

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

**REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2005-3-68 (Devralma)  
Karar Sayısı : 05-40/557-136  
Karar Tarihi : 17.6.2005

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

10

**Başkan** : Mustafa PARLAK  
**Üyeler** : Tuncay SONGÖR, Prof. Dr. Zühtü AYTAÇ, Rıfık ÜNAL,  
Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI, M. Sıraç ASLAN,  
Süreyya ÇAKIN, Mehmet Akif ERSİN

**B.RAPORTÖRLER:** Tarkan ERDOĞAN, Aydın ÇELEN, Bülent GÖKDEMİR

**C. BİLDİRİMDE**

20

**BULUNAN** : - CarrefourSA Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş.  
Temsilcisi Av. Meltem AZBAZDAR  
Kısıklı Tramvay Cad. Haluk Türksoy Sok. No:14  
Altunizade Üsküdar İstanbul

- Fiba Holding A.Ş. ve Fiba Faktoring Hizmetleri A.Ş.  
Temsilcileri Av. Şefika PEKİN ve Av.P.Şila  
MURATOĞLU  
Beybi Giz Plaza Meydan Sok. No:28 K.14 Maslak  
İstanbul

30

**D. TARAFLAR** : - CarrefourSA Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş.  
Kısıklı Tramvay Cad. Haluk Türksoy Sok. No:14  
Altunizade Üsküdar İstanbul

- Gima Gıda ve İhtiyaç Maddeleri T.A.Ş.  
Alemdağ Cad. Site Yolu Toya Sok. No:3/B Ümraniye  
İstanbul

40

- Endi Tüketim Malları Tic. ve San. A.Ş.  
Alemdağ Cad. Site Yolu Toya Sok. No:3/B Ümraniye  
İstanbul

**E. DOSYA KONUSU:** CarrefourSA Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş.'nin (CarrefourSA) Gima Gıda ve İhtiyaç Maddeleri T.A.Ş. (Gima) ve Endi Tüketim Malları Tic. ve San. A.Ş.'nin (Endi) kontrolünü Fiba Grubu'ndan devralması işlemine izin verilmesi talebi.

50

**F. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 18.5.2005 tarih ve 3354 sayı ile giren 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

düzenlenen 27.5.2005 tarih ve 2005-3-68/Öİ-05-TE sayılı Ön İnceleme Raporu'nda, Raportör Tarkan ERDOĞAN ve Aydın ÇELEN, öngördükleri incelemenin yapılabilmesi için mevcut bilgilerin yeterli olmadığı, ilgili pazar tanımına bağlı olarak hakim durum yaratılmasının ya da güçlendirilmesinin söz konusu olabileceği gözönünde bulundurulduğunda, konunun derinlemesine incelenmesinin uygun olacağından hareketle dosya konusunun Kanun'un 10. maddesi çerçevesinde nihai incelemeye alınması gerektiği sonuç ve kanaatine ulaşmışlardır. Buna karşılık Raportör Bülent GÖKDEMİR, işleme izin verilmesi gerektiği, nihai inceleme başlatılmasının yerinde olmayacağı kanaatini ilgili Rapor ekinde yer alan Karşı Görüş'ünde ifade etmiştir.

İlgili Rapor, Kurul'un 2.6.2005 tarihli toplantısında görüşülmüş ve söz konusu devralma işlemine ilişkin incelemenin Kanun'un 14. ve 15. maddelerinin uygulanması konusunda Başkanlığa yetki verilmek suretiyle rutin süreci içinde yürütülerek sonuçlandırılmasına 05-38/488-M sayı ile karar verilmiştir.

4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi ile 1997/1 sayılı Tebliğ'in ilgili hükümleri uyarınca yapılan inceleme sonucu düzenlenen 13.6.2005 tarih ve 2005-3-68/Öİ-05-TE sayılı Ön İnceleme Raporu, 15.6.2005 tarih ve REK.0.07.00.00-120/114 sayılı Başkanlık önergesi ile 05-40 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

**G. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili Rapor'da; Gima ve Endi'nin CarrefourSA tarafından devralınması işleminin, işleme taraf olan teşebbüslerin ilgili pazarlardaki ciroları bakımından 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesine dayanılarak çıkarılan 1997/1 sayılı Tebliğ kapsamında izne tabi bir devir işlemi olmakla beraber, bu işlem sonucunda aynı Kanun'un 7. maddesinde belirtilen hakim durumun yaratılması veya mevcut hakim durumun güçlendirilmesi ve böylece rekabetin önemli ölçüde azaltılmasının söz konusu olmadığı, bu nedenle bildirim konusu hisse devri işlemine izin verilmesi gerektiği; ancak, devir sözleşmesinin "Rekabet Yasağı" başlıklı 11. maddesinde, perakende sektörüne ilişkin olarak 3 yıllık bir süre için Satıcılar'a getirilen rekabet etmeme yükümlülüğünün süre bakımından gereğinden daha fazla sınırlayıcı olduğu, dolayısıyla söz konusu rekabet etmeme yükümlülüğünün bu haliyle yan sınırlama olarak değerlendirilerek devralma işlemiyle birlikte izin almasının mümkün olmadığı; en fazla 2 yıla sınırlandırılması şartıyla Satıcılar'a getirilecek rekabet etmeme yükümlülüğünün yan sınırlama olarak değerlendirilebileceği; Satıcılar'ın, perakende sektöründe faaliyet gösteren teşebbüslere ortak olmalarını yasaklayan sözleşme hükmünün, rakip teşebbüslerin doğrudan ya da dolaylı kontrol edilmesine ya da yönetiminde söz sahibi olunmasına yol açmaksızın sadece yatırım amaçlı hisse alımlarını da engelleyebilecek mahiyette olması nedeniyle, söz konusu yasaklamanın yan sınırlama olarak kabul edilmemesi gerektiği; Satıcıların, perakende sektöründeki teşebbüslerin kontrolüne imkan veren ortaklıklara giremeyeceğinin belirtilmesi durumunda yan sınırlama sayılarak devralma işlemi ile birlikte izin verilebileceği,

ifade edilmektedir.

100 **İNCELEME VE DEĞERLENDİRME**

**H.1. Taraflar**

**H.1.1. CarrefourSA Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş. (CarrefourSA)**

Gima ve Endi'nin kontrolünü Fiba Grubu'ndan devralacak olan CarrefourSA'nın büyük ortağı Carrefour Fransa menşeli olup dünyanın en büyük perakendecilerinden biridir. Türkiye'de ilk mağazasını 1993 yılında İçerenköy'de açan Carrefour, 1996 yılında Sabancı Holding ile birlikte CarrefourSA ortak girişimini kurmuştur.

- 110 CarrefourSA'nın halen İstanbul, İzmir, Ankara, Adana, Mersin, Bursa ve İzmit'te 12 adet hipermarket mağazası bulunmaktadır. CarrefourSA ayrıca ChampionSA tescilli markası altında 7 adet süpermarket işletmektedir. CarrefourSA toplam net satış alanını 1996 yılından beri yılda ortalama %30 büyütürerek (.....) m<sup>2</sup>'ye çıkarmıştır. Şirketin son üç yıla ait ciroları sırasıyla şu şekildedir; 2002 yılı (.....) YTL, 2003 yılı (.....) YTL ve 2004 yılı (.....) YTL'dir.

- 120 2000 yılında dünyada Carrefour ve Promodes'in birleşmesi sonucunda İspanya'nın en büyük indirim mağazası zinciri Dia Carrefour Grubu'na dahil olmuştur. Aynı yıl Sabancı Holding ile Dia ortaklığa giderek DiaSA Dia Sabancı Süpermarketleri A.Ş.'yi (DiaSA) kurmuşlardır.

DiaSA'nın 2000 yılında yaklaşık 30 olan mağaza sayısı, 2004 yılı sonunda 233 adede ulaşırken net satış alanı da (.....) m<sup>2</sup>'yi bulmuştur. İndirim mağazası formatında faaliyetlerini Marmara Bölgesi'nde sürdürmekte olan DiaSA, özel markalı ürünler (private label) konseptinde sektörün lideri konumundadır. Şirketin toplam satışlarının %40'ı DiaSA markalı ürünlerden gerçekleşmektedir. DiaSA'nın son üç yıla ait ciroları sırasıyla şu şekildedir; 2002 yılı (.....) YTL, 2003 yılı (.....) YTL ve 2004 yılı (.....) YTL'dir.

**H.1.2. Gima Gıda ve İhtiyaç Maddeleri Ticaret A.Ş. (Gima)**

- 130 1956 yılında bir kamu iktisadi teşekkülü olarak kurulan ve Türkiye'nin ilk ulusal süpermarket zinciri olan Gima, 1996 yılında Fiba Grubu'na devredilmiştir. Şirketin bildirim konusu devralma işlemi öncesi ortaklık yapısı şu şekildedir:

Tablo 1 - Gima Ortaklık Yapısı

<i>Hissedar</i>	<i>Sermaye Miktarı (YTL)</i>	<i>Hisse Oranı (%)</i>
Fiba Faktoring A.Ş.	13.751.036	13,75
Girişim Faktoring A.Ş.	11.358.266	11,36
CarrefourSA <sup>1</sup>	10.000.000	10,00
Fina Holding A.Ş.	9.065.519	9,07
Finans Gay.Gel.İnş.Yat. A.Ş.	6.999.998	7,00
Bilfer Madencilik A.Ş.	6.655.051	6,66
Alpri Holding AG Zürih	4.570.251	4,57
Fiba Holding A.Ş.	4.443.516	4,44
Finansbank Suisse S.A.	2.559.999	2,56
Afife Özel	2.002.289	2,00
Finans Finansal Kir. A.Ş.	1.999.998	2,00
Diğer-İMKB	26.594.077	26,59
<b>Toplam</b>	<b>100.000.000</b>	<b>100,0</b>

Gima 2003 yılı sonu itibari ile 73 olan mağaza sayısını 2004 yılı sonunda 76'ya çıkartmış ve böylece toplam net satış alanı (.....) m<sup>2</sup>'ye ulaşmıştır. Gima'nın 2004 yılı cirosu (.....) YTL. olarak gerçekleşmiştir.

### 150 H.1.3. Endi Tüketim Malları Ticaret ve Sanayi A.Ş. (Endi)

1996 yılında kurulan Endi 1999 yılında Fiba Grubu'nun kontrolüne geçmiştir. Şirketin bildirim konusu devralma işlemi öncesi ortaklık yapısına Tablo 4'de yer verilmiştir.

Tablo 2 - Endi Ortaklık Yapısı

<i>Hissedar</i>	<i>Sermaye Miktarı (YTL)</i>	<i>Hisse Oranı (%)</i>
Gima	11.021.258	44,09
Girişim Faktoring A.Ş.	8.178.710	32,71
Fiba Faktoring A.Ş.	5.800.032	23,20
M.Hüsnü ÖZYEGİN	0	0,00
Tunç Mehmet ÇAPA	0	0,00
F.Olcayto ONUR	0	0,00
Burhan SEVAHİL	0	0,00
<b>Toplam</b>	<b>25.000.000</b>	<b>100,00</b>

İndirim mağazası formatında faaliyetlerini sürdüren Endi'nin 2004 yılı sonu itibari ile İstanbul, Ankara, İzmir ve Manisa'da toplam 50 mağazası bulunmaktadır. Endi toplam (.....) m<sup>2</sup> net satış alanına sahiptir. Şirketin son üç yıla ait ciroları şu şekildedir: 2002 yılı (.....) YTL, 2003 yılı (.....) YTL ve 2004 yılı (.....) YTL'dir.

160

<sup>1</sup> CarrefourSA Gima'daki %10'luk hisseyi, işbu bildirim konu devralma işlemine ilişkin sözleşmenin imzalandığı tarih olan 3.5.2005'te devralmıştır. Sözleşmenin 4. maddesinde sayılan Rekabet Kurulu'nun devre ilişkin izni de dahil "Ön Şartlar" gerçekleştiği takdirde CarrefourSA, kendine mutlak kontrol hakkı verecek şekilde Gima'nın kalan kısmını devralacaktır.

## H.2. İlgili Pazar

### H.2.1. İlgili Ürün Pazarı

170 Bildirim konusu başvuru işleminin değerlendirilmesi açısından hassasiyet taşıyan konu, söz konusu işlemin ilgili pazarda rekabeti kısıtlayan bir yoğunlaşma niteliği taşıyıp taşımadığının tespiti. Bu tespiti yapabilmek için perakende sektörü bakımından tartışmalı alanlardan biri olan ilgili ürün pazarının tanımlanması gerekmektedir.

Öncelikle perakende sektörü bakımından ilgili pazar tanımında kesin ölçüler ortaya koymanın kolay olmadığı ifade edilmelidir. Zira konunun nihai ürün pazarı boyutunun yanı sıra alım pazarı boyutu da önem taşımaktadır. Bu nedenle öncelikli olarak pazarın alım pazarı ve nihai tüketim pazarı olarak ikiye ayrılması yerinde olacaktır.

180 Nihai tüketim pazarı bakımından farklı ölçeklerdeki modern perakendecilerin farklı ürün pazarları teşkil etmeleri muhtemeldir. Nitekim tüketiciler bakımından alışveriş ihtiyacının yanı sıra birçok sosyal etkinliği gerçekleştirme fırsatı sunan alışveriş merkezleri, salt alışveriş amacıyla tercih edilen süpermarketlerden farklı bir anlam taşımaktadır.

190 Genel olarak modern ve geleneksel perakende kesimi arasında bir ayırım ortaya koymak mümkündür. AC Nielsen'in yaptığı bir araştırmaya göre, tüketicilerin hipermarketleri tercih etme nedenleri; fiyat (% 60.8), ürün çeşitliliği (%59), temizlik (%15.7), park yeri olanağı ve ulaşım kolaylığı (%5.2), kredi kartı kullanımı (%4.5), ürünlerin taze ve etiketli olması (%5.1), raf düzeni (%3.9), güvenilirlik (%1.7) ve büyüklük (%1.2) olarak sıralanmaktadır. Söz konusu ölçütlerin aynı zamanda, bakkalları da kapsayacak şekilde geleneksel kesim ile modern kesim arasındaki farklılara işaret ettiğini varsaymak mümkündür.

200 İlgili ürün pazarının tespitinde geleneksel kesim dışlandığında, modern perakendecilik pazarının kabaca 7-8 milyar dolar büyüklüğünde olduğu görülmektedir. Bununla birlikte esas zorluk modern perakende birimleri arasında bir ayırım ortaya koymaktır. Örneğin büyük süpermarketler ile marketlerin tüketici gözünde ikâme pazarlar olup olmadığını belirlemek güçtür.

Söz konusu güçlük dikkate alındığında temel farklılıklar çerçevesinde birden çok olası ilgili ürün pazarının tanımlanması ve rekabet analizinin bu pazarlar dikkate alınarak yapılması yerinde olacaktır. Rekabet değerlendirmesi esas olarak alım pazarı ve nihai ürün pazarı eksenlerinde gerçekleştirilecektir.

210 Bununla birlikte, nihai ürün pazarı bakımından farklı pazarlar teşkil etmesi nedeniyle muhtemel ikili bir ayırımı gitmek mümkündür. Bunlardan birincisi yukarıda yer verilen bilgilerin ışığında indirim mağazaları ve alışveriş merkezi niteliği taşıyan hipermarketlerin ayrı pazarlar olarak tanımlanmasıdır. Bu halde indirim mağazaları, hipermarketler ve bunların dışında kalan modern perakende zincirleri olmak üzere üç ayrı ürün pazarı tanımlanmış olacaktır.

220 Buradaki ayırım esas olarak indirim mağazaları ve hipermarketlerin özgül niteliklerinden kaynaklanmaktadır. İndirim mağazaları, ürün çeşitliliği büyük süpermarket ve hipermarketlere göre sınırlı olan, düşük fiyatla satış yapan, düşük maliyetlerle çalışan ve marka portföyü ağırlıkla ulusal markalardan müteşekkil perakendeci birimlerdir. Hipermarketler ise gıda maddeleri dışında kalan ürünler dahil çok geniş ürün portföyüne sahip olan ve tüketicilere alışverişin yanı sıra birçok sosyal etkinliği gerçekleştirme fırsatı sunan birimlerdir.

İkinci muhtemel ürün pazarı tanımı çerçevesinde ilgili ürün pazarı, indirim mağazaları ve alışveriş merkezi (hipermarket) ayırımı dikkate alınmaksızın 1000 metrekareden küçük ve 1000 metrekareden büyük marketler olarak tanımlanacaktır.

230 Bu ayırımda iki varsayımın varlığı dikkate alınmaktadır. Birincisi, belirli bir büyüklüğün altında faaliyet alanına sahip olan yerel veya ulusal karakterli market ve süpermarketlerin indirim mağazaları ile rekabet ettiği varsayımdır. Bu halde indirim mağazaları ayrı bir ürün pazarı teşkil etmemektedir. İkincisi ise, hipermarketlerin, tüketicilere geniş bir ürün sepeti sunmasının söz konusu teşebbüslerin baskın ayırıcı özelliği olduğu görüşünden hareketle, belirli bir büyüklüğün üzerindeki büyük süpermarketlerin hipermarketler ile rekabet ettiği varsayımdır.

240 Söz konusu pazar ayırımında satış alanı eşiği 1000 metrekare olarak belirlenmiştir. Zira yukarıda ifade edildiği gibi 1000 metrekarenin üzerinde büyüklüğe sahip olan mağazalar perakende sektöründe faaliyet gösteren aktörler tarafından büyük süpermarket olarak adlandırılmaktadır. Buradaki temel mantık anılan mağaza büyüklüğünün zengin bir ürün sepetinin sunulmasına imkan sağlayabilmesidir.

Sonuç olarak bildirim konusu devralma işlemi çerçevesinde hakim durum analizinin yapılacağı pazarlar; perakende alım pazarı, indirim mağazaları pazarı, hipermarket pazarı, indirim mağazaları ve hipermarketler dışında süpermarket pazarı ile 1000 metrekareden küçük süpermarket pazarı ve 1000 metrekareden büyük süpermarket pazarı olarak sıralanmaktadır.

## 250 H.2.2. İlgili Coğrafi Pazar

Devralma işleminin tarafları Türkiye ölçeğinde faaliyet göstermektedir. Bununla birlikte özellikle il düzeyinde modern perakendecilerin faaliyet alanlarının, diğer bölgelerden hissedilir derecede farklılık gösterdiği açıktır. Zira tüketicilerin alışveriş amacıyla farklı bir şehire gitmesi iktisadi bir tercih olmayacaktır.<sup>2</sup>

260 O halde modern perakendecilerin il sınırları içinde mukim tüketiciler nezdinde rekabet ettikleri ileri sürülebilecektir. Bu noktadan hareketle ilgili coğrafi pazar yukarıda sayılan nihai tüketim pazarları bakımından devralma işlemi

<sup>2</sup> İki il arasındaki sınır bölgede ikamet eden hanehalkları bakımından böyle bir tercih mümkün olabilir. Ancak bu gibi bir istisnai durum analizi etkilemeyecektir.

taraflarının faaliyet gösterdikleri, bir başka ifadeyle yoğunlaşmanın gerçekleşeceği iller olarak tespit edilmelidir.

İlgili ürün pazarının indirim mağazaları, hipermarketler ve bunların dışında kalan süpermarketler olarak belirlenmesi durumunda yoğunlaşmanın ortaya çıkacağı iller, İstanbul ve Ankara'dır. İkili ayırimda ise, yani ürün pazarının 1000 metrekareden küçük ve 1000 metrekareden büyük süpermarketler olarak tespit edilmesi halinde coğrafi pazar İstanbul, Ankara, Mersin, İzmit ve Bursa olarak tanımlanacaktır.

270

Alım pazarı bakımından değerlendirme yapıldığında, nihai tüketim pazarlarında olduğu gibi ikili bir ayırıma gitmek anlamlı olmayacaktır. Zira Türkiye ölçeğinde mağaza ağına sahip olan modern perakendeciler portföylerinde bulunan ürünlerin bazılarının tedarikini merkezden gerçekleştirmekte, bir kısmını ise yerel mağazalar eliyle yapmaktadır. Öte yandan bölgesel ölçekte faaliyet gösteren perakendeciler ise, genellikle, alımlarını yerel üreticilerden ya da belli başlı markaların merkezi ya da yerel dağıtıcılarından temin etmektedir. Ayrıca tüketicilerden farklı olarak bölgesel sağlayıcılar ürünlerinin il sınırları dışında faaliyet gösteren perakendecilere de pazarlayabilmektedir. Bu yapı içinde alım pazarlarının coğrafi sınırları Türkiye Cumhuriyeti sınırları olarak çizilmiştir.

280

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

#### H.3.1. Kontrol Değişikliği

4054 sayılı Kanun'un 7. maddesine dayanarak çıkarılan 1997/1 sayılı Tebliğ'in 2. maddesinde yer alan tanımlamaya göre bir işlemin devralma sayılabilmesi için, "herhangi bir teşebbüsün ya da kişinin diğer bir teşebbüsün malvarlığını yahut ortaklık paylarının tümünü veya bir kısmını ya da kendisine yönetimde hak sahibi olma yetkisi veren araçları devralması ve kontrol etmesi" gerekmektedir.

290

Bildirime konu devralma işlemi neticesinde CarrefourSA hem Gima'nın hem de Endi'nin mutlak kontrolünü eline geçirecektir. Devralma işleminde hisse devirleri şu şekilde olacaktır:

CarrefourSA Gima'nın hisselerinin %10'luk kısmını işbu devralma işlemine ilişkin sözleşmenin imzalanma tarihi olan 3.5.2005'te devralmış bulunmaktadır. Gerekli izinlerin alınmasının ardından CarrefourSa, Gima hisselerinin ilave %50,18'lik kısmını<sup>3</sup> da alarak Gima'daki hisse oranını %60,18'e çıkartarak mutlak kontrol hakkını kazanacaktır.

300

Endi'nin halen %44,09'u Gima'ya aittir. Bildirim konusu devralma neticesinde Gima'nın kontrolünü ele geçirecek olan CarrefourSA ayrıca Endi'nin kalan

<sup>3</sup> Gima'nın şu anki hissedarlarından Fiba Faktoring A.Ş., Girişim Faktoring A.Ş., Fina Holding A.Ş., Finans Gay.Gel.İnş.Yat.A.Ş., Fiba Holding A.Ş., Finansbank Suisse S.A. ve Finans Finansal Kir. A.Ş.'nin (**Satıcılar**) ellerindeki hisselerin tamamını CarrefourSA'ya satmaları öngörülmektedir.

%55,91 hissesini de devralacaktır. Böylece, Endi'nin hisselerinin tamamının CarrefourSA'ya geçmesi öngörülmektedir. Dolayısıyla, bildirime konu işlemler, 1997/1 sayılı Tebliğ anlamında bir devralma işlemidir.

310

1997/1 sayılı Tebliğ'in 2. maddesi anlamında birleşme veya devralma olarak kabul edilen bir işlemin Rekabet Kurulu'ndan izin almak üzere bildirilmesi zorunlu bir işlem olarak değerlendirilebilmesi için, aynı Tebliğ'in 1998/2 sayılı Tebliğ ile değişik 4.maddesine göre, "...işlemi gerçekleştiren teşebbüslerin, ülkenin tamamında veya bir bölümünde ilgili ürün piyasasında, toplam pazar paylarının, piyasanın %25'ini aşması veya bu oranı aşmasa bile toplam cirolarının yirmibeş trilyon Türk Lirası'nı [25.000.000 YTL] aşması..." gerekmektedir.

320

Devralan konumundaki CarrefourSA'nın 2004 yılı cirosu (.....) YTL'dir. Aynı dönemde Gima ve Endi'nin ciroları sırasıyla (.....) YTL ve (.....) YTL'dir. Dolayısıyla, her iki devralma bakımından da tarafların toplam ciroları 1997/1 sayılı Tebliğ'de öngörülen eşğin üzerinde olması nedeniyle, inceleme konusu devralmalar izne tabi işlemlerdir.

### H.3.2. Farklı Pazar Tanımlarına Göre Değerlendirme

330

Yukarıda sıralanan ilgili pazarlara ilişkin değerlendirmelerde esas olarak pazar payı rakamları dikkate alınmıştır. Bu noktada hukuki değerlendirmeye geçmeden önce pazar payı rakamlarının hesaplanmasında kullanılan yöntemle ilişkin bilgi verilecektir.

340

Devralma işlemi taraflarının pazar paylarının hesaplanabilmesi, tüm ilgili pazarlar için pazarın büyüklüğüne (toplam ciro) ve devralma işlemi taraflarının cirolarına ilişkin bilgilerin elde edilmesi ile mümkün olacaktır. Tarafların ciro bilgilerine Bildirim Formu kapsamında ulaşılmıştır. Ancak ilgili pazarların büyüklüğü konusunda yeterli bilgi elde etmek güçtür. Zira pazarda ulusal ölçekli mağaza zincirlerinin yanı sıra çok sayıda yerel ölçekli mağaza faaliyet göstermektedir.

Bununla birlikte anılan pazarlarda faaliyet gösteren tüm teşebbüslerin unvan, adres, kasa adedi ve mağaza büyüklüğüne ilişkin bilgiler yine devralma işlemi taraflarından temin edilmiştir. Bu bilgilerden hareketle pazarların toplam büyüklüğü, farklı kategorilerdeki perakende mağazalarına ilişkin metrekare başına ortalama ciro rakamları tahmin edilmek suretiyle hesaplanmıştır. Tahmini ciro rakamları, yine devralma işlemi taraflarından elde edilmiştir.<sup>4</sup>

#### H.3.2.1. Üçlü Pazar Tanımına Göre Değerlendirme

<sup>4</sup> Söz konusu rakamlar aritmetik ortalamaların alınmasıyla elde edilmiştir. Taraf temsilcileri anılan ciro rakamlarının, Türkiye'de faaliyet gösteren belli başlı perakende mağazalarının ortalama ciro verilerinin de dikkate alınmasıyla tahmin edildiğini ifade etmişlerdir. Mağaza kategorisi bazında verilen tahmini aralıkların aritmetik ortalaması dikkate alınmıştır. Örneğin Diğer Modern Perakendeciler kategorisi için verilen rakamlar 3000-7000 USD'dir. Söz konusu mağazalara ilişkin ciro rakamlarının hesaplanmasında 5000 USD rakamı kullanılmıştır. Ayrıca, hesaplamalarda kullanılan ciro bilgileri 2004 yılına ait olup 1 USD=1.422.000 TL olarak kabul edilmiştir.



350

İlgili pazarda üçlü ayırımı gidilmesi durumunda indirim mağazaları, hipermarketler ve bunların dışında kalan modern perakende zincirleri olmak üzere üç ayrı ürün pazarı tanımlanmış olacaktır.

**İndirim Mağazaları Pazarı:** İndirim mağazaları pazarı dikkate alındığında başvuru konusu işlem neticesinde Endi ile DiaSA arasında bir yoğunlaşma yaşanacaktır.

360

Endi'nin mağaza dağılımına bakıldığında İstanbul'da 28, Ankara'da 15, İzmir'de 6 ve Manisa'da 1 mağazası bulunmaktadır. DiaSA'nın faaliyet gösterdiği iller ise; Balıkesir (2), Bursa (13), İstanbul (253), Kocaeli (12), Sakarya (6), Tekirdağ (8), Yalova (6) olarak sıralanmaktadır. Mağaza dağılımları ilgili pazarda yoğunlaşmanın İstanbul İli ile sınırlı kalacağını göstermektedir.

370

İstanbul İli sınırları içinde pazarın büyüklüğü, diğer bir ifadeyle pazarda faaliyet gösteren tüm teşebbüslerin ciroları toplamı yaklaşık (.....) YTL olarak gerçekleşmiştir. Bununla birlikte Endi'nin toplam cirosu (.....) YTL, DiaSA'ların toplam cirosu ise (.....) YTL olarak gerçekleşmiştir. Bu durumda devralma işlemi sonrasında CarrefourSA'nın pazar payı %22 olacaktır.

**Hipermarket Pazarı:** Başvuru konusu işlemin taraflarından Carrefour'un hipermarket pazarında faaliyet gösteren 12 mağazasına karşılık devralınan taraf olan Gima'nın hipermarket ölçeğinde sadece 1 mağazası mevcuttur. Gima'nın hipermarket niteliği taşıyan tek mağazası Ankara'da bulunmaktadır. Bu nedenle hipermarket pazarında yoğunlaşma Ankara ile sınırlı kalacaktır.

380

Ankara hipermarket pazarının büyüklüğü (.....) YTL'dir. CarrefourSA'nın ilgili pazardaki cirosu (.....) YTL iken Gima'nın cirosu (.....) YTL olarak gerçekleşmiştir. Söz konusu rakamlara göre işlem sonrasında CarrefourSA'nın pazar payı yaklaşık %12 olacaktır.

390

**Diğer Modern Perakendeciler Pazarı:** Bu pazar tanımı Gima'nın 75 adet ve ChampionSA'nın 7 adet mağazasını kapsamaktadır. Dolayısıyla yoğunlaşma Gima ile ChampionSA arasında gerçekleşecek, bir diğer deyişle CarrefourSA bu piyasada faaliyet gösteren 82 adet mağazaya sahip olacaktır. İşlem iller bazında değerlendirildiğinde, Gima ile ChampionSA'ların ortak faaliyet bölgesinin İstanbul ile sınırlı olması nedeniyle, yoğunlaşma sadece bu ilde gerçekleşecektir.

İstanbul'da anılan pazarın büyüklüğü (.....) YTL olarak gerçekleşmiştir. Gima'nın İstanbul pazarı büyüklüğü (.....) YTL iken ChampionSA'nın pazar büyüklüğü (.....) YTL olarak gerçekleşmiştir. Bu durumda işlem sonrası CarrefourSA'nın pazar payı yaklaşık %6 olacaktır.

Yukarıda tanımlanan indirim mağazaları, hipermarket ve diğer modern perakendeciler pazarlarında ortaya çıkan rakamlar (sırasıyla %22, %12, %6)

400 devralma işlemi sonrasında hakim durum yaratılması ya da güçlendirilmesi gibi bir durumun ortaya çıkmayacağına işaret etmektedir.

### H.3.2.2. İkili Pazar Tanımına Göre Değerlendirme

İlgili pazarın tanımlanmasında 1000 metrekare baz alınarak bunun altında ve üstünde satış alanına sahip perakende noktaları ayrı pazarlar olarak ele alındığı takdirde, inceleme konusu işlem sonucunda Ankara ve İstanbul illerinin yanı sıra İzmit, Bursa ve Mersin illerinde de yoğunlaşma yaşanacaktır. Devralma işleminin bu pazarlardaki etkileri şu şekilde öngörülmektedir:

410 **Ankara:** Bu ildeki 1000 metrekare ve üzeri satış noktalarının oluşturduğu pazarın büyüklüğü tahminen (.....) YTL'dir. CarrefourSA'nın Ankara'daki tek hipermarketinin cirosu (.....) YTL'dir. Gima'nın Ankara'daki 1000 metrekareden daha büyük mağaza sayısı altıdır ve bu noktalarda toplam (.....) YTL ciro elde etmiştir. Endi'nin ise Ankara'da 1000 metrekareden büyük tek bir mağazası vardır ve bu mağazanın cirosu (.....) YTL'dir. Böylece, bildirim konusu devralma işlemi sonrasında, CarrefourSA'nın Ankara ilinde 1000 metrekareden daha büyük satış alanına sahip perakendecilerin oluşturduğu pazardaki toplam cirosu (.....) YTL'yi bulacaktır. Bu ciro ile CarrefourSA'nın (.....) YTL'lik pazardan  
420 alabileceği pay yaklaşık %12'ye ulaşacaktır. Dolayısıyla, Ankara ilinde 1000 metrekare ve üzeri satış noktalarının oluşturduğu pazarda hakim durum yaratılması veya hakim durumun güçlendirilmesi söz konusu değildir.

Ankara ilinde 1000 metrekareden küçük satış noktalarının oluşturduğu pazarda inceleme konusu devralma sonrasında herhangi bir yoğunlaşma olmayacaktır. Zira, CarrefourSA'nın halihazırda Ankara'da 1000 metrekareden daha küçük bir mağazası bulunmamaktadır.

430 **İstanbul:** İstanbul ilinde 1000 metrekareden büyük noktaların oluşturduğu pazarın toplam büyüklüğü (.....) YTL'dir. CarrefourSA'nın İstanbul'daki beş adet mağazasının tamamı da 1000 metrekareden daha büyük satış alanına sahiptir ve elde ettikleri toplam ciro (.....) YTL'dir. ChampionSA'nın yedi adet mağazasının tamamı İstanbul'dadır ve her biri 1000 metrekareden daha geniş satış alanına sahiptir. ChampionSA'nın toplam cirosu (.....) YTL'dir. Gima'nın İstanbul'daki yedi mağazasının 1000 metrekareden daha geniş satış alanı bulunmaktadır ve bu mağazalardan toplam (.....) YTL ciro elde etmiştir. Endi'nin İstanbul'daki mağazalarından sadece biri 1000 metrekareden daha geniş satış alanına sahiptir ve bu mağazanın cirosu (.....) YTL'dir. Böylece,  
440 devralma işlemi sonrasında CarrefourSA'nın bu pazardaki toplam cirosu (.....) YTL, pazar payı ise %21 olacaktır. Dolayısıyla, İstanbul ilinde 1000 metrekare ve üzeri satış noktalarının oluşturduğu pazarda hakim durum yaratılması veya hakim durumun güçlendirilmesi söz konusu değildir.

İstanbul ili için benzer bir değerlendirme, 1000 metrekareden daha küçük satış alanlarının oluşturduğu pazar için de yapılabilir: Bu pazarın büyüklüğü (.....) YTL'dir. CarrefourSA ve ChampionSA'nın 1000 metrekareden küçük mağazası bulunmamaktadır. Ancak, DiaSA'nın mağazalarının tamamı

450 da 1000 metrekareden küçüktür ve İstanbul ilindeki mağazaların toplam cirosu (.....) YTL'dir. Gima'nın ve Endi'nin bu pazardaki mağazalarının toplam ciroları sırasıyla (.....) YTL ve (.....) YTL'dir. Dolayısıyla, devralma sonrasında CarrefourSA'nın bu pazardaki toplam cirosu (.....) YTL'ye ulaşmaktadır. Bu da %7'lik bir pazar payına denk gelmektedir. Sonuç olarak, İstanbul ilinde 1000 metrekareden küçük satış noktalarının oluşturduğu pazarda da hakim durum yaratılması veya hakim durumun güçlendirilmesi söz konusu olmayacaktır.

460 **İzmit:** İzmit ilinde 1000 metrekareden büyük noktaların oluşturduğu pazarın toplam büyüklüğü (.....) YTL'dir. CarrefourSA'nın İzmit'teki tek mağazası 1000 metrekareden büyüktür ve cirosu (.....) YTL'dir. Gima'nın ise İzmit'teki mağazalarından biri 1000 metrekareden daha büyük satış alanına sahiptir ve cirosu (.....) YTL'dir. Dolayısıyla, CarrefourSA'nın devralma sonrası cirosu (.....) YTL'yi, pazar payı ise %19'u bulacaktır. Sonuç olarak, İzmit ilinde 1000 metrekareden büyük satış noktalarının oluşturduğu pazarda hakim durum yaratılması veya hakim durumun güçlendirilmesi söz konusu değildir.

470 İzmit ilindeki DiaSA'nın mağazalarının tamamı 1000 metrekareden küçüktür ve (.....) YTL ciroları bulunmaktadır. Gima'nın ise bu ilde 1000 metrekareden küçük tek bir mağazası bulunmaktadır. Bu mağazanın cirosu da (.....) YTL'dir. İzmit ilinde 1000 metrekareden küçük noktaların oluşturduğu pazarın toplam büyüklüğü ise (.....) YTL'dir. Dolayısıyla, devralma sonrası CarrefourSA'nın bu pazardaki payı yaklaşık %2'yi bulacaktır. Sonuç olarak, İzmit ilinde 1000 metrekareden küçük satış noktalarının oluşturduğu pazarda da hakim durum yaratılması veya hakim durumun güçlendirilmesi söz konusu olmayacaktır.

480 **Bursa:** Bursa ilinde sadece 1000 metrekareden büyük noktaların oluşturduğu pazarda bir yoğunlaşma yaşanacaktır. Bu pazarın toplam büyüklüğü (.....) YTL'dir. CarrefourSA'nın Bursa'daki tek mağazası 1000 metrekareden büyüktür ve cirosu (.....) YTL'dir. Gima'nın ise Bursa'daki tek mağazası 1000 metrekareden daha büyük satış alanına sahiptir ve cirosu (.....) YTL'dir. Dolayısıyla, CarrefourSA'nın devralma sonrası cirosu (.....) YTL'yi, pazar payı ise %20'yi bulacaktır. Sonuç olarak, Bursa ilinde 1000 metrekareden büyük satış noktalarının oluşturduğu pazarda hakim durum yaratılması veya hakim durumun güçlendirilmesi söz konusu değildir.

490 **Mersin:** Mersin ilinde de sadece 1000 metrekareden büyük noktaların oluşturduğu pazarda bir yoğunlaşma yaşanacaktır. Mersin'de bu pazarın toplam büyüklüğü (.....) YTL'dir<sup>5</sup>. CarrefourSA'nın Mersin'deki tek mağazası 1000 metrekareden büyüktür ve cirosu (.....) YTL'dir. Gima'nın ise Mersin'deki tek mağazası 1000 metrekareden daha büyük satış alanına sahiptir ve cirosu (.....) YTL'dir. Dolayısıyla, CarrefourSA'nın

<sup>5</sup> Mersin ilinde faaliyetlerini sürdüren Çetinkaya mağazası kategori mağazası (department store) niteliğindedir ve 20.000 metrekarelik geniş bir satış alanına sahiptir. Toplam pazar büyüklükleri satış alanlarından hareketle hesaplandığından Mersin ilindeki toplam pazar büyüklüğü olması gerekenden daha büyük çıkmıştır.

devralma sonrası cirosu (.....) YTL'yi, pazar payı ise %12'yi bulacaktır. Sonuç olarak, Mersin ilinde 1000 metrekareden büyük satış noktalarının oluşturduğu pazarda hakim durum yaratılması veya hakim durumun güçlendirilmesi söz konusu olmayacaktır.

### 500 H.3.3. Alım Pazarına İlişkin Değerlendirme

Modern perakende sektörünün gelişmesi ile gündeme gelen konulardan biri de zincir marketlerin sahip olduğu alım gücü ve bu gücün kötüye kullanılmasıdır. Bu nedenle söz konusu devralma işleminin alım pazarı üzerindeki etkilerini irdelemek gerekmektedir.

Başvuru konusu devralma işleminin yaratacağı alım gücü ülke ölçeğinde sınırlı bir etki yaratacaktır. Yukarıda ifade edildiği üzere bakkallar dahil olmak üzere perakende pazarının büyüklüğü yaklaşık 15 milyar dolar seviyesindedir. 510 Bu miktardaki alımın yaklaşık yarısını bakkallar gerçekleştirmektedir. Bu noktada alım pazarında, nihai tüketim pazarından farklı olarak, üreticiler bakımından bakkallar ile modern perakendecilerin birbirlerini ikâme ettikleri vurgulanmalıdır. Öte yandan açık pazarlar ve kayıtdışı satışlar da dikkate alındığında pazarın büyüklüğü 40 milyar dolara ulaşmakta, bu pazarda modern perakendecilerin payı daha da küçülmektedir.

Açık pazarlar ve kayıtdışı satışlar dikkate alınmadığında 15 milyar dolar büyüklüğündeki alım pazarında devralma işlemi taraflarının toplam pazar payının %6.7 seviyesinde gerçekleştiği görülmektedir. Dolayısıyla devralma 520 işleminin ülke ölçeğinde alım pazarı bakımından rekabeti sınırlayıcı bir etkide bulunamayacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Yerel bazda da aynı sonuca ulaşmak mümkündür. Zira yukarıda yapılan değerlendirmede, il bazlı nihai tüketim pazarlarında devralma işlemi tarafları ile rekabet edecek çok sayıda teşebbüsün faaliyet gösterdiği ifade edilmiştir. Bir başka ifadeyle yerel pazarlarda modern perakendecilere mal satan teşebbüsler için alternatif teşkil eden çok sayıda teşebbüs bulunmaktadır.

Bu noktada, özellikle ülke ölçeğinde faaliyet gösteren modern 530 perakendecilerin alım gücünün tek başına alım miktarı ile ölçülemeyeceği vurgulanmalıdır. Üreticiler bakımından zincir marketlerin rafında yer almak, ürünün marka imajı bakımından önem taşımaktadır. Bu nedenle modern perakendecilerin pazarlık gücü, alım miktarı ile sınırlı değildir. Ancak marka imajından kaynaklanan bu güç ölçülebilir nitelik taşımamaktadır. Bu nedenle, modern perakendeciler satınalma miktarı bakımından alım pazarında yüksek pazar payına sahip olmadığı sürece, bu pazarlara 4054 sayılı Kanun'un sağladığı araçlar ile müdahale etmek mümkün olmayacaktır.

### 540 H.3.4. Yan Sınırlamalar

Bildirim konusu devralma işlemi, hakim durum yaratarak rekabetin önemli ölçüde azalmasına yol açabilecek mahiyette olmamasına rağmen, devir sözleşmesinde devreden teşebbüslere (Satıcılar) getirilen birtakım

yükümlülüklerin gerekli olup olmadığı hususunun değerlendirilmesi gerekmektedir.

Devir veya birleşme işleminin gerçekleşebilmesi için gerekli olan ve yoğunlaşma işlemiyle doğrudan ilintili kısıtlamalar yan sınırlama olarak değerlendirilebilmekte ve bu tür sınırlamalara yoğunlaşma işlemiyle birlikte izin verilebilmektedir. Devralma işleminin gerçek değeriyle hayata geçirilebilmesi, alıcının müşteri sadakatını sürdürebilmesi ve devraldığı know-how'ı özümseyebilmesi için satıcının rekabetinden belli bir süre korunması gerekmektedir. Devir işleminin gerçekleşebilmesi için sınırlamanın zorunlu olması, bahse konu sınırlamanın yokluğu halinde işlemin daha zor ve daha pahalı bir şekilde gerçekleştirileceğini ifade etmektedir.

İnceleme konusu olan devir sözleşmesinin 11. maddesi şu şekildedir:

**“11.Rekabet Yasağı:** *Satıcılar, kendilerinin, iştiraklerini, hissedarlarının, hissedarlarının iştiraklerinin veya hissedarları ile iştirak bağlantısı olan gerçek ve tüzel kişilerin, Kapanıştan sonra 3 yıl boyunca,, Türkiye’deki Marks and Spencer mağazalarındaki yiyecek ve içecek standları hariç olmak üzere Kapanış Tarihinde Türkiye’de perakende gıda sektöründe (hipermarketler, süpermarketler, kendi ürünlerini satan indirimli satış mağazaları, birden fazla markanın ürünlerini satan indirimli satış mağazaları ile kategori bazında indirimli satış mağazaları) faaliyet göstermeyeceklerini veya bu süre zarfında Türkiye’de bu sektörde iştigal eden mevcut veya kurulacak şirketlere ortak olmayacaklarını kabul ve taahhüt eder.”*

Bu maddeden de anlaşıldığı üzere, Satıcılar’a 3 yıllık bir süre boyunca perakende sektöründe faaliyet göstermeme ve herhangi bir perakendeci teşebbüse ortak olmama yükümlülüğü getirilmektedir. Söz konusu rekabet etmeme yükümlülüğü süre bakımından yan sınırlama olarak kabul edilerek işlem ile birlikte izin verilebilir niteliktedir.

Devir sözleşmesinin 11. maddesine göre, Satıcılar perakende sektöründe faaliyet gösteren teşebbüslere hiç bir şekilde ortak olamayacaklardır. Oysa, rakip teşebbüslerin doğrudan ya da dolaylı kontrol elde edilebilmesi ya da yönetimde söz sahibi olunmasına yol açmadığı sürece yatırım amaçlı hisse alımlarının yasaklanmaması gerekmektedir.

## I. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

1. Bildirim konusu işlemin, işleme taraf olan teşebbüslerin ilgili pazarlardaki ciroları bakımından 4054 sayılı Kanun’un 7. maddesine dayanılarak çıkarılan 1997/1 sayılı Rekabet Kurulu’ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ kapsamında izne tabi bir devir işlemi olduğuna OYBİRLİĞİ ile,

2. Bu işlem sonucunda aynı Kanun'un 7. maddesinde belirtilen hakim durumun yaratılması veya mevcut hakim durumun güçlendirilmesi ve böylece rekabetin önemli ölçüde azaltılmasının söz konusu olmadığına, bu nedenle bildirim konusu hisse devri işlemine izin verilmesine OYBİRLİĞİ ile,

600

3. Devir sözleşmesinin "Rekabet Yasağı" başlıklı 11. maddesinde, perakende sektörüne ilişkin olarak 3 yıllık bir süre için Satıcılar'a getirilen rekabet etmeme yükümlülüğünün yan sınırlama olarak değerlendirilerek devralma işlemiyle birlikte izin verilmesine OYÇOKLUĞU ile,

610

4. Satıcılar'ın, perakende sektöründe faaliyet gösteren teşebbüslere ortak olmalarını yasaklayan sözleşme hükmünün, rakip teşebbüslerin doğrudan ya da dolaylı kontrol edilmesine ya da yönetiminde söz sahibi olunmasına yol açmaksızın sadece yatırım amaçlı hisse alımlarını da engelleyebilecek mahiyette olması nedeniyle, söz konusu yasaklamanın yan sınırlama olarak kabul edilmemesine OYBİRLİĞİ ile,

5. Satıcıların, perakende sektöründeki teşebbüslerin kontrolüne imkan veren ortaklıklara giremeyeceğinin belirtilmesi durumunda yan sınırlama sayılarak devralma işlemi ile birlikte izin verilmesine OYBİRLİĞİ ile,

karar verilmiştir.

620

**Rekabet Kurulu'nun 17.6.2005 günlü 05-40/557-136 sayılı Kararı'nın  
3. Madde hükmüne;**

**KARŞI OY**

Gima ve Endi'nin CarrefourSA tarafından devralınmasına ilişkin sözleşmenin "Rekabet Yasası" başlıklı 11 inci maddesinde perakende sektörüne ilişkin olarak satıcılara 3 yıllık bir süre için rekabet etmeme yükümlülüğü getirilmiştir. Söz konusu kısıtlama süre bakımından gereğinden fazla sınırlayıcı olup bu haliyle yan sınırlama olarak değerlendirilmesi mümkün değildir.

Kurulumuzun süregelen kararları da devreden teşebbüse getirilen rekabet etmeme yükümlülüğü süresinin iki yıl ile sınırlandırılması gerektiği yolunda olduğundan (05-20/229-67, 03-60/729-341, 02-24/242-97, 01-30/299-89 ... sayılı Kararlar) Kararın 3 üncü madde hükmüne katılmıyoruz.

**M. Sıraç ASLAN**  
Kurul Üyesi

**Süreyya ÇAKIN**  
Kurul Üyesi