

Rekabet Kurumu Başkanlığından,
REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2011-3-322 (Devralma)
Karar Sayısı : 12-04/151-42
Karar Tarihi : 02.02.2012

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

10 **Başkan** : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI
Üyeler : Doç. Dr. Mustafa ATEŞ, İsmail Hakkı KARAKELLE,
Doç. Dr. Cevdet İlhan GÜNAY, Dr. Murat ÇETİNKAYA,
Reşit GÜRPINAR, Prof. Dr. Metin TOPRAK

B. RAPORTÖRLER: İsmail Atalay YOLCU, Mazlum YALÇINKAYA

**C. BİLDİRİMDE
BULUNAN**

20 :- Yıldız Holding A.Ş.
Temsilcileri: Av. Efser Zeynep ERGÜN, Av. Ahmet Ziyaeddin
ÖZTÜRK
Büyükdere Cad. No:127 Astoria A Kule Kat: 6-26-27
Esentepe/İstanbul

D. DOSYA KONUSU: Yıldız Holding A.Ş. ile Asia Debt Management Hong Kong Limited tarafından yönetilen fonlar tarafından Dardanel Önentaş Gıda Sanayi A.Ş.'nin hisselerinin bir bölümünün ve kontrolünün devralınması işlemine izin verilmesi talebi.

30 **E. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurumu kayıtlarına 09.12.2011 tarih ve 8389 sayı ile giren ve en son 18.01.2012 tarih ve 504 sayı ile eksiklikleri tamamlanan bildirim üzerine, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 7. maddesi ile 2010/4 sayılı "Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ" in ilgili hükümleri uyarınca yapılan inceleme sonucu düzenlenen 19.01.2012 tarih ve 2011-3-322/Öİ-12-139.İ.A.Y. sayılı Birleşme/Devralma Ön İnceleme Raporu ve 30.01.2012 tarih ve 2011-3-322/BN-12-139.İAY sayılı Bilgi Notu görüşülerek karara bağlanmıştır.

40 **F. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda özetle; bildirim konusu işlemin 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi ve bu maddeye dayanılarak çıkarılan 2010/4 sayılı Tebliğ kapsamında izne tabi olduğuna; işlem sonucunda aynı Kanun maddesi çerçevesinde yeni bir hakim durum yaratılması ya da mevcut bir hakim durumun güçlendirilmesi ve bu yolla rekabetin önemli ölçüde kısıtlanmasının söz konusu olmadığı, bu nedenle işleme izin verilmesi gerektiği sonuç ve kanaatine ulaşıldığı ifade edilmektedir.

G. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

G.1.Taraflar

G.1.1. Devredilen: Dardanel Önentaş Gıda Sanayi A.Ş. (Dardanel)

50 1984 yılında kurulan Dardanel, 1985 yılında deniz ürünleri üretimine, 1986 yılında dondurulmuş meyve ve sebze üretimi ve ihracatı ile ton balığı konservesi üretimine başlamıştır. Dardanel faaliyet gösterdiği sektörde; deniz salyangozu, konserve ton balığı

12-04/151-42

gibi ürünlerin üretimi ve ihracatı ile hazır gıda ve unlu mamüller, mavi yüzgeçli ton balığı üretimi gibi alanlarda yaptığı yatırımlarla Türkiye’de ilk olma özelliğini taşımaktadır. 50.000 m²’si kapalı olmak üzere toplam 100.000 m² alan üzerine kurulu olup; her tür meyve sebze ve su ürünlerinin işlenerek konserve haline getirilmesine yönelik tesisleri bulunmaktadır.

60 Geçmiş yıllarda balık konservesinin yanı sıra diğer konserve ürün çeşitlerinin üretimini de gerçekleştiren Dardanel, son yıllarda düştüğü finansal darboğaz sebebiyle düşük kapasiteyle ancak sınırlı sayıda ürün çeşidini üretebilmekte, tesislerin bir kısmı ise atıl halde bulunmaktadır. Aşağıda yer alan tabloda atıl halde bulunan tesislere ve kapasitelerine yer verilmektedir.

Tablo 1: Dardanel’in Atıl Halde Bulunan Tesisleri ve Bu Tesislere Ait Kapasiteler

TESİS	ÜRÜN	KAPASİTE	İŞLERLİK DURUMU
ÇANAKKALE FABRİKASI	Hamsi-Sardalya-Uskumru ürünleri.	(.....)	Tamamı kullanım dışıdır.
	Sebze meyve konserve ürünleri	(.....)	Tamamı kullanım dışıdır.
ENEZ FABRİKASI	Domates salçası	(.....)	Tamamı kullanım dışıdır.
	Ketçap	(.....)	Tamamı kullanım dışıdır.
	Soyulmuş domates	(.....)	Tamamı kullanım dışıdır.
	Bezelye konervesi	(.....)	Tamamı kullanım dışıdır.

Dardanel’in 2010 yılına ait toplam cirosu 42.439.479 TL’dir. Şirketin yakın zamanlardaki faaliyetlerine ışık tutması açısından bu cironun ürünlere göre dağılımına Tablo 2’de yer verilmektedir.

70 Tablo 2: Dardanel’in 2010 Yılı Cironun Ürün Gruplarına Göre Dağılımı

2010 Yılı Satışlar – TL	
Dardanel Önentaş Gıda Sanayi A.Ş.	
Ürün	Tutar
Konserve Ürünler	(.....)
Sandviç	(.....)
Diğer	(.....)
Toplam Satışlar	(.....)
Yurt İçi Satışlar	(.....)
Yurt Dışı Satışlar	(.....)

Dardanel %47,94 oranında halka açık bir şirket halinde İMKB’de işlem görmektedir. Yönetim kurulu başkanlığı görevini Osman Niyazi Önen yürütmekte olup geri kalan hisseler ve şirket üzerindeki kontrol Önen ailesine aittir. Tablo 3’te Dardanel’in işlem öncesi ve sonrası hissedarlık yapısına yer verilmektedir.

Tablo 3: Dardanel’in İşlem Öncesi ve Sonrası Hissedarlık Yapısı

Hissedar	Hisse Yüzdesi (%)	Hissedar	Hisse Yüzdesi (%)
Dardanel Spor Faaliyetleri A.Ş.	25,91	Şirket 1	50,1
Dardanel Su Ürünleri Üretim A.Ş.	25,91	Şirket 2	30,2
Diğer Ortaklar	0,24	Halka açık	19,6
Halka Açık	47,94	Diğer	0,1

80

Dardanel Spor Faaliyetleri A.Ş.’nin tamamı, Dardanel Su Ürünleri Üretim A.Ş.’nin ise %67’si Önen ailesine aittir.

12-04/151-42

Dardanel'in mali tabloları genel bir bakış açısı ile değerlendirildiğinde: 1) Satışların azalma eğiliminde olduğu, 2) Şirketin faaliyetlerinden kar edemediği, zarar ettiği ya da çok düşük miktarda kar ettiği, 3) Esas faaliyet dışı finansal giderlerinin çok yüksek olduğu göze çarpmaktadır.

90 Dardanel'in satışlarının büyük bölümünü ton balığı satışları oluşturmaktadır. Dardanel'in satışlarının düşmesi, faaliyetlerini sürdürebilmek için gerekli işletme sermayesine sahip olmaması ve bu yüzden kapasitesinin ancak küçük bir kısmını kullanabilmesi, kısa vadeli yükümlülükleri artarken dönen varlıklarının azalması, borç ödeyebilme kapasitesinin çok düşük olduğuna ve mevcut haliyle borç yükünü azaltmaya muktedir olmadığına işaret etmektedir.

100 Esas itibarıyla Dardanel'in üretim ve satış faaliyetlerinin karlılığını koruduğu; söz konusu borçlar hariç tutulacak olursa piyasada varlığını sürdürebilecek, kar edebilecek, ekonomiye katma değer yaratabilecek bir şirket durumunda olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, faaliyet gösterdiği pazar ve iş hacmi ile kıyaslandığında, borçlardan doğan yükümlülüklerini karşılama olanağı bulunmamaktadır. Borçları sebebiyle faaliyetlerini sürdüremediği ve kapasitesinin büyük bir kısmını kullanamadığı için borç ödeme kabiliyetinin giderek azaldığı ve borç miktarının arttığı bir kısır döngünün içine girmiştir.

Dardanel batan firma olmakla birlikte, borçlarından arındırıldığı takdirde sahip olduğu güçlü marka imajı sayesinde, ticari faaliyetlerini başarılı bir şekilde yürütebileceği ve ton balığı pazarındaki öncü pozisyonunu sürdüreceği dosya içeriğinden anlaşılmaktadır.

G.1.2. Devralan: Yıldız Holding A.Ş. (Yıldız Holding)

110 Yıldız Holding, Ülker ailesi şirketlerinin holding şirketidir. Grubun ana iş alanını 'Ülker' markası altındaki gıda ve içecek sektörü faaliyetleri oluşturmaktadır. Bu alanda Ülker Grubu, şekerli mamuller, süt, yağ, un, alkolsüz içecekler, nişasta ve glikoz gibi ürünleri kapsayan geniş bir ürün portföyü ile Türkiye'nin önde gelen tedarikçi/üreticileri arasındadır. Yıldız Holding'in gıda sektörü dışında kişisel bakım ürünleri, ambalaj, bilişim teknolojileri, makine ve yedek parça imalatı, finans, gayrimenkul ve nakliyat alanlarında da faaliyetleri bulunmaktadır.

120 Bildirim kapsamında sunulan bilgilere göre Yıldız Holding'in 2010 yılı konsolide Türkiye cirosu (.....), dünya cirosu ise (.....) olup; Ülker ailesi tarafından kontrol edilen Yıldız Holding'in hissedarlık yapısına aşağıda yer verilmektedir.

Tablo 4: Yıldız Holding'in Ortaklık Yapısı

Hissedar	Hisse Yüzdesi (%)
Kökler Yatırım Holding A.Ş.	(.....)
Ahsen ÖZOKUR	(.....)
Orhan ÖZOKUR	(.....)
Ali ÜLKER	(.....)
Ömer ÖZOKUR	(.....)
Ahmet ÖZOKUR	(.....)
Murat ÜLKER	(.....)
TOPLAM	(.....)

Tablo 5: Kökler Yatırım Holding A.Ş.'nin Ortaklık Yapısı

Hissedar	Hisse Yüzdesi (%)
Murat ÜLKER	(.....)
Fatma Betül ÜLKER	(.....)
Yahya ÜLKER	(.....)

12-04/151-42

Mehmet KÖSE	(.....)
Hüseyin Avni METİNKALE	(.....)

* Anonim Şirketlerde beş ortak bulunması kuralının gereği olarak birer hisse tabloda adı geçen şahıslara aittir.

130 Yıldız Holding'in gıda ve içecek sektörlerinin birçok segmentinde faaliyetleri olmakla birlikte devralma işlemini ilgilendiren konserve ürünler bakımından sektördeki yerine özellikle değinmek gerekmektedir.

Konserve ürünler raf devir hızları yüksek, kısa süreli stoklanan ve sürekli tüketilen gıda maddeleri olmaları sebebiyle hızlı tüketim malları (HTM) kapsamında ele alınmaktadır. Yıldız Holding; HTM sektörünün üretim, cash&carry, perakende ve dağıtım gibi bir çok pazarında faaliyet göstermekte olup cirosunun (.....)¹ kısmını HTM pazarından elde etmektedir.

140 Yıldız Holding'in konserve pazarındaki faaliyetleri 2008 yılında Kerevitaş Gıda San. ve Tic. A.Ş. (Kerevitaş)'yi devralması ile ağırlık kazanmıştır. 1969 yılında kooperatif ortaklığı şeklinde faaliyetine başlayan Kerevitaş, dondurulmuş ve konserve gıda alanlarında üretim yapan, yurtiçi ve yurtdışı pazarlarda bu ürünlerin satış, dağıtım ve pazarlamasını gerçekleştiren bir şirkettir.

Dondurulmuş gıda kategorisinde yer alan ürünler sebze ve meyve ürünleri, unlu mamuller, pizza, patates, kroket kaplamalı ürünler, et ve su ürünlerinden oluşurken; konserve gıda kategorisinde ton balığı, sebze ve meyve konserveleri ile hazır yemek konserveleri yer almaktadır.

150 Haziran 1994'te halka açılan Kerevitaş üretimini Bursa'daki fabrikalarında gerçekleştirmekte, İstanbul, İzmir ve Antalya'da ise soğuk hava depoları bulunmaktadır.

G.2. İlgili Pazar

160 Ham haldeki gıda maddelerinin, yıkama, ayıklama, soyma, doğrama, haşlama veya kızartma gibi ön işlemlerden geçirildikten sonra gerekli ilaveler (yağ, sos, salamura v.b.) yapılarak doldurulup kapatıldığı hava sızdırmayan metal kutu veya cam kavanozlarda yüksek ısılara tabi tutulması ve böylece içinde bulunması muhtemel tüm mikroorganizmaların arındırılması sonucu soğuk ortamda kalması gerekmeksizin bozulmadan yıllarca dayanmasını sağlayan işlemlere ve bu işlemler sonucu çıkan ürünlere konserve denilmektedir.

Tanımdan da anlaşılacağı üzere konserve esas itibarıyla besinlerin bozulmadan uzun süre dayanmasına imkan sağlayan belirli işlemler bütünüdür. Et, sebze, meyve gibi temel gıda sınıflarında; bunların alt kategorilerini oluşturan çok sayıda ürünü içerecek şekilde konserve ürünler üretilmektedir.

170 Sektöre ABD, Fas, İsviçre, İngiltere, Kanada, Hollanda, Yunanistan, Japonya ve İspanya gibi ülkelerden yabancı sermaye kuruluşları da çeşitli şekillerde girmiş olup; Türkiye genelinde konserve sebze üreten büyüklü küçüklü 80 adet, konserve meyve imalatı yapan 50 adet işletme/tesis bulunmaktadır.

¹ 17.08.2011 tarih ve 11-45/1044-357 sayılı ŞOK Marketler Ticaret A.Ş.'nin Yıldız Holding tarafından devralınmasına ilişkin Kurul kararı.

G.2.1. İlgili Ürün Pazarı

180 “İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz”da (Kılavuz) pazar tanımına ilişkin olarak yer verilen ölçütler “talep ve arz ikamesi” ile “potansiyel rekabet” olarak özetlenebilir. Bu çerçevede, öncelikle devre konu teşebbüsün faaliyet alanlarının ortaya konulması, ardından devralan teşebbüsün kesişen faaliyet alanları belirlenerek yoğunlaşmanın meydana gelebileceği pazar(lar)ın tespit edilmesi gerekmektedir.

İnceleme kapsamında edinilen bilgilere göre devralan taraflardan biri olan Yıldız Holding’in kontrol ettiği Kerevitaş’ın; dondurulmuş ürünler ve konserve ürünler olmak üzere iki temel faaliyet alanı bulunmaktadır. Diğer devralan taraf Asia Debt Management Hong Kong Limited (ADM)’nin ise konserve pazarında faaliyet gösteren Penguen Gıda Sanayi A.Ş. (Penguen)’de %13,05 oranında hissesi bulunmakla birlikte; bildirim formunda ADM’nin, Penguen’in satış, pazarlama, üretim gibi operasyonel faaliyetlerine müdahil olmadığı, pasif bir finansal yatırımcı konumunda olduğu ifade edilmiştir.

190 Dardanel’in halihazırda üretiminin büyük bir kısmını su ürünleri konservesi oluşturmakta, diğer konserve üretim tesisleri ise atıl halde bulunmaktadır. Dardanel aynı zamanda dondurulmuş ürün kategorisinde de faaliyet göstermekle birlikte bildirim formunda bu faaliyetlerin Dardanel Su Ürünleri Üretim A.Ş.’de kalacağı ve dosya konusu devralma işleminin kapsamında yer almayacağı bildirilmiştir. Bu çerçevede, devir işleminin dondurulmuş ürünler pazarı açısından yoğunlaşma doğurucu bir etkisinin bulunmadığı, kesişen faaliyetlerin “konserve” gıda üretim faaliyetleri olduğu anlaşılmaktadır.

200 Konserve sektörü içerisinde birçok alt kategori mevcut olup söz konusu alt kategorilerde yer alan ürün grupları tüketiciler nezdinde sahip olduğu fiyat, kullanım amacı ve nitelik gibi özellikler bakımından birbirinden önemli farklılıklar arz etmektedir.

Arz ikamesine ilişkin olarak Kılavuz’da *“Talep ikamesine eşdeğer etkisi olduğu durumlarda arz ikamesi de pazar tanımlamasında hesaba katılabilir. Bunun için, tedarikçilerin göreceli fiyatlarda meydana gelecek küçük ve kalıcı artışlar karşısında üretimlerini başka ürünlere kaydırabilmeleri ve bunları kısa dönemde kayda değer ek maliyetlere ve risklere katlanmak zorunda kalmadan pazarlayabilmeleri gerekir. Bu koşullar yerine geldiğinde, piyasaya sürülecek ek üretim, incelenen teşebbüsler üzerinde rekabetçi bir baskı oluşturacaktır. Böyle bir etki ise etkinlik ve çabuk sonuç verme açısından talep ikamesine eşdeğerdir.”* ifadeleri yer almaktadır.

210 Hemen belirtmek gerekirse burada yer alan “Kayda değer ek maliyet ve risk” ifadesi sektöre, üretilen ürüne ve bu ürünün talep esnekliğine göre farklı değerlendirmelere yol açabilecek niteliktedir. Nitekim Kılavuz’da yer verilen her türlü içeceği şişeleme imkânına sahip bir teşebbüs örneğinde, ürünlerin satılır duruma gelmesine kadar reklâm, ürün testleri, dağıtım için hazırlık süreleri ve çeşitli ek maliyetler söz konusu ise pazar tanımlaması aşamasında arz ikamesinin hesaba katılamayacağı belirtilmiştir. Dosya konusu işlem bir çok açıdan bu örneğe benzemektedir: Konserve ton balığı üretimi, halihazırda konserve üreten bir teşebbüs için görece az bir maliyete ihtiyaç duymakla birlikte; hacimsel ton balığı dolum makinelerinin temini, donmuş haldeki ton balığının 220 çözündüğü havuzların inşası, hammadde ithalatı için yurt dışı bağlantılarının kurulması, ürün testleri, ürünün reklam ve pazarlaması hem belirli bir süreç hem de maliyet gerektirmektedir.

Dolayısıyla, dosya konusu devralma işleminde, pazar tanımlaması aşamasında arz ikamesinin hesaba katılamayacağı kanaatine varılmıştır.

230 Talep yönünden bakıldığında ise kesişen pazarların konserve ürünlere ilişkin çeşitli alt pazarlar olduğu; ancak Dardanel'in halihazırda konserve balık dışında bir üretiminin bulunmaması, Kerevitaş'ın toplam konserve pazarında son üç yıldaki ortalama pazar payının (.....) civarında olması ve devralma sonucunda ortaya çıkacak kapasitenin toplam konserve pazarı içinde kayda değer bir büyüklüğe ulaşmayacak olması gibi sebeplerle; ilgili ürün pazarı devralma işlemiyle birlikte yüksek bir pazar payının ortaya çıktığı "konserve balık pazarı" olarak belirlenmiştir.

G.2.2. İlgili Coğrafi Pazar

240 Dosya konusu ürünler açısından pazara giriş, arz kaynaklarına ulaşma, üretim, dağıtım, pazarlama ve satış şartları arasında bölgesel bir ayırım olmaması ve incelemeye konu ürünlerin üretim, dağıtım, satış ve fiyatlandırmasının tüm Türkiye çapında yapıyor olması nedenleriyle ilgili coğrafi pazar "Türkiye" olarak tespit edilmiştir.

G.2.3. Etkilenen Pazar

Bildirim konusu işlem bakımından Türkiye pazarında; Yıldız Holding kontrolündeki Kerevitaş ve Dardanel konserve balık pazarında birlikte faaliyet göstermektedir. Tarafların faaliyetlerinin konserve balık pazarında örtüşmesi nedeniyle konserve balık pazarı etkilenen pazardır.

G.3. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

250 G.3.1. Devralmada Uygulanacak Yöntem ve İşlemin Mahiyeti

Bildirim konusu işlem, Yıldız Holding (veya kontrol ettiği bir iştirak) ile ADM tarafından yönetilen fonlar (veya bu fonların kontrol ettiği bir iştirak) tarafından Dardanel'in hisselerinin bir bölümünün ve kontrolünün devralınmasıdır.

260 İşlem süreci öncelikle Dardanel'in tahsisli sermaye artırımına gitmesi, yani mevcut ortakların rüçhan haklarının tamamen kısıtlanması; akabinde ise artırılan sermayeyi temsil eden payların, Yıldız Holding ve ADM tarafından Hollanda'da kurulacak olan Şirket 1 ve Şirket 2 tarafından devralınması ve bu suretle Dardanel'in Yıldız Holding ve ADM'nin ortak kontrolüne geçmesi şeklinde gerçekleşecektir.

- Şirket 1'de Yıldız Holding %99,99 ADM ise %0,01 paya sahip olacaktır. Bununla birlikte, Şirket 1 Yıldız Holding ve ADM'nin ortak kontrolünde bulunacak, ortak kontrolü temin gayesiyle Yıldız Holding ve ADM'ye eşit sayıda yönetim kurulu üyeliği tahsis edilecektir. İşlemin kapanışından sonra Şirket 1'in Dardanel'deki payı %50,1 olacaktır. Dardanel markasının tüm hakları Şirket 1 tarafından satın alınacak, Dardanel Şirket 1'e satışlarının %4'ü kadar marka kullanım ücreti ödeyecektir.
- 270 - Şirket 2'nin hissedarları ise %56,89 oranında ADM ve %43,11 oranında Osman Niyazi Önen olacaktır. İşlem akabinde Şirket 2'nin Dardanel'deki payı 30,2 olacaktır. Sermaye artırımını sonrası Şirket 2'nin payı %8,94 olmaktadır. Sermaye artırımını müteakip Osman Niyazi Önen (ve Ailesinin) Dardanel Su, Dardanel Spor ve Dardanel Enez üzerinden sahip olduğu 18.114.730 TL nominal bedelli diğer Dardanel hisselerini Şirket 2 devralacaktır; böylelikle Şirket 2'nin Dardanel'deki payı %30,2'ye ulaşacaktır.

12-04/151-42

280 Devralma sonucunda Dardanel üzerinde Yıldız Holding ve ADM'nin ortak kontrolü oluşacağından; söz konusu işlem esasen devralan tarafların bir ortak girişim kurmalarından ibarettir. Bununla birlikte Türkiye sınırları içerisinde "ilgili ürün pazarında", devralan taraflardan ADM'in "kontrolünde" yürütülen bir ticari faaliyet söz konusu olmadığından; söz konusu ortak girişimin, 4054 sayılı Kanun'un ilgili hükümleri ve 2010/4 sayılı Tebliğ kapsamında koordinasyon riski taşımayan, yoğunlaşma doğurucu bir devralma olduğu kanaatine varılmıştır.

Tarafların 2010 yılı Türkiye ciroları 2010/4 sayılı Tebliğ'in 7. maddesinin birinci fıkrasının (a) bendinde öngörülen eşikleri aştığından söz konusu işlem Kurul iznine tabidir.

G.3.2. Rakip Teşebbüsler'den Edinilen Bilgiler

290 Dosya mevcudu bilgi ve belgelerden; konserve ton balığı pazarında faaliyet gösteren iki önemli teşebbüs olan Pınar Entegre Et ve Un Sanayii A.Ş. (Pınar) ve Tamek Gıda ve Konsantre San. ve Tic. A.Ş. (Tamek)'ye, Dardanel'in Yıldız Holding tarafından devralınması işleminin piyasada ne tür etkilerinin olacağı; kendi faaliyetlerinin içeriği ve daha önce Dardanel'i satın alma ya da bu şirkete ortak olma girişimlerinin olup olmadığı sorularının yöneltildiği ve her iki teşebbüsün de konserve balık üretimlerinin olmadığı, piyasada faaliyet gösteren üreticilere fason olarak üretim yaptırdıkları, mamul halde konserve balık ithalatlarının olmadığı ve Dardanel'i satın alma ya da bu şirketle ortaklık kurma noktasında daha önce girişimlerinin bulunmadığı yönünde beyanda buldukları anlaşılmıştır.

300 Dardanel'in Yıldız Holding tarafından devralınmasının ise pazarda rekabetçi endişelere yol açacağını ifade etmişler; ancak bu görüşlerini objektif gerekçelere dayandırmamışlardır.

G.3.3. Hakim Durum Değerlendirmesi

İlgili teşebbüslerin ve rakiplerin pazar payları önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak pazar payları daha çok ilgili pazarın belirli bir andaki statik görünümünü ifade etmekte olup; yüksek pazar paylarının hakim durumla ilişkilendirilebilmesi, ilgili pazardaki "giriş engelleri" ve diğer dinamik değişkenlere bakılmasını gerektirmektedir.

Balık konservesi dışındaki ürünler bakımından söz konusu devralma işlemi sonrasında oluşan pazar payları, hakim durum analizi bakımından ihmal edilebilir düzeydedir. Dolayısıyla bu bölümde yalnızca "konserve balık" bakımından değerlendirme yapılacaktır.

G.3.3.1. Pazar Payı

320 Devralma öncesi konserve ton balığı pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin pazar paylarına Tablo 6' da yer verilmektedir.

12-04/151-42

Tablo 6: Devralma Öncesi Konserve Ton Balığı Pazarına Ait Pazar Payları Bilgisi

	PAZAR PAYI (KG)				PAZAR PAYI (TL)			
	2008(.....)	2009(.....)	2010(.....)	2011(.....)*	2008(.....)	2009(.....)	2010(.....)	2011 (.....)*
TOPLAM TÜRKİYE								
Dardanel	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kerevitaş	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Dardanel ve Kerevitaş	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Pınar	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ülker	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Dardanel, Kerevitaş ve Ülker	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Zeytaş	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Tamek	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

330 *2011 Yılı-Kasım Ayı İtibarıyla

Tablodan, devralma taraflarının toplam (Dardanel, Kerevitaş ve Ülker) pazar paylarının (.....) aralığında yer aldığı görülmektedir.

Söz konusu pazar paylarına Dardanel ve Kerevitaş'ın başka firmalar adına ürettikleri "private label" (fason) ürünlerden elde edilen pazar payı dahil değildir. Bir başka ifadeyle, tabloda yer alan Pınar, Tamek ya da diğer grubunda yer alan teşebbüslerce satılan ürünler de önemli ölçüde Kerevitaş tarafından fason olarak üretilmektedir.

340 Tablo 7: Kerevitaş'ın Fason Üretimini Yaptığı Markalar ve Pazar Payları (2011 Yılı- Kasım Ayı İtibarıyla)

Fason Üretim Yapılan	Marka Tonaj Bazında Pazar Payı(%)	Ciro Bazında Pazar Payı(%)
Bim Derya	(.....)	(.....)
Vira	(.....)	(.....)
Diğer Market Markaları	(.....)	(.....)
TOPLAM	(.....)	(.....)

Dardanel ve Kerevitaş'ın toplam pazar payına "Ülker Kalbim" ve Kerevitaş tarafından üretilen diğer market markalarının pazar payları dahil edildiğinde güçlü bir hakim duruma işaret edebilecek; ciro bazında yaklaşık (.....), tonaj bazında ise yaklaşık (.....)'lük bir pazar payı karşımıza çıkmaktadır.

Bu noktada, söz konusu fason üretimin niteliğinin irdelenmesi ve pazar payı hesaplamasında ne şekilde ele alınacağına açıklık getirilmesi gerekmektedir. Ancak, yüksek pazar payına sahip sağlayıcılar, fason üretimlerinin yanı sıra kendi markaları altında yaptıkları üretimlerini de aynı perakende mağazalar zinciri içerisinde satışa sunduklarından; konu her iki yönüyle de "alıcı gücü" kavramı çerçevesinde değerlendirilecektir.

350

G.3.3.1.1. Konserve Balık Ürünüde Pazar Payları ve Alıcı Gücü Değerlendirmesi

Alıcı gücüne ilişkin tartışmalar; "pazar yaklaşımı" ve "pazarlık yaklaşımı" olarak iki ana ekseninde gerçekleşmektedir.

360 Pazar yaklaşımı, alıcıların pazar paylarını esas almakta ve düşük pazar payına sahip alıcıların pazar gücüne sahip olamayacağını ileri sürmekte, pazarlık yaklaşımı ise dikey rekabete dikkat çekmekte ve pazar payı düşük de olsa perakende sektöründeki gelişmeler paralelinde alıcıların önemli bir pazar gücü elde etmekte olduklarını savunmaktadır.

Perakende sektöründeki gelişim geleneksel kanalın aleyhine, büyük zincir marketlerin ortaya çıkması yönündedir ve 2011 yılı itibarıyla dünya genelinde HTM alanındaki satışların üçte ikisinin büyük zincir marketler tarafından gerçekleştirildiği dosya mevcudu bilgilerden anlaşılmaktadır.

370 Geleneksel perakende kanal karşısında büyümesinin yanı sıra, organize kanal bakımından ortaya çıkan bir diğer önemli eğilim ise, kendi içerisindeki yoğunlaşma oranının artmasıdır: AB geneline CR4 oranı açısından bakıldığında %60 düzeyinde bir yoğunlaşmanın mevcut olduğu görülmektedir.

Türkiye açısından bakıldığında, hem organize perakende sektörünün HTM içerisindeki payının artması hem de organize perakende içerisindeki CR4 oranının yükselmesi yönündeki gelişimler, “pazar yaklaşımı” çerçevesinde bakılsa dahi alıcı gücü olgusunun dikkate alınmasını gerektirmektedir.

380 Bu itibarla, organize kanalın, herhangi bir pazarda yüksek pazar payına sahip olan sağlayıcıların pazar güçleri üzerinde giderek artan oranda dengeleyici bir etki yapacağı öngörülebilir.

Öte yandan, “Private label” ya da fason üretim özelinde bir değerlendirme yapılacak olursa iki önemli hususun ön plana çıktığı görülmektedir:

390 Bunlardan birincisi söz konusu üretim ve satış sürecinin, pazarda yerleşik olan imajı yüksek markalara karşı fiyat bakımından önemli bir rekabetçi unsur olmasıdır. Özel marka olarak da adlandırılabilen ve çoğu kez fason olarak üretilen bu ürünler, AC Nielsen verilerine göre üretici markalı emsallerine kıyasen küresel çapta ortalama %31 düşük satış fiyatına sahiptir.

İkincisi ise Türkiye’de organize perakende kanalında meydana gelen büyüme incelendiğinde en büyük artış söz konusu özel markaların ağırlıkta olduğu indirim mağazacılığında gerçekleşmiştir.

400 Bir üreticinin “private label” olarak ürettiği ürünlerin, kendi pazar payına dahil edilip edilemeyeceği hususunda, üreticinin bu ürünlerin fiyatlandırma, satış, dağıtım ve pazarlama süreçleri üzerinde hakim olup olmadığına bakılması gerekmektedir. Bu noktada, söz konusu özel markalı ürünlerde ortalama %31’e varan bir fiyat farkının ortaya çıkmasının; bu ürünlerin piyasa koşullarının daha çok perakendecilerin kontrolünde olduğunu gösterdiği ve onların pazar payına dahil edilmesini gerektirdiği kanaati oluşmuştur.

Konuya ton balığı özelinde bakıldığında söz konusu fiyat farklılığının yaklaşık %15 düzeyinde olduğu görülmekle birlikte bu farkın ortalamaya göre düşük olmasının, bahse konu ürünün ham olarak ithal yollardan gelmesi ve hammadde maliyetinin toplam maliyetin en önemli kısmını oluşturmasına, bir başka ifadeyle kar hadlerinin düşük olmasına bağlı olduğu anlaşılmaktadır. Buna rağmen, %15’lik fiyat farklılığının da azımsanamayacak bir

12-04/151-42

410 unsur olduğu ve özel markalı ürünlerin rakipleri üzerinde yarattığı rekabetçi baskının, ton balığı bakımından da geçerli olacağı kanaati oluşmuştur.

Fiyatlandırmaya ilişkin bu değerlendirmelerin yanı sıra fason üretimin bir başka özelliği de taraflar arasında uzun dönemli bir sözleşme ilişkisinin mevcut olmaması ve bu tedarik ilişkisinin değişken piyasa koşulları çerçevesinde sürmesidir. Nitekim, Kerevitaş bir dönem "Pınar" markalı ton balığı üretimi de yapmış olmakla birlikte daha sonra söz konusu marka adına üretim Zeytaş Gıda Sanayi Nakliyat ve Tur. Taah. Tic. A.Ş. (Zeytaş) tarafından yapılmaya başlanmıştır.

420 Bu çerçevede, pazar payları ve alıcı gücü bakımından özet bir değerlendirme yapılacak olursa:

-Kerevitaş markalı ürünler ile Ülker Kalbim markalı ürünlerin, Yıldız Holding ekonomik bütünlüğüne dahil olduğu için birlikte değerlendirilmesi, diğer ürünlerin ise pazar payı hesaplanmasının dışında tutulması gerektiği (böylece devralma sonrası toplam pazar payı (.....) aralığında gerçekleşmektedir);

430 -Bu haliyle de tarafların toplam pazar payı oldukça yüksek olmakla birlikte pazarda organize perakendeciler lehine ortaya çıkan gelişmelerin devir sonrası oluşacak pazar yapısı üzerinde rekabetçi unsur olduğu ve dikkate alınması gerektiği kanaatine varılmıştır.

G.3.3.2. Giriş Engelleri

440 Hakim durum analizlerinde teşebbüsün ve rakiplerinin pazar payı önemli bir ölçüttür. Ancak, yalnızca pazar payı analizi teşebbüsün hakim durumda olduğunu göstermede yeterli olmamakta, pazara giriş engellerinin de bu kapsamda değerlendirilmesi gerekmektedir. Bir diğer ifadeyle pazara giriş engelleri bu analizde pazar payı kadar önem taşımaktadır. Nitekim pazara giriş engellerinin olmaması durumunda pazara yeni girişler yardımıyla veya mevcut teşebbüslerin genişleme stratejileri ile bu pazar gücü kısa sürede aşılabilir ve pazar rekabetçi duruma gelebilir.

G.3.3.2.1. İlk Yatırım Maliyeti

450 Arz ikamesi yaklaşımı pazar tanımında kabul edilebilir olmamakla birlikte, balık konservesinin üretim süreci standart konserve üretim sürecine büyük ölçüde benzediği için halihazırda konserve pazarında faaliyet gösteren değişik ölçeklerde çok sayıda firmanın konserve balık pazarı için potansiyel rakipler olarak değerlendirilmesi mümkündür. Bu bağlamda; standart konserve üretim hattına sahip bir üreticinin konserve balık üretimi yapabilmesi için katlanması gereken yatırım miktarının "ilk yatırım miktarı" olarak ele alınması gerekir.

Konserve balık üretiminin standart konserve üretimiyle benzerliklerine değinilecek olursa:

- Sebze ya da meyve konservesi üretilirken ürünler temizleme, ayıklama işlemine tabi tutulur; balıkta ise bunun yerini balık kazıma, balığın deri ve kılçıklarının ayrılması almaktadır. Söz konusu işlemler emek yoğun (el yordamıyla) gerçekleştirilir, herhangi bir ek yatırıma ihtiyaç duyulmaz.

460 - Donmuş halde ithal edilen balıklar çözdürme havuzlarında buzdan ayrıştırılır, söz konusu havuzlar su ve buharın verildiği alelade havuzlardır.

- Pişirici otoklav konserve üretim tesislerinin çoğunda bulunmakla birlikte; bu makineye yatırımlarını yapmamış teşebbüsler görece düşük bir yatırımla, yurt içinde de imal edilebilen ve fiyatı 100.000 Euro/Adet civarında olan bu otoklavları temin edebilir.

470 - Konserve dolmuş genellikle hacimsel dolmuş makineleri ile yapılmakta, ton balığına ise ton balığına özel hacimsel dolmuş makineleri kullanılmaktadır. Ton balığına özel hacimsel dolmuş makinelerini dünyada iki firma üretmekte ve bu makineleri satmayıp sadece kiralamaktadırlar. Bu yüzden konserve ton balığı üretmek isteyen bir teşebbüs söz konusu makineleri satın alma külfetine katlanmayıp, kiralamak suretiyle konserve ton balığı üretimi yapabilir.

Özetle ifade etmek gerekirse; kısa dönemde üretim bandının yatırım yapılmadan kaydırılması mümkün olmamakla birlikte, yatırıma karar verilmesi halinde maliyetler görece düşük seviyededir.

G.3.3.2.2. Portföy Gücü

480 Portföy gücü; bir ürün gamını toplu olarak üretmekten ya da satış ve pazarlamasını yapmaktan kaynağını alan toplam pazar gücünün, portföyü oluşturan ayrı ayrı ürünlerin üretim, satış ve pazarlamasından elde edilen pazar gücü toplamını aşması şeklinde tanımlanmaktadır.

Yıldız Holding şekerli mamuller, süt, yağ, un, alkolsüz içecekler, nişasta ve glikoz gibi ürünleri kapsayan geniş bir ürün portföyü ile Türkiye'nin önde gelen tedarikçileri/üreticileri arasındadır. Aynı zamanda Türkiye coğrafyasının tamamına yakınına kapsayan güçlü dağıtım ağıyla ön plana çıkmakta olup özellikle geleneksel kanalda yer alan küçük ölçekli perakendecilerin toplam cirolarında Yıldız Holding markalı ürünler önemli bir yer tutmaktadır.

490 Bununla birlikte Yıldız Holding 2009 yılında Kerevitaş'ı devralarak ürün portföyüne konserve ton balığını da eklemiştir; bu bakımdan Dardanel'in devralınması Yıldız Holding'e portföy derinliği anlamında herhangi bir ilave avantaj sağlamayacaktır. Diğer taraftan; konserve ton balığının HTM pazarı içindeki büyüklüğü ve tüketici bağımlılığının düşük olması dikkate alındığında, dahil olduğu portföye sağladığı katkının çok sınırlı olduğu görülecektir.

500 AC Nielsen'in marka sadakatinin ölçümlendiği 2010 Perakendeci Eğilimleri Raporu'nda, tüketicilerin "bisküvi" kategorisinde aradıkları ürünü bulamamaları durumunda söz konusu ürünü alışveriş yaptıkları mağazaya tercih etmedikleri, tüketicilerin %67'sinin aynı mağazadan alışveriş yapmaya devam ederek mağazada bulunan farklı bir markaya yöneldikleri görülmektedir.

Bu tespitler çerçevesinde; Yıldız Holding'in perakende pazarındaki güçlü konumunun, yaygın dağıtım ağı, dikey entegre pozisyonu, portföy genişliği, marka bilinirliği gibi unsurların, konserve balık pazarına yeni teşebbüslerin girmesini zorlaştırıcı etki yaratmayacağı kanaati oluşmuştur.

510 Ayrıca; yüksek sabit maliyet, teknik uzmanlık, sektörün yapısı, talebin durağan oluşu, pazarlama kanallarındaki hakimiyet, firmalar arası anlaşmalar, marka ve patentlerle ilgili düzenlemeler akla gelen diğer giriş engelleri olup; dosya kapsamını oluşturan işlem

bakımından bu hususlar giriş engeli teşkil etmediğinden ayrı ayrı ele alınmasına gerek görülmemiştir.

G.3.3.2.3. Potansiyel Rekabet

- 520 Potansiyel rekabet kavramı, bir piyasadaki mevcut teşebbüslerin davranışlarını ve stratejilerini, o piyasanın cazip olması halinde giriş yapması muhtemel potansiyel rakiplerin tepkilerini de dikkate alarak belirlemelerine yol açan rekabet baskısını ifade eder. Potansiyel rekabet kavramı, kısaca “mevcut teşebbüslerin piyasaya yeni giriş olasılığı karşısında hissettiği baskı” olarak da tanımlanabilir. Dosya konusu işlemde olduğu gibi birbirleriyle rekabet eden firmaların birleştiği durumlarda pazardaki rakip firma sayısı azalmakta ve dolayısıyla yoğunlaşma artmaktadır. Bu gibi yatay yoğunlaşma doğurucu işlemlerde sadece fiili rekabet unsurlarını dikkate almak, yatay yoğunlaşmaların genel ekonomi bakımından ortaya çıkarabileceği yararların (Ölçek ekonomisinden yararlanarak maliyetleri düşürme, kaynakların daha etkin kullanılması gibi) değerlendirme dışı
- 530 kalmalarına yol açabilmektedir.

Ton balığı, talebin fiyat esnekliğinin yüksek olduğu bir ürün olup, 2010-2011 (Haziran ayı dahil) dönemine ilişkin ağırlıklı ortalama satış fiyatı hareketlerine aşağıda yer verilmiştir.

12-04/151-42

Tablo 8- Fiyat Hareketleri

Toplam TÜRKİYE	Ocak 2010	Şubat 2010	Mart 2010	Nisan 2010	Mayıs 2010	Haziran 2010	Temmuz 2010	Ağustos 2010	Eylül 2010	Ekim 2010	Kasım 2010	Aralık 2010	Ocak 2011	Şubat 2011	Mart 2011	Nisan 2011	Mayıs 2011	Haziran 2011
KEREVİTAŞ KG	19	20	16	18	21	21	22	24	23	28	31	34	28	22	21	22	20	19
KEREVİTAŞ TL/KG	17,44	18,22	18,43	18,90	16,81	17,17	17,48	16,94	17,66	17,07	18,44	18,69	19,72	19,91	20,23	19,85	20,22	20,23
ONENTAS KG	48	43	47	47	47	44	44	36	35	29	23	20	22	25	32	30	32	40
ONENTAS TL/KG	23,34	24,53	23,34	22,99	23,32	24,44	24,89	25,62	25,46	25,51	25,01	26,52	26,96	27,62	25,78	26,97	25,82	25,47
PINAR KG	4	4	3	3	3	3	4	5	5	7	6	8	9	9	7	7	6	6
PINAR TL/KG	27,37	27,00	27,63	27,73	26,94	27,00	26,84	27,39	27,83	26,31	27,11	26,70	24,72	24,82	25,43	25,51	27,25	25,76
ULKER KG	4	6	6	5	4	4	4	4	6	6	6	7	6	5	5	3	4	4
ULKER TL/KG	25,40	22,54	22,02	22,46	22,64	22,97	23,55	24,18	23,47	24,13	25,12	25,36	25,44	24,70	24,39	25,58	25,42	23,19
ZEYTAS KG	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2	1	5	6	8	6	5	2
ZEYTAS TL/KG	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12,50	12,47	14,17	12,64	13,02	12,71	13,65	13,37	13,75
OTHER KG	25	27	27	25	24	27	25	29	30	29	32	30	30	32	27	32	34	29
OTHER TL/KG	14,80	14,99	14,92	15,26	15,19	14,59	14,99	15,04	14,85	15,24	14,84	14,85	15,00	15,00	15,12	15,10	14,95	15,10
S.FRESH KG	2	2	3	6	6	4	6	5	6	5	9	10	8	7	6	7	7	8
S.FRESH TL/KG	26,60	26,49	25,69	24,96	17,83	23,04	22,04	24,18	22,88	25,10	24,38	25,69	26,06	24,85	25,51	24,38	25,37	24,12
DARDANEL KG	36	33	31	32	30	33	33	29	26	22	17	15	18	20	27	24	25	35
DARDANEL TL/KG	25,19	26,62	26,42	25,41	26,93	26,39	26,99	27,71	28,02	27,93	28,37	29,18	28,70	29,35	27,07	29,22	28,88	27,62

12-04/151-42

550 Tablodan “fiyatın yükseldiği durumlarda satış miktarının düştüğü” ve “fiyatın düştüğü durumlarda satış miktarının arttığı” ve tüketicilerin fiyat değişikliğine karşı aşırı derecede hassas oldukları anlaşılmaktadır.

Özetle ifade etmek gerekirse; potansiyel rekabetin ortaya konulabildiği koşullarda, birleşme sonrası ortaya çıkabilecek etkinlik kazanımları fiyat ve kalite bakımından tüketicilerin lehine sonuçlar doğurabilecektir.

G.3.3.2.3.1. Konserve Ton Balığı Pazarının Türkiye ve Dünyadaki Konumu

560 Avrupa’da ton balığının en fazla tüketildiği dört ülke; Almanya, İngiltere, Fransa ve İtalya’dır. Dosya mevcudundan; Almanya, İngiltere ve Fransa’da konserve ton balığı üreten firmanın olmadığı, İtalya’da ise sınırlı da olsa yerli üretimin mevcut olduğu anlaşılmaktadır.

Türkiye’deki ton balığı piyasasının toplam büyüklüğü 100 milyon TL civarındadır. Almanya, İngiltere ve Fransa gibi Türkiye ölçeğindeki ülkelerin tüketimi Türkiye’den 17 ila 31 kat daha fazladır. Avrupa’daki kişi başı konserve ton balığı tüketim miktarı 1-2,5 kg/kişi, Türkiye’de ise 60-70 gr/kişi dolaylarındadır.

570 Konserve ton balığı üretiminde işçilik ve enerji maliyetleri açısından en önemli konu üretimin sürekli ve belirli bir tonajın üstünde yapılmasıdır. Türkiye’de yıllık konserve ton balığı tüketimi yaklaşık 5.000 tondur; yılın 52 haftası beş işgünü günde 20 tonluk bir üretim, pazarın tüm ihtiyacını karşılamaktadır. Oysa ki; günlük 20 ton üretim miktarı, pazardaki tüm üretimin tek bir üretici tarafından gerçekleştirilmesi durumunda dahi kapasitesinin ancak %50’sine denk gelmektedir. Kapasite kullanımının çok düşük olması maliyetlerin yükselmesine, karlılığın azalmasına ve fiyatların yüksek seyretmesine neden olmaktadır. Konserve ton balığı, talep esnekliği oldukça yüksek bir ürün olduğu için yüksek fiyatlar talebin istenilen seviyelere çıkmasını engellemekte, pazar beklenen büyümeyi gösterememektedir.

580 Türkiye’de toplam ton balığı tüketimi İngiltere ve Fransa gibi emsal ülkelere göre ortalama 20 kat daha azdır; kişi başı konserve ton balığı tüketimi ise Türkiye’de yaklaşık 70 gr iken Avrupa’da 1,5-2 kg’dır. Bu rakamlar konserve ton balığı pazarının gelişme potansiyelini ortaya koyması bakımından dikkat çekicidir. Beklenen gelişimi gösteremeyen konserve balık pazarı için en önemli öncelik büyümedir. Dosya konusu işlemin devralan tarafları, konuya ilişkin olarak, oldukça yüksek potansiyele sahip olan ton balığı pazarının, Dardanel’in işlevsel hale getirilip üretime kazandırılmasıyla büyüyeceğini, marka gücü, know-how ve dağıtım kapasitesiyle Tamek ve Pınar gibi büyük üreticilerin de büyüyen pazardan pay alabileceğini ifade etmektedir.

590 G.3.3.2.3.2. Başka Coğrafi Pazarlardan İthalat Yapılması

Piyasaya sunulmaya hazır hale getirilmiş konserve ton balığı ürününün toplam maliyetinin (.....)’sını, ithal edilen ham haldeki ton balığı maliyeti oluşturmaktadır.

Tablo 9: Hammaddelerin Toplam Maliyet İçindeki Ağırlıkları

Balık Maliyeti	Yağ	Tuz	Ambalaj	Hammadde Malzeme Maliyeti	Satılan Malın Maliyeti
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

600 - Dondurulmuş ton balıkları Gümrük Tarife Pozisyonunun 0303 Gtip No’su altında gruplandırılmaktadır. Bütün haldeki tüm ton balıkları bu grupta değerlendirilir. Balığın başsız, solungaçsız veya içinin temizlenmiş olması tarife pozisyonunu etkilemez. Sadece

12-04/151-42

orta kılçığının çıkarılmamış olması gerekmektedir, orta kılçığı çıkarılan balıklar fileto grubunda değerlendirilir. Hammadde halindeki dondurulmuş ton balığı ithalatında ürünün ithal edildiği ülkeye bakılmaksızın vergi ve fon sıfırdır, KDV oranı ise %8'dir.

- Fileto halindeki ton balığının ithalinde uygulanan vergi ve fon oranları şöyledir:
- EFTA ve Bosna Hersek'ten ithal ürünlerde vergi ve fon sıfırdır.
- Avrupa Birliği'nden ithalata %30 vergi %9 fon olmak üzere toplam %39 vergi uygulanmaktadır.
- Diğer ülkelerden yapılacak ithalatta toplam vergi %49'dur.
- KDV oranı %8'dir.

610

Konserve ton balığı 1604.20.70.00.00 Gtip No'su ile ithal edilmektedir. EFTA üyesi ülkeler ve Bosna Hersek'ten yapılan ithalata vergi uygulanmazken, Avrupa Birliği'ne %64 diğer ülkelere %80 vergi uygulanmaktadır, KDV oranı %8'dir.

Ham haldeki ton balığı ithalatına vergi ve fon uygulanmazken, mamul haldeki konserve ton balığına uygulanan verginin %64 ila %80 arasında değiştiği görülmektedir. Bu bağlamda konserve ton balığında korumacı bir yaklaşım uygulandığını söylemek mümkündür. Mevcut vergilerle konserve ton balığı ithalatı çok sınırlı düzeydedir; fakat, yurt içindeki fiyatların artış göstermesi halinde söz konusu vergilerde indirimle gidilebilir ve ithalat potansiyel bir rakip olarak ortaya çıkabilir. Nitekim; İngiltere, Almanya ve Fransa gibi tüketicinin çok fazla olduğu ülkelerde yerli üretici bulunmamasının sebebi ise hammadde kaynaklarına yakın olan, işçilik ücretlerinin düşük olduğu uzak doğu ülkelerinde ton balığı konservesinin çok büyük miktarlarda ve düşük fiyatlarda üretilmesidir. Dünya pazarlarında düşük fiyatlarda ve bolca bulunabilen konserve ton balığı piyasası için ithalat çok etkili potansiyel bir rakiptir.

620

G.3.3.2.3.3. Başka Bir Piyasada Faaliyet Gösteren Firmaların Üretimini İlgili Pazara Yönlendirmesi

630

Standart konserve üretim hattına sahip bir üretici görece düşük yatırım maliyetine katlanmak suretiyle konserve ton balığı üretimi yapabilir. Dosya mevcudundan, hammadde kaynaklarına ulaşmada herhangi bir kısıt olmadığı, hammadde halindeki ton balığı fiyatının uluslar arası piyasalarda belirlendiği, alımlarda ölçek ekonomisinin söz konusu olmadığı anlaşılmıştır. Bu açıdan konserve ton balığı üretim yetisine sahip bir teşebbüsün dönemsel olarak da bu ürünü üretebileceği kanaatine varılmıştır.

G.3.3.2.3.4. Başka Bir Piyasada Olan Firmanın Pazara Girmesi

640

Konserve sektörü ilk yatırım maliyetinin düşük olduğu bir sektördür, nihayetinde konserve ton balığı üretimi standart konserve üretim ekipmanlarıyla gerçekleştirilebildiği için konserve tesisi yatırımı yapma yeterliliğine sahip bir teşebbüs rahatlıkla piyasaya girebilir. Hammadde tamamıyla ithal kaynaklı olması, hammaddeye ulaşmada rakiplerin birbirine karşı avantaj/dezavantajının bulunmaması, konserve ton balığı üretiminin uzmanlık (know-how) gerektirmemesi pazara girişte kolaylaştırıcı rol oynayan diğer etmenlerdir.

650

Yukarıda yer verilen değerlendirmeler ışığında; başka coğrafi pazarlardan ithalat imkanı, yüksek arz ikamesi ve görece düşük ilk yatırım maliyeti gibi unsurların konserve ton balığında güçlü bir potansiyel rekabetin varlığına işaret ettiği; pazara girişte herhangi bir giriş engelinin bulunmadığı ve ürün maliyetinin en önemli kısmını oluşturan ithal hammaddeye erişimde eşit şartların geçerli olduğu; pazarda "private label" ürünlerin giderek ağırlık kazandığı ve bu durumun devralma sonrası mevcut üretim kapasitesinin çoğuna sahip olacak Yıldız Holding'in müşterilerinden bağımsız hareket edebilme gücünü

12-04/151-42

sınırlayacağı; ayrıca Yıldız Holding'in HTM pazarındaki güçlü konumunun da konserve ton balığı gibi spesifik bir pazara girişte engel oluşturmayacağından hareketle dosya konusu işlemin konserve balık pazarında hakim durum yaratmayacağı kanaatine varılmıştır.

H. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

660

Bildirim konusu işlemin 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi ve bu maddeye dayanılarak çıkarılan 2010/4 sayılı "Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ" kapsamında izne tabi olduğuna, işlem sonucunda aynı Kanun maddesinde belirtilen nitelikte hakim durum yaratılmasının veya mevcut hakim durumun güçlendirilmesinin ve böylece rekabetin önemli ölçüde azaltılmasının söz konusu olmaması nedeniyle işleme izin verilmesine OYÇOKLUĞU ile karar verilmiştir.

Rekabet Kurulu'nun 02.02.2012 Tarih ve 12-04/151-42 Sayılı Kararına

KARŞI OY GEREKÇESİ

Kurulun mezkur kararıyla Yıldız Holding A.Ş ile Asia Debt Management Hong Kong Limited tarafından yönetilen fonlar tarafından Dardanel Önentaş Gıda Sanayi A.Ş.'nin hisselerinin bir bölümünün ve kontrolünün devranılması işlemine izin verilmesine ilişkin dosyada, bildirim konusu işlemin 4054 sayılı Kanun'un 7.maddesi ve bu maddeye dayanılarak çıkarılan 2010/4 sayılı "Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ" kapsamında izne tabi olduğuna, işlem sonucunda aynı kanun maddesinde belirtilen nitelikte hakim durum yaratılmasının veya mevcut hakim durumun güçlendirilmesinin ve böylece rekabetin önemli ölçüde azaltılmasının söz konusu olmaması nedeniyle işleme izin verilmesine karar verilmiştir. Aşağıda belirteceğimiz nedenlerle, işlemin 4054 sayılı Kanun'un 10. maddesine göre nihai incelemeye alınması gerektiği kanısında olduğumuzdan karara katılmıyoruz.

4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un "Birleşme veya Devralma" başlığı altındaki 7.maddesinde:

Bir ya da birden fazla teşebbüsün hâkim durum yaratmaya veya hâkim durumlarını daha da güçlendirmeye yönelik olarak, ülkenin bütünü yahut bir kısmında herhangi bir mal veya hizmet piyasasındaki rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğuracak şekilde birleşmeleri veya herhangi bir teşebbüsün ya da kişinin diğer bir teşebbüsün mal varlığını yahut ortaklık paylarının tümünü veya bir kısmını ya da kendisine yönetimde hak sahibi olma yetkisi veren araçları, miras yoluyla iktisap durumu hariç olmak üzere, devralması hukuka aykırı ve yasaktır."

Hangi tür birleşme ve devralmaların hukukî geçerlilik kazanabilmesi için Kurula bildirilerek izin alınması gerektiğini Kurul, çıkaracağı tebliğlerle ilan eder.

hükmü yer almış, yine aynı kanunun "Birleşme ve Devralmaların Kurula Bildirilmesi" başlığı altındaki 10. maddesinde de:

7 nci madde kapsamına giren birleşme veya devralma anlaşmaları Kurula bildirildiği tarihten itibaren Kurul, onbeş gün içinde yapacağı ön inceleme sonucunda birleşme veya devralma işlemine ya izin vermek ya da bu işlemi nihaî incelemeye almaya karar verdiği takdirde, ön itirazını bildiren yazısı ile birlikte birleşme veya devralma işleminin nihaî karara kadar askıda olduğunu ve uygulamaya sokulamayacağını, gerekli gördüğü diğer tedbirlerle birlikte ilgililere usulüne göre tebliğ etmek zorundadır. Bu durumda, bu Kanunun 40 ila 59 uncu maddeleri hükümleri uygulanır.

hükmü yer almaktadır.

Yasa koyucu, bu hükümlerle, teşebbüslerin kendi iç dinamiği, verimli çalışması ve yeni teknoloji bulması gibi kendi çaba, çalışma ve kararları dışında, rekabeti önemli ölçüde sınırlamaması adına birleşme ve devralma yoluyla hakim duruma gelmesini veya var olan hakim durumunu güçlendirmesini yasaklamış, ancak Rekabet Kurulu'na da bu yasak göz ardı edilmeksizin, birleşme ve devirlerle ilgili objektif ölçü veya ölçütler belirleyerek, bu ölçü veya ölçütleri aşan birleşme ve devirleri kontrol etme yetkisi vermiş bulunmaktadır. Yasa

koyucu, aynı zamanda, Rekabet Kurulu'na bu kontrol ve denetim sonucunda karar verirken, 15 gün içerisinde bildirim konusu işlemi inceleyip, dosya içerisinde bulunan tüm verilere göre ya birleşme ve devirlere izin vermesi veya işlemi nihai incelemeye alması gerektiğini açıkça belirtmiştir. Nihai incelemeye alınması halinde anılan Yasa'nın 40. ve devamı maddelerinin uygulanması gereğinden hareketle usul yönünden rekabet ihlallerine paralel bir uygulama getirmiştir.

İzin başvurusuna konu bir dosyada bulunan tüm belge ve bilgilere göre, birleşme/devralma işleminin, teşebbüslerin hâkim durum yaratmaya veya hâkim durumlarını daha da güçlendirmeye yönelik olarak, ülkenin bütünü yahut bir kısmında herhangi bir mal veya hizmet piyasasındaki rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğuracak şekilde bir sonuç doğurmayacağı hususunda tam bir kanaat oluşması halinde Kurulun işleme izin verebileceği, ancak ilk inceleme sonucu elde edilen belge ve bilgiler bu kanıya ulaşılmasını sağlamıyorsa, bir başka deyişle bilgi ve belgelerin yetersizliği nedeniyle böyle bir kanaate varılamıyorsa işlemin nihai incelemeye alınması gerektiği açıktır. 4054 sayılı yasanın yukarıda açıklanan amacına hizmet etmek adına, birleşme/devralma işlemlerine izin verilebilmesi için ilk inceleme sonucunda elde edilen bilgi ve belgelerin, işlem sonucunda ilgili teşebbüs veya teşebbüslerin birleşme ve devralma yoluyla hakim duruma gelmeyeceğini veya var olan hakim durumlarının güçlendirilmeyeceğini açık olarak ortaya çıkarması gerekir.

Dosya konusu, Yıldız Holding A.Ş. ile Asia Debt Management Hong Kong Limited tarafından yönetilen fonlar tarafından Dardanel Önentaş Gıda Sanayi A.Ş.'nin hisselerinin bir bölümünün ve kontrolünün devralınması işlemine izin verilmesi talebine ilişkin bulunan mevcut dosya bu bağlamda değerlendirildiğinde:

1.

- Kararda da yer aldığı gibi devralma taraflarının toplam (Dardanel, Kerevitaş ve Ülker) pazar paylarının (.....) aralığında buldukları,
- Söz konusu pazar paylarına Dardanel ve Kerevitaş'ın başka firmalar adına ürettikleri "private label" (fason) ürünlerden elde edilen pazar payının dahil olmadığı,
- Dardanel ve Kerevitaş'ın toplam pazar payına "Ülker Kalbim" ve Kerevitaş tarafından üretilen diğer market markalarının pazar payları dahil edildiğinde güçlü bir hakim duruma işaret edebilecek şekilde, ciro bazında yaklaşık (.....), tonaj bazında ise yaklaşık (.....)'lük bir pazar payı olduğu

anlaşılmıştır.

Bu pazar paylarına rağmen devralma işlemine izin verilmesi halinde teşebbüslerin hâkim durum yaratmaya veya hâkim durumlarını daha da güçlendirmeye yönelik olarak, ülkenin bütünü yahut bir kısmında konserve balık piyasasındaki rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğuracak şekilde bir sonuç doğurmayacağı hususunda Kurula tam bir kanaat gelmesi şarttır. Mevcut belge ve bilgilere göre bu aşamada, mevcut verilere göre böyle bir kanaat oluşmadığı düşünülmektedir.

2. Kararda giriş engelleri olmadığı, ilk yatırım maliyetinin görece olarak düşük olduğu, öte yandan standart konserve üretim hattına sahip bir üreticinin görece düşük yatırım maliyetine katlanmak suretiyle konserve ton balığı üretimi yapabileceği, konserve ürünler pazarında faaliyette bulunan bir teşebbüsün yurt içinde de imal edilebilen ve fiyatı (.....) Euro/Adet civarında olan bu otoklavları temin edebileceği belirtilmişse de; aynı pazarda bulunan Pınar Entegre Et ve Un Sanayi A.Ş.'nin Kurumumuza gönderdiği ve dosyada bulunan 12.01.2012 günlü yazısında halihazırda konserve ürünler pazarında faaliyette

bulunan bir teşebbüsün, konserve balık pazarına da girmeye karar vermesi durumunda yapması gereken ilave yatırım tutarının (kapasitesine bağlı olarak) yaklaşık (.....) Euro dolayında olacağını tahmin edildiği, ayrıca Öntaş Gıda San. A.Ş.'nin Yıldız Holding tarafından devralınması neticesinde pazarda bir hakim durum oluşacağı ve rekabetin olumsuz yönde etkileyeceğinin değerlendirildiği belirtilmiş, yine aynı pazarda faaliyet gösteren Tamek Gıda ve Konsantre Sanayi ve Ticaret A.Ş. tarafından gönderilen yazıda da Dardanel firmasının Yıldız Holding tarafından devralınmasının ilgili kategoride serbest rekabeti azaltma riski oluşturabileceği ifade edilmiştir. Raporda ve Kararda ulaşılan sonuç ile çelişen bu beyan ve görüşler de bizi işlemin nihai incelemeye alınması gerektiği noktasına götürmektedir.

3- Öte yandan, Rekabet Hukuku doktrinde piyasaya giriş engelleri arasında sayılan teknik uzmanlık, sektörün yapısı, talebin durağan oluşu, pazarlama kanallarındaki hâkimiyet, firmalar arası anlaşmalar, marka ve patentlerle ilgili düzenlemeler dosyada irdelenmemiştir. Bu hususların nihai incelemede irdelenmesi gerekir.

4- Kararda konserve balık ithalatının varlığının bu piyasada rekabete katkıda bulunacağı yolundaki görüş, ithalatta alınan vergiler karşısında çok da tutarlı görülmemektedir. Çünkü dondurulmuş ton balığı ithalatında ürünün ithal edildiği ülkeye bakılmaksızın vergi ve fon sıfır ve KDV oranı ise (.....) iken, öte yandan fileto halindeki ton balığının ithalinde EFTA ve Bosna Hersek'ten ithal ürünlerde vergi ve fon sıfır olmasına rağmen Avrupa Birliği'nden ithalatta (.....) vergi (.....) fon olmak üzere toplam (.....) vergi uygulanmaktadır. Diğer ülkelerden yapılacak ithalatta ise toplam vergi (.....) ve KDV oranı (.....)'dir. Sonuç olarak ham haldeki ton balığı ithalatına vergi ve fon uygulanmazken, mamul haldeki konserve ton balığına uygulanan verginin (.....) ile (.....) arasında değiştiği görülmektedir. Bu hususların da dosyanın nihai incelemeye alınıp, detaylı bir şekilde incelenerek, ithal malların piyasadaki rekabetçi etkilerinin ayrıntılı bir şekilde irdelenmesi gerekmektedir.

Yukarıda açıklanan nedenlerle, belirtilen hususlarda daha geniş bir inceleme yapılabilmesi bağlamında, devralma işleminin 4054 sayılı Kanun'un 10. maddesine göre nihai incelemeye alınması gerektiği kanısında olduğumuzdan Kurulun aksi yöndeki kararına katılmıyoruz.

İsmail Hakkı Karakelle
Kurul Üyesi

Dr. Murat Çetinkaya
Kurul Üyesi

Reşit Gürpınar
Kurul Üyesi