

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

**REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2008-3-184 (Devralma)  
Karar Sayısı : 08-54/857-344  
Karar Tarihi : 18.9.2008

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

10

**Başkan** : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI  
**Üyeler** : Tuncay SONGÖR, M. Sıraç ASLAN, Süreyya ÇAKIN, Mehmet Akif ERSİN, Dr. Mustafa ATEŞ, İsmail Hakkı KARAKELLE

**B. RAPORTÖRLER:** Şahin YAVUZ, Çağlar Deniz ATA, İmren SEYRANTEPE

**C. BİLDİRİMDE**

20

**BULUNAN** : Ana Gıda Otomotiv ve İhtiyaç Maddeleri San. ve Tic. A.Ş.  
Temsilcisi: Metin KANMAZ  
Bağdat Cad. Ogün Sok. No:1 Daire:23 Caddebostan  
34728 Kadıköy / İstanbul

**D. TARAFLAR** : Ana Gıda Otomotiv ve İhtiyaç Maddeleri San. ve Tic. A.Ş.  
Atalar Mah. Yaşar Erken Sok. No:8 411740 Körfez / Kocaeli

Unilever San. ve Tic. Türk A.Ş.  
Değirmenyolu Cad. Huzur Hoca Sok. No:84 İçerenköy / İstanbul

30

**E. DOSYA KONUSU:** Komili markası ile ilgili aktiflerin Ana Gıda Otomotiv ve İhtiyaç Maddeleri San. ve Tic. A.Ş. tarafından Unilever San. ve Tic. Türk A.Ş.'den devralınması işlemine izin verilmesi talebi.

40

**F. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 28.8.2008 tarih, 5686 sayı ile giren ve en son 5.9.2008 tarih ve 5874 sayı ile eksiklikleri tamamlanan bildirim üzerine, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 7. maddesi ile 1997/1 sayılı Rekabet Kurulu'ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ'in ilgili hükümleri uyarınca yapılan inceleme sonucu düzenlenen 11.9.2008 tarih ve 2008-3-184/Öİ-08-ŞYA sayılı Birleşme/Devralma Raporu, 12.9.2008 tarih ve REK.0.07.00.00-120/179 sayılı Başkanlık Önergesi ile 08-54 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

**G. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili Rapor'da; Ana Gıda Otomotiv ve İhtiyaç Maddeleri San. ve Tic. A.Ş.'nin, Komili markası ile ilgili aktifleri Unilever San. ve Tic. Türk A.Ş.'den devralması işleminin, 1997/1 sayılı Tebliğ kapsamında izne tabi olmakla birlikte, 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi kapsamında bir hâkim durum yaratan veya mevcut bir hâkim durumu güçlendiren ve bunun sonucunda ülkenin bütünü yahut bir kısmında ilgili piyasadaki rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğuran nitelikte olmadığı, dolayısıyla bildirim konusu işleme izin verilmesinin uygun olacağı sonuç ve kanaatine ulaşıldığı ifade edilmektedir.

50

## H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

### H.1. Taraflar

#### H.1.1. Ana Gıda Otomotiv ve İhtiyaç Maddeleri San. ve Tic. A.Ş.(Ana Gıda)

60 Efes Pilsen, Coca-Cola, Adel-Faber Castell, Isuzu, Kia gibi markaların üretim ve pazarlamasını yürüten Anadolu Grubu'nun, gıda alanında ilk büyük yatırımı Ana Gıda'dır. Anadolu Holding Endüstri A.Ş. 2001 yılında Ana Gıda'yı kurarak Sezai Ömer Madra ve Kırlangıç markalarını devralmıştır.

Ana Gıda, Kırlangıç ve Sezai Ömer Madra markaları altında, zeytinyağı, mısıryağı ve ayçiçeği yağı üretimi gerçekleştirmektedir. Söz konusu markalar altında özel aromalı (kekikli, biberli, sarımsaklı) zeytinyağı ürünleri, fındık yağı ve Kırlangıç Gourmet markasıyla üst segment zeytinyağı ürünleri de üretmektedir. Ana Gıda hem yurtiçi hem yurtdışı pazarlarda faaliyeti göstermektedir.

70 Ana Gıda'nın faaliyetlerinde ihracat da önemli yer tutmaktadır. Ana Gıda, Avrupa, Kuzey Afrika ve Yakındoğu yanında, özellikle Uzakdoğu ve ABD pazarlarına Kırlangıç ve Sezai Ömer Madra markalı ürünleri "ambalajlı-markalı" biçimde sunmaktadır. Bu markalara ilaveten Uzakdoğu pazarına hitaben Selena adlı marka yaratılmıştır.

Ana Gıda'nın zeytinyağı haricinde zeytinyağından üretilmiş sabun ve kişisel bakım ürünleri ile diğer bitkisel sıvı yağ pazarlarında da faaliyeti mevcuttur. Ana Gıda'nın hissedarlık yapısı Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Ana Gıda'nın Ortaklık Yapısı

Hissedarlar	Hisse Sayısı	Pay Oranı (Yaklaşık%)
Anadolu Endüstri Holding A.Ş.	(.....)	(.....)
Anadolu Motor	(.....)	(.....)
Tarbes	(.....)	(.....)
ABH	(.....)	(.....)
Tuncay Özilhan	(.....)	(.....)
Toplam	40.000.000	100,00

80 Kaynak: Bildirim Formu

#### H.1.2. Unilever San. ve Tic. Türk A.Ş. (Unilever)

İşlemin devreden tarafında, hızlı tüketim malları işi ile iştiğal eden ve Türkiye'de 1953'den itibaren faaliyetini sürdüren Unilever yer almaktadır. Unilever, Hollanda-İngiliz menşeli Unilever Grubu şirketlerinden biridir. Unilever'in hissedarlık yapısı Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Unilever'in Ortaklık Yapısı

Hissedarlar	Hisse Sayısı	Pay Oranı ( Yaklaşık %)
Unilever NV	(.....)	(.....)
Rizofoor BV	(.....)	(.....)
Marga BV	(.....)	(.....)
Mavibel BV	(.....)	(.....)
Dosan A.Ş.	(.....)	(.....)
Diğer <sup>1</sup>	(.....)	(.....)
Toplam	10.846.871.583	100,00

Kaynak: Bildirim Formu

Tablodan da görüldüğü üzere Unilever bütünüyle Rizofoor BV tarafından kontrol edilmektedir.

100 Unilever, gıda, ev/kişisel bakım ve temizlik kategorilerinde yer alan ürünlerin üretimi, dağıtımı ve pazarlaması ile iştigal etmektedir. Anılan şirket söz konusu ürün kategorilerinde Lipton markası altında çay; Algida ve Ben&Jerry's markaları altında dondurma; Rama, Becel ve Sana markaları altında margarin; Calve ve Knorr markaları altında sos, çeşni ve hazır çorba gibi mutfak ürünleri; Clear, Elidor ve Dove markaları altında şampuan ve sabun; Cif, Domestos, Omo, Rinso, Yumoş markaları altında deterjan ve diğer ev temizlik ürünleri; Axe ve Rexona markaları altında ise parfüm ve deodorant ile faaliyet göstermektedir.

110 Unilever ilgili pazar bakımından Komili markası altında zeytinyağı üretimi yapmaktadır. Unilever, 1992'de Komili Gıda ile birlikte Unikom'u kurmuş, 1995 yılında ise Unikom'un tüm hisselerini devralmıştır. Unilever'in zeytinyağı haricindeki diğer bitkisel sıvı yağlar pazarında üretimi bulunmamakta fakat Yudum Gıda ve San. Tic. A.Ş. tarafından üretilen Yudum marka ayçiçeği yağı ve Sırma marka mısırözü yağının satış ve dağıtımını gerçekleştirmektedir.

### H.1.3. Devre Konu Varlıklar

Bildirime konu devralmanın kapsamını Komili markası ile ilgili aktifler oluşturmaktadır. Taraflar arasında akdedilen "Varlık Satış Sözleşmesi"nin 2.1. maddesinde tanımlanan yapılan söz konusu aktifler şunlardır:

- 120
- Komili ticari markası
  - Devralmanın tamamlandığı tarihte Unilever'in Komili markası altında elinde bulunan stok
  - Sözleşmeler
  - Fikri mülkiyet hakları
  - İnternet adresi
  - Kayıtlar ve ticari bilgiler

130 Hali hazırda Unilever Komili ticari markası altında sadece zeytinyağı üretimi yapmaktadır. İncelemeye konu devralma kapsamında ise Komili ticari markası altında taraflar arasında akdedilen "Varlık Satış Sözleşmesi"nin Ek 5'inde yer verilen ürün

<sup>1</sup> Aliye ATAMAN, Fatma Serpil ATAMAN, Mehmet Ali ATAMAN adlı şahıslar.

gruplarını da üretebilme hakkı Ana Gıda'ya devredilmektedir. Söz konusu ürün grupları sözleşmenin Ek 5'inde 29. ve 30. sınıf adı altında yer verilen mal ve hizmetleri kapsamaktadır.

## H.2. İlgili Pazar

### H.2.1. İlgili Ürün Pazarı

140 “İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz”a ve 1997/1 no'lu Tebliğ'in 4. maddesine göre, devralma işlemlerinde devre konu mal veya hizmetlerle tüketicinin gözünde fiyatı, kullanım amaçları ve nitelikleri bakımından aynı sayılan mal veya hizmetlerden oluşan pazar, ilgili ürün pazarını oluşturmaktadır. Dolayısıyla belirli bir ürün ve onunla yüksek ikame edilebilirliği olan diğer ürünlerden oluşan pazar ilgili ürün pazarının tanımında temel alınmaktadır.

150 İnceleme konusunu oluşturan devralma işleminde tarafların ortak faaliyet alanı olan zeytinyağı pazarı, 17.7.2003 tarih ve 03-51/577-253 sayılı Kurul Kararı'nda zeytinyağı fiyatlarının diğer yağlarla kıyaslandığında yüksek olması ve zeytinyağının ağırlıklı olarak diğer yağların kullanım alanlarıyla farklılık arz etmesi gerekçesiyle ayrı bir ilgili ürün pazarı olarak tanımlanmıştır.

160 Zeytinyağı pazarının tüketim şekline göre ev tüketimi ve ev dışı tüketim kanallarına ayrılabilmesi de mümkündür. Söz konusu kanallardan ev tüketimi kanalını perakende satış noktaları oluşturmaktadır. Ev dışı tüketim kanalı ise otel, restoran, cafe, yemek şirketleri ve zeytinyağını girdi olarak kullanan üretim tesisleri gibi noktaları ifade etmektedir. Nitekim bildirim formunda beyan edilen verilere göre bu iki kanalda tarafların pazar payları oldukça farklılaşmaktadır. İki ayrı kanalda pazar payları arasında gözlemlenen önemli derecedeki bu farklılık söz konusu iki kanalda rekabet koşullarının da farklı olduğuna dair önemli bir emaredir. Ev tüketimi kanalında tüketici tercihlerinde ambalajlı ve markalı zeytinyağı ürünleri önem kazanırken, ev dışı tüketim kanalında belirli bir ambalaj standardına sahip olmayan markasız ürünler ağırlıklı tercih edilebilmektedir. Ayrıca daha küçük ölçekte üretim yapan, yerel üreticilerin ev dışı tüketim kanalında ev tüketim kanalına göre pazara daha kolay giriş yapabildikleri söylenebilir.

170 Zeytinyağı pazarı içerisinde mevcut iki satış kanalında farklı rekabet koşulları gözlemlenmekte ise de (dar bir ilgili pazar tanımlanarak) tarafların bahsi geçen satış kanalları içerisindeki pazar payları dikkate alındığında bildirim konu işlem Kanununun 7. maddesi kapsamında bir sakıncaya işaret etmediğinden pazar tanımında kanal ayrımı göz ardı edilmiş ve “zeytinyağı pazarı” ilgili ürün pazarı olarak ele alınmıştır.

### H.2.2. İlgili Coğrafi Pazar

Devralma işleminin konusunu oluşturan ürünler bakımından pazara giriş, üretim, dağıtım, pazarlama ve satış gibi rekabet şartlarının bölgesel bir farklılık göstermediği göz önüne alınarak ilgili coğrafi pazar “Türkiye” olarak belirlenmiştir.

### H.3.Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

#### H.3.1. İşlemin Değerlendirilmesi

190 Ana Gıda ile Unilever arasında 9.7.2008 tarihinde “Varlık Satış Sözleşmesi” (Asset Purchase Agreement) imzalanmıştır. Söz konusu sözleşmede Unilever’e ait Komili markası ile ilgili aktiflerin Ana Gıda tarafından devralınması işlemi düzenlenmiştir. İncelemeye konu işlem sonucunda hali hazırda mevcut zeytinyağı üretimi sebebiyle ciro atfedilebilen Komili ticari markasının kontrolü Ana Gıda’ya geçeceğinden işlem 1997/1 sayılı Tebliğ’in 2(a) maddesi kapsamında bir devralma işlemidir.

1997/1 sayılı Tebliğ’de teşebbüslerin ilgili ürün pazarındaki toplam pazar paylarının %25’i aştığı veya bu oran aşılmaya bile toplam cirolarının 25.000.000 YTL’yi aştığı birleşme devralmalarının izne tabi işlemler olduğu belirtilmiştir. İşlem taraflarının ilgili pazarlarda yurtiçi perakende ağında gerçekleşen satışlarına göre hesaplanan pazar payları Tablo 3’de yer almaktadır.

Tablo 3. Tarafların İlgili Pazardaki Pazar Payları

Teşebbüs	Pazar payı (%)
Unilever (Komili)	(...)
Ana Gıda	(...)
Toplam	(...)

200 Kaynak: Bildirim Formu

Tablo 3’ten tarafların zeytinyağı pazarında devralma işlemi sonrası toplam pazar paylarının %(...) olacağı görülmektedir.

İşlemin devreden tarafı Unilever’in devre konu varlıklardan elde ettiği toplam ciro (.....) (.....)YTL; işlemin devralan tarafı Ana Gıda’nın ise ilgili ürün pazarındaki cirosu (.....) (.....)YTL’dir. Devralma işlemi taraflarının ilgi ürün pazarındaki faaliyetlerinden elde ettiği toplam ciroları ise (.....) (.....) YTL’dir. Dolayısıyla, 210 söz konusu işlem, tarafların ilgili ürün pazarındaki toplam ciroları yönüyle izne tabidir.

4054 sayılı Kanun’un 7. maddesinde, “hakim durum yaratmaya veya hakim durumlarını daha da güçlendirmeye yönelik olarak ülkenin bütünü ya da bir kısmında herhangi bir mal veya hizmet piyasasındaki rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğuracak” birleşme ve devralmalar hukuka aykırı kabul edilerek yasaklanmıştır. Hakim durum analizinde öncelikle dikkate alınan ölçüt pazar payıdır. Tarafların zeytinyağı pazarı olarak tanımlanan ilgili ürün pazarındaki devralma işlemi sonrası Tablo 3’te sunulan toplam pazar payları, söz konusu işlemin rekabeti kısıtlayıcı etkiler doğuracak bir yoğunlaşma işlemi olmadığını 220 göstermektedir.

Tarafların zeytinyağı pazarına ait ev tüketimi kanalında sahip oldukları devralma öncesi ve devralma sonrası toplam pazar payları, rakiplerin pazar payları ile birlikte Tablo 4’de yer almaktadır.

Tablo 4. İşlem Öncesi ve Sonrasında Zeytinyağı Pazarı Ev Tüketimi Kanalında Tarafların ve Rakiplerin Pazar Payları

Devralma İşlemi Öncesi Durum	
Firma	Pazar Payı (%)
Unilever (Komili)	(...)
Ana Gıda	(...)
Tariş	(...)
Kristal	(...)
Ekiz	(...)
Ülker (Bizim/Altınhasat)	(...)
Keskinoğlu (Ravika)	(...)
Kartal (Verde)	(...)
Toros (Aymar)	(...)
Marsa (Ona/Luna)	(...)
Orkide	(...)
Diğer	(...)

Devralma İşlemi Sonrası Durum	
Firma	Pazar Payı (%)
Ana Gıda +Komili	(...)
Tariş	(...)
Kristal	(...)
Ekiz	(...)
Ülker (Bizim/Altınhasat)	(...)
Keskinoğlu (Ravika)	(...)
Kartal (Verde)	(...)
oros (Aymar)	(...)
Marsa (Ona/Luna)	(...)
Orkide	(...)
Diğer	(...)

230 Tablo 4'deki veriler ışığında zeytinyağı pazarının ev tüketimi kanalında devralma sonrası Ana Gıda pazar lideri konumuna gelmekte fakat söz konusu devralma işlemiyle Ana Gıda'nın pazar payının; özellikle Tariş ve Kristal markalı ürünlerin rekabetçi baskısının piyasada etkili olmaya devam etmesi beklendiğinden pazarda hakim duruma işaret edebilecek önemde artmamaktadır.

Tarafların zeytinyağı pazarına ait ev tüketimi kanalında sahip oldukları devralma öncesi ve devralma sonrası toplam pazar payları Tablo 5'de sunulmaktadır.

Tablo 5. Zeytinyağı Pazarı Ev Dışı Tüketim Kanalında Tarafların Pazar Payları

Devralma İşlemi Öncesi Durum	
Firma	Pazar Payı (%)
Unilever (Komili)	(...)
Ana Gıda	(...)

Devralma İşlemi Sonrası Durum	
Firma	Pazar Payı (%)
Ana Gıda+Komili	(...)

240 Kaynak: Bildirim Formu

Zeytinyağı pazarı ev dışı tüketim kanalında ise devralma işlemi Ana Gıda'nın pazar payını önemsiz miktarda arttıracaktır. Devralma işlemi sonrasında ulaştığı ev dışı tüketim kanalına ait %(...)'lik pazar payı ile Ana Gıda'nın çok sayıda oyuncunun mevcut olduğu zeytinyağı pazarında rekabetçi endişe doğurması ihtimali bulunmamaktadır.

250 Taraflar arasında devir işleminin kapanış tarihinde imzalanacak olan "Rekabet Etmeme Anlaşması"nın 2.1. maddesinde yer verilen sözleşme hükmünde yer alan rekabet yasağı, yoğunlaşma ile doğrudan ilgili ve gerekli olması, sadece yoğunlaşma

işleminin taraflarına iki yıl süre ile getirilmiş bir kısıtlama olması nedeniyle yan sınırlama kavramı çerçevesinde değerlendirilmiştir.

## **I. SONUÇ**

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

260 Bildirim konusu işlemin 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi ve bu maddeye dayanılarak çıkarılan 1997/1 sayılı "Rekabet Kurulu'ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ" kapsamında izne tabi olduğuna, işlem sonucunda aynı Kanun maddesinde belirtilen nitelikte hâkim durum yaratılmasının veya mevcut hâkim durumun güçlendirilmesinin ve böylece rekabetin önemli ölçüde azaltılmasının söz konusu olmadığına, bu nedenle bildirim konusu işleme izin verilmesine OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.