 sayılı *E-ticaret* kararı, para. 10.

I.2.2 İlgili Coğrafi Pazar

- (29) İlgili coğrafi pazar belirlenirken, ilgili mal ve hizmetlerin özellikleri ile tüketici tercihleri bakımından giriş engellerinin, ilgili bölge ile komşu bölgeler arasında teşebbüslerin pazar payları veya mal ve hizmetlerin fiyatları bakımından hissedilir bir farklılığın olup olmadığı gibi unsurlar dikkate alınmaktadır. İnceleme konusu ilgili ürün pazarlarında yer alan ürünler bakımından pazara giriş, arz kaynaklarına ulaşım, üretim, dağıtım, pazarlama ve satış şartlarının bölgesel bir farklılık göstermediği göz önüne alınarak ilgili coğrafi pazar “Türkiye” olarak belirlenmiştir.

I.3. Değerlendirme

I.3.1. 4054 Sayılı Kanun’un 4. Maddesi Bakımından Dolaylı Bilgi Değişimi Eylemine İlişkin Yapılan Değerlendirme

I.3.1.1. Teorik Çerçeve

- (30) Ticari hayat içerisinde, rakip olsun veya olmasın birçok teşebbüs doğrudan veya teşebbüs birlikleri, pazar araştırma şirketleri, piyasadaki müşteriler ve dağıtıcılar vs. yoluyla aralarında bilgi değişiminde bulunmakta ve bir anlamda pazarı belirli ölçüde şeffaflaştırmaktadır. Genel olarak pazardaki tüm paydaşlara yansıyan bu tip bir şeffaflaşma taraflar arasında bilgi asimetrisi sorununu ortadan kaldırmak ve teşebbüslerin, kendilerini rakipleriyle kıyaslamalarına imkân sağlayarak faaliyetlerindeki etkinliklerini artırmalarını teşvik edici yönü bulunmaktadır. Ayrıca, pazar paylarına ilişkin geçmiş verilerin değişimi, teşebbüslerin bu verileri ürün kalitelerine ilişkin bir gösterge olarak sunmalarına imkân vermesi halinde, hem teşebbüsler hem de tüketiciler açısından yararlı olabilmektedir. Bununla birlikte, özellikle paylaşılan bilginin pazardaki rekabet ortamını bozabilecek hassas içeriğe sahip olması halinde bilgi paylaşımı, rakiplerin gelecekteki davranışlarının koordineli olmasına neden olabilecek ve bu yönüyle, rekabet hukuku kapsamında bir ihlale vücut verebilecektir⁹.
- (31) Başta fiyat ve üretim miktarları olmak üzere, incelenen pazarın niteliklerine göre paylaşılması halinde pazarın temel rekabet parametrelerini şeffaflaştıran, teşebbüslerin birbirlerinin hamlelerine ilişkin sahip oldukları belirsizlikleri ortadan kaldıran; fiyat, maliyet, satış verisi, kapasite kullanım oranları, teklif içerikleri, sözleşme maddeleri, stok durumları gibi ticari açıdan stratejik nitelikteki tüm bilgiler rekabet ortamı açısından üst düzeyde hassas bilgiler olarak kabul edilmektedir.
- (32) Pazardaki rekabet üzerinde etki doğurabilecek hassas içeriğe sahip bilgilerin paylaşımı, teşebbüslerin bireysel olarak belirlemeleri gereken ticari davranışları bakımından pazarı şeffaflaştırmakta ve teşebbüslerin rekabet etmek yerine kendileri için daha avantajlı olan rekabeti kısıtlayıcı koordinasyon dahilinde hareket etmelerini sağlayabilmektedir. Diğer taraftan, bilgi değişimi, pazardaki belirsizliklere ilişkin olarak teşebbüslerin ortak ve uyumlu beklentilere sahip olmasına yol açabilmekte ve pazarda işbirlikçi sonuca neden olabilmektedir. Rekabet hukuku kapsamında bilgi değişimleri, taraflar arasında hâlihazırda mevcut bir anlaşmanın yürütülmesine ilişkin olabileceği gibi; karşılıklı olsun veya olmasın, rekabete hassas bilgilerin değişimini içeren teşebbüsler arası irtibatların bizatihi kendileri de anlaşma ve/veya uyumlu eylem olarak nitelendirilmektedir. Yatay İşbirliği Anlaşmaları Hakkında Kılavuz’un (Yatay Kılavuz) 41. paragrafında da “*Bilgi değişimi, bir anlaşmanın temel konusunu oluşturabileceği*

⁹ Kurulun 28.11.2017 ve 17-39/636-276 sayılı kararı.

gibi, başka bir yatay anlaşmanın parçası da olabilir.” ifadesiyle bu durum ortaya konulmaktadır.

- (33) Özetle, teşebbüsler arası bilgi değişimi, pazardaki belirsizliği azaltmak ve rekabeti kısıtlayıcı iş birliklerini kolaylaştırmak suretiyle teşebbüslerin rekabete aykırı bir anlaşma veya uyumlu eyleme varmasına veya bu durumu sürdürmesine sebep olabilmektedir. Bu sebeple bilgi paylaşımının ne ölçüde rekabet hukuku kapsamında sakınca oluşturduğunun belirlenebilmesi için pazarın yapısının, paylaşılan bilginin niteliğinin, paylaşımın taraflarının, paylaşım sıklığının, paylaşım zamanının, paylaşılan bilginin pazarın ne kadarını kapsadığının ve paylaşım katılımlarının bilinmesi gerekmektedir.
- (34) Rakipler arası doğrudan bilgi değişimlerine yönelik yukarıda yer verilen genel teorik hususların yanı sıra, bilgi değişiminin özel bir türü olan ve öğretide “ABC bilgi değişimi” olarak adlandırılan ya da “topla-dağıt kartelleri”¹⁰ başlığı altında ele alınan¹¹ bilgi değişimi türüne yönelik genel teorik hususlara da yer verilecektir.
- (35) En temel anlamıyla, topla ve dağıt bilgi değişimi, üretim/dağıtım zincirinin aynı seviyesinde faaliyet gösteren iki veya daha fazla teşebbüs (A ve C) arasında, üretim/dağıtım zincirinin farklı bir seviyesinde faaliyet gösteren, aralarında dikey bir ilişkinin bulunduğu bir teşebbüs (B) aracılığıyla rekabete duyarlı bilgilerin değişimi olarak tanımlanmaktadır¹². Topla-dağıt karteli, Rekabet Terimleri Sözlüğünde¹³ “*aynı sağlayıcı ile dikey ilişki içinde olan rakip dağıtıcıların bu sağlayıcı üzerinden gerçekleştirdikleri dolaylı ve birbirinden bağımsız temaslar yoluyla kurdukları atipik veya merkez-uç olarak da nitelenen üçlü kartel türüdür.*” şeklinde tarif edilmektedir.
- (36) Rakipler arasındaki doğrudan bilgi paylaşımından farklı olarak, dolaylı bir bilgi paylaşımı niteliği taşıyan topla-dağıt bilgi paylaşımında, rakipler arasında bilgi paylaşılmasını sağlayan üçüncü bir taraf bulunmakta olup söz konusu üçüncü taraf, yukarıda bahsedildiği üzere, ilgili rakip teşebbüsler ile dikey ilişki içerisindedir. En az üçlü bir yapı gösteren bu tip bir bilgi değişiminde, aynı sağlayıcı ya da dağıtıcı ile dikey ilişki içinde olan rakip teşebbüsler, dikey ilişki içerisinde bulundukları teşebbüs üzerinden gerçekleştirdikleri ve birbirinden bağımsız temaslar yoluyla merkez-uç olarak da nitelendirilen yapı içerisinde dolaylı bilgi değişiminde bulunmaktadır.
- (37) Dikey ilişki içerisindeki sağlayıcı (B) ve alıcı (A) arasında rekabete hassas bilgilerin değişimi tek başına ihlal sebebi olmayıp söz konusu bilgilerin dikey ilişki içindeki teşebbüs aracılığıyla alt veya üst pazardaki rakiplere (C) ulaştırılması, belli şartların varlığı halinde rekabet ihlali oluşturmaktadır¹⁴. Bu kapsamda bir ihlalden söz edebilmek için dikey ilişki içindeki teşebbüs aracılığıyla sağlanan bilgi akışının, rakiplerin takip edecekleri fiyatlandırma stratejileri gibi rekabete hassas bilgilerin öğrenilmesi yoluyla kendilerinin karşı karşıya olduğu stratejik belirsizliklerin ortadan kaldırılmasını ya da

¹⁰ Topla-Dağıt Karteli tanımı için bkz. <https://www.rekabet.gov.tr/tr/Sayfa/Yayinlar/rekabet-terimleri-sozlugu/terimler-listesi?icerik=685f7181-807c-45b2-9c2b-8e819b6d6e27>, Erişim Tarihi: 07.02.2024

¹¹ ODUDU, O. (2011), Indirect Information Exchange: The Constituent Elements of Hub and Spoke Collusion, *European Competition Journal*, Vol:7, No:2

¹² Odudu, O., “Indirect Information Exchange: The Constituent Elements of Hub and Spoke Collusion”, *European Competition Journal*, Vol:7, No:2, s. 207, 2011

¹³ <https://www.rekabet.gov.tr/tr/Sayfa/Yayinlar/rekabet-terimleri-sozlugu/terimlerlistesi?icerik=685f7181-807c-45b2-9c2b-8e819b6d6e27>, Erişim Tarihi: 29.10.2022.

¹⁴ Mevcut dosya kapsamında FAKİR markalı ürünlerin satışını gerçekleştiren elektromarketler A ve C’yi göstermekte iken sağlayıcı konumunda bulunan FAKİR ise B’yi göstermektedir.

azaltılmasını sağlaması gerekmektedir¹⁵. Nitekim aynı seviyedeki rakipler arasında doğrudan paylaşılması halinde bir rekabet ihlaline sebebiyet verecek nitelikteki, söz gelimi geleceğe dönük fiyatlar ve fiyat geçiş tarihleri gibi bilgilerin ortak tedarikçiler veya alıcılar aracılığıyla paylaşıldığı hallerde, bu koşulun sağlanacağı açıktır.

- (38) Birleşik Krallık Rekabet Temyiz Mahkemesinin (Competition Appeal Tribunal - CAT) konuya ilişkin içtihadın oluşmasına hizmet eden *Tesco* kararında¹⁶, sağlayıcı üzerinden perakendeciler arasında gerçekleşen bilgi değişiminin, ihlal niteliği taşıması için gereken koşullar sayılmıştır. Kurumun sitesinde yer verilen Rekabet Terimleri Sözlüğünde topla-dağıt kartelinden bahsedilebilmesi için gerekli olan unsurlar sayılırken CAT'ın bahse konu kararına atıf yapılmış ve Kurulun *Lastik* kararı¹⁷ ile *Tüketici Elektronik ve Bilgisayar/Konsol Oyun* kararında¹⁸ da benimsenen aşağıda yer verilen beş koşul sıralanmıştır:
- a) Dağıtıcı A sağlayıcı B'ye, gelecek ürün fiyatlamaları niyeti hakkında bilgi vermelidir.
 - b) Dağıtıcı A'nın niyetinin, B'ye gönderdiği bilginin B tarafından pazar koşullarını etkilemek amacıyla dağıtıcı C'ye ilemesi olabileceği gösterilmelidir.
 - c) B, bu bilgiyi C'ye iletmelidir.
 - d) C'nin, A'nın bu bilgiyi hangi koşullarda B'ye ilettiğini bilebilecek durumda olduğu gösterilmelidir.
 - e) C bu bilgiyi kendi geleceğe dönük fiyat niyetlerini belirlerken kullanmalıdır. Meşru bir sebebi olmadığı sürece dağıtıcılar ile sağlayıcı arasındaki ilişkide ticari faaliyetlerin normal akışının ötesine geçecek şekilde geleceğe dönük fiyat bilgisinin paylaşılması tarafların niyetlerinin gösterilmesi koşulunun karşılandığı anlamına gelebilecektir.
- (39) Alternatif olarak, A perakendecisinin sağlayıcı B'ye diğer bir C perakendecisinin fiyatlarını şikâyet etmesi ve sağlayıcının bu şikâyet doğrultusunda eyleme geçerek C perakendecisi ile bu yönde bir iletişim kurması ya da C perakendecisinin rekabetçi davranışlarını kısıtlaması da "A-B-C" arası anlaşmalar kapsamında incelenebilmektedir. Birleşik Krallık Rekabet Temyiz Mahkemesi (Competition Appeal Tribunal, CAT) *Replica Kit* kararında yer alan bu tür bir kısıtlamanın, hangi koşullar altında rekabeti sınırlayıcı bir anlaşma sayılacağına açıklık getirmiştir. Mahkemeye göre, "*B'nin aksiyonu nedeniyle C'nin rekabetçi davranışının kısıtlanmasından fayda sağlayan A, A'nın yaptığı şikâyet ile B'nin C'ye yönelik aksiyonu arasında nedensellik bağı bulunması halinde, uyumlu eylemin tarafı kabul edilir*"¹⁹.
- (40) CAT'in bu yorumu perakendecinin sağlayıcıya yapacağı her şikâyetin rekabet ihlali sayılabileceği nedeniyle eleştirilmiş²⁰, konu bir üst mahkeme olan Temyiz Mahkemesi'ne (Court of Appeals) taşınmıştır. Temyiz Mahkemesi'ne göre rakibini

¹⁵ DEMİR, K. (2019), Hub&Spoke Kartelinin Özellikleri – Uygulamanın Yeniden Satış Fiyatının Belirlenmesine Yönelik Tartışmalar ile İlgisi

¹⁶ 20.12.2012 tarih ve 1188/1/1/11 sayılı *Tesco* kararı, https://www.catribunal.org.uk/sites/default/files/1188_Tesco_Judgment_CAT_31_201212.pdf, Erişim Tarihi: 04.09.2021

¹⁷ Kurulun 16.12.2015 tarih ve 15-44/731-266 sayılı *Lastik* kararı.

¹⁸ Kurulun 07.11.2016 tarih ve 16-37/628-279 sayılı *Tüketici Elektronik ve Bilgisayar/Konsol Oyun* kararı.

¹⁹ Cases 1021/1/1/03 and 1022/1/1/03 JJB Sports plc v Office of Fair Trading; Allsports Limited v Office of Fair Trading [2004] CAT 17, para 666.

²⁰ Odudu, Okeoghene (2011) Indirect Information Exchange: The Constituent Elements of Hub and Spoke Collusion, *European Competition Journal*, 7:2, 205-24, s. 208.

şikâyet eden A perakendecisinin ihlalin tarafı sayılabilmesi için, şikâyeti sonrasında sağlayıcı B'nin C perakendecisinin rekabetçi davranışlarını kısıtlayacak bir aksiyon alacağını öngörüyor olması gerekmektedir. Mahkeme, davada JJB'nin Umbro'ya rakibi Sports Soccer'ın fiyatını şikâyet ederken Umbro'nun aksiyon almasını istemiş ve bu aksiyonun Umbro ve Sports Soccer arasında fiyat anlaşması olacağını öngördüğü tespitinde bulunarak, bu koşullar altında JJB'nin sorumluluktan kaçamayacağını belirtmiştir²¹.

- (41) Perakende seviyesindeki rakip teşebbüslerin, ortak bir sağlayıcı üzerinden rekabete hassas bilgileri paylaşmak suretiyle rekabeti sınırladıklarının kabulü için aranan söz konusu şartlar; üst pazarda faaliyet gösteren sağlayıcı konumundaki rakip teşebbüslerin, ortak bir dağıtıcı (ör. bayi) üzerinden rekabete hassas bilgileri paylaşmak suretiyle rekabeti sınırladığı durum için de geçerli olabilecektir. Bu durumda yatay seviyede rakip konumundaki sağlayıcı teşebbüslerin, ortak sağlayıcı yerine ortak dağıtıcı üzerinden geleceğe dönük fiyatlama bilgilerini belli bir öngörü ve uzlaşî dâhilinde paylaşmaları ve buna göre pazarda kendilerini konumlandırmaları şartı aranacaktır. Nitekim Kurulun *Lastik* kararında, *Tesco* kararından farklı olarak sağlayıcı konumundaki lastik üreticisi teşebbüslerin bayiler aracılığıyla fiyata yönelik bilgileri değişmesi durumu incelenmiştir.
- (42) Kurulun *Lastik* kararında sağlayıcıların bayiler aracılığıyla rakiplerinin uygulayacakları güncel fiyat bilgisini haiz oldukları tespiti yapılmış ve geleceğe dönük olmayan güncel fiyat bilgilerinin bayi ile paylaşılması eyleminin, tek başına rekabeti sınırlayıcı bir anlaşmanın ortaya koyulması için yeterli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde Kurulun *Tüketici Elektroniği ve Bilgisayar/Konsol Oyun* kararında da perakendeciler arasında doğrudan veya dolaylı iletişimi gösterir yeterli belge ve bulgu olmadığı ve bu durumda yatay bir anlaşmanın varlığından söz edilemeyeceği kanaatine ulaşılmıştır. Kurul ele alınan her iki kararda da *Tesco* kriterlerini baz alarak bir değerlendirme yoluna gitmiş ve anılan kriterlerin sağlanamadığından bahisle yatay bir anlaşmanın varlığının mevcut olmadığı kanaatine ulaşılmıştır.
- (43) Kurulun *Zincir Marketler* kararında²² ise dolaylı bilgi değişiminin ele alındığı diğer Kurul kararlarından farklı olarak *Tesco* kriterlerinin sağlanıp sağlanmadığı esas alınmamış ve dolaylı bilgi değişimi analizi yerinde incelemede elde edilen belgeler üzerinden yapılmıştır. Sonuç olarak, perakendecilerin sağlayıcılar üzerinden düşük fiyat, geleceğe dönük fiyat, fiyat geçiş tarihleri, dönemsel aktiviteler ve kampanyalar gibi rekabete hassas bilgileri paylaştığı tespit edilerek hem sağlayıcı konumundaki Savola Gıda ve San. Tic. AŞ hem de perakendeci konumundaki bazı zincir marketler hakkında idari para cezası uygulanmıştır.
- (44) Bu bakımdan, rekabet hukuku bağlamında bilgi değişiminin nasıl ele alınması gerektiğine yönelik teorik hususlar çerçevesinde ve topla-dağıt bilgi değişimi türü bağlamındaki Kurul içtihadı ve öğretide ifade edilen hususlar çerçevesinde FAKİR ile elektromarketler arasındaki dolaylı bilgi değişimi ele alınmalıdır.
- (45) Yukarıda ifade edildiği üzere, bilgi paylaşımının ne ölçüde rekabet hukuku kapsamında sakınca oluşturduğunun belirlenebilmesi için pazarın yapısının, paylaşılan bilginin niteliğinin, paylaşımın taraflarının, paylaşım sıklığının, paylaşım zamanının, paylaşılan bilginin pazarın ne kadarını kapsadığının ve paylaşım katılımlarının ele alınması gerekmektedir. Dosya konusu elektromarket pazarı ele alındığında; pazarda az sayıda

²¹ Case Nos 2005/1071, 1074 and 1623 Argos Limited and Littlewoods Limited v Office of Fair Trading and JJB Sports Plc v Office of Fair Trading [2006] EWCA Civ 1318, para 86.

²² Kurulun 28.10.2021 tarih ve 21-53/747-360 sayılı *Zincir Marketler* kararı.

oyuncunun faaliyet gösterdiği, pazarın oligopolistik bir yapı sergilediği, pazara girişin önünde hukuki engeller bulunmasa da marka bilinirliği, güçlü dağıtım ağı ve yüksek sermaye gereksiniminin pazara girişleri ve pazarda tutunmayı zorlaştırdığı, daha evvel elektromarketler pazarında faaliyet gösteren BİMEKS²³ ve GOLD gibi teşebbüslerin pazarda tutunamayarak iflas etmelerinin bu durumu destekler nitelikte olduğu anlaşılmaktadır. Pazarın oligopolistik yapısı ve şeffaflık düzeyinin yüksek olması, rakipler arasındaki doğrudan ya da dolaylı bilgi paylaşımının pazardaki rekabet üzerinde yarattığı menfi etkinin şiddetini artırmakta ve tüketicileri farklı fiyata erişme imkânından mahrum bırakmaktadır.

I.4.1.2. Yerinde İncelemede Elde Edilen Bulguların Değerlendirilmesi²⁴

- (46) Bulgu-90 ile Bulgu-112 arasında yer verilen bulguların bütüncül değerlendirilmesi neticesinde, ilgili dönemde elektromarketlerin fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlanması konusunda her bir elektromarket ile FAKİR yetkililerinin iletişime geçtiği görülmektedir. Bu kapsamda;

- (.....)'ın VATAN'dan sorumlu FAKİR yetkilisi,
- (.....) ve (.....)'nin TEKNOSA'dan sorumlu FAKİR yetkilileri,
- (.....) ile (.....)'ın MEDIA MARKT'tan sorumlu FAKİR yetkilileri

oldukları anlaşılmaktadır.

Bulgu-90

- (47) FAKİR'de yapılan yerinde incelemede elde edilen ve 25.08.2023 tarihinde FAKİR Zincir Kanal Satış Yöneticisi(.....) ile FAKİR Zincir Kanal Satış Sorumlusu (.....) arasında "Tss" isimli Whatsapp grubunda gerçekleşen yazışmanın içeriği aşağıdaki gibidir:

25.08.2023

(.....): (13.06) "abi vatanda 81tb nette 19999 görünüyor"

(.....): (13.06) "media markt 1 saat verdi"

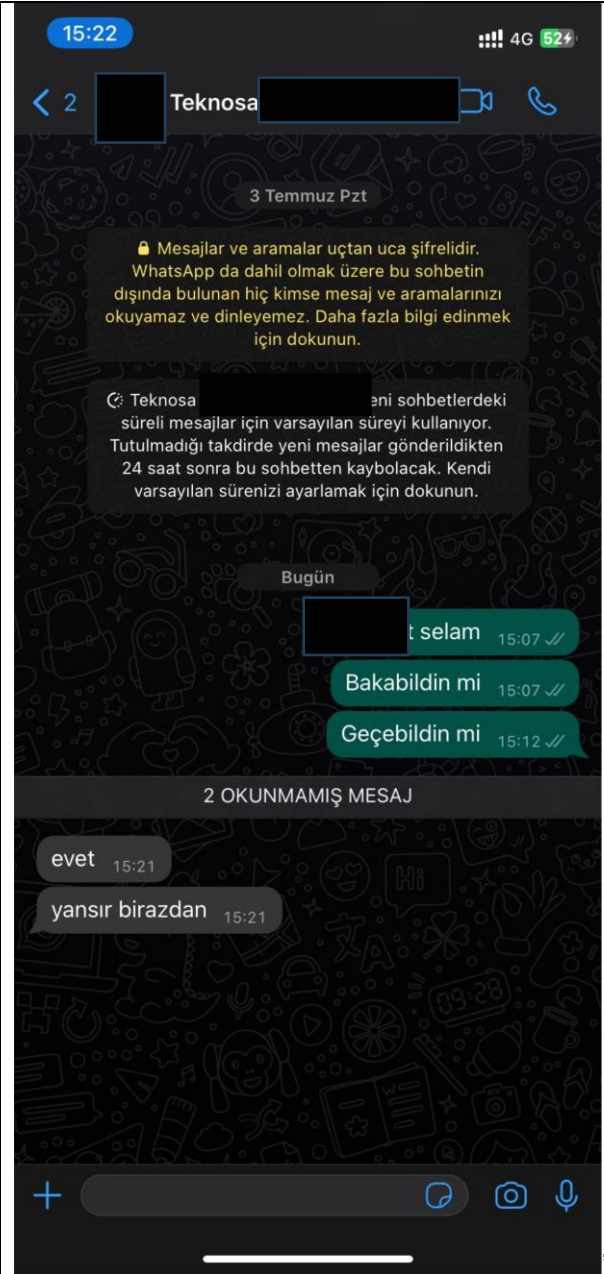
(.....): (13.06) "konuşabilir misin fiyatı yükseltebilirler mi"

(.....): (13.06) "teknosa da onu görmüş"

(.....) (15.22) "

²³ 03.10.2013 tarih ve 13-56/782-334 sayılı Kurul kararıyla Electro World İç ve Dış Tic. AŞ'nin Bimeks Bilgi İşlem ve Dış Ticaret A.Ş. tarafından devralınması işlemine izin verilmiştir.

²⁴ Yerinde incelemelerde elde edilen belgeler rapora aktarılırken orijinal metinlerdeki yazım hataları düzeltilmemiştir. Rapor'daki belge sıra numaraları kullanılmıştır.



(.....): (15.36) “geçmedi reis 🙏”

(.....) (15.47) “geçti (.....) 🙏”

(.....) (16.03) “Geçerrrr”

- (48) Bulgu-90’da yer alan ve FAKİR Zincir Kanal Satış Yöneticisi(.....) ile FAKİR Zincir Kanal Satış Sorumlusu (.....) arasında geçen Whatsapp yazışmasında, (.....) tarafından VATAN’ın internet sitesinde Delonghi markalı 81TB kodlu ürünün satış fiyatının 19.999 TL olarak görüldüğü, MEDIA MARKT’ın 1 saatlik süre verdiği, TEKNOSA’nın da VATAN’ın satış fiyatını gördüğü belirtilmekte ve TEKNOSA ile iletişime geçilip TEKNOSA’nın satış fiyatının yükseltilmesi talep edilmektedir. Yazışmanın devamında (.....) tarafından TEKNOSA çalışanı ile yapılan Whatsapp yazışmasının ekran görüntüsünün paylaşıldığı görülmektedir. Söz konusu yazışmada (.....) tarafından “geçebildin mi” sorusunun yönetilmesi üzerine (.....) isimli TEKNOSA çalışanının olumlu yanıt verdiği ve birazdan yansıyacağını ifade ettiği görülmektedir. Yazışmanın

sonunda ise (.....) tarafından kullanılan “geçti (.....) 🙏”²⁵ ifadesinden TEKNOSA’nın fiyat geçişinin gerçekleştiği anlaşılmaktadır.

- (49) Söz konusu Whatsapp yazışmasından, VATAN’ın Delonghi markalı 81TB kodlu otomatik espresso makinesinin satış fiyatının 19.999 TL olması üzerine bu durumun MEDIA MARKT ve TEKNOSA tarafından FAKİR’e bildirildiği, ayrıca MEDIA MARKT tarafından FAKİR’e fiyat geçişinin sağlanması için 1 saatlik süre verildiğinin iletiliği, VATAN’ın düşük fiyatı nedeniyle TEKNOSA tarafından da satış fiyatının düşürüldüğü, akabinde FAKİR tarafından TEKNOSA ile fiyat geçişi konusunda görüşüldüğü, TEKNOSA tarafından da fiyat geçişinin sağlandığı görülmektedir.
- (50) Bahse konu yazışmada yer alan hususların fiili durumla örtüşüp örtüşmediğinin anlaşılabilmesi adına, elektromarketlerden bulguda adı geçen ürüne ilişkin ilgili tarih aralığındaki internet kanalındaki satış fiyatları ve fiyat değişimleri hakkında bilgi talep edilmiştir. Bu kapsamda teşebbüslerden gelen cevabi yazılardan Delonghi markalı 81TB kodlu otomatik espresso makinesine ilişkin olarak;
- VATAN tarafından bulgu tarihinde (.....) TL olan satış fiyatının aynı tarihte 25.999 TL’ye yükseltildiği,
 - MEDIA MARKT ve TEKNOSA tarafından bulgu tarihinden önce (.....) TL olan satış fiyatının bulgu tarihi olan 25.08.2023 tarihinde –(.....)- (.....) TL’ye düşürüldüğü, 26.08.2023 tarihinde ise tekrar (.....) TL’ye yükseltildiği

görülmektedir. Bu kapsamda bulgu içeriğinin fiili durumla örtüştüğü anlaşılmaktadır. Nitekim VATAN’ın ilgili tarihte satış fiyatının (.....) TL olması üzerine MEDIA MARKT’ın ve TEKNOSA’nın fiyatını aynı fiyat düzeyine düşürdüğü, akabinde FAKİR’in VATAN ile iletişime geçmesi ile birlikte bulgu tarihinde VATAN’ın satış fiyatını –MEDIA MARKT ve TEKNOSA’nın bir önceki satış fiyatı olan- (.....) TL’ye yükselttiği, VATAN’ın satış fiyatını yükseltmesinin akabinde MEDIA MARKT ve TEKNOSA tarafından da satış fiyatının aynı seviyeye yükseltildiği görülmektedir. Bu kapsamda bulgu içeriğinin fiili durumla örtüştüğü görülmektedir.

- (51) Bulgudan elektromarketlerin, FAKİR tarafından kendilerine iletilen fiyat geçişine ilişkin talebin FAKİR’in elektromarket konumundaki diğer yeniden satıcılarına da iletileceği ve rakip elektromarketlerin bu hususta uyum göstereceği öngörüsüne sahip olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim yazışmadan TEKNOSA’nın, VATAN’ın ilgili ürünlerdeki satış fiyatını görüp kendi satış fiyatını düşürdüğü, bu durumu da FAKİR yetkilileri ile paylaştığı, daha sonra TEKNOSA’nın FAKİR yetkilileri ile iletişimi sonrasında fiyat geçişini yaptığı anlaşılmaktadır. MEDIA MARKT’ın da benzer öngörü ile VATAN’ın satış fiyatını FAKİR’e bildirdiği değerlendirilmektedir. Zira MEDIA MARKT’ın fiyat geçişi için 1 saatlik süre verdiği de yazışmadan görülmektedir.
- (52) Bir başka anlatımla, yazışmadan fiyat geçişlerine ilişkin dolaylı bilgi değişiminin merkezi konumunda bulunan FAKİR’in, MEDIA MARKT ve TEKNOSA’dan gelen düşük fiyat şikâyetinin akabinde harekete geçerek elektromarketlerin fiyatlarının düzeltilmesi için aksiyon aldığı ve dolaylı bilgi değişimi aracılığıyla fiyatların belirli bir seviyede istikrar kazanması hususunda aracı rolünü oynadığı görülmektedir. Elektromarketler, FAKİR üzerinden gerçekleştirdikleri dolaylı bilgi değişiminin bir getirisi olarak rakipleri ile doğrudan iletişime geçmeye gereksinim duymaksızın fiyatları

²⁵ İşbu başlık altında yer verilen bulgularda, (.....) ya da (.....) olarak bahsedilen kişinin yazışmaların bütüncül olarak incelenmesi neticesinde, FAKİR Zincir Mağazalar Satış Sorumlusu (.....) olduğu anlaşılmaktadır.

belirli bir seviyede tutma imkânına kavuşmaktadır. Zira elektromarket pazarındaki oyuncu sayısının azlığı ve pazarın oligopolistik yapısı, rakip teşebbüslerin fiyatlarının kontrol edilmesi ve fiyatların bozulması durumunda FAKİR üzerinden ilgili teşebbüslerin uyarılması davranışlarının hayata geçmesini kolaylaştırmaktadır. Nitekim oyuncu sayısının az olduğu, elektromarketler tarafından uygulanan fiyatların internet üzerinden takip edilebildiği, dolayısıyla sapmaların da herhangi bir maliyete katlanmadan gözlemlenebildiği şeffaf bir pazar yapısında FAKİR ve elektromarketler arasında kurulan sistemin sürdürülebilirliği de kolaylaşmaktadır.

- (53) Özetle, söz konusu yazışmadan, fiyat seviyesi düşük olan bir elektromarketin diğer elektromarketler tarafından FAKİR'e bildirildiği, FAKİR tarafından ise distribütörlüğünü yaptığı Delonghi markalı ürünlere ilişkin olarak elektromarketler arasında uygulanması planlanan satış fiyatlarının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlandığı görülmekte olup böylelikle FAKİR ile elektromarketlerin bahsi geçen ürünün perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt (*hub and spoke*) karteli niteliği sergileyen bir anlaşma ve/veya uyumlu eyleme taraf olduğu değerlendirilmektedir.

Bulgu-91

- (54) FAKİR'de yapılan yerinde incelemede elde edilen ve 03.10.2023 tarihinde FAKİR Zincir Kanal Satış Yöneticisi (.....) ile FAKİR Zincir Kanal Satış Sorumluları (.....) ve (.....) arasında "Tss" isimli Whatsapp grubunda gerçekleşen yazışmanın içeriği aşağıdaki gibidir:

03.10.2023

(.....) (08.08) "günaydın"

(.....) (08.08) "rs770 vatan1699a geçiyor"

(.....) (08.08) "media markt 11 gibi geçmiş olur" [👍 ifadesi bırakılmıştır.]

(.....) (08.08) "teknosayı halledebilir miyiz"

(.....) (08.08) "Bi düşüneyim ben"

(.....) (08.09) "ok 9999a media markt hayırlı olsun" ["Bi düşüneyim ben" mesajını alıntılanarak cevaplamıştır.] [😄 ifadesi bırakılmıştır.]



(.....) (08.09) " " "

(.....) (08.09) "7999 Teknosa"

(.....): (08.09) "Zararına"

(.....) (08.09) "999 teşekkürler" ["7999 Teknosa" iletisi alıntılanarak cevaplanmıştır.]

(.....) (08.51) "

MediaMarkt

Ürün arayın

Ev Aletleri & Yaşam > Süpürgeler > Robot Süpürge > FAKIR Robert RS

FAKIR Robert RS 770 Robot Süpürge Beyaz

★★★★☆ 4.0 (14)

Ürün No: 1218082



(.....) (08.51) “Vatan da birazdan geçiyor”

(.....): (09.09) “Hayırlı olsun abi”

(.....): (09.24) “

Vatan

Aramak istediğiniz ürünü yazın

Elektrikli Ev Aletleri > Elektrikli Süpürge > Robot Süpürgeler > FAKIR > ROBERT RS 770

Fakir Robert RS 770 Akıllı Robot Süpürge

ROBERT RS 770 / 129592

★★★★★ (1)

Fakir Robert RS 770 Akıllı Robot Süpürge

*Yeni nesil akıllı Lazer Navigasyon sistemi(Haritalama) *Wi-Fi uygulaması ile uzaktan kontrol *Silme fonksiyonu : farklı zeminler için 4 farklı seviyede su akış hızı ayarı kuru-düşük-standart-yüksek *55 w BLDC motor *HEPA filtre *4000 Pa'lık vakum gücü *5200 mAh Li-iyon uzun ömürlü batarya : maksimum güçte : 90 dakika, minimum güçte: 150 dakika çalışma süresi *Tek seferde maximum 120m2 kullanım alanı * Kendi kendine şarj edebilme özelliği *Şarj etme süresi : 4-5 saat *Sesli ve ışıklı uyarı sistemi *4 farklı seviyede süpürme hızı: Sessiz-hafif-standart-güçlü/turbo *Su sızıntısını önleyen güçlü donanım *Kızıl ötesi 27 adet yüksek hassasiyetli sensör *20 mm'lik yüksekliğe kadar engellerden kaçınmaya yarayan tekerlekler *Çift döner fırça *Toz hazne kapasitesi : 450 ml *Su tankı kapasitesi : 250 ml * Ses seviyesi : 68dBA

16.999 TL

(.....): (09.24) “

Diğer Satıcılar (1)

Satıcı

TEKNOSA

13.899 TL

En geç 06 Ekim Cuma günü kargoda

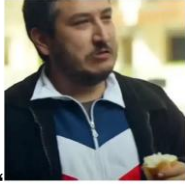
Satın Al

09:24

(.....): (09.25) “@.....) 1 saate teknosanın geçmesi lazım” [Bir önceki mesajı alıntılıyarak cevaplamıştır.]

(.....): (09.25) “yoksa diğerleri de düşecek dostum”

(.....): (09.42) “59 dakika sonra Teknosa geçiyor”



(.....): (09.43) “.....” [“59 dakika sonra Teknosa geçiyor” iletisi alıntılanarak cevaplanmıştır.]

(.....): (11.23) “(.....) 10 dkya fiyatı görecekler 🙏 ”

(.....): (11.24) “Şimdi konuştum”

(.....): (11.24) “Geçiyorlar”

- (55) **Bulgu-91**'de yer alan ve FAKİR Zincir Kanal Satış Yöneticisi (.....) ile FAKİR Zincir Kanal Satış Sorumluları (.....) ve (.....) arasında “Tss” isimli Whatsapp grubunda gerçekleşen yazışmada, (.....) tarafından kullanılan “rs770 vatan1699a geçiyor”, “teknosayı halledebilir miyiz” ifadelerinden ve “media markt 11 gibi geçmiş olur” ifadesinden FAKİR'in Fakir markalı RS770 kodlu akıllı robot süpürge ürününün MEDIA MARKT, VATAN ve TEKNOSA'daki satış fiyatını güncellemeye çalıştığı, bu kapsamda -söz konusu üründe yazışmanın genelinden ve yazışmada yer alan görselden 16.999 TL olduğu anlaşılan- belirlenen fiyat seviyesine VATAN'ın geçiş yapacağı, MEDIA MARKT'ın ise saat 11:00 civarında fiyat geçişini gerçekleştirmiş olacağı anlaşılmaktadır.
- (56) Yazışmanın devamında (.....) tarafından paylaşılan ekran görüntüsünden MEDIA MARKT'ın fiyat geçişini gerçekleştirdiği, nitekim söz konusu ürünün satış fiyatını 16.999 TL yaptığı görülmektedir. Yazışmanın ilerleyen kısımlarında (.....) tarafından VATAN'ın da söz konusu ürünün satış fiyatını 16.999 TL yaptığına ilişkin ekran görüntüsünü paylaştığı görülmektedir. Buna ek olarak yazışmada (.....) tarafından TEKNOSA'nın ürün fiyatının 13.899 TL olduğuna ilişkin bir ekran görüntüsü paylaşılmakta ve (.....)'ye TEKNOSA'nın 1 saate fiyat geçişini yapması gerektiği, yoksa diğer elektromarketlerin fiyatlarını düşüreceği ifade edilmektedir. Yazışmanın son kısımlarında ise (.....) tarafından TEKNOSA ile iletişime geçildiği ve TEKNOSA'nın söz konusu fiyat geçişini yapacağı hakkında bilgi verildiği görülmektedir.
- (57) Bahse konu yazışmada yer alan hususların fiili durumla örtüşüp örtüşmediğinin anlaşılabilmesi adına, elektromarketlerden bulguda adı geçen ürüne ilişkin ilgili tarih aralığındaki internet kanalındaki satış fiyatları ve fiyat değişimleri hakkında bilgi talep edilmiştir. Bu kapsamda teşebbüslerden gelen cevabi yazılardan Fakir markalı RS770 kodlu akıllı robot süpürgeye ilişkin olarak;
- MEDIA MARKT ve TEKNOSA tarafından bulgu tarihinde (.....) TL olan satış fiyatının (.....) TL'ye yükseltildiği,
 - VATAN tarafından bulgu tarihinde (.....) TL olan satış fiyatının (.....) TL'ye yükseltildiği
- görülmektedir. Bu kapsamda bulgu içeriğinin fiili durumla örtüştüğü anlaşılmaktadır. Bulgu içeriği ile paralel bir şekilde elektromarketlerin fiyatlarını (.....) TL'ye yükselttiği görülmektedir.
- (58) Yukarıda yer alan Whatsapp yazışmasından, FAKİR tarafından Fakir markalı RS770 kodlu ürüne ilişkin olarak elektromarketler tarafından uygulanacak satış fiyatının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlandığı görülmektedir. Böylece elektromarketler FAKİR aracılığıyla gerçekleştirdikleri koordinasyon ile doğrudan

iletişime geçmeye gereksinim duymaksızın fiyatları belirli bir seviyede tutma imkânına kavuşmaktadır. Nitekim bulgu içeriğinden ve fiyat verilerinden görüldüğü üzere, MEDIA MARKT, TEKNOSA ve VATAN'ın ilgili ürünün fiyatını FAKİR aracılığıyla (.....) TL yaptıkları görülmektedir.

- (59) Söz konusu bulgu işbu başlık altında yer alan diğer bulgular ile birlikte değerlendirildiğinde, FAKİR ile elektromarketlerin bahsi geçen ürünün perakende satış fiyatının tespiti amacına sahip, topla-dağıt karteli niteliği sergileyen bir anlaşma ve/veya uyumlu eyleme taraf olduğu değerlendirilmektedir.

Bulgu-92

- (60) FAKİR'de yapılan yerinde incelemede elde edilen ve 05.10.2023 - 06.10.2023 tarihlerinde FAKİR Zincir Mağazalar Satış Müdürü (.....), FAKİR Zincir Kanal Satış Yöneticisi(.....), FAKİR Zincir Kanal Satış Sorumluları (.....) ve (.....) arasında "Tss" isimli Whatsapp grubunda yer alan yazışmaların içeriği aşağıdaki gibidir:

05.10.2023

(.....): (13.40) "Arkadaşlar magnifica 81 tb fiyatını 25999 a çekelim"

(.....): (13.40) "3 kanalda da"

(.....): (13.43) "media markt ok"

(.....): (13.43) "2 saate geçiyor"

06.10.2023

(.....): (09.33) "selamlar"

(.....): (09.33) "As"

(.....): (09.34) "81 tb 2 saate media markt ta 25999 oluyor diğerleri geçmezse fiyat geçmiyorlar"

(.....): (09.34) "👍"

(.....): (09.34) "tekrar hatırlatabilirseniz sevinirim"

(.....): (09.36) "Sizin tarafların geçişini bekliyorlar sonrasında 5 dkky hazır"

(.....): (09.36) "Media çok geç kalıyor fiyat geçişlerinde"

(.....): (09.36) "🤔"

(.....): (09.40) "hepsi birbirini bekliyor o zaman geçmiş olsun" ["Sizin tarafların geçişini bekliyorlar sonrasında 5 dkky hazır" mesajını alıntılarak cevaplamıştır.]

- (61) **Bulgu-92**'de yer alan ve 05.10.2023 tarihinde FAKİR Zincir Mağazalar Satış Müdürü (.....) ile FAKİR Zincir Kanal Satış Sorumlusu (.....) arasında "Tss" isimli Whatsapp grubunda gerçekleşen yazışmada, (.....) tarafından Delonghi markalı Magnifica 81 TB kodlu ürünün satış fiyatının "üç kanalda" da 25.999 TL'ye çekilmesi talep edilmektedir. (.....) tarafından ise MEDIA MARKT'ın 2 saate ürünün satış fiyatını 25.999 TL'ye çekeceği bilgisi verilmektedir.

- (62) 06.10.2023 tarihli yazışmada ise, (.....) tarafından söz konusu ürünün satış fiyatının MEDIA MARKT'ta iki saate 25.999 TL olacağı, diğerleri fiyatlarını revize etmezse MEDIA MARKT'ın da satış fiyatını değiştirmeyeceği ifade edilmekte ve ilgili Whatsapp grubu üyelerinden diğer elektromarketlere fiyat revizesinin hatırlatılması talep edilmektedir. (.....) tarafından söz konusu mesaja "Sizin tarafların geçişini bekliyorlar"

sonrasında 5 dkky hazır” şeklinde dönüş yapıldığı görülmektedir. Yazışmanın son kısımlarında ise (.....) tarafından MEDIA MARKT’ın fiyat geçişlerinde geç kaldığının ifade edildiği, (.....) tarafından ise bütün elektromarketlerin fiyat geçişi için birbirlerini beklediği belirtilmektedir.

- (63) Bahse konu yazışmada yer alan hususların fiili durumla örtüşüp örtüşmediğinin anlaşılabilmesi adına, elektromarketlerden bulguda adı geçen ürüne ilişkin ilgili tarih aralığındaki internet kanalındaki satış fiyatları ve fiyat değişimleri hakkında bilgi talep edilmiştir. Bu kapsamda teşebbüslerden gelen cevabi yazılardan Delonghi markalı Magnifica 81TB kodlu ürüne ilişkin olarak elektromarketlerin tamamının ilgili tarihlerdeki satış fiyatının (.....) TL olduğu görülmektedir. Bu kapsamda elektromarketlerin bulguda belirtilen (.....) TL’lik satış fiyatına geçmedikleri görülmektedir. Nitekim yazışma içeriği incelendiğinde de elektromarketlerin fiyat geçişi için birbirlerini bekledikleri, bu kapsamda ilgili fiyat geçişinin gerçekleşmediği anlaşılmaktadır.
- (64) Her ne kadar ilgili bulgu kapsamında elektromarketler tarafından fiyat geçişinin sağlanmadığı bulgu içeriğinden ve yapılan fiyat analizinden tespit edilse de, yukarıda yer alan Whatsapp yazışmasından, FAKİR tarafından Delonghi markalı Magnifica 81TB kodlu ürüne ilişkin olarak MEDIA MARKT, VATAN ve TEKNOSA tarafından uygulanacak satış fiyatının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlanmaya çalışıldığı ve elektromarketlerin FAKİR tarafından kendisine iletilen fiyat geçişine ilişkin talebini FAKİR’in diğer elektromarketlere de ileteceği ve rakip elektromarketlerin bu hususta uyum göstereceği öngörüsüne sahip olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim yazışmadan MEDIA MARKT’ın fiyat geçişini gerçekleştireceğini, öte yandan diğer elektromarketler fiyat geçişini gerçekleştirmezse kendisinin de gerçekleştirmeyeceğini FAKİR yetkililerine bildirdiği görülmektedir. Ayrıca yazışmadan (.....) tarafından iletişime geçilen ancak yazışmada ismi belirtilmeyen bir diğer elektromarketin ise diğer elektromarketlerin fiyat geçişini beklediğini, sonrasında kendilerinin de fiyat geçişini gerçekleştireceklerini ifade ettiği görülmektedir. İşbu başlık altında yer verilen bulguların bütüncül değerlendirilmesi neticesinde (.....) VATAN ile iletişime geçen FAKİR yetkilisi olduğu anlaşılmaktadır. Bu kapsamda yazışmadan VATAN’ın da diğer elektromarketlerin fiyat geçişi sonrasında fiyat geçişini gerçekleştireceğini belirttiği görülmektedir.
- (65) Söz konusu bulgu işbu başlık altında yer alan diğer bulgular ile birlikte değerlendirildiğinde, Bulgu-92 özelinde herhangi bir fiyat geçişi yapılmamış olsa da ilgili bulgunun da diğer bulgularla benzer nitelikte olduğu, nitekim FAKİR tarafından Delonghi markalı ürüne ilişkin olarak elektromarketler tarafından uygulanacak satış fiyatının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlanmaya çalışıldığı ve elektromarketlerin FAKİR tarafından kendisine iletilen fiyat geçişine ilişkin talebini FAKİR’in diğer elektromarketlere de ileteceği ve rakip elektromarketlerin bu hususta uyum göstereceği öngörüsüne sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bu kapsamda FAKİR ile elektromarketlerin bahsi geçen ürünün perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt karteli niteliği sergileyen bir anlaşma ve/veya uyumlu eyleme taraf olduğu değerlendirilmektedir.

Bulgu-93

- (66) FAKİR’de yapılan yerinde incelemede elde edilen ve 10.10.2023- 13.10.2023 tarihleri arasında FAKİR Zincir Mağazalar Satış Müdürü (.....), FAKİR Zincir Kanal Satış Yöneticisi (.....), FAKİR Zincir Kanal Satış Sorumluları (.....) ve (.....) arasında “Tss” isimli Whatsapp grubunda yer alan yazışmaların içeriği aşağıdaki gibidir:

10.10.2023

(.....): (10.26) “rs770 media marktta 15999 oldu diğerlerini değiştirme şansımız var mı”

(.....) (10.26) “Vatan teknosa 12999”

(.....) (10.53) “Değiştirelim”

(.....) (10.53) “(.....)”

(.....) (10.53) “Görüşüm geçiş yapacak”

11.10.2023

(.....) (10.56) “Arkadaşlar”

(.....) (10.56) “Robot fiyatlarını ve magnifica fiyatlarını acil güncelleyelim”

(.....): (10.59) “Teknosa tamam 👍 ”

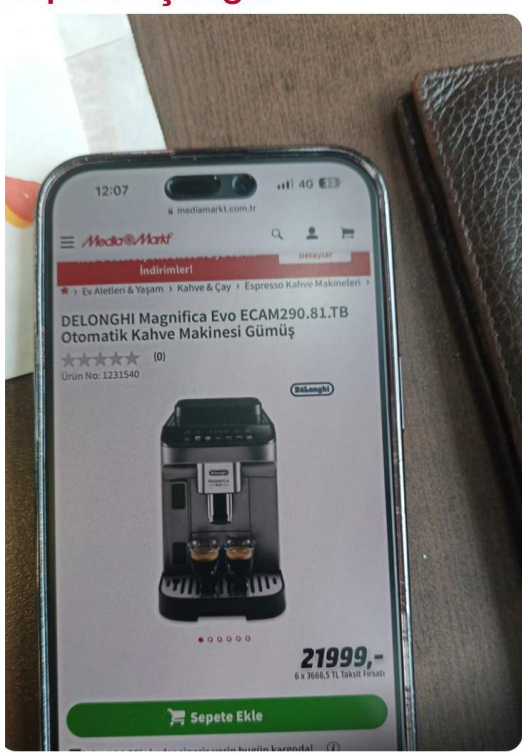
(.....) (11.09) “290 81 tb yi geçti 5 dkkaya hazır”

(.....) (11.10) “Ama 11.30 a kadar diğerleri güncellemez ise düşerim diyor tekrar”

(.....) (11.11) “Ürünü 11.30 a kadar web e kapattık”

(.....) (12.04) “Vatanın acil fiyatının yükselmesi lazım”

(.....) (12.07) “



Görmeden geçmiyorlar abi”

(.....) (12.11) “Ya girsin görsün değişti burası”

(.....) (12.39) “(.....) teknisa magnifica evo 81.tb acil”

(.....) (12.39) “Ve robot”

(.....) (12.39) “Bekliyoruz”

(.....) (12.39) “Hala”

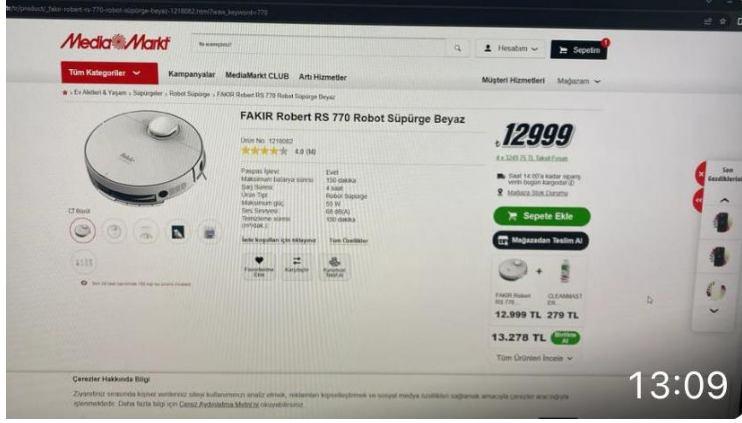
(.....) (12.40) “(.....) toplantıya gitmiş (.....) yapacak”

(.....) (12.40) “Konuştum”

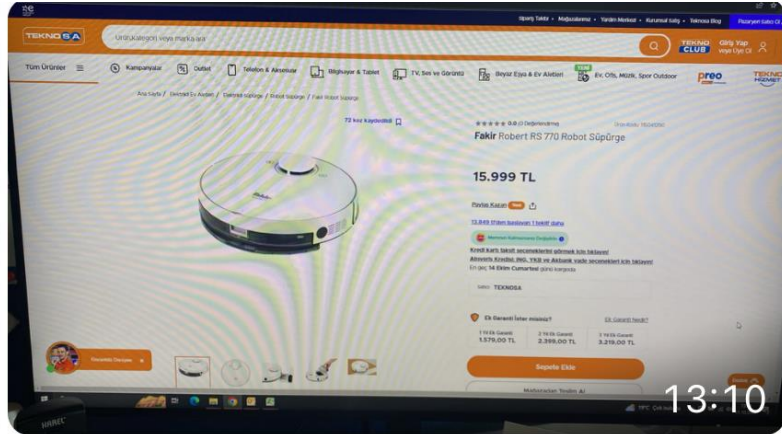
(.....) (12.40) “Aciliyeti bi daha şletir misin”

(.....) (12.40) “Tamam”

(.....) (13.09) “



(.....) (13.10) “



(.....) (13.13) “(.....) teşekkürler” [Bir önceki ileti alıntılanarak cevaplanmıştır.]

(.....) (13.14) “81 tb şimdi yapıyor”

(.....) (13.17) “Vatan değişmemiş”

(.....) (13.21) “81 tb hazır diğerlerini bekliyor”

(.....) (13.21) “770”

(.....) (13.21) “(.....) da bekliyordu dışarı çıkmış”

(.....) (13.21) “Dönünce dedi”

12.10.2023

(.....) (13.46) “Arkadaşlar Magnifica 81 tb 25.999’a çekelim unutmayalım”

(.....) (13.46) “abi media bugün çekemiyor”

(.....) (13.46) “Yarın sabahtan geçecek”

(.....) (13.46) “tamamdır diğerlerini çektirelim”

13.10.2023

(.....) (08.42) “Günaydın magnifica tb ilk işimiz olsun bugün her yerde 27.999”

(.....) (08.43) “günaydın”

(.....) (08.44) “konuştum geçiyor”

(.....) (08.44) “teknosa geçtiği anda geçecek”

- (67) Bulgu-93'te yer alan 10.10.2023 tarihli yazışmada, FAKİR Zincir Kanal Satış Sorumlusu (.....) tarafından “Tss” isimli Whatsapp grubuna gönderilen mesajda, Fakir markalı RS770 kodlu ürünün MEDIA MARKT'taki satış fiyatının 15.999 TL yapıldığı, VATAN ve TEKNOSA'da ise 12.999 TL olduğu belirtilmekte ve VATAN ile TEKNOSA'nın satış fiyatını değiştirme şanslarının olup olmadığı sorulmaktadır. Söz konusu mesaja FAKİR Zincir Mağazalar Satış Müdürü (.....) tarafından “Değiştirelim” şeklinde dönüş yapıldığı görülmektedir. Yazışmanın sonunda ise VATAN ile iletişime geçtiği anlaşılan FAKİR Zincir Kanal Satış Sorumlusu (.....) tarafından “Görüşüm geçiş yapacak” şeklinde dönüş yapıldığı görülmektedir.
- (68) 11.10.2023 tarihli yazışmada ise, (.....) tarafından Fakir markalı olduğu düşünülen robot süpürge ve Delonghi markalı magnifica otomatik espresso makinesi fiyatlarının güncellenmesi talep edilmektedir. Söz konusu talebe FAKİR Zincir Kanal Satış Yöneticisi (.....) tarafından “Teknosa tamam 👍” şeklinde yanıt verildiği görülmektedir. Yazışmanın devamında (.....) tarafından Delonghi markalı magnifica 81 TB kodlu otomatik espresso makinesi ürününün fiyat geçişinin yapıldığı ve saat 11:30'a kadar ürünün satışının internet kanalına kapatıldığı hakkında bilgi verilmekte ve MEDIA MARKT'ın söz konusu ürünün internet kanalındaki satış fiyatının gözüktüğü bir fotoğraf paylaşılmakta, akabinde ise “görmeden geçmiyorlar abı” ifadesinin kullanıldığı görülmektedir. Daha sonra grup üyeleri arasında geçen yazışmada VATAN ve TEKNOSA'nın fiyatlarının yükseltmesi için görevlendirme yapıldığı görülmektedir. Yazışmanın ilerleyen kısımlarında ise (.....) tarafından MEDIA MARKT ve TEKNOSA'nın Fakir markalı robot süpürge fiyatlarının gözüktüğü iki adet fotoğraf paylaşıldığı, TEKNOSA'nın fiyat görselinin paylaşıldığı mesaja ise (.....) tarafından teşekkür edildiği görülmektedir. İlgili görsellerde Fakir markalı RS 770 kodlu ürünün TEKNOSA'daki fiyatının 15.999 TL, MEDIA MARKT'taki fiyatının ise 12.999 TL olduğu görülmektedir. Yazışmanın sonunda ise VATAN'ın fiyatlarını değiştirmede belirtilmekte ve söz konusu mesajlara (.....) tarafından “(.....) da bekliyordu dışarı çıkmış”, “Dönünce dedi” şeklinde yanıt verildiği görülmektedir.
- (69) 12.10.2023 tarihli yazışmada (.....) tarafından Delonghi markalı magnifica otomatik espresso makinesi satış fiyatlarının 25.999 TL yapılması yönünde talimat verdiği görülmektedir. Söz konusu mesaja (.....) tarafından MEDIA MARKT'ın söz konusu fiyata bir sonraki gün sabahdan geçeceği hakkında bilgi verilmektedir. Yazışmanın sonunda ise (.....) tarafından diğer elektromarketlerin fiyatlarının revize edilmesi yönünde talimat verilmektedir.
- (70) Son olarak 13.10.2023 tarihli yazışmada, (.....) tarafından Delonghi markalı magnifica otomatik espresso makinesi fiyatlarının her yerde 27.999 TL olması talep edilmektedir. Söz konusu mesaja MEDIA MARKT ile iletişime geçtiği anlaşılan FAKİR yetkilisi (.....) tarafından “konuştum geçiyor” ve “teknosa geçtiği anda geçecek” şeklinde yanıt verildiği görülmektedir.
- (71) Bahse konu yazışmada yer alan hususların fiili durumla örtüşüp örtüşmediğinin anlaşılabilmesi adına, elektromarketlerden bulguda adı geçen ürünlere ilişkin ilgili tarih

aralığındaki internet kanalındaki satış fiyatları ve fiyat değişimleri hakkında bilgi talep edilmiştir. Bu kapsamda teşebbüslerden gelen cevabi yazılardan;

- Fakir markalı RS770 kodlu akıllı robot süpürgeye ilişkin olarak;
 - TEKNOSA tarafından 11.10.2023 tarihinde ilgili ürünün satış fiyatının (.....) TL'den (.....) TL'ye yükseltildiği,
 - MEDIA MARKT tarafından 10.10.2023 tarihinde ilgili ürünün satış fiyatının (.....) TL'den (.....) TL'ye yükseltildiği, aynı tarihte fiyatın (.....) TL'ye düşürülüp 12.10.2023 tarihinde (.....) TL fiyat düzeyine tekrar yükseltildiği,
 - VATAN tarafından 10.10.2023 tarihinden itibaren fiyat seviyesi (.....) 13.10.2023 tarihinde ilgili ürünün satış fiyatının (.....) TL yapıldığı,
- Delonghi markalı 81TB kodlu otomatik espresso makinesine ilişkin olarak;
 - MEDIA MARKT ve TEKNOSA tarafından ilgili tarihlerde ürünün satış fiyatının (.....) TL olduğu,
 - VATAN tarafından 10.10.2023 tarihinde (.....) TL olan satış fiyatının 11.10.2023 tarihinde (.....) TL'ye yükseltildiği

görülmektedir. Bu kapsamda *-bulgu içeriği ile paralel bir şekilde-* MEDIA MARKT tarafından Fakir markalı RS770 kodlu akıllı robot süpürge ürününün satış fiyatının 10.10.2023 tarihinde (.....) TL'ye yükseltildiği, TEKNOSA'nın ise 11.10.2023 tarihinde ilgili ürünün satış fiyatını aynı seviyeye yükselttiği görülmektedir. VATAN'ın ise aynı fiyat seviyesine 13.10.2023 tarihinde geçtiği görülmektedir. Öte yandan elektromarketler tarafından Delonghi markalı 81TB kodlu otomatik espresso makinesinin satış fiyatına ilişkin fiyat geçişinin yapılmadığı görülmektedir. Nitekim yazışmada yer alan;

- VATAN ile iletişime geçtiği anlaşılan FAKİR yetkilisi (.....) *“81 tb hazır diğerlerini bekliyor”, “Görmeden geçmiyorlar abi”²⁶*
- MEDIA MARKT ile iletişime geçtiği anlaşılan FAKİR yetkilisi (.....) *“abi media bugün çekemiyor”, “Yarın sabahdan geçecek”, “teknosa geçtiği anda geçecek”*

ifadeleri ilgili ürün bakımından elektromarketlerin fiyat geçişi için birbirlerini beklediklerini göstermektedir.

- (72) Yukarıda yer alan Whatsapp yazışmalarından, FAKİR tarafından gerek Fakir markalı gerekse Delonghi markalı ürünlere ilişkin olarak MEDIA MARKT, VATAN ve TEKNOSA tarafından uygulanacak satış fiyatının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlanmaya çalışıldığı görülmektedir. Söz konusu bulgudan ayrıca elektromarketlerin FAKİR tarafından kendisine iletilen fiyat geçişine ilişkin talebini FAKİR'in diğer elektromarketlere de ileteceği ve rakip elektromarketlerin bu hususta uyum göstereceği öngörüsüne sahip olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim bulguda yer alan ve MEDIA MARKT'ın satış fiyatının gözüktüğü ekran görüntüsü ile birlikte gönderilen *“Görmeden geçmiyorlar abi”* ifadesi ile *“81 tb hazır diğerlerini bekliyor”, “teknosa geçtiği anda geçecek”* gibi ifadelerden fiyat geçiş talebinin FAKİR tarafından diğer elektromarketlere de iletileceği bilgisine elektromarketlerin haiz olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca söz konusu ifadelerden elektromarketlerin fiyat geçişi için birbirlerini bekledikleri de görülmektedir.

²⁶ İlgili mesaj MEDIA MARKT'ın satış fiyatının görüldüğü görselle birlikte gönderilmiştir.

- (73) Söz konusu bulgu da işbu başlık altında yer alan diğer bulgular ile birlikte değerlendirildiğinde, Bulgu-93'ün de diğer bulgularla benzer nitelikte olduğu, bu kapsamda FAKİR tarafından gerek Fakir markalı gerekse Delonghi markalı ürünlere ilişkin olarak elektromarketler tarafından uygulanacak satış fiyatının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlanmaya çalışıldığı ve elektromarketlerin FAKİR tarafından kendisine iletilen fiyat geçişine ilişkin talebini FAKİR'in diğer elektromarketlere de ileteceği ve rakip elektromarketlerin bu hususta uyum göstereceği öngörüsüne sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bu kapsamda FAKİR ile elektromarketlerin bahsi geçen ürünlerin perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt karteli niteliği sergileyen bir anlaşma ve/veya uyumlu eyleme taraf olduğu değerlendirilmektedir.

Bulgu-94

- (74) FAKİR'de 06.03.2025 tarihinde yapılan yerinde incelemede elde edilen ve 16.10.2023 tarihinde FAKİR Zincir Mağazalar Satış Müdürü (.....) ile FAKİR Zincir Kanal Satış Sorumlusu (.....) arasında "Tss" isimli Whatsapp grubunda yer alan yazışmaların içeriği aşağıdaki gibidir:

16.10.2023

(.....) (10.33) "Arkadaşlar tb fiyatını ne yapıp edip geçirelim Vatan ile ciddi sorun oldu"

(.....) (11.08) "uno chefry 3699 fiyattan bilgimiz var mı"

(.....) (11.08) "?"

(.....) (11.14) "hayır"

(.....) (11.19) "biri fiyat bozmuş belli ki"

(.....) (11.19) "satış artmış ancak bizim o ürüne ek bir desteğimiz yok"

(.....) (12.19) "



(.....) (12.21) "teknosada geçti mi(.....)"

- (75) Bulgu-94'te yer alan ve 16.10.2023 tarihinde FAKİR Zincir Mağazalar Satış Müdürü (.....) ile FAKİR Zincir Kanal Satış Sorumlusu (.....) arasında "Tss" isimli Whatsapp grubunda gerçekleşen yazışmada, (.....) tarafından bulgu içeriğinden Delonghi markalı 81TB kodlu otomatik espresso makinesi olduğu anlaşılan ürünün satış fiyatı ile ilgili

VATAN ile sorun yaşadıkları belirtilmekte ve söz konusu ürünün fiyat geçişinin yapılması talep edilmektedir. Söz konusu mesajın akabinde yine (.....) tarafından Fakir markalı uno cheffy sıcak hava fritözü ürününe ilişkin olarak 3.699 TL'lik fiyattan bilgilerinin olup olmadıklarının grup üyelerine sorulduğu görülmektedir. Söz konusu mesaja (.....) tarafından bilgisi olmadığı yönünde bir yanıt verildiği anlaşılmaktadır. Yazışmanın devamında (.....) tarafından birinin fiyat bozduğu belirtilmiştir. Yazışmanın sonunda ise (.....) tarafından MEDIA MARKT'ın Delonghi markalı 81TB kodlu otomatik espresso makinesinin satış fiyatının 28.999 TL olduğunun görüldüğü bir ekran görüntüsünün paylaşıldığı ve (.....)'ye TEKNOSA'nın da geçip geçmediği hususunun sorulduğu görülmektedir.

- (76) Bahse konu yazışmada yer alan hususların fiili durumla örtüşüp örtüşmediğinin anlaşılabilmesi adına, elektromarketlerden bulguda adı geçen ürünlere ilişkin ilgili tarih aralığındaki internet kanalındaki satış fiyatları ve fiyat değişimleri hakkında bilgi talep edilmiştir. Bu kapsamda teşebbüslerden gelen cevabi yazılardan;

- Delonghi markalı 81TB kodlu otomatik espresso makinesine ilişkin olarak;
 - o MEDIA MARKT ve VATAN tarafından 16.10.2023 tarihinde ilgili ürünün satış fiyatının (.....) TL'ye yükseltildiği,
 - o TEKNOSA tarafından ise 16.10.2023 tarihinde ilgili ürünün satış fiyatının (.....) TL'den (.....) TL'ye yükseltildiği,
- Fakir markalı uno cheffy sıcak hava fritözü ürününe ilişkin olarak;
 - o TEKNOSA'nın ve MEDIA MARKT'ın bulgu tarihindeki fiyatının (.....) TL olduğu,
 - o VATAN'ın bulgu tarihinde fiyatını (.....) TL'den (.....) TL'ye yükselttiği, aynı tarihte satış fiyatını tekrar (.....) TL seviyesine düşürdüğü

görülmektedir. Bu kapsamda *-bulgu içeriği ile paralel bir şekilde (MEDIA MARKT'ın satış fiyatına ilişkin görselin gönderilmesinin akabinde TEKNOSA'nın da geçiş yapıp yapmadığının sorulması)-* MEDIA MARKT'ın ve VATAN'ın Delonghi markalı 81TB kodlu otomatik espresso makinesinin satış fiyatını (.....) TL'ye yükselttiği görülmektedir. Fakir markalı uno cheffy sıcak hava fritözü ürününe ilişkin olarak ise ilgili tarihte üç elektromarketin satış fiyatının da (.....) TL olduğu, VATAN'ın aynı tarihte fiyatını (.....) TL'ye yükseltip akabinde eski fiyat seviyesine dönüş yaptığı görülmektedir.

- (77) Yukarıda yer alan Whatsapp yazışmasının da işbu başlık altında yer verilen yazışmalarla benzer nitelikte olduğu, FAKİR tarafından gerek Fakir markalı gerekse Delonghi markalı ürünlere ilişkin olarak elektromarketler tarafından uygulanacak satış fiyatının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlanmaya çalışıldığı görülmektedir. Bu kapsamda Bulgu-94 işbu başlık altında yer alan diğer bulgular ile birlikte değerlendirildiğinde, FAKİR ile elektromarketlerin bahsi geçen ürünlerin perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt karteli niteliği sergileyen bir anlaşma ve/veya uyumlu eyleme taraf olduğu değerlendirilmektedir.

Bulgu-95

- (78) FAKİR'de 06.03.2025 tarihinde yapılan yerinde incelemede elde edilen ve 31.10.2023 tarihinde FAKİR Zincir Kanal Satış Sorumlusu (.....) tarafından "Tss" isimli Whatsapp grubuna iletilen gönderiler aşağıdaki gibidir:

31.10.2023

(.....) (10.07) "Selamlar"

(.....) (10.07) "Rs770 Media Markt 1599"

(.....) (10.07) “(.....) Teknosa sana zahmet”

(.....) (10.07) “11 buçuğa kadar düzelmesi lazım”

- (79) Bulgu-95'te yer alan ve 31.10.2023 tarihinde FAKİR Zincir Kanal Satış Sorumlusu (.....) tarafından “Tss” isimli Whatsapp grubuna gönderilen iletilerde, Fakir markalı RS770 kodlu akıllı robot süpürge'nin satış fiyatının MEDIA MARKT'ta 1.599 TL olduğu belirtilmekte²⁷ ve (.....) isimli kişiden²⁸ TEKNOSA'nın ilgili ürün'deki satış fiyatının saat 11:30'a kadar düzelmesi gerektiği ifade edilmektedir.
- (80) Bahse konu yazışmada yer alan hususların fiili durumla örtüşüp örtüşmediğinin anlaşılabilmesi adına, elektromarketlerden bulguda adı geçen ürüne ilişkin ilgili tarih aralığındaki internet kanalındaki satış fiyatları ve fiyat değişimleri hakkında bilgi talep edilmiştir. Bu kapsamda teşebbüslerden gelen cevabi yazılardan Fakir markalı RS770 kodlu akıllı robot süpürgeye ilişkin olarak;
- VATAN tarafından bulgu tarihinde (.....) TL olan satış fiyatının (.....) TL'ye yükseltildiği,
 - TEKNOSA tarafından bulgu tarihinde (.....) TL olan satış fiyatının bir gün sonra (.....) TL'ye yükseltildiği,
 - MEDIA MARKT tarafından bulgu tarihinde (.....) TL olan satış fiyatının (.....) TL'ye yükseltildiği, akabinde aynı gün tekrar (.....) TL seviyesine düşürüldüğü görülmektedir. Bu kapsamda MEDIA MARKT'ın ilgili ürünün fiyatını (.....) TL'ye yükseltmesinin akabinde TEKNOSA'nın satış fiyatının da benzer seviyeye getirilmesi için “Tss” isimli Whatsapp grubunda bir talepte bulunulduğu görülmekte olup akabinde TEKNOSA ve VATAN tarafından ilgili ürünün satış fiyatının VATAN tarafından aynı gün, TEKNOSA tarafından ise bir gün sonra (.....) TL'den (.....) TL'ye yükseltildiği görülmektedir. Bu çerçevede TEKNOSA ve VATAN tarafından MEDIA MARKT'ın yükselttiği fiyat seviyesinin üzerinde bir fiyat artışı yapıldığı, bir başka deyişle bulguda belirtilen fiyat seviyesinin üzerinde bir fiyata geçiş yapıldığı görülmektedir.
- (81) Yukarıda yer alan Whatsapp yazışmasının da işbu başlık altında yer verilen yazışmalarla benzer nitelikte olduğu, FAKİR tarafından Fakir markalı ürünlere ilişkin olarak elektromarketler tarafından uygulanacak satış fiyatının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlanmaya çalışıldığı görülmektedir. Her ne kadar elektromarketlerin tamamının fiyat artışının aynı seviyede olmadığı görülse de söz konusu teşebbüsler arasındaki fiyat artışına ilişkin koordinasyonun da 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında kartel niteliği arz ettiği belirtilebilecektir. Bu kapsamda Bulgu-95 işbu başlık altında yer alan diğer bulgular ile birlikte değerlendirildiğinde, FAKİR ile elektromarketlerin bahsi geçen ürünlerin perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt karteli niteliği sergileyen bir anlaşma ve/veya uyumlu eyleme taraf olduğu değerlendirilmektedir.

²⁷ İlgili tarihlerdeki fiyat seviyelerinin incelenmesi neticesinde bahsedilen fiyat düzeyinin (.....) TL olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim **Bulgu-91**'de de görüldüğü üzere, ilgili çalışanların zaman zaman fiyat seviyelerini bu şekilde ifade edebildikleri anlaşılmaktadır.

²⁸ İşbu başlık altında yer verilen bulgularda, (.....) ya da (.....) olarak bahsedilen kişinin yazışmaların bütüncül olarak incelenmesi neticesinde, FAKİR Zincir Mağazalar Satış Sorumlusu (.....) olduğu anlaşılmaktadır.

Bulgu-96

- (82) FAKİR'de yapılan yerinde incelemede elde edilen ve 13.11.2023 - 16.11.2023 tarihleri arasında FAKİR Zincir Mağazalar Satış Müdürü (.....), FAKİR Zincir Kanal Satış Yöneticisi(.....), FAKİR Zincir Kanal Satış Sorumlusu (.....) arasında "Tss" isimli Whatsapp grubunda gerçekleşen yazışmanın içeriği aşağıdaki gibidir :

13.11.2023

(.....) (10.55) "Robotu 14999 a çekelim"

(.....) (10.55) "(.....),(.....)"

(.....) (10.55) "(.....)"

(.....) (10.58) "Msh 14999 ok 12ye kadar diğerleri geçmezse yarına kalıyor"

(.....) (10.59) "Siz konuşunca haber verirsiniz tekrar konuşayım mshla"

(.....) (11.00) "Teknisa ile ben konuştum"

(.....) (11.00) "14.999 okey"

14.11.2023

(.....) (08.53) "Selamlar"

(.....) (08.53) "Media Markt 11 gibi 14999 a geçiyor Rs770 i

(.....) (11.17) "81 tb 23.999 a çekelim"

15.11.2023

(.....) (09.28) "Media Markt 12ye kadar geçiyor" ["81 tb 23.999 a çekelim" iletisi alıntılanarak cevaplanmıştır.]

(.....) (09.32) "(.....) robotta 14999 oluyor mu"

(.....) (09.32) "Bu önemli"

(.....) (09.33) "Geçtim dedi Teknosa tekrar düşmüş aynı şekilde tb ile"

(.....) (10.14) "Arkadaşlar 14.999 acil robotu çekelim"

(.....) (10.14) "MEDIA MARKTta bekliyor"

(.....) (10.15) "Firmalarınıza 11:30 a kadar değişmezse sıkıntı yaşayacağız"

(.....) (10.15) "Hemen değişsinler"

(.....) (14.20) "Bu ok" ["81 tb 23.999 a çekelim" iletisi alıntılanarak cevaplanmıştır.]

(.....) (14.20) "Buda birazdan geçecekmiş" [Arkadaşlar 14.999 acil robotu çekelim" iletisi alıntılanarak cevaplanmıştır.]

(.....) (14.20) "Robot ne durumda"

(.....) (14.20) 

(.....) (14.20) "Herkes lütfen geçmediği dakika zarar yazıyor"

(.....) (16.17) "Teknosa aradı şimdi"

(.....) (16.17) "Media geçince geçecek fiyatı"

(.....) (16.17) "Media bekliyoruz"

(.....) (16.31) "Halledelim robotu"

(.....) (16.31) “Yarına kalmasın artık”

(.....) (16.31) “Tamam”

(.....) (17.41) “Arkadaşlar robot ne oldu”

(.....) (17.42) “(.....) abi değişti dedi ama değişmedi hala”

(.....) (17.42) “Sana zahmet yarın ki sipariş için patron soracak bunu da eminim (.....) bugünden temizleyelim bu ili”

(.....) (17.42) “(.....) aynı şekilde”

(.....) (17.43) “Abi sabahtan yine konuşurum ama 11 buçuğa kadar geçmez”

16.11.2023

(.....) (09.36) “Günaydın arkadaşlar”

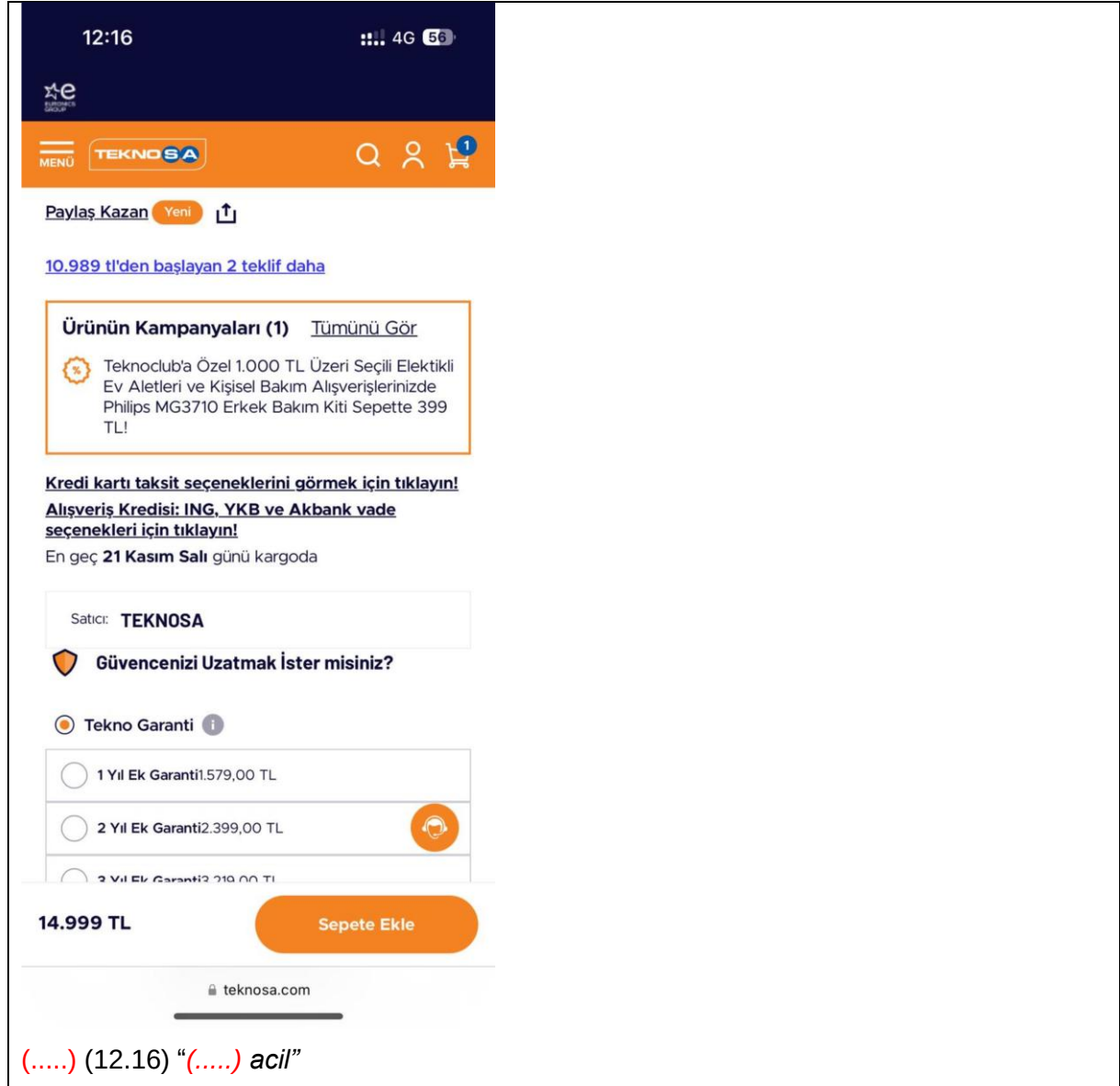
(.....) (09.36) “Robot fiyatı çok önemli (.....) Bey yazdı”

(.....) (09.36) “Media vatan teknosa hepsinin 14.999 a geçmesi lazım acil”

(.....) (09.47) “Günaydın  ”

(.....) (11.32) “(.....) 23.999 a geçti mi teknosa tb için”

(.....) (12.16) “



- (83) Bulgu 96'da yer alan 13.11.2023 tarihli yazışmada, FAKİR Zincir Mağazalar Satış Müdürü (.....) tarafından robot fiyatlarının 14.999 TL'ye çekilmesi talep edilmektedir. Söz konusu mesaja FAKİR Zincir Kanal Satış Sorumlusu (.....) tarafından “Msh 14999 ok 12ye kadar diğerleri geçmezse yarına kalıyor” şeklinde dönüş yapıldığı görülmektedir. Yazışmanın sonunda ise (.....) tarafından TEKNOSA ile görüşüldüğü ve TEKNOSA'nın fiyatının 14.999 TL olarak güncelleneceği hakkında bilgi verilmektedir.
- (84) 14.11.2023 tarihli yazışmada, (.....) tarafından MEDIA MARKT'ın saat 11:00'de Fakir markalı RS 770 kodlu akıllı robot süpürge'nin satış fiyatını 14.999 TL yapacağı hakkında bilgi verilmektedir. Yazışmanın devamında (.....) tarafından Delonghi markalı 81 TB kodlu magnifica otomatik espresso makinesinin satış fiyatının 23.999 TL'ye çekilmesi yönünde talimat verildiği görülmektedir.
- (85) 15.11.2023 tarihli yazışmada ise (.....) tarafından (.....)'nın Delonghi markalı 81 TB kodlu magnifica otomatik espresso makinesinin satış fiyatının 23.999 TL'ye çekilmesi yönünde talimat verildiği mesaja MEDIA MARKT'ın saat 12:00'ye kadar geçeceği yönünde cevap verildiği görülmektedir. Yazışmada (.....) tarafından ayrıca TEKNOSA'nın fiyat geçişini yaptığı yönünde bilgi verdiği ancak fiyatını tekrar düşürdüğü belirtilmektedir. Yazışmanın devamında (.....) tarafından robot fiyatlarının

acil olarak 14.999 TL'ye çekilmesi yönünde talimat verildiği ve MEDIA MARKT'ın ise beklediğinin belirtildiği görülmektedir. Söz konusu yazışmada (.....) tarafından Delonghi markalı 81 TB kodlu magnifica otomatik espresso makinesinin satış fiyatının 23.999 TL'ye çekilmesi yönünde talimat verilen mesaja "Bu ok", robot fiyatlarının 14.999 TL'ye çekilmesi yönünde talimat verilen mesaja ise "Buda birazdan geçecekmiş" şeklinde cevap verilmiştir. Yazışmanın devamında (.....)'nın "Robot ne durumda" mesajına ise FAKİR Zincir Kanal Satış Yöneticisi (.....) tarafından TEKNOSA'nın kendisini aradığı ve MEDIA MARKT fiyat geçişini yapınca TEKNOSA'nın da söz konusu fiyata geçeceği yönünde cevap verildiği görülmektedir.

- (86) Son olarak, 16.11.2023 tarihli yazışmada, (.....) tarafından elektromarketlerin hepsinin robot fiyatlarını acil olarak 14.999 TL yapması gerektiği belirtilmektedir. Söz konusu mesaja (.....) tarafından olumlu yanıt verildiği görülmektedir. Yazışmanın devamında (.....)'nın TEKNOSA'nın Delonghi markalı 81 TB kodlu magnifica otomatik espresso makinesinin fiyatını 23.999 TL yapıp yapmadığını sorguladığı görülmektedir.
- (87) Bahse konu yazışmada yer alan hususların fiili durumla örtüşüp örtüşmediğinin anlaşılabilmesi adına, elektromarketlerden bulguda adı geçen ürünlere ilişkin ilgili tarih aralığındaki internet kanalındaki satış fiyatları ve fiyat değişimleri hakkında bilgi talep edilmiştir. Bu kapsamda teşebbüslerden gelen cevabi yazılardan;
- Fakir markalı RS770 kodlu akıllı robot süpürgeye ilişkin olarak;
 - o TEKNOSA tarafından 16.11.2023 tarihinde satış fiyatının (.....) TL'den yazışmada belirtilen fiyat seviyesi olan (.....) TL'ye yükseltildiği,
 - o MEDIA MARKT ve VATAN tarafından ise 17.11.2023 tarihinde satış fiyatının (.....) TL olarak güncellendiği,
 - Delonghi markalı 81TB kodlu otomatik espresso makinesine ilişkin olarak;
 - o MEDIA MARKT tarafından 15.11.2023 tarihinde satış fiyatının (.....) TL'den (.....) TL'ye yükseltildiği,
 - o TEKNOSA'nın ilgili tarih aralığındaki satış fiyatının (.....) TL olduğu,
 - o VATAN tarafından 13.11.2023 tarihinde (.....) TL olan satış fiyatının (.....) TL'ye yükseltildiği

görülmektedir. Bu kapsamda elektromarketlerin Fakir markalı RS770 kodlu akıllı robot süpürgeye ilişkin olarak muhtelif tarihlerde satış fiyatını bulguda belirtilen fiyat düzeyi olan (.....) TL olarak güncelledikleri, öte yandan Delonghi markalı 81TB kodlu otomatik espresso makinesine ilişkin olarak MEDIA MARKT'ın satış fiyatını bulgu belirtilen (.....) TL'lik fiyat seviyesine çektiği görülmektedir. Elektromarketlerin ilgili bulgu kapsamında bulguda belirtilen fiyat düzeyine geçiş yapmak için birbirlerini bekledikleri de görülmektedir. Nitekim yazışmada yer alan;

- MEDIA MARKT ile iletişime geçtiği anlaşılan FAKİR yetkilisi (.....) "Msh 14999 ok 12ye kadar diğerleri geçmezse yarına kalıyor"
- TEKNOSA ile iletişime geçtiği anlaşılan FAKİR yetkilisi (.....) "Teknosa aradı şimdi", "Media geçince geçecek fiyatı", "Media bekliyoruz"

ifadeleri ilgili ürünler bakımından elektromarketlerin fiyat geçişi için birbirlerini beklediklerini göstermektedir.

- (88) Yukarıda yer alan Whatsapp yazışmalarından, FAKİR tarafından gerek Fakir markalı gerekse Delonghi markalı ürünlere ilişkin olarak elektromarketler tarafından uygulanacak satış fiyatının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlanmaya çalışıldığı görülmektedir. Söz konusu bulgudan ayrıca elektromarketlerin FAKİR tarafından kendisine iletilen fiyat geçişine ilişkin talebini FAKİR'in diğer

elektromarketlere de iletileceği ve rakip elektromarketlerin bu hususta uyum göstereceği öngörüsüne sahip olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim MEDIA MARKT'ın Delonghi markalı üründeki fiyat geçişi için diğer elektromarketleri beklediğini FAKİR yetkililerine bildirmesi ve TEKNOSA'nın Fakir markalı robot ürünündeki fiyat geçişi gerçekleştirmek için MEDIA MARKT'ın fiyat geçişini beklediğini FAKİR yetkililerine bildirmesi gibi eylemler fiyat geçiş talebinin FAKİR tarafından diğer elektromarketlere de iletileceği bilgisine elektromarketlerin haiz olduğunu göstermektedir.

- (89) Yukarıda yer alan Whatsapp yazışmasının da işbu başlık altında yer verilen yazışmalarla benzer nitelikte olduğu, FAKİR tarafından gerek Fakir markalı gerekse Delonghi markalı ürünlere ilişkin olarak elektromarketler tarafından uygulanacak satış fiyatının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlanmaya çalışıldığı görülmektedir. Bu kapsamda Bulgu-96 işbu başlık altında yer alan diğer bulgular ile birlikte değerlendirildiğinde, FAKİR ile elektromarketlerin bahsi geçen ürünlerin perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt karteli niteliği sergileyen bir anlaşma ve/veya uyumlu eyleme taraf olduğu değerlendirilmektedir.

Bulgu-97

- (90) FAKİR'de 06.03.2025 tarihinde yapılan yerinde incelemede elde edilen ve 20.11.2023 tarihinde FAKİR Zincir Kanal Satış Yöneticisi (.....) ile FAKİR Zincir Kanal Satış Sorumlusu (.....) arasında gerçekleşen "Tss" adlı Whatsapp grubunda yer alan yazışmaların içeriği aşağıdaki gibidir:

20.11.2023

(.....) (11.59) "

(.....)" [İletildi]

(.....) (12.57) "61 SB 19999 1 saate geçiyor Media Markt"

(.....) (13.20) "61 SB Media Markt ok"

(.....) (13.20) "19999"

(.....) (13.20) "(.....) Teknosa düzelmedi"

- (91) Bulgu-97'de yer alan ve 20.11.2023 tarihinde FAKİR Zincir Kanal Satış Yöneticisi (.....) ile FAKİR Zincir Kanal Satış Sorumlusu (.....) arasında "Tss" isimli Whatsapp grubunda gerçekleşen yazışmada, (.....) tarafından yazışma içeriğinden Delonghi markalı 61SB kodlu otomatik espresso makinesi olduğu anlaşılan bir fotoğraf paylaşılmıştır. Yazışmanın devamında (.....) tarafından MEDIA MARKT'ın 1 saat içerisinde 19.999 TL'lik fiyata geçiş yapacağı bilgisi verilmiş ve (.....) isimli kişiye²⁹ hitaben "(.....) Teknosa düzelmedi" ifadesi kullanılmıştır.

- (92) Bahse konu yazışmada yer alan hususların fiili durumla örtüşüp örtüşmediğinin anlaşılabilmesi adına, elektromarketlerden bulguda adı geçen ürünlere ilişkin ilgili tarih aralığındaki internet kanalındaki satış fiyatları ve fiyat değişimleri hakkında bilgi talep edilmiştir. Bu kapsamda teşebbüslerden gelen cevabi yazılardan; Delonghi markalı 61SB kodlu otomatik espresso makinesine ilişkin olarak; MEDIA MARKT tarafından – *bulgu içeriğinde belirtildiği gibi*- bulgu tarihi olan 20.11.2023 tarihinde satış fiyatının (.....) TL'den (.....) TL'ye yükseltildiği görülmektedir. Öte yandan VATAN ve TEKNOSA tarafından ise ilgili tarihlerde söz konusu ürünün satışa sunulmadığı, 61B kodlu ürünün

²⁹ İşbu başlık altında yer verilen bulgularda, (.....) ya da (.....) olarak bahsedilen kişinin yazışmaların bütüncül olarak incelenmesi neticesinde, FAKİR Zincir Mağazalar Satış Sorumlusu (.....) olduğu anlaşılmaktadır.

satışa sunulduğu belirtilmiştir. Bu kapsamda 61B kodlu ürün ile 61SB kodlu ürünler arasında teknik özellikler ve tasarım bakımından hangi farkların bulunduğu dair FAKİR'den bilgi talep edilmiş olup FAKİR tarafından gönderilen cevabi yazıda; 61B ile 61SB kodlu ürünler arasında kozmetik anlamda renk dışında herhangi bir farkın bulunmadığı, 61B kodlu ürünün renginin siyah, 61SB kodlu ürünün renginin ise siyah üzeri gümüş şeklinde olduğu, bunun dışında teknik olarak herhangi bir farklılığın bulunmadığı belirtilmiştir. Nitekim bilgi talebine karşılık VATAN ve TEKNOSA tarafından gönderilen ilk cevabi yazılarda da 61B kodlu ürünün fiyatları sehven 61SB kodlu ürünün fiyatlarına dahil edilip gönderilmiştir. Bu kapsamda ilgili tarihlerde TEKNOSA ve VATAN tarafından 61SB kodlu ürünün satışa sunulmaması nedeniyle satışa sunulan aynı ürünün bir başka rengi olan 61B kodlu otomatik espresso makinesinin satış fiyatı incelenmiş olup TEKNOSA tarafından aynı tarihte, VATAN tarafından ise bir sonraki gün ilgili ürünün satış fiyatının (.....) TL'den (.....) TL'ye yükseltildiği görülmektedir. Bu çerçevede elektromarketler tarafından fiyat geçişinin sağlandığı görülmektedir.

- (93) Yukarıda yer alan Whatsapp yazışmasından da FAKİR tarafından Delonghi markalı ürünlere ilişkin olarak elektromarketler tarafından uygulanacak satış fiyatının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlanmaya çalışıldığı görülmektedir. Nitekim ilgili ürünün satış fiyatına ilişkin olarak; MEDIA MARKT'ın 1 saate fiyat geçişini yapacağı, TEKNOSA'nın ise fiyat geçişini henüz yapmaması sebebiyle –işbu başlık altında yer alan bulgulardan TEKNOSA ile fiyat geçişi konusunda iletişime geçtiği anlaşılan- FAKİR çalışanına bilgi verildiği görülmektedir. Bu doğrultuda TEKNOSA'nın da aynı tarihte 61B kodlu ürünün satış fiyatını bulguda belirtilen seviyeye yükselttiği görülmektedir.
- (94) Yukarıda yer alan Whatsapp yazışmasının da işbu başlık altında yer verilen yazışmalarla benzer nitelikte olduğu görülmekte olup Bulgu-97 işbu başlık altında yer alan diğer bulgular ile birlikte değerlendirildiğinde, FAKİR ile elektromarketlerin bahsi geçen ürünlerin perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt karteli niteliği sergileyen bir anlaşma ve/veya uyumlu eyleme taraf olduğu değerlendirilmektedir.

Bulgu-98

- (95) FAKİR'de yapılan yerinde incelemede elde edilen ve 27.11.2023 tarihinde FAKİR Zincir Mağazalar Satış Müdürü (.....), FAKİR Zincir Kanal Satış Sorumluları (.....) ve (.....) ile FAKİR Zincir Kanal Satış Yöneticisi (.....) arasında "Tss" isimli Whatsapp grubunda gerçekleşen yazışmanın içeriği aşağıdaki gibidir:

27.11.2023

(.....) (10.43) "Media Markt 11 30 da geçiyor"

(.....) (10.45) "Media Markt a müteakip vatan da geçiyor"

(.....) (12.10) "Arkadaşlar fiyatlar"

(.....) (12.10) "Media 13999 yapmış diğerleri aynı"

(.....) (12.10) "15999 herkes acil"

(.....) (12.11) "Sb 19.999 media da"

(.....) (12.11) "Diğerleri bekliyor"

(.....) (12.11) "Toplantıya gireceğim (.....) Bey ile çıkmasın karşıma"

(.....) (12.11) “21999 oldu” [“Sb 19.999 media da” iletisi alıntılanarak cevaplanmıştır.]

(.....) (12.12) “Webe özel abi” [“Media 13999 yapmış diğerleri aynı” iletisi alıntılanarak cevaplanmıştır.]

(.....) (12.12) “Söylüyorum yine”

(.....) (12.15) “Tamamdır”

(.....) (12.15) “@..... @..... sizi bekliyorum”

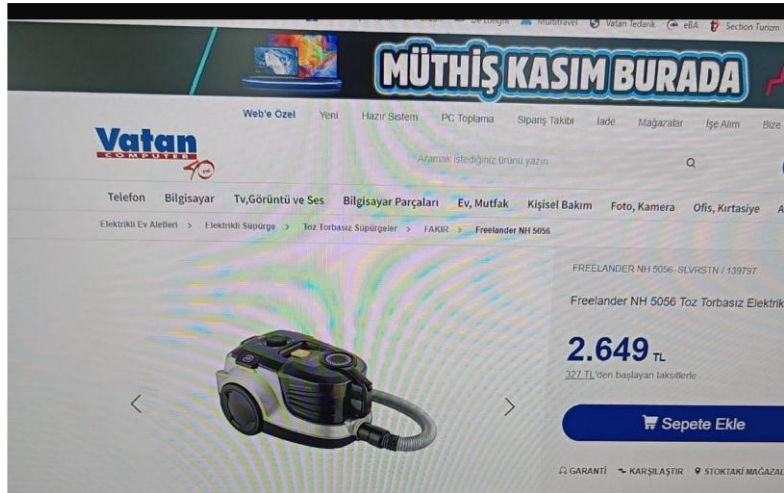
- (96) Bulgu-98’de yer alan ve FAKİR Zincir Mağazalar Satış Müdürü (.....), FAKİR Zincir Kanal Satış Sorumluları (.....) ve (.....) ile FAKİR Zincir Kanal Satış Yöneticisi (.....) arasında “Tss” isimli Whatsapp grubunda gerçekleşen yazışmada, FAKİR Zincir Kanal Satış Sorumluları tarafından “Media Markt 11 30 da geçiyor” ve “Media Markt a müteakip vatan da geçiyor” ifadelerinin kullanıldığı görülmektedir. Yazışmanın devamında (.....) tarafından MEDIA MARKT’ın ürün fiyatını 13.999 TL yaptığı, diğer teşebbüslerin ise fiyatlarının aynı olduğu belirtilmiş ve tüm teşebbüslerin satış fiyatının acil olarak 15.999 TL olarak revize edilmesi talep edilmiştir. Yazışmanın devamında (.....) tarafından Delonghi markalı ve ürün kodu yazışmadan tam olarak anlaşılamayan SB kodlu bir ürünün MEDIA MARKT’taki satış fiyatının 19.999 TL olduğu, diğer teşebbüslerin ise beklediği ifade edilmektedir. Yazışmanın ilerleyen kısmında ise (.....)’nın söz konusu ürünün MEDIA MARKT’taki satış fiyatının 19.999 TL olduğunu belirttiği mesajın (.....) tarafından “21999 oldu” şeklinde yanıtlandığı görülmektedir. Yazışmanın son kısmında ise, (.....)’nın işbu başlık altında yer verilen bulguların bütüncül değerlendirilmesi neticesinde fiyat geçişi konusunda TEKNOSA ile iletişime geçtiği tespit edilen FAKİR çalışanı (.....) ve VATAN ile iletişime geçtiği tespit edilen (.....)’a hitaben yazdığı mesajda “sizi bekliyorum” ifadelerini kullandığı görülmektedir. Söz konusu mesajdan TEKNOSA ve VATAN’ın ilgili ürünlerdeki fiyat geçişlerinin beklediği anlaşılmaktadır.
- (97) Yukarıda yer alan Whatsapp yazışmalarından, FAKİR tarafından Fakir markalı ürünlerde olduğu gibi Delonghi markalı ürünlere ilişkin olarak da elektromarketler tarafından uygulanacak satış fiyatının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlanmaya çalışıldığı görülmektedir. Benzer şekilde söz konusu bulgudan da elektromarketlerin FAKİR tarafından kendilerine iletilen fiyat geçişine ilişkin talebin, diğer elektromarketlere de iletileceği ve rakip elektromarketlerin bu hususta uyum göstereceği öngörüsüne sahip olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim elektromarketlerin birbirlerinin fiyat geçişini beklediği yazışmada yer alan “Media Markt 11 30 da geçiyor” “Media Markt a müteakip vatan da geçiyor” ifadelerinden anlaşılmaktadır.
- (98) Özetle söz konusu bulgunun da, işbu başlık altında yer alan diğer bulgular ile benzer nitelikte olduğu değerlendirilmekte olup ilgili bulgu işbu başlık altında yer alan diğer bulgular ile birlikte değerlendirildiğinde, FAKİR ile elektromarketlerin bahsi geçen ürünlerin perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt karteli niteliği sergileyen bir anlaşma ve/veya uyumlu eyleme taraf olduğu görülmektedir.

Bulgu-99

- (99) FAKİR’de yapılan yerinde incelemede elde edilen ve 27.11.2023 tarihinde FAKİR Zincir Mağazalar Satış Müdürü (.....), FAKİR Zincir Kanal Satış Sorumluları (.....) ve (.....) ile FAKİR Zincir Kanal Satış Yöneticisi (.....) arasında “Tss” isimli Whatsapp grubunda gerçekleşen yazışmanın içeriği aşağıdaki gibidir:

27.11.2023

(.....): (12.46) “



(.....): (12.46) “(.....) Media Markt 4999a geçiyor”

(.....): (12.46) “Acil değiştirmemiz lazım”

(.....): (12.47) “Bu nasıl iş ya teknosa yüzünden”

(.....): (12.47) “Acil (.....)”

(.....): (12.57) “Abi yemekteler dönüşte hepsini hallediyorum”

(.....): (12.58) “Teknosa media geçince geçecek fiyatlara”

(100) Bulgu-99'da yer alan ve FAKİR Zincir Mağazalar Satış Müdürü (.....), FAKİR Zincir Kanal Satış Sorumluları (.....) ve (.....) ile FAKİR Zincir Kanal Satış Yöneticisi (.....) arasında “Tss” isimli Whatsapp grubunda gerçekleşen yazışmada, (.....) tarafından Fakir markalı Freeland NH 5056 kodlu toz torbasız elektrikli süpürge'nin VATAN'ın internet sitesindeki satış fiyatının 2.649 TL olarak görüldüğü bir fotoğraf paylaşılmış ve MEDIA MARKT'ın satış fiyatını 4.999 TL'ye çekeceği hakkında bilgi verilmiştir. Yazışmanın devamında (.....) tarafından (.....)'a hitaben yazılan mesajda “Acil değiştirmemiz lazım” ifadesini kullandığı görülmektedir. Söz konusu ifadede MEDIA MARKT'ın fiyat geçişi sonrasında VATAN ve TEKNOSA'nın da fiyatlarının acil değiştirilmesi gerektiğinin belirtildiği anlaşılmaktadır. Nitekim yazışmada, (.....) tarafından (.....)'a hitaben mesaj gönderildiği görülmekte olup işbu başlık altında yer verilen bulgular bütüncül olarak incelendiğinde, (.....)'ın VATAN'dan sorumlu FAKİR çalışanı olduğu anlaşılmaktadır. Yazışmanın sonunda ise (.....) tarafından “Abi yemekteler dönüşte hepsini hallediyorum” ifadesinin kullanıldığı ve (.....) tarafından ise MEDIA MARKT fiyat geçişini yaptığında TEKNOSA'nın da söz konusu fiyatlara geçeceği hakkında bilgi verildiği görülmektedir.

(101) Bahse konu yazışmada yer alan hususların fiili durumla örtüşüp örtüşmediğinin anlaşılabilmesi adına, elektromarketlerden bulguda adı geçen ürünlere ilişkin ilgili tarih aralığındaki internet kanalındaki satış fiyatları ve fiyat değişimleri hakkında bilgi talep edilmiştir. Bu kapsamda teşebbüslerden gelen cevabi yazılardan; Fakir markalı Freeland NH 5056 kodlu toz torbasız elektrikli süpürgeye ilişkin olarak; ilgili tarihlerde elektromarketler tarafından yazışmada belirtilen 4.999 TL'lik fiyata geçiş yapılmadığı görülmektedir.

(102) Yukarıda yer alan Whatsapp yazışmasından, FAKİR tarafından Fakir markalı ürünlere ilişkin olarak elektromarketler tarafından uygulanacak satış fiyatının ve fiyat

geçişlerinin koordinasyonunun sağlanmaya çalışıldığı görülmektedir. Benzer şekilde söz konusu bulgudan da elektromarketlerin FAKİR tarafından kendisine iletilen fiyat geçişine ilişkin talebini FAKİR'in diğer elektromarketlere de ileteceği ve rakip elektromarketlerin bu hususta uyum göstereceği öngörüsüne sahip olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim yazışmadan TEKNOSA'nın MEDIA MARKT fiyat geçişini yaptığında kendisinin de söz konusu fiyat geçişini gerçekleştireceği bilgisini FAKİR'e ilettiği anlaşılmaktadır.

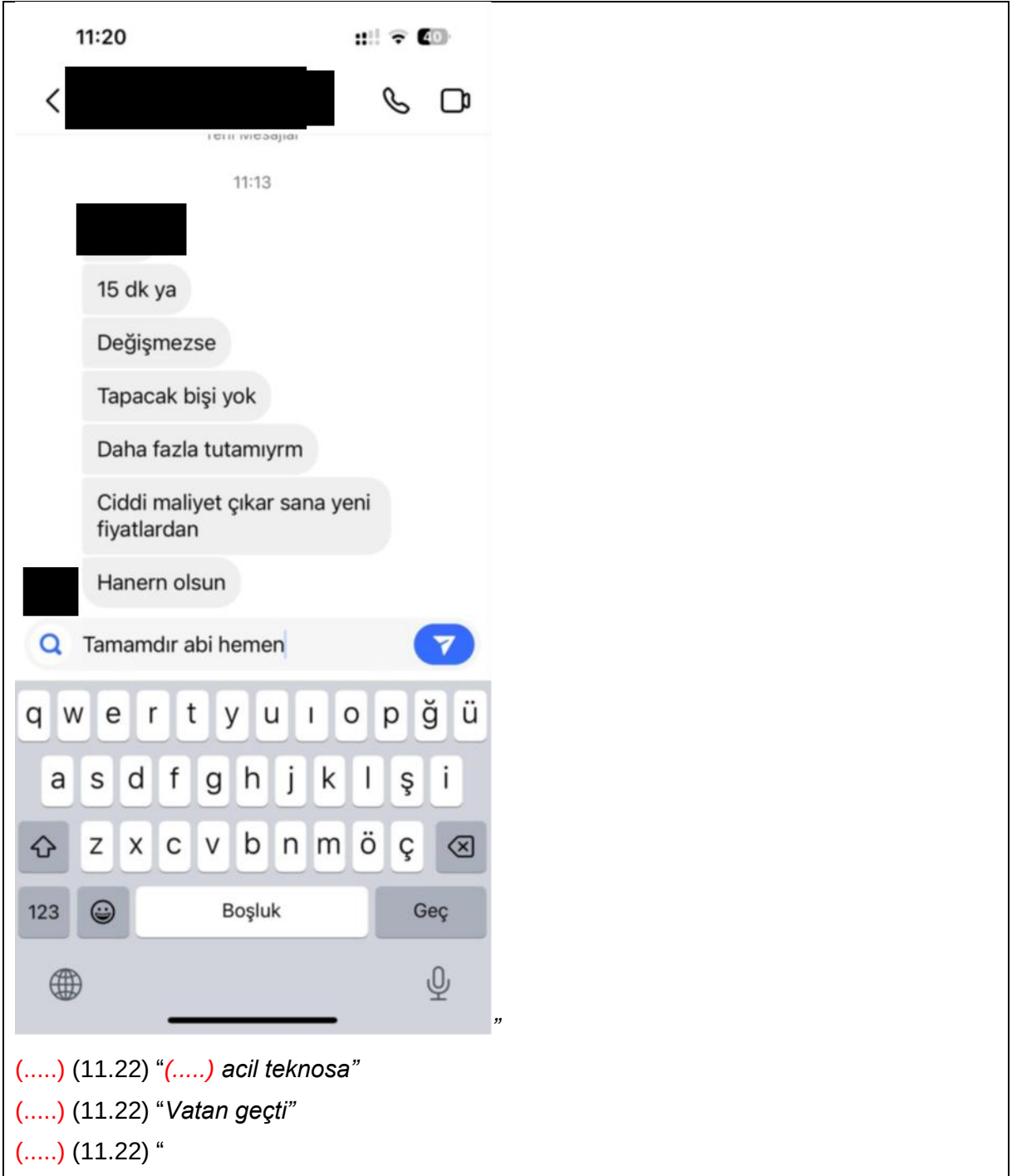
- (103) Özetle söz konusu bulguda her ne kadar elektromarketler tarafından bulguda belirtilen fiyat seviyesine geçiş yapılmasa da, ilgili bulgunun işbu başlık altında yer alan diğer bulgular ile benzer nitelikte olduğu görülmektedir. Bu kapsamda ilgili bulgu işbu başlık altında yer alan diğer bulgular ile birlikte değerlendirildiğinde, FAKİR ile elektromarketlerin bahsi geçen ürünlerin perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt karteli niteliği sergileyen bir anlaşma ve/veya uyumlu eyleme taraf olduğu değerlendirilmektedir.

Bulgu-101

- (104) FAKİR'de yapılan yerinde incelemede elde edilen ve 02.02.2024 tarihinde FAKİR Zincir Mağazalar Satış Müdürü (.....) ve FAKİR Zincir Kanal Satış Yöneticisi (.....) arasında "Tss" isimli Whatsapp grubunda gerçekleşen yazışmanın içeriği aşağıdaki gibidir:

02.02.2024

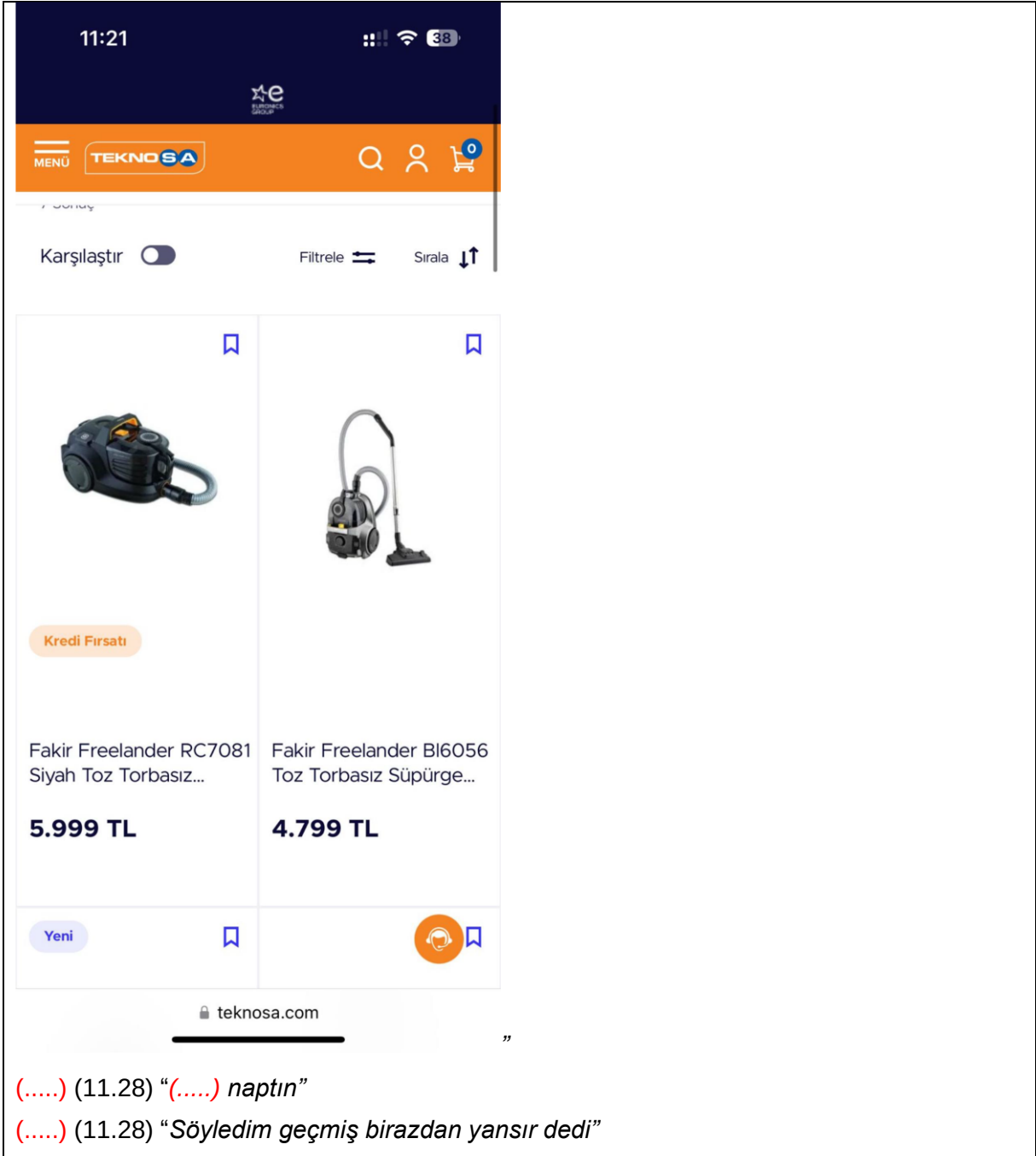
(.....) (11.20) “



(.....) (11.22) “(.....) acil teknosa”

(.....) (11.22) “Vatan geçti”

(.....) (11.22) “



- (105) Bulgu-101’de yer alan ve FAKİR Zincir Mağazalar Satış Müdürü (.....) ve FAKİR Zincir Kanal Satış Yöneticisi (.....) arasında “Tss” isimli Whatsapp grubunda gerçekleşen yazışmada, ilk olarak (.....) tarafından MEDIA MARKT Kıdemli Kategori Yöneticisi (.....) ile Instagram uygulaması üzerinden yapılan yazışmanın ekran görüntüsü paylaşılmıştır. Ekran görüntüsünde yer alan yazışmanın, ismi yazışmada belirtilmeyen bir elektromarketin fiyatlarıyla ilgili olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim söz konusu yazışmanın akabinde ilgili yazışma FAKİR tarafından elektromarketlerin satış fiyatının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlanmaya çalışıldığı ve FAKİR çalışanlarının yer aldığı “Tss” isimli Whatsapp grubunda paylaşılmış ve akabinde (.....) tarafından VATAN’ın geçtiği, TEKNOSA’nın ise acil geçmesi gerektiği belirtilerek FAKİR Zincir Mağazalar Satış Sorumlusu (.....) olduğu düşünülen kişiden bu konu ile ilgilenmesinin talep edildiği görülmektedir.

- (106) Instagram uygulaması üzerinden (.....) ile (.....) arasında gerçekleştirilen yazışma incelendiğinde ise (.....) tarafından “15 dk ya”, “Değişmezse”, “Tapacak bişi yok”, “Daha fazla tutamıyrm” ifadelerinin kullanıldığı görülmektedir. Söz konusu ifadeler bulgu içeriği ile birlikte düşünüldüğünde, (.....)’nın ismi yazışmada belirtilmeyen -ancak yazışma içeriğinden TEKNOSA olduğu anlaşılan- elektromarketin fiyatlarını 15 dakikaya değiştirmezse yapacak bir şeyin olmadığı, söz konusu fiyat seviyesini daha fazla koruyamayacağını belirtildiği anlaşılmaktadır.
- (107) Yukarıda yer verildiği üzere, söz konusu yazışma “Tss” isimli Whatsapp grubunda paylaşılmış ve akabinde (.....) tarafından VATAN’ın geçtiği, TEKNOSA’nın ise acil geçmesi gerektiği belirtilerek FAKİR Zincir Mağazalar Satış Sorumlusu (.....) olduğu düşünülen kişiden bu konu ile ilgilenmesinin talep edildiği görülmektedir. Yazışmanın devamında (.....) tarafından TEKNOSA’nın internet kanalındaki Fakir markalı Frelander toz torbasız süpürge satış fiyatlarının görüldüğü ekran görüntüsünün paylaşıldığı ve (.....) olduğu düşünülen kişiden TEKNOSA’nın durumu ile ilgili bilgi istendiği görülmektedir. Söz konusu Whatsapp grubunda (.....) bulunmadığından TEKNOSA ile iletişime geçen bir diğer FAKİR çalışanı (.....) tarafından “Söyledim geçmiş birazdan yansır dedi” ifadelerinin kullanıldığı görülmektedir. Söz konusu ifadeden TEKNOSA ile görüşüldüğü, TEKNOSA’nın fiyat geçişini yaptığı ve fiyatların yansıtacağı anlaşılmaktadır.
- (108) Öncelikle bulgular kapsamında MEDIA MARKT tarafından yapılan savunmalara bulgu değerlendirmelerinin akabinde ayrı bir başlık altında bir bütün olarak yer verilecektir. Bununla birlikte söz konusu bulgu MEDIA MARKT ile FAKİR arasında bir iletişimi ihtiva ettiğinden MEDIA MARKT tarafından anılan iletişime ilişkin ayrıca savunmalarda da bulunulmuştur. Bu kapsamda MEDIA MARKT tarafından özetle; Instagram uygulaması üzerinden yapılan söz konusu iletişimin bağlamının belirsiz olduğu ve yazışmanın FAKİR tarafından diğer elektromarketlere iletilmesi amacıyla gönderildiğine ya da FAKİR üzerinde bir fiyat baskısı oluşturma niyeti taşıdığına ilişkin herhangi bir illiyet bağının kurulamadığı, nitekim yazışmada teşebbüs ismi, satış fiyatı ve fiyat geçişi gibi bilgilerin yer almadığı, bulguda Instagram yazışması ile fiyat geçişi talebi arasındaki illiyet bağının salt kronolojik bir yakınlığa dayanarak kurulmaya çalışıldığı, söz konusu yazışmanın FAKİR ile MEDIA MARKT arasında gerçekleşen maliyet desteği (sell-out) görüşmelerine ilişkin olabileceği, ilgili MEDIA MARKT çalışanının Kategori Departmanı’nda çalıştığı, fiyat geçişlerinin MEDIA MARKT’ın Fiyatlandırma ve Kampanya Departmanı tarafından yönetildiği, ürün müdürlerinin fiyat değişikliği taleplerini iletirken Fiyatlandırma ve Kampanya Departmanına sadece tavsiye niteliğinde görüş verebildiği, bu nedenle fiyatlamadan sorumlu departmanın aldığı kararlara müdahil olmasının mümkün olmadığı, ayrıca MEDIA MARKT’ın bilgisi dâhilinde bu dönemde ilgili çalışanın söz konusu ürün ile alakalı olarak Fiyatlandırma ve Kampanya Departmanı ile bir fiyat değişikliği tavsiyesi ile alakalı irtibata geçmediği belirtilmiştir.
- (109) İlk olarak yukarıda belirtildiği üzere, Instagram uygulaması üzerinden (.....) ile (.....) arasında gerçekleştirilen yazışma incelendiğinde (.....) tarafından “15 dk ya”, “Değişmezse”, “Tapacak bişi yok”, “Daha fazla tutamıyrm” ifadelerinin kullanıldığı görülmektedir. Akabinde söz konusu yazışma (.....) tarafından elektromarketlerin satış fiyatının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlanmaya çalışıldığı ve FAKİR çalışanlarının yer aldığı “Tss” isimli Whatsapp grubunda paylaşılmış ve (.....) tarafından VATAN’ın geçtiği, TEKNOSA’nın ise acil geçmesi gerektiği belirtilerek FAKİR çalışanından bu konu ile ilgilenmesi talep edilmiştir. Gerek (.....) tarafından gönderilen mesajlarda yer alan “15 dk ya”, “Değişmezse”, “Tapacak bişi yok”, “Daha fazla

tutamıyrm ifadeleri gerekse söz konusu mesajın “Tss” isimli Whatsapp grubuna gönderilip akabinde TEKNOSA’nın fiyat geçişinin talep edilmesi Instagram uygulaması üzerinden yapılan iletişiminin bağlamının elektromarketlerin satış fiyatı olduğunu ve yazışmanın FAKİR tarafından diğer elektromarketlere iletilmesi amacıyla gönderildiğini gösterir niteliktedir. Nitekim yazışmada 15 dakika içinde değişmezse fiyatlarının eski seviyesine güncelleneceğinden bahsedilmektedir. İlaveten böyle bir illiyet bağının kurulamadığı senaryoda söz konusu Instagram yazışmasının “Tss” isimli Whatsapp grubuna gönderilip akabinde TEKNOSA’nın fiyat geçişinin talep edilmesinin beklenemeyeceği, bu durumun hayatın olağan akışına aykırı olduğu değerlendirilmektedir. Nitekim fotoğraf paylaşıldıktan iki dakika sonra TEKNOSA’nın fiyat geçişinin yapılması talep edilmiş olup iki iletişim arasında söz konusu illiyet bağını zayıflatabilecek bir süre de bulunmamaktadır. Bu noktada MEDIA MARKT’ın savunmasında belirttiği gibi, iki iletişim arasındaki illiyet bağının salt kronolojik yakınlığa dayanılarak kurulmadığı görülmekte olup yalnızca iki iletişim arasındaki illiyet bağını zayıflatabilecek bir sürenin bulunmadığı belirtilmektedir. Sonuç olarak MEDIA MARKT tarafından söz konusu bulguya ilişkin yapılan savunmalara katılmak mümkün olmamaktadır.

- (110) Buna ek olarak bahse konu yazışmada yer alan hususların fiili durumla örtüşüp örtüşmediğinin anlaşılabilmesi adına, elektromarketlerden bulguda adı geçen ürünlere ilişkin ilgili tarih aralığındaki internet kanalındaki satış fiyatları ve fiyat değişimleri hakkında bilgi talep edilmiştir. Bu kapsamda söz konusu bulguda yer alan ekran görüntüsünde iki ayrı Fakir markalı Freelander toz torbasız süpürge ürünün bulunduğu görülmektedir. Teşebbüslerden gelen cevabi yazılardan; ilgili tarihlerde elektromarketlerin tamamı tarafından satışa sunulan ürünün RC7081 kodlu ürün olduğu görülmektedir. Bu kapsamda ilgili ürünün satış fiyatları incelendiğinde; ürünün satış fiyatının
- MEDIA MARKT yazışma tarihinde (.....) TL’den (.....) TL’ye, VATAN tarafından yazışma tarihinde (.....) TL’den sırasıyla (.....) TL ve (.....) TL’ye
 - TEKNOSA tarafından ise yazışmadan bir gün sonra 03.02.2024 tarihinde (.....) TL’den (.....) TL’ye

yükseltildiği görülmektedir. Bu kapsamda bulgu içeriğinin fiili durumla örtüştüğü anlaşılmaktadır.

- (111) Özetle yukarıda yer alan Whatsapp yazışmasından, FAKİR tarafından Fakir markalı ürünlere ilişkin olarak elektromarketler tarafından uygulanacak satış fiyatının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlanmaya çalışıldığı görülmektedir. Söz konusu bulgudan ayrıca elektromarketlerin FAKİR tarafından kendilerine iletilen fiyat geçişine ilişkin talebin, diğer elektromarketlere de iletileceği ve rakip elektromarketlerin bu hususta uyum göstereceği öngörüsüne sahip olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim bulguda yer alan ve FAKİR yetkilisi ile MEDIA MARKT yetkilisi arasında gerçekleştirilen yazışmada, MEDIA MARKT yetkilisinin FAKİR yetkilisine ismi yazışmada belirtilmeyen *-ancak yazışma içeriğinden TEKNOSA olduğu anlaşılan-* elektromarketin satış fiyatlarını değiştirmezse kendisinin de söz konusu fiyat seviyesini koruyamayacağını ilettiği, böylece fiyat geçiş talebinin FAKİR tarafından diğer elektromarketlere de iletileceği bilgisine elektromarketlerin sahip olduğu anlaşılmaktadır.
- (112) Yukarıda yer alan hususlar bütüncül olarak değerlendirildiğinde, FAKİR ile elektromarketlerin bahsi geçen ürünün perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt karteli niteliği sergileyen bir anlaşma ve/veya uyumlu eyleme taraf olduğu değerlendirilmektedir.

Bulgu-103

- (113) FAKİR'de yapılan yerinde incelemede elde edilen ve 01.04.2024 tarihinde FAKİR Zincir Mağazalar Satış Müdürü (.....) tarafından "Tss" isimli Whatsapp grubuna gönderilen iletiler aşağıdaki gibidir:

01.04.2024

(.....) (13.26) "Arkadaşlar"

(.....) (13.26) "MEDIA MARKT süpürge fiyatlarını geçti"

(.....) (13.26) "Revize edin sizde"

(.....) (13.26) "Düşmeden"

- (114) Bulgu-103'te yer alan ve FAKİR Zincir Mağazalar Satış Müdürü (.....) tarafından "Tss" isimli Whatsapp grubuna gönderilen iletilerde MEDIA MARKT'ın süpürge ürününde fiyat geçişini yaptığı belirtilmekte ve grup üyelerinin diğer elektromarketlerle iletişime geçip fiyatlarını revize etmelerinin sağlanmasının talep edildiği anlaşılmaktadır.
- (115) Yukarıda yer alan Whatsapp yazışmasının da işbu başlık altında yer verilen diğer bulgular ile benzer nitelikte olduğu değerlendirilmekte olup söz konusu yazışmadan, FAKİR tarafından elektromarketler tarafından uygulanacak satış fiyatının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlanmaya çalışıldığı görülmektedir. Bu kapsamda Bulgu-103 işbu başlık altında yer alan diğer bulgular ile birlikte değerlendirildiğinde, FAKİR ile elektromarketlerin bahsi geçen ürünlerin perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt karteli niteliği sergileyen bir anlaşma ve/veya uyumlu eyleme taraf olduğu değerlendirilmektedir.

Bulgu-104

- (116) FAKİR'de yapılan yerinde incelemede elde edilen ve 17.05.2024 tarihinde FAKİR Zincir Mağazalar Satış Müdürü (.....) ile FAKİR TSS Kanal Satış Yöneticisi (.....) arasında "Tss" isimli Whatsapp grubunda gerçekleşen yazışmanın içeriği aşağıdaki gibidir:

17.05.2024

(.....) (11.57) "Arkadaşlar teknosa fiyatlar ile ilgili sıkıntı mı var vatan aradı"

(.....) (11.57) "Mutfak taradı"

(.....) (11.57) "Bi düzeltelim"

(.....) (11.57) "Tavsiye fiyatları"

(.....) (11.57) "Mediada vatanın paniası için fiyst düzeltme istedi"

(.....) (12.04) "Selam benim tarafta web fiyatı sorunu gelmişti onu da çözdün zaten 🙌😊"

- (117) Bulgu-104'te yer alan ve FAKİR Zincir Mağazalar Satış Müdürü (.....) ile FAKİR TSS Kanal Satış Yöneticisi (.....) arasında "Tss" isimli Whatsapp grubunda gerçekleşen yazışmada, (.....) tarafından VATAN'ın kendilerini aradığı belirtilmekte ve TEKNOSA'nın mutfak ürünlerinin fiyatlarıyla ilgili bir sıkıntının olup olmadığının sorgulandığı görülmektedir. Yazışmanın devamında (.....) tarafından "Bi düzeltelim", "Tavsiye fiyatları" şeklinde grup üyelerine mesaj gönderildiği görülmekte ve MEDIA MARKT'ın da VATAN'ın Fakir markalı Pania tost makinesi ürününün satış fiyatının düzeltilmesini istediği belirtilmektedir. Söz konusu mesajlara fiyat geçişi konusunda MEDIA MARKT ile iletişime geçen FAKİR çalışanı olduğu anlaşılan (.....) tarafından ise

“Selam benim tarafta web fiyatı sorunu gelmişti onu da çözdün zaten 🙌😊” şeklinde dönüş yapıldığı görülmektedir.

- (118) Bahse konu yazışmada yer alan hususların fiili durumla örtüşüp örtüşmediğinin anlaşılabilmesi adına, elektromarketlerden bulguda adı geçen ürünlere ilişkin ilgili tarih aralığındaki internet kanalındaki satış fiyatları ve fiyat değişimleri hakkında bilgi talep edilmiştir. Bu çerçevede teşebbüslerden gelen cevabi yazılardan; Fakir markalı Pania tost makinesi ürününe ilişkin olarak;
- MEDIA MARKT'ın ilgili tarihteki fiyatının (.....) TL'den (.....) TL'ye düştüğü,
 - TEKNOSA'nın ilgili tarihlerdeki satış fiyatının (.....) TL olduğu,
 - İlgili dönemde VATAN'ın satış fiyatının ise (.....) TL olduğu

görülmektedir. Bu kapsamda –bulgu içeriği ile paralel bir şekilde- VATAN'ın ilgili dönemdeki satış fiyatının MEDIA MARKT ve TEKNOSA'nın fiyatından önemli ölçüde düşük olduğu görülmektedir. Öte yandan yazışmadan mutfak tarafında hangi ürünün kastedildiği net olarak anlaşılmadığından ilgili ürün kapsamında fiyat analizi yapılamamıştır.

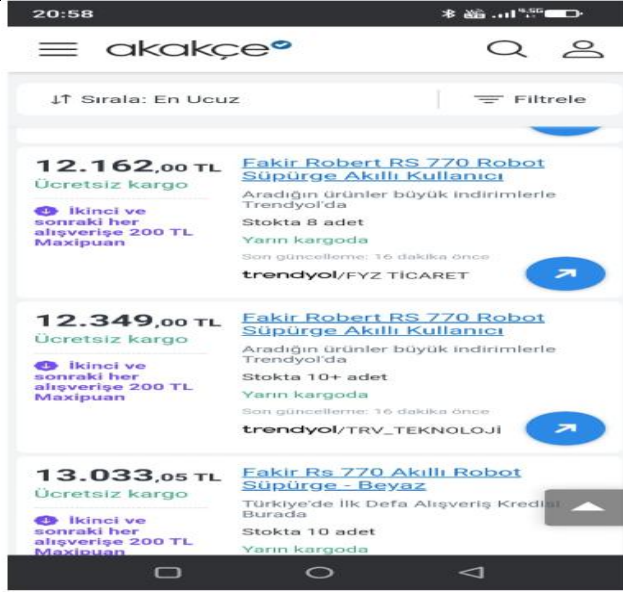
- (119) Her ne kadar ilgili bulgu kapsamında elektromarketlerin tamamı tarafından aynı fiyat seviyesine geçişinin sağlanmadığı tespit edilse de, yukarıda yer alan Whatsapp yazışmasından, FAKİR tarafından Fakir markalı ürünlere ilişkin olarak elektromarketler tarafından uygulanacak satış fiyatının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlanmaya çalışıldığı ve elektromarketlerin FAKİR tarafından kendilerine iletilen fiyat geçişine ilişkin talebin, diğer elektromarketlere de iletileceği ve rakip elektromarketlerin bu hususta uyum göstereceği öngörüsüne sahip olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim bulguda yer alan “Arkadaşlar teknosa fiyatlar ile ilgili sıkıntı mı var vatan aradı”, “Mediada vatanın paniası için fiyst düzeltme istedi” ifadelerinden VATAN'ın TEKNOSA'nın fiyatları ile ilgili şikâyetini FAKİR'e ilettiği, MEDIA MARKT'ın ise VATAN'ın satış fiyatının düzeltilmesi talebini FAKİR'e bildirdiği anlaşılmaktadır.
- (120) Nihai olarak, yukarıda yer alan Whatsapp yazışmasının da işbu başlık altında yer verilen yazışmalarla benzer nitelikte olduğu görülmekte olup Bulgu-104 işbu başlık altında yer alan diğer bulgular ile birlikte değerlendirildiğinde, FAKİR ile elektromarketlerin bahsi geçen ürünlerin perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt karteli niteliği sergileyen bir anlaşma ve/veya uyumlu eyleme taraf olduğu değerlendirilmektedir.

Bulgu-105

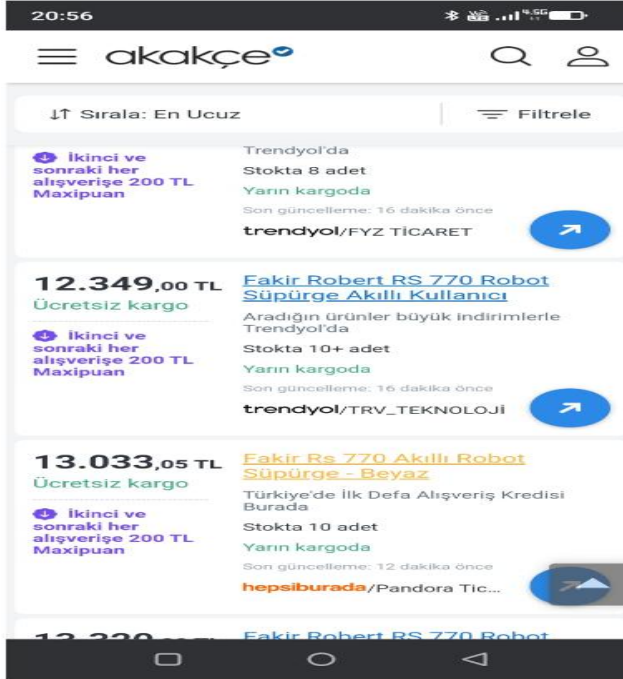
- (121) FAKİR'de yapılan yerinde incelemede alınan ve 25.06.2024 tarihinde “KANAL MÜDÜRLERİ” adlı Whatsapp grubunda FAKİR Zincir Mağazalar Satış Müdürü (.....) ile FAKİR Bayi Kanal Müdürü (.....) arasında gerçekleşen Whatsapp yazışmasının içeriği aşağıdaki gibidir:

25.06.2024

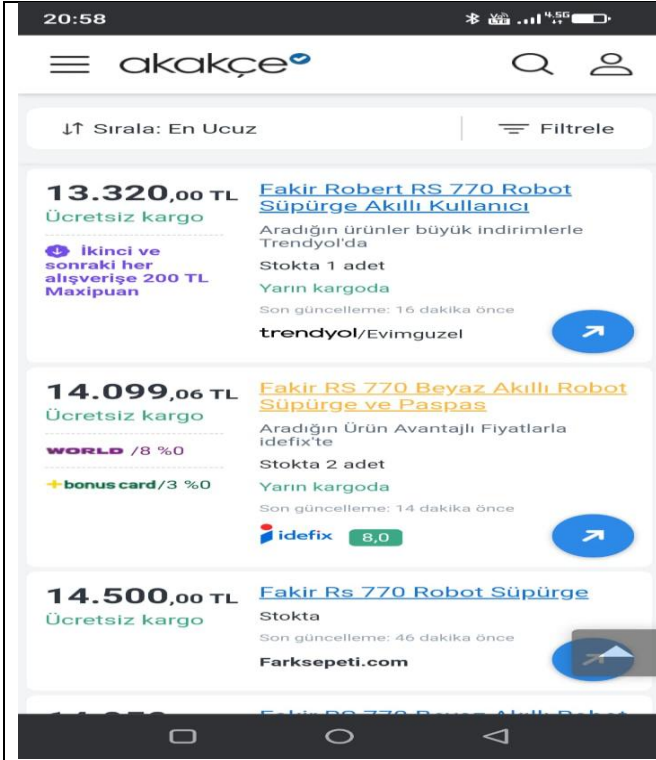
(.....): (08.58)“



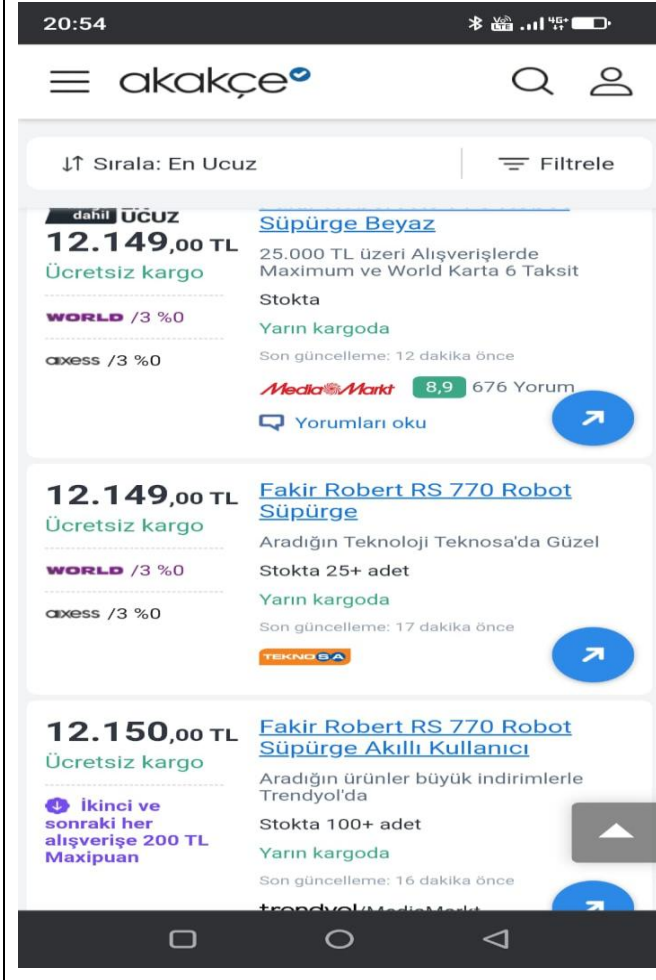
(.....): (08.58) “



(.....): (08.58) “



(.....): (08.58) “



(.....): (09.00) “Arkadaşlar merhaba,iyi akşamlar İşler ve piyasa şartları belli Maliyetinin altına ürün veriliyorsa sıkıntı baş gösteriyor demektir”

(.....): (09.01) “Merhaba abi vatan fiyat vurdu ürünleri kapattık diğer firmalarda otomatik sistem güncellemiş sabah düzelmiş olack yanlışlık olsun takipteyiz”

(.....): (09.01) “Teşekkür ederim (.....)”

(.....): (09.01) “Ama dediğine katılıyorum her noktada inanılmaz garip fiyatlara rağmen mal satamıyoruz”

- (122) Bulgu-105'te yer alan ve FAKİR Zincir Mağazalar Satış Müdürü (.....) ile FAKİR Bayi Kanal Müdürü (.....) arasında gerçekleşen Whatsapp yazışmasında; (.....) tarafından Fakir markalı Robert RS770 model robot süpürgeci fiyat karşılaştırma sitesindeki fiyatlarının görüldüğü dört adet görselin gönderildiği görülmektedir. Bunun üzerine (.....) tarafından VATAN'ın “fiyatları vurduğu”, bu nedenle VATAN'ın söz konusu ürününü satışa kapattırdıkları, diğer teşebbüslerin fiyatlarının ise sistem tarafından otomatik olarak güncellendiği, sabaha fiyatların düzelmiş olacağı, ayrıca durumu takipte oldukları ifade edilmektedir.
- (123) Bulgu içeriğinde yer alan ve Fakir markalı Robert RS770 model robot süpürgeci fiyat karşılaştırma sitesindeki fiyatlarının görüldüğü görsel incelendiğinde, zincir mağazalar arasında yalnızca MEDIA MARKT ve TEKNOSA'nın bulunduğu ve bu teşebbüslerin ilgili ürünlerdeki satış fiyatının 12.149 TL olduğu görülmektedir. Buna ilaveten VATAN'ın ilgili ürünlerdeki fiyatlarını bozmasının akabinde diğer teşebbüslerin fiyatlarının sistem tarafından otomatik olarak güncellendiği ve sabaha fiyatların düzeleceği bilgisi veren kişinin FAKİR Zincir Mağazalar Satış Müdürü (.....) olduğu ve söz konusu kişinin görev alanının da zincir mağazalar ile sınırlı olduğu görülmektedir. Bir başka anlatımla, FAKİR tarafından elektromarketlerin satış fiyatının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlanmaya çalışıldığı anlaşılan “Tss” isimli Whatsapp grubunda aktif olarak FAKİR çalışanları arasında görevlendirme yapan (.....)'nın görev alanı nedeniyle bulguda fiyatları sistem tarafından otomatik olarak güncellenen ve sabaha fiyatları “düzelecek” olan teşebbüslerin elektromarketler olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim aşağıda yer verilen ve söz konusu bulgu ile aynı tarihli olan Bulgu-106'da da aynı konunun konuşulduğu görülmektedir. Özetle söz konusu bulgudan, VATAN'ın satış fiyatının değişmesi neticesinde FAKİR tarafından fiyatlarını aynı şekilde revize eden ilgili elektromarketler ile görüşüldüğü ve elektromarketlerin satış fiyatlarını yeniden eski seviyelerine yükselteceği anlaşılmaktadır.
- (124) Bahse konu yazışmada yer alan hususların fiili durumla örtüşüp örtüşmediğinin anlaşılabilmesi adına, elektromarketlerden bulguda adı geçen ürünlere ilişkin ilgili tarih aralığındaki internet kanalındaki satış fiyatları ve fiyat değişimleri hakkında bilgi talep edilmiştir. Bu çerçevede teşebbüslerden gelen cevabi yazılardan; Fakir markalı Robert RS770 model robot süpürgeye ilişkin olarak;
- TEKNOSA ve MEDIA MARKT'ın bulgu tarihinde (.....) TL olan satış fiyatının (.....) TL'ye düştüğü, söz konusu elektromarketlerin satış fiyatının bir gün sonra (.....) TL'ye yükseltildiği,
 - VATAN'ın bulgu tarihinde (.....) TL olan satış fiyatının (.....) TL'ye düştüğü, 28.06.2024 tarihinde ise satış fiyatının (.....) TL seviyesine yükseltildiği
- görülmektedir. Bu kapsamda –bulgu içeriği ile paralel bir şekilde- MEDIA MARKT ve TEKNOSA tarafından satış fiyatlarının bulgu tarihinden bir sonraki gün tekrar yükseltildiği görülmektedir.

- (125) Yukarıda yer alan Whatsapp yazışmasının da işbu başlık altında yer verilen diğer bulgular ile benzer nitelikte olduğu görülmekte olup söz konusu yazışmadan, FAKİR tarafından elektromarketler tarafından uygulanacak satış fiyatının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlanmaya çalışıldığı görülmektedir. Özetle söz konusu bulgu da, işbu başlık altında yer alan diğer bulgular ile birlikte değerlendirildiğinde, FAKİR ile elektromarketlerin bahsi geçen ürünlerin perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt karteli niteliği sergileyen bir anlaşma ve/veya uyumlu eyleme taraf olduğu değerlendirilmektedir.

Bulgu-106

- (126) FAKİR'de yapılan yerinde incelemede elde edilen ve 25.06.2024 - 27.06.2024 tarihleri arasında FAKİR Zincir Mağazalar Satış Müdürü (.....), FAKİR Zincir Kanal Satış Sorumlusu (.....), FAKİR Zincir Kanal Satış Yöneticisi (.....) ve FAKİR TSS Kanal Satış Yöneticisi (.....) arasında "Tss" isimli Whatsapp grubunda gerçekleşen yazışmanın içeriği aşağıdaki gibidir:

25.06.2024

(.....): (17.49) "Arkadaşlar süpürge fiyatlarıyla şlgili ciddi kriz oldu"

(.....): (17.49) "Vatan kapattı ürünleri satışa"

(.....): (17.49) "Vatan fiyat yapmıştı"

(.....): (17.49) "Teknosa ve mediamarkt fiyatlarını düzenletelim"

(.....): (17.50) "Robert 15.999

Bolt aqua 12999

Freelander 7081 5999

Bolt 8365 10999

Inovatör 7286 10999"

(.....): (17.50) "Heryer bu fiyatlara geçsin"

(.....): (18.03) "5056 ve Vacuum pro haricinde tamamen kapandı"

(.....): (18.03) "5-10 dkkaya o iki üründe yansıyacak"

26.06.2024

(.....): (13.31) "Teknosa Fiyat geçti"

(.....): (13.32) "mm vatan ne zaman geçecek arkadaşlar"

(.....) (13.34) "Mm geçti (.....) ile görüştüm sabah"

(.....): (15.15) "Bolt aqua 12999 yapalım"

(.....) (16.30) "(.....) konştım pricing kontrol edip sahayı yapıcaklar dedi hatılatırım tekrar"

(.....) (16.34) "Fiyatlandıma ile görüştüm akşam 10 yada sabah yansır dedi. Bir soracak nedn sabah yükselmediğini"

27.06.2024

(.....) (15.11) "Bolt 8365 12499 mm bunu1099 yaptırcsz mı diğerleri düzeldi" ["Robert 15.999 Bolt aqua 12999 Freelander 7081 5999 Bolt 8365 10999 Inovatör 7286 10999" iletili alıntılanarak cevaplanmıştır.]

- (127) Bulgu-106'da yer alan 25.06.2024 tarihli yazışmada, FAKİR Zincir Mağazalar Satış Müdürü (.....) tarafından süpürge fiyatları ile ilgili ciddi bir kriz olduğu, VATAN'ın "*fiyat yaptığı*", daha sonra ürünlerini satışa kapattığı belirtilmiş ve TEKNOSA ve MEDIA MARKT'ın fiyatlarının revize edilmesi talep edilmiştir. Akabinde (.....) tarafından söz konusu Whatsapp grubuna Fakir markalı beş ürünün isminin ve satış fiyatının belirtildiği bir mesaj gönderilmiş ve "*Heryer bu fiyatlara geçsin*" ifadesi ile tüm elektromarketlerin söz konusu fiyatlara geçmesi talep edilmiştir. Yazışmanın devamında FAKİR Zincir Kanal Satış Sorumlusu (.....) tarafından *-ismi bulguda yer almayan bir elektromarkette-* Fakir markalı 5056 kodlu ve vacuum pro isimli ürünlerin haricindeki ürünlerin tamamen satışa kapandığı ve 5-10 dakika içerisinde bu iki üründe de fiyatın yansıtacağı belirtilmiştir. İşbu başlık altında yer verilen bulguların bütüncül değerlendirilmesinden, (.....)'ın fiyat geçişi konusunda VATAN ile iletişime geçen FAKİR çalışanı olduğu anlaşılmaktadır.
- (128) 26.06.2024 tarihli yazışmada ise, FAKİR Zincir Kanal Satış Yöneticisi (.....) tarafından TEKNOSA'nın fiyat geçişini yaptığı bilgisinin verildiği ve MEDIA MARKT ile VATAN'ın ise fiyat geçişini ne zaman yapacağını sorulduğu görülmektedir. Söz konusu soru FAKİR TSS Kanal Satış Yöneticisi (.....) tarafından (.....) isimli kişiyle görüşüldüğü, MEDIA MARKT'ın fiyat geçişini yaptığı şeklinde cevaplanmıştır. Yazışmanın devamında (.....) tarafından Fakir markalı bold aqua dikey şarjlı kablosuz süpürge ürününün fiyatının 12.999 TL yapılması talep edilmektedir. (.....) tarafından ise ilk olarak (.....) isimli kişiyle görüştüğü, sahayı kontrol edip fiyat revizesini yapacakları bilgisinin kendisine verildiği, daha sonra ise fiyatlandırma ile görüşüldüğü, kendisine aynı gün saat 20:00 civarında ya da bir sonraki gün sabaha fiyatların yansıtacağını belirtildiği bilgisinin verildiği görülmektedir.
- (129) Son olarak, 27.06.2024 tarihli yazışmada, (.....) tarafından MEDIA MARKT'ta Fakir markalı Bold 8356 kodlu ürünün satış fiyatının hâlihazırda 12.499 TL olduğu, bu fiyatı *-25.06.2024 tarihli yazışma belirtilen-* 10.999 TL olarak revize ettirip ettirmeyeceklerinin sorulduğu görülmektedir. Ayrıca (.....) tarafından MEDIA MARKT'ta diğer ürünlerin satış fiyatlarının düzeldiği bilgisi verilmektedir.
- (130) Bahse konu yazışmada yer alan hususların fiili durumla örtüşüp örtüşmediğinin anlaşılabilmesi adına, elektromarketlerden bulguda adı geçen ürünlere ilişkin ilgili tarih aralığındaki internet kanalındaki satış fiyatları ve fiyat değişimleri hakkında bilgi talep edilmiştir. Bu çerçevede teşebbüslerden gelen cevabi yazılardan; bulguda yer alan ürünlere ilişkin olarak;
- MEDIA MARKT tarafından 26.06.2024 tarihinde RS770, 7081 ve Bolt aqua model ürünlerin satış fiyatlarının bulguda belirtilen seviyeye yükseltildiği, Bolt 8365 kodlu ürünün fiyatının ise bulguda belirtilen fiyat seviyesinden daha yüksek bir fiyat seviyesi olan (.....) TL'ye yükseltildiği,
 - TEKNOSA tarafından 26.06.2024 tarihinde RS770, 7081 ve Bolt aqua model ürünlerin satış fiyatlarının bulguda belirtilen seviyeye yükseltildiği, bulgu tarihinde ise Bolt 8365 kodlu ürünün fiyatının ise bulguda belirtilen fiyat seviyesinden daha yüksek bir fiyat seviyesi olan (.....) TL'ye yükseltildiği,
 - VATAN tarafından ise ilgili tarihlerde bulguda belirtilen fiyat seviyelerine geçiş yapılmadığı

görülmektedir. Bu kapsamda *-bulgu içeriği ile paralel bir şekilde-* MEDIA MARKT ve TEKNOSA tarafından bulguda belirtilen beş üründen üçünde satış fiyatlarının bulgudaki seviyelere yükseltildiği görülmektedir. Söz konusu elektromarketler tarafından Bolt 7081 kodlu üründe de FAKİR tarafından belirtilen fiyat seviyesine geçiş yapılmayıp daha yüksek bir fiyat seviyesinde fiyatın güncellendiği görülmektedir.

- (131) Yukarıda yer alan Whatsapp yazışmasının da işbu başlık altında yer verilen diğer bulgular ile benzer nitelikte olduğu görülmekte olup söz konusu yazışmadan, FAKİR tarafından elektromarketler tarafından uygulanacak satış fiyatının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlanmaya çalışıldığı görülmektedir. Özetle söz konusu bulgu da, işbu başlık altında yer alan diğer bulgular ile birlikte değerlendirildiğinde, FAKİR ile elektromarketlerin bahsi geçen ürünlerin perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt karteli niteliği sergileyen bir anlaşma ve/veya uyumlu eyleme taraf olduğu değerlendirilmektedir.

Bulgu-107

- (132) FAKİR'de 06.03.2025 tarihinde yapılan yerinde incelemede elde edilen ve 26.06.2024 tarihinde FAKİR Zincir Kanal Satış Yöneticisi (.....) ile FAKİR TSS Kanal Satış Yöneticisi (.....) arasında gerçekleşen Whatsapp yazışmasının içeriği aşağıdaki gibidir:

26.06.2024

(.....) (18.48)“(.....) *bold aqua 8472 10.499*”

(.....) (18.48) “Geçmemişler”

(.....) (18.48) “Senin tarafında”

(.....) (18.49)(.....) *hepsini yansıttım Dedi*”

(.....) (18.49) “Bakıyorum”

(.....) (18.50)

(.....)

(.....) (18.50) “Bu (.....) 12999 t.p.fiyatı”

(.....) (18.51) “Mağazada 10.500”

(.....) (18.51) “400 ₺ mi sorun püüüü”

(.....) (18.51) “Kgkgxkgxkgxkxt”

(.....) (18.52) “2.500 TL fark kenke”

(.....) (18.52) “Teknosa 12999 geçti”

(.....) (18.52) “Vatanda”

(.....) (18.52) “🤔”

(.....) (18.53) “Amannnn fani şeyler”

(.....) (18.54) “🤔🤔”

(.....) (18.54) “Arucm”

(.....) (18.55) “Ara kanka Teknosa altına girecek”

(.....) (18.55) “Yoksa 🤔”

- (133) Bulgu-107'de yer alan ve FAKİR Zincir Kanal Satış Yöneticisi (.....) ile FAKİR TSS Kanal Satış Yöneticisi (.....) arasında gerçekleşen Whatsapp yazışmasında, (.....) tarafından Fakir markalı Bolt aqua 8472 kodlu dikey şarjlı kablolu süpürge ürününün satış fiyatının -(.....)'ın tarafında- 10.499 TL olduğu, ilgili elektromarketin fiyatı geçmediği ifade edilmektedir. İşbu başlık altında yer verilen bulguların bütüncül değerlendirilmesinden, (.....)'ın fiyat geçişi konusunda MEDIA MARKT ile iletişime geçen FAKİR çalışanı olduğu anlaşılmaktadır. Söz konusu mesaja cevaben (.....) tarafından (.....) isimli kişinin hepsini yansıttığını söylediği ifade edilmiş kendisinin de bakacağı hakkında bilgi verilmiştir. Daha sonra (.....) tarafından söz konusu ürünün

satış fiyatının 10.499 TL olarak görüldüğü bir ekran görüntüsü paylaşılmış ve ürünün “t.p. fiyatı”nın 12.999 TL olduğu belirtilmiştir. Yazışmanın devamında (.....) tarafından TEKNOSA ve VATAN’ın 12.999 TL’lik fiyata geçiş yaptığı belirtilmiştir. Söz konusu mesaja (.....) tarafından “Arucm” şeklinde dönüş yapılarak MEDIA MARKT ile iletişime geçeceğinin belirtildiği görülmektedir. Nitekim yazışmanın devamında (.....) tarafından “Ara kanka Teknosa altına girecek”, “Yoksa 🙄” ifadelerinin kullanıldığı görülmektedir.

- (134) Bulgu-106’da da belirtildiği üzere, teşebbüslerden gelen fiyat değişikliklerine ilişkin cevabi yazılardan; Fakir markalı Bolt aqua 8472 kodlu ürüne ilişkin olarak 26.06.2024 tarihinde MEDIA MARKT ve TEKNOSA’nın ürünün satış fiyatını (.....) TL olarak güncelledikleri, öte yandan ilgili tarihte VATAN’ın satış fiyatının bulguda belirtilen fiyat seviyesinden farklı olarak (.....) TL’ye güncellendiği görülmektedir. Bu kapsamda MEDIA MARKT ve TEKNOSA tarafından bulguda belirtilen ürünün fiyatının bulgudaki fiyat seviyesine yükseltildiği görülmektedir.
- (135) Yukarıda yer alan Whatsapp yazışmasının da işbu başlık altında yer verilen diğer bulgular ile benzer nitelikte olduğu görülmekte olup söz konusu yazışmadan, FAKİR tarafından elektromarketler tarafından uygulanacak satış fiyatının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlanmaya çalışıldığı görülmektedir. Özetle söz konusu bulgu da işbu başlık altında yer alan diğer bulgular ile birlikte değerlendirildiğinde, FAKİR ile elektromarketlerin bahsi geçen ürünlerin perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt karteli niteliği sergileyen bir anlaşma ve/veya uyumlu eyleme taraf olduğu değerlendirilmektedir.

Bulgu-109

- (136) FAKİR’de yapılan yerinde incelemede elde edilen ve 01.08.2024 ve 06.08.2024 tarihlerinde FAKİR Zincir Mağazalar Satış Müdürü (.....), FAKİR Zincir Kanal Satış Yöneticisi(.....) ve FAKİR TSS Kanal Satış Yöneticisi (.....) arasında “Tss” isimli Whatsapp grubunda gerçekleşen yazışmanın içeriği aşağıdaki gibidir:

01.08.2024

(.....): (09.45) “Arkadaşlar fiyat bozan var mı geçtiğimiz fiyatlarda”

(.....): (09.45) “Acil kontrol edelim”

(.....) (09.45) “mm TRENDYOL VE AKAKÇA fiyatını görmüş düzeltiyor (.....)”

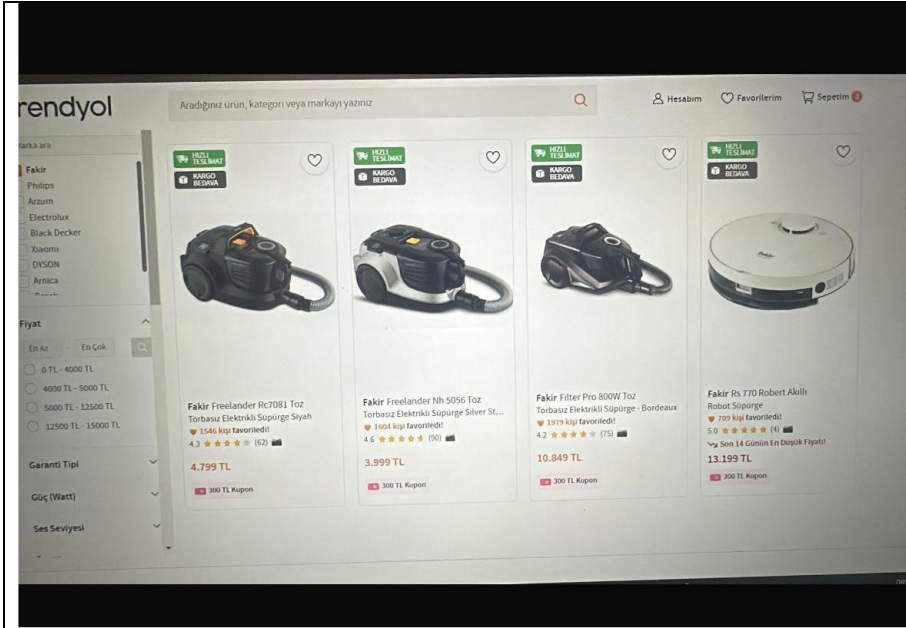
(.....): (09.46) “Orfa fiyatı yapan firma kim belli mi”

(.....) (09.47) “bakıyorum şimdi”

(.....) (09.50) “(.....) diye bi mağaza”

(.....): (09.50) “Kimse o”

(.....): (09.50) “



(.....): (09.53) “Bayiyi boşversinler media teknosa vatan”

(.....) (09.54) “(.....) bugün tersinden kalkmış boş yapıo siniri geçsin konuşcm ayrıca”

(.....): (09.54) “Tmaam canı”



(.....) (09.55) “ ”

(.....): (10.09) “(.....) olmayacak”

(.....): (10.09) “Çıktın sen diyemediğöüz için”

(.....): (10.09) “İsimlerini yazdık”

06.08.2024

(.....): (11.48) “Teknosa geçiş yaptı”

(.....) (11.49) “1-2 saate diğerlerinde değişim olmaz ise eski fiyatlara dönüş yapacaklar”

(.....) (11.54) “(.....)”

(.....) (11.56) “Mm Teknosa ya eşitlio tüm fiyatları attığım listeye bakacaklar çakışmayanları ayrıca düzeltilecekler”

- (137) Bulgu-109’da yer alan ve FAKİR Zincir Mağazalar Satış Müdürü (.....), FAKİR Zincir Kanal Satış Yöneticisi (.....) ve FAKİR TSS Kanal Satış Yöneticisi (.....) arasında “Tss” isimli Whatsapp grubunda gerçekleşen 01.08.2024 tarihli yazışmadan, (.....) tarafından elektromarketler arasında “fiyat bozan” firmanın olup olmadığının acil kontrol edilmesinin talep edildiği anlaşılmaktadır. Söz konusu mesaja cevaben (.....) tarafından kullanılan “mm TRENDYOL VE AKAKÇA fiyatını görmüş düzeltiyor (.....)” ifadesinden MEDIA MARKT’ın Trendyol ve Akakçe isimli sitelerdeki fiyatlar nedeniyle kendi satış fiyatını düşürdüğü ancak daha sonra MEDIA MARKT’ın satış fiyatlarının “düzeltirildiği” bilgisinin verildiği anlaşılmaktadır. Bunun üzerine (.....) tarafından ilgili yerlerde “fiyat yapan” firmanın kim olduğu sorgulanmakta, (.....) tarafından ise ilgili firmanın (.....) isimli bir mağaza olduğu belirtilmekte ve Trendyol isimli çevrim içi satış platformunda Fakir markalı süpürge ürünlerinin fiyatlarının gözüktüğü bir fotoğraf paylaşılmaktadır. Yazışmada ayrıca (.....) tarafından elektromarketlerin bayi fiyatlarını boş vermesi gerektiği belirtilmektedir.

- (138) 06.08.2024 tarihli yazışmada ise (.....) tarafından TEKNOSA'nın fiyat geçişlerini yaptığı, 1-2 saate diğer elektromarketlerin fiyatlarında bir değişim olmazsa TEKNOSA tarafından eski fiyatlara dönüş yapılacağına belirtildiğine ilişkin bir bilgi verildiği görülmektedir. Söz konusu mesajın akabinde MEDIA MARKT ile iletişime geçtiği anlaşılan (.....) tarafından ise MEDIA MARKT'ın tüm fiyatlarını TEKNOSA'nın satış fiyatlarına eşitlediğini, FAKİR tarafından atılan listedeki fiyatlarda bir farklılık olması durumunda diğer fiyatlarını da ayrıca düzeltereklerini belirttiğine ilişkin bilgi verildiği görülmektedir.
- (139) Yukarıda yer alan Whatsapp yazışmalarından, FAKİR tarafından Fakir markalı ürünlere ilişkin olarak elektromarketler tarafından uygulanacak satış fiyatının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlanmaya çalışıldığı görülmektedir. Benzer şekilde bulgudan elektromarketlerin FAKİR tarafından kendilerine iletilen fiyat geçişine ilişkin talebin, diğer elektromarketlere de iletileceği ve rakip elektromarketlerin bu hususta uyum göstereceği öngörüsüne sahip olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim TEKNOSA'nın fiyat geçişini yapmasının akabinde 1-2 saate diğer elektromarketlerin satış fiyatlarında bir değişim olmazsa TEKNOSA tarafından eski fiyatlara dönüş yapılacağı bilgisinin FAKİR yetkililerine bildirilmesi bu durumu gösterir niteliktedir.
- (140) Özetle söz konusu bulgunun da, işbu başlık altında yer alan diğer bulgular ile benzer nitelikte olduğu görülmektedir. Bu kapsamda Bulgu-109 işbu başlık altında yer verilen diğer bulgular ile birlikte değerlendirildiğinde, FAKİR ile elektromarketlerin bahsi geçen ürünlerin perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt karteli niteliği sergileyen bir anlaşma ve/veya uyumlu eyleme taraf olduğu değerlendirilmektedir.

Bulgu-110

- (141) FAKİR'de yapılan yerinde incelemede elde edilen ve 09.08.2024 tarihinde FAKİR Zincir Kanal Satış Yöneticisi (.....) ile FAKİR TSS Kanal Satış Yöneticisi (.....) arasında "Tss" isimli Whatsapp grubunda gerçekleşen yazışmanın içeriği aşağıdaki gibidir:

09.08.2024

(.....) (12.14)

(.....)

Fiyatları kontrol edebilir msnz"

(.....) (12.15) "Mm bozmuş 770 ve 7081 Teknosa aradı"

(.....) (12.16) "piyasanın kötü çocuğu gibi olduk MM interentte fiyat görmese bozmaz. Görmüşür yine bi yerde (.....) le görüşcem"

(.....) (12.16) "Valla Teknosa da görmedi 🤔"

(.....) (12.17) "tamam"

- (142) Bulgu-110'da yer alan ve FAKİR Zincir Kanal Satış Yöneticisi (.....) ile FAKİR TSS Kanal Satış Yöneticisi (.....) arasında "Tss" isimli Whatsapp grubunda gerçekleşen yazışmada, (.....) tarafından "Fiyatları kontrol edebilir msnz" ifadesi ile birlikte bir excel tablosunun fotoğrafının gönderildiği görülmektedir. Söz konusu fotoğraf incelendiğinde, excel dosyasında Fakir ve Delonghi markalı çeşitli ürünlere ilişkin TEKNOSA, VATAN ve MEDIA MARKT'ın satış fiyatının ve söz konusu ürünlerin hedef fiyatının yer aldığı görülmektedir. Söz konusu mesajın akabinde (.....) tarafından TEKNOSA'nın aradığı, MEDIA MARKT'ın Fakir markalı ve RS 770 ve 7081 kodlu elektrikli süpürge ürünlerinin fiyatlarını bozduğu hakkında bilgi verdiği belirtilmektedir. Söz konusu mesaja cevaben (.....) tarafından ise MEDIA MARKT'ın internette düşük

fiyat görmeden fiyatını bozmayacağı belirtilmekte ve (.....) isimli kişiyle görüşeceği konusunda bilgi verilmektedir.

- (143) Bahse konu yazışmada yer alan hususların fiili durumla örtüşüp örtüşmediğinin anlaşılabilmesi adına, elektromarketlerden bulguda adı geçen ürünlere ilişkin ilgili tarih aralığındaki internet kanalındaki satış fiyatları ve fiyat değişimleri hakkında bilgi talep edilmiştir. Bu kapsamda teşebbüslerden gelen cevabi yazılardan;

- Fakir markalı RS770 kodlu akıllı robot süpürgeye ilişkin olarak;
 - o MEDIA MARKT tarafından 08.08.2024 tarihinde (.....) TL'lik satış fiyatının (.....) TL'ye düşürüldüğü, ilgili tarih aralığında fiyatının (.....) TL seviyesinde olduğu,
 - o TEKNOSA'nın 07.08.2024 tarihinde (.....) TL olan satış fiyatının (.....) TL seviyesine düşürüldüğü, ilgili tarih aralığında fiyatının (.....) TL seviyesinde olduğu,
 - o VATAN'ın satış fiyatının 08.08.2024 tarihinde (.....) TL'den (.....) TL'ye düştüğü, daha sonra ilgili dönemde satış fiyatının (.....) TL ile (.....) TL arasında değişkenlik gösterdiği,
- Fakir markalı RC7081 kodlu elektrikli süpürgeye ilişkin olarak;
 - o MEDIA MARKT'ın satış fiyatının 08.08.2024 tarihinde (.....) TL'den (.....) TL'ye düştüğü,
 - o TEKNOSA'nın ilgili tarihlerdeki satış fiyatının (.....) TL seviyesinde olduğu,
 - o VATAN'ın satış fiyatının 09.08.2024 tarihinde (.....) TL'den (.....) TL'ye seviyesine yükseldiği

görülmektedir. Bu kapsamda ilgili tarihlerde MEDIA MARKT'ın fiyatını düşürdüğü ve sonrasında elektromarketler tarafından adı geçen ürünlerde fiyat birlikteliğinin sağlanmadığı görülmektedir.

- (144) Her ne kadar ilgili bulgu kapsamında elektromarketler tarafından fiyat geçişinin sağlanmadığı tespit edilse de, yukarıda yer alan Whatsapp yazışmasından, FAKİR tarafından Fakir markalı ürünlere ilişkin olarak elektromarketler tarafından uygulanacak satış fiyatının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlanmaya çalışıldığı görülmektedir. Benzer şekilde söz konusu bulgudan da elektromarketlerin FAKİR tarafından kendilerine iletilen fiyat geçişine ilişkin talebin, diğer elektromarketlere de iletileceği ve rakip elektromarketlerin bu hususta uyum göstereceği öngörüsüne sahip olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim yazışmadan TEKNOSA tarafından MEDIA MARKT'ın Fakir markalı iki üründe “*fiyat bozduğu*” bilgisinin FAKİR yetkililerini aramak suretiyle bildirildiği anlaşılmaktadır.
- (145) Özetle söz konusu bulgunun da, işbu başlık altında yer alan diğer bulgular ile benzer nitelikte olduğu görülmektedir. Bu kapsamda Bulgu-110 işbu başlık altında yer alan diğer bulgular ile birlikte değerlendirildiğinde, FAKİR ile elektromarketlerin bahsi geçen ürünlerin perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt karteli niteliği sergileyen bir anlaşma ve/veya uyumlu eyleme taraf olduğu değerlendirilmektedir.

Bulgu-111

- (146) FAKİR'de yapılan yerinde incelemede elde edilen ve 16.10.2024 – 17.10.2024 tarihlerinde FAKİR Zincir Mağazalar Satış Müdürü (.....), FAKİR Zincir Mağazalar Satış Yöneticisi (.....), FAKİR Zincir Mağazalar Satış Sorumlusu (.....) ve FAKİR TSS Satış

Kanal Yöneticisi (.....) arasında “Tss” isimli Whatsapp grubunda gerçekleşen yazışmanın içeriği aşağıdaki gibidir:

16.10.2024

(.....): (11.13) “Gençler günaydın ojo fiyatını 1499 yaptırabilir misini ?” [👤 ifadesi bırakılmıştır.]

(.....): (18.12) “61 b fiyatlarını düzeltelim arkadaşlar 18999 olsun en azından”

(.....): (18.19) “Tamamdır (.....) Bey”

17.10.2024

(.....): (11.42) “(.....) acil 31 sb fiyastını 17999 a çıkaralım”

(.....): (11.42) “Acil”

(.....): (11.42) “Bu düzeldi mi” [“61 b fiyatlarını düzeltelim arkadaşlar 18999 olsun en azından” iletilisi alıntılanarak cevaplanmıştır.]

(.....): (11.43) “Tamamdır abi”

(.....): (11.45) “Tamamdır (.....) bey hızlıca görüşüyorum”

(.....): (11.49) “61 b girişi yapıldı manuel giriş yapıyoruz hızlı olması için”

(.....): (11.50) “Aynı şekilde 31 SB mail atıyorum düzeltilmesi yapılacak”

(.....): (11.51) “Webte şimdi yansır benimki de mağaza içi için teknosayı bekliyorum”

(.....): (11.54) “Mm iletilen tavsiye fiyatları geçti”

(.....): (11.59) “10 dk ya geçecek”

(.....): (11.59) “Takip ediyorum”

(.....): (12.57) “Teknosa iki urundede geçiş yaptı fiyatlara”

...

(.....): (17.00) “(.....) delonghi fiyatların düzelmemiş” [“Webte şimdi yansır benimki de mağaza içi için teknosayı bekliyorum” iletilisi alıntılanarak cevaplanmıştır.]

(.....): (17.02) “Mağazayı yarın Sabah yapabilecek pozisyondayız dedi şimdi görüştüm bende”

(.....): (17.02) “Web’de okeyler”

(147) Bulgu-111’de yer alan 16.10.2024 tarihli yazışmada, FAKİR TSS Satış Kanal Yöneticisi (.....) tarafından Fakir markalı ojo cam su ısıtıcı fiyatının 1.499 TL yapılmasının talep edildiği görülmektedir. Aynı tarihte FAKİR Zincir Mağazalar Satış Müdürü (.....) tarafından ise Delonghi markalı 61 B kodlu otomatik espresso makinesinin satış fiyatlarının düzeltilerek en az 18.999 TL yapılması talep edilmektedir. Söz konusu mesajın (.....) tarafından onaylandığı görülmektedir.

(148) 17.10.2024 tarihli ve (.....) tarafından (.....) ve (.....)’a hitaben yazılan mesajda ise Delonghi markalı 31 B kodlu otomatik espresso makinesinin satış fiyatının acil olarak 17.999 TL’ye çıkartılması talep edilmekte akabinde ise 61 B kodlu ürünün satış fiyatının düzelip düzelmediği sorulmaktadır. Yazışmanın devamında (.....) ve (.....) tarafından söz konusu talebin onaylandığı ve hızlı bir görüşme yapacaklarının belirtildiği görülmektedir. Yazışmanın ilerleyen kısımlarında (.....) tarafından MEDIA MARKT’ın iletilen tavsiye fiyatlara geçiş yaptığı, (.....) tarafından ise TEKNOSA’nın iki üründe de fiyat geçişini yaptığı hakkında bilgi verildiği görülmektedir.

- (149) Yazışmanın son kısımlarında ise, (.....) tarafından “Webte şimdi yansır benimki de mağaza içi için teknosayı bekliyorum” ifadesi alıntılanarak (.....)’a hitaben yazılan mesajda Delonghi satış fiyatlarının düzelmediği belirtilmektedir. Söz konusu mesaja cevaben (.....) tarafından gönderilen cevaptan -ismi yazışmada belirtilmeyen ancak işbu başlık altında yer alan bulguların bütüncül değerlendirilmesinde VATAN olduğu anlaşılan- elektromarket ile görüşüldüğü ve VATAN’ın mağaza fiyatlarını bir sonraki gün sabah düzeltebileceklerini, öte yandan internet fiyatlarında ise fiyat geçişi bakımından bir sorun olmadığını ilettiği anlaşılmaktadır.
- (150) Bahse konu yazışmada yer alan hususların fiili durumla örtüşüp örtüşmediğinin anlaşılabilmesi adına, elektromarketlerden bulguda adı geçen ürünlere ilişkin ilgili tarih aralığındaki internet kanalındaki satış fiyatları ve fiyat değişimleri hakkında bilgi talep edilmiştir. Bu kapsamda teşebbüslerden gelen cevabi yazılardan;
- Fakir markalı ojo cam su ısıtıcısına ilişkin olarak;
 - o MEDIA MARKT ve VATAN tarafından 16.10.2024 tarihinde satış fiyatının (.....) TL’ye yükseltildiği,
 - o TEKNOSA tarafından ise 17.10.2024 tarihinde satış fiyatının (.....) TL’den (.....) TL’ye yükseltildiği,
 - Delonghi markalı 61 B kodlu otomatik espresso makinesine ilişkin olarak;
 - o MEDIA MARKT’ın ilgili tarihlerdeki satış fiyatının (.....) TL seviyesinde olduğu,
 - o TEKNOSA ve VATAN tarafından ise 17.10.2024 tarihinde satış fiyatının (.....) TL’den (.....) TL’ye yükseltildiği,
 - Delonghi markalı 31 SB kodlu otomatik espresso makinesine ilişkin olarak;
 - o MEDIA MARKT tarafından 14.10.2024 tarihinde (.....) TL olan satış fiyatının (.....) TL’ye yükseltildiği, akabinde 17.10.2024 tarihinde ise satış fiyatının (.....) TL olarak güncellendiği,
 - o TEKNOSA ve VATAN tarafından ise 17.10.2024 tarihinde satış fiyatının (.....) TL’den (.....) TL’ye yükseltildiği

görülmektedir. Bu kapsamda elektromarketlerin bulguda bahsedilen ürünlerin bazılarında fiyat geçişlerini gerçekleştirdikleri görülmektedir.

- (151) Yukarıda yer alan Whatsapp yazışmasının da işbu başlık altında yer verilen diğer bulgular ile benzer nitelikte olduğu görülmekte olup yazışmadan, FAKİR tarafından gerek Fakir markalı gerekse Delonghi markalı ürünlere ilişkin olarak elektromarketler tarafından uygulanacak satış fiyatının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlanmaya çalışıldığı görülmektedir. Sonuç olarak söz konusu bulgu da, işbu başlık altında yer alan diğer bulgular ile birlikte değerlendirildiğinde, FAKİR ile elektromarketlerin bahsi geçen ürünlerin perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt karteli niteliği sergileyen bir anlaşma ve/veya uyumlu eyleme taraf olduğu değerlendirilmektedir.

Bulgu-112

- (152) FAKİR’de yapılan yerinde incelemede elde edilen ve 02.12.2024 tarihinde FAKİR Zincir Mağazalar Satış Müdürü (.....) ile FAKİR TSS Satış Kanal Yöneticisi (.....) arasında gerçekleşen Whatsapp yazışmasının içeriği aşağıdaki gibidir :

02.12.2024

(.....): (14.00) “(.....) bı indirimli listede de fiyatlar yüksek 780 plus 24 bin olması lazım bı fiyatları yapamayız diyo

Ben beyi ilettim anlamdım valla beynim yandı ***³⁰”

(.....): (14.01) “Sen indirimli listedeki ürübleri 1,10 1,20 yap ilet sonrasonu hallederz:)”

(.....): (14.02) “Ya delirdi valla max steam i 4999 yaptı *** (.....) attığı listede psf de 8999”

(.....): (14.03) “4999 ne hayatta olmaz söyle ona 6999 nakitte”

(.....): (14.03) “Meşgul”

(.....): (14.03) “Konuşcam”

(.....): (14.03) “Nerde gördn giyatı”

(.....): (14.04) “Vatan gördü sisteme baktım şimdi”

(.....): (14.04) “Sitede 4999”

(.....): (14.04) “



(.....): (14.04) “Anlıktı o zmn ben 2 dk olamdı baktım”

(.....): (14.05) “🤔🤔”

³⁰ Argo ifadeler *** olarak ifade edilmiştir.

(.....): (14.05) “Amann amann ona söyle sakın”

(.....): (14.05) “Tamam konuştuk sıfırdan atıcam listeyi”

(.....): (14.06) “Vatan gördü dediğin neydi”

(.....): (14.07) “Bu işte annlik 4999 yaptılar bende baktım aradı şimdi (.....) bozmuolar fiyatı”



[İletisi alıntılanarak cevaplanmıştır.]

(.....): (14.07) “Tamam (.....) 🙏”

(.....): (14.08) “780 plus ı 41 k yollucam (.....) yine kükrücem *** 😊”

(.....): (14.42) “(.....) çok uygun değil sana yazmam ama (.....) in fiyatları güncelletesi lazım 😊 ilk dosyayı ilettişler hatalı formüllü olan

Günceli ilettim aradım (.....) i hallediom dedi ama yansımadı hala”

(.....): (14.44) “Hangisinden skntılı giyat var (.....) hemen”

(.....): (14.46) “8038 1018”

(.....): (14.46) “Duo steam”

(.....): (14.47) “Sayfayı yenilemekten içim şişti”

(.....): (14.49) “12999 – 8038

5999 1018

Duo – 4999”

(.....): (14.49) “Bu fiyatlara mı geçirelim?”

(.....): (14.50) “Listeye göre

8038 16999

1018 7499

Duo5999”

(.....): (14.53) “Tamamdır bu fiyatlara feçirelim bi önce” [“Listeye göre 8038 16999 1018 7499 Duo5999” İletisi alıntılanarak cevaplanmıştır.]

(.....): (14.53) “Tamam (.....)”

- (153) Bulgu-112'de yer alan ve FAKİR Zincir Mağazalar Satış Müdürü (.....) ile FAKİR TSS Satış Kanal Yöneticisi (.....) arasında gerçekleşen yazışmadan, VATAN tarafından MEDIA MARKT'ın internet sitesinde FAKİR markalı Max Steam model buharlı temizleyici ürününün satış fiyatının düşük olduğunun görülmesi üzerine FAKİR ile iletişime geçildiği, akabinde FAKİR yetkilileri tarafından MEDIA MARKT'ın satış fiyatının konuşulduğu anlaşılmaktadır. Söz konusu yazışmadan MEDIA MARKT'ın önce adı geçen ürünün satış fiyatını 4.999 TL'ye düşürdüğü, daha sonra 6.999 TL olarak güncellediği görülmektedir. Yazışmada (.....) tarafından "*Vatan gördü dediğin neydi*" sorusunun sorulması üzerine (.....) tarafından kullanılan "*Bu işte anlık 4999 yaptılar bende baktım aradı şimdi (.....) bozmuolar fiyatı*" ifadesinden MEDIA MARKT'ın adı geçen ürünün satış fiyatını anlık olarak 4.999 TL yapması üzerine VATAN'ın söz konusu fiyatları FAKİR'e bildirdiği, sonrasında FAKİR yetkilisi (.....)'ın VATAN ile iletişime geçtiği ve nihayetinde VATAN'ın satış fiyatını "*bozmadığı*" anlaşılmaktadır.
- (154) Yazışmanın devamında, (.....) tarafından Fakir markalı bazı ürünlerin satış fiyatının "*sıkıntılı*" olduğunun ve fiyatların güncellenmesi gerektiğinin belirtilmesi üzerine FAKİR yetkilileri tarafından Fakir markalı bazı ürünler için satış fiyatları belirlenerek "*sıkıntılı*" görülen fiyatların belirlenen fiyat seviyesine elektromarketlerce fiyat geçişinin sağlanmasının kararlaştırıldığı görülmektedir.
- (155) Bahse konu yazışmada yer alan hususların fiili durumla örtüşüp örtüşmediğinin anlaşılabilmesi adına, elektromarketlerden bulguda adı geçen ürünlere ilişkin ilgili tarih aralığındaki internet kanalındaki satış fiyatları ve fiyat değişimleri hakkında bilgi talep edilmiştir. Bu kapsamda teşebbüslerden gelen cevabi yazılardan;
- Fakir markalı Duo Steam 2 in 1 buharlı temizleyiciye ilişkin olarak;
 - MEDIA MARKT tarafından 03.12.2024 tarihinde satış fiyatının (.....) TL'den (.....) TL'ye çıkartıldığı,
 - VATAN tarafından 02.12.2024 tarihinde satış fiyatının (.....) TL'den (.....) TL'ye çıkartıldığı,
 - TEKNOSA'nın ilgili tarihlerdeki fiyatının (.....) TL olduğu,
 - Fakir markalı Max Steam buharlı temizleyiciye ilişkin olarak;
 - MEDIA MARKT tarafından 02.12.2024 tarihinde satış fiyatının (.....) TL'den (.....) TL'ye yükseltildiği, akabinde satış fiyatının (.....) TL, (.....) TL ve (.....) TL olarak güncellendiği, 03.12.2024 tarihinde ise (.....) TL olarak güncellendiği,
 - TEKNOSA'nın ilgili tarihlerdeki satış fiyatının (.....) TL olduğu,
 - VATAN'ın satış fiyatının ise 02.12.2024 tarihinde (.....) TL'den (.....) TL'ye yükseltildiği,
 - Fakir markalı PR8038 kodlu buharlı temizleyiciye ilişkin olarak;
 - MEDIA MARKT tarafından satış fiyatının 02.12.2024 tarihinde (.....) TL'den (.....) TL'ye yükseltildiği,
 - VATAN tarafından satış fiyatının 03.12.2024 tarihinde (.....) TL'den (.....) TL'ye yükseltildiği,
 - TEKNOSA tarafından 05.12.2024 tarihinde ürünün (.....) TL'den satışa sunulduğu,
 - Fakir markalı PR1018 kodlu halı ve koltuk leke temizleyiciye ilişkin olarak;
 - MEDIA MARKT tarafından satış fiyatının 03.12.2024 tarihinde (.....) TL'den (.....) TL'ye yükseltildiği,

- VATAN tarafından satış fiyatının 03.12.2024 tarihinde (.....) TL'den (.....) TL'ye yükseltildiği,
- TEKNOSA tarafından 05.12.2024 tarihinde ürünün (.....) TL'den satışa sunulduğu

görülmektedir. Bu kapsamda –*bulgu içeriği ile paralel bir şekilde*- MEDIA MARKT'ın Max Steam ürünün fiyatını (.....) TL'den (.....) TL'ye yükselttiği görülmektedir. Ayrıca MEDIA MARKT ve VATAN tarafından bulguda adı geçen 4 üründe, TEKNOSA tarafından ise 1 üründe geçiş yapıldığı görülmektedir³¹.

- (156) Yukarıda yer alan Whatsapp yazışmasından, Fakir markalı ürünlerin satış fiyatını düşüren elektromarketlerin diğer elektromarketler tarafından FAKİR'e bildirilebildiği, FAKİR tarafından ise söz konusu ürünlere ilişkin olarak elektromarketler tarafından uygulanacak satış fiyatının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlanmaya çalışıldığı görülmektedir. Benzer şekilde bulgudan elektromarketlerin FAKİR tarafından kendilerine iletilen fiyat geçişine ilişkin talebin, diğer elektromarketlere de iletileceği ve rakip elektromarketlerin bu hususta uyum göstereceği öngörüsüne sahip olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim yazışmadan VATAN'ın MEDIA MARKT'ın ilgili üründeki satış fiyatını 4.999 TL'ye düşürdüğünü görmesi üzerine durumu FAKİR yetkilisine bildirdiği, akabinde MEDIA MARKT'ın satış fiyatının 6.999 TL olarak güncellendiği görülmektedir.
- (157) Sonuç olarak söz konusu bulgunun da, işbu başlık altında yer alan diğer bulgular ile benzer nitelikte olduğu görülmekte olup bahse konu bulgu diğer bulgular ile birlikte değerlendirildiğinde, FAKİR ile elektromarketlerin bahsi geçen ürünlerin perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt karteli niteliği sergileyen bir anlaşma ve/veya uyumlu eyleme taraf olduğu değerlendirilmektedir.
- (158) Özetle yukarıda yer verilen bulgular bütüncül olarak incelendiğinde, MEDIA MARKT'ın, söz konusu eylemleri ile 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği değerlendirilmektedir.

I.3.3. MEDIA MARKT'ın Bulgulara Yönelik Savunmalarına İlişkin Değerlendirme

I.3.3.1. MEDIA MARKT'ın İspat Standardına İlişkin Savunmaları ve Değerlendirme

- (159) MEDIA MARKT tarafından gönderilen savunmada özetle;
- Bulgulara ilişkin değerlendirmenin somut delillerle desteklenen bir olay zincirine değil varsayım eşiğini geçmeyen bir kurguya dayandığı, bulguların tek başına ya da toplu bir halde bir ihlali ortaya koymasının mümkün olmadığı, söz konusu bulguların makul şüphenin ötesinde ispat kabiliyetine sahip olması gerektiği ve rekabet karşıtı bir davranışın gerçekleşmiş olabileceğine ilişkin salt şüphenin ispat standardı açısından yeterli olmadığı,
 - Soruşturma Bildiriminde iddia konusu davranışın anlaşma veya uyumlu eylemden hangisi kapsamına girdiğine ilişkin net bir değerlendirmenin yer almadığı, zira söz konusu iki ihlal tipinin koşul, nitelik ve tabi olunan hukuki rejim bakımından birbirinden tamamen farklı olduğu,
 - FAKİR iç yazışması teşkil eden bulguların topla-dağıt karteli niteliği sergileyen bir anlaşma ve/veya uyumlu eylem ihlalinin bahsedilebilmesi için gerekli olan üç taraflı sistematik paylaşımlar ve davranışlar ile net bir şekilde ortaya konulması gereken niyet ve bilinç/farkındalık unsurlarını ortaya koyamadığı,

³¹ TEKNOSA tarafından bulguda adı geçen iki ürünün bulgu tarihinden üç gün sonra satışa sunulduğu görülmüştür.

FAKİR ve MEDIA MARKT arasında iletişim gerçekleşip gerçekleşmediğine ilişkin somut bir delilin ortaya koyulmadığı,

- Yazışmalardan, MEDIA MARKT'ın FAKİR'e geleceğe dönük fiyat niyetlerini/stratejilerini ilettiğinin anlaşılmadığı, MEDIA MARKT'ın bilgilerinin FAKİR tarafından rakip elektromarketlere aktarıldığının somut biçimde ortaya koyulmadığı, kamuya açık nitelikte olan ve rekabete hassas olmayan bir bilginin söz konusu olduğu, MEDIA MARKT'ın FAKİR'den gelen bilgi doğrultusunda rakip bir elektromarketin fiyat davranışının kendisine bildirildiğini anladığına, kendi fiyat politikasını değiştirdiğine ya da diğer elektromarketlerin fiyat geçişine müdahil olmaya çalıştığına yönelik bir emare bulunmadığı, bulgulardaki ifadelerden hareketle elektromarketler arasında FAKİR aracılığıyla fiyat bilgisinin ortak bir uzlaşa amacıyla paylaşılarak fiyatların belirlendiğini söylemenin mümkün gözükmediği,
- MEDIA MARKT'ın rakip fiyatlarını kamuya açık kaynaklardan takip edebilmesinin ve fiyatlandırmalarında bunu bir unsur olarak değerlendirmesinin rekabete aykırılık taşımadığının Kurulun *Elektromarketler* kararında³² sabit olduğu,
- İlgili yazışmalarda *Tesco* kararındaki öngörü ve niyet unsurlarının bulunmadığı, MEDIA MARKT çalışanı tarafından net bir şekilde geleceğe yönelik bir fiyatlama niyetinin FAKİR'e iletilmesinin söz konusu olmadığı,
- Kurulun *Sunny* kararındaki³³ belirlenen kriterler ışığında, merkez konumundaki FAKİR'in uç konumundaki elektromarketlerin yönlendirmesi ile hareket etmesinin söz konusu olmadığı, aksine bulguların, olsa olsa uç konumundaki elektromarketlerin merkez konumundaki FAKİR'in tek taraflı yönlendirmesi ile hareket ettiğini gösterdiği, mevcut dosyada *Sunny* kararından farklı olarak bulguların bütün elektromarketleri kapsamı iddiasının yalnızca ihlalin kapsamına ilişkin bir tespit olabileceği ve ihlalin varlığının kapsamın genişliğine göre değil, koordinasyonun delillerle ortaya konulmasına bağlı olduğu, mevcut dosyada bulguların esas itibarıyla FAKİR iç yazışmalarına dayandığı, bu nedenle herhangi bir ihlalin varlığını kanıtlamaktan uzak olduğu, ayrıca bulguların elektromarketler arasında doğrudan bir iletişimi gösteren herhangi bir somut delil içermediği, bu bakımdan FAKİR ile MEDIA MARKT arasındaki Instagram yazışmasını içeren Bulgu-101'in ise içerik itibarıyla "öngörü" unsurunu kanıtlamaktan uzak olduğu, ayrıca mevcut dosyanın *Sunny* kararından farklılaştığının pekiştirilmesi amacıyla Soruşturma Raporunda fiyat analizlerine atıf yapılmasının kendi içerisinde çelişki barındırdığı, fiyat analizlerinin dosyada ihlalin merkezine konumlandırıldığı ve fiyatların dosya kapsamında yer alan bulgular ile örtüşse de örtüşmese de sadece iç yazışmalara dayanılarak ihlal tespiti yapıldığı,
- FAKİR tarafından sergilenen davranışın, olsa olsa FAKİR'in elektromarketlerin yeniden satış fiyatlarını tespit etme çabası olarak değerlendirilmesi gerektiği, ilgili bulguların yatay koordinasyon niteliği taşımadığı, MEDIA MARKT'ın FAKİR tarafından kendisine iletilen rakip bilgisini kullanarak ortak bir uzlaşa amacıyla fiyatlarını belirlemediği, bu durumun MEDIA MARKT açısından herhangi bir sorumluluk doğurmasının hukuken mümkün olmadığı,
- Kurulun *Sunny* kararında³⁴ rakip bir teşebbüsün fiyatına yönelik doğrudan şikâyetle bulunulduğu, sağlayıcıdan fiyat düzeltme talep edildiği ve

³² Kurulun 26.10.2023 tarih ve 23-50/978-355 sayılı *Elektromarketler* kararı.

³³ Kurulun 05.01.2023 tarih ve 23-01/12-7 sayılı *Sunny* kararı, para. 156-159.

³⁴ Kurulun 05.01.2023 tarih ve 23-01/12-7 sayılı *Sunny* kararı, para. 156-159.

sağlayıcının da ilgili rakiple görüşerek fiyatı düzeltereği bilgisinin verildiği bir yazışma bulunmasına ve karardaki bulguların Bulgu-101'deki ekran görüntüsünden çok daha açık ifadeler içermesine rağmen, “*alıcı tarafından sağlayıcıya iletilen bilginin sağlayıcı tarafından bir başka rakip alıcıyla paylaşılıp paylaşılmadığı hususu belirsizliğini korumaktadır*” gerekçesiyle bahse konu bulgunun ihlal isnadı için yeterli görülmediği,

- Kurulun 18.07.2024 tarihli ve 24-30/717-301 sayılı *Traktör Üreticileri* kararında; dolaylı bir bilgi değişiminin söz konusu olabilmesi için zihinsel unsurun mevcut olması gerekliliğine, yani bilginin bir rakibe iletilmesi niyetiyle bayilere gönderilmesi gerektiğine değinildiği, ayrıca söz konusu kararda AB Komisyonu'nun Yatay Anlaşmalara ilişkin Kılavuzu'na (AB Yatay Kılavuzu) atıfta bulunularak, üçüncü tarafın teşebbüsün ticari açıdan hassas bilgisini ilgili teşebbüsten habersiz bir şekilde teşebbüsün rakipleriyle paylaşması ya da teşebbüsün bilginin paylaşılacağını makul olarak öngörememesi durumlarının ihlal teşkil etmediğinin belirtildiği,
- Temyiz Mahkemesi'nin (Court of Appeals) *Replica Kit* kararında, perakendeci tarafından yapılan şikâyetin, tedarikçi tarafından diğer perakendeciye iletilmesi durumunda anılan şikâyetin, tedarikçinin diğer perakendeciye söz konusu fiyatları uygulamaya ikna etmesi yönünde önemli ve etkili bir unsur (*significant and material factor*) olması ile bu şikâyetin belirlenen fiyat noktasını koruyacak şekilde baskı unsuru olarak öne çıkması gerektiğinin vurgulandığı, kararda JJB'nin açıkça Sports Soccer'dan High Street fiyatı üzerinden işlem yapılmasını talep ettiği ve indirim yapılmaması gerektiğini bildirerek Umbro'yu bilgilendirdiği, şikâyet üzerine Umbro'nun ilgili pazarda uygulanan fiyat politikalarını netleştirmek amacıyla Sports Soccer ile görüşmeler yaptığı, fiyat artışını sağlamak için gerekli güvence ve karşılıklı taahhütlerin alındığı, kararda bu sürece yön veren asıl unsurun şikâyet olduğu ve bu şikâyetin JJB'nin fiyatlandırma politikasına ilişkin verdiği bilgi ve beklentilerle Umbro'nun eylemleri arasında doğrudan bir bağlantı kurduğunun açıklandığı, *Replica Kit* kararında ihlalin yalnızca şikâyetin varlığıyla değil, şikâyetin tedarikçi nezdinde rekabetçi belirsizliği ortadan kaldıracak şekilde somut ve geleceğe yönelik güvence ve karşılıklı taahhütlerle desteklenmesi hâlinde söz konusu olabileceğinin vurgulandığı, ilaveten kararın 60. paragrafının şikâyetin yönüne odaklanmadığı ve ihlalin tespiti bakımından görüşmelerin kronolojik sırasının değil, perakendeciler aracılığıyla geleceğe yönelik ve karşılıklı fiyat güvencesinin varlığının belirleyici olduğu hususunun vurgulandığı, karardaki söz konusu paragrafın dosyada Bulgu-101'e uyarlamaya çalışıldığı, Bulgu-101'de geçiş yapılacak bir perakende satış fiyatına ve “*belirli bir fiyat seviyesinin korunacağına*” ilişkin bir güvenceye yer verilmediği,
- Söz konusu kararda yalnızca bir şikâyetin başlı başına bir anlaşma iradesi veya niyeti tesis etmek için yeterli olmadığının vurgulandığı, mahkeme tarafından şikâyetin bir baskı unsuru haline geldiğinin ve JJB'nin bu şikâyetler yoluyla pazardaki pazarlık gücünü kullanarak Umbro'nun, Sports Soccer'ın indirim politikasını sınırlamaya yönelik adımlar atmasını sağladığının tespit edildiği,
- *Replica Kit* kararında ortaya konulan içtihadın Soruşturma Bildiriminde yer alan iddialarla uyuşmadığı, kararda bir perakendecinin (A) rakibini (C) şikâyet etmesi durumunda, bu şikâyetin ihlal niteliği taşıyabilmesi için, tedarikçi (B) tarafından rakibin rekabetçi davranışlarını kısıtlayacak somut bir aksiyon alınacağının öngörülmesi ve buna dair bir iradenin ortaya konulması gerektiğinin vurgulandığı, ayrıca ağırlık prensibi standardı benimsense dahi ihlalin ancak

güçlü delillerle ortaya konulabileceği ile dosyanın sınırdaki kaldığı ve kararda tereddüt oluşan hallerde ihlalin ispatlanmış sayılamayacağı belirtilmiştir,

- *Zincir Marketler* kararında³⁵ bulunan yoğun, çok taraflı ve doğrudan delillerin mevcut dosyada yer almadığı ve büyük ölçüde iç yazışmalara dayalı zayıf deliller içerdiği,
- CAT'in, *Claymore Dairies*³⁶ kararında ise *Napp* kararına atıf yapılarak ağırlık prensibinin benimsenebileceği fakat para cezası gibi ağır sonuçlar doğuran dosyalarda ihlalin varlığının güçlü delillerle ortaya konulabileceğinin değerlendirildiği, ispat standardının ne olması gerektiği tartışmasından bağımsız belirleyici hususun ihlalin varlığının tereddütsüz şekilde ortaya konulması olduğu,
- İspat standardı olarak ağırlık prensibine dayanak gösterilen OECD³⁷ dokümanındaki belirli ifadelerin seçilerek bağlamından kopartıldığı, ağırlık prensibinin çeşitli hukuk sistemlerinde kabul gördüğüne işaret edilmekle birlikte, hangi ispat standardı uygulanırsa uygulansın ihlal kararının güçlü delillere dayalı ve açıkça gerekçelendirilmiş şekilde tespit edilebileceğinin değerlendirildiği

ifade edilmiştir.

- (160) **Değerlendirme:** Rekabet hukuku çerçevesinde bir anlaşma/uyumlu eylemden bahsedebilmek için, delillerin bir arada kullanılarak bütünsel bir yaklaşımla ihlal tespitinin yapılması hedeflenmektedir. Bu bakımdan, dosya kapsamında elde edilen her türlü delilin, bir bütünün parçaları ve bütünü açıklamada kullanılan araçlar oldukları göz önünde bulundurulmalıdır. Kurulun yakın tarihli 15.12.2022 tarihli ve 22-55/863-357 sayılı³⁸ kararında belirtildiği üzere kartele ilişkin delillerin her birinin diğerlerinden izole bir şekilde ispat standardını sağlaması aranmamakta; delillerin bir bütün olarak değerlendirildiğinde “*açık, inandırıcı ve tutarlı*” olmaları gerekmektedir.
- (161) Rekabet hukuku kapsamında anlaşma/uyumlu eylemi ortaya çıkarmada kullanılan deliller her ne kadar ispat gücü bakımından farklılık arz etse de ihlalin ortaya çıkarılmasında yukarıda yer verildiği üzere, bu delillerin bir bütün olarak ele alındığı görülmektedir. Öte yandan anlaşma ve uyumlu eylem arasında ispat standardı bakımından bir farklılık bulunmamakta, her ikisinin ispatında da kullanılan deliller farklılık arz etmemektedir.
- (162) MEDIA MARKT tarafından öncelikle topla-dağıt kartelinin ortaya konulması bakımından Kurulun “makul şüphenin ötesinde” ispat standardını benimseyerek bu standardı sağlaması gerektiği belirtilmektedir. Bu noktada dosya kapsamında elde edilen yazışmalar ve teşebbüslerin fiyat hareketleri bir bütün olarak MEDIA MARKT’ın topla-dağıt karteli niteliği sergileyen bir anlaşma ve/veya uyumlu eylem taraf olduğu hususunu ortaya koymakla birlikte rekabet ihlallerinin ortaya konulması açısından sağlanması gereken ispat standardından da bahsedilmesi yerinde olacaktır. Özel hukuk ve idare hukuku davalarında çoğunlukla taraflarca sunulan ispat vasıtalarının adeta bir terazide olduğu gibi karşılıklı olarak tartıldığı “ağırlık prensibi” (olasılıklar dengesi) (*balance of probabilities*) standardı esas alınmaktadır. Bu standartta her iki tarafın iddia ettiği vakıayı ortaya koymak için sunduğu ispat vasıtaları tartılarak daha

³⁵ Kurulun 28.10.2021 tarih ve 21-53/747-360 sayılı *Zincir Marketler* kararı.

³⁶ *Claymore Dairies v OFT* [2003]

³⁷ The Standard and Burden of Proof in Competition Law Cases (OECD Roundtables).

³⁸ Söz konusu kararın konusunu hızlı tüketim malları sektöründe üretici/tedarikçi olarak faaliyet gösteren 15 teşebbüsün ve perakendeci olarak faaliyet gösteren beş teşebbüsün 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesini ihlal edip etmediklerinin tespiti oluşturmaktadır.

ağır basan iddianın ispatlandığı kabul edilir ve bu taraf lehine hükmedilir.³⁹ Diğer bir deyişle ağırlık prensibine göre ispat yüküne sahip olan tarafın kendi iddiasının doğru olma ihtimalinin karşı tarafın iddiasının doğru olma ihtimalinden daha yüksek olduğunu göstermesi yeterlidir. Bir diğer ispat standardı türü olan “açık ve ikna edici delil” (*clear and convincing evidence*) standardına göre ise olasılıklar dengesinden daha ağır bir ispat kabiliyeti gerekmekte ve bir vakıanın kuvvetle muhtemel şekilde gerçekleştiğini güçlü ve somut delillerle ortaya koymak yeterli kabul edilmektedir. Açık ve ikna edici delil standardı özel hukuk alanında aile hukuku gibi kamu düzenine ilişkin konularda hâkim tarafından tercih edilebildiği gibi idari yargılama davalarında da kullanılabilir.⁴⁰ Son olarak anılan her iki standarttan daha ağır bir ispat kabiliyetini gerekli kılan “makul şüphenin ötesinde” (*beyond a reasonable doubt*) standardı ise ceza hukukunda bir sanığın suçlu olup olmadığının tespitinde kullanılır ve sağlanması için neredeyse kesinlik düzeyinde ikna kabiliyeti gerektirir. Bu standartta, bir kişinin haksız yere mahkûm edilmesinden bir suçlunun serbest bırakılmasının daha iyi olduğu ilkesine dayanan masumiyet karinesi esas alınmaktadır.⁴¹

- (163) Mevcut durumda rekabet ihlallerinin ortaya konulmasına ilişkin esas alınan ispat standardının korunan hukuki değer ile orantılı olarak belirlendiği görülmektedir. Bu kapsamda ülkemizle benzer şekilde rekabet ihlallerinin idari uyuşmazlık statüsünde bulunduğu ülkelerde “ağırlık prensibi” veya “açık ve ikna edici delil” standartlarının benimsendiği görülürken ceza davalarına konu olan rekabet ihlallerine ilişkin olarak “makul şüphenin ötesinde” ispat standardının arandığı söylenebilecektir.⁴² Nitekim hâlihazırda rekabet ihlallerinin yalnızca idari yargılamaya konu edildiği ülkelerdeki rekabet otoriteleri, ihlal tespiti için “ağırlık prensibi” veya “açık ve ikna edici delil” standartlarını esas almaktadır.⁴³ Ayrıca CAT’ın *Replica Kit* kararında da rekabet ihlallerine ilişkin ispat standardı olarak ağırlık prensibinin uygulanması gerektiği açıkça ifade edilmektedir.⁴⁴ CAT’ın *Replica Kit* kararında ayrıca belirli bağlam ve özel koşullara bağlı olarak tek bir delil veya tamamen dolaylı delillerin bile gerekli standardı karşılamak için yeterli olabileceği belirtilmektedir.⁴⁵ CAT, *Claymore Dairies* kararında da kartellerin doğası gereği gizli ve saklı olduğunu, bu dosyalarda yazılı olarak çok az belge bulunabildiğini veya hiç belge bulunamadığını belirtmiştir.⁴⁶ İlâveten OECD’nin rekabet ihlallerine ilişkin ispat yükü ve standardı hakkında 2024 yılında yayımladığı rehberde de Avrupa ülkelerinde “ağırlık prensibi” ve “açık ve ikna edici delil” standartlarının benimsendiği belirtilmektedir.⁴⁷ Bu doğrultuda, rekabet ihlallerine ilişkin olarak yürütülen idari soruşturma ve dava süreçlerinde ceza davalarında esas alınan

³⁹ CLERMONT K. M., E. SHERWIN (2002), “A Comparative View of Standards of Proof”, *Cornell Law Faculty Publications*, 222

⁴⁰ YASİN, M. (2015), *İdari Yargılama Usulünde İspat*, XII Levha Yayınları, İstanbul

⁴¹ LONG, N. T. (1985), “The Standard of Proof In Student Disciplinary Cases”, *Journal of College and University Law*, Vol.12, No:1,

⁴² Bkz. CMA’nın *Yamaha* (50565-6), *Roland UK* (50565-5), *Korg* (50565-4) ve *Dar Lighting* (50952) kararları.

⁴³ OECD Roundtables on Competition Policy Papers, No. 318, 2024, https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2024/11/the-standard-and-burden-of-proof-in-competition-law-cases_bf304240/0199f63f-en.pdf

⁴⁴ *JJB Sports plc and Allsports Limited v Office of Fair Trading* [2004] CAT 17 [204] para.196

⁴⁵ *Ibid.*, para. 206

⁴⁶ *Claymore Dairies v OFT* [2003]

⁴⁷ OECD Roundtables on Competition Policy Papers, No. 318, 2024, https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2024/11/the-standard-and-burden-of-proof-in-competition-law-cases_bf304240/0199f63f-en.pdf

bir ispat standardının kullanılması söz konusu hukuk disiplininin gereksinimleriyle bağdaşmayacaktır. Rekabet ihlallerinin tespitinde, yalnızca idari para cezasıyla karşı karşıya kalan teşebbüslerin korunan hukuki değerleriyle orantılı olarak “ağırlık prensibi” veya “açık ve ikna edici delil” standartlarının esas alınması ve söz konusu ihlalin gerçekleşmiş olma ihtimalinin gerçekleşmemiş olma ihtimalinden daha olası olduğunun açık, tutarlı ve somut deliller ışığında ortaya konulması yeterlidir.

- (164) Rekabet hukukunda esas alınan ispat standardına ilişkin olarak yapılan açıklamalara ilaveten rekabet hukukunda delil serbestisi ilkesinin hâkim olduğunu belirtmek gerekmektedir. Teşebbüsler rekabeti kısıtlayıcı amacı ve/veya etkisi olduğu tespit edilen uygulamaları yazılı ve/veya sözlü anlaşmalar ile irade uyuşmasını sağlayarak gerçekleştirebilmektedir. Nitekim rekabet ihlali teşkil eden belgelerde imza, yazılı olma, teşebbüsü temsile yetkili bir kişi tarafından düzenlenme veya imzalanma gibi şekil kuralları aranmamakta, ajanda notları, elektronik postalar, bir kişi tarafından tutulan notlar, telefon görüşmelerinin içeriğini nakleden notlar, toplantı tutanakları gibi çok çeşitli deliller ihlalin ispatlanmasında yeterli kabul edilmektedir. Ayrıca şirket içi yazışmalar gibi anlık mesajlaşmalar ve internet sohbeti çıktıları şeklindeki farklı nitelikteki belgelerin geçmiş Kurul kararlarında da delil olarak kullanıldığı görülmektedir. Ek olarak elde edilen delillerin çapraz teyidi gerekmekte olup ispat bakımından önemli olan elde edilen delillerin maddi gerçeklikleri ve olguları ortaya koymasıdır. Delilin ispat gücü açısından hangi teşebbüsten elde edildiğinin bir önemi bulunmamakta, elde edilen belgenin kime ait olduğu ya da nerede yapılan yerinde incelemede elde edildiğinden ziyade içerik itibarıyla ne ifade ettiği nazara alınmaktadır. Bu kapsamda delillerin değerlendirilmesinde temel prensip delillerin bütün olarak ele alınmasıdır. Başka bir deyişle, delillerin tek tek ispat standardını sağlaması koşulu aranmayıp bütün olarak bu seviyeye ulaşması ve her bir delilin diğer delillerle tutarlı olması yeterlidir.
- (165) Bu noktada, yazışmanın delil niteliği, kimler arasında yapıldığından ziyade maddi gerçeği ortaya koyup koymadığı bakımından değerlendirilmektedir. Zira maddi gerçeği ortaya koyan ve hukuka uygun yollarla elde edilmiş olan her türlü delil ihlalin ispatına dayanak teşkil edebilecektir. Bu kapsamda ilk olarak yerinde incelemede elde edilen bulgular incelendiğinde, bulguların büyük bir kısmının elektromarketlerin satış fiyatının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlanmasına ilişkin olduğu ve FAKİR çalışanlarının yer aldığı “Tss” isimli Whatsapp grubunda yer alan yazışmalardan oluştuğu görülmektedir. Bu yazışmalar işbu dosya kapsamında MEDIA MARKT ile FAKİR yetkilisi arasında yer alan ve Instagram uygulaması üzerinden gerçekleştirilen yazışma, TEKNOSA ile FAKİR yetkilisi arasında gerçekleştirilen yazışma ve elektromarketlerin fiyat verileri ve MEDIA MARKT’ın bulgulara ilişkin savunmaları ile birlikte incelenerek bir bütün halinde değerlendirilmiştir.
- (166) Öncelikle MEDIA MARKT ile FAKİR arasında gerçekleştirilen bir yazışma olan Bulgu-101 kapsamında MEDIA MARKT tarafından yapılan bazı savunmalara ve değerlendirmelerine ilgili bulgu başlığı altında yer verilmiş olup söz konusu savunmalara ve değerlendirmelerine tekrar yer verilmeyecektir. Bulgu-101, diğer bulgulardan farklı olarak MEDIA MARKT yetkilisi ile FAKİR yetkilisi arasında Instagram uygulaması üzerinden gerçekleşen bir yazışma da içermektedir. İlgili yazışma incelendiğinde, MEDIA MARKT yetkilisinin FAKİR yetkilisine ismi yazışmada belirtilmeyen -*ancak yazışma içeriğinden TEKNOSA olduğu anlaşılan*- elektromarketin satış fiyatlarını değiştirmezse kendisinin de söz konusu fiyat seviyesini koruyamayacağını belirttiği, böylece fiyat geçiş talebinin FAKİR tarafından diğer elektromarketlere de iletileceği öngörüsüne MEDIA MARKT’ın sahip olduğu

anlaşılmaktadır. Ayrıca bulguların bütüncül değerlendirilmesinden TEKNOSA ve VATAN tarafından da söz konusu öngörü ile benzer taleplerde bulunduğu görülmektedir. Örnek vermek gerekirse; Bulgu-99'da yer alan "*Teknosa media geçince geçecek fiyatlara*", Bulgu-104'te yer alan "*Arkadaşlar teknosa fiyatlar ile ilgili sıkıntı mı var vatan aradı*", Bulgu-109'da yer alan "*Teknosa geçiş yaptı*" "*1-2 saate diğerlerinde değişim olmaz ise eski fiyatlara dönüş yapacaklar*" gibi ifadeler benzer öngörüye diğer elektromarketlerin de sahip olduğunu göstermektedir. Söz konusu bulgular bir bütün halinde incelendiğinde, elektromarketlerin diğer elektromarketlerin fiyatlarının revize edilmesine ilişkin bilginin FAKİR'e diğer elektromarketler tarafından iletilindiğini bilebilecek durumda olduğu görülmektedir. Nitekim zaman zaman diğer elektromarketlerin de benzer talepte bulunduğu görülmektedir. Ayrıca elektromarketlerin ilgili pazarda yalnızca birbirlerini rakip olarak gördükleri yerinde incelemelerde elde edilen bulgulardan da anlaşılmaktadır. Sonuç olarak Bulgu-90-112 arasında yer alan bulgular ile yukarıda yer verilen hususlar bütüncül olarak değerlendirildiğinde, Tesco kararındaki öngörü ve niyet unsurlarının elektromarketler bakımından gerçekleştiği görülmektedir.

- (167) Bir başka husus olarak, ilgili yazışmaların çoğu her ne kadar FAKİR iç yazışması niteliğinde olsa da elektromarketlerin fiyat bilgilerinin incelenmesinden bazı bulgularda elektromarketlerin fiyat geçişlerini gerçekleştirdiği, bazı bulgularda ise geçiş için birbirlerini beklemeleri nedeniyle fiyat geçişinin gerçekleşmediği görülmektedir. Bulgularda geleceğe dönük fiyatların da iletilindiği görülmektedir. Nitekim Bulgu-97'de "*61 SB 19999 1 saate geçiyor Media Markt*", "*(.....) Teknosa düzelmedi*", Bulgu-99'da "*(.....) Media Markt 4999a geçiyor*", "*Acil değiştirmemiz lazım*" gibi ifadeler elektromarketlerin geleceğe dair fiyat bilgileri hakkında bilgilendirildiğini göstermektedir.
- (168) Bu konuda bahsedilmesi gereken önemli bir husus, fiyat müdahalesine ilişkin talebin FAKİR'den ya da uç (*spoke*) konumunda bulunan elektromarketlerden gelmesinin pratik anlamda bir farkının bulunmadığıdır. Nitekim elektromarketler gibi pazarda 3 oyuncunun bulunduğu ve pazara girişin önünde hukuki engeller bulunmasa da marka bilinirliği, güçlü dağıtım ağı ve yüksek sermaye gereksiniminin pazara girişleri ve pazarda tutunmayı zorlaştırdığı, pazardaki her bir oyuncunun yalnızca birbirlerini rakip olarak görüp takip ettiği pazarlarda, pazardaki üç oyuncunun da gelecek fiyat bilgisi hakkında bilgi sahibi olduğu ve bu oyuncuların FAKİR tarafından kendisine iletilen fiyat değişikliği talebinin ya da kendilerinin diğer elektromarketlerin fiyatlarına ilişkin şikayetlerinin FAKİR tarafından diğer elektromarketlere de iletileceği ve diğer elektromarketlerin bu talebe uyum göstereceği öngörüsüne sahip olduğu durumda, ilgili eylem -*fiyat değişikliğine ilişkin talep merkez ya da uç konumundaki teşebbüslerden hangisinden geldiğine bakılmaksızın*- elektromarket pazarında bir kartel niteliği arz edecektir. Bir başka deyişle, söz konusu eylemin FAKİR tarafından başlatılan bir eylem olduğu senaryoda dahi, bu eylem elektromarket pazarında bir kartel niteliği arz edecektir. Nitekim elektromarketler söz konusu talebin diğer elektromarketlere de iletileceği ve bu teşebbüslerin söz konusu talebe uyum göstereceği öngörüsüne sahip olacaktır. Bu kapsamda MEDIA MARKT'ın *Replica Kit* kararına ilişkin savunmalarına yönelik olarak, yukarıda yer verilen açıklamalar dikkate alındığında, sürece yön veren asıl unsurun perakendeciden gelen şikâyet olmasının söz konusu eylemin ihlal niteliği teşkil etmesinde pratik anlamda bir farkının bulunmadığı belirtilebilecektir. Ayrıca elektromarketlerin kendi içerisinde bir pazar olduğu ve sağlayıcılara karşı önemli bir pazar gücüne sahip olduğu da görülmektedir. Nitekim FAKİR tarafından gönderilen cevabi yazı incelendiğinde, FAKİR'in toplam

satışları içerisinde elektromarketlere yapılan satışların payının yaklaşık %(.....), MEDIA MARKT'a yapılan satışların ise yaklaşık %(.....) olduğu görülmektedir. Bu kapsamda elektromarketlerin FAKİR tarafından gelebilecek bir fiyat revizesi baskısına karşı önemli bir pazar gücünün bulunduğu da izahtan varestedir. Her hâlükârda, yerinde incelemede elde edilen bulgulardan elektromarketler tarafından yapılan şikayetler doğrultusunda da FAKİR yetkilileri tarafından elektromarketler ile iletişime geçilerek fiyatların revize edilmesi yönünde aksiyon alındığı görülmektedir. Nitekim Bulgu-101 incelendiğinde, MEDIA MARKT'ın talebi üzerine FAKİR yetkilisinin ilgili yazışmayı elektromarketlerin fiyat geçişlerinin sağlanmaya çalışıldığı "Tss" isimli Whatsapp grubunda paylaştığı ve akabinde TEKNOSA'nın fiyat geçişini talep ettiği görülmektedir. İlgili bulgu kapsamında da ürünün satış fiyatının;

- MEDIA MARKT yazışma tarihinde (.....) TL'den (.....) TL'ye, VATAN tarafından yazışma tarihinde (.....) TL'den sırasıyla (.....) TL ve (.....) TL'ye
- TEKNOSA tarafından ise yazışmadan bir gün sonra 03.02.2024 tarihinde (.....) TL'den (.....) TL'ye

yükseltildiği görülmektedir.

- (169) Buna ilaveten *Replica Kit* kararının 60. paragrafında, sağlayıcı Umbro'nun önce JJB'den güvence isteyerek ardından SportsSoccer'a geri dönmesi veya başka bir görüşme sırası ile bunu gerçekleşmesinin önemli olmadığı, kesin sıra ne olursa olsun, JJB'nin Umbro'ya, diğer perakendeciler indirim yapmazsa JJB'nin fiyatı koruyacağına dair güvence veya bu yönde bir işaret verdiği hususunun ortaya konulmasının yeterli olduğu belirtilmektedir. Bu kapsamda Bulgu-101 incelendiğinde, MEDIA MARKT Kıdemli Kategori Yöneticisi (.....) tarafından FAKİR Zincir Mağazalar Satış Müdürü (.....)'ya Instagram uygulaması üzerinden gönderilen mesajların ekran görüntüsünde yer alan "15 dk ya", "Değişmezse", "Tapacak bişi yok", "Daha fazla tutamıyrm" ifadelerinden ismi yazışmada belirtilmeyen -*ancak yazışma içeriğinden TEKNOSA olduğu anlaşılan*- elektromarketin fiyatlarını 15 dakika içinde yükseltmemesi halinde MEDIA MARKT'ın da fiyatlarını düşüreceği hususunu FAKİR'e ilettiği anlaşılmaktadır. Ayrıca söz konusu ifade MEDIA MARKT'ın FAKİR'in diğer elektromarketlerle iletişime geçerek rakip elektromarketlerin fiyatlarının revize edilmesi yönünde FAKİR'in aksiyon alacağını öngördüğünü de göstermektedir. Nitekim ilgili bulguda FAKİR çalışanı tarafından yazılan "Tamamdır abi hemen" mesajı "belirli bir fiyat seviyesinin korunacağına" ilişkin MEDIA MARKT'a verilen güvenceyi ortaya koymaktadır. Benzer şekilde, Bulgu-92'de yer alan "81 tb 2 saate media markt ta 25999 oluyor diğerleri geçmezse fiyat geçmiyorlar", Bulgu-96'da yer alan "Msh 14999 ok 12ye kadar diğerleri geçmezse yarına kalıyor", Bulgu-104'te yer alan "Arkadaşlar teknosa fiyatlar ile ilgili sıkıntı mı var vatan aradı" ve "Mediada vatanın paniası için fiyst düzeltme istedi" ve Bulgu-90'da yer alan "media markt 1 saat verdi", "konuşabilir misin fiyatı yükseltebilirler mi", ifadelerinden de MEDIA MARKT'ın rakip elektromarketlerin fiyat seviyesine ilişkin şikâyetlerini FAKİR yetkililerine ilettiği anlaşılmaktadır.

- (170) Benzer şekilde yukarıda yer alan ifadelerden Kurulun 18.07.2024 tarihli ve 24-30/717-301 sayılı *Traktör Üreticileri* kararında belirtilen zihinsel unsurun, yani bilginin bir rakibe iletilmesi niyetiyle bayilere gönderilmesi gerektiğine ilişkin unsurun da karşılandığı görülmektedir. Ayrıca ilgili ifadeler MEDIA MARKT'ın fiyat geçişine ilişkin bilgilerinin kendisinden habersiz paylaşılmadığını da göstermektedir. Nitekim böyle bir senaryonun varlığı halinde Bulgu-101'de MEDIA MARKT yetkilisinin ismi yazışmada belirtilmeyen -*ancak yazışma içeriğinden TEKNOSA olduğu anlaşılan*- elektromarketin fiyatlarını 15 dakika içinde yükseltmemesi halinde MEDIA MARKT'ın da fiyatlarını

düşüreceği hususunu FAKİR'e bildirmesinin hayatın olağan akışına aykırı olduğu değerlendirilmektedir.

- (171) İlgili dosya kapsamında, MEDIA MARKT tarafından yapılan savunmada bahsedilen bir diğer husus merkez ve uç teşebbüsler arasında ihlali somut bir şekilde ortaya koyan delillerin eksikliğine ilişkindir. Dosya kapsamında her ne kadar merkez ve uç teşebbüsler arasında fazla sayıda bulgu bulunmasa da MEDIA MARKT ile FAKİR yetkilisi arasında yer alan ve Instagram uygulaması üzerinden gerçekleştirilen yazışma, TEKNOSA ile FAKİR yetkilisi arasında gerçekleştirilen yazışma, "Tss" isimli Whatsapp grubundaki FAKİR yetkililerinin yazışmaları, elektromarketlerin fiyat verileri ve MEDIA MARKT'ın bulgulara ilişkin savunmaları bir bütün halinde incelenerek değerlendirilmiştir. Bunun haricinde, Bulgu-101'de yer alan ve MEDIA MARKT ile FAKİR arasında Instagram uygulaması üzerinden gerçekleştirilen yazışma da elektromarketler gibi yerinde incelemelerin sıkça gerçekleştirildiği teşebbüslerde rekabet otoritelerinin yazılı delil bulmasının zorlaştığını göstermektedir. Nitekim söz konusu bulgu da FAKİR'de yapılan yerinde incelemede "Tss" isimli Whatsapp grubunda söz konusu iletişimin ekran görüntüsünün paylaşılması sonucu elde edilmiştir. Ayrıca adı geçen bulgu, bu teşebbüslerin fiyatlara ilişkin iletişimlerini yerinde incelemelerin sıkça gerçekleştirildiği e-posta, Whatsapp ve Teams gibi uygulamalardan ziyade başka platformlarda da gerçekleştirebildiklerini ortaya koymaktadır.
- (172) Buna ilaveten delillerin bütüncül olarak değerlendirilmesi gereği, rekabet ihlallerinin tespitinde dosya tarafı tüm teşebbüslerden bulgu elde edilmesi zorunluluğu bulunmamakta olup aksi bir durumun söz konusu olması durumunda bu yaklaşım delillerin yok edilmesinde en maharetli teşebbüslerin ödüllendirilmesi anlamına gelecektir⁴⁸. Öte yandan her halükarda işbu soruşturma kapsamında yazışmaların çoğu her ne kadar FAKİR iç yazışması niteliğinde olsa da, ilgili yazışmalar tarafların fiyat bilgileri ve bulgulara ilişkin savunmaları ile birlikte değerlendirilmiş ve elektromarketlerin fiyat değişikliğine ilişkin talebin ya da şikayetlerinin diğer elektromarketlere de iletileceği ve bu teşebbüslerin söz konusu talebe uyum göstereceği öngörüsüne sahip olduğu ve elektromarketlerce diğer elektromarketlerin fiyatlarına ilişkin şikâyetlerin FAKİR'e iletilmesi sonucu FAKİR tarafından bu konuda aksiyon alındığı görülmüş ve ihlal kanaatine ulaşılmıştır.
- (173) Ayrıca ilgili dosya kapsamında bulguların bir bütün olarak değerlendirildiği, bulguların birbirleri ile benzer nitelikte olduğu görülmektedir. Her ne kadar bazı bulgu kapsamında elektromarketler tarafından fiyat geçişinin sağlanmadığı tespit edilse de, bu bulgularda da FAKİR tarafından Fakir veya Delonghi markalı ürünlere ilişkin olarak elektromarketler tarafından uygulanacak satış fiyatının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlanmaya çalışıldığı ve yukarıda bahsedildiği üzere, elektromarketlerin FAKİR tarafından kendilerine iletilen fiyat geçişine ilişkin talebin, diğer elektromarketlere de iletileceği ve rakip elektromarketlerin bu hususta uyum göstereceği öngörüsüne sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bu kapsamda FAKİR ile elektromarketlerin 25.08.2023-02.12.2024 tarihleri arasında bahsi geçen ürünlerin perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt karteli niteliği sergileyen bir anlaşma ve/veya uyumlu eyleme taraf olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
- (174) Bir diğer husus olarak Kurulun *Sunny* kararı⁴⁹ incelendiğinde, rekabete duyarlı bir bilginin rakip konumundaki teşebbüse iletilmesi koşulu ile teşebbüsün bu bilginin

⁴⁸ Kurulun 01.02.2002 tarih ve 02-06/51-24 sayılı kararı.

⁴⁹ Kurulun 05.01.2023 tarih ve 23-01/12-7 sayılı kararı.

kimden geldiğini bilmesi koşulunun sağlanamadığı, incelenen dönemde SUNNY ve MEDIA MARKT arasında iletişim bulunduğuna dair herhangi bir delil de elde edilemediği, bulgulara ya TEKNOSA ya da VATAN tarafından SUNNY'e güncel fiyata ilişkin bir şikâyet iletilmediği, böylelikle tek yönlü dikey iletişimin gerçekleştiği belirtilmiş ve ilgili yazışmalar SUNNY'nin yeniden satış fiyatını tespiti eylemi kapsamında değerlendirilmiştir. Öte yandan, her ne kadar işbu soruşturma kapsamında elde edilen bulguların çoğunluğu içerisinde FAKİR çalışanlarının bulunduğu "Tss" isimli Whatsapp grubunda yer alan yazışmalardan oluşsa da, bulguların uç konumundaki elektromarketlerin tamamını kapsadığı ve ilgili bulgulara FAKİR tarafından elektromarketler tarafından uygulanacak satış fiyatının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlanmaya çalışıldığı ve elektromarketlerin FAKİR tarafından kendilerine iletilen fiyat geçişine ilişkin talebin ya da rakip elektromarketlerin fiyat seviyelerine ilişkin şikâyetlerinin, rakip elektromarketlere de iletileceği ve rakip elektromarketlerin bu hususta uyum göstereceği öngörüsüne sahip olduğu görülmektedir. Buna ilaveten, söz konusu kararda, elektromarketlerin fiyat hassasiyeti yüksek tüketici gruplarıyla karşı karşıya kaldığından, fiyat olarak rekabetçi bir pozisyonda konumlanmayı makul buldukları, buradan hareketle topla-dağıt kartelinin bir parçası olmak için diğer perakendecilerin de benzer fiyatı uygulayacakları yönünde şüphe taşımamaları gerektiği belirtilmiştir. Bu kapsamda, yukarıda yer verildiği üzere, işbu dosyanın Kurulun *Sunny* kararından farklılık arz eden önemli bir yönü, bulguların tüm elektromarketleri kapsamaması ve elektromarketlerin rakip elektromarketlerin de benzer fiyat geçişini yapacakları yönünde öngörüye sahip olmalarıdır. Buna ilaveten bulgular elektromarketlerin ilgili tarihlerdeki fiyat bilgileri ile birlikte değerlendirilmiş ve bulgunun fiili durumla örtüşüp örtüşmediği de incelenmiş olup sonuç olarak FAKİR ile elektromarketlerin perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt karteli niteliği sergileyen bir anlaşma ve/veya uyumlu eyleme taraf olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

1.3.3.2. MEDIA MARKT'ın Bulgu Özelindeki Savunmaları ve Değerlendirme

(175) MEDIA MARKT tarafından gönderilen savunmada özetle;

- Bulgulardaki fiyat geçişine ilişkin yapılan analizde sektörel gerçekliklerin ve MEDIA MARKT'ın fiyatlama politikasının göz ardı edildiği, ortaya konulan fiyat paralelliklerinin herhangi bir iletişim, mutabakat veya yönlendirme olmaksızın da pazarın yapısı gereği ortaya çıkabilecek nitelikte olduğu,
- Bulgu 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 105'te adı geçen ürünler ile alakalı fiyat hareketlerinin, MEDIA MARKT'ın FAKİR ile herhangi bir iletişim aracılığıyla fiyat geçişini tetiklemesinden değil, ilgili ürünün "Image Setter" (IS) olarak tanımlanmasından kaynaklandığı, IS ürünlerin, fiyat algısı yüksek, rekabetin yüksek olduğu ürünler olduğu ve fiyatların rekabetçi fiyatlandırma metodolojisine dayalı olarak otomatik olarak kamuya açık verilerden takip edilmek suretiyle TEKNOSA ve VATAN gibi rakip fiyatları esas alınarak bu fiyatlara eşitlendiği, gerçekleşen fiyatların rekabete aykırı bir iletişim değil, tamamen iç prosedürlere ve otomatik fiyat eşitleme mekanizmasına dayalı teknik bir uygulama olduğu,
- Bulgu-99, 101 ve 104'te adı geçen ürüne dair fiyatlamasının Standart (ST) ürün statüsünde yer alan ürünlerde uygulanan fiyat politikası çerçevesinde gerçekleştirildiğini, ST ürünler bakımından "koridor fiyatlandırma" olarak adlandırılan fiyatlama stratejisi uygulandığı ve bu anlamda kamuya açık rakip

fiyatları takip edilerek ürünün fiyatının rakip fiyatlarının ortalamasına denk gelecek şekilde belirlendiği,

- Bulgu-106, 110 ve 111'deki yazışmalarda hem IS hem de ST statülü ürünlerin yer aldığı, IS statülü ürünlerde sistematik fiyat eşitleme, ST statülü ürünlerde ise rakip fiyatlarının ortalamasına denk gelecek şekilde fiyatlandırma politikası güdüldüğü, MEDIA MARKT'ın dönem dönem gerçekleşen stok satış hareketlerine göre, eski stoğa giren ürünlerin satışını hızlandırmak amacıyla da fiyat değişikliklerine gidebildiği, fiyatlandırma kararının, yalnızca kampanya desteğinin başlangıç ve bitiş tarihleri esas alınarak değil; aynı zamanda ürünün satış hızı ve stok durumu gibi ticari parametreler gözetilerek verildiği,
- Bulgu-92'de yer alan iç yazışmada değinilen fiyat (25.999 TL) bakımından MEDIA MARKT'ın yazışma döneminde bir fiyat geçişi yapmadığı,
- Bulgu-93'te yer alan Fakir Robert RS 770 Akıllı Robot Süpürge ürünü bakımından da, 10.10.2023 tarihinde MEDIA MARKT'ın fiyatını (.....) TL'den (.....) TL'ye indirdiği, bununla birlikte söz konusu fiyat hareketinin değerlendirilmediği ve sadece 12.10.2023 tarihindeki fiyatlandırma davranışının esas alındığı, belirli bir fiyat seviyesine odaklanarak bir koordinasyon çıkarımı yapılmasının ve rakiplerle örtüşmeyen bir fiyat denemesinin göz ardı edilmesi nedeniyle eksik bir değerlendirme niteliğinde olduğu, zira fiyatların rakiplerden farklı ve hatta daha yüksek seviyelerde denenmiş olmasının fiyatlandırma davranışının bağımsız ticari kararlar kapsamında değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koyduğu, ayrıca (.....) TL fiyat seviyesinin TEKNOSA ve VATAN tarafından uygulanmadığı, Delonghi markalı Magnifica 81 TB kodlu üründe ise fiyat geçişi dahi yapılmadığı dolayısıyla verilerin MEDIA MARKT'ın herhangi bir koordinasyonun parçası olmadığını ortaya koyduğu, 11.10.2023 tarihinde ise 2 saatlik süre ile fiyatını (.....) TL'ye çıkardığı, akabinde fiyatını tekrar (.....) TL'ye indirdiği, Delonghi Magnifica Evo, ECAM290.81.TB Tam Otomatik Espresso Kahve Makinesi ürünü bakımından ise 11.10.2023 tarihinde MEDIA MARKT'ın web sitesinden bu ürüne ilişkin fiyat görüntüsünün paylaşıldığı, görüntüde yer alan ürünün fiyatının (.....) TL olduğu, genel olarak elektromarketlerin bu ürün bakımından 12.10.2023 tarihinde (.....) TL, 13.10.2023 tarihinde ise (.....) TL'nin benimsenmesi kapsamında aksiyonlar alınmaya çalışıldığı, ancak bu tarihlerde MEDIA MARKT'ın satış fiyatının (.....) TL seviyesinde kaldığı,
- Bulgu-95'te fiyatlandırma davranışının kampanya uygulamasının doğal bir sonucu olabileceği, nitekim ürünün fiyatının 24.10.2023 ile 27.10.2023 tarih aralığında (.....) TL olduğu, 27.10.2023 tarihinde saat 08:31'de ürünün fiyatının kampanya nedeniyle (.....) TL'ye düşürüldüğü ve 27.10.2023-30.10.2023 tarih aralığında (.....) TL'den satışa sunulduğu, 31.10.2023'te saat 07:25'te ürünün fiyatı eski fiyat seviyesi olan 15.999 TL'ye döndürüldüğü, öte yandan MEDIA MARKT'ın ürünün satış fiyatını aynı gün içinde saat 10:55'te (.....) TL'ye düşürdüğü, 02.11.2023 ve 03.11.2023 tarihlerinde de sırasıyla (.....) TL ve (.....) TL fiyat seviyelerinin denendiği, satış fiyatı verilerinin bütüncül biçimde ele alınmadığı, fiyat dalgalanmasının ve dalgalanmayı açıklayan kampanya kaynaklı fiyat geçişlerinin ve kamuya açık kaynaklardan fiyatların takip edilebilmesinin göz ardı edildiği, fiyat hareketlerinin yalnızca belirli bir anına odaklanan yaklaşımın, fiyat genel seyri ve değişim dinamiklerinin dışlanması sonucunu doğurduğu ile seçici ve eksik bir değerlendirme teşkil ettiği, zira fiyatın geçici olarak yükseldiği anların izole edilerek yorumlanmasının ve fiyatın kısa süre içerisinde yeniden

farklı bir seviyeye çekilmiş olmasının dikkate alınmamasının fiyatlama davranışının niteliğinin hatalı şekilde tespit edilmesine neden olduğu,

- Bulgu-96'da yer alan Robert RS 770 Akıllı Robot Süpürge bakımından MEDIA MARKT'ın satış fiyatının 12.11.2023 tarihinde (.....) TL olduğu, sonrasında da 14.11.2023 tarihinden itibaren ilgili ürüne ilişkin kampanyanın sona ermesi sebebiyle (.....) TL olduğu, dolayısıyla yazışma tarihleri süresince bulgu içeriğinde FAKİR çalışanları tarafından MEDIA MARKT ile ilişkilendirildiği anlaşılan fiyatlamaların MEDIA MARKT tarafından benimsenmediği, Delonghi Magnifico 81.TB Espresso Makinesi bakımından ise MEDIA MARKT tarafından ürünün fiyatı 13.11.2023 tarihinde (.....) TL iken akabinde 15.11.2023 tarihinden bir sonraki gün saat 11:00'a kadar (.....) TL'ye çekildiği ancak yazışmadan diğer elektromarketlerin bu tür bir fiyatlama yapmadığının anlaşıldığı,
- Bulgu 98'de yer alan 61SB kodlu ürünün fiyatlarının yazışma tarihinde (.....) TL ve (.....) TL olarak ifade edilen fiyatlar ile örtüşmediği, sonrasında MEDIA MARKT'ın ürünün satış fiyatını yükseltmesinin rakiplerinin fiyatlarını kamuya açık kaynaklardan izleyip buna göre bir aksiyon almasının sonucu olduğu,
- Bulgu 99'da yer alan Fakir markalı Freeland NH 5056 kodlu toz torbasız elektrikli süpürge o tarihte MEDIA MARKT tarafından (.....) TL'ye satışa sunulduğu, sonrasında ise bulguda bahsi geçen (.....) TL'lik bir fiyat artışının yapılmadığı,
- Bulgu-101'de 02.02.2024 tarihinde Fakir Freeland RC7081 Siyah Toz Torbasız Kumandalı Süpürge ürünün fiyatının TEKNOSA fiyatından ((.....) TL) farklılaştığı ve 02.02.2024-05.02.2024 tarih aralığında ürünün fiyatının sabit seyrettiği, dolayısıyla bulgunun bir koordinasyonu göstermekten uzak olduğu,
- Bulgu 103'te FAKİR tarafından alınan aksiyonun içeriğinin net olarak anlaşılmadığı,
- Bulgu 104'te yer alan Fakir marka Pania Tost Makinesi bakımından, 14.05.2024 – 17.05.2024 tarihleri aralığındaki fiyatlara bakıldığında ürünün fiyatının (.....) TL olduğu, satış fiyatının 17.05.2024 tarihinde saat 10:49'da (.....) TL, 10:51'de ise (.....) TL olduğu, MEDIA MARKT'ın fiyat geçişleri ile bulgudaki kurgunun birbiri ile bağdaşmadığı,
- Bulgu 106'da yer alan Fakir Freeland NH 5056 Toz Torbasız Elektrikli Süpürge 890W ürününün fiyatının 25.06.2024-27.06.2024 tarihleri arasında (.....) TL seviyesinde sabit seyrettiği, Fakir Vacuum Pro Toz Torbasız Süpürge ürününün fiyatının 25.06.2024 tarihinde (.....) TL olduğu, 26.06.2024 tarihinde ise (.....) TL'den (.....) TL'ye yükseldiği, 26.06.2024-27.06.2024 tarih aralığında ise ürünün fiyatının (.....) TL seviyesinde sabit seyrettiği,
- Bulgu 110'da yer alan RC7081 Toz Torbasız Kumandalı adlı ürünün fiyatının 07.08.2024 ve 08.08.2024 tarihleri arasında marj hedefi doğrultusunda gelen talep üzerine yukarı yönlü hareket ettiği, akabinde pazar dinamikleri ve rekabet koşulları gereği tekrar aşağı yönlü revize edildiği, 09.08.2024 ve 12.08.2024 tarihleri arasında ise koridor fiyat uygulaması çerçevesinde ürünün (.....) TL seviyesinde fiyatlandırıldığı,
- Bulgu 112'de MEDIA MARKT'ın fiyatları ile bulgudaki Fakir Robert RS 780 Plus Çöp İstasyonlu Akıllı Robot Süpürge ürününe ilişkin fiyatların birbiri ile bağdaşmadığı, her halükarda ilgili ürünün fiyatının fiyatlandırma departmanı tarafından eşitlendiği, bu fiyat eşitlemesinin rekabet kaynaklı bir müdahale

sonucu değil ilgili ürünün ciro hacmi düşük olması nedeniyle uygulanan genel bir fiyat optimizasyon stratejisi çerçevesinde yapıldığı,

- Soruşturma Raporunda Bulgu-98, 103 ve 109'da fiyat analizinin yapılmadığı, ileri sürülen ihlal iddiasının somut piyasa verileriyle desteklenmediği

ifade edilmiştir.

- (176) **Değerlendirme:** Öncelikle MEDIA MARKT tarafından gönderilen fiyat verilerine her bir bulgu başlığı altında yer verildiğinden ilgili analizlerin tekrarlanmasına gerek görülmemiştir. Bulgu-98, 103 ve 109 bakımından ise bulgu içerisinde fiyat geçişi yapılan ürün diğer bulgulardaki gibi açıkça belirtilmediğinden söz konusu bulgular bakımından fiyat analizi yapılması mümkün olmamıştır. Örneğin; Bulgu-98'de ürün kodu bakımından yalnızca renk kodu olduğu anlaşılan SB kodunun yer alması, Bulgu-103'te süpürge fiyatlarının revize edildiği bilgisinin verilmesine karşın Fakir markalı birçok farklı süpürge bulunması, Bulgu-109 bakımından ise ekran görüntüsü paylaşılan fotoğraftaki hangi ürün bakımından fiyat geçişi yapılmaya çalışıldığı hususunun belli olmaması nedeniyle ilgili bulgular bakımından fiyat analizine gidilememiştir. Öte yandan kalan bulguların tamamında fiyat analizi yapılmış olup ilgili analizlere her bir bulgu başlığı altında yer verilmiştir. Bu kapsamda MEDIA MARKT'ın ürün gruplamalarına yönelik fiyatların nasıl belirlendiğine ilişkin savunmaları değerlendirilecektir.
- (177) MEDIA MARKT tarafından Bulgu 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98 ve 105'te adı geçen ürünlerin "Image Setter" (IS) olarak tanımlanan ürünler olduğu ve bu ürünlerdeki fiyatlarının otomatik olarak kamuya açık verilerden takip edilmek suretiyle ve TEKNOSA ile VATAN gibi rakip fiyatları esas alınarak bu fiyatlara eşitlendiği belirtilmiştir. Öte yandan Bulgu-90, 91 gibi bulgularda MEDIA MARKT tarafından rakip elektromarketlerden önce fiyat geçişinin sağlandığı görülmektedir. Nitekim Bulgu-90'da MEDIA MARKT ve TEKNOSA tarafından bulgu tarihinden önce (.....) TL olan satış fiyatının bulgu tarihi olan 25.08.2023 tarihinde -(.....)- (.....) TL'ye düşürüldüğü, 26.08.2023 tarihinde ise tekrar (.....) TL'ye yükseltildiği görülmektedir. Bu kapsamda bulgu tarihine kadar üç gün boyunca MEDIA MARKT'ın satış fiyatının VATAN'ın satış fiyatına eşitlenmediği, aksine VATAN'ın satış fiyatının ilgili iletişimler sonucu (.....) TL'ye yükseltildiği görülmektedir. Bu kapsamda MEDIA MARKT ve TEKNOSA tarafından da satış fiyatının tekrar (.....) TL seviyesine çekildiği görülmektedir. Bulgu-91'de ise 03.10.2023 tarihinde fiyat geçişinin MEDIA MARKT tarafından saat 08:22'de, VATAN tarafından 09:08'de, TEKNOSA tarafından ise 11:50'de yapıldığı görülmektedir. Buna ilaveten, Bulgu-95, 96 ve 105'te de rakip elektromarketlerin fiyatlarına eşitleme yönünde bir politikanın izlenmediği görülmektedir. Bu kapsamda MEDIA MARKT'ın bulguların rakiplerin kamuya açık rakip verilerinin takip edilmesi suretiyle eşitlendiği savunmalarının kabul edilemeyeceği değerlendirilmektedir.
- (178) MEDIA MARKT tarafından Bulgu-99, 101, ve 104'te adı geçen ürünlerin Standart (ST) ürün olarak tanımlanan ürünler olduğu ve bu ürünlerdeki fiyatlarının "koridor fiyatlandırma" olarak adlandırılan ve kamuya açık rakip fiyatları takip edilerek ürünün fiyatının rakip fiyatlarının ortalamasına denk gelecek şekilde belirlendiği belirtilmiştir. Bununla birlikte Bulgu-101'de;
- MEDIA MARKT tarafından satış fiyatının yazışma tarihinde (.....) TL'den (.....) TL'ye, VATAN tarafından ise yazışma tarihinde (.....) TL'den sırasıyla (.....) TL

ve (.....) TL seviyelerine (*MEDIA MARKT tarafından saat 10:48'de, VATAN tarafından saat 16:12'de ilgili fiyat geçişi gerçekleştirilmiştir.*),

- TEKNOSA tarafından ise satış fiyatının yazışmadan bir gün sonra 03.02.2024 tarihinde (.....) TL'den (.....) TL'ye

yükseltildiği görülmektedir. Bu kapsamda (.....) TL'lik fiyat seviyesine ilk olarak MEDIA MARKT tarafından geçiş yapıldığı ve ürünün fiyatlamasının ST ürün fiyatlamasından farklı olarak rakip fiyatların ortalamasına denk gelecek şekilde yapılmadığı görülmektedir. Bulgu-99 ve 104'te de her ne kadar elektromarketler tarafından fiyat birlikteliğinin sağlanamadığı görülse de MEDIA MARKT tarafından yapılan fiyatlamasının koridor fiyatlamasından farklılık arz ettiği görülmektedir. Bu kapsamda MEDIA MARKT'ın ilgili bulgulara koridor fiyatlamaya yapıldığına ilişkin savunmalarının kabul edilemeyeceği değerlendirilmektedir.

- (179) Son olarak MEDIA MARKT tarafından Bulgu-106, 110 ve 111'de adı geçen ürünlerin yazışmalarda hem IS hem de ST statülü ürünlerin yer aldığı, IS statülü ürünlerde sistematik fiyat eşitleme, ST statülü ürünlerde ise rakip fiyatlarının ortalamasına denk gelecek şekilde fiyatlama politikası güdüldüğü, söz konusu ürünlerde MEDIA MARKT'ın dönem dönem gerçekleşen stok satış hareketlerine göre, eski stoğa giren ürünlerin satışını hızlandırmak amacıyla da fiyat değişikliklerine gidebildiği, fiyatlandırma kararının yalnızca kampanya desteğinin başlangıç ve bitiş tarihleri esas alınarak değil aynı zamanda ürünün satış hızı ve stok durumu gibi ticari parametreler gözetilerek verildiği belirtilmiştir.

- (180) Öte yandan Bulgu-106 incelendiğinde;
- IS ürün kategorisindeki RS770 kodlu üründe MEDIA MARKT'ın bulguda belirtilen (.....) TL'lik satış fiyatına TEKNOSA'dan önce geçtiği (*MEDIA MARKT saat 08:52'de, TEKNOSA 10:56'da*), bulgu döneminde VATAN'ın satış fiyatının (.....) TL olduğu,
 - ST ürün kategorisindeki Bolt aqua 8472 kodlu üründe ise MEDIA MARKT'ın bulguda belirtilen (.....) TL'lik satış fiyatına TEKNOSA'dan önce geçtiği (*MEDIA MARKT saat 08:52'de, TEKNOSA 10:56'da*), bulgu döneminde VATAN'ın satış fiyatının (.....) TL olduğu

görülmektedir. Benzer şekilde Bulgu-111 incelendiğinde;

- IS ürün kategorisindeki 61 B kodlu üründe, MEDIA MARKT'ın ilgili tarihlerdeki satış fiyatının (.....) TL seviyesinde olduğu, öte yandan TEKNOSA ve VATAN tarafından ise 17.10.2024 tarihinde satış fiyatının (.....) TL'den (.....) TL'ye yükseltildiği,
- ST ürün kategorisindeki ojo cam su ısıtıcısında ise MEDIA MARKT ve VATAN tarafından 16.10.2024 tarihinde satış fiyatının (.....) TL'den (.....) TL'ye yükseltildiği (*MEDIA MARKT saat 00:06'da, VATAN 15:32'de*), TEKNOSA tarafından ise 17.10.2024 tarihinde satış fiyatının (.....) TL'den (.....) TL'ye yükseltildiği

görülmektedir. Bu kapsamda yukarıda bahsi geçen ürünlerde MEDIA MARKT tarafından IS statülü ürünlerde sistematik fiyat eşitleme, ST statülü ürünlerde ise rakip fiyatlarının ortalamasına denk gelecek şekilde fiyatlama politikası güdüldüğü görülmüştür. Sonuç olarak MEDIA MARKT'ın ilgili savunmalarının kabul edilemeyeceği değerlendirilmektedir.

I.3.4. Dolaylı Bilgi Değişimi Eylemine İlişkin Genel Değerlendirme

- (181) Yukarıda yer alan bilgi ve belgelere ilişkin tespit ve değerlendirmeler bir bütün olarak ele alındığında; FAKİR tarafından gerek Fakir markalı gerekse distribütörlüğünü yaptığı Delonghi markalı ürünlere ilişkin olarak MEDIA MARKT, VATAN ve TEKNOSA tarafından uygulanacak satış fiyatlarının ve fiyat geçişlerinin koordinasyonunun sağlandığı görülmektedir. Söz konusu yazışmaların odağını iki temel unsur oluşturmaktadır. Bunlardan ilki FAKİR tarafından belirlenen fiyatın elektromarketler tarafından uygulanıp uygulanmadığının denetlenmesi ve fiyat geçişinin sağlanması iken bir diğer unsur ise alıcı konumunda bulunan elektromarketlerin rakip teşebbüslerin satış fiyatlarına ilişkin şikâyetlerini iletmesi ve söz konusu şikâyetler kapsamında FAKİR tarafından gerçekleştirilen eylemlerdir. Bulgular bir bütün olarak incelendiğinde, fiyat geçişlerine ilişkin dolaylı bilgi değişiminin merkezi konumunda bulunan FAKİR'in, elektromarketlerin fiyatlarının düzeltilmesi için aksiyon aldığı ve dolaylı bilgi değişimi aracılığıyla fiyatların belirli bir seviyede istikrar kazanması hususunda aracı rolünü oynadığı görülmektedir. Böylece elektromarketler FAKİR üzerinden gerçekleştirdikleri dolaylı bilgi değişiminin bir getirisi olarak rakipleri ile doğrudan iletişime geçmeye gereksinim duymaksızın fiyatları belirli bir seviyede tutma imkânına kavuşmaktadır. Zira elektromarket pazarındaki oyuncu sayısının azlığı ve pazarın oligopolistik yapısı, rakip teşebbüslerin fiyatlarının kontrol edilmesi ve fiyatların bozulması durumunda FAKİR üzerinden ilgili teşebbüslerin uyarılması davranışlarının hayata geçmesini kolaylaştırmaktadır.
- (182) Yukarıda yer verildiği üzere, A perakendecisinin sağlayıcı B'ye diğer bir C perakendecisinin fiyatlarını şikâyet etmesi ve sağlayıcının bu şikâyet doğrultusunda eyleme geçerek C perakendecisi ile bu yönde bir iletişim kurması ya da C perakendecisinin rekabetçi davranışlarını kısıtlaması da "A-B-C" arası anlaşmalar kapsamında incelenebilmektedir. Birleşik Krallık Rekabet Temyiz Mahkemesinin (Competition Appeal Tribunal, CAT) *Replica Kit* kararında bir A perakendecisinin sağlayıcı B'ye diğer bir C perakendecisinin fiyatlarını şikâyet etmesi ve sağlayıcının bu şikâyet doğrultusunda aksiyon alarak C perakendecisinin rekabetçi davranışlarını kısıtlamasının, hangi koşullar altında rekabeti sınırlayıcı bir anlaşma sayılacağına açıklık getirmiştir. Mahkemeye göre, *"B'nin aksiyonu nedeniyle C'nin rekabetçi davranışının kısıtlanmasından fayda sağlayan A, A'nın yaptığı şikâyet ile B'nin C'ye yönelik aksiyonu arasında nedensellik bağı bulunması halinde, uyumlu eylemin tarafı kabul edilir"*.
- (183) CAT'in bu yorumu perakendecinin sağlayıcıya yapacağı her şikâyetin rekabet ihlali sayılabileceği nedeniyle eleştirilmiş, konu bir üst mahkeme olan Temyiz Mahkemesi'ne (Court of Appeals) taşınmıştır. Temyiz Mahkemesi'ne göre rakibini şikâyet eden A perakendecisinin ihlalin tarafı sayılabilmesi için, şikâyeti sonrasında sağlayıcı B'nin C perakendecisinin rekabetçi davranışlarını kısıtlayacak bir aksiyon alacağını öngörüyor olması gerekmektedir. Mahkeme, davada JJB'nin Umbro'ya rakibi Sports Soccer'ın fiyatını şikâyet ederken Umbro'nun aksiyon almasını istemiş ve bu aksiyonun Umbro ve Sports Soccer arasında fiyat anlaşması olacağını öngördüğü tespitinde bulunarak, bu koşullar altında JJB'nin sorumluluktan kaçamayacağını belirtmiştir.
- (184) Kurul topla-dağıt karteline ilişkin kararlarında⁵⁰, CAT'in Tesco kararındaki aşağıda yer alan kriterleri baz alarak değerlendirme yapmıştır:

⁵⁰ Kurulun 16.12.2015 tarih ve 15-44/731-266 sayılı *Lastik* ve 07.11.2016 tarih ve 16-37/628-279 sayılı *Tüketici Elektroniği ve Bilgisayar/Konsol Oyun* kararları.

- Dağıtıcı A sağlayıcı B'ye gelecek ürün fiyatlamaları niyeti hakkında bilgi vermelidir,
- A'nın niyetinin, B'nin bu bilgiyi pazar koşullarını etkilemek amacıyla dağıtıcı C'ye iletmesi olabileceği gösterilmelidir,
- B, bu bilgiyi C'ye iletmemelidir,
- C'nin, A'nın bu bilgiyi hangi koşullarda B'ye iletmediğini bilebilecek durumda olduğu gösterilmelidir,
- C bu bilgiyi kendi geleceğe dönük fiyat niyetlerini belirlerken kullanmalıdır. Meşru bir sebebi olmadığı sürece dağıtıcılar ile sağlayıcı arasındaki ilişkide ticari faaliyetlerin normal akışının ötesine geçecek şekilde geleceğe dönük fiyat bilgisinin paylaşılması tarafların niyetlerinin gösterilmesi koşulunun karşılandığı anlamına gelebilecektir.

- (185) Kurulun *Zincir Marketler* kararında⁵¹ ise dolaylı bilgi değişiminin ele alındığı diğer Kurul kararlarından farklı olarak Tesco kriterlerinin sağlanıp sağlanmadığı esas alınmamış ve dolaylı bilgi değişimi analizi yerinde incelemede elde edilen belgeler üzerinden yapılmıştır. Sonuç olarak, perakendecilerin sağlayıcılar üzerinden düşük fiyat, geleceğe dönük fiyat, fiyat geçiş tarihleri, dönemsel aktiviteler ve kampanyalar gibi rekabete hassas bilgileri paylaştığı tespit edilerek hem sağlayıcı konumundaki Savola Gıda ve San. Tic. AŞ hem de perakendeci konumundaki bazı zincir marketler hakkında idari para cezası uygulanmıştır.
- (186) Rekabet hukuku çerçevesinde bir anlaşma/uyumlu eylemden bahsedebilmek için, delillerin bir arada kullanılarak bütünsel bir yaklaşımla ihlal tespitinin yapılması hedeflenmektedir. Bu bakımdan, dosya kapsamında elde edilen her türlü delilin, bir bütünün parçaları ve bütünü açıklamada kullanılan araçlar oldukları göz önünde bulundurulmalıdır. Bu kapsamda ilk olarak yerinde incelemede elde edilen bulgular incelendiğinde, yukarıda ilgili bulgu başlıklarında detaylı olarak yer verildiği üzere elektromarketlerin bazı bulgularda fiyat geçişlerini gerçekleştirdikleri, bazılarında ise gerçekleştiremedikleri görülmektedir. Her ne kadar bazı bulgularda elektromarketler tarafından fiyat geçişi sağlanamamış olsa da ilgili bulguların tamamının benzer nitelikte olduğu ve bulgular kapsamında elektromarketlerin fiyat geçişi için birbirlerini bekledikleri görülmektedir.
- (187) Bulgular bütüncül olarak değerlendirildiğinde, 25.08.2023-02.12.2024 tarihleri arasında elektromarketlerin FAKİR tarafından kendisine iletilen fiyat geçişine ilişkin talebin, diğer elektromarketlere de iletileceği ve rakip elektromarketlerin bu hususta uyum göstereceği öngörüsüne sahip olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim bulgulardan elektromarketlerin düşük satış fiyatına sahip rakip elektromarketleri FAKİR'e şikâyet ettikleri ve diğer elektromarketlerin fiyat geçişi sonrasında kendilerinin de fiyat geçişini sağlayacaklarını FAKİR'e bildirebildikleri görülmektedir. Örnek vermek gerekirse;
- Bulgu-90'da yer alan "*media markt 1 saat verdi*", "*konusabilir misin fiyatı yükseltebilirler mi*",
 - Bulgu-92'de yer alan "*81 tb 2 saate media markt ta 25999 oluyor diğerleri geçmezse fiyat geçmiyorlar*",
 - Bulgu-96'da yer alan "*Msh 14999 ok 12ye kadar diğerleri geçmezse yarına kalıyor*",
 - Bulgu-98'de yer alan "*Media Markt a müteakip vatan da geçiyor*",
 - Bulgu-99'da yer alan "*Teknosa media geçince geçecek fiyatlara*"

⁵¹ Kurulun 28.10.2021 tarih ve 21-53/747-360 sayılı *Zincir Marketler* kararı.

- Bulgu-104'te yer alan *"Arkadaşlar teknosa fiyatlar ile ilgili sıkıntı mı var vatan aradı"* ve *"Mediada vatanın paniası için fiyst düzeltme istedi"*,
- Bulgu-109'da yer alan *"Teknosa geçiş yaptı" "1-2 saate diğerlerinde değişim olmaz ise eski fiyatlara dönüş yapacaklar"*,
- Bulgu-110'da yer alan *"Mm bozmuş 770 ve 7081 Teknosa aradı"*

gibi ifadeler bu durumu gösterir niteliktedir. Ayrıca, ilgili bulgulardan bir elektromarketin diğer bir elektromarketin düşük fiyatını FAKİR'e şikâyet etmesinden FAKİR'in bu konuda düşük fiyata sahip elektromarketin rekabetçi davranışlarını kısıtlayacak bir şekilde aksiyon alacağını öngördüğü de anlaşılmaktadır. Örnek vermek gerekirse; Bulgu-104'te yer alan *"Arkadaşlar teknosa fiyatlar ile ilgili sıkıntı mı var vatan aradı"* ve *"Mediada vatanın paniası için fiyst düzeltme istedi"*, Bulgu-110'da yer alan *"Mm bozmuş 770 ve 7081 Teknosa aradı"* gibi ifadeler de "fiyatını bozan" elektromarketin rakip elektromarketlerce FAKİR'e şikâyet edildiğini ve düşük fiyata sahip elektromarketlerin fiyat revizesinin FAKİR aracılığıyla istendiğini göstermektedir. Nitekim "Tss" isimli Whatsapp grubunda yer alan yazışmaların bütüncül olarak değerlendirilmesinden de FAKİR tarafından ilgili şikâyetler sonrasında düşük fiyata sahip elektromarketler ile bu konuda iletişime geçildiği görülmektedir.

- (188) Özetle, dolaylı bilgi değişimine ilişkin bulgular bütüncül olarak değerlendirildiğinde, FAKİR ile elektromarketlerin bahsi geçen ürünlerin perakende satış fiyatlarının tespiti amacına sahip, topla-dağıt karteli niteliği sergileyen bir anlaşma ve/veya uyumlu eyleme taraf olduğu görülmektedir. Sonuç olarak MEDIA MARKT'ın, söz konusu eylemi ile 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği değerlendirilmektedir⁵². Bu kapsamda, MEDIA MARKT'ın ihlal niteliğindeki davranışları nedeniyle anılan teşebbüse 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca idari para cezası verilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

1.3.5. Ceza Yönetmeliği Kapsamında Yapılan Değerlendirme

- (189) 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrasında *"Bu Kanunun 4, 6 ve 7 nci maddelerinde yasaklanmış davranışlarda bulunanlara, ceza verilecek teşebbüs ile teşebbüs birlikleri veya bu birliklerin üyelerinin nihai karardan bir önceki mali yıl sonunda oluşan veya bunun hesaplanması mümkün olmazsa nihai karar tarihine en yakın mali yıl sonunda oluşan ve Kurul tarafından saptanacak olan yıllık gayri safi gelirlerinin yüzde onuna kadar idarî para cezası verilir."* hükmüne yer verilmiştir.
- (190) 27.12.2024 tarih ve 32765 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik'in (Ceza Yönetmeliği) 4. maddesinde idari para cezası belirlenirken öncelikle temel para cezasının hesaplanacağı; ardından ağırlaştırıcı ve hafifletici unsurlar göz önünde bulundurularak temel para cezasının artırılmasının ve/veya cezadan indirim yapılmasının söz konusu olacağı düzenlenmektedir.
- (191) Teşebbüs hakkında ceza tayini yapılırken, Ceza Yönetmeliği'nin 5. maddesinin birinci ve ikinci fıkralarında yer alan
- "(1) Temel ceza oranı, başlangıç ceza oranına, koşulları bulunuyorsa, ihlalin süresi nedeniyle artırım yapılarak tespit edilir."*

⁵² FAKİR, TEKNOSA ve VATAN hakkında yürütülen soruşturmalar "Konu" başlığı altında yer verildiği üzere, Kurulun muhtelif tarihli kararları ile uzlaşma usulüyle sonlandırılmıştır.

(2) *Başlangıç ceza oranı, özellikle, ihlal dolayısıyla gerçekleşen veya gerçekleşmesi muhtemel zararın ağırlığı ile ihlalin niteliğinin açık ve/veya ağır olup olmadığı gözetilmek suretiyle belirlenir. (...)*

hükümleri göz önünde bulundurulmalıdır. Bu kapsamda Ceza Yönetmeliği'nin yukarıda yer verilen hükmü uyarınca başlangıç ceza oranının belirlenmesinde ilgili teşebbüslerin *"ihlal dolayısıyla gerçekleşen veya gerçekleşmesi muhtemel zararın ağırlığı ile ihlalin niteliğinin açık ve/veya ağır olup olmadığı"* gibi hususların dikkate alınması gerekmektedir.

(192) Yukarıda yer alan tespit ve değerlendirmeler neticesinde, MEDIA MARKT'ın topla-dağıt (*hub and spoke*) karteli niteliği sergileyen bir anlaşma ve/veya uyumlu eyleme taraf olmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu bakımdan Ceza Yönetmeliği ve ilgili mevzuat hükümleri çerçevesinde MEDIA MARKT'ın ihlal konusu eyleminin "açık ve ağır ihlaller" kategorisi kapsamında ele alınması gerekmektedir. Bu kapsamda Ceza Yönetmeliği uyarınca söz konusu husus başlangıç ceza tayininde dikkate alınmıştır.

(193) Ceza Yönetmeliği'nin 5. maddesinin üçüncü fıkrasında ise ihlalin süresinin temel para cezasının tespitinde dikkate alınacağı öngörülmektedir. Belirtilen madde;

"(3) Başlangıç ceza oranı;

a) Bir yıldan uzun, iki yıldan kısa süren ihlallerde beşte biri oranında,

b) İki yıldan uzun, üç yıldan kısa süren ihlallerde beşte ikisi oranında,

c) Üç yıldan uzun, dört yıldan kısa süren ihlallerde beşte üçü oranında,

ç) Dört yıldan uzun, beş yıldan kısa süren ihlallerde beşte dördü oranında,

d) Beş yıldan uzun süren ihlallerde bir katı oranında, artırılır."

hükümünü haizdir.

(194) Bu kapsamda, MEDIA MARKT hakkında ihlal isnadına dayanak teşkil eden en eski tarihli belge Bulgu-90'da yer alan 25.08.2023 tarihli belge, en yeni tarihli belge ise Bulgu-112'de yer alan 02.12.2024 tarihli belgedir ve ilk belge ile son belge arasında 1 yıl 3 ay 7 günlük bir sürenin bulunduğu görülmektedir. Dolayısıyla bahse konu ihlalin bir yıldan uzun iki yıldan kısa sürmesi sebebiyle Ceza Yönetmeliği'nin 5. maddesinin üçüncü fıkrasının (a) bendi uyarınca başlangıç ceza oranının beşte biri oranında artırılması gerektiği değerlendirilmektedir.

(195) Diğer yandan Ceza Yönetmeliği'nin 6. maddesinde ağırlaştırıcı unsurlar; 4054 sayılı Kanun'un 4. ve/veya 6. maddesinin ihlal edildiğinin Kurul tarafından tespit edilmesinden sonra aynı teşebbüs veya teşebbüs birliği tarafından 4054 sayılı Kanun'un 4. ve/veya 6. maddesinin tekrar ihlal edilmesi ile soruşturma kararının tebliğinden sonra ihlale devam edilmesi, ihlalde belirleyici etkinin bulunması, Uzlaşma Yönetmeliği'nin 12. maddesinin üçüncü fıkrasında yer alan gizlilik yükümlülüğünün ihlal edilmesi olarak sayılmaktadır. Bu kapsamda MEDIA MARKT'ın eylemleri bakımından herhangi bir ağırlaştırıcı unsur bulunmadığı değerlendirilmektedir.

(196) Ceza Yönetmeliği'nin 7. maddesinde ise temel ceza oranı veya 6. madde uyarınca hesaplanan ağırlaştırılmış ceza oranının;

- Yasal yükümlülüklerin yerine getirilmesi haricinde, yerinde incelemenin daha kısa sürede tamamlanmasını veya daha etkin şekilde gerçekleştirilmesini sağlayan fiziksel ve/veya teknik imkânların sunulması suretiyle ya da yerinde inceleme esnasında inceleme konusuyla bağlantılı olan ilave bilgi veya belgelerin

incelenen tarafça kendiliğinden sunulması suretiyle yerinde incelemeye yardımcı olunması,

- İhlalde diğer teşebbüslerin zorlamasının bulunması,
- İhlale katılımın sınırlı olması,
- İhlal konusu faaliyetlerin yıllık gayri safi gelirler içerisindeki payının düşük olması,
- İdari para cezasına esas alınan yıllık gayri safi gelirler içinde yurt dışı satış gelirlerinin bulunması gibi hallerin ilgili teşebbüs veya teşebbüs birliği tarafından ispatlanması halinde indirilebileceği düzenlenmektedir.

(197) Ceza Yönetmeliği'nin 7. maddesinde bahsi geçen hafifletici sebepler tahdidi olmayıp örnekleyici olarak sayılmıştır. Bu kapsamda ilgili maddede bahsedilmeyen bir husus da teşebbüs tarafından somut şekilde ortaya konulduğu takdirde hafifletici unsur olarak dikkate alınabilecektir.

(198) Bu çerçevede taraf temsilcisinden son üç yıldaki toplam cirosu, küçük ev aletleri satışlarından elde ettikleri ciro ile Fakir, Braun ve Delonghi markalı ürünlerin satışından elde ettikleri ciro hakkında bilgi talebinde bulunulmuştur. MEDIA MARKT tarafından gönderilen cevabi yazı incelendiğinde, MEDIA MARKT'ın toplam cirosu içerisinde;

- küçük ev aletleri satışından elde edilen cironun yaklaşık %(.),
- Fakir, Braun ve Delonghi markalı ürünlerin satışından elde edilen cironun ise yaklaşık %(.)

seviyesinde olduğu görülmektedir. Bu kapsamda MEDIA MARKT'ın toplam cirosu içerisinde Fakir, Braun ve Delonghi markalı ürünlerin satışından elde ettikleri cironun %(.) seviyesinde olması hususunun Ceza Yönetmeliği'nin 7. maddesi kapsamında hafifletici unsur olarak kabul edilebileceği değerlendirilmektedir.

1.3.6. Mülga Ceza Yönetmeliği ve Yeni Ceza Yönetmeliği Kapsamında Lehe Olan Yönetmeliğin Uygulanması İlkesinin Değerlendirilmesi

(199) 27.12.2024 tarihli ve 32765 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar İle Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek İdari Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik (Yeni Ceza Yönetmeliği) ile 15.02.2009 tarihli ve 27142 sayılı "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar İle Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek İdari Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik" (Mülga Ceza Yönetmeliği) yürürlükten kaldırılmıştır. Bu çerçevede lehe kanun ilkesi gereğince, somut olay bakımından Mülga Ceza Yönetmeliği ve Yeni Ceza Yönetmeliği hükümlerinin karşılaştırılarak hangi yönetmelik teşebbüsün lehine ise onun karara esas alınması gerekmektedir.

(200) 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrasında "*Bu Kanun'un 4, 6 ve 7 nci maddelerinde yasaklanmış davranışlarda bulunanlara, ceza verilecek teşebbüs ile teşebbüs birlikleri veya bu birliklerin üyelerinin nihai karardan bir önceki mali yıl sonunda oluşan veya bunun hesaplanması mümkün olmazsa nihai karar tarihine en yakın mali yılsonunda oluşan ve Kurul tarafından saptanacak olan yıllık gayri safi gelirlerinin yüzde onuna kadar idarî para cezası verilir*" hükmüne yer verilmiştir. Aynı maddenin son fıkrasıysa "*Bu maddeye göre verilecek idarî para cezalarının tespitinde dikkate alınan hususlar, işbirliği halinde para cezasından bağışıklık veya indirim şartları, işbirliğine ilişkin usul ve esaslar Kurulca çıkarılacak yönetmeliklerle belirlenir.*" hükmünü amirdir.

(201) Bu kapsamda Mülga Ceza Yönetmeliği'nin 5. maddesinin birinci fıkrası uyarınca temel para cezası oranı, MEDIA MARKT'ın topla-dağıt (*hub and spoke*) karteli niteliği

sergileyen bir anlaşma ve/veya uyumlu eyleme taraf olmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal etmesi sebebiyle %(.....) olarak tespit edilmiştir. Akabinde ihlalin süresinin bir yıldan uzun, beş yıldan kısa olması nedeniyle Mülga Ceza Yönetmeliği'nin 5. maddesinin üçüncü fıkrasının (a) bendi uyarınca temel para cezası yarısı oranında artırılarak %(.....) olarak tespit edilmiştir. MEDIA MARKT'ın, ihlal konusu faaliyetlerin yıllık gayri safi gelirler içerisindeki payının çok düşük olması dikkate alınarak %60 indirim uygulanmış ve idari para cezası oranı %(.....) olarak belirlenmiştir. Nihayetinde Mülga Ceza Yönetmeliği'ne göre, MEDIA MARKT hakkında 2024 yılı gayri safi geliri üzerinden %(.....) oranında idari para cezası oranı hesaplanmış ve Mülga Ceza Yönetmeliği'ne göre teşebbüse 1.101.076.054,93 TL idari para cezası uygulanması gerektiği tespit edilmiştir.

- (202) Yeni Ceza Yönetmeliği kapsamında ise öncelikle başlangıç ceza oranının ne şekilde belirleneceği önem taşımaktadır. Bu noktada, MEDIA MARKT'ın ihlal konusu eyleminin Ceza Yönetmeliği'nin 5. maddesinin ikinci fıkrası kapsamında "açık ve ağır ihlaller" niteliğini haiz olması göz önünde bulundurulabilmektedir. Bu noktada başlangıç ceza oranı %(.....) olarak tespit edilmiştir. Yeni Ceza Yönetmeliği'nin 5. maddesinin üçüncü fıkrasına göre ceza tespitinde dikkate alınması gereken bir diğer unsur ihlalin süresidir. MEDIA MARKT'ın ihlal süresi bir yıldan uzun, iki yıldan kısa sürdüğünden Yeni Ceza Yönetmeliği kapsamında başlangıç ceza oranının beşte biri oranında artırılarak temel para cezası oranının elde edilmesi gerekmektedir. Bu durumda, MEDIA MARKT hakkında belirlenen başlangıç ceza oranı, beşte biri oranında artırılarak %(.....) oranında temel para cezası oranına ulaşılmıştır.
- (203) Temel para cezası oranının tayin edilmesinin ardından Yeni Ceza Yönetmeliği'nin 6. maddesinde düzenlenen ağırlaştırıcı unsurlar ve 7. maddesinde düzenlenen hafifletici unsurlar değerlendirilerek nihai ceza oranının belirlenmesi gerekmektedir. Yeni Ceza Yönetmeliği'nin "Hafifletici unsurlar" başlıklı 7. maddesinin birinci fıkrasında hafifletici unsurlar örnek olarak sayılmış olup somut olayda, MEDIA MARKT'ın, ihlal konusu faaliyetlerin yıllık gayri safi gelirler içerisindeki payının çok düşük olması dikkate alınarak %70 indirim uygulanmış ve idari para cezası oranı %(.....) olarak belirlenmiştir.
- (204) 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrasında "*Bu Kanunun 4, 6 ve 7 nci maddelerinde yasaklanmış davranışlarda bulunanlara, ceza verilecek teşebbüs ile teşebbüs birlikleri veya bu birliklerin üyelerinin nihai karardan bir önceki mali yıl sonunda oluşan veya bunun hesaplanması mümkün olmazsa nihai karar tarihine en yakın mali yıl sonunda oluşan ve Kurul tarafından saptanacak olan yıllık gayri safi gelirlerinin yüzde onuna kadar idarî para cezası verilir.*" hükmü yer almakta olup somut olayda MEDIA MARKT'ın 2024 yılı cirosu esas alınmıştır.
- (205) Yukarıda yer verilen açıklamalar doğrultusunda, 4054 sayılı Rekabetin Korunması hakkında Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrası ile teşebbüslerin lehine olduğu değerlendirilen 27.12.2024 tarih ve 32765 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar İle Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek İdari Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik"nin 5. maddesinin birinci fıkrası, ikinci fıkrası, üçüncü fıkrasının (a) bendi ve 7. maddesi hükümlerinin uygulanması sonucuna ulaşılmıştır.

J. SONUÇ

(206) Rekabet Kurulunun 20.02.2025 tarihli, 25-07/177-M(2) sayılı kararı uyarınca yürütülen soruşturma ile ilgili olarak düzenlenen Rapor'a, toplanan delillere, yazılı savunmalara, sözlü savunmaya ve incelenen dosya kapsamına göre,

- 1- Media Markt Turkey Tic. Ltd. Şti.nin topla-dağıt karteli niteliği sergileyen bir anlaşma ve/veya uyumlu eyleme taraf olmak suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiğine,
- 2- Bu nedenle 4054 sayılı Rekabetin Korunması hakkında Kanun'un 16. maddesinin üçüncü fıkrası ile teşebbüslerin lehine olduğu değerlendirilen 27.12.2024 tarih ve 32765 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar İle Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek İdari Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik"ın 5. maddesinin birinci fıkrası, ikinci fıkrası, üçüncü fıkrasının (a) bendi ve 7. maddesi uyarınca 2024 yılı gayrisafi geliri üzerinden takdiren %(.) oranında olmak üzere Media Markt Turkey Tic. Ltd. Şti.ye 330.322.816,48–TL idari para cezası verilmesine

gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 60 gün içinde Ankara İdare Mahkemelerinde yargı yolu açık olmak üzere OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.