

**Rekabet Kurumu Başkanlığından,
REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2007-3-157 (Devralma)
Karar Sayısı : 07-86/1083-419
Karar Tarihi : 15.11.2007

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

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

B. RAPORTÖRLER: Pelin ERDOĞAN, Aytül TOKATLI

C. BİLDİRİMDE

BULUNAN : Şeref Makromarket Gıda San. ve Tic. A.Ş
İstanbul Yolu Saray Mah. Gıdaacılar Cad. No:11
Saray Kazan / Ankara

20

D. TARAFLAR : Şeref Makromarket Gıda San. ve Tic. A.Ş

Kombassan Giyim Gıda Turizm San. İç ve Dış Tic. A.Ş.
Nişantaşı Mh. Şahinağa Sk. Kombassan İş Merkezi
Selçuklu / Konya

E. DOSYA KONUSU: Kombassan Giyim Gıda Turizm San. İç ve Dış Tic. A.Ş.'ye ait Afra markalı mağazaların işletme hakkının Şeref Makromarket Gıda San. ve Tic. A.Ş.'ye devredeilmesi işlemine izin verilmesi talebi.

30

F. DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 24.10.2007 tarih ve 6933 sayı ile giren ve en son 7.11.2007 tarih ve 7237 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 9.11.2007 tarih ve 2007-3-157 /Öİ-07-PE sayılı Birleşme/Devralma Raporu, 9.11.2007 tarih ve REK.0.07.00.00-120/240 sayılı Başkanlık Önergesi ile 07-86 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

40

G. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili Rapor'da; Söz konusu devralma işleminin,

1. Kontrol değişikliği yaratması nedeniyle 1997/1 sayılı Tebliğ'in 2. maddesi kapsamında bir devralma işlemi olduğu,
2. Tarafların ilgili ürün pazarındaki toplam ciroları yönüyle 1997/1 sayılı Tebliğ'in 4. maddesi kapsamında Rekabet Kurulu'nun iznine tabi olduğu,
3. Anılan devralma işlemi sonucunda ilgili pazarlarda bir hakim durum yaratılması ya da mevcut bir hakim durumun güçlendirilmesi yoluyla etkin rekabetin önemli

50 ölçüde kısıtlanmasının söz konusu olmayacağı anlaşıldığından söz konusu devir işlemine izin verilmesi gerektiği

sonucuna ulaşıldığı ifade edilmektedir.

H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

H.1. İlgili Pazar

H1.1. İlgili Ürün Pazarı

60 1997/1 sayılı Tebliğ'in 4. maddesi uyarınca ilgili ürün pazarının tespitinde; tüketicinin gözünde fiyatı, kullanım amaçları ve nitelikleri bakımından aynı sayılan mal ve hizmetlerden oluşan pazar dikkate alınmakta, ayrıca tespit edilen pazarı etkileyebilecek diğer unsurlar da değerlendirilebilmektedir.

H.1.1.1. Tüketim Malları Organize Perakende Pazarı

70 Tüketim Malları Organize Perakende Pazarı dosya bazında 100 m² ile 400 m² arasında satış alanına sahip mağazaların oluşturduğu pazar ile 400 m² büyüklüğün üzerinde olan mağazalardan oluşan iki ayrı pazar çerçevesinde incelenmiştir.

Bildirim konusu devralma işlemi çerçevesinde Tüketim Malları Organize Perakende Pazarı indirim mağazaları ve alışveriş merkezi (hipermarket) ayırımı dikkate alınmaksızın "400 m²den büyük süpermarket ve hipermarket pazarı" ve "100 ile 400 m² arası süpermarket pazarı" olarak belirlenmiştir.

H.1.1.2. Alım (Tedarik) Pazarı

80 Üreticiler ile perakendeciler arasında yer alan alım pazarında, üretici açısından önemli nokta üreticinin üretimini değiştirme ve üretimini farklı kanallarda satabilme esnekliğidir. Genelde üreticiler belirli bir ürün veya ürün grubunda uzmanlaşarak üretim yapmaktadır. Üreticilerden süpermarket ortamında satılan ürünlerin hepsini üretmelerini beklemek, dolayısıyla tek bir tedarik pazarından bahsetmek mümkün değildir. Bu nedenle, alım gücüyle ilgili yapılacak incelemenin, üretim anlamında birbirine ikame teşkil eden ürünlerin bir araya geldiği ürün gruplarını ayrı ayrı ilgili pazarlar şeklinde tanımlamak suretiyle yapılması gerekmektedir. *Migros/Tansaş* ve *Makromarket/Nazar* Kararları'nda alım pazarı, süpermarket ortamında satılan gıda ağırlıklı hızlı tüketim ürünleri dikkate alındığında, alım pazarı et ve et ürünleri, beyaz et ve yumurta ürünleri, unlu ürünler, sütü ürünler, bira, şarap ve alkollü içkiler, 90 alkolsüz içkiler, sıcak içecekler (kahve ve çay), şekerli ürünler (çikolata, kek gibi), temel gıdalar (un, şeker, pirinç gibi), dondurulmuş ürünler, bebek mamaları, ev hayvanları yiyecekleri, vücut bakım ürünleri, ev temizlik ürünleri olarak ayrı ayrı belirlenmiştir. Mevcut dosya kapsamında da bu ayırım benimsenmiştir.

100 **H.1.2. İlgili Coğrafi Pazar**

H.1.2.1. Tüketim Malları Perakende Pazarı

İl düzeyinde modern perakendecilerin faaliyet alanları, diğer bölgelerden hissedilir derecede farklılık göstermektedir. Çünkü tüketicilerin hızlı tüketim malları alışverişi amacıyla farklı bir şehre veya belirli bir mesafeden¹ daha uzağa gitmesi rasyonel bir tercih olmayacaktır.

110 O halde modern perakendecilerin il sınırları içinde bulunan tüketiciler nezdinde rekabet ettikleri ileri sürülebilecektir. Makromarket Ankara merkez, Polatlı ve Kırıkkale'de faaliyet gösterirken; Afra mağazaları Samsun, Malatya, Konya, Karaman, Antalya, Alanya ve Mersin'de bulunmaktadır. Bu noktadan hareketle ilgili coğrafi pazar yukarıda sayılan nihai tüketim pazarları bakımından devralma işlemi taraflarının faaliyet gösterdikleri Ankara, Kırıkkale, Samsun, Malatya, Konya, Karaman, Antalya, Alanya ve Mersin olmalıdır. Bununla beraber Makromarket'in Nazar'ı devralması ile ilgili 5.4.2007 tarih ve 07-30/293-110 sayılı Kurul Kararı'nda Ankara ilinin büyüklüğü göz önüne alınarak, Nazar'ın faaliyet gösterdiği Polatlı bölgesinin de ayrı bir coğrafi pazar olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

120 Belirtilen sebepler nedeniyle ilgili coğrafi pazar Polatlı hariç, Sincan'ı da içerecek şekilde Ankara ili merkezi (Ankara merkez), Ankara ili Polatlı bölgesi (Polatlı), Kırıkkale, Samsun, Malatya, Konya, Karaman, Antalya, Alanya ve Mersin olarak belirlenmiştir.

H.1.2.2. Alım (Tedarik) Pazarı

130 Alım pazarında, perakendeciler alımlarını ağırlıklı olarak ulusal üreticilerden yapmalarına rağmen bölgesel veya yerel üreticilerden de alım yapabilmektedirler. Ancak bölgesel veya yerel olarak faaliyet gösteren üreticilerin ürünlerini diğer bölgelerde de pazarlamasının önünde herhangi bir engel bulunmamaktadır. Bu gerekçe ile ilgili coğrafi pazarın Türkiye Cumhuriyeti olarak belirlenmesi gerekmektedir.

Bu bakımdan, alım pazarında ilgili coğrafi pazar "Türkiye Cumhuriyeti sınırları" olarak belirlenmiştir.

140

¹ Arama maliyetlerinin önemli olduğu bu konu, tüketicinin gittiği mesafe sayesinde elde edeceği faydanın gitmemesinden yüksek olması gerekliliğini içermektedir. Burada fayda ile kast edilen sadece fiyat farklılıklarından elde edilecek kar değil aynı anda zaman kaybından ve ulaşım ücretinden kaynaklanacak zararları da içermektedir. Bu nedenle haftalık alışveriş için bile şehrin bir ucundan öbür ucuna gitmek rasyonel olmayabilecektir.

H.2. Taraflar

H.2.1. Şeref Makromarket Gıda San. ve Tic. A.Ş. (Makromarket)

150 Devralan taraf olan Makromarket'in yönetim kurulu üyeliğine üç yıl süre ile Şeref Songör, Mustafa Songör, Mehmet Songör, Uğur Songör ve Osman Songör; denetçiliğe ise Şükrü Keskin seçilmiştir. Teşebbüsün ortaklık yapısına aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 1 - Makromarket'in Ortaklık Yapısı

Hisse Sahibi	Hisse Adedi	Pay Oranı
Şeref SONGÖR	(.....)	%(....)
Osman SONGÖR	(.....)	%(....)
Uğur SONGÖR	(.....)	%(....)
Mehmet SONGÖR	(.....)	%(....)
Mustafa SONGÖR	(.....)	%(....)
Aysun TÜRKMEN	(.....)	%(....)
Toplam:	16.000	%100

160 Makromarket, hızlı tüketim malları perakendeciliği alanında faaliyet göstermektedir. 2005 ve 2006 yılı ciroları sırasıyla (.....) YTL ve (.....) YTL'dir. Makromarket hissedarları 2007 yılı içinde Nazar Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin tüm hisselerini devralmış ve Kurul 5.4.2007 tarih ve 07-30/293-110 sayılı Kararı ile bu işleme izin vermiştir. Devir sonrası Makromarket'in Kırıkkale'de 1, Ankara'da 58 ve Polatlı'da 3 mağazası bulunmaktadır.

H.2.2. Kombassan Giyim Gıda Turizm San. İç ve Dış Tic. A.Ş. (Kombassan)

Kombassan'ın ortaklık yapısı aşağıda yer almaktadır:

Tablo 2 – Kombassan'ın Ortaklık Yapısı

Hisse Sahibi	Hisse Adedi	Pay Oranı
Haşim BAYRAM	(.....)	%(...)
Adnan ŞAHİN	(.....)	%(...)
H.Rahman BOSTAN	(.....)	%(...)
Namık GÜLER	(.....)	%(...)
Kombassan Kağıt Matbaa Gıda ve Tekstil San. Tic. A.Ş.	(.....)	%(...)
Kombassan İnşaat Tarım ve San. İşl. Tic. A.Ş.	(.....)	%(...)
Kombassan Holding A.Ş.	(.....)	%(...)
Toplam	(.....)	100

170 Teşebbüsün yönetim kurulu H. Rahman Bostan başkanlığında Ali Baloğlu ve Esat Şahin'den, denetim kurulu ise Namık Güler'den oluşmaktadır. 2005 ve 2006 yılı ciroları sırasıyla (.....) ve (.....) YTL'dir.

H.3.Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

H.3.1. Bildirim Eşiği ve Kontrol Unsuru

1997/1 sayılı Tebliğ'in 2. maddesine ve Kurul'un yerleşik içtihatlarına göre, bildirim konusu işlemin, Tebliğ kapsamında bir birleşme veya devralma sayılabilmesi için

180 işleme konu olan teşebbüs üzerindeki kontrolde bir değişiklik meydana getirmesi gereklidir. Kombassan ve Makromarket arasında imzalanan protokole göre, Kombassan'ın işletmesi altında bulunan 27 mağazanın işletme hakları Makromarket'e devredilmektedir. Dolayısıyla, dosya konusu işlem 1997/1 sayılı Tebliğ'in 2. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca devralmadır.

1997/1 sayılı Tebliğ'in 4. maddesine göre %25 pazar payı sınırı veya 25 milyon YTL ciro eşiğini geçen birleşme/devralmaların Kurul'a bildirilmesi zorunludur. Başvuru konusu işlemin taraflarının ilgili ürün pazarındaki 2006 yılı cirolarının 25 milyon YTL eşiğini aştığından, işlem izne tabidir.

190 H.3.2. Hakim Durumun Tespitinde Yararlanılan Kıstaslar

4054 sayılı Kanun'un 7.maddesi ile "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 (...)" yasaklanmaktadır.

H.3.2.1. Tüketim Malları Organize Perakende Pazarı

200 Tüketim malları perakende pazarında, ilgili coğrafi pazar Ankara merkez, Polatlı, Kırıkkale, Samsun, Malatya, Konya, Karaman ve Mersin olarak belirlenmiştir. Makromarket ve devre konu Kombassan'a ait Afra mağazaları farklı ilgili coğrafi pazarlarda yer almaktadır. İl bazında Afra mağazaları ve rakiplerinin tahmini pazar paylarını gösterir herhangi bir veriye ulaşılamamasına karşın, ACNielsen yetkililerince Afra mağazalarının Karaman, Samsun, Malatya, Antalya, Alanya ve Mersin'de tahmini % (...)’un altında pazar payına sahip olduğu belirtilmiştir. Konya’da ise 2006 yılına kadar %(...) civarında pazar payı bulunduğu, ancak 2007 yılında bu payın %(...) civarına düştüğü tahmininde bulunulmuştur. Nitekim belirlenen ilgili coğrafi pazarlarda taraflar birlikte faaliyet göstermediklerinden, devralma işlemi 210 tüketim malları perakende pazarında bir pazar payı değişikliğine ve dolayısıyla da bir yoğunlaşmaya neden olmayacak ve ilgili pazarlarda etkin rekabetin azalması veya kısıtlanması sonucunu doğurmayacaktır.

H.3.2.2. Alım (Tedarik) Pazarı

220 Başvuru konusu devralma, tarafların aynı tür ürünleri talep eder konumda olmaları nedeniyle satım pazarında yoğunlaşmaya yol açmaktadır. Kurul 31.10.2005 tarihli, 05-76/1030-287 sayılı *Migros/Tansaş Kararı*'nda, devralma sonrasında Türkiye'nin en büyük hızlı tüketim malları organize perakende zinciri haline gelen Migros'un bile alım pazarında hakim duruma gelmediği sonucuna ulaşmıştır. Bu nedenle Makromarket'in devralma sonrasında Türkiye çapında alım pazarında hakim duruma gelmesi mümkün değildir. Aksine bildirme konu işlem bölgesel bir oyuncunun ulusal çapta faaliyet gösteren bir perakendeci haline gelmesini sağlayacağından bu işlem sonucunda alım pazarında rekabetçi etkiler ortaya çıkacaktır.

I. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

- 230 Bildirim konusu işlemin 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi ve bu Kanun'a 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 hakim durum yaratılmasının veya mevcut hakim durumun güçlendirilmesinin ve böylece ilgili pazarlarda rekabetin önemli ölçüde azaltılmasının söz konusu olmadığına, bu nedenle bildirim konusu işleme izin verilmesine OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.