

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2020-4-021

(Nihai İnceleme)

Karar Sayısı : 20-57/794-354

Karar Tarihi : 30.12.2020

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Birol KÜLE,

Üyeler : Arslan NARİN (İkinci Başkan), Şükran KODALAK,
Ahmet ALGAN, Hasan Hüseyin ÜNLÜ, Ayşe ERGEZEN

B. RAPORTÖRLER: İmren KOL, Hatice CESUR, Burcu OLGUN, Elif Sıdıka SARI

C. BİLDİRİMDE

BULUNAN

- Fiat Chrysler Automobiles N.V.
Temsilcileri: Av. Zümrüt ESİN, Av. Sinan DİNİZ,
Av. Ceren SEYMENOĞLU, Av. İsmail ÖZGÜN,
Av. Mehmet Sait UĞUR
Ebula Mardin Cad. Gül Sok. No:2 Maya Park Tower 2
Akatlar-Beşiktaş 34335, İstanbul
- Peugeot S.A.
Temsilcileri: Av. Gönenç GÜRKAYNAK, Av. Esen ERGÜL,
Av. Gözde ÇEVİK
Çitlenbik Sokak No: 12 Yıldız Mahallesi Beşiktaş/İstanbul

- (1) **D. DOSYA KONUSU:** Fiat Chrysler Automobiles N.V. ve Peugeot S.A.'nın, Fiat Chrysler Automobiles N.V. bünyesine katılması yoluyla yapılması planlanan birleşme işlemine izin verilmesi talebi.
- (2) **E. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına 21.02.2020 tarih ve 1849 sayı ile intikal eden, Fiat Chrysler Automobiles N.V. (FCA) ve Peugeot S.A. (PSA) vekilleri tarafından yapılan bildirimde, FCA ve PSA'nın, FCA bünyesine katılması yoluyla planlanan birleşme işlemine 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun (4054 sayılı Kanun) ve 2010/4 sayılı Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ (2010/4 sayılı Tebliğ) çerçevesinde izin verilmesi talep edilmektedir.
- (3) Dosyaya ilişkin inceleme sürecinde; taraflardan 06.03.2020 tarih ve 3811 sayılı, Türkiye'nin Otomobili Girişim Grubu Sanayi ve Ticaret A.Ş.'den (TOGG), Doğu Otomotiv Servis ve Ticaret A.Ş.'den (DOĞUŞ), Karsan Otomotiv Sanayii ve Tic. A.Ş.'den (KARSAN) ve Mais Motorlu Araçlar İmal ve Satış A.Ş.'den (MAİS) 06.03.2020 tarih ve 3810 sayılı, Otomotiv Distribütörleri Derneği'nden (ODD) 06.03.2020 tarih ve 3809 sayılı, Otomotiv Sanayicileri Derneği'nden (OSD) 06.03.2020 tarih ve 3808 sayılı yazılar ile bilgi talebinde bulunulmuştur. Bu kapsamda, gönderilen cevabi yazılar çeşitli tarihlerde Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. Akabinde 16.04.2020 tarih ve 5496 sayı ve 20.05.2020 tarih ve 6489 sayı ile taraflardan bilgi talebinde bulunulmuş, cevabi yazılar sırasıyla 04.05.2020 tarih ve 4156 sayı ve 27.05.2020 tarih ve 4816 sayı ile Kurum kayıtlarına girmiştir. 02.06.2020 tarih ve 5063 sayı ile Kurum kayıtlarına giren belgede taraflar ek bilgiler sunacaklarını belirtmiş olup söz konusu ek bilgiler 22.06.2020 tarih ve 6084 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.

- (4) Yapılan inceleme ve değerlendirmeler neticesinde hazırlanan 03.07.2020 tarihli ön inceleme raporu, Kurulun 17.07.2020 tarihli toplantısında görüşülmüş, 20-34/441-M sayılı karar ile FCA ve PSA'nın, FCA bünyesine katılması yoluyla yapılması planlanan birleşme işlemine izin verilmesi talebi ile ilgili olarak 4054 sayılı Kanun'un 10. maddesinin birinci fıkrası uyarınca nihai inceleme yapılmasına karar verilmiştir.
- (5) Nihai inceleme bildirim ve görüş talep yazısı 29.07.2020 tarih ve 10415 sayı ile FCA'ya, 29.07.2020 tarih ve 10414 sayı ile PSA'ya iletilmiştir. FCA ve PSA'nın görüş yazısı 02.09.2020 tarih ve 9327 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (6) Nihai inceleme kapsamında detaylı değerlendirme yapılabilmesi için motorlu taşıtlar sektöründe faaliyet gösteren distribütörlerden çeşitli bilgi ve belgelere ihtiyaç duyulmuştur. Bu çerçevede 09.09.2020 tarih ve 12285 sayı ile Borusan Otomotiv İthalat ve Dağıtım A.Ş.'den (BORUSAN), Çelik Motor Ticaret A.Ş.'den (ÇELİK), DOĞUŞ'tan, Ford Otomotiv Sanayi A.Ş.'den (FORD), FCA'dan, Hyundai Assan Otomotiv Sanayi ve Ticaret A.Ş.'den (HYUNDAI), Honda Türkiye A.Ş.'den (HONDA), MAİS'den, Mazda Motor Logistics Europe N.V. Merkezi Belçika Türkiye İstanbul Şubesi'nden (MAZDA), Mercedes-Benz Otomotiv Ticaret ve Hizmetleri A.Ş.'den (MERCEDES), Nissan Otomotiv A.Ş.'den (NISSAN), PSA'dan, Suzuki Motorlu Araçlar Pazarlama A.Ş.'den (SUZUKİ), Toyota Türkiye Pazarlama ve Satış A.Ş.'den (TOYOTA), Volvo Car Turkey Otomobil Ltd. Şti.'den (VOLVO), Yüce Auto Motorlu Araçlar Ticaret A.Ş.'den (YÜCE AUTO) bilgi ve belge talebinde bulunulmuştur. Yine 11.09.2020 tarih ve 12392 sayı ile Anadolu Isuzu Otomotiv Sanayi ve Ticaret A.Ş. (ISUZU), DOĞUŞ, FCA, FORD, HYUNDAI, Iveco Araç Sanayi ve Ticaret A.Ş. (IVECO), MAİS, MERCEDES, NISSAN, PSA ve TOYOTA'dan bilgi ve belge talebinde bulunulmuştur. Talep edilen bilgilere istinaden, cevabi yazılar çeşitli tarihlerde Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (7) FCA ve PSA tarafından planlanan işleme ilişkin sözleşme değişikliği bildirim 17.09.2020 tarih ve 9872 sayı ile Kurum nezdinde kayda alınmıştır.
- (8) Dosya kapsamında, 15.10.2020 tarih ve 14331 sayı ile işlem tarafları FCA ve PSA'dan, 14338 sayı ile FORD'dan, 14337 sayı ile BORUSAN, ÇELİK, DOĞUŞ, HONDA, HYUNDAI, IVECO, MAİS, MERCEDES, NISSAN, SUZUKİ, Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş. (TOFAŞ), TOYOTA, VOLVO ve YÜCE AUTO'dan bilgi ve belge talebinde bulunulmuştur. Talep edilen bilgi ve belgelere ilişkin cevabi yazılar çeşitli tarihlerde Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (9) Nihai inceleme kapsamında işlem tarafları FCA ve PSA'nın göndermiş oldukları ek bilgiler ile MERCEDES, ÇELİK, FORD ve DOĞUŞ tarafından gönderilen ek bilgiler de Kurum nezdinde kayda girmiştir.
- (10) Ayrıca Kurulun 17.12.2020 tarih ve 20-54/758-M sayılı kararıyla nihai inceleme süresine ek bir ay süre verilmesi kararı alınmış, akabinde süre uzatım bildirim işlem tarafları FCA ve PSA'ya 17.12.2020 tarih ve 17698 sayılı yazı ile bildirilmiştir.
- (11) Nihai inceleme sonucunda düzenlenen 28.12.2020 tarih ve 2020-4-021/Nİ sayılı Nihai İnceleme Raporu 30.12.2020 tarihli Kurul toplantısında görüşülerek 20-57/794-354 sayı ile karara bağlanmıştır.
- (12) **F. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda;
- 1- Fiat Chrysler Automobiles N.V. ve Peugeot S.A.'nın, Peugeot S.A.'nın Fiat Chrysler Automotive bünyesine katılması yoluyla birleşmesi işleminin 2010/4 sayılı Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme Devralmalar Hakkında Tebliğ'in 5. maddesi kapsamında bir devralma olduğu,

- 2- Söz konusu işlemin anılan Tebliğ'in 7. maddesinde öngörülen ciro eşikleri aşıldığından hukuki geçerlilik kazanabilmesi için Kurulun iznine tâbi olduğu,
- 3- Bahse konu işlemin binek otomobillerin üretimi ve satışı pazarında ve brüt ağırlığı 3,5-6 ton arasında olan hafif ticari araçların üretimi ve satışı pazarında 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 7. maddesi çerçevesinde etkin rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğurmayacağı,
- 4- Öte yandan, planlanan işlem neticesinde brüt ağırlığı 3,5 tona kadar olan hafif ticari araçların üretimi ve satışı pazarında koordinasyon doğurucu etkiler vasıtasıyla etkin rekabetin önemli ölçüde azalmasının söz konusu olabileceği,
- 5- Ancak; Fiat Chrysler Automobiles N.V. tarafından 16.12.2020 tarih, 13650 sayı ile sunulan;

"Bildirime konu işlem çerçevesinde;

i. FCA, TOFAŞ'ın Yönetim Kurulu üyelerinin rekabet açısından hassas bilgiler de dahil olmak üzere görevleri gereği elde edebilecekleri her türlü gizli bilgiyi gizli tutmasına ve sadece görevlerinin ifasına ilişkin olarak kullanılmasına yönelik bir gizlilik politikasının kısa kararın işlem taraflarına tebliğ tarihinden itibaren 60 takvim günü içerisinde oluşturulmasını taahhüt etmektedir. İşbu politika özellikle şu unsurları ihtiva edecektir:

a. Rekabet açısından hassas bilgilerin tanımına dair detaylı bilgiler ile TOFAŞ'ın rekabet açısından hassas bilgilerinin rakip teşebbüslerle paylaşılmayacağı yönünde açık bir yükümlülük.

b. FORD'un TOFAŞ'ın bir rakibi olduğu ve dolayısıyla TOFAŞ'ın rekabet açısından hassas bilgilerinin FORD ve çalışanlarıyla paylaşılmayacağına dair bir açıklama.

c. Yönetim Kurulu üyelerinin görevlerinin ifası kapsamında TOFAŞ'ın, örnek olarak (fakat bunlarla sınırlı olmamak üzere) fiyatlama, indirimler, kampanyalar ve belirli müşterilerle olan ilişkiler gibi rekabet açısından hassas bilgilerini edinmesi durumunda, rekabet açısından hassas bu bilgilerin mutlaka gizli tutulması gerektiği ve TOFAŞ haricindeki üçüncü kişilere herhangi bir şekilde ifşa edilemeyeceğine dair net bir açıklama.

d. TOFAŞ'ın Yönetim Kurulu üyelerinin, başka hususların yanı sıra, hangi türde bilgilerin rekabet açısından hassas bilgi olarak kabul edilmesi ve bu bilgilerin nasıl yönetilmesi gerektiğine dair detaylı açıklamalar içeren yıllık rekabet hukuku eğitimlerine katılmalarına yönelik bir yükümlülük.

ii. FCA, TOFAŞ'ta bu bilgilerin gizliliğini korumak adına rekabet açısından hassas bilgilere erişimi olan tüm TOFAŞ personeline uygulanacak olan ve söz konusu verilerin korunmasına yönelik alınacak önlemleri belirleyen bir gizlilik politikasını kısa kararın işlem taraflarına tebliğ tarihinden itibaren 60 takvim günü içerisinde oluşturulmasını taahhüt etmektedir. İşbu politika, başka hususların yanında, özellikle şu unsurları ihtiva edecektir:

a. Rekabet açısından hassas bilgilerin tanımına dair detaylı bilgiler ile TOFAŞ'ın rekabet açısından hassas bilgilerinin rakip teşebbüslerle paylaşılmayacağı yönünde açık bir yükümlülük.

b. FORD'un TOFAŞ'ın bir rakibi olduğu ve dolayısıyla TOFAŞ'ın rekabet açısından hassas bilgilerinin FORD ve çalışanlarıyla paylaşılacağına dair bir açıklama.

iii. FCA, kısa kararın işlem taraflarına tebliğ tarihinden itibaren 60 takvim günü içerisinde Koç Holding A.Ş. ve FCA'nın TOFAŞ'taki ortaklıkları nedeniyle sahip oldukları rekabet açısından hassas bilgiler de dâhil olmak üzere her türlü gizli bilginin korunmasına dair spesifik bir gizlilik sözleşmesini Koç Holding A.Ş. ile imzalamayı taahhüt etmektedir;

iv. FCA, rekabet açısından hassas bilgilerin sağlanması, alınması ve işlenmesinde görev alan TOFAŞ çalışanlarının, bu bilgilerin korunması ve bu bilgilerin rakipler de dâhil olmak üzere üçüncü şahıslara açıklanmaması konularında sorumluluklarını açıklayan yıllık rekabet hukuku eğitimleri almalarını sağlamayı taahhüt etmektedir;

v. FCA, kısa kararın işlem taraflarına tebliğ tarihinden itibaren 90 takvim günü içerisinde, Kurum'a taahhütlerin yerine getirilmesi için alınan önlemleri detaylı olarak açıklayan bir rapor sunmayı taahhüt etmektedir.

- FCA Tarafından Sunulan Taahhütlerin Süresi

i. Taahhütler; Rekabet Kurumu'na sunulması, bu taahhüt esas alınarak işleme izin verilmesine ilişkin Karar alınması halinde ve işlemin kapanması kaydıyla geçerlilik kazanacaktır.

ii. (i) ve (iv) numaralı paragraflarda yer alan taahhütler, FCA'nın TOFAŞ'ta hissedarlığı bulunduğu ve Koç Holding A.Ş.'nin hem TOFAŞ hem de FORD'da hissedarlığı bulunduğu sürece yürürlükte kalacaktır.

iii. Karar'dan sonra Rekabet Kurulu başka bir kararla etkin rekabetin sağlanması için taahhütlerin (veya herhangi spesifik bir taahhüdün) yürürlükte bulunmasına gerek olmadığına karar verirse, ilgili taahhütler ilgili Rekabet Kurulu kararının verildiği tarihte sona erecektir.”

ve Koç Holding tarafından 16.12.2020 tarih, 13650 sayı ile sunulan;

“Bildirime konu işlem çerçevesinde;

a. Koç Holding, hâlihazırda hem TOFAŞ'ın yönetim kurulunda hem de FORD'un yönetim kurulunda yönetim kurulu üyesi olan İsmail Cenk Çimen'in, işlemin kapanışını takiben 30. iş günü itibarıyla FORD ve TOFAŞ'ın her ikisinde birden yönetim kurulu üyesi olması durumunun sonlandırılacağını taahhüt etmektedir.

b. Koç Holding, işlemin kapanışından itibaren, TOFAŞ'ın yönetim kurulu üyesi olan herhangi bir kişiyi FORD'un yönetim kuruluna, FORD'un yönetim kurulu üyesi olan herhangi bir kişiyi TOFAŞ'ın yönetim kuruluna atamayacaktır.

c. Koç Holding, kısa kararın işlem taraflarına tebliğ tarihinden itibaren 60 takvim günü içerisinde Koç Holding ve FCA'nın TOFAŞ'taki ortaklıkları nedeniyle sahip oldukları rekabet açısından hassas bilgiler de dâhil olmak üzere her türlü gizli bilginin korunmasına dair bir gizlilik sözleşmesini FCA ile imzalamayı taahhüt etmektedir.

d. Koç Holding, kısa kararın işlem taraflarına tebliğ tarihinden itibaren 60 takvim günü içerisinde, Koç Holding'teki görevleri gereği hem TOFAŞ hem de FORD'un rekabet açısından hassas bilgilerini alan her çalışanın TOFAŞ ve FORD'un rekabet açısından hassas bilgilerinin işlenmesine ilişkin yükümlülüklerini ortaya koyan bir gizlilik taahhütnamesi (Gizlilik Taahhütnamesi) imzalamasını temin etmeyi taahhüt eder.

e. Koç Holding, kısa kararın işlem taraflarına tebliği tarihinden itibaren 90 takvim günü içerisinde, Kurum'a yukarıdaki (a) ila (d) numaralı paragraflarda düzenlenen taahhütlerin yerine getirilmesi için alınan önlemleri detaylı olarak açıklayan bir rapor sunmayı taahhüt etmektedir.

- Koç Holding Tarafından Sunulan Taahhütlerin Süresi

i. Taahhütler; Rekabet Kurumu'na sunulması, taahhütler esas alınarak işleme izin verilmesine ilişkin karar alınması ve işlemin kapanması kaydıyla geçerlilik kazanacaktır.

ii. (a) ve (b) numaralı paragraflarda yer alan taahhütler; FCA'nın TOFAŞ'ta hissedarlığı bulunduğu sürece ve Koç Holding'in FORD ve TOFAŞ'ın her birinin yönetim kuruluna üye atama hakkına sahip olduğu sürece yürürlükte kalacaktır.

iii. (c) ve (d) numaralı paragraflarda yer alan taahhütler; Koç Holding'in hem TOFAŞ hem de FORD'da hissedarlığı bulunduğu sürece yürürlükte kalacaktır.

iv. Karar'dan sonra Rekabet Kurulu başka bir kararla etkin rekabetin sağlanması için taahhütlerin (veya herhangi spesifik bir taahhüdün) yürürlükte bulunmasına gerek olmadığına karar verirse, ilgili taahhütler ilgili Rekabet Kurulu kararının verildiği tarihte sona erecektir.”

şeklindeki taahhütler ile işleme izin verilebileceğine,

6- Fiat Chrysler Automobiles N.V. tarafından sunulan i, ii ve iii numaralı taahhütler ile Koç Holding A.Ş. tarafından sunulan a, b, c, d numaralı taahhütlerin şart, Fiat Chrysler Automobiles N.V. tarafından sunulan v numaralı taahhüt ile Koç Holding A.Ş. tarafından sunulan e numaralı taahhütlerin ise yükümlülük niteliğini haiz olduğu,

7- Yukarıda sayılan şartların süresi içinde hiç veya gereği gibi yerine getirilmemesi halinde, verilen iznin geçersiz sayılacağı

ifade edilmektedir.

G. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

G.1. Bildirim Konusu İşlem

- (13) Bildirim konusu işlem, 17.12.2019 tarihinde imzalanan Birleşme Sözleşmesi çerçevesinde PSA'nın FCA bünyesine katılması yoluyla iki teşebbüsün birleşmesine ilişkindir. Birleşme işlemi sonrasında PSA'nın hukuki varlığı sona erecek, FCA ise hukuki varlığını devam ettirecektir. Bununla birlikte taraflar işlemin kapanmasını müteakiben FCA'nın "DutchCo" olarak anılacak yeni bir bünyede varlığını sürdüreceğini ifade etmiştir. Ancak 14.09.2020 tarihinde FCA ile PSA arasında imzalanan "Tadil Sözleşmesi" sonrasında işlemin kapanışıyla birleşme sonrası oluşacak yapının "DutchCo" yerine "Stellantis N.V." olarak anılacağı belirtilmiştir. Bu

nedenle Birleşme Sözleşmesi hükümleri aktarılırken "DutchCo" ifadesi yerine STELLANTIS ifadesi kullanılmıştır.

- (14) FCA ve PSA tarafından, bildirim konusu işlem ile ilgili rekabet hukuku izinlerinin alınması için Türkiye'den başka yirmi ülkeye başvuru yapıldığı ve bunların on beşinde rekabet hukuku izinlerinin alındığı belirtilmiştir. İşleme izin veren ülkeler arasında; Amerika Birleşik Devletleri, Arnavutluk, Brezilya, Çin, Fas, Güney Afrika, Güney Kore, Hindistan, İsrail, İsviçre, İsviçre, Makedonya, Meksika, Sırbistan, Rusya, Tunus yer almaktadır. Gelen ek bilgilerde göre Avrupa Komisyonu (Komisyon) da 21.12.2020 tarihinde taraflarca sunulan taahhütleri kabul ederek planlanan birleşmeyi söz konusu taahhütler kapsamında koşullu şekilde onayladığını basın açıklaması yoluyla duyurmuştur¹. Şili ve Ukrayna rekabet otoritelerden alınacak iznin ise Aralık 2020'nin bitiminden önce alınmasının beklendiği belirtilmiştir.

- (15) Planlanan işlemin özellikle:

- Gelişmiş güvenlik/sürücüsüz sürüş, emisyonları azaltmak için elektrifikasyon, bağlantı ve kalite iyileştirmesi de dahil olmak üzere Ar-Ge'nin artırılmasına olanak tanıyacağı ve bunun sonucunda daha iyi fonksiyonlu/kaliteli ürünlerin daha düşük fiyatlarla sunulmasını sağlayacağı,
- Tarafların Avrupa'daki akü merkezlerini geliştirme girişimlerini hızlandırmasını sağlayacakları STELLANTIS'in sürekli gelişen elektrikli sektörüne hızla yanıt vermesini sağlayacağı,
- Anlamlı müşteri farklılaştırması yaratmayan parçalar için platformlar ve modeller kapsamında parçalara yönelik yatırımları optimize edeceği,
- Güvenlik, çevreye uyum, kalite ve daha fazla sürdürülebilirliğe ilişkin endüstrinin uzun vadeli vizyonu üzerinde çalışmak için en iyi yeteneklerini bir araya getirerek, bu teknolojileri geliştirmek için "Mükemmellik Merkezi (*Centre of Excellence*)" mühendisliğini teşvik edeceği

ifade edilmiştir.

- (16) Planlanan işlemin Türkiye ekonomisine sağlayacağı faydalara ilişkin olarak ise, farklı markaların ayrı ayrı yönetilmesi politikalarına devam edilmesinin istendiği belirtilmekle birlikte, işlem her ne kadar global seviyede gerçekleşiyor olsa da FCA'nın Koç Grubu'yla olan mevcut ortaklığı aracılığıyla Türkiye'de üretim yapabilme imkânı oluşturarak PSA markalarının bir takım modellerinin de Türkiye'de üretilmesinin gündeme gelebileceği ifade edilmiştir.

G.2. Taraflar

G.2.1. Fiat Chrysler Automobiles N.V. (FCA)

- (17) FCA dünya genelinde araç, parça ve üretim sistemleri tasarımı, mühendisliği, üretimi, dağıtımını ve satışı yapan küresel bir otomotiv grubudur. Teşebbüsün hâlihazırda küresel çaptaki faaliyet alanlarının listesine aşağıda yer verilmektedir:
- Abarth, Alfa Romeo, Chrysler, Dodge, Fiat, Fiat Professional, Jeep, Lancia, Ram, SRT ve Maserati marka araçların tasarım, mühendislik, üretim, dağıtım ve satışı,
 - "Mopar" markası altında yedek parça ve aksesuarlarının satışı,

¹ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2506, (Erişim Tarihi: 27.12.2020).

- “Maserati” markası altında lüks otomobil tasarım, mühendislik, üretim, dağıtım ve satışı,
 - Perakende ve bayi finansmanı, finansal kiralama ve kiralama hizmetleri,
 - Teksid S.p.A. (TEKSİD)² aracılığıyla otomotiv döküm parçaları üretimi,
 - Plastic Components and Modules Automotive S.p.A. (PCMA)³ aracılığıyla plastik parça ve modüller üretimi,
 - Comau S.p.A. (COMAU)⁴ aracılığıyla otomotiv üretim sistemleri üretimi.
- (18) Bildirim formu ve eklerinde sunulan bilgi ve belgelere göre, FCA hâlihazırda İtalyan asıllı Giovanni Agnelli'nin (d.1921-ö.2003) alt soyuna ait olan Giovanni Agnelli B.V. (GABV) tarafından nihai ve dolaylı olarak kontrol edilmektedir. GABV, hâlihazırda FCA hisselerinin (.....)'si ve oy haklarının (.....)'sına sahip olan EXOR N.V.'yi (EXOR) (.....) hisse oranı ile tek başına kontrol etmektedir. (.....)
- (19) EXOR, reasürans, otomobil, spor ve küresel yatırım ürünleri gibi alanlarda faaliyet gösteren bir yatırım şirkettir. Teşebbüs, Türkiye'de Ferrari marka otomobillerin satışı, reasürans gibi faaliyetleri ve Türkiye'deki iştirakleri aracılığıyla 2018 yılında toplamda yaklaşık (.....) Türk Lirası ciro elde etmiştir. EXOR iştiraklerinden CNH Industrial (CNH), Türk Traktör ve Ziraat Makineleri A.Ş.'de (TÜRK TRAKTÖR) Koç Grubu ile ortak kontrole; Iveco Otomotiv Ticaret A.Ş. (IVECO OTOMOTİV) ve IVECO'da ise tam kontrole sahiptir. İlave olarak teşebbüs, FCA'dan aldığı güç aktarım mekanizmalarını Türkiye'de KARSAN'a minibüslerinde kullanılmak üzere tedarik etmektedir.
- (20) FCA, Türkiye'de ağırlıklı olarak binek otomobiller ve hafif ticari araçların üretim ve satışı alanlarında faaliyet göstermektedir. Teşebbüsün Türkiye'de kurulu sekiz ayrı iştiraki bulunmaktadır:
- (i) Tofaş-Türk Otomobil A.Ş. (TOFAŞ): Koç Grubu – FCA ortak girişimi olan TOFAŞ esas olarak, binek ve hafif ticari otomobiller üretmekte ve söz konusu ürünlerin ithalatını yapmaktadır. TOFAŞ, FCA'dan “Mopar” markası altında yapılan yedek parça alımlarını kendi üretiminde veya satış sonrası servis hizmetlerinde kullanmaktadır.
 - (ii) Chrysler Jeep Ticaret A.Ş. (CHRYSLER): Tasfiye halindedir.
 - (iii) Comau Robot ve Sistemleri A.Ş. (CRS): Tasfiye halindeki şirketin Türkiye'de hâlihazırda bir faaliyeti bulunmamaktadır. CRS, 2018 yılında Türkiye cirosunun büyük kısmını, OYAK-Renault'un bir gövde montaj projesi kapsamında elde etmiştir
 - (iv) FER MAS Oto Ticaret A.Ş.: Ferrari ve Maserati markalı araçların distribütörü olarak faaliyet göstermektedir.

² Bildirim formunda sunulan bilgilere göre TEKSİD'in alüminyum ve demir döküm faaliyetleri olmak üzere iki ana kolu bulunmaktadır. (.....)

³ Bildirim formunda sunulan bilgilere göre PCMA; binek otomobiller, hafif ticari araçlar ve orta ve ağır ticari araçlar için aracın iç kısmında kullanılan plastik ürünleri (araç ön paneli, merkez konsolları, iç ve dış plastik aksam ve parçaları), aracın dış kısmında kullanılan plastik ürünleri (ön ve arka tamponları), yakıt sistemleri (yakıt depoları ve boruları), pedal, el freni ile birlikte tavan ve fren hortumları üretmekte ve satmaktadır.

⁴ COMAU'nun faaliyetleri, geleneksel ve elektrikli araçlar için bağlama, montaj ve mekanik işleme çözümleri, robotlaştırılmış üretim sistemleri, endüstriyel robotik cihazları (işbirlikçi ve giyilebilir robotik cihazları da dâhil olmak üzere) ve otonom lojistik faaliyetini içermektedir. (.....)

- (v) Koç Fiat Kredi Tüketici Finansmanı A.Ş. (KFK): KFK, FCA ve Iveco markalı araçlar için perakende seviyesinde finansman sağlamaktadır. Koç Fiat Kredi ayrıca seçilmiş bayilerine işletme sermayesi sağlamaktadır.
- (vi) Otoyol Sanayi A.Ş.: Tasfiye halindedir.
- (vii) Plastiform Plastik Sanayi ve Ticaret A.Ş.: Araç ön panelleri, doldurma boruları (filer pipes) iç ve dış plastik aksesuar ve parçaları üretimi yapmaktadır.
- (viii) Sistemi Comandi Meccanici Otomotiv Sanayi ve Ticaret A.Ş.: Pedal ve el freni manivela kolları üretmektedir. Teşebbüs ayrıca Ford Türkiye için pedal kutuları/modülleri satışı yapmaktadır.
- (21) FCA ayrıca, üretimini yapmamakla beraber, KARSAN'a kremayer dişli montaj grubu, yağ depo tankı, viraj demiri montaj grubu, yakıt besleme pompası, motor montaj tertibatı için 2.3 litrelik sağ braket, şanzıman montaj tertibatı için 3.0 litrelik sol braket, T/M'e bağlı motor sallanma tahditleyiciler, marş motoru, debriyaj merkez silindiri, motor soğutma modülü, aks, değişken geometri turbosarj kontrol valf, değişken geometri turbosarj baskı tankı, vites değiştirme tertibatı, şanzıman kontrol ünitesi ve yedek parçalar gibi ürünlerin satışını gerçekleştirmektedir.

G.2.2. Peugeot S.A. (PSA)

- (22) Fransa'da kurulu halka açık bir şirket olan PSA esas olarak, Peugeot, Citroen, Opel, Vauxhall ve DS markalı otomobiller ve hafif ticari araçların tasarımcısı, üreticisi ve satıcısı olan bir teşebbüstür. Teşebbüs, ilave olarak araç finansmanı, çok markalı yedek parça sağlayıcılığı, "Free2Move" markası altında çevrimiçi araç paylaşımı hizmetleri gibi yan hizmetler de sunmaktadır.⁵ PSA'nın mevcut hissedarlık yapısına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir.

Tablo-1: PSA'nın Hissedarlık Yapısı

Hissedar	Hisse Oranı (%)	Oy Hakkı Yüzdesi (%)
FFP ve Etablissements Peugeot Freres	12,23	19,50
Dongfeng Motor International Co. Limited (Hong-Kong)	12,23	19,50
BPIfrance	12,23	9,75
Diğer gerçek kişi hissedarlar	6,71	6,07
Çalışanlar	1,92	2,56
Diğer Fransız kurumsal hissedarlar	7,93	6,33
Diğer Fransız olmayan kurumsal hissedarlar	45,51	36,30
Hazine hisseleri	1,25	-
Kaynak: Bildirim Formu.		

- (23) PSA'nın Türkiye'de herhangi bir araç üretim faaliyeti bulunmamakla birlikte Türkiye'de kurulu altı iştiraki bulunmaktadır⁶:
- (i) Groupe PSA Otomotiv Pazarlama A.Ş. (PSA TÜRKİYE): Teşebbüs, Peugeot, DS ve Citroen markalı araçların ve bu araçların orijinal yedek parçalarının

⁵ Teşebbüs, ilave olarak Faurecia isimli iştiraki vasıtasıyla iç sistem, otomobil koltukları ve emisyon kontrol teknolojileri üretimi de yapmaktadır. (.....)

⁶ Faurecia'nın iştirakleri sayılmamıştır. Faurecia'nın da Türkiye'de üç adet iştiraki bulunmaktadır: (i) Faurecia Polifleks Otomotiv Sanayi ve Ticaret A.Ş., (ii) SAS Oto Sistem Teknik Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti., (iii) Teknik Malzeme Ticaret ve Sanayi A.Ş.

Türkiye'deki tek ithalatçısıdır. PSA TÜRKİYE, bu araçların pazarlanması, dağıtımı ve satış sonrası hizmetlerinden, yetkili bayileri ve servisleri aracılığıyla sorumludur.

- (ii) Opel Türkiye Otomotiv Ltd. Şti (OPEL TÜRKİYE): Teşebbüs, Opel marka otomobiller ve bu araçların orijinal yedek parçalarının Türkiye'deki tek ithalatçısıdır. OPEL TÜRKİYE, bu araçların pazarlanması, dağıtımı ve satış sonrası bakımlarından yetkili bayileri ve servisleri aracılığıyla sorumludur.
- (iii) BPF Pazarlama ve Acentelik Hizmetleri A.Ş. (BPF TÜRKİYE): BPF TÜRKİYE, PSA'nın otomotiv finansman alanında uzman finansal hizmetler şirkettir. PSA, Türkiye'de BPF TÜRKİYE aracılığıyla perakende seviyede otomotiv finansmanı hizmetleri sunmaktadır. Bu kapsamda, BPF TÜRKİYE, Peugeot, Citroen, DS ve Opel markalı otomobillere BPF TÜRKİYE'nin iştiraki olan BPF Pazarlama ile bir işbirliği sözleşmesi yapmış olan TEB Finansman A.Ş. (BNP Paribas — Personal Finance'ın Türkiye iştiraki) aracılığıyla Türkiye'de finansal hizmetler sunmaktadır. Buna ek olarak, BPF TÜRKİYE, AK Sigorta (araç sigortası ürünleri) ve ALD Automotive Türkiye'ye (finansal kiralama ürünleri) iş sağlayıcısı olarak faaliyet göstermekte olup, LeasePlan Türkiye ile de finansal kiralama ürünleri için iş sağlayıcısı olarak işbirliği anlaşmasına başlamak üzeredir.
- (iv) Tekoto Motorlu Taşıtlar Ankara San. ve Tic. A.Ş.: Faaliyeti bulunmamaktadır.
- (v) Tekoto Motorlu Taşıtlar İstanbul San. ve Tic. A.Ş.: Faaliyeti bulunmamaktadır.
- (vi) Tekoto Motorlu Taşıtlar Bursa San. ve Tic. A.Ş.: Faaliyeti bulunmamaktadır.

G.3. Ön İnceleme Raporunda Yer Alan Değerlendirmeler

(24) Ön İnceleme Raporunda özetle;

- o Dosya konusu işlemin 2010/4 sayılı Tebliğ'in 5. maddesi kapsamında bir birleşme olduğu ve anılan Tebliğ'deki ciro eşiklerinin aşılması nedeniyle izne tabi bir işlem olduğu,
- o Dosya kapsamında ilgili ürün pazarlarının, birleşme taraflarının faaliyet alanları ve konuyla ilgili geçmiş tarihli Kurul kararları da göz önünde bulundurularak "binek otomobillerin üretimi ve satışı pazarı", "hafif ticari araçların üretimi ve satışı pazarı", "otomobil parça ve aksesuarlarının üretimi ve satışı pazarı" ve "tüketici finansmanı pazarı"⁷; ilgili coğrafi pazarın ise tarafların faaliyetlerinin tüm Türkiye'de gerçekleştiği göz önüne alınarak "Türkiye" olarak belirlenmesinin uygun olacağı,
- o İşlem sonrasında, binek otomobillerin üretimi ve satışı pazarında, birleşik teşebbüsün pazar paylarının çok yüksek seviyelerde olmadığı, keza FCA ve PSA'nın pazar payının toplamda %(.....) ilâ %(.....) arasında değiştiği ve pazarda çok sayıda önemli rakiplerinin bulunduğu,

⁷ Tarafların faaliyetlerinin örtüştüğü diğer faaliyet alanları kapsamında "montaj sistemleri", "işleme merkezleri ve endüstriyel robotik ve otomasyon ürünleri" gibi ilave pazarlar tanımlanmasının ve "otomobil parça ve aksesuarlarının üretimi ve satışı" pazarının alt pazarlar bazında incelenmesinin mümkün olduğu ve elektrikli araç üretimindeki gelişmeler kapsamında yakın gelecekte elektrikli araçların, içten yanmalı motora sahip araçlarla aynı veya farklı pazarlar içerisinde tanımlanabileceği belirtilmiş olmakla birlikte, işlemin alternatif pazar tanımları çerçevesinde rekabet açısından endişe yaratmaması nedeniyle sözü edilen pazarlara yönelik bir pazar tanımlanması yapılmasına gerek olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

- Benzer şekilde hafif ticari araçların üretimi ve satışı pazarında, işlem sonrasında birleşik teşebbüsün pazar payının yaklaşık %(.....) düzeylerinde gerçekleştiği ve pazarda çok sayıda önemli rakibinin olduğu,
- Sayılan nedenlerle birleşmenin binek ve hafif ticari araçların üretimi ve satışı pazarı bakımından tek taraflı rekabeti kısıtlayıcı etkilere neden olmayacağı,
- Öte yandan, hem FCA hem de FORD markalarının üretim ve/veya dağıtımının ayrı ayrı FCA/Koç Grubu ve FORD/Koç Grubu ortak girişimleri tarafından yapıldığı, haliyle hafif ticari araçların üretimi ve satışı pazarında teşebbüsler arasında işlem nedeniyle rekabet karşıtı koordinasyon risklerinin ayrıca değerlendirilmesinin gerekli olduğu,
- İlgili pazarın koşulları incelendiğinde, hafif ticari araçların üretimi ve satışı pazarının hâlihazırda şeffaf bir pazar olduğu, Koç Grubu'nun hem TOFAŞ hem de FORD OTOSAN'ın ortak kontrolüne sahip olmasının ve yönetiminde yer almasının sözü edilen şeffaflığı daha da artırdığı, ilaveten, Koç Holding Otomotiv Grubu Başkanının her iki grubun da yönetim kurulunda yer aldığı, bu açıdan, somut olay bazında, teşebbüsler arasında bir koordinasyon oluşma ihtimaline ilişkin olarak teşebbüslerce koordinasyon koşullarına uyulup uyulmadığının yeterli düzeyde izlenebileceği,
- Caydırıcı mekanizmalara ilişkin olarak Kılavuz'da yer verilen, "*Misilleme, ortak girişimlerin veya diğer işbirliği yapılanmalarının iptal edilmesi ya da ortak kontrol edilen şirketlerdeki payların satılması dâhil pek çok şekilde gerçekleştirilir*" açıklamasının işlem özelinde koordinasyon risklerinin değerlendirilmesinde önemli olduğu, pazardaki bahse konu üçlü ilişki ve bağımlılığın, koordinasyondan sapılması halinde taraflarca bir yaptırım mekanizması olarak kullanılabilmesi,
- İşlem özelinde değerlendirildiğinde, hâlihazırda Koç Grubu'nun her iki teşebbüs ile ilgili pazarda kurulu ortak girişimlerinin bulunuyor olmasının işlem neticesinde oluşacak yeni yapıda koordinasyon riskini artırabileceği, zira işlem öncesinde FORD'un ortaklığının bulunduğu teşebbüslerin markalarının pazardaki payı yaklaşık %(.....) iken, bu oranın işlem sonrasında %(.....) seviyelerine yükseldiği, DUTCHCO ve FORD dışındaki diğer teşebbüslerin pazar payları göz önüne alındığında, teşebbüsler arasındaki rekabeti kısıtlayıcı bir koordinasyona dâhil olmayan diğer tarafların, koordinasyondan elde edilmesi muhtemel olan kazanımları tehlikeye sokabilmelerinin olası olmadığı,
- Taraflarca sunulan bilgiler çerçevesinde, hafif ticari araçların üretimi ve satışı pazarının son üç yılda önemli bir gerileme yaşandığı, öyle ki ODD verilerine göre 2017 yılından 2019 yılına pazarın yaklaşık üçte iki oranında küçüldüğü,
- Ayrıca hafif ticari araçlara ilişkin ilgili pazarda yoğunlaşma oranlarının düşük olmadığı, zira işlem sonrasında pazardaki CR-4 ve HHI endeksindeki değişimin Kılavuz'da belirtilen rekabetçi kaygılar için belirlenen sınırdan yüksek olduğu, bu nedenle, pazarın yapısının koordinasyon doğurucu etkiye elverişli olmadığına dair yapılan açıklamaların kabul edilemeyeceği,
- Dosya kapsamında tanımlanan otomobil parça ve aksesuarlarının üretimi ve satışı ile tüketici finansman pazarında ise pazarın özellikleri ve işleyişi, tarafların faaliyetleri ve pazardaki payları dikkate alınarak birleşmenin sözü edilen pazarlarda rekabetçi bir endişeye neden olmayacağı

değerlendirmelerine yer verilmiştir.

G.4. İlgili Pazar

G.4.1. Sektöre İlişkin Bilgiler

G.4.1.1. Ürünlere İlişkin Bilgiler

- (25) Otomotiv pazarı, üreticilerin veya distribütörlerin araçları bayilerine dağıtması ve bayilerin de nihai tüketiciye satışı şeklinde iki basamaklı bir yapıdan oluşmaktadır. Üreticiler veya distribütörler filolara satış gibi durumlar haricinde genelde nihai tüketiciye doğrudan satış yapmazlar. Sahip olduğu özellikler bakımından otomobil pazarı, birden fazla oyuncunun yer aldığı, farklılaşmış ürünlerin satıldığı ve bu ürünler arası eksik ikamenin (*imperfect substitution*) olduğu bir pazar olarak kabul edilmektedir. Üreticiler her model için farklı donanımların yer aldığı çok sayıda farklı araç üretmekte ve birbirlerinden kalite, konfor, donanım, bayi ve servis ağı vb. alanlarda oldukça farklılaşmaktadır. Benzer şekilde tüketici tercihleri de aynı kriterlere göre oldukça değişkenlik göstermektedir.
- (26) Otomotiv pazarı en genel anlamda binek araçlar, hafif ticari araçlar, ağır ticari araçlar vb. gibi kategorilere ayrılmaktadır. Komisyon'un yakın tarihli *Peugeot/Opel*⁸ kararında her ne kadar ilgili pazar tanımı yapılmamış olsa da, işlemin etkilerinin binek araçlar (*passangers cars*) ve hafif ticari araçlar (*Light Commercial Vehicles-LCVs*) bakımından ayrı ayrı incelendiği görülmektedir. Bu kapsamda, binek araçların (i) küçük araçlar (*mini cars*), (ii) ufak araçlar (*small cars*), (iii) orta büyüklükteki araçlar (*medium cars*), (iv) geniş araçlar (*large cars*), (v) üst sınıf araçlar (*executive cars*), (vi) lüks araçlar (*luxury cars*), (vii) spor araçlar (*sport cars*), (viii) SUV araçlar (*sport utility vehicles*) ve (ix) çok amaçlı araçlar (*multipurpose vehicles*) olarak alt segmentlere ayrılabilir ancak bu segmentler arasındaki sınırların hem kullanım amacı hem de fiyatlar bakımından çok net olmadığı belirtilmiştir. SUV araçlar ile ilgili aracın büyüklüğüne göre alt segment ayrımına gidilebileceği; ancak bu ayrımların da çok kesin olmadığı belirtilmiştir. Ticari araçlar bakımından ise (i) hafif ticari araçlar, (ii) orta ticari araçlar ve (iii) ağır ticari araçlar olarak bir ayırım yapıldığı görülmektedir. Bu kapsamda Komisyon, 6 tondan daha hafif olan araçları hafif ticari araç olarak kabul etmiş olup, burada da 0-3.5 ton ile 3.5-6 ton olarak iki alt kırılıma gidilmesinin mümkün olduğunu, ancak kesin bir sonuca varılamadığını belirtmiştir. Pick-up araçlara ilişkin olarak ise Komisyon yaptığı değerlendirmede, söz konusu araçların hafif ticari araç kapsamında olduğunu belirtmiştir. Bu kapsamda, yalnızca binek ve hafif ticari araçlar bakımından değerlendirmelere yer verilecektir⁹.
- (27) Binek araçlar kişisel kullanıma yönelik araçlardır. Türkiye'de ODD tarafından otomotiv sektörüne ilişkin birtakım veriler paylaşılmaktadır. ODD tarafından uzun yıllardır paylaşılan ve sektörde yerleşmiş ve kabul gören segmentasyon, binek araçların büyüklüğüne dayanmaktadır. ODD tarafından binek otomobillerin kendi içerisinde A, B, C, D, E, F ve G olmak üzere yedi alt segmente ayrıldığı görülmektedir. Aşağıda segmentlere ilişkin açıklamalara yer verilmiştir.
- (28) A segment; en küçük şehir otomobilleri olarak bilinen ve yakıt tüketimi ekonomik olan araçlardır. A segment araçlar boyut bakımından genelde 3.70 metreden kısa araçları kapsamaktadır. B segment; A segmentinden daha büyük olan ancak hala küçük

⁸ Komisyon'un M.8449 sayılı 5 Temmuz 2017 tarihli Peugeot/Opel kararı.

⁹ Tarafların faaliyetlerinin örtüştüğü diğer faaliyet alanları olan "montaj sistemleri", "işleme merkezleri ve endüstriyel robotik ve otomasyon ürünleri" ve "otomobil parça ve aksesuarlarının üretimi ve satışı" alanlarında, işlemin alternatif pazar tanımları çerçevesinde rekabet açısından endişe yaratmaması nedeniyle sözü edilen pazarlara yönelik bir pazar tanımlanması yapılmasına gerek olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu kapsamda, söz konusu örtüşen faaliyetlere ilişkin ilave bir değerlendirme yapılmamıştır.

otomobil sınıfında yer alan araçlardır. B segment araçların boyutları 3.70 ila 4 metre arasında değişmektedir. C segment; alt orta sınıf olan B segmentinden daha büyük ve konforlu araçlardır. C segment araçların boyları 4.10 ila 4.60 metre arasında değişmektedir. C segment araçlar “aile aracı” veya “orta sınıf araç” olarak da bilinmektedir. D, E, F ve G segmentteki araçlar lüks otomobil sınıflarıdır. D segmentinin boyutları 4.60 ila 4.90 metre arasında olan daha geniş araçlardır. Büyük aile otomobili olarak bilinen üst orta sınıf modellerdir. E segment otomobiller motor hacimleri yüksek, boyutları 5 metreden büyük araçları kapsamaktadır. F segment araçlar yüksek donanım özelliklerine, geniş iç hacme, yüksek seviye işçilik ve malzeme kalitesine olduğu kadar yüksek satış fiyatlarına da sahip lüks otomobillerdir. G segment araçlar genelde spor araçları içermektedir. Bu segment raporda taraflarca sunulan IHS verilerindeki adlandırılmasıyla S segment olarak adlandırılacaktır. J segment araçlar ise son yıllarda oldukça yaygınlaşan ve genelde SUV (*Sport Utility Vehicle*) adıyla anılan araçlardır. Bu segmentteki araçlar spor bir otomobilin vaadettiği özellikleri barındırmasının yanı sıra arazi otomobillerinin sahip olduğu gücü de barındırmaktadır. Kendi içerisinde küçük-orta-büyük gibi alt sınıflara da ayrılabilir. J segmentiyle benzerlik gösteren ve çok amaçlı araçlar (*Multi Purpose Vehicle-MPV*) olarak adlandırılan araçlar ise M segment olarak sınıflandırılabilir ve değişik koşul ve durumlara uygun, ihtiyaçlara cevap veren, iç kabinde daha geniş bir hacim ve yüksek bagaj hacmi sunan araçları içermektedir. Türkiye’de MPV segmentinde bulunan araçların satışı çok kısıtlı olmasından dolayı bu segmentin binek araç satışları içerisindeki payı oldukça düşüktür. Bu segmente yine Türkiye’de kısıtlı düzeyde satışın yapıldığı otomobilden türetilmiş van (*Car Derived Van-CDV*) kategorisinin de dahil edilmesi mümkündür.

- (29) Yukarıda ayrıntılarına verilen segment ayrımının esasında Komisyonu’nun segmentasyonu ile uyumaktadır. Bununla birlikte, dosya kapsamında taraflar, faaliyetlerinin Türkiye’de 2019 yılında sadece C, D, M ve J segmentinde örtüştüğünü; A, B, E, F ve S segmentlerinde ise örtüşmediğini belirtmişlerdir.
- (30) Dosya kapsamında ele alınacak ikinci pazar hafif ticari araçlar pazarıdır. Hafif ticari araçlar ağırlıklı olarak yük taşıma gücü ve kapasitesine sahip araçlardır ve kişisel kullanıma hitap etmezler. Hafif ticari araçlara ilişkin olarak ODD tarafından pick-up, van, minibüs ve kamyonet gibi alt segmentasyona gidildiği görülmektedir. Bununla birlikte, Komisyon’un *Peugeot/Opel* kararı¹⁰ hafif ticari araçlar bakımından 0-3.5 ton ile 3.5-6 ton olarak iki alt kırılıma gittiği görülmektedir. Aşağıda hafif ticari araçların alt segmentlerine ilişkin bilgilere yer verilmiştir.
- (31) Pick-up araçlar; arkasında kasası bulunan araç modelleridir. Yük ve eşya taşımaya müsait olan bu araçlar, farklı arazi tiplerine yatkın oldukları gibi hızlı ve konforlu olması sebebiyle de tercih edilmektedir. Komisyon tarafından *Peugeot/Opel* kararı kapsamında yapılan incelemelerde pick up araçların da hafif ticari araç kapsamında olduğu tespit edilmiştir. Van araçlar; genellikle küçük işletmeler tarafından gerek yakıt tüketimi gerekse de uygun fiyat seçenekleriyle tercih edilmekte olup, M segmenti araçlarla benzer özellikler göstermektedir. Minibüsler; 3,5 ila 4 metrelik kapalı aracın içine koltuklar yerleştirilerek yolcu taşımacılığında kullanılan hafif ticari araçtır. Sadece altı koltuk ile on dört koltuk sınırı içindeki taşıtları kapsamaktadır. Kamyonetler; izin verilebilen azami yüklü ağırlığı 3.500 kilogramı geçmeyen ve yük taşımak için imal edilmiş motorlu taşıtlardır.

¹⁰ Komisyon’un M.8449 sayılı 5 Temmuz 2017 tarihli Peugeot/Opel kararı.

- (32) Hafif ticari araçlar bakımından bir diğer alt segmentasyon ise yukarıda bahsedilen Komisyon kararında yapılan ayırmada olduğu gibi aracın ağırlığını göz önüne alarak yapılmaktadır. Zira aracın brüt ağırlığı, sektör genelinde kullanılan objektif bir kriter bazında kırılım yapmaya olanak sağlamaktadır. İlaveten Türkiye ve Avrupa Birliği'nde (AB) otomotiv sektörüne ilişkin mevzuat araçları tanımlarken veya sınıflandırırken araçların ağırlığını kullanmaktadır. Ehliyetler de kullanılacak aracın ağırlığına göre sınıflandırılabilir. Bu kapsamda, hafif ticari araçlar bakımından; brüt ağırlığı 3,5 tona kadar olan araçlar ile brüt ağırlığı 3,5 ila 6 ton arasında bulunan araçlar olmak üzere iki alt segment tanımlanabilecektir. Nitekim nihai inceleme bildirimine cevap yazısında da 0-3,5 ton araçların esasında genel hafif ticari araçlar pazarının büyük bir kısmını oluşturduğu belirtilmiştir. 3,5-6 ton araçlara ilişkin alt segmentin daha az markayı içerdiği ve 0-3,5 ton araçların yer aldığı segmentten farklı markaların bu segmentte önemli pazar payına sahip olduğu vurgulanmıştır.

G.4.1.2. Elektrikli ve Hibrit Motorlu Araçlar, Otonom Sürüş ve Bağlanabilirlik

- (33) Taraflarca elektrikle çalışan araçlar, hibrit motorlu araçlar, otonom sürüş ve bağlanabilirlik teknolojilerine yapılacak yatırımların etkisiyle hafif ticari araçlar ve binek araçlar pazarlarının rekabetin dinamik olduğu yıkıcı bir dönemden geçtiği öne sürülmüştür. Taraflarca birleşme sonrasında oluşan yeni yapının elektrikli araçlar bakımından daha etkin olmayı amaçladığı da vurgulanmıştır. FCA, 2020 yılında elektrikli/hibrit motorlu ilk modellerini piyasaya süreceğini ve bu tipte araçları Türkiye'ye henüz satmadığını bildirmiş; PSA ise şu anda bu tür araçlarla ilgili olarak çok sınırlı faaliyete sahip olduğunu ve bu tipte araçları Türkiye'ye henüz satmadığını ifade etmiştir.
- (34) Sektöre ilişkin yapılan çalışma ve yayınlanan raporlarda¹¹ da; otomotiv sektöründe üreticiler için Ar-Ge yatırımları açısından iki temel önceliğin (i) hibrit/elektrikli araçlar ve (ii) bağlanabilirlik ve otonom sürüş olduğu belirtilmiştir. Öncelikle sektörün değişiminde en önemli alan olan elektrikli araçlara ilişkin bilgi verilmesinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir. Tüm dünyada tüketicilerin giderek çevre dostu ve aynı zamanda uygun fiyatlı ulaşım talep etmeleri, otomotiv üreticilerini karbondioksiti (CO₂) azaltan teknolojilere ciddi yatırımlar yapmak zorunda bırakmaya başlamıştır. Bu kapsamda elektrikli araçlarla ilgili çalışmalar yoğunluk kazanmıştır.
- (35) Elektrikli araçlar bir veya daha fazla elektrik motoru kullanarak bataryalardan ve diğer enerji depolama cihazlarında depoladığı elektriği kullanarak çalışan araçlardır. Elektrikli araçlar kendi içerisinde Hibrit Elektrikli Araçlar (HEA) ve Bataryalı Elektrikli Araçlar (BEA) olarak ikiye ayrılmaktadır. HEA'lar geleneksel bir içten yanmalı motor sistemini bir elektrikli tahrik sistemi ile birleştirmektedir. Birçok HEA, motoru rölantide kapatarak ve gerektiğinde yeniden başlatarak rölanti emisyonlarını azaltmaktadır. Gücünü yerleşik bir bataryadan alan araçlar ise BEA'lardır.
- (36) Elektrikli araç satışının tüm dünyada bir milyon satış rakamını aşmasıyla 2017 yılı elektrikli araçlar bakımından bir dönüm noktası olmuştur. Deloitte tarafından yapılan çalışmaya göre, elektrikli araçlar BEA'lar tarafından domine edilecek ve 2022 yılında bir BEA'ya sahip olma maliyeti içten yanmalı motorlu muadilleriyle eşit olacaktır. Böylece bu, elektrikli araçların herhangi bir yeni otomobil alıcısı için uygun bir

¹¹ Aşağıda yer verilen çalışmalardan yararlanılmıştır:

[<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/manufacturing/deloitte-uk-battery-electric-vehicles.pdf>; https://automotive-institute.kpmg.de/GAES2019/downloads/GAES2019PressConferenceENG_FINAL.PDF; <https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/how-the-convergence-of-automotive-and-tech-will-create-a-new-ecosystem#>] (Erişim Tarihi: 28.12.2020)

seçenek haline gelmesini sağlayacaktır. Ayrıca Deloitte raporuna göre, yeni giriş yapan oyuncular, mevcut oyuncular için önemli bir tehdit oluşturacaktır. Rapor 2030 yılında elektrikli araç üretim kapasitesi bakımından dünyanın en büyük pazar payının yeni giriş yapanlara (çoğunluğunun Çin merkezli oyuncular olması beklenmektedir) ait olacağı ve onları Volkswagen, Tesla, BYD Auto, Geely ve diğer oyuncuların izleyeceğini tahmin etmektedir.

- (37) Büyük pazarlardaki devlet politikaları ve kanuni düzenlemeler, elektrikli araçların üretiminin artmasını teşvik etmektedir. Gerek tüketicilerin tercihleri gerekse de devlet politikalarının bu alanı şekillenmeye başladığı görülmektedir. Bu kapsamda, yaklaşık 20 şehrin 2030 veya yakın bir tarihte dizel ve benzinli araçları şehir merkezlerinde yasaklamayı planladığının duyurulması dikkat çekicidir. Söz konusu yasakların öncelikle dizel araçları kapsayacağı anlaşılmaktadır. Nitekim Kopenhag şehrinde 2019 yılından itibaren dizel araçlar yasaklanmıştır. Avrupa'da özellikle 2023'te devreye girmesi planlanan Euro7 Emisyon Standardı nedeniyle en çok maliyet artışının dizel araçlarda olması beklenmektedir. Bu durum otomotiv üreticilerini dizel motorlu araç üretimlerini sonlandırmaya itebilecek ve yeni teknoloji yatırımlarına ve yeni modellerin yaratımına zorlayabilecektir. Taraflarca sağlanan Avrupa Ekonomik Alanındaki (AEA) BEA ve HEA satışlarına dair geçtiğimiz iki yıl gerçekleşen ve önümüzdeki seneye ilişkin tahmini bilgilere göre, AEA seviyesinde Volkswagen'in C segmentinde elektrikli araçlar bakımından açık ara liderliğinin bulunduğu görülmektedir. Toyota'nın ise AEA seviyesinde C segmentinde hibrit araçlar bakımından lider konum olduğu görülmektedir. Bu durum, hâlihazırda Türkiye'de C segmentinde önemli pazar payları ve en çok satan modeller listesinde araçları bulunan Volkswagen ve Toyota gibi güçlü rakiplerin elektrikli araçlara geçiş dönüşümünden öncelikli olarak faydalanabileceğine işaret etmektedir.
- (38) Öte yandan Türkiye'de BEA ve HEA'ların kullanımının henüz çok yaygınlaşmadığı söylenebilecektir.¹² Zira HEA'lar pazarın yaklaşık %3,3'ünü, BEA'lar ise %0,1'ini oluşturmaktadır. Buna rağmen HEA ve BEA satışlarında artış yaşandığı da görülmektedir. Nitekim 2020 yılının Ekim ayında 3401 adet HEA, 53 adet BEA satışı gerçekleştirilmiştir. Bir önceki yılın aynı ayına göre HEA'lar bakımından artış %219,6, BEA'lar bakımından ise bu oran %112 olarak gerçekleşmiştir¹³. Elektrikli araçlara ilişkin olarak Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Yatırım Ofisi resmi internet sitesinde yer alan raporda "...Elektrikli araç talebindeki kademeli yükseliş 2023 / 24 yıllarında dönüm noktasına ulaşacak ve akabinde kitlelere nüfuz etmeye başlayacak. Hibrit araçların (özellikle yarı hibrit olanların) bu geçiş döneminde ağırlıklı olarak talep göreceği muhtemeldir. Bununla birlikte, 2025 sonrasında, sadece bataryalı elektrikli araçların, araba paylaşımı ve otonom araç pazarının büyümesi ile emisyon normlarını karşılayan tek seçenek olması beklenmektedir (...) Toyota tarafından domine edilen hibrit pazarına, 48V yarı-hibrit sistemlerine ilgi arttıkça yeni girişler olması yüksek ihtimaldir." ifadelerine yer verilmiştir. Aynı raporda otomotiv üreticilerinin beklenen davranışlarına ilişkin olarak; "... Bu arada, otomotiv şirketleri de bu duruma yeni teknoloji yatırımları ve yeni modellerin tanıtımı ile karşılık vermiştir. Toyota, satışlarının yarısını 2025 yılına kadar elektrikli araçlardan elde etmeyi planladığını duyurmuştur. Volkswagen, 2023 yılına kadar elektrikli araç geliştirmeye yönelik 30

¹² ODD Makroekonomik Değerlendirme Ekim 2020 Raporu, <http://www.odd.org.tr/folders/2837/categorial1/docs/2830/sekt%c3%b6rel%20de%4%9ferlendirme%20ekim%202020.pdf> (Erişim Tarihi: 22.02.2021).

¹³ ODD Makroekonomik Değerlendirme Ekim 2020 Raporu, <http://www.odd.org.tr/folders/2837/categorial1/docs/2830/sekt%c3%b6rel%20de%4%9ferlendirme%20ekim%202020.pdf> (Erişim Tarihi: 22.02.2021).

milyar dolardan fazla para harcayacağını belirtmiştir. Volkswagen ayrıca, 2030 yılına kadar elektrikli araçların küresel filosunun %40'ını oluşturmasını hedeflemekte ve 2023 yılı sonunda üretilen 1 milyon elektrikli araç hedefine ulaşmayı planlamaktadır. Nissan, 2022 yılına kadar sekiz yeni elektrikli araç tanıtmayı planlamaktadır. Ayrıca Daimler, tüm Mercedes-Benz portföyünü elektrikli hale getireceklerini ve müşterilerinin her Mercedes-Benz model serisinde en az bir elektrikli alternatif seçme şansına sahip olacağını duyurmuştur. Benzer şekilde Citroen (PSA markası), 2025 yılına kadar filosundaki her otomobilin ve vanların elektrikli bir versiyonunun olacağını duyurmuştur. Renault, 2022 yılına kadar üretiminin %50'sinin elektrikli ve hibrit araçlardan oluşacağını açıklamıştır. Bu planlara paralel olarak, Türkiye'nin Otomobili Girişim Grubu sadece elektrikli araç üretimi gerçekleştirecektir." açıklamalarına yer verilmiştir.

- (39) Otonom sürüş normalde, bir insanın müdahalesi olmadan hareket eden, kendi kendine giden araçları veya taşıma sistemlerini ifade etmektedir. Otonom sürüş için gelişmiş sensör teknolojisi, akıllı kontrol sistemleri ve akıllı aktüatörler gibi karmaşık teknolojiler gerekmektedir. Taraflarca Boston Consulting Group'un çalışmasına göre, 2030 yılına kadar otonom sürüşün global olarak yeni ticari araçların %10'una nüfuz etmesi, otonom sürüşün özellikle şehirlerarası teslimat, uzun mesafeli ulaşım ve kapalı alanlar (örn. limanlar) ile ilgili olmasının beklediği, BMW Group Company ve Daimler AG'nin, otoyollarda otonom sürüş için gelişmiş destekli sürüş teknolojileri ve otomatik park yetileri geliştirmek için işbirliği yaptıkları belirtilmiştir. Otomotiv üreticilerinin yanı sıra Apple Inc., Robert Bosch GmbH, Cisco Systems ve Microsoft Corporation gibi teknoloji alanındaki büyük şirketlerin de bağlantılı araçlar ve otonom sürüş teknolojisinin geliştirilmesinde çalışmaları bulunmaktadır.
- (40) Bağlanabilirlik (*connectivity*) teknolojisi, aracın sim kart aracılığıyla internete bağlanmasına ve bu sayede araç sahibi ile sürekli iletişim içinde olmasına imkân veren bir teknolojidir. Bu sayede aracın nerede olduğunun veya herhangi bir kazaya uğrayıp uğramadığının takibi mümkün olmaktadır. Buna ek olarak, *connectivity* teknolojisi sayesinde, araca binmeden önce, örneğin navigasyon bilgilerinin önceden gönderilerek aracın yolculuğa hazır hale getirilmesi ya da çalınması halinde fonksiyonlarının kapatılabilmesi sağlanabilmektedir. Bu programların sürücüyü yardımcı olduğuna ve dolayısıyla araba kazalarını ve trafik sıkışıklığını önlemeye ve ayrıca karayolu taşımacılığına bağlı karbondioksit emisyonlarını azaltmaya yardımcı olacağına inanılmaktadır¹⁴. Taraflarca bağlanabilirlik teknolojisine sahip araç satışlarının da artmaya devam ettiği, bağlantının (ve özellikle 3G'den 4G'ye, ve yakında 5G'ye geçişin) piller, yakıt pompaları ve marş motoru gibi bileşenlerin kontrollerini ve daha geniş anlamda, sadece arızaları teşhis etmeyi değil, aynı zamanda koruyucu bakımları (prognostik) yapmayı mümkün kılan sensörlerin geliştirilmesini sağladığı, BMW ve Toyota'nın, 2025 yılına kadar otonom sürüş ve elektrikli mobilite alanlarında en inovatif oyuncular olmasının, Honda, Ford ve Tesla'nın onları takip etmesinin beklediği ifade edilmiştir. Tarafların bu alanlarda Türkiye'de henüz faaliyeti olmadığı belirtilmiştir.

¹⁴ Otonom sürüş ve bağlanabilirlik bölümlerinin hazırlanmasında yararlanılan kaynaklar (Erişim Tarihi: 22.02.2021):

<https://www.truecar.com/blog/5-levels-autonomous-vehicles/>

<https://www.bcg.com/publications/2019/future-commercial-vehicles>

<https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/how-the-convergence-of-automotive-and-tech-will-create-a-new-ecosystem#>

<https://internetofbusiness.com/autonomous-vehicles-and-the-connectivity-challenge/>

<https://www.statista.com/statistics/256148/worldwide-familiarity-with-connected-car-services/>

- (41) Taraflarca 2030 yılında hafif ticari araçların %28'inin elektrikli araç olmasının beklendiği ve elektrikle çalışan araçların, otonom sürüş ve bağlanabilirliğin etkisiyle hafif ticari araçlar ve binek araçlar pazarında rekabetin dinamik olduğu yıkıcı bir dönemden geçtiği öne sürüldüğünden, söz konusu dönüşümlerin Türkiye'deki zamanlamasına ve pazara olası etkilerine ilişkin rakiplere görüş sorulmuştur. FORD tarafından Türkiye'de elektrikli araçların AB ülkeleriyle benzer yayılımını destekleyecek alt yapı yatırımlarının, bu geçişin hızını belirleyecek temel etken olacağını düşünüldüğü; şarj ihtiyacı olmayan hibrit araçlara adaptasyonun daha hızlı gerçekleşeceğinin öngörüldüğü belirtilmektedir. KPMG'nin, Türkiye Otomotiv Yöneticileri Araştırması'nda sektör yöneticilerinin, bugün müşterilerin satın alma kriterlerinde 5. sırada yer alan sürücüsüz araçlar/aktif sürücü desteği sistemlerinin, 2030 yılında %92 oranıyla ilk sırada bulunacağını öngördüğü belirtilmektedir. Bununla birlikte otonom sürüş ve bağlanabilirlik konularında, Türkiye'de yasal düzenlemelerin ve teknik altyapının hazır olmaması nedeniyle bunların kısa ve orta vadede rekabeti etkileyecek önemli bir unsur olarak görülmeyeceği değerlendirilmektedir. 2030 yılı itibarıyla hafif ticari araçlarda elektrikli araçların (hibrid dahil) pazar payının ancak vergi ve teşvik sistemleri aracılığıyla desteklenmesi koşuluyla %30'a ulaşabileceğinin öngörüldüğü ifade edilmektedir. SKODA distribütörü YÜCE AUTO tarafından Türkiye'de de elektrikli araç şarj istasyonlarının sayısının gün geçtikçe arttığı, fakat bu artışın vergi sistemleri CO2 (karbondioksit) salınımına dayalı olan ülkelere göre geride kaldığı, Türkiye'de de elektrikli araç alt yapısı geliştikçe ve şarj istasyonu sayısı arttıkça tüketicilerde elektrikli araç kullanma taleplerinde artış olacağını öngörüldüğü, ancak bu geçişin öncelikle hibrit araçların ve *plug-in* hibrit (fişli hibrit) araçların yaygınlaşmasıyla olacağını düşünüldüğü, 2030 yılında hafif ticari elektrikli/hibrit araç oranının %30 olmasının, bu oranın daha çok hibrit araçlardan oluşması kaydıyla ulaşılabilir bir oran olarak değerlendirildiği belirtilmiştir. Mevcut koşullarda ekonomik olmayan otonom sürüş ve bağlanabilirlik donanımlarının, daha çok üst segment araçların belirli modellerinde yer bulabildiği de ifade edilmiştir. NISSAN tarafından sektörün genel yönelimi nedeniyle tüm markaların belirli yatırımları yapmalarının beklendiği, dolayısıyla sektördeki rekabetçi yapının buna paralel olarak devam edeceğinin öngörüldüğü, araçların teknik yapısındaki gelişimlerin maliyet iyileştirmesine de katkı sağlayacağını düşünüldüğü belirtilmiştir. Avrupa'da özellikle 2023'te devreye girmesi planlanan Euro7 Emisyon Standardı nedeniyle en çok maliyet artışının dizel araçlarda olmasının beklendiği, bu nedenle, satışların önemli kısmının dizel olduğu hafif ticari araçların özellikle elektrikli/hibrit motorlara yönelebileceğinin öngörüldüğü belirtilmiştir. YÜCE AUTO tarafından her yeni teknolojinin bir geliştirme maliyeti bulunduğu, dolayısıyla ilk ortaya çıktığında satın alma maliyeti yüksek bir seviyede tüketiciler ile buluştuğu, bu çerçevede, Türkiye otomotiv pazarındaki bağlanabilirlik ve otonom sürüş altyapısı ile sunulacak araçların ilk etapta lüks segment araçlarda olacağı, tüketici tercihlerinin öncelikle temel ihtiyaçlara yönelik şekillenmekte olduğu teknolojik yeteneklere yönelik tüketici eğiliminin daha sonra gelmesinin beklendiği belirtilmiştir. YÜCE AUTO tarafından elektrikli otomobillere ilişkin olarak şarj alanları konusunda gelişimin devam ettiği, bu konudaki yatırımların özellikle tüketicilerin uzun yol seyahatlerinde kısa bir mola vererek yaklaşık 30 dakikada aracını şarj etmesini sağlaması halinde talep potansiyelini yükseltebileceği belirtilmiştir. Mevcut ÖTV sisteminin özellikle binek araçlar arasında elektrikli araçları daha cazip hale getirdiği, elektrikli binek araçlardan alınan en yüksek ÖTV oranının %15 olduğu ve bu oranın muadil maliyete sahip bir içten yanmalı binek araçta %80 seviyesinden başladığı, dolayısıyla mevcut ÖTV oranları ile karşılaştırıldığında elektrikli binek araçların satış hızının artış gösterme şansı bulunduğu belirtilmiştir. Aynı yorumu hafif ticari araçlar için yapmanın mümkün

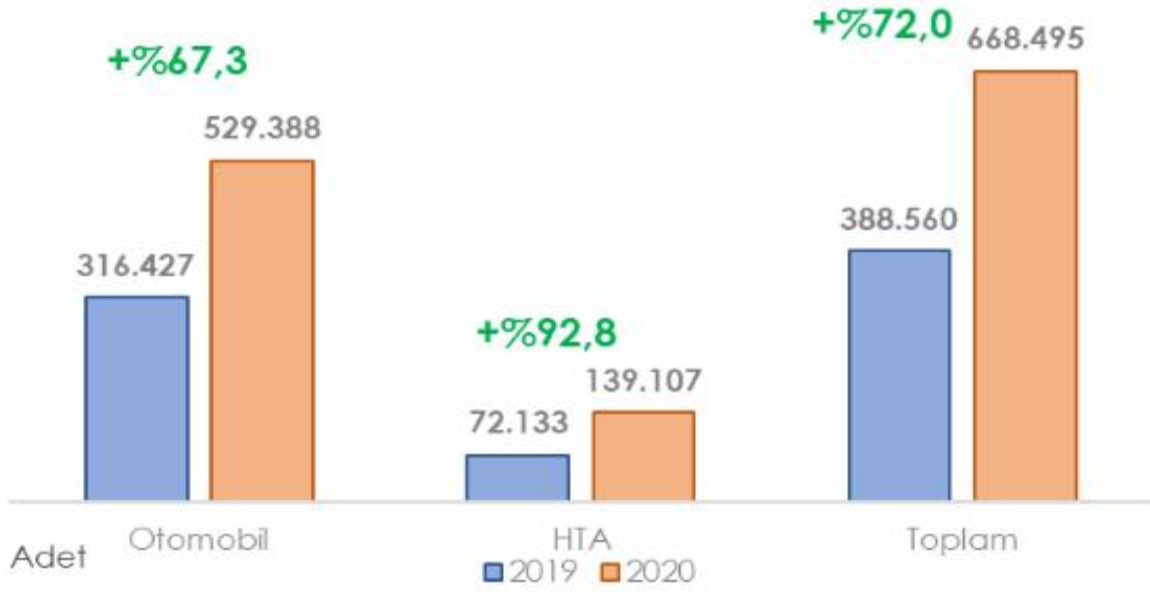
olmadığı, hafif ticari araçlardaki en yüksek ÖTV oranının %15 olduğu, muadil bir elektrikli aracın fiyatının pil ve motor teknolojisinin de etkisiyle dizel motorlu bir araca göre yüksek kalacağı, ayrıca hafif ticari araç müşteri kitlesinin daha mobil ve aynı zamanda uzun mesafe yapmaya ihtiyaç duyan bir profile sahip olduğu, bu nedenle elektrikli araçların menzil limitinin 1.000 km seviyesine çıkmaması durumunda tercihlerinin halen içten yanmalı araçlara yönelik olacağı düşünülüyor belirtilmiştir. TOYOTA tarafından Avrupa pazarı için çeşitli çalışmalarda %30 oranını 2025 veya 2030 yılları için öngörülüyor, ancak ülkemizde hibrit ve elektrikli araçlara olan talebin tamamen vergi politikasına bağlı olarak gelişeceği, tıpkı akaryakıtta dizel yakıtta daha az vergi uygulanması nedeniyle yeni satılan araç pazarı içinde dizel araçların payının artması gibi elektrikli ve hibrit araçlara ciddi bir vergi avantajı sağlandığında bu araçlara olan talebin artabileceği belirtilmiştir. Ancak sık değişen vergi oranları nedeniyle bu konuda uzun vadeli bir tahmin yapmanın imkansız olduğu vurgulanmıştır. Mevcut durumda %100 elektrikli binek otomobillerde motor gücüne bağlı olarak %3, %7 ve %15 oranında ÖTV uygulanmasına rağmen, %100 elektrikli hafif ticari araçlarda bu oranların %10, %52 ve %75 olduğu; buna karşılık konvansiyonel motorlu hafif ticari araçlarda ÖTV oranının %15 olduğu, bu şartlar altında binek otomobilde sağlanan kısıtlı vergi indirimi dışında bir gelişme olmazsa, hafif ticari araçlarda elektrikli ve hibrit araç satış oranının %1'den daha fazla olmayacağını öngörüldüğü belirtilmiştir.

- (42) Yukarıda sunulan rakiplerce iletilen görüşlerden, Türkiye'de mevcut ÖTV sisteminin binek araçlar bakımından elektrikli otomobilleri daha cazip hale getirdiği, ancak aynı durumun hafif ticari araçlar bakımından söz konusu olmadığı anlaşılmaktadır. Türkiye'de hibrit araçlar bakımından öncü faaliyetleri olan TOYOTA tarafından da mevcut düzenlemelerle hafif ticari araçlarda elektrikli ve hibrit araç satış oranının çok düşük seviyelerde kalacağını öngörüldüğü anlaşılmaktadır. Dönüşümün hızının şarj alanları konusunda gelişmelere ve vergi politikalarındaki değişimlere bağlı olarak ortaya çıkacağı görülmektedir. Bağlanabilirlik ve otonom sürüş altyapısına ilişkin dönüşümlerin ise lüks segment araçlar haricinde kısa vadede rekabet üzerindeki etkilerinin sınırlı olacağı anlaşılmaktadır.

G.4.1.3. Talepteki Değişimlerin Seyri ve Vergi Düzenlemeleri

- (43) ODD'nin internet sitesinde 02.12.2020'de yayınlanan Basın Bülteni'nden elde edilen bilgilere göre, 2020 yılı Ocak-Kasım döneminde otomobil ve hafif ticari araç pazarı bir önceki yılın aynı dönemine göre %72 oranında artmış ve 668.495 adet satış gerçekleşmiştir. Aşağıdaki grafikten de görülebileceği üzere, binek araç satışları, 2020 yılının on bir aylık döneminde geçen yıla göre %67,3 oranında artarak 529.388 adet olurken, hafif ticari araç satışları ise %92,8 artarak 139.107 adede ulaşmıştır.

Grafik-1: 2020 yılı Ocak-Kasım Dönemi Otomobil ve Hafif Ticari Pazar Gelişimi



Kaynak: 02.12.2020 Tarihli ODD Basın Bülteni.

- (44) Binek araç pazarına segment kırılımı ile bakıldığında, pazarın %87,5'ini vergi oranları düşük olan A, B ve C segmentlerindeki araçların oluşturduğu, C segmenti otomobillerin 333.551 adet satışıyla %63 paya, B segmenti otomobillerin 126.951 adetle %24 paya sahip olduğu görülmektedir.
- (45) Binek araçlar gövde tiplerine göre değerlendirildiğinde ise, 233.470 adet satış ve %44,1 pay ile sedanın birinci; SUV'un 156.269 adet satış ve %29,5 pay ile ikinci ve *hatchback*'in (HB) 123.384 adet satış ve %23,3 pay ile üçüncü olduğu görülmektedir.
- (46) Son olarak, motor tipine göre binek araç satışları incelendiğinde, benzinli otomobil satışlarının 273.570 adetle %51,7 paya, dizel otomobil satışlarının 214.072 adetle %40,4 paya, oto gazlı otomobil satışlarının 22.344 adetle %4,2 paya sahip olduğu, ek olarak 568 adet elektrikli ve 18.834 adet hibrit otomobil satışı gerçekleştiği görülmektedir.
- (47) Binek otomobil ve hafif ticari araçların satışları sektöre yönelik ÖTV düzenlemeleri ve kredi kampanyalarından da etkilenmektedir. Dosya kapsamında pazar paylarının incelendiği dönemde 01.10.2019 - 26.07.2020 tarihleri arasında kamu bankaları hem hafif ticari araçlar hem de binek otomobillerde yerli üretim modeller için düşük faiz oranları sunmuştur. Ayrıca ÖTV düzenlemeleri de çeşitli tarihlerde değişmiştir. Dosya kapsamında taraflara ve rakiplere 30.08.2020 tarihli ÖTV düzenlemesinin binek otomobil ve hafif ticari araç pazarlarında önümüzdeki dönemdeki olası etkileri sorulmuştur. Bu çerçevede öncelikle aşağıdaki tabloda ilgili düzenlemeye yer verilmektedir.

Tablo-2: 30.08.2020 Tarihli ÖTV Düzenlemesi Öncesi ve Sonrası

ÖTV Değişimi Öncesi		ÖTV Değişimi Sonrası	
	Oran (%)		Oran (%)
Silindir Hacmi < 1600 cm ³		Silindir Hacmi < 1600 cm ³	
ÖTV Matrahı < 70.000 TL	45	ÖTV Matrahı < 85.000 TL	45
70.000 < ÖTV Matrahı < 120.000	50	85.000 < ÖTV Matrahı < 130.000	50
Diğer	60	Diğer	80
1600 cm ³ < Silindir Hacmi < 2000 cm ³		1600 cm ³ < Silindir Hacmi < 2000 cm ³	
ÖTV Matrahı < 85.000 TL	45	ÖTV Matrahı < 85.000 TL	45
85.000 < ÖTV Matrahı < 135.000	50	85.000 < ÖTV Matrahı < 135.000	50
Diğer	60	Diğer	80
ÖTV Matrahı < 170.000	100	ÖTV Matrahı < 170.000	130
Diğerleri	110	Diğerleri	150
2000 cm ³ < Silindir Hacmi		2000 cm ³ < Silindir Hacmi	
ÖTV Matrahı < 170.000	100	ÖTV Matrahı < 170.000	130
Diğer	110	Diğer	150
Diğerleri	160	Diğerleri	220
Kaynak: https://tr.sputniknews.com/ekonomi/202008301042752461-otomobilde-otv-duzenlemesi-ne-anlama-geliyor/ (Erişim Tarihi: 24.12.2020)			

- (48) Yukarıda yer alan tablodan görülebileceği üzere, 30.08.2020 tarihli ÖTV düzenlemesi ile hem matrahta hem de oranlarda değişiklikler yapılmıştır. Motor silindir hacmi 1600 cm³'ü geçmeyen araçlar için önceki düzenlemede matrah alt sınırı 70.000 TL'den 85.000 TL'ye yükseltilmiş, üst sınır da 120.000'den 130.000 TL'ye yükseltilmiştir. Silindir hacmi 1600 cm³'ün üstünde ancak 2000 cm³'ün altında olan araçlarda ise, ÖTV matrahı 135.000 TL'den yüksek olan araçlarda vergi oranları arttırılmıştır. Benzer şekilde silindir hacmi 2000 cm³'ü aşan araçların vergi oranları yükseltilmiştir. Kısaca özetlemek gerekirse ÖTV düzenlemesi sonrasında ödenecek vergiler açısından silindir hacmi 1600 cm³'ün altındaki araçlar için görece avantaj sağlanırken, 1600 cm³'ün üstündeki araçlar bakımından ödenecek ÖTV tutarı artmıştır. ÖTV düzenlemesinin araç satışlarına etkisi hakkında rakip araç distribütörlerinin görüşlerine aşağıda yer verilmiştir.
- (49) BORUSAN tarafından, ÖTV düzenlemesi sonrasında premium segmentte bir daralma yaşanacağı, bu daralma ile birlikte sınırlı bir müşteri kitlesinin bazı hafif ticari modellere (özellikle premium segment dışındaki) yönelebileceği, ÖTV avantajı sebebiyle pick-up vb. hafif ticari araç modellerinin de SUV segmentinden pay alabileceği belirtilmiştir. ÇELİK tarafından, binek araç kullanıcılarının, binek araçlardaki yeni ÖTV düzenlemesi ile beraber %15 ÖTV diliminde bulunan ticari kombi modellerini ve %4 ÖTV diliminde bulunan pick-up modellerini tercih edebileceği, toplam pazardaki hafif ticari araç satışlarının yüzdesinin artmasının öngörüldüğü ifade edilmiştir. FCA ve PSA tarafından ÖTV düzenlemesinin, vergisiz fiyatları 70.000 TL ile 85.000 TL arasında olan binek araçların nihai tüketici fiyatlarında yaklaşık %3-4'lük bir düşüşe sebep olabileceği, düzenlemenin mal taşımak için kullanılan hafif ticari araçlar üzerinde bir etki doğurmayacağı, hafif ticari araçların binek araçlardan farklı tüketici ihtiyaçlarına karşılık verdiği, bu düzenlemenin hafif ticari araçlar pazarı üzerinde olsa bile çok sınırlı bir etkisi olacağı belirtilmiştir.

FORD tarafından, hafif ticari araçların iş ve ticaret gereği yük taşımak amacıyla tasarlandıkları, hafif ticari araçların, binek otomobillere ciddi anlamda alternatif oluşturarak hafif ticari araç pazarında ciddi büyümelere katkı sağlayabilmesi ihtimalinin olmadığı, ayrıca binek otomobil kullanıcılarının, hafif ticari araçları tercih etmesinin önünde ticari araçlara uygulanan hız sınırlamaları, köprü ve otoyol kısıtlamaları ve her yıl TÜV muayenesi şartları gibi engeller bulunduğu ve bu nedenle ilgili ÖTV düzenlemesinin hafif ticari araç pazarı üzerinde bir etkisi olmayacağı ifade edilmiştir. HYUNDAI tarafından, ÖTV düzenlemesi uyarınca, 1.6 litrenin altında motor hacmine sahip ve matrahı 130 bin TL'den yüksek olan binek araçların ÖTV oranlarının %60'tan %80'e çıkarılmış olmasının, bu bareme giren araçların fiyatlarında artışa sebebiyet verdiği, bu kapsamda ÖTV düzenlemesinin, müşterilerin özellikle ÖTV matrahı %45 ve %50 oranında olan binek araçlara olan talebini artırabileceği ifade edilmiştir. Söz konusu artışın, hafif ticari araçları doğrudan etkilemeyeceği ancak binek araç pazarından pay alan CDV (*car derived van* - 4 veya 5 koltuklu binekten devşirme vanlar) sınıfı araçlarda hafif bir talep artışına sebep olabileceği belirtilmiştir. MAİS tarafından mevcut ÖTV düzenlemesi sonucunda %45 ÖTV oranı diliminde yer alan binek araçların sayısının oldukça azaldığı, özellikle donanımlı araçların, yüksek maliyetten dolayı %50 ÖTV diliminde dahi satılmadığı ve %80 ÖTV dilimi içerisinde satışa sunulmak durumunda kaldığı, bu nedenle minivan segmentinde satılan araçların, %15 ÖTV oranı ile ilerleyen dönemlerde daha fazla sayıda satılabileceği ifade edilmiştir. Toyota tarafından, mevcut ÖTV düzenlemesinin, hafif ticari araç pazarına etkisinin çok düşük olacağı, binek ve hafif ticari araçlar arasındaki ikame edilebilirliğin düşük olduğu, müşteri profilinin birbirinden farklı olması da dikkate alındığında, binek araç müşterisinin ancak düşük bir oranının hafif ticari segmentine geçiş yapabileceği ifade edilmiştir. Rakiplerce farklı görüşler sunulmuş olmakla birlikte genel itibarıyla binek araçlara yönelik en son ÖTV düzenlemesinin, sınırlı düzeyde talep kaymalarına neden olabileceği de hafif ticari araçlar pazarı üzerinde önemli bir etki yaratmayacağı; binek araçların kendi içerisinde de %45 ve %50 ÖTV oranına tabi olan binek araçlara olan talebi artırabileceği anlaşılmaktadır.

G.4.2. İlgili Ürün Pazarı

- (50) Otomotiv pazarı gibi çok sayıda farklılaşmış ürünlerin satıldığı pazarlarda pazar tanımı yapmak oldukça güçtür. Bu durumun birçok nedeni bulunmaktadır. Pazardaki ürünlerin bütünüyle homojen olmaması, farklılaşmış ürünler nedeniyle rakip teşebbüslerin ürünleri arasında ikame edilebilirliğin tespitinin güç olması, otomobil üreticilerinin nihai tüketiciye doğrudan satış yapmaması ve bu nedenle üreticilerin fiyat-maliyet marjlarının bilinmemesi gibi sebepler otomotiv pazarında pazar tanımı yapmayı güçleştirmektedir.
- (51) Geçmiş Kurul kararlarına bakıldığında genel olarak otomotiv sektörüne ilişkin kararlarda¹⁵ pazar tanımı yapılırken binek ve hafif ticari araç ayırımına gidildiği görülmektedir. Nitekim ön inceleme raporunda da ilgili ürün pazarlarının “binek otomobillerin üretimi ve satışı pazarı”, “hafif ticari araçların üretimi ve satışı pazarı”, “otomobil parça ve aksesuarlarının üretimi ve satışı pazarı” ve “tüketici finansmanı pazarı” olarak belirlenebileceği belirtilmiştir. Bununla birlikte, nihai inceleme bildiriminde binek otomobillerin üretimi ve satışı pazarı ile hafif ticari araçların üretimi ve satışı pazarlarının alt segmentler bazında incelenebileceği ifade edilmiştir. Bu kapsamda nihai inceleme aşamasında binek araçlar ve hafif ticari araçlar pazarına ilişkin yapılan incelemelere aşağıda yer verilecektir.

¹⁵ Kurulun 04.08.2016 tarihli ve 16-26/445-201 sayılı, 01.06.2017 tarihli ve 17-18/269-115 sayılı, 13.03.2019 tarihli ve 19-12/143-64 sayılı kararları.

G.4.2.1. Binek Araçlar Pazarı

- (52) Ön inceleme aşamasında “binek otomobillerin üretimi ve satışı pazarı” ve “hafif ticari araçların üretimi ve satışı pazarı” olarak ilgili ürün pazarları belirlenebileceği belirtilmiş olup, nihai inceleme bildiriminde ise bu pazarların alt segmentleri bakımından da incelemelerin yapılabileceği ifade edilmiştir. Bu kapsamda, binek araçlar bakımından ilgili ürün pazarının ne şekilde yapılması gerektiği, alt segmentler bakımından pazar tanımı yapılmasına gerek olup olmadığına ilişkin değerlendirmelere bu bölümde yer verilecektir.
- (53) İşlem taraflarınca nihai inceleme bildirimine cevaben gönderilen yazıda ilgili pazar tanımına ilişkin olarak; bildirimde yer alan binek araçların üretimi ve satışı pazarının çeşitli parametrelere göre belirlenen alt segmentler bazında da değerlendirilebileceği ve rekabetçi analize ilişkin tam bir sonucun segmentler incelenmeden yapılamayacağı yönündeki ifadenin Kurulun yerleşik içtihadıyla çeliştiği ifade edilmiştir. Kurulun geçmiş kararlarında¹⁶ pazarı binek araçların üretimi ve satışı olarak belirlediği, Kurulun yerleşik içtihadından sapmayı gerektirecek bir sebep olmadığı vurgulanmıştır.
- (54) Taraflarca sunulan cevapta, binek araçlar pazarındaki araçlar arasındaki sınırların amaçlanan kullanım veya fiyat açısından da her zaman net olmadığı, bazı münferit modellerin birkaç kategoride sınıflandırılabildiği, bazı kategorilerde ise farklı fiyat düzeyine ve işlevselliğe sahip araçların bir araya geldiği belirtilerek, binek araçların alt segmentlere ayrılmaması gerektiği ifade edilmiştir. Öte yandan, Kurulun Ford/Volvo kararında¹⁷ pazarın A (mini otomobiller), B (küçük otomobiller), C (orta otomobiller), D (büyük otomobiller), E (*executive* otomobiller), F (lüks otomobiller), S (spor coupeler), M (çok amaçlı otomobiller) ve J (sportif kullanım otomobilleri-SUV) olarak alt segmentler bazında incelenebileceğini belirttiği, ancak buna rağmen pazarı “binek otomobiller” olarak tanımladığı belirtilmiştir. Söz konusu alt segmentasyonun Komisyon’un segmentasyonu ile de uyumlu olduğu ifade edilmiştir.
- (55) Bununla birlikte, nihai inceleme kapsamında sektör oyuncularına binek araçların alt segmentleri bazında pazar tanımı yapılıp yapılamayacağına ilişkin görüşleri sorulmuştur. Bu kapsamda sektörde yer alan teşebbüslerden gelen cevaplara bakıldığında, binek araçlar pazarı bakımından alt segmentler bazında bir pazar tanımı yapılmasına gerek olmadığı görüşünün hâkim olduğu görülmektedir. Teşebbüslerden gelen cevaplarda bu durumun gerekçeleri şu şekilde sayılmıştır.
- Segmentler arası ikame edilebilirliğin yüksek olması: Teşebbüslerce yapılan açıklamalarda, segmentasyonun araç gövde tipi, boyutları ve fiyat konumlandırmasına göre değişiklik gösterebildiği ve değişken ekonomik şartlar içerisinde tüm segmentlerin kendi içerisinde ikame edilebilirliğinin zaman zaman değişiklik gösterebildiği belirtilmiştir.
 - Segmentler arası sınırların kesin olmaması: Farklı binek araç kategorileri arasında fiyat ve kullanım amacı bakımından kesin sınırlar çizmenin mümkün olmadığı, bu nedenle bazı modellerin birden fazla kategoride de sınıflandırılabilmemesinin mümkün olduğu, bazı kategorilerde de farklı fiyat düzeyine ve işlevselliğe sahip araçların bir araya gelebilmesi ve teşebbüslerce kendi markalarına ilişkin segmentasyonların oluşturabilmesi gibi nedenlerle segmentler arası sınırların kesin olmadığı ve bu nedenle binek araçlar bakımından alt segmentasyona göre bir pazar tanımı yapılması gerekmediği

¹⁶ Kurulun 01.06.2017 tarih ve 17-18/269-115 sayılı, 04.08.2016 tarih ve 16-26/445-201 sayılı, 10.07.2009 tarih ve 09-31/678-159 sayılı kararları.

¹⁷ 29.04.1999 tarih ve 99-21/189-105 sayılı karar.

belirtilmiştir.

- Arz ikamesinin mümkün olması: Sektör oyuncuları tarafından, araç üreticilerinin genel itibarıyla aynı anda farklı segmentlerde araçların üretimini yaptığı ve pazara birden fazla araç sunduğu, dolayısıyla arz ikamesinin mümkün olduğu belirtilmiş olup, bu kapsamda özellikle benzer boyutlardaki araçlar bakımından başka segmentte bir araç üretiminin üretim hattı güncellemelerini gerektirse de anılan geçiş işleminin yine de sıfırdan bir model yaratmaktan daha kısa süreceği vurgulanmıştır.
- Talep ikamesinin olması: Teşebbüslerce pazarda sunulan ürün çeşitliliği, konumlandırma ve vergilendirme sistemleri paralelinde bu alt kırılımlar arasında talep ikamesinin bulunduğu, tüketiciler için tek bir segmentin bulunması, yani alternatif herhangi bir başka segmentin bulunmamasının söz konusu olmadığı belirtilmiştir.

- (56) Diğer teşebbüslerden bir ölçüde farklı olarak BORUSAN tarafından yapılan açıklamalarda binek araçların alt segmentleri olan ve satışının gerçekleştirildiği C, D, E ve F segmentlerinde yer alan otomobillerin segmentler özelinde genel olarak farklılaşan bir müşteri kitlesine sahip olduğunun düşünüldüğü, ancak bu segmentler genel olarak farklılaşan bir müşteri kitlesine sahip olsa da özellikle son dönemde piyasa koşullarındaki değişimler neticesinde yaşanan fiyat değişikliklerinin tüketicilerin benzer fiyat seviyelerinde farklı ikame modellere yönelmesine sebep olduğu ifade edilmiştir. Bununla birlikte, C segmentinde bulunan modeller için B segment ve D segment modellerin zaman zaman alternatif olarak değerlendirilebildiği, ayrıca gövde tipi SUV olan B ve C segmentindeki modellerin, C segmentinde bulunan diğer modeller için önemli bir alternatif olarak görülebildiği, bu nedenle segmentler arası rekabetçi baskının söz konusu olabileceği gerekçesiyle ayrı ilgili ürün pazarı tanımları yapılmasına ihtiyaç olmadığı belirtilmiştir.
- (57) TOYOTA tarafından, 2017-2019 yılları arasında yeni araç satın alan tüketicilerin araç alımı yapmadan önce hangi segmentleri incelediklerini gösteren tablolar sunulmuştur. TOFAŞ tarafından herhangi bir alıcının yalnızca tek bir segmentteki araçları alternatif olarak görmesinin mümkün olmayacağı belirtilmiş olup, *New Car Buyer Survey* (NCBS) 2019 yılı verileri kapsamında binek araçların segmentleri arasında alternatif olarak değerlendirilme oranlarını gösteren aşağıdaki tablo¹⁸ sunulmuştur:

Tablo-3: Talep İkamesinin Segmentler Açısından Değerlendirilmesi

		Satın Alınan Aracın Segmenti				
		B (%)	C (%)	D (%)	J (%)	M (%)
Alternatif Olarak Düşünülen Aracın Segmenti	B	42	10,1	0,4	2,1	15,9
	C	44,6	65,7	22,2	16,2	31,6
	D	2,1	11,6	40,2	7,5	10,7
	J	7,6	11,4	28,9	71,8	31,8
	M	1,3	0,4	0,4	1,2	7,8

Kaynak: TOFAŞ'ın Cevabi Yazısı

- (58) Son olarak J segmentinin kendi içerisinde araç boyutlarına göre B-SUV, C-SUV, D-SUV şeklinde bir ayırımın da yapılabileceği belirtilmelidir. Komisyon'un

¹⁸ Bu beş segment özelindeki verilerin talep ikamesini göstermek açısından yeterli olduğunun değerlendirildiği, söz konusu tablodaki verilerin, alternatif olarak görülen aracın hafif ticari araç olduğu sonuçları içermediği belirtilmiştir.

*Nissan/Mitsubishi*¹⁹ kararında yapılan pazar araştırması neticesinde; "perakende müşterilerinin çoğunluğu, büyük ve küçük SUV'ler arasında doğrudan ikame edilebilirlik olmadığını belirtse de perakende müşterilerinin büyük bir çoğunluğu büyük ve küçük SUV'ler arasındaki ikame edilebilirliğin orta büyüklükteki SUV segmenti ile karşılandığını düşünmektedir."; *Peugeot/Opel*²⁰ kararında yapılan pazar araştırması sonucunda da "Alt segmentlere ayrılmasına gerek bulunmamaktadır. Zira bir segment ile diğerleri arasında fiyat, nitelik/özellikler ve kullanım amacı itibarıyla önemli bir farklılık olmadığından SUV segmentinin daha alt segmentlere ayrılmasını gerekçelendirecek bir durum söz konusu değildir. Bir tüketici, SUV segmentindeki tüm modelleri kolayca birbiriyle ikame edebilecektir" şeklinde görüşlerin ağırlıklı olarak sunulduğu belirtilmiş ve ayrı pazar tanımları yapılması konusunda kesin bir sonuca ulaşılmamıştır. Mevcut dosya kapsamında bu konuya ilişkin verilen görüşlerde ise teşebbüslerce çoğunlukla farklı büyüklükteki SUV'lere yönelik olarak müşteriler nezdinde çok net bir ayırım olduğunu farz etmenin makul olmayacağı; SUV gövde tipli araçların alt segmentlerinin, tüketici gözüyle birbirinin ikamesi olabilecek nitelikte olduğu şeklinde görüşler ifade edilmiştir. Aşağıda yer alan tabloda bir örneği görülebileceği üzere, TOYOTA ve TOFAŞ tarafından tüketicilerin segment içindeki diğer alt segmentleri tercih etme oranını gösteren tablolar sunulmuştur.

Tablo-4: Talep İkamesinin SUV Araçlarda Gövde Tipi Açısından Değerlendirilmesi

SUV Segmenti Yeni Araç	SUV segmentinde ana alternatif		
	Küçük (%)	Orta (%)	Büyük (%)
Küçük	93	6	1
Orta	57	22	21
Büyük	22	0	78

Kaynak: TOFAŞ'ın Cevabi Yazısı.

- (59) Sonuç olarak, dosya konusu işlem taraflarının faaliyetleri, geçmiş Kurul ve Komisyon kararları ve sektör oyuncuları tarafından sunulan görüşler göz önüne alınarak, mevcut dosya bakımından binek araçlar pazarı bakımından alt segmentasyona dayalı bir pazar tanımı yapılmasına gerek bulunmadığı, bu doğrultuda ilgili ürün pazarının "binek otomobillerin üretimi ve satışı pazarı" olarak belirlenebileceği değerlendirilmektedir. İşlemin rekabetçi etkilerinin tam olarak değerlendirilebilmesi için ilerleyen bölümlerde alt segmentler bakımından da değerlendirmelere yer verilecek olup İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz'un 20. paragrafında yer verilen açıklamalar doğrultusunda, alternatif pazar tanımları çerçevesinde işlemin etkileri bakımından ulaşılan sonucun değişmemesi nedeniyle sözü edilen alt segmentlere ve J segmentinin kendi içindeki alt segmentlerine yönelik ilave pazar tanımları yapılmasına gerek olmadığı değerlendirilmektedir.

G.4.2.2. Hafif Ticari Araçlar Pazarı

- (60) Ön inceleme aşamasında hafif ticari araçlar bakımından ilgili ürün pazarının, "hafif ticari araçların üretimi ve satışı pazarı" olarak belirlenebileceği belirtilmiş, nihai inceleme bildiriminde ise bu pazarın alt segmentleri bakımından da incelemelerin yapılabileceği ifade edilmiştir. Bu kapsamda, hafif ticari araçlar bakımından ilgili ürün pazarının ne şekilde yapılması gerektiği, alt segmentler bakımından pazar tanımı yapılmasına gerek olup olmadığına ilişkin değerlendirmelere bu bölümde yer verilecektir.

¹⁹ M.8099 sayılı ve 5 Ekim 2016 tarihli *Nissan/Mitsubishi* kararı.

²⁰ M.8449 sayılı ve 5 Temmuz 2017 tarihli *Peugeot/Opel* kararı.

- (61) İşlem taraflarınca nihai inceleme bildirimine ilişkin sunulan cevaplarda ilgili pazar tanımına ilişkin olarak; nihai inceleme bildiriminde kesin bir pazar tanımı yapılmadığı belirtilmiş olup, bildirimde yer alan hafif ticari araçların üretimi ve satışı pazarının çeşitli parametrelere göre belirlenen alt segmentler bazında da değerlendirilebileceği ve rekabetçi analize ilişkin tam bir sonucun segmentler incelenmeden yapılamayacağı yönündeki ifadenin Kurulun yerleşik içtihadıyla çeliştiği ifade edilmiştir. Kurulun geçmiş kararlarında²¹ pazarı daha geniş şekilde tanımladığı kararların da mevcut olduğu belirtilerek, Kurulun yerleşik içtihadından sapmayı gerektirecek bir sebep olmadığı vurgulanmıştır.
- (62) Kurulun geçmiş tarihli kararlarına bakıldığında hafif ticari araçlar pazarının alt kırılımlarının tartışılmadığı; ancak 05.10.2011 tarih ve 11-51/1288-453 sayılı kararda hafif ticari araçlar pazarının kapsamını, ağırlığı 3,5 tona kadar olan araçlarla sınırlandırdığı görülmektedir²². Komisyon'un Renault/Nissan kararında hafif ticari araçlar pazarına ilişkin olarak *"Söz konusu farklı tip araçlar arasında önemli derecede talep ikamesi bulunması sebebiyle, eldeki dosyanın rekabet hukuku kapsamındaki analizi için hafif ticari araçların segmentlerine ayrılmasına gerek bulunmamaktadır"*²³ değerlendirmesi yapılmıştır. Komisyon, Peugeot/Opel kararında hafif ticari araçları (i) 3,5 tona kadar olan araçlar ve (ii) 3,5-6 ton arasında olan araçlar olmak üzere iki segmente ayırmayı değerlendirmiş ve pazar araştırmasının net bir sonuç vermediği gerekçesiyle kesin bir kanaate varmamıştır²⁴. Komisyon Peugeot/Opel kararında pick-up araçların hafif ticari araçlar pazarına dahil edilip edilmemesine ilişkin olarak da *"pazar araştırmasına katılanların büyük bir kısmının [...] pick-up araçların çoğunlukla ticari olarak kabul edildiğini belirttiğini"* tespit etmiştir.
- (63) Taraflarca sunulan cevapta, hafif ticari araçlar pazarında ebatlar ve fiyat aralıkları açısından geniş bir ürün yelpazesi bulunsa da, pazardaki farklı araçlar arasında önemli ölçüde ikame edilebilirlik bulunduğu ifade edilmiştir. Bununla birlikte, taraflarca ilgili pazarın gerek herhangi bir alt kırılıma gidilmeden hafif ticari araçlar pazarı olarak tanımlanması durumunda gerekse de pazarın brüt ağırlığı 0-3,5 tona kadar olan hafif ticari araçlar ile brüt ağırlığı 3,5-6 tona kadar olan hafif ticari araçlar pazarı olarak tanımlanması durumunda işlemin etkin rekabetin ortadan kaldırılması sonucunu doğurmayacağı ifade edilmiştir.
- (64) Nihai inceleme kapsamında sektördeki teşebbüslerden hafif ticari araçlar bakımından hem pick-up, van, kamyonet, minibüs şeklinde alt segmentlerine ilişkin olarak hem de Komisyon'un segmentasyonuna ilişkin olarak bilgiler talep edilmiş olup, hafif ticari araçların alt segmentleri bazında pazar tanımı yapılıp yapılamayacağına ilişkin görüşleri sorulmuştur. Bu kapsamda, sektörde yer alan teşebbüslerden gelen cevaplara bakıldığında, binek araçların aksine hafif ticari araçlar bakımından genel bir kanının oluştuğunu söylemek mümkün görünmemektedir. Bu kapsamda, hafif ticari araçlar pazarı bakımından alt segmentler bazında bir pazar tanımı yapılmasına gerek olmadığı görüşünü savunan teşebbüsler tarafından gerekçe olarak, hafif ticari araçlar pazarının hâlihazırda ticari araçlar segmentinin alt segmenti olması, dolayısıyla hafif ticari araçlar pazarının bir bütün olarak değerlendirilmesi gerektiği, ayrıca alt segmentasyonun tüketicinin araç alma kararını doğrudan etkilememesi sebebiyle alt segmente dayalı pazar tanımı gerekmediği şeklinde ifade edilmiştir. Hafif ticari araçlar

²¹ Kurulun 13.03.2001 tarihli ve 01-12/117-30 sayılı, 01.08.2002 tarih ve 02-46/562-228 sayılı, 10.04.2019 tarih ve 03-23/277-125 sayılı kararları.

²² Kurulun 05.10.2011 tarih ve 11-51/1288-453 sayılı kararı.

²³ Komisyon'un IV/M.1519 sayılı ve 12.05.1999 tarihli Renault/Nissan kararı.

²⁴ Komisyon'un M.8449 sayılı 05.07.2017 tarihli Peugeot/Opel kararı.

pazarının alt segmentleri bakımından pazar tanımı yapılması gerektiğini savunan teşebbüslerin biri tarafından ticari araçların temel fonksiyonu kullanıcıların iş ve ticaret gerekliliklerini karşılamak olduğundan bu araçların yoğunlukla yük taşımak amacıyla tasarlandığı, bu sebeple donanım ve boyutsal olarak ürün farklılaşmalarının müşteri tercihleri ve yönelimleri baz alınarak oluşturulduğu ve bu anlamda talep ikamesi bulunmadığı; benzer taşıma kapasitesindeki modellerin tasarımı temel alınarak gövde kısmını farklılaştırmanın, sıfırdan bir model yaratmaktan daha kısa süreceği öngörülse de, üretilecek yeni araç için yapılması gereken homologatif testlere, takım-kalıp çalışmalarına, üretim hattı güncellemelerine ihtiyaç duyulacağı, bu nedenle arz ikamesinin de düşük olduğu ifade edilmiştir. Öte yandan olası ayrıma ilişkin olarak teşebbüslerin çoğunluğu tarafından gövde tipi bakımından talep ikamesinin bulunduğu, brüt ağırlık temelli bir ayırımın daha anlamlı olacağı belirtilmiş iken bazıları tarafından sunulan şirket içi yakın rakip analiz çalışmalarında da pazarın boyutlara ve azami yüklü ağırlıklara göre bölümlendiği görülmüştür.

- (65) Yukarıda yer verilen bilgiler ve sektör oyuncularının görüşleri dikkate alındığında; binek araçların aksine hafif ticari araçlar pazarına ilişkin alt segmentler bazında bir pazar tanımı yapılmasının, dosya konusu işlemin daha sağlıklı ele alınması bakımından faydalı olacağı değerlendirilmektedir. Bu kapsamda, yukarıda özetlenen görüşlerin çoğunluğu da dikkate alınarak alt segmentasyonun brüt ağırlık göz önüne alınarak yapılması gerektiği değerlendirilmektedir. Hafif ticari araçların tümünün temel fonksiyonu mal taşınması olduğu birçok teşebbüs tarafından vurgulandığından, aynı ticari amaç için kullanılacak ticari araçlar arasında gövde tipi segmentasyonun talep ikamesini ortaya koyma açısından uygun bir gösterge olmayabileceği, bu nedenle dosya kapsamında brüt ağırlığa dayalı 0-3,5 tona kadar olan hafif ticari araçlar pazarı ile brüt ağırlığı 3,5-6 ton olan hafif ticari araçlar pazarı şeklinde iki alt segmente dayalı pazar tanımı yapılabileceği değerlendirilmektedir.
- (66) Pick-up araçlara ilişkin olarak, hafif ticari araçlara benzer yükleme hacmine sahip olması, otomotiv üreticilerinin internet sitelerinde pick-up araçların ticari araçlar altında listelenmiş olması ve pick-up araçlara uygulanan özel tüketim vergisinin hafif ticari araçlarla aynı olması sebebiyle 0-3,5 tona kadar olan hafif ticari araçlar pazarından ayrı bir pazar tanımına gidilmesine gerek olmadığı değerlendirilmektedir. Dosya kapsamında işlemin etkileri 0-3,5 tona kadar olan hafif ticari araçlar pazarına pick-up araçlar dâhil edilmeden de incelenmiş olup İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz'un 20. paragrafında yer verilen açıklamalar doğrultusunda işlemin alternatif pazar tanımları çerçevesinde ulaşılan sonucu değiştirmemesi nedeniyle pick-up araçları hariç tutan bir pazar tanımı yapılmasına gerek olmadığı değerlendirilmektedir.
- (67) Bu çerçevede işlem taraflarının faaliyetleri, geçmiş Kurul ve Komisyon kararları ve sektör oyuncularının görüşleri göz önüne alınarak, hafif ticari araçlar pazarına ilişkin yapılan değerlendirmeler neticesinde ilgili ürün pazarının "0 ile 3,5 ton arası hafif ticari araçlar" ve "3,5 ile 6 ton arası hafif ticari araçlar" olarak tanımlanması gerektiği kanaatine ulaşılmıştır.

G.4.3. İlgili Coğrafi Pazar

- (68) Tarafların faaliyetlerinin tüm Türkiye'de gerçekleştiği göz önüne alınarak ilgili coğrafi pazarın her iki pazar bakımından da "Türkiye" olarak belirlenmesinin uygun olacağı kanaatine varılmıştır.

G.5. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirmeler

G.5.1. İşlemin Niteliğine İlişkin Değerlendirme

- (69) Bildirim konusu işlem, PSA'nın FCA bünyesine katılması yoluyla iki teşebbüsün birleşmesine ilişkindir. Taraflarca sunulan bilgilere göre birleşme işlemi sonrasında PSA'nın hukuki varlığı sona erecek, FCA ise hukuki varlığını devam ettirecektir. Bununla birlikte taraflar işlemin kapanmasını müteakiben FCA'nın "STELLANTIS" olarak anılacak yeni bir bünyede varlığını sürdüreceğini ifade etmektedir.
- (70) Bilindiği üzere, 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi;

"Bir ya da birden fazla teşebbüsün başta hâkim durum yaratılması ya da mevcut bir hâkim durumun güçlendirilmesi olmak üzere ülkenin bütünü yahut bir kısmında herhangi bir mal veya hizmet piyasasındaki etkin 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."

hükmünü haizdir. Bu kapsamda, dosya konusu işlemin niteliğinin ilgili Kanun maddesi gereğince incelenmesi gerekmektedir.

- (71) 2010/4 sayılı "Rekabet Kurulu'ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ" (2010/4 sayılı Tebliğ)'in 5. maddesinde;

"Kontrolde kalıcı değişiklik meydana getirecek şekilde;

a) İki veya daha fazla teşebbüsün birleşmesi ya da

b) Bir veya daha fazla teşebbüsün tamamının ya da bir kısmının doğrudan veya dolaylı kontrolünün, hisse ya da mal varlığının satın alınmasıyla, sözleşmeyle veya diğer bir yolla bir ya da daha fazla teşebbüs veya hâlihazırda en az bir teşebbüsü kontrol eden bir ya da daha fazla kişi tarafından devralınması, Kanunun 7 nci maddesi kapsamında birleşme veya devralma işlemi sayılır."

ifadelerine yer verilmiştir. Bu kapsamda, STELLANTIS'in planlanan hissedarlık yapısına ve hisse oranlarına, hissedarların işlem öncesi paydaşı olduğu gruplar ve hâlihazırda hisse oranlarıyla birlikte aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

Tablo-5: STELLANTIS'in Planlanan Hissedarlık Yapısı

Hissedar	İşlem Öncesi	İşlem Öncesi Hisse Oranı (%)	Yeni Şirkette Elde Edilecek Hisse Oranı (%)
BPI France	PSA	(.....)	(.....)
Etablissements Peugeot Freres (EPF)/FFP		(.....)	(.....)
Dongfeng Motor International Co. Limited (Hong-Kong) (DONGFENG)		(.....)	(.....)
Diğer PSA Hissedarları		(.....)	(.....)
EXOR	FCA	(.....)	(.....)
Diğer FCA Hissedarları		(.....)	(.....)
TOPLAM			(.....)
Kaynak: Bildirim Formu.			

- (72) Taraflarca sunulan bilgilere göre, işlem sonrasında hissedarların oy hakları sermaye paylarına eşit olacaktır. İlave olarak, işlem sonrasında (.....) atanacaktır. (.....) tarafından belirlenecektir. Birleşme Sözleşmesi'nin 3.3. bölümüne göre ise, ilk yönetim kurulunun görev süresi (.....) olacak, izleyen yönetim kurulları (.....) görev yapacaklardır. Son olarak, EXOR'un STELLANTIS'deki hisselerini (.....) süreyle kesintisiz olarak elde tutmaya devam etmesi halinde sahip olduğu hisse başına (.....) elde edeceği ve her halükarda en fazla %(.....) oy hakkına sahip olacağı taraflarca kararlaştırılan hususlar arasındadır.
- (73) Birleşme Sözleşmesi'nin 3.1. bölümünde STELLANTIS'in ilk yönetim kurulunun (.....) üyeden oluşacağı ve bu üyelerin aşağıda yer verildiği şekilde seçileceği belirtilmiştir:

(.....TİCARİ SIR.....)²⁵

- (74) Dosya kapsamında, yeni adıyla STELLANTIS yönetim kurulunun tüm kararlarının toplantıda hazır bulunan veya temsil edilen yönetim kurulu üyelerinin çoğunluğunun olumlu oyu ile alınacağı belirtilmiştir. İlaveten, taraflarca, stratejik ticari konulara ilişkin olarak (örneğin; şirketin iş planı, bütçesi, önemli yatırımları veya üst yönetimin atanması veya görevden alınması) karar alınması için öngörülmüş özel bir oy çoğunluğu bulunmadığı ifade edilmiştir. Öte yandan, (.....) çoğunluğunun gerektiği ve söz konusu oyların aynı zamanda ihraç edilmiş sermayenin yarısından fazlasını temsil etmesi gerektiği belirtilmektedir.
- (75) Özetlemek gerekirse, işlem sonrasında EXOR, yeni kurulan STELLANTIS'de %(.....) hisse oranına ve gerekli şartları sağlaması durumunda Genel Kurulda %(.....)'a kadar oy hakkına sahip olacaktır. BPI/EPF ise %(.....) hisse oranı ve Genel Kurulda aynı oranda oy hakkı sahip olacaktır. SÖZLEŞME kapsamında tarafların (.....) bulunmayacaktır. İlaveten, (.....) oluşacaktır. Bu bilgiler ışığında değerlendirildiğinde, işlem sonrasında herhangi bir ortağın birleşmeyle oluşturulacak yeni yapı STELLANTIS üzerinde hukuken tek veya ortak kontrol sağlamaya yeterli hisse ve oy oranlarına ulaşmadığı değerlendirilmektedir.
- (76) Bilindiği üzere Birleşme ve Devralma Sayılan Haller ve Kontrol Kavramı Hakkında Kılavuz'un "İki ya da Daha Fazla Teşebbüsün Birleşmesi" başlığı altında birleşmeye ilişkin şu hususlara yer verilmektedir:

"Kanun'un 7. maddesi kapsamında bir birleşme, iki veya daha fazla bağımsız teşebbüsün hukuki kişiliklerine son vererek yeni bir teşebbüse dönüşecek şekilde bir araya gelmeleri durumunda ortaya çıkmaktadır. Kanun kapsamında bir birleşme, bir teşebbüsün bütünüyle başka bir teşebbüsün bünyesine dâhil edilmesi halinde de görülebilecek olup, bu durumda teşebbüslerden birinin hukuki kişiliği sona ererken, diğerinin hukuki kişiliği korunmaktadır."

- (77) Ayrıca "Hukuken tek bir tüzel kişiliğe dönüşecek şekilde bir araya gelmemiş olmakla beraber, daha önce bağımsız olan teşebbüslerin faaliyetlerinin bir araya getirilmesinin tek bir ekonomik bütünlük yaratılmasıyla sonuçlandığı durumlarda da Kanun'un 7. maddesi kapsamında bir birleşmeden söz edilecektir." hükmü yer almaktadır. 4054

²⁵ Birleşme Sözleşmesi Bölüm 3.4.'de çalışan temsilcileri ile ilgili (.....) hükmü yer almaktadır.

sayılı Kanun'un ilgili maddeleri ve Birleşme ve Devralma Sayılan Haller ve Kontrol Kavramı Hakkında Kılavuz hükümleri mevcut dosyaya uyarlandığında, planlanan işlem sonrasında FCA ve PSA birleşecek ve birleşen teşebbüs STELLANTIS ismiyle anılacaktır. Dolayısıyla planlanan işlem neticesinde birleşen iki ayrı şirketin faaliyetlerini tek bir tüzel kişilik altında sürdüreceği hususları göz önünde bulundurulduğunda işlemin birleşme niteliğine haiz olduğu anlaşılmıştır.

Öte yandan işlem taraflarının ciro bilgileri dikkate alındığında, 2010/4 sayılı Tebliğ'in 7. maddesinin (a) bendi uyarınca belirlenen eşiklerin aşılmış olduğu ve bu sebeple işlemin izne tabi olduğu anlaşılmıştır.

G.5.3. Yoğunlaşma Değerlendirmesi

G.5.3.1. Teorik ve Hukuki Çerçeve

G.5.3.1.1. Tek Taraflı Etkiler

(78) 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesinde,

“(Değişik fıkra: 16.06.2020-7246/2. Md) Bir ya da birden fazla teşebbüsün başta hâkim durum yaratılması ya da mevcut bir hâkim durumun güçlendirilmesi olmak üzere ülkenin bütünü yahut bir kısmında herhangi bir mal veya hizmet piyasasındaki etkin 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.”

denilmektedir. Bir işlem sonucu etkin rekabetin önemli ölçüde azalacağına yönelik bir değerlendirmeye ulaşmakta en yaygın olarak kullanılacak dayanak tek bir firma tarafından hakim durum yaratılması ya da güçlendirilmesidir. Dolayısıyla hakim durum kavramı birleşme veya devralmanın etkin rekabetin önemli ölçüde azaltıp azaltmadığını belirlerken önemli bir gösterge olacaktır. Öte yandan, ilgili maddenin gerekçesi incelendiğinde, hâkim durum yaratılması veya mevcut hâkim durumun güçlendirilmesi sonucunu doğuran işlemlerin yanı sıra rekabeti önemli ölçüde azaltabilecek işlemlerin de yasaklanabileceğinin ifade edildiği görülmektedir.²⁶

(79) Yatay Birleşme ve Devralmaların Değerlendirilmesi Hakkında Kılavuz'da (Yatay Kılavuz) yatay birleşmelerin iki muhtemel rekabet karşıtı etkiye sahip olacağı belirtilmiştir.²⁷ Bunlar tek taraflı etkiler ve koordinasyon doğurucu etkiler olarak sayılmıştır. Bir birleşme, birleşik teşebbüsün üzerindeki önemli rekabetçi baskıları ortadan kaldırmak ve böylece pazar gücü yaratmak suretiyle bir pazardaki rekabetin önemli ölçüde engellenmesine yol açabilecektir. Bu durumda ilk ortaya çıkan etki işlemin tarafları arasında mevcut olan rekabetin ortadan kalkmasıdır. Bununla birlikte, aynı pazarda faaliyette bulunan ve işleme taraf olmayan teşebbüsler de, söz konusu birleşme işlemi sonucunda azalan rekabetçi baskıdan yararlanabilecek ve pazarda önemli derecede fiyat artışı yaşanabilecektir. Bu nitelikte tek taraflı etkilere yol açan bir birleşme, en yakın rakibinden kayda değer ölçüde fazla pazar payına sahip olacak teşebbüs bakımından, başta hâkim durum yaratılması veya mevcut hâkim durumun güçlendirilmesi olmak üzere etkin rekabeti önemli ölçüde azaltabilecektir. Bu kapsamda, Yatay Kılavuz'da tek taraflı etkileri değerlendirmek bakımından aşağıda

²⁶ <https://www2.tbmm.gov.tr/d27/2/2-2875.pdf> (Son Erişim Tarihi: 26.12.2020)

²⁷ Yatay Kılavuz par.22 ve devamı.

sayılan etkenlere yer verilmiş olup, bu etkenlerin birlikte değerlendirilmesi gerektiği, ancak her birinin aynı anda var olması gibi bir şartın aranmadığı ifade edilmiştir.

- Birleşme taraflarının sahip olduğu yüksek pazar payı,
- Birleşme taraflarının yakın rakip olması,
- Müşterilerin sağlayıcı değiştirme olanaklarının sınırlı olması,
- Rakiplerin fiyat artışları karşısında üretimlerini artırmalarının muhtemel olmaması,
- Birleşik teşebbüsün rakiplerin büyümesini önleyebilecek kapasitede olması,
- Birleşmenin önemli bir rekabetçi gücü ortadan kaldırması.

(80) Aşağıda sırasıyla bu etmenlere ilişkin açıklamalara yer verilecektir.

Pazar Payı: Yatay Kılavuz'da tek taraflı etkenleri değerlendirirken ele alınması gereken ilk etmen olarak pazar payı sayılmıştır. Bu kapsamda, bir teşebbüsün pazar payı ne kadar yüksekse pazar gücüne sahip olma olasılığı da o derece yüksek olacaktır; pazar payında yaşanacak artış ne kadar yüksekse birleşmenin pazar gücünde yol açacağı artışın da o derece yüksek olacağı vurgulanmıştır. Bir fiyat artışıyla birlikte daha yüksek marjların elde edildiği satış tabanındaki artış ne kadar yüksekse, birleşik teşebbüsün fiyat artışını kârlı bulma olasılığı da, üretim miktarındaki azalmaya karşın, o derece yüksek olacaktır. Bu nedenle, pazar payı analizi tek taraflı etkileri belirlemek bakımından önem arz etmektedir. Pazar payını belirlemek içinse ilgili pazar tanımı yapılması gerekmektedir. Bu konuda AB Yatay Birleşme Tebliği'nde²⁸ "*Pazar tanımlamanın temel amacı, sistematik bir şekilde, birleşik teşebbüsün karşı karşıya olduğu rekabet kısıtlamalarını belirlemektir.*" ifadelerine yer verilmiştir.

(81) **Yakın Rakiplik:** Yatay Kılavuz'da "*Birleşmenin taraflarının ürünleri arasındaki ikame oranı ne kadar yüksekse, birleşik teşebbüsün fiyatları önemli ölçüde artırma olasılığı da o derece yüksektir.*" ifadesine yer verilmiştir. Bu kapsamda, farklılaştırılmış ürünlerin yer aldığı pazarlarda, bazı ürünler birbirleri için diğer ürünlere göre daha yakın ikame olacaktır. Ürünleri tüketiciler için birinci ve ikinci tercih olan teşebbüslerin birleşmesi, fiyatlarda artışa sebep olacak, bu nedenle işlemin tarafları arasındaki rekabet, ilgili pazardaki rekabetin önemli bir kaynağı olması nedeniyle, yapılacak analizin merkezinde yer alacaktır. Rakip teşebbüslerin ürünlerinin birleşen teşebbüslerin ürünleriyle olan ikame edilebilirliğinin yüksek olduğu durumlarda, birleşik teşebbüsün fiyatları artırma güdüsü sınırlanacaktır. Bu nedenle, birleşik teşebbüs ile rakip teşebbüslerin ürünleri arasındaki ikame oranı ne kadar yüksekse, ilgili birleşmenin hâkim durum yaratmak ya da mevcut hâkim durumu güçlendirmek suretiyle rekabeti önemli ölçüde azaltma olasılığı da o kadar düşük olacaktır. Dolayısıyla, bir birleşme işleminin tek taraflı etkileri değerlendirilirken ürünlerin rakiplik dereceleri de incelenmelidir. Yatay Kılavuz'da belirtildiği üzere ilgili verinin mevcut olması halinde, ürünler arasındaki ikame oranı tüketici tercihi anketleri, satın alma davranışı analizleri, ilgili ürünlerin çapraz fiyat esnekliklerinin ya da sapma oranlarının hesaplanması aracılığıyla değerlendirilebilir.

(82) Bununla birlikte, bazı rekabet otoritelerinin pazar tanımı, pazar payı ve yoğunlaşma derecelerine dayanan geleneksel analizlerini yukarı yönlü fiyat baskısı endeksi (UPPI) gibi araçlarla destekleyebildikleri de bilinmektedir²⁹. Söz konusu yardımcı araçların

²⁸ Horizontal Merger Guidelines, par.10.

²⁹ Jones, A. ve Sufrin, B., (2016), "*EU Competition Law: Text, Cases and Materials*", syf. 1142.

özellikle farklılaştırılmış ürünlerin olduğu pazarlardaki birleşmeler için kullanıldığı, çünkü söz konusu birleşme işlemlerinde rekabetçi etkilerin değerlendirilmesinin birleşen tarafların pazar paylarının yanı sıra tarafların yakın rakipliğine de dayandığı belirtilmiştir. Yukarı yönlü fiyat baskısı endeksi bir birleşmenin ardından iki karşıt gücün fiyatları üzerindeki net etkisini değerlendirir.³⁰ Rekabetin ortadan kaldırılması fiyatları yukarı çekerken, marjinal maliyet indirimleri (birleşmeyle ilgili sinerjilerden veya ölçek ekonomilerinden kaynaklanan) varsa fiyatları aşağı çekme eğiliminde olacaktır. Brüt yukarı yönlü fiyat endeksinde (GUPPI) ise, teşvik edilen giriş, verimlilik ve ürün yeniden konumlandırmasının yokluğunda birleşen taraflar için yukarı doğru fiyatlandırma teşvikini göstermeyi amaçlamaktadır. GUPPI tahminleri genellikle “tolere edilebilir” olduğu varsayılan bir eşikle karşılaştırılır. Örneğin, %5 veya %10’dan büyüklerse, birleşmenin rekabet endişelerini artırabileceği kabul edilir.

- (83) ABD Yatay Birleşme Rehberi³¹ ise konuya ilişkin olarak “*Yeterli bilginin mevcut olduğu bazı durumlarda, rekabet otoriteleri, yön değiştiren satışların değerini değerlendirir ve bu, birleşmeden kaynaklanan ilk ürün üzerindeki yukarı doğru fiyatlandırma baskısının bir göstergesi olarak işlev görebilir. Yönlendirilmiş satışların değerine dayalı olarak tek taraflı fiyat etkilerinin teşhis edilmesi, pazar tanımına veya pazar paylarının ve yoğunlaşmasının hesaplanmasına dayanmak zorunda değildir. Rekabet otoriteleri, farklılaştırılmış ürünlere sahip pazarlarda tek taraflı fiyat etkilerinin teşhisi için HHI seviyesinden çok, yönlendirilmiş satışların değerine güvenir. Yönlendirilmiş satışların değeri orantılı olarak küçükse, önemli tek taraflı fiyat etkileri olası değildir.*” ifadelerine yer vermiştir.
- (84) Sağlayıcı Değiştirebilme: Birleşme taraflarının müşterileri, pazarda az sayıda alternatif sağlayıcı olması ya da diğer sağlayıcılara geçiş yapmanın önemli geçiş maliyetlerine katlanılmasını gerektirmesi nedenleriyle diğer sağlayıcılara geçiş yapmakta sıkıntı yaşayabilirler. Bu durumda, birleşik teşebbüsün müşterileri için fiyat artışından kaçınmak mümkün olmayabilecektir. Bu doğrultuda, müşterilerin sağlayıcı değiştirmelerine yönelik geçmiş davranış kalıplarına ve fiyat değişikliklerine karşı tepkileri bu bakımdan önemli bilgiler sağlayabilir.
- (85) Rakiplerin Tepkileri, Üretim Olanakları: Tek taraflı etkilerin değerlendirilmesi bakımından Yatay Kılavuz’da sayılan bir diğer etken de rakiplerin üretim olanaklarıdır. Birleşik teşebbüsün rakiplerinin, fiyat artışları karşısında üretim miktarlarını kayda değer biçimde artırmaları mümkün değilse, birleşik teşebbüs, üretim miktarını, birleşme öncesinde tarafların toplam üretim miktarlarından daha aşağı düzeye düşürerek fiyatları artırma yönünde bir saike sahip olabilir. Bu kapsamda, Yatay Kılavuz’da kapasite kısıtlarının homojen ürünlerin olduğu pazarlarda daha önemli olduğu, farklılaştırılmış ürünlerin yer aldığı pazarlarda ise ürünlerin ikame derecesine göre değerlendirilmesi gerektiği belirtilmiştir. Yatay Kılavuz’da da belirtildiği üzere farklılaştırılmış ürünlerin bulunduğu bazı pazarlarda, teşebbüslerin ürünlerini yeniden konumlandırmaları ya da ürün yelpazelerini genişletmeleri görece kolay ve daha az maliyetlidir. Özellikle birleşik teşebbüsün ya da rakiplerin ürünlerini yeniden konumlandırmaları ya da ürün hatlarını genişletmelerinin birleşik teşebbüsün fiyatları artırmasına nasıl etki edebileceği incelenmelidir.
- (86) Rekabet Gücü: Bazı pazarlarda, teşebbüslerin sahip oldukları pazar payları, onların pazardaki güçlerini göstermek bakımından eksik kalabilmektedir. Bunun gibi pazarlarda gerçekleşecek birleşme işlemi özellikle ilgili pazarın yoğunlaşmış olduğu

³⁰ https://www.oxera.com/wp-content/uploads/2018/03/Unilateral-versus-market-definition_1.pdf (Erişim Tarihi: 27.11.2020)

³¹ US Horizontal Merger Guidelines 2010, 6.1.

bir durumda, pazarın rekabetçi dinamiklerinde, ciddi ve rekabet karşıtı bir yönde değişikliğe yol açabilecektir. Eğer birleşme işleminin tarafları pazara yeni giren bir teşebbüse veya önemli bir yenilikçi firmaysa pazarın dinamiklerinde önemli bir değişiklik meydana gelecektir.

- (87) Tüm bunlara ek olarak Yatay Kılavuz'da birleşme işleminin rekabeti sınırlayıcı etkilerinin yanı sıra alıcı gücü, giriş engelleri, işlemin sağlayacağı muhtemel etkinlik kazanımları gibi dengeleyici unsurların da dikkate alınacağı ifade edilmektedir.
- (88) İşbu dosya konusuna benzer şekilde farklılaştırılmış ürünlerin olduğu pazarlarda gerçekleşen yatay birleşmelerin tek taraflı etkilerine ilişkin yapılan bir çalışmada³²; işlemin tek taraflı bir fiyat artışını ne ölçüde kolaylaştırabileceği, (1) birleşen firmaların ürün alanındaki görece "yakınlığına"; (2) birleşme sonrası firmanın ürün teklifi ile pazardaki diğer firmaların teklifleri arasındaki farka ve (3) diğer firmaların ürünlerini birleşen firmaların ürünlerine yaklaştırmak için yeniden tasarlama konusundaki görece yetersizliklerine bağlı olacağı belirtilmiştir. Söz konusu çalışmada; farklılaşmış ürün pazarlarında, "yakın" veya benzer ürün varyasyonları yapan firmalar arasındaki birleşmelerin, daha uzak ürünler üreten firmalar arasındaki birleşmelerden çok daha önemli bir rekabeti engelleyici etkiye sahip olabileceği dile getirilmiştir. Bu noktada ortaya çıkan sorunun, sadece firmaların çıktılarının farklılaşması değil, hem ürünün hem de firmaların kendilerinin hızlı teknolojik değişime maruz kalması olduğu, firmaların ürünlerini sürekli olarak farklılaştırmaya çalıştıkları ölçüde, bu sınırların, bir firma, başka bir firmanın ürün alanına yaklaştıkça veya uzaklaştıkça değişeceği dile getirilmiştir.
- (89) Söz konusu çalışmada ürün farklılaştırmasının olduğu pazarlardaki bir birleşmenin, tek taraflı bir fiyat artışıyla sonuçlanmasının,
- İki birleşme tarafının ürünlerinin birbirine nispeten benzediği,
 - İki birleşme tarafının ürünleri, bir veya iki eşit veya daha fazla benzer olabilmesine rağmen, pazarda birleşmeye katılmayan çoğu diğer firma tarafından üretilen ürünlerden daha farklı olduğu,
 - Katılımcı olmayanların ürünlerini, birleşme taraflarının ürünlerine daha yakın hale getirmek için kolayca değiştiremediği veya yeniden yapılandıramadığı

durumlarda daha olası olduğu belirtilmiştir.

- (90) Böyle bir birleşmenin, birleşme sonrası firmanın diğer firmalara olan satışlarını kaybetmeden önemli bir fiyat artışını kârlı bir şekilde değerlendirmesini sağladığı ölçüde, birleşmenin yeni bir satış grubunun veya birleşen firmaların ya tekele ya da hâkim durumda olduğu ilgili pazarın ortaya çıkmasını kolaylaştırdığı ifade edilmiştir.

G.5.3.1.2. Koordinasyon Doğurucu Etkiler

- (91) Daha önce de ifade edildiği üzere Yatay Kılavuz'da yatay birleşmelerin iki muhtemel rekabet karşıtı etkiye sahip olacağı belirtilmiştir.³³ Bunlar; tek taraflı etkiler ve koordinasyon doğurucu etkiler olarak sayılmıştır. Koordinasyon doğurucu etkiler rekabetin doğasında değişikliğe yol açarak daha önce davranışları arasında koordinasyon bulunmayan teşebbüslerin, koordinasyon içinde bulunmak suretiyle rekabeti önemli ölçüde engellemeleri olarak ifade edilmiştir. Bu türden bir birleşme

³² Hovenkamp, H.J., (2009), "Analyzing Horizontal Mergers: Unilateral Effects in Product-Differentiated Markets".

³³ Yatay Kılavuz par. 22 ve devamı.

işlemi ilgili pazardaki teşebbüsler arasındaki hâlihazırda mevcut olan koordinasyonu işlem öncesi duruma göre daha kolay, istikrarlı ya da etkin hale de getirebilecektir.

- (92) Yatay Kılavuz'da koordinasyonun, koşulları üzerinde ortak bir anlayışa varmanın görece kolay olduğu pazarlarda ortaya çıkmasının daha olası olduğu ve koordinasyonun sürdürülebilir olmasının üç koşulun varlığına bağlı olduğu belirtilmiştir. Söz konusu koşullar; koordinasyona dâhil olan teşebbüslerin, koordinasyon koşullarına uyulup uyulmadığını yeterli düzeyde izleyebilmeleri, koordinasyondan sapmaların tespit edilmesi halinde işletilecek birtakım caydırıcı mekanizmaların varlığı ve koordinasyon kapsamı dışındaki birimler tarafından koordinasyondan beklenen sonuçların tehlikeye sokulmamasıdır.
- (93) Yatay Kılavuz'da koordinasyon koşullarına dair ortak bir anlayışa varmanın mümkün ve koordinasyonun sürdürülebilir olup olmadığının incelenmesi bakımından, birleşme işleminin ilgili pazarın koşullarında ne gibi değişikliklere yol açtığına ortaya konulması gerektiği belirtilmiş olup, bu kapsamda, ilgili pazarın özelliklerine ilişkin, teşebbüslerin geçmiş davranışları ve pazarın yapısal özellikleri dâhil her türlü mevcut verinin değerlendirilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Bu kapsamda, kritik verilerin kamuya açık olması, teşebbüs birlikleri aracılığıyla bilgilerin değiş tokuş edilmesi veya çapraz hissedarlıklar ya da ortak girişimler yoluyla bilgi paylaşımları koordinasyona varılmasında yardımcı olan etkenler olarak sayılmıştır. Çapraz hissedarlık ya da ortak girişimlere iştirak gibi yapısal bağlantıların teşebbüslerin davranışlarını uyumlulaştırmalarını teşvik edici unsurlar arasında yer aldığı, bu nedenle, ilgili pazarın, koordinasyon kapsamındaki teşebbüslerin, ortak stratejiden sapan teşebbüsleri tespit etmelerini sağlayacak ve gerekirse doğru zamanda misillemede bulunmalarına olanak tanıyacak kadar şeffaf olması gerektiği ifade edilmiştir. Bir pazarın şeffaflık düzeyinin belirlenmesinde anahtar unsur, teşebbüslerin erişimlerine açık bilgilerden, diğer teşebbüslerin faaliyetleri hakkında ne düzeyde bilgi edindiklerinin ortaya konulmasıdır. Koordinasyondan sapmaların tespit edilmesinin zor olduğu bazı pazarlarda, teşebbüsler, ille de bu amaçla olmasa da, izleme faaliyetini kolaylaştırıcı etkiye sahip birtakım uygulamalarda bulunabilirler. Teşebbüs birlikleri aracılığıyla bilgi alışverişi, fiyat ve benzeri duyurular, belli bilgilerin gönüllü bir şekilde kamuya açıklanması, en çok kayrılan müşteri uygulamaları veya rekabetin karşılanması benzeri uygulamalar şeffaflığı artırabilir ya da teşebbüslerin tercihlerine ilişkin değerlendirmelerine yardımcı olabilir. Birden fazla teşebbüste çapraz yöneticilik, ortak girişimlere katılım ve benzer anlaşmalar pazardaki izleme mekanizmasını kolaylaştıran unsurlar arasında yer almaktadır.
- (94) Yatay Kılavuz'da rakipler arasındaki koordinasyonun sürdürülebilirliğinin, bu koordinasyondan sapan teşebbüslere karşı diğer teşebbüsler tarafından uygulanabilecek misilleme mekanizmasının inandırıcılığına bağlı olduğu ve misillemenin, ortak girişimlerin veya diğer işbirliği yapılanmalarının iptal edilmesi ya da ortak kontrol edilen şirketlerdeki payların satılması dâhil pek çok şekilde gerçekleştirilebileceği ifade edilmiştir. Bununla birlikte, koordinasyonun başarılı olabilmesi, koordinasyon dışında kalan teşebbüsler ve potansiyel rakiplerin yanı sıra müşterilerin tepkilerinin koordinasyondan beklenen sonuçları tehlikeye sokmamasına bağlı olacaktır.
- (95) Bir birleşme işlemi sonrasında birleşen tarafların ve rakiplerinin koordinasyonda bulunarak pazar güçlerini arttırmaları olarak tanımlanan koordinasyon doğurucu etkilerin tespit edilmesi bakımından iki önemli gösterge bulunduğunu ifade eden

çalışmalar³⁴ bulunmaktadır. Bu göstergelerden ilki pazarın yapısıdır. Zimni anlaşmaların (veya oligopolistik bağımlılığın) simetrik iki ya da üç teşebbüsün yer aldığı pazarlarda, yani yoğunlaşmanın yüksek olduğu pazarlarda, daha çok ortaya çıkacağı değerlendirilmektedir. İkinci gösterge ise pazarın koordinasyon/anlaşma geçmişidir. Eğer pazarın geçmişinde bir ilişki ağı (ortak girişimler, satın alma ve/veya dağıtım anlaşmaları, çapraz yöneticilik vb.), bilgi değişimi veya zaman içinde şüpheli paralel fiyat hareketleri meydana gelmişse, koordinasyon doğurucu etkilerin meydana gelebileceği düşünülecektir.

- (96) Koordinasyonun etkilerini artıran veya koordinasyon kurulmasını kolaylaştıran etmenler aşağıda başlıklar halinde görülebilecek olan bazı yapısal ve davranışsal faktörler çerçevesinde incelenmektedir. Aşağıda sırasıyla her bir etmenin nasıl koordinasyon doğurucu etkileri artıracığı veya bu etkilerin ortaya çıkmasını kolaylaştıracağı açıklanacaktır. Bu faktörlerin önem bakımından belirli bir hiyerarşiye tabi olduğunu söylemek mümkün olmayıp olay temelli inceleme yapılmaktadır. Komisyonun kararlarında pazara giriş engelleri, teşebbüsleri sayısı, pazardaki yoğunlaşma oranı ve simetrik yapıya görece daha çok önem verdiği, pazarda geçmişte işbirlikçi davranışların bulunmasına ise değerlendirmelerinde daha az önem attığı söylenebilecektir. Teorik olarak ise teşebbüs sayısı, yüksek yoğunlaşma oranı, giriş engellerinin varlığı, alıcı ve satıcılar arasında tekrarlayan etkileşim (pazarın büyük ölçekli ve seyrek alımlardan ibaret olmaması), inovasyon ve belirsizliğin yüksek olmadığı görece durağan pazar koşullarının varlığı ilk etapta önemli olmaktadır. Yapısal bağların varlığı da koordinasyonu kolaylaştıran bir unsurdur. Pazarda simetrinin varlığı, ürünün homojenliği ve pazarda şeffaflığın bulunması faktörlerinin her durumda üçünün de sağlanması gerekmekte, aralarında herhangi bir önem sıralaması yapmak da mümkün görünmemektedir. Bu üç faktörün olayın kendi özellikleri çerçevesinde değerlendirilmesi, aşırı kapasitenin varlığı gibi etkisi belirsiz olan faktörlere ise daha dikkatli yaklaşılması gerekmektedir. Koordinasyon doğurucu etkiler değerlendirilirken önemli nokta pazarın yapısı ve özelliklerinin doğru şekilde anlaşılabilmesidir.
- (97) Teşebbüs Sayısı ve Yoğunlaşma Oranı: Pazardaki teşebbüs sayısı ne kadar az olursa koordinasyonun kurulması o kadar kolay olacaktır. Ayrıca, teşebbüs sayısı az olduğunda koordinasyondan sapmalar daha kolay takip edilebilecektir. Aynı zamanda teşebbüs sayısı az olduğunda, gizli anlaşmadan sapma eğilimi de daha zayıftır çünkü işbirlikçi kârların daha az firma arasında paylaşılması gerekecektir. Önemli rekabet kısıtlamaları uygulayabilen dinamik rakiplerin varlığı, koordinasyon riskini daha az olası hale getirebilir. Genel olarak, birleşme sonrasında pazarda yoğunlaşmanın artmış olması, pazarda çok önemli bir paya sahip iki veya üç firma olması ve aralarında simetri bulunması önemlidir.
- (98) Pazara Giriş Engelleri: Pazara giriş engellerinin yüksek olduğu sektörlerde koordinasyon kurmak daha kolay olacaktır.

³⁴ Bu bölümde Fabra, N. ve Motta, M.; "Assesing Coordinated Effects in Merger Cases", http://nfabra.uc3m.es/wp-content/docs/Coordinated%20effects%20chapter%2011%2029%202016_FINAL.pdf (Erişim Tarihi: 23.10.2020) ve Koordinasyon etkilerini hem teorik açıdan bir derleme yaparak sunan hem de Komisyon'un koordinasyon etkilerini konu alan kararlarını inceleyen bir çalışma olan Lamothe, A. ve Hautbourg, S.; "Mergers and coordinated effects: An overview of EU and national case law", <https://www.concurrences.com/en/bulletin/special-issues/mergers-coordinated-effects/mergers/mergers-and-coordinated-effects-an-overview-of-eu-and-national-case-law> (Erişim Tarihi 23.10.2020) kaynaklarından yararlanılmıştır.

- (99) Simetri: Birbirine yakın seviyede pazar payları, büyüklük ve yakın seviyede maliyet yapıları olan teşebbüslerin çıkarlarının benzermesi de daha olası olacaktır. Teşebbüsler arasındaki üretim kapasitesi, ürünlerinin özellikleri, büyüklük ve üretim maliyetlerindeki farklılıklar asimetriye sebep olur. Teşebbüsler simetrik oldukça, koordinasyon için anlaşmayı zor bulan teşebbüsler de anlaşma yapmaya yanaşacaktır. Bu durumda, tipik olarak düşük maliyetli firma, işbirlikçi anlaşmadan sapmayı daha cazip bulacaktır çünkü herhangi bir fiyatta kâr payı daha yüksek olduğundan, anlaşmadan saparak daha çok kazanacaktır. Bu durum da anlaşmayı zorlaştıracaktır.
- (100) Ürünün Homojenliği: Homojen ürün pazarlarında koordinasyonun koşullarına ilişkin uzlaşmaya varılması daha kolay olacaktır. Pazar tanımı daraltıldıkça ürünlerin homojenliği de artacaktır. Koordinasyon koşullarına uyumun kolaylaşmasını esas sağlayan alıcıların algısı bakımından ürünün homojen niteliğinin önemli olduğu söylenebilecektir. Öte yandan Yatay Kılavuz'da pazarda koordinasyonun fiyatlar üzerinde uzlaşmanın yanı sıra üretimin ya da pazara sunulan yeni kapasitenin kısıtlanması şeklinde de gerçekleşebileceği belirtilmektedir. Bazı yazarlara göre bu fakötürün önemine dikkatli yaklaşmakta fayda bulunmakta, fiyat üzerinde uzlaşmaya varılmasının güç olduğu kabul edilen farklılaştırılmış ürün pazarlarında koordinasyonun pazar ya da müşteri paylaşımı gibi şekillerde de ortaya çıkması riskli olabilmektedir³⁵. Koordinasyonun anılan şekilde ortaya çıkabileceği Yatay Kılavuz'da da belirtilmektedir.
- (101) Alıcı Gücü: Büyük bir alıcı, sık ve düzenli siparişleri planlamak yerine seyrek ve büyük ölçekli alımlar yaparak gizli anlaşmayı bozabilir. Bu anlamda alıcıya etkileşim sıklığını azaltma imkânı veren satın alma gücü, gizli anlaşmayı engellemektedir. Bu gerekçeye uygun olarak, AB Yatay Birleşme Kılavuzu'nda³⁶, “*eğer bir piyasa seyrek, büyük hacimli siparişler ile karakterize edilirse, yeterince ciddi bir caydırıcı mekanizma kurmak zor olabilir.*” ifadesine yer verilmiştir. Dengeleyici alıcı gücü alıcıların dikey entegre olma veya pazara yeni bir girişe finansman sağlama olanağı olması gibi durumlarda daha olası olacaktır.
- (102) Talep Belirsizliği: Eğer bir pazarda talep sürekli değişiyorsa ve bu değişiklikler öngörülemezse, teşebbüsler bir anlaşma kapsamında birbirini denetlemeyi zor bulacaktır. Pazardaki talebin görece durağan olması anlaşmayı kolaylaştıracakken, durağan bir büyüme beklentisi içerisinde ilerleme kaydediyor olmasının da tek başına koordinasyonu ortadan kaldıracağı söylenemeyecektir. Bu kapsamda pazarın yenilikçi olup olmaması da talep bakımından dalgalanmalara sebep olacağından koordinasyonu zorlaştıracaktır. Öte yandan teknolojik gelişmelerin hızı ve etkisine ilişkin bir tahmin yürütmek kimi zaman güç olabilmektedir.
- (103) Şeffaflık: Teşebbüslerin bir anlaşmayı sürdürmesi için birbirlerini denetleyebiliyor olmaları gerekecektir. Bu denetimi etkin hale getiren iki etmen bulunmaktadır: Teşebbüslerin bir sapmayı tespit etmeleri için gereken süre ve sapmanın gerçekten gerçekleşip gerçekleşmediğine ilişkin elde edilen bilgilerin doğruluğu. İzleme, sapmaların tespit edilmesine ne kadar çabuk izin verirse o kadar etkili olacaktır ve bir sapmanın olup olmadığını raporlamada o kadar doğru bilgi verecektir. Şeffaflık, her iki durumda da izlemeyi iyileştireceğinden, anlaşma kurmayı kolaylaştıracaktır. İşlemlerin acılar ve satıcılar arasında iki taraflı ve gizli bir şekilde müzakere edildiği ve düzensiz aralıklarla, üreticiler ve müşteriler arasındaki yoğun görüşmelerin ardından

³⁵ Ross TW and Baziliauskas A (2000), “*Lessening of Competition in Mergers Under the Competition Act: Unilateral and Interdependence Effects*”, Canadian Business Law Journal, Vol 33, pp. 373-426.

³⁶ par. 53.

sözleşmelerin imzalandığı veya tedarikçiler ve alıcılar arasındaki sözleşmelerin sözlü olarak yapıldığı bir pazarda şeffaflığın düşük olabileceği söylenebilecektir. Komisyon kararlarındaki değerlendirmelerde de pazardaki şeffaflığa yönelik değerlendirmelerin önem taşıdığı görülmektedir.

- (104) **Yapısal Bağlar:** Çapraz hissedarlık (kısmi hissedarlık olarak da adlandırılmaktadır), hisseleri alan tarafa bir kontrol hakkı bahşetmediğinden pasif bir yatırım olarak adlandırılmaktadır. Çapraz hissedarlık durumunda bir tarafın anlaşmadan sapması diğerine de zarar vereceğinden, anlaşmanın sürdürülmesi kolaylaşmaktadır. Yatay Kılavuz'da "*çapraz hissedarlıklar ya da ortak girişimler yoluyla bilgi paylaşımları koordinasyona varılmasında yardımcı olan etkenlerdir*" denilmektedir. Öte yandan yapısal bağlar değişik şekillerde ortaya çıkabilmektedir. Kısmi çapraz hissedarlık, birbirine bağlı yönetimler, ortak yöneticiler, bir üçüncü taraf ile kurulan ortaklıklar, arge anlaşmaları, ortak girişimler, stratejik işbirlikleri, ortak sağlayıcılarda hissedarlık gibi şekillerde ortaya çıkabilir. Yapısal bağların etkisi pazarda şeffaflığı arttırmak ya da pazar oyuncularının koordineli davranışlar içinde olmaya yönelik ilave bir teşvik sağlamak olabilir.
- (105) **Aşırı Kapasite:** Teşebbüsler kapasite kısıtı altında olduklarında bu durum pazarın genişliğini etkiler ki bu da teşebbüs anlaşmadan saptığında kendisi için ulaşabileceği pazarın büyüklüğünü gösterir. Bu nedenle, teşebbüslerin kullanılmayan kapasitesi ne kadar büyük olursa, anlaşmadan sapma teşviki de o kadar çok olacaktır. Kapasite etkisi doğrudan belirgin bir faktör olmayıp kimi zaman hareket tarzından sapmaktan güçlü bir caydırıcı olarak koordinasyonu kolaylaştırabilir veya kimi zaman da teşebbüsler arasında güçlü bir asimetriye neden olarak veya rakiplerini koordinasyonu bozma imkanlarını arttırarak koordinasyon ihtimalini zayıflatabilir.
- (106) **Çoklu Pazar İlişkisi:** Gizli anlaşmayı sürdürme olasılığı, aynı şirket kümesinin etkileşim içinde olduğu pazarların sayısına da bağlı olabilir; buna çoklu pazar teması denir. Çoklu pazar teması, etkileşim sıklığındaki artışlarla gizli anlaşmayı kolaylaştırır.
- (107) Koordinasyon doğurucu etkiler bakımından Komisyon'un *Airtours* kararı³⁷ oldukça önemlidir. Söz konusu karar 2002 yılında İlk Derece Mahkemesi (CFI) tarafından iptal edilmiştir. CFI söz konusu kararla, koordinasyon doğurucu etkilerin değerlendirilmesi bakımından genel standartları belirlemiştir. İlk olarak; piyasa, diğer firmaların piyasa davranışlarının izlenmesine izin verecek kadar şeffaf olmalıdır. İkinci olarak, koordinasyon sürdürülebilir olmalıdır, bu da katılımcıların misilleme korkusuyla ayrılmaktan caydırılması gerektiği anlamına gelir. Üçüncü olarak, koordinasyonun faydaları mevcut veya gelecekteki rakiplerin veya müşterilerin eylemleriyle tehlikeye atılmamalıdır. CFI bu üç kriterin kümülatif olarak değerlendirilmesi gerektiğini ve bu koşulların, herhangi bir özel vakanın özel koşullarının "ileriye dönük bir analizini" gerektirdiği, böylece nihai kararın "ikna edici kanıtlara" dayandırılması gerektiğini vurgulamıştır. 2006 yılındaki *Sony-BMG/Impala* kararında³⁸ ise, Komisyon'un işleme izin veren kararını İlk Derece Mahkemesi bozmuş³⁹ ve ABAD daha sonra bu bozma kararını onamamış olsa da Komisyon iki yıl aradan sonra yaptığı ikinci değerlendirmede de işleme tekar izin vermiştir. İlk Derece Mahkemesi kararında yapılan incelemenin olaya özgü olması ve sağlam kanıtlarla desteklenmesi gerektiğini, ancak aynı zamanda geleceğe yönelik olması ve geçmiş piyasa davranışlarının analiziyle sınırlı olmaması gerektiğini vurgulamıştır. Mahkeme en çok

³⁷ Case T-342/99 *Airtours v Commission*, Judgement of the Court of First Instance, 06.06.2002.

³⁸ Case COMP/m.3333-Sony/BMG.

³⁹ Court of First Instance, *Independent Music Publishers and Labels Association v Commission*, Case T-464/04

kararın pazarda şeffaflığın olmadığı tespitine ulaşmak için yetersiz gerekçelere dayanmasını eleştirmiştir.

(108) Koordinasyon doğurucu etkileri ele alan Kurul kararlarına bakıldığında ise Kurulun 31.05.2018 tarihli ve 18-17,7316-156 sayılı kararında, dosya konusu işlem ve yaş maya pazarının özellikleri incelenmiş, bu çerçevede;

- Pazarda sınırlı sayıda oyuncu bulunduğu,
- Anlamlı bir ithalat ihtimalinin bulunmadığı,
- Pazarın çoğunluğunun birleşik teşebbüs ile en büyük rakibi arasında neredeyse eşit olarak bölüneceği bir yapı olacağı, geriye kalan tek rakibin payının oldukça az olacağı ve rakibin kapasite kısıtı altında olduğu,
- Yaş maya pazarında ürün farklılaştırmasının söz konusu olmadığını, ürünün homojen olduğu ve fiyatın en önemli rekabet unsuru olduğu,
- Pazarda yüksek giriş engellerinin bulunduğu

sonuçlarına ulaşılmış ve bu kapsamda söz konusu işlemin rakipler arasındaki iletişimi kolaylaştıracağı ve pazarın koordinasyona daha uygun hale geleceği değerlendirilmiştir.

(109) Bununla birlikte, yoğunlaşma sonrasında olası bir koordinasyonun sürdürülebilirliğine ilişkin olarak, mezkûr kararda;

- Yaş maya pazarının şeffaf olduğu,
- Talebin istikrarlı olduğu,
- Teşebbüslerin distribütörleri aracılığıyla haftalık bazda pazarı gözlemlediği

gerekçeleriyle teşebbüslerin pazarı kolayca izleyebileceği, dolayısıyla koordinasyona dahil olan teşebbüslerin koordinasyondan sapan herhangi bir teşebbüse hızla tepki verebileceği, bununla birlikte, müşteri sayısının fazla olduğu ve alıcı gücünün bulunmadığı, dolayısıyla alıcı gücünün herhangi bir potansiyel koordinasyonu engellemeyeceği sonucuna ulaşılmıştır.

(110) Koordinasyon doğurucu etkilerin değerlendirildiği bir başka karar ise, Kurulun 08.05.2018 tarih ve 18-14/267-129 sayılı Mardaş Marmara Deniz İşletmeciliği A.Ş.'nin Arkas Holding'in kontrolünde olan Limar Liman ve Gemi İşletmeleri A.Ş. tarafından devralınmasına ilişkin karardır. Kararda işlem sonrasında teşebbüsler arasında oluşacak çapraz hissedarlıklar ile pazarın %82'lik payına sahip olma durumu değerlendirilmiş ve teşebbüsler arasında gerçekleşebilecek rekabete hassas bilgi değişiminin önlenmesi için getirilen belirli taahhütlerle devralma işlemine izin verilmiştir.

(111) Kurulun 20.12.2005 tarihli ve 05-86/1187-339 sayılı kararında da çimento pazarında gerçekleşen bir devralma işlemi incelenmiş, bu çerçevede;

- Pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerin pazar paylarının birbirinden farklılaştığı, dolayısıyla pazarın asimetrik olduğu,
- Pazarda işlem öncesinde yüksek yoğunlaşma olduğu, işlemin gerçekleşmesiyle yoğunlaşma seviyesinin değişmeyeceği,
- Devralma işleminin rekabetçi açıdan pazara olumsuz etkisinin olmayacağı

sonuçlarına ulaşılmıştır.

(112) Kurulun 22.03.2007 tarihli ve 07-27/252-87 sayılı kararında, dosya konusu devralma işlemi ve çimento pazarının özellikleri incelenmiş, bu çerçevede;

- Pazarda koordinasyon riski oluşmasına neden olabilecek teşebbüsün tasfiye aşamasında olduğu,
- Pazarda faaliyet gösteren rekabet gücü yüksek rakiplerin bulunduğu,
- İşlem taraflarının pazar payı açısından hakim durumda olmadıkları,

sonuçlarına ulaşılmış ve bu kapsamda söz konusu işlemin hakim durum yaratılmasına veya mevcut hakim durumun güçlendirilmesine ve böylece ilgili pazarda rekabetin önemli ölçüde azaltılmasına neden olmadığı değerlendirilmiştir.

G.5.3.2. İşlemin İlgili Pazarlardaki Etkilerinin Değerlendirilmesi

(113) Dosya kapsamında tanımlanan ilgili ürün pazarları dikkate alınarak bildirim konusu işlemin olası etkileri (i) İşlemin Binek Otomobillerin Üretimi ve Satışı Pazarına Etkileri ve (ii) İşlemin Hafif Ticari Araçların Üretimi ve Satışı Pazarına Etkileri şeklinde iki başlık altında aşağıda değerlendirilecektir. Bununla birlikte, her iki başlık için ortak değerlendirmeleri içeren giriş engelleri bölümü aşağıda öncelikle verilecek olup ardından "İşlemin Binek Otomobillerin Üretimi ve Satışı Pazarına Etkileri" adlı başlığa geçilecektir.

G.5.3.2.1. Giriş Engelleri⁴⁰

(114) Yatay Kılavuz'a göre bir pazara giriş yeterince kolay ise, bu pazardaki birleşme işlemlerinin rekabeti sınırlayıcı etkiler doğurma riski az olacaktır. Dolayısıyla, girişlerin analiz edilmesi rekabet değerlendirmesinin en önemli unsurlarından biridir. Piyasaya girişlerin birleşme işlemine taraf olan teşebbüsler üzerinde rekabetçi baskı oluşturabilmeleri için gerçekleşmelerinin muhtemel, zamanında ve yeterli düzeyde olması gerekmektedir.

(115) Yatay Kılavuz'da pazara giriş engellerinin farklı şekillerde ortaya çıkabileceği belirtilmiştir:

"(a) Bazı hukuki giriş engelleri söz konusu olabilir. Örneğin, herhangi bir düzenleyici otorite piyasada faaliyet göstermek için gerekli olan lisans sayısını, dolayısıyla piyasadaki oyuncu sayısını sınırlandırmış olabilir. Hukuki giriş engelleri ayrıca tarife ve tarife dışı gümrük engelleri şeklinde de ortaya çıkabilir.

(b) Piyasada yerleşik olan teşebbüsler bazı zorunlu unsurlara, doğal kaynaklara, yenilik ve Ar-Ge'ye ya da fikri mülkiyet haklarına sahip olmak suretiyle piyasaya girecek olan yeni teşebbüsler karşısında teknolojik avantaja sahip olabilirler. Örneğin, bazı sektörlerde zorunlu girdi malzemelerine erişim zor olabilir ya da fikri mülkiyet hakları veya prosedürleri koruyor olabilir. Ayrıca, ölçek veya kapsam ekonomileri, dağıtım ve satış ağları ya da önemli teknolojilere ulaşımında kısıtlamalar diğer giriş engeli biçimleridir.

(c) Ayrıca, yerleşik bir teşebbüsün piyasadaki mevcut pozisyonu da bir giriş engeli oluşturabilir. Örneğin, deneyim ve itibarın önemli olduğu ve bunları piyasaya yeni giren teşebbüsün elde etmesinin kolay olmadığı piyasalara da yeni teşebbüslerin girmesi kolay olmayacaktır. Bu bağlamda, belirli bir markaya olan müşteri sadakati, mevcut

⁴⁰ Bu bölümün hazırlanmasında aşağıdaki kaynaklardan yararlanılmıştır (Erişim Tarihi: 22.02.2021):
<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/dk/pdf/DK-2018/02/kpmg-global-automotive-executive-survey-2016.pdf>
<http://php.scripts.psu.edu/users/l/a/law5039/assign5.html>
<https://www.quora.com/What-are-the-typical-barriers-to-entry-in-the-automobile-industry>

sağlayıcılar ile müşteriler arasındaki sıkı ilişkiler, promosyon ve reklamın önemi ile bir teşebbüsün itibarını etkileyebilecek diğer unsurlar değerlendirmeye alınabilir. Giriş engelleri ayrıca yerleşik teşebbüslerin büyük miktarlarda bir atıl kapasiteyi kısa bir sürede kullanıma sokma kabiliyetine sahip oldukları durumlarda ya da müşterilerin yeni bir sağlayıcıya geçtiklerinde önemli bir maliyete katlanmak zorunda kaldıkları durumlarda da söz konusu olabilecektir.”

- (116) Bu kapsamda ilgili ürün pazarlarındaki giriş engellerinin incelenmesinin faydalı olabileceği değerlendirilmektedir.
- (117) Otomotiv üretimi bakımından en önemli giriş engeli yüksek sermaye gereksinimidir. Üretim tesisleri, hammadde ve işçiler gibi üretim açısından temel girdiler çok yüksek sermaye gerektirmektedir. Bu durum aynı zamanda yüksek batık maliyet anlamına da gelmektedir. Bunun yanında, sektörün ayrılmaz bir parçası olarak görülen ve rekabet için çok önemli bir yer teşkil eden hususlardan biri Ar-Ge harcamalarıdır. Teşebbüsler yeni teknolojiler sayesinde hem kaliteyi artırmayı hem de üretim maliyetlerini düşürmeyi amaçlamaktadır. Bu nedenle Ar-Ge bölümleri otomotiv sektörü açısından çok önemlidir ve bu çalışmalar da önemli bir sermaye gerektirmektedir. Ayrıca, otomotiv sektöründe endüstrinin doğası gereği, üreticiler ölçek ekonomisinden fayda elde edebilmelidir. Bu faydayı elde edebilmek ve aynı zamanda ürettikleri araçları müşteriler için uygun fiyatlı hale getirebilmek amacıyla üreticilerin seri üretim kabiliyetine sahip olmaları gerekmektedir. Bu, pazara yeni girmek isteyen bir teşebbüs için önemli bir engel olabilmektedir. Otomotiv sektöründe bir diğer pazara giriş engeli de dağıtım kanallarına erişimle ilgilidir. Dağıtım araçları için alan sınırlı olduğundan, sektördeki yeni bir şirketin dağıtım aracı bulması ve iyi bir dağıtım sistemi kurması bazen zor olabilmektedir.
- (118) Otomotiv sektörünün hayli regüle edilmiş bir sektör olması da bir giriş engeli yaratabilmektedir. Emisyon, güvenlik sistemleri, yakıt etkinliği vb. alanlardaki düzenlemeleri karşılayabilmek teşebbüsler bakımından caydırıcı nitelikte olabilmektedir.
- (119) Yatay Kılavuz'da deneyim ve itibarın önemli olduğu ve piyasaya yeni giren teşebbüsün bunları elde etmesinin kolay olmadığı piyasalara yeni teşebbüslerin girmesinin kolay olmayacağı belirtilmektedir. Bu açıdan bakıldığında, otomotiv sektörü için güvenlik, güvenilirlik ve dayanıklılık konuları büyük önem taşımaktadır. Keza, alıcılar bir marka ve modele ilişkin izlenimlerini üreticinin bu konulardaki önceki performansına dayandırmaktadır. Bu durum ise, yeni bir katılımcının pazarda tutunabilmesi ve pazardaki teşebbüslerle etkin bir şekilde rekabet edebilmesi için bu özelliklere sahip olmasını gerekli kılmaktadır. Ancak otomotiv sektöründe faaliyet gösterebilmek için gerekli olan teknik uzmanlığın elde edilmesi ve müşterilerin gözünde pazarda kabul görmesi için pazara yeni girecek teşebbüs belli bir zamana ihtiyaç duyacaktır. Sonuç olarak, dosyada incelenen ilgili ürün pazarları pazara giriş engelleri açısından değerlendirildiğinde giriş engellerinin yüksek olduğu pazarlar olarak nitelendirilebilecektir.
- (120) Son olarak, yeni teknolojilerin otomotiv sektöründe önem kazanmasıyla, bu alanda faaliyet gösteren ancak geleneksel anlamda araç üretimi yapmayan teşebbüslerin pazara girmesinin muhtemel olduğu değerlendirilmektedir. Ancak bu söz konusu teknolojik değişimin zamanlaması, hangi dinamikler çerçevesinde gerçekleşeceği vb konuların henüz belirsizliğini koruduğu ve olası etkin girişlerin ancak orta-uzun vadede gerçekleşebileceği belirtilmelidir. Bu çerçevede birleşme işlemine taraf olan teşebbüsler üzerinde rekabetçi baskı oluşturabilmeleri için piyasaya girişlerin

gerçekleşmelerinin muhtemel, zamanında⁴¹ ve yeterli düzeyde olması gerektiğinden, söz konusu dönüşümün piyasaya girişlere uzun vadedeki etkileri, yapılan değerlendirmeleri etkilememektedir.

G.5.3.3. İşlemin Binek Otomobillerin Üretimi ve Satışı Pazarına Etkileri

- (121) Binek otomobillerin üretimi ve satışı pazarında işlem sonrası oluşabilecek etkilerin öncelikli olarak işlem taraflarının ve rakiplerinin bu pazardaki payları çerçevesinde ele alınmalıdır. Bu kapsamda aşağıdaki tabloda ilk olarak ODD verilerine göre, binek otomobillerin üretimi ve satışı pazarında teşebbüslerin son dört yılda sahip oldukları pazar paylarına yer verilmektedir:

Tablo-6: ODD Segmentasyonuna Dayalı Binek Otomobillerin Üretimi ve Satışında 2017-2019/9 Dönemi Pazar Payları (Toplam Satış Adedi ve Toplam Satış Geliri (TL) Bakımından, %)

Teşebbüs	2017		2018		2019		2020 (İlk 9 Ay)	
	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri
FCA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FCA+PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MAIS-RENAULT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-VW	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOYOTA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-AUDI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BORUSAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
YÜCE AUTO-SKODA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERCEDES	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HYUNDAI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HONDA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FORD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
NISSAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ÇELİK-KIA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
VOLVO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-SEAT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SUZUKI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BORUSAN-MINI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-PORSCHE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-Lamborghini	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-BENTLEY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler baz alınarak hesaplanmıştır.

⁴¹ Yatay Kılavuz'a göre girişler normal olarak iki yıl içerisinde hayata geçirilebiliyorsa zamanında gerçekleştiğinden bahsedilebilecektir.

- (122) Tablodan görülebileceği üzere, binek otomobillerin üretimi ve satışı pazarında FCA ve PSA'nın pazar payı toplamda %(.) ilâ %(.) arasında değişmektedir. Öte yandan, birleşik teşebbüsün pazarda Renault, Volkswagen, Toyota ve Honda gibi çok sayıda önemli rakibinin bulunduğu görülmektedir. Bu bağlamda, Ön İnceleme Raporu'nda birleşme sonrasında birleşik teşebbüsün pazar paylarının çok yüksek seviyelerde olmaması ve pazardaki diğer teşebbüslerin sayıları ve güçleri dikkate alınarak birleşmenin binek araçların üretimi ve satışı pazarı bakımından rekabetçi bir endişeye neden olmayacağı değerlendirilmiştir.
- (123) Aşağıdaki tabloda ise HHI endeksine dayalı yoğunlaşma oranları sunulmaktadır. Tabloda verilen HHI değerleri binek araçların Türkiye'de satışını yapan teşebbüslerin ekonomik bütünlüğü de dikkate alınmak suretiyle hesaplanmıştır. Bu hesaplamada, Alfa Romeo, Chrysler, Fiat ve Jeep markalı araçlar FCA Grubu; Peugeot, Citroen, DS ve Opel markalı araçlar PSA Grubu; Audi, Porsche, VW, Bentley, Lamborghini markalı araçlar DOĞUŞ Grubu; BMW ve Mini Cooper markalı araçlar BORUSAN Grubu; Renault ve Dacia markalı araçlar MAIS Grubu içerisinde dikkate alınmıştır. Bahse konu tablo şu şekildedir:

Tablo-7: Binek Otomobillerde Toplam Satış Adedi ve Toplam Satış Geliri (TL) Bakımından 2017-2019/9 Dönemi HHI Değerleri⁴²

HHI	2017		2018		2019		2020 (İlk 9 ay)	
	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri
İşlem Öncesi	1230	1096	1127	999	1201	982	1251	1059
İşlem Sonrası	1445	1221	1337	1126	1615	1241	1710	1354
Değişim	216	125	210	126	413	259	459	295

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler baz alınarak hesaplanmıştır.

- (124) Yatay Kılavuz'a göre birleşme sonrası pazardaki HHI endeksi 1.000 ile 2.000 arasında olan ve işlem neticesinde HHI endeksindeki değişim 250'nin altında kalan işlemlerde istisnalar hariç olmak üzere rekabetçi kaygılar oluşması ihtimali düşüktür. İlgili istisnalar mevcut dosya bakımından bu pazar özelinde mevcut olmamakla birlikte, birleşmeyle birlikte HHI oranındaki değişimin 2019 ve 2020 yılları temel alındığında 250'nin üzerinde olduğu görülmektedir. Bu çerçevede binek otomobil üretim ve satışı pazarı bakımından incelemenin tek taraflı etkiler bakımından derinleştirilmesinde fayda görülmektedir.
- (125) İşlemin etkileri tarafların faaliyet gösterdiği alt segmentler bakımından dosya kapsamında incelenecektir. Tarafların her birinin 2019'da Türkiye'de faaliyet gösterdiği segmentler aşağıda gösterilmektedir:

Tablo-8: FCA ve PSA'nın 2019'da Türkiye'de Faaliyet Gösterdiği Binek Araç Pazarı Segmentleri

Taraf	A	B	C	D	E	F	S	M	J
FCA	Evet	Hayır	Evet	Evet	Evet	Hayır	Evet	Evet	Evet

⁴² HHI değerlerinin hesaplanmasında markaların dünya genelindeki ekonomik bütünlüğünün dikkate alınması halinde, bir başka deyişle, FCA ve PSA Grubu aynı kalmak üzere, Audi, Porsche, VW, Skoda ve Bentley markalı araçların VW Grubu; Nissan, Renault, Dacia markalı araçların Nissan-Renault-Mitsubishi Grubu; BMW ve Mini Cooper markalı araçların BMW Grubu; Kia ve Hyundai markalı araçların KIA-HYUNDAI Grubu içerisinde dikkate alınması durumunda, işlem sonrasında HHI değerleri, satış adedi ve satış geliri bakımından sırasıyla 2017 yılında, işlem öncesine göre değişimi 216 ve 125 olmak üzere, 1.792 ve 1.596; 2018 yılında, işlem öncesine göre değişimi 210 ve 126 olmak üzere, 1.717 ve 1.566; 2019 yılında, işlem öncesine göre değişimi 413 ve 259 olmak üzere, 1.859 ve 1.617; 2020/9 yılında, işlem öncesine göre değişimi 459 ve 295 olmak üzere, 1.945 ve 1.654 olmaktadır.

PSA	Hayır	Evet	Evet	Evet	Hayır	Hayır	Hayır	Evet	Evet
Kaynak: Taraflardan gelen bilgiler.									

- (126) Bu çerçevede işlem taraflarının faaliyetlerinin çakıştığı C segment, D segment, M segment ve J segment özelinde de ayrıca incelenecektir. İşlemin etkilerini segmentler özelinde incelerken segmentlerin birbiri üzerindeki rekabetçi baskılarının da değerlendirmede dikkate alınabilmesi bakımından aşağıda öncelikle binek otomobil üretim ve satışı pazarı segmentler arası rekabet baskısı bakımından ele alınacaktır.

G.5.3.3.1. Segmentler Arası Rekabet Baskısı

- (127) Bildirim konusu işlem neticesinde pazarda oluşacak yeni durumda da tarafların hala rakipleri tarafından rekabetçi baskıya maruz kalması işlemin rekabetin önemli derecede azaltılmaması bakımından önemli bir gösterge olacaktır. Bu doğrultuda, segmentler arası rekabet baskısının incelenmesinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir. Nihai inceleme sürecinde sektörde yer alan oyuncuların segmentler arası rekabetçi baskıya yönelik olarak bilgiler talep edilmiştir. Aşağıda sektör oyuncularının binek araçlar (özellikle C, M ve J segmentleri) bakımından segmentler arası rekabetçi baskıya yönelik görüşlerine yer verilecektir.
- (128) Rakiplerden elde edilen bilgilerde segmentler arası geçişlerin olduğunun açıkça belirtildiği görülmektedir. Binek araçlar pazarı bakımından genel olarak bir alt ve bir üst segmentte yer alan araçların yakın rakip görüldüğü, örneğin C segmenti bakımından özellikle B ve D segmentinin, kimi modeller bakımından da J ve M segmentinin ilave rekabet baskısı oluşturabildiği belirtilmiştir. Bununla birlikte, J segmentinin kendi içerisindeki alt segmentleri (B-SUV; C-SUV; D-SUV) bağlamında yine B, C ve D segment araçlara alternatif teşkil edebileceği, özellikle söz konusu segmentlerde yer alan *station wagon* gövde tipinin J segmentine alternatif olabileceği ifade edilmiştir. Tüketicilerin, fiyat aralıklarına bakarak örnek olarak B segmentinde üst donanımlı bir aracı, C segmentinde orta donanımlı bir aracı veya J segmentinde orta donanımlı bir aracı tercih edebildiği, bu bakımdan seçenek sayısının fazla olduğu belirtilmiştir.
- (129) YÜCE AUTO tarafından dünyadaki trendlere paralel olarak tüketici talepleri doğrultusunda satış adetlerinde segmentler arasında geçişler olduğunun gözlemlendiği belirtilmiş ve SUV segmentinin göstermiş olduğu büyümenin buna en iyi örnek olduğu, söz konusu büyümenin B segmentinin toplam pazar payının azalmasıyla ortaya çıktığının gözlemlendiği, daha detaylı yapılacak bir inceleme sonucunda B segmentindeki genel daralmada en yüksek etkenin, B segment içerisindeki sedan gövdeli araçların pazar payının düşmesi olduğu, ancak bu durumun B sedan müşterilerin SUV modelleri tercih ettiği yönünde bir algı oluşturmaması gerektiği, keza B segmentin fiyat ve ürün pozisyonlaması bakımından düşük ve kolay erişilebilir olduğu ve B sedan müşterileri için SUV modellerin tamamının kolay erişilebilir olduğunun söylenemeyeceği belirtilmiştir. Bu etkinin daha çok B'den C'ye; C sedandan ise SUV'a bir talep kayması şeklinde gerçekleştiğinin düşünüldüğü, keza daralan B sedan araç pazarına karşılık C segmentindeki sedan araçların toplam pazar paylarının arttığı ifade edilmiş ve SUV sınıfının büyümesinin özellikle B ve C segmentindeki *hatchback* gövde tipine sahip modellerin satışlarının daralması sonucu ortaya çıktığının düşünüldüğü ifade edilmiştir. Teşebbüslerin çoğunluğu tarafından da genel olarak J (SUV) segmentine bir talep kayması olduğu ve J segmentinin toplam binek pazarı içerisinde aldığı payı son yıllarda arttırdığı ifade edilmiştir.

- (130) Teşebbüslerin tamamı tarafından M (MPV) segmentinde yer alan araçların J (SUV) segmenti ile benzer özellikler gösteren araçlar olduğu, M ve J segmentlerinin aynı müşteri ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri nedeniyle ikame edilebilir nitelikte olduğu dile getirilmiştir. M ve J segmentleri arasında talebin yanı sıra arz bakımından da önemli ölçüde ikame edilebilirlik olduğu ifade edilmiştir. M segmentine olan talebin giderek tek yönlü bir şekilde J segmentine kaydığı, M segmentinin daralma ve talepte düşüş trendinde olduğu ve son yıllarda toplam binek otomobil satışlarının sadece yaklaşık %1'ini oluşturduğu ifade edilmiştir. M segmentinin; B, C ve D segmentinde yer alan *station wagon* gövde tipli araçlardan ve CDV (*car derived van*) kategorisindeki binek araçlardan da rekabetçi baskı görebildiğini belirtenler olmuştur. 30.08.2020 tarihinde ÖTV oranlarına ilişkin yapılan son düzenleme sonrasında pazardaki talebin motor silindir hacmi yüksek araçların yer aldığı segmentlerden motor silindir hacmi düşük kalan araçların yer aldığı segmentlere kaymasının beklendiği de verilen görüşler arasındadır.
- (131) Yukarıda yer verilen görüşler dikkate alınarak aşağıdaki tabloda alt segmentlerin toplam binek otomobil pazarından aldığı payların yıllar içerisindeki değişimi incelenmiştir:

Tablo-9: ODD Segmentasyonuna Dayalı Segmentlerin Toplam Binek Otomobillerin Üretimi ve Satışı Pazarındaki Payı (%)

Segment	2017		2018		2019		2020 (İlk 9 Ay)	
	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri
A	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
B	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
C	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
D	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
E	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
F	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
M	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
S	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
J	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden gelen bilgiler.

- (132) 2017 - 2020/9 yılları arasında A, F ve S segmentlerinin aldıkları payın oldukça sınırlı düzeyde olduğu görülmektedir. E segmenti de toplam içerisinde yaklaşık olarak %(.....) oranlarında pay almaktadır. M segmenti de sınırlı pay alan segmentler içerisinde olup, küçülme eğiliminde olduğu görülmektedir. 2020 yılının ilk 9 ayında M segmentinin aldığı pay %(.....) ile sınırlıdır. B segmentinin aldığı payın düşüş eğiliminde olduğu, nitekim B segmenti 2017 yılında yaklaşık %(.....) seviyelerinde pay alırken, bu payın her yıl kademeli olarak azalarak 2020 yılının ilk 9 ayında %(.....)'e düştüğü görülmektedir.
- (133) Geriye kalan iki segmentin ise 2020/9 yılı itibarıyla pazarın önemli bir kısmına sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bu segmentlerden biri olan C segmenti satış adedi bazında %(.....) seviyelerinde paya sahip olup bu payını ilgili yıllarda korumaktadır. J segmentinde ise önemli bir genişleme trendinde olduğu, satış adedi bakımından 2017 yılında %(.....) oranındaki payının, 2020 yılında ilk 9 ay itibarıyla %(.....)'e ulaştığı görülmektedir. Bu çerçevede, binek otomobil pazarının alt segmentleri bakımından, taraflar ve rakip ürünlerin distribütörleri tarafından sunulan görüşler paralelinde

değişimler yukarıdaki tablodan da görülebilmektedir. Bu bakımdan, segmentlere yönelik tüketici talebinin dinamik bir yapı sergilediği, bir başka deyişle talebin değişkenliği nedeniyle segmentlerin toplam pazardan aldığı payların yıllar içerisinde değişim gösterebildiği söylenebilecektir.

G.5.3.3.2. Pazara Giriş Çıkış Yapan Modeller ve Teşebbüslerin Ürünlerini Yeniden Konumlandırma İmkanları

- (134) Dosya kapsamında teşebbüslerden ayrıca B, C, D, M ve J segmentleri bakımından son 4 yılda pazardan tamamen çıkan modeller, pazara yeni giriş yapmış modeller ve 2020 yılı sonrasında pazardan çıkması veya pazara girmesi beklenen modellere ilişkin bilgi talep edilmiştir. Aşağıdaki tabloda öncelikle 2017-2020 yıllarında pazardan çıkan ve 2020 yılı sonrası çıkması planlanan modeller listelenmiştir.

Tablo-10: 2017-2020 Arasında Pazardan Tamamen Çıkan ve 2020 Yılı Sonrası Çıkması Planlanan Modeller (B, C, D, M ve J Segmentleri Bakımından)

Segment	Distribütör	Model	Tarih
B	MERCEDES	(.....)	(.....)
	SUZUKİ	Baleno	Ekim 2019
	TOFAŞ	Fiat Punto	2018
		Fiat Linea	2018
	DOĞUŞ	Seat Toledo	29.12.2017
	HYUNDAİ	Accent	Ekim 2019
	YÜCE AUTO	Skoda Rapid Sedan	30.06.2019
Skoda Rapid Spaceback		31.03.2019	
C	BORUSAN	(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)
	PSA	Opel Astra Sedan	Ekim 2020
	DOĞUŞ	Volkswagen Scirocco	1.12.2017
		Volkswagen The Beettle	7.12.2018
		Volkswagen Jetta	1.11.2018
	HONDA	(.....)	(.....)
	HYUNDAİ	İ30	Ekim 2019
		Ioniq Hibrit	Şubat 2019
	MAİS	Renault Megan HB	Ağustos 2020
	NİSSAN	Pulsar	28.03.2019
	TOFAŞ	Fiat 124	2018
	TOYOTA	Auris	Eylül 2019
VOLVO	V40	Aralık 2019	
	V40 Cross Country	Eylül 2019	
D	DOĞUŞ	Volkswagen Passat cc	4.12.2017
	TOFAŞ	Alfa Romeo 4c	2018
	TOYOTA	Avensis	Ocak 2019
	VOLVO	V60	Mayıs 2017
M	FORD	C-MAX	Temmuz 2020
	PSA	Citroen C4 SpaceTourer (5 koltuklu)	Ekim 2020
		(.....)	(.....)
	MAİS	(.....)	(.....)
		Dacia Logan MCV	Eylül 2020
TOYOTA	Verso	Eylül 2018	
J	FORD	Edge	Ekim 2020
	MAİS	Renault Captur	Aralık 2019
	YÜCE AUTO	Yeti	30.07.2017

Kaynak: Distribütörlerin Cevabi Yazıları.

- (135) Tabloya bakıldığında, 2020 yılına kadar son üç yılda en çok C segmentte yer alan araçların satışının durdurulduğu, bu segmenti B segmentin takip ettiği görülmektedir.

M segmenti hacim olarak oldukça küçük bir segment olmasına rağmen görece fazla sayıda modelinin satışının durdurulduğu veya durdurulmasının planlandığı görülmektedir.

- (136) Aşağıda son dört yılda pazara sunulmuş B, C, D, M ve J segment yeni model araçların listesine yer verilmiştir. Mevcut modellerin yeni kasalarının ya da donanımlarının da bu süre içerisinde pazara giriş yaptığı teşebbüslerce belirtilmiş olup ilgili dönemin dört yılı kapsamı nedeniyle yeni kasa ve donanımlarının sayısı fazla olduğundan ilgili tabloda sadece bütünüyle yeni giriş yapmış modellere yer verilmiştir:

Tablo-11: 2017 - 2020 Pazara Yeni Giriş Yapmış Modeller (B, C, D, M ve J Segmentleri Bakımından)

Segment	Distribütör	2017-2020 Pazara Giren Model	Pazara Giriş Tarihi
C	YÜCE AUTO	Skoda Scala	30.06.2020
	MERCEDES	A-Serisi Sedan	Mayıs 2019
	HYUNDAI	İoniq Hibrit	Haziran 2017
	DOĞUŞ	Volkswagen Arteon	12.06.2017
J	ÇELİK MOTOR	Stonic	Ağustos 2018
		Xceed	Aralık 2019
		Niro	Mayıs 2017
	DOĞUŞ	Seat Arona	27.11.2017
		Volkswagen T-ROC	11.02.2019
		Volkswagen Tiguan Allspace	29.11.2017
	MERCEDES	GLB	Mayıs 2020
	TOFAŞ	Alfa Romeo Stelvio	2017
	VOLVO	XC40	Mart 2018
		XC60	Aralık 2017
	YÜCE AUTO	Kamıq	16.07.2020
		Karoq	26.02.2018
		Kodiaq	30.04.2017
	MAİS	Dacia Duster	Mart 2018
	FORD	Ecosport	Şubat 2018
		Puma	Temmuz 2020
HYUNDAI	Kona	Nisan 2018	

Kaynak: Distribütörlerin Cevabi Yazıları.

- (137) Yukarıdaki tabloya bakıldığında son dört yıl içerisinde pazara en çok J segment araçlar bakımından yeni modeller sunulmuş olduğu, bu segmenti C segmentinin takip ettiği görülmektedir. Aşağıdaki tabloda ise 2020 yılı sonrasında pazara girmesi planlandığı distribütörlerce belirtilen modellere yer verilmiştir. Aşağıdaki tablo bütünüyle yeni giriş yapacak modellerin yanı sıra mevcut modellerin yeni donanım veya kasalarına ilişkin de bilgi içermektedir.

Tablo-12: 2020 Sonrasında Pazara Yeni Girecek Modeller (B, C, D, M ve J Segmentleri)⁴³

Segment	Distribütör	Model	Tarih
B	BORUSAN	(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)
	HONDA	(.....)	(.....)
	MAİS	(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)
C	DOĞUŞ	(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)
	BORUSAN	(.....)	(.....)
	BORUSAN	(.....)	(.....)
	HONDA	(.....)	(.....)
	NİSSAN	(.....)	(.....)
D	BORUSAN	(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)
J	ÇELİK	(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)
	DOĞUŞ	(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)
	HYUNDAİ	(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)
	MAİS	(.....)	(.....)
	MERCEDES	(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)
	TOFAŞ	(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)
		(.....)	(.....)
VOLVO	(.....)	(.....)	

(138) Yukarıda yer verilen tabloya bakıldığında, önümüzdeki dönemde de en çok J segmentinde aracın pazara sürüleceği görülmekte olup, bu durum J segmentinin büyümeye devam edeceği yönündeki görüşü destekler niteliktedir. Öte yandan hem

⁴³ Bütünüyle yeni giriş yapacak olan modeller tabloda italik yazılmıştır.

yeni modeller hem de mevcut modellerin yeni versiyonlarında elektrikli ya da hybrid araçların da piyasaya sürülmesinin planlandığı görülmektedir. “Sektöre İlişkin Bilgiler” başlığı altında binek araçlar bakımından elektrikli binek araçlardan alınan en yüksek ÖTV oranının %15 ile sınırlı olmasının bir vergi avantajı sağlayabileceği dikkate alındığında motor teknolojisi dönüşümünün etkilerinin binek araçlarda görece daha hızlı ortaya çıkabilme ihtimalinin bulunduğu da belirtilmelidir.

- (139) Bu çerçevede bir önceki bölümde yer verildiği üzere binek otomobil pazarında zaman içerisinde segmentler arasında talep kayması yaşanması ile birlikte teşebbüslerin de çeşitli segmentlerde yer alan belirli modellerini pazardan çıkarabildikleri ya da yeni modelleri pazara sürebildikleri görülmektedir.
- (140) Yatay Kılavuz’a göre farklılaştırılmış ürünlerin bulunduğu bazı pazarlarda, teşebbüslerin ürünlerini yeniden konumlandırmaları ya da ürün yelpazelerini genişletmeleri görece kolay ve daha az maliyetlidir. Birleşik teşebbüsün ya da rakiplerin ürünlerini yeniden konumlandırmaları ya da ürün hatlarını genişletmelerinin birleşik teşebbüsün fiyatları artırmasına nasıl etki edebileceği incelenmelidir.
- (141) “İlgili Ürün Pazarı” bölümünde, binek araçlar pazarında rakiplerce, binek araç üreticilerinin genel itibarıyla aynı anda farklı segmentlerde ve gövde tiplerinde araçların üretimini yaptığı ve pazara birden fazla araç sunduğu, dolayısıyla arz ikamesinin mümkün olduğu, bu kapsamda bir araç üretiminden benzer boyutlarda başka segmentte bir aracın üretimine geçilmesi, üretim hattı güncellemelerini gerektirse de yine de sıfırdan bir model yaratmaktan daha kısa süreceği ifade edilmiştir. FORD tarafından örnek olarak C segment ile C-SUV segment aracın alt yapısı baz alınarak üst yapıda yapılacak tasarımsal değişiklikler ile birbirine geçiş imkanı bulunduğu belirtilmiştir.
- (142) Teşebbüslere sorulan sorulara verilen cevaplarda mevcut modellere ilişkin ürün yeniden konumlandırmasının yeni modellerin piyasaya sürülmesi haricinde belirli bir modelin donanımlarının değiştirilerek piyasaya sürülmesiyle de yapılabildiği görülmüştür. Söz konusu yeniden konumlandırmasının, MAİS tarafından satışa sunulan Megane Joy modeli örneğinde olduğu gibi donanım sadeleştirme yoluyla düşük fiyatlı ürünlerle rekabet eden fiyat seviyelerine ulaşma şeklinde de yapılabildiği gözlemlenmektedir. Geçmiş uygulamalara bakıldığında, kimi zaman da teşebbüslerin modelin kullanıcılarına yaptıkları anketlerle en çok tercih edilen donanım özelliklerini belirleyerek daha düşük fiyatlı ve donanımlı model konumlandırmaları yapabildikleri görülmektedir.

G.5.3.3.3. C Segmentine Yönelik Değerlendirmeler

- (143) Binek araçlar kendi içerisinde A, B, C, D, E, F, S, M ve J olmak üzere alt segmentlere ayrılabilir. Tarafların ODD segmentasyonu çerçevesinde hazırlanan tüm segmentler bakımından pazar paylarına aşağıdaki tablolarda yer verilmiştir. Taraflarca faaliyetlerinin çakıştığı segmentlere ilişkin pazar payı bilgileri ilgili yılda trafiğe kaydolun araç sayısına dayananan IHS Markit verilerine dayanarak sunulmuştur. Az sayıda model IHS verilerinde ODD segmentasyonundan farklı bir segment içerisinde listelenmektedir. Bu çerçevede tarafların çakışan faaliyetleri bakımından her iki segmentasyonu gösteren tablolara da yer verilecektir.
- (144) ODD verilerine göre, önceki bölümlerde sunulan bilgilerde de görülebileceği üzere, Türkiye’de en çok satan segment, C segmentidir. B segmenti ise her ne kadar bu konumunu 2019 yılı itibarıyla J segmentine kaptırılmış olsa da bu yıldan önceki senelerde C segmentinden sonra ikinci sırada gelmektedir. Avrupa segmentasyonuna göre “Alt orta sınıf otomobil” olarak adlandırılan C segmentine ait otomobillerin

20-57/794-354

uzunluklarının 4.10 metre ile 4.60 metre arasında değiştiği, ABD pazarında ise dingil aralığı 2.54 - 2.79 metre arası olan otomobillerin bu kategoriye dahil edildiği ifade edilmiştir. C segmentinde kasa tipi olarak en genel anlamda “*hatchback*”, “*sedan*” ve “*station wagon*” tipte araçlar mevcuttur. C segmentinin, A ve B segmenti ile karşılaştırıldığında daha büyük boyutları, aile için uygunluğu ve daha gelişmiş konfor ve teknolojik özellikleri ile ayrıştığı ifade edilmiştir.

- (145) ODD segmentasyonuna göre taraflara ait B segmentinde yer alan araç modelleri ve modellerin aldığı paylar aşağıdaki tabloda görülebilmektedir.

20-57/794-354

Tablo-13: ODD Segmentasyonuna Göre B Segmentinde Modele Göre 2017-2019/9 Dönemi Pazar Payları (Toplam Satış Adedi ve Toplam Satış Geliri Bakımından, %)

Teşebbüs	Model	2017		2018		2019		2020 (İlk 9 Ay)	
		Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri
FCA	FIAT PUNTO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PSA ⁴⁴	CITROEN C-ELYSEE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	OPEL CORSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	CITROEN C3	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PEUGEOT 301	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PEUGEOT 208	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	DS DS3	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MAIS-RENAULT	CLIO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	SYMBOL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	SANDERO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ZOE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-VW	POLO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FORD	FIESTA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HYUNDAI	i20	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
NISSAN	MICRA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BORUSAN-MINI	MINI COOPER 3 KAPI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	MINI COOPER 5 KAPI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	MINI COOPER CLUBMAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-SEAT	IBIZA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SUZUKI	BALENO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	SWIFT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOYOTA	YARIS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HONDA	JAZZ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERCEDES	SMART FORFOUR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
YÜCE AUTO-SKODA	FABIA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	RAPID	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ÇELİK-KIA	RIO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-AUDI	A1 SPORTBACK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler baz alınarak hesaplanmıştır.

⁴⁴ PSA tarafından Citroen markalı C-elysee ve Peugeot markalı 301 model araçlar C segmentinde verilmiş olmakla birlikte, ODD verileri dikkate alınarak sözü edilen araçlar B segmenti altında ele alınmıştır.

- (146) ODD segmentasyonuna göre tarafların B segmenti pazar payları aşağıdaki tabloda görülebilmektedir:

Tablo-14: ODD Segmentasyonuna Göre 2017-2019/9 Dönemi B Segment Pazar Payları (Toplam Satış Adedi ve Toplam Satış Geliri (TL) Bakımından, %)

Teşebbüs	2017		2018		2019		2020 (İlk 9 Ay)	
	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri
FCA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PSA ⁴⁵	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FCA+PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MAIS-RENAULT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-VW	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FORD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HYUNDAI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
NISSAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BORUSAN-MINI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-SEAT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SUZUKI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOYOTA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HONDA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERCEDES	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
YÜCE AUTO-SKODA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ÇELİK-KIA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-AUDI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100	100	100	100	100	100	100	100

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler baz alınarak hesaplanmıştır.

- (147) ODD segmentasyonuna göre taraflara ait C segmentinde yer alan araç modelleri ve modellerin aldığı paylar aşağıdaki tabloda görülebilmektedir.

Tablo-15: ODD Segmentasyonuna Göre C Segmentinde Modele Göre 2017-2019/9 Dönemi Pazar Payları (Toplam Satış Adedi ve Toplam Satış Geliri Bakımından, %)

Teşebbüs	Model	2017		2018		2019		2020 (İlk 9 Ay)	
		Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri
FCA	FIAT EGEA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ALFA ROMEO GIULIETTA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	FIAT LINEA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

⁴⁵ PSA tarafından Citroen markalı C-elysee ve Peugeot markalı 301 model araçlar IHS veritabanının segmentasyonuna dayanılarak C segmentinde verilmiş olmakla birlikte, ODD verileri dikkate alınarak sözü edilen araçlar mevcut tablolarda B segmenti altında ele alınmıştır.

PSA ⁴⁶	OPEL ASTRA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	CITROEN C4 CACTUS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PEUGEOT 308	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	CITROEN C4	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	DS DS4	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MAIS- RENAULT	MEGANE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	FLUENCE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOYOTA	AURIS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	COROLLA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PRIUS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HONDA	CIVIC	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ- AUDI	A3 Sportback	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	A3	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FORD	FOCUS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ- SEAT	LEON	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	TOLEDO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
YÜCE AUTO- SKODA	OCTAVIA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	RAPID SPACEBACK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	SCALA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BORUSAN- BMW	1 Serisi	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	İ Serisi	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERCEDE S	A-Serisi	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ- VW	SCIROCCO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	BEETLE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	JETTA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	GOLF	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HYUNDAI	i30	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ACCENT BLUE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ELANTRA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	IONIQ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ÇELİK-KIA	CEED	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	CERATO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

⁴⁶ PSA tarafından Citroen markalı C4 Cactus model araç B segmentinde verilmiş olmakla birlikte, ODD verileri dikkate alınarak sözü edilen araçlar C segmenti altında ele alınmıştır.

20-57/794-354

NISSAN	PULSAR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
VOLVO	V40	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM		100	100	100	100	100	100	100	100

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler baz alınarak hesaplanmıştır.

- (148) ODD segmentasyonuna göre tarafların C segmenti pazar payları aşağıdaki tabloda görülebilmektedir.

Tablo-16: ODD Segmentasyonuna Göre 2017-2019/9 Dönemi C Segment Pazar Payları (Toplam Satış Adedi ve Toplam Satış Geliri (TL) Bakımından, %)

Teşebbüs	2017		2018		2019		2020 (İlk 9 Ay)	
	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri
FCA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PSA ⁴⁷	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FCA+PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MAIS-RENAULT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOYOTA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HONDA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-AUDI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FORD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-SEAT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
YÜCE AUTO-SKODA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BORUSAN-BMW	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERCEDES	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-VW	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HYUNDAI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ÇELİK-KIA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
NISSAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
VOLVO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100	100	100	100	100	100	100	100

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler baz alınarak hesaplanmıştır.

- (149) Yukarıdaki tablolardan görülebildiği üzere tarafların mevcut ürün gamı faaliyetleri B segmenti bakımından örtüşmemektedir. Bu durum hem IHS hem de ODD segmentasyonu bakımından geçerlidir. Örtüşmenin bulunduğu C segmenti bakımından yoğunlaşma oranları HHI ve delta HHI endeksine dayalı olarak aşağıdaki tabloda sunulmaktadır:

⁴⁷ PSA tarafından Citroen markalı C4 Cactus model araç B segmentinde verilmiş olmakla birlikte, ODD verileri dikkate alınarak sözü edilen araçlar C segmenti altında ele alınmıştır.

Tablo-17: C Segmentinde Toplam Satış Adedi ve Toplam Satış Geliri Bakımından 2017-2019/9 Dönemi HHI Değerleri⁴⁸

HHI	2017		2018		2019		2020 (İlk 9 ay)	
	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri
İşlem Öncesi	1259	1230	1251	1172	1809	1296	1930	1547
İşlem Sonrası	1653	1510	1556	1387	2194	1537	2338	1851
Değişim	394	280	305	215	386	242	409	304

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler baz alınarak hesaplanmıştır.

- (150) Yatay Kılavuz'da "birleşme sonrası pazardaki HHI endeksi 1.000 ile 2.000 arasında olan ve işlem neticesinde HHI endeksindeki değişim 250'nin altında kalan ya da birleşme sonrası pazardaki HHI endeksi 2.000'nin üzerinde olan ancak işlem neticesinde HHI endeksindeki değişimi 150'nin altında kalan işlemlerde de aşağıdaki istisnalar hariç olmak üzere rekabetçi kaygılar oluşması ihtimali düşüktür" denilmektedir. 2019 ve 2020 yılları esas alındığında işlem sonrası HHI endeksinin araç adedi bakımından 2000'in üzerinde olduğu görülmektedir. İlgili yıllarda HHI endeksindeki değişim de 150'nin üzerinde olduğundan dosya kapsamında C segmentine ilişkin tek taraflı etkiler bakımından detaylı değerlendirme yapılmıştır.
- (151) Tarafların C segmentte çakışan faaliyetlerine ilişkin olarak ODD segmentasyonu ve IHS segmentasyonuna göre yapılan incelemelerde pazar payları bir ölçüde farklılaşabilmektedir. Bu durumun en önemli nedeni, PSA'nın Citroen C-Elysee ve Peugeot 301 modelleri ODD segmentasyonuna göre B segmentinde yer almakta iken IHS segmentasyonunda ise söz konusu araçlar C segment içerisinde gösterilmektedir. Binek araçlar bakımından segmentler arasında tam bir kesinliğin bulunmaması nedeniyle, C segmentine ilişkin tek taraflı etkiler değerlendirilirken hem IHS verilerine hem de ODD verilerine ilişkin incelemelerde bulunulmasının dosya konusu işlemin etkilerini her yönüyle ele almak için faydalı olacaktır.
- (152) IHS segmentasyonuna göre PSA'nın C segmentine iki model daha eklenmiş olduğundan inceleme bundan sonra IHS segmentasyonuna göre sürdürülecektir. Hem ODD hem de IHS segmentasyonuna göre FCA'nın 2019-2020 yılları itibarıyla C segmentte sahip olduğu modeller Fiat Egea ve Alfa Romeo Giulietta'dır. IHS segmentasyonuna göre aynı yıllar itibarıyla PSA'nın C segmentindeki modelleri ise Peugeot 301, Peugeot 308, Citroen C-Elysee ve Opel Astra'dır. Citroen C4 modelinin satışı 2018 yılında sonlanmış olup, Citroen C4 Cactus model araç ise IHS segmentasyonun B segmentinde yer almaktadır. İlgili modelin C segmentine dahil edilmesi halinde aldığı pay 2019 ve 2020 yıllarında sırasıyla %(.), %(.) seviyeleri ile sınırlı olduğu ve aşağıda yer verilecek tüketici anketi sonuçları ve fiyat konumlandırması sebebiyle FCA'ya ait modellerin yakın rakibi olmadığı için analizin dışında tutulmasında herhangi bir sakınca olmadığı değerlendirilmektedir. Aşağıda tarafların, IHS segmentasyonuna dayalı pazar payları sunulmaktadır:

⁴⁸ HHI değerlerinin hesaplanmasında binek markaların dünya genelindeki ekonomik bütünlüğünün dikkate alınması halinde, işlem sonrasında HHI değerleri, satış adedi ve satış geliri bakımından sırasıyla 2017 yılında, işlem öncesine göre değişimi 394 ve 280 olmak üzere, 1.799 ve 1.711; 2018 yılında, işlem öncesine göre değişimi 305 ve 215 olmak üzere, 1.647 ve 1.514; 2019 yılında, işlem öncesine göre değişimi 386 ve 242 olmak üzere, 2.276 ve 1.854; 2020/9 yılında, işlem öncesine göre değişimi 409 ve 304 olmak üzere, 2.405 ve 1.959 olmaktadır.

Tablo-18: IHS'ye Dayalı C Segmenti 2017-2019/9 Dönemi Pazar Payları (Toplam Satış Adedi ve Toplam Satış Geliri Bakımından %)

Teşebbüs	2017		2018		2019		2020 (İlk 9 Ay)	
	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri
FCA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FCA+PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MAIS-RENAULT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOYOTA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HONDA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-AUDI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FORD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-SEAT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
YÜCE AUTO-SKODA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BORUSAN-BMW	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERCEDES	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-VW	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HYUNDAI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ÇELİK-KIA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
NISSAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
VOLVO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler baz alınarak hesaplanmıştır.

- (153) İşlem taraflarının binek araçların alt segmenti olan C segment araçlar bakımından yukarıda yer verilen ve IHS verilerine dayanan tarafların toplam pazar payının 2019 yılında %(.....), 2020 yılında ilk 9 ayda ise %(.....) seviyelerinde olduğu görülmektedir. İlgili segmentte Fiat Egea ve Alfa Romeo Giulietta modelleriyle faaliyet gösteren FCA'nın 2017 yılında %(.....) seviyesinde olan pazar payını 2018 yılında %(.....), 2019 yılında %(.....), 2020 yılının ilk 9 ayında ise %(.....) seviyesine yükselttiği görülmektedir. PSA'nın pazar payı ise ilgili yıllarda düşüş eğilimindedir. PSA'nın 2017 yılında %(.....) seviyesinde olan pazar payı, 2018 yılında %(.....), 2019 yılında %(.....); 2020 yılı ilk 9 ayında ise %(.....) seviyesine kadar gerilemiştir. MAİS (Renault-Dacia), TOYOTA, HONDA ve DOĞUŞ da pazar payı bakımından önemli rakipler olarak pazarda yer almaktadır. İlave olarak, dosya kapsamında ilerleyen kısımlarda detaylarına yer verileceği üzere FCA ile arasında bulunan yapısal bağ sebebiyle özel bir konumda bulunan FORD'un ise bu segment bakımından pazar payının düşük olduğu görülmektedir.
- (154) Nihai inceleme bildirimine cevap yazısında, tarafların C segmentindeki toplam pazar paylarının 2017 ve 2018 yıllarında genellikle %(.....) aralığında olduğu, FCA'nın bu segmentteki pazar payının 2018 senesinde %(.....) iken 2019 yılında bu payının %(.....) seviyesine çıktığı belirtilmiş olup, bu artışın hükümet tarafından 2018 yılının ikinci yarısında uygulanan hurda araç teşviki ve ÖTV indiriminden kaynaklandığı ifade edilmiştir. Bu kapsamda, özellikle Fiat Egea modelinin söz konusu teşvik ve indirimlerden daha çok yararlandığı belirtilmiş olup, bu durumun FCA'nın pazar payını

artırdığı ifade edilmiştir. Taraflarca, Fiat Egea modelinin adı geçen teşviklerden daha çok yararlanmasının nedeni olarak ise bu modelin Türkiye’de üretilmesi gösterilmiştir. Bu kapsamda, yerli üretim olmasının sözü geçen modelin üretim açısından daha esnek davranabilmesini, teşvik ve düzenleme değişikliklerine tedarik açısından yanıt verebilmesini kolaylaştırdığı ifade edilmiştir.

- (155) Ayrıca, 01.10.2019 tarihinde Türkiye’deki kamu bankalarının Türkiye’de üretilen modellere ilişkin olarak düşük kredi faizi oranları sunduğu bir kampanya başlatıldığı ve Türkiye’de üretilmesi sebebiyle Fiat Egea modelinin bu kampanyadan da faydalandığı vurgulanmıştır. Tüm bu nedenlerden dolayı 2019 yılında bilhassa Fiat Egea modeli sayesinde FCA’nın pazar payının arttığı ve işlem taraflarının pazar payının %40’ı aştığı ifade edilmiştir. Fiat Egea modeline ilişkin olarak benzer görüşler bazı rakip distribütörlerce de ifade edilmiştir.
- (156) 2019 yılı itibarıyla Türkiye’de C segmenti bakımından en çok satan 10 marka/modele aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

Tablo-19: C Segmentinde En Çok Satan İlk 10 Marka/Model

Sıra	Model
1.	Fiat Egea
2.	Renault Megane
3.	Toyota Corolla
4.	Honda Civic
5.	Volkswagen Golf
6.	Opel Astra
7.	Ford Focus
8.	Skoda Octavia
9.	Peugeot 301
10.	Citroen C-Elysee
Kaynak: IHS verileri ve Nihai İnceleme Bildirimi Görüş Yazısı.	

- (157) Yukarıdaki tabloya bakıldığında yerli üretim modellerin pazarda en çok satan modeller oldukları görülmektedir. Nitekim halihazırda Türkiye’de üretilen binek araç modelleri Toyota Corolla, Toyota Verso ve Toyota CH-R ; Renault Clio ve Renault Megane, Honda Civic, Fiat Egea, Hyundai i10 ve Hyundai i20 olarak sıralanabilecektir. Bu araçlardan Fiat Egea, Toyota Corolla, Renault Megane, Honda Civic C segmentte yer alan yerli üretim araçlar olup en çok satılan modellerde ilk dört sırada oldukları görülmektedir. Bu çerçevede yukarıda sunulan açıklamalara paralel olarak ÖTV düzenlemelerinin ve Türkiye’de üretilen modellere ilişkin olarak düşük kredi faizi kampanyalarının son yıllarda yerli üretim modellerin satışlarında ithal modellere kıyasla artış sağladığı söylenebilecektir. Önceki bölümlerde yer verilen görüşlerde de belirtilen hususlar paralelinde, elektrikli ve hibrit araçların durumu bir kenara bırakıldığında, 2020 yılındaki son ÖTV düzenlemesinden sonra da talepteki bu eğilimde tersi yönde bir değişiklik olmayacağı değerlendirilmektedir.
- (158) “Tek Taraflı Etkiler” başlıklı bölümde yer verildiği üzere, farklılaştırılmış ürün pazarlarında tek taraflı etkiler bakımından pazar payının yanı sıra etkin rekabetin önemli ölçüde azalıp azalmadığını belirlemede önemli göstergelerden biri yakın rakip analizi, bir başka deyişle işlemle birleşen tarafların ürünlerinin birbirlerinin en yakın rakibi olup olmadığı, işlem sonrası taraflar üzerinde rekabetçi baskı yaratacak yakın

rakiplerin varlığını sürdürüp sürdürmeyeceğidir. Bu kapsamda, yakın rakip analizine ilişkin bir tüketici anketinin sonuçlarından faydalanılmış, rakip distribütörlere bu konuda görüşler sorulmuş ve rakip distribütörlerden fiyat seviyelerin yakınlığının da tüketicilerin alım kararında alternatifleri değerlendirmeleri bakımından önemli olduğu yönündeki görüşleri çerçevesinde modellerin fiyat seviyeleri incelenmiştir. İlgili incelemelerde ulaşılan bilgiler aşağıda tablo halinde sunulacak olan her bir modelin pazarda aldığı paylar ile birlikte yorumlanacaktır.

- (159) Taraflarca *New Car Buyer Survey* (NCBS) adı verilen çalışmanın otomotiv sektöründe yaygın olarak kullanıldığı ifade edilmiştir. Söz konusu çalışma kapsamında yeni araba alıcılarına aracı alırken başka hangi markanın aracı sebebiyle ilgili ürünü satın alırken bir duraksama/tereddüt yaşadıkları sorulmaktadır. Bu doğrultuda, her katılımcı satın aldığı arabanın ana alternatifi olarak gördüğü (ve fakat nihayetinde almadığı) arabayı beyan etmektedir. MAİS tarafından sunulan bilgilerde de NCBS çalışmasının sonuçlarının kullanıldığı görülmüştür. MAİS'ten elde edilen bilgilere göre NCBS, her yıl yeni özel otomobil alıcıları arasında otomobil üreticileri konsorsiyumu tarafından gerçekleştirilen bir ankettir. Eylül 2018 - Temmuz 2019 arasında kaydedilen yeni özel araçlara ilişkin yapılan anketler, araç satın alındıktan 6 ila 32 hafta sonra tamamlanmıştır. Sonuçlar, örneklem içerisinde yer alan her bir modelin satışına göre ağırlıklandırılmış olup, temsil edilen toplam satışlar 346.090 birim ve pazarın örneklemele temsil edilen yüzdesi %80 olarak gerçekleşmiştir. MAİS'ten elde edilen bilgiler çerçevesinde NCBS çalışmasında dizel motorlu araçların satışında 2019 yılında %4 düşüş görüldüğü, hibrid motorlarda artış gerçekleştiği, otomatik vitesli araçların satışı 2019 yılında 2018 yılına oranla %8 artış gösterdiği gibi sonuçlara anket yoluyla ulaşılabildiği görülmüştür.
- (160) Öncelikle aşağıdaki tabloda yakın rakiplik bakımından incelenecek modellerin sahip oldukları pazar paylarının sunulmasında fayda görülmektedir:

20-57/794-354

Tablo-20: IHS'ye Dayalı C Segmentinde Modele Göre 2017-2019/9 Dönemi Pazar Payları (Toplam Satış Adedi ve Toplam Satış Geliri Bakımından %)

Teşebbüs	Model	2017		2018		2019		2020 (İlk 9 Ay)	
		Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri
FCA	FIAT EGEA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ALFA ROMEO GIULIETTA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	FIAT 124	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	FIAT LINEA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PSA	OPEL ASTRA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PEUGEOT 301	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	CITROEN C-ELYSEE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PEUGEOT 308	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	CITROEN C4	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	OPEL CASCADA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	DS DS4	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MAIS-RENAULT	MEGANE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	FLUENCE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOYOTA	AURIS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	COROLLA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PRIUS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HONDA	CIVIC	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	TYPE R	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-AUDI	A3 Sportback	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	A3	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FORD	FOCUS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-SEAT	LEON	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	TOLEDO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
YÜCE AUTO-SKODA	OCTAVIA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	RAPID SPACEBACK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	SCALA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BORUSAN-BMW	1 Serisi	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	2 Serisi	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	İ Serisi	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	M2 Serisi	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERCEDES	A-Serisi	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	A-Serisi Sedan	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	CLA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-VW	SCIROCCO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	BEETLE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	JETTA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	GOLF	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HYUNDAI	i30	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ACCENT BLUE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ELANTRA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	IONIQ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Tablo 20'nin devamı									
Teşebbüs	Model	2017		2018		2019		2020 (İlk 9 Ay)	
		Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri
ÇELİK-KIA	CEED	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	CERATO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
NISSAN	PULSAR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
VOLVO	V40	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler baz alınarak hesaplanmıştır.

- (161) Yukarıdaki tablodan taraflardan FCA'nın modellerinden Fiat Egea'nın satış adeti bazında 2019 ve 2020 yılı ilk 9 ayında C segmenti içerisinde aldığı payın sırasıyla %(.....) ve %(.....) olduğu, Alfa Romeo Giulietta'nın payının ise sadece %(.....) ve %(.....) ile sınırlı olduğu görülmektedir. Rakip distribütörlere sorulan sorulara verilen cevaplarda Mercedes A serisinin yakın rakibi olarak listelenenler arasında Alfa Romeo Giulietta modelinin bulunduğu görülmektedir. Diğer yakın rakipler Audi A3 Sportback, BMW 1 Serisi, Infiniti Q30, Lexus CT, Mini Clubman, Volvo V40, Volvo V40 Cross Country, VW Golf şeklinde sıralanmıştır. NCBS anketi sonuçlarında, farklı bir marka/model araç almış olanlardan Alfa Romeo Giulietta'yı seçme konusunda duraksama yaşadığını belirten bulunmamaktadır. Alfa Romeo Giulietta almış olanların cevapları bakımından ise C segmentinden Audi A3, Volkswagen Golf, J segmentinden Ford Ecosport, A segmentinden Mini Cooper Hatch ve B segmentinden Opel Corsa'nın eşdeğer duraksama oranına sahip olduğu görülmektedir. Fiyat seviyerleri bakımından, Alfa Romeo Giulietta'nın başlangıç fiyatının 299.000 TL olduğu göz önüne alındığında, en yakın rakibinin PSA'nın B segmentinde 172.900 TL başlangıç fiyatına sahip Opel Corsa olduğunu iddia etmek güç olacaktır. Bu çerçevede Alfa Romeo Giulietta satışlarının oldukça sınırlı bir model olduğu da dikkate alındığında, PSA'ya ait modellerle birleşmesi neticesinde herhangi bir model bakımından yakın rakibin ortadan kaldırılması veya etkin rekabetin önemli ölçüde azaltılmasına yol açacak nitelikte olmadığı değerlendirilmektedir.
- (162) Fiat Egea ise C segmenti bakımından pazar lideri konumda olan bir model olup PSA'ya ait modellerle birleşmesinin etkileri daha sonra da detaylı incelenecektir. İşlem taraflarının C segmentinde yer alan modellerine ilişkin yapılan NCBS çalışmasının sonuçlarına bakıldığında; Fiat Egea modelini satın almış olan tüketiciler bakımından duraksama oranı en yüksek, yani tüketiciler tarafından en yakın alternatif olarak görülen beş modelin; Toyota Corolla, Renault Megane, Renault Clio, Ford Focus ve Honda Civic modelleri olduğu görülmektedir. PSA grubunun C segment araçlarına baktığımızda Citroen C-Elysee modelini satın almış olan tüketiciler bakımından duraksama oranı en yüksek beş model; Fiat Egea, Toyota Corolla, Citroen C3, Renault Clio ve Ford Focus iken, Peugeot 301 modelini satın almış tüketiciler bakımından duraksama oranı en yüksek beş model; Fiat Egea, Toyota Corolla, Renault Megane, Peugeot 3008, Opel Astra olmuştur. Peugeot 308 modelini satın almış tüketiciler bakımından duraksama oranı en yüksek beş model ise Mercedes C serisi, Honda Civic, Peugeot 3008 SUV, Nissan Qashqai, Toyota Corolla olmuştur. Rakip distribütörlere verilen cevaplarda Peugeot 308'in Kia Ceed, Skoda Scala, Volkswagen Golf gibi *hatchback* gövde tipi modellerin en yakın rakip sıralamasına dahil edildiği görülmektedir. Opel Astra modelini satın almış tüketiciler bakımından duraksama oranı en yüksek beş model Toyota Corolla, Honda Civic, Renault Megane, Fiat Egea ve Ford Focus olmuştur. Rakip distribütörlere verilen cevaplarda Opel Astra'nın C segmentte faaliyet gösteren teşebbüslerin çoğunluğu tarafından en

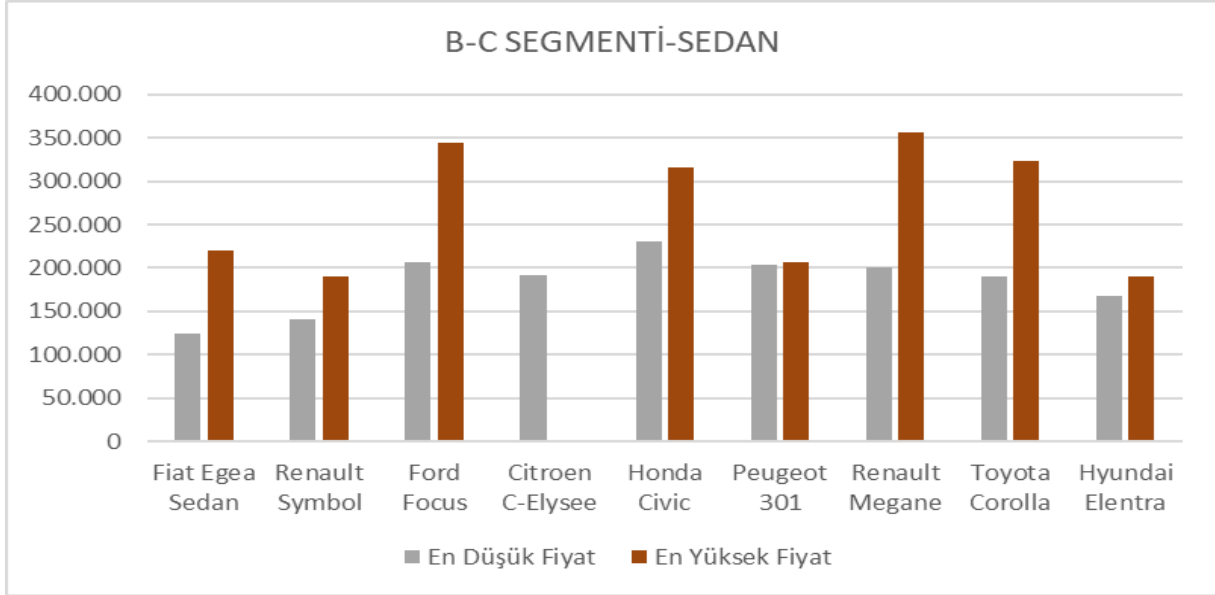
yakın rakip sıralamasına dahil edildiği görülmektedir. Ancak PSA tarafından Opel Astra sedan gövde tipinin satışı 2020 yılının Ekim ayında sonlandırıldığı belirtilmelidir.

- (163) İşlem taraflarının araçlarına ilişkin NCBS çalışmasına bakıldığında, tüketiciler tarafından C segment içerisinde 2020 yılı ilk 9 ayında yaklaşık %(.) pay almış olan Fiat Egea modelinin alıcıları bakımından PSA grubu araçlarının yakın rakip olarak görülmediği anlaşılmaktadır. PSA grubu araçları bakımından ise C segment içerisinde 2020 yılı ilk 9 ayında her biri yaklaşık %(.) seviyesinde pay almış olan Citroen C-Elysee ve Peugeot 301 modellerinin alıcılarının Fiat Egea modelinin en yakın rakip olarak gördüğü anlaşılmaktadır. 2020 yılı ilk 9 ayında yaklaşık %(.) seviyesinde pay alan ancak 2020 yılı Ekim ayı itibarıyla sedan gövde tipli versiyonu piyasadan çıkmış olan Opel Astra bakımından ise Fiat Egea yakın rakiplik sıralamasında dördüncü sıradadır.
- (164) Rakip distribütörlerce verilen cevaplarda MAİS Fiat Egea modelini Renault Megane modelinin en yakın rakipleri arasında saymış ve Fiat Egea modelinin C segmentte yer almakla birlikte fiyat konumlandırması olarak B segmentine daha yakın bir araç olduğunu belirtmiştir. Benzer şekilde YÜCE AUTO tarafından yapılan açıklamalarda Fiat Egea modeline ilişkin olarak, fiyat pozisyonlaması ve yerli üretimi maliyetlerinin avantajıyla Türkiye otomotiv pazarında ulaşılabilir en uygun fiyatlı C sınıfı sedan olarak dikkat çektiği, belirtilen fiyat konumlanmasıyla B sınıfı sedan ve *hatchback* modeller ile eşdeğer fiyatlar sunarak pazarda güçlü bir konuma geldiği dile getirilmiştir.
- (165) NCBS çalışmasının sonuçlarında yukarıda yer verildiği üzere Fiat Egea modelini satın almış olan tüketiciler bakımından B segment bir araç olan Renault Clio'nun en yakın alternatif olarak görülen beş modelin arasında yer aldığı görülmektedir. NCBS çalışması sonuçlarına göre B segment araçlardan olan ve MAİS'in distribütörü olduğu Renault Clio/Symbol, Dacia Sandero modellerini satın almış olanlar bakımından da Fiat Egea modelinin en yakın alternatifler arasında yer aldığı görülmektedir.
- (166) Fiat Egea modelinin ölçülerine bakıldığında⁴⁹ en uzun versiyonun *station wagon* gövde tipine ait olduğu ve bu gövde tipinde uzunluğun 4.571 mm olduğu görülmektedir. Sedan gövde tipi uzunluğu 4.532 mm, *hatchback* gövde tipi ise 4.368 mm'dir. Bu kapsamda, C segment araçların boyutunun 4.10 ila 4.60 m arasında değiştiği bilgisi göz önüne alındığında, Fiat Egea modelinin uzunluk bakımından B segmentinde yer almasının mümkün olmadığı değerlendirilmektedir. Zira B segment araçların uzunluğu⁵⁰ 3.70 m ile 4.10 m arasında değişmektedir.
- (167) Bu kapsamda fiyat seviyeleri bakımından da B ve C segmentte Fiat Egea modeline yakın rakip niteliğinde olabilecek araçlar gövde tipi kırılımda ve en yüksek ve en düşük donanımlı modellerin fiyat seviyeleri incelenmiştir. B ve C segmentinde yer alan sedan gövde tipindeki araçların en yüksek ve en düşük fiyatlarına aşağıda yer verilmektedir:

⁴⁹ https://otomobil.fiat.com.tr/content/dam/fiat/TR/models/brochures/EGEA_AILE_KATALOGU_MAYI_S.pdf (Erişim Tarihi: 22.02.2021)

⁵⁰ <https://otorapor.com/otomobil-segmentleri-nasil-anlasilir> (Erişim Tarihi: 22.02.2021)

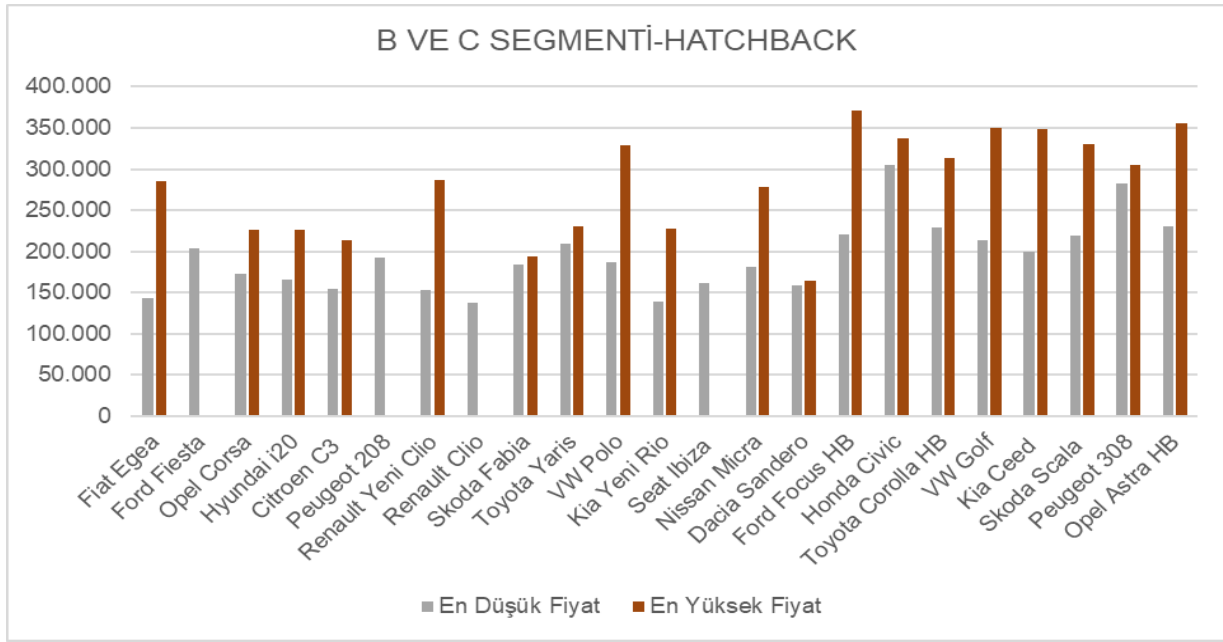
Grafik-2: B ve C Sedan En Düşük ve En Yüksek Fiyat Karşılaştırması



Kaynak: Markaların internet sitesinden elde edilen bilgiler.

- (168) Yukarıdaki grafiğe bakıldığında, Fiat Egea'nın en düşük fiyatlı donanımının tüm modeller arasında en düşük fiyata sahip olduğu görülmektedir. En yüksek fiyat ise Renault Megane modelinin en üst donanımına aittir. Bununla birlikte, Renault Symbol'ün en düşük fiyatının Fiat Egea'ya oldukça yakın olduğu görülmektedir. Öte yandan, Fiat Egea modelinin en yüksek donanımının fiyat seviyesinin Renault Clio Symbol, Peugeot 301 ve Hyundai Elantra modellerinden yüksek olduğu görülmektedir. PSA grubu araçlarına bakıldığında ise gerek Citroen C-Elysee gerekse de Peugeot 301 modelinin ortalama fiyatlara sahip olduğu anlaşılmaktadır.
- (169) B ve C segmentinde yer alan *hatchback* gövde tipindeki araçların en yüksek ve en düşük fiyatlarına aşağıda yer verilmektedir:

Grafik-3: B ve C Hatchback En Düşük ve En Yüksek Fiyat Karşılaştırması



Kaynak: Markaların internet sitesinden elde edilen bilgiler.

- (170) Yukarıda yer verilen fiyatların araçların başta yakıt tipi (benzin-dizel) ve vites tipi (otomatik-manuel) gibi özelliklerine göre değiştiği, ancak donanımların da önemli fiyat değişiklikleri yarattığı bilinmektedir. Bu çerçevede genel olarak hem *hatchback* hem de sedan modeller bakımından B ve C segmentindeki araçların birbirine alternatif oluşturabileceği seviyelerde fiyat sunan donanım seçenekleri bulunduğu görülmektedir. Bu kapsamda, Fiat Egea modelinin başlangıç donanımı bakımından fiyatının C segmentindeki rakiplerine göre düşük olduğu, bu çerçevede B segment araçlar seviyesinde fiyatlar sunabildiği ancak en yüksek donanımlı aracının fiyatının bazı rakiplerinden dahi yüksek olduğu görülmektedir. Öte yandan, B segmenti araçlarla fiyat bakımından rekabet ederken, büyüklük ve donanım gibi özellikler bakımından C segmenti araçların sağladığı özelliklere sahip olduğu anlaşılmaktadır. FCA'nın Fiat Egea modelinin geniş bir donanım gövde tipi, vites ve motor seçenekleri sunduğu, başlangıç donanımı bakımından uygun fiyat kampanyası yürüttüğü ve yerli üretim avantajı ile bu alanda öne çıktığı değerlendirilmektedir.
- (171) PSA'ya ait Citron C-Elysee ve Peugeot 301 modellerinin her ikisi de sadece sedan gövde tipli modeli bulunan ve donanım seçenekleri ise sadece manuel vites-dizel motor kombinasyonu ile sınırlı olan araçlardır. Bu çerçevede ne donanım özellikleri ne de fiyat seviyeleri bakımından; PSA'ya ait Citron C-Elysee ve Peugeot 301 modellerinin ya da Opel Astra *hatchback* gövde tipli modelinin, işleme birlikte rekabeti azaltıcı etki doğuracak nitelikte Fiat Egea modelinin önemli bir yakın rakibi niteliğinde olmadıkları değerlendirilmektedir.
- (172) Dosya kapsamında rakip distribütörlerden alınan görüşler arasında ÖTV düzenlemeleri çerçevesinde oluşan fiyatların tüketiciler bakımından önem arz ettiği ve 2020 yılı Ekim ayındaki son düzenlemeden sonra tüketici bakımından esas ayırımın %45-50 ÖTV oranı ile %80 ÖTV oranına tabi olan araçlar arasında olacağı yönünde görüşler de yer almaktadır. Her bir modelin içerisinde fiyatların başta motor gücü ve tipi (benzin-dizel) ve vites tipi (otomatik-manuel) gibi özelliklerine göre değiştiği bilinmekle birlikte, B ve C segmentinde ortalama satış fiyatları bakımından %45-50

ÖTV diliminde⁵¹ hangi modellerin yer alacağına da incelenmesinde fayda olduğu değerlendirilmektedir. Bu kapsamda 2020 yılına (ilk 9 ay) ilişkin olarak B ve C segmentinde yer alan araçların vergiler hariç ortalama satış fiyatlarına ekteki tabloda yer verilmiştir. 2020 yılı Ekim ayında yürürlüğe giren ÖTV düzenlemesi sonrası taraflarca piyasaya sunulan Fiat Egea, Peugeot 301, Peugeot 208, Peugeot 308, Opel Corsa Opel Astra, Citroen C3, Citroen C4 Cactus modelleri ile rakip distribütörlerce sunulan Nissan Micra; Renault Megane, Renault Clio, Renault Clio Symbol, Dacia Sandero; Kia Rio, Kia Ceed; Hyundai Elenra, Hyundai İ20; Toyota Yaris, Toyota Corolla; Suzuki Swift; Volkswagen Polo, Volkswagen Golf; Seat Ibiza, Seat Leon; Honda Jazz, Honda Civic ve Skoda Fabia, Skoda Octavia modellerinin en azından bazı donanımları bakımından aynı vergi diliminde yer alacağı söylenebilecektir. Dolayısıyla sadece B ve C segmentle sınırlandırıldığında dahi %45-50 ÖTV diliminde yer alan araçlar bakımından işlem sonrası tüketicilerin önemli sayıda seçeneği olmaya devam edeceği görülmektedir.

- (173) Bununla birlikte, B ve C segment bakımından gövde tipi ayrımında pazar paylarına yer verilmesi faydalı olacaktır. Aşağıda B ve C segmentinin *hatchback* gövde tipi bakımından pazar paylarına yer verilmektedir:

Tablo-21: B ve C Segment Hatchback Gövde Tipi Pazar Payları (%)

Teşebbüs	2017		2018		2019		2020 (İlk 9 Ay)	
	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri
FCA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FCA+PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MAIS-RENAULT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-SEAT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-VW	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-AUDI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BORUSAN-BMW	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HYUNDAI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ÇELİK-KIA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOYOTA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERCEDES	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
NISSAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BORUSAN-MINI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HONDA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SUZUKI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FORD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
YÜCE AUTO-SKODA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
VOLCO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler baz alınarak hesaplanmıştır.

⁵¹ Silindir hacmi 1600 cm³'den küçük ve 1600 cm³ ile 2000 cm³ olan araçlarda vergi matrahı 85.000 TL altında olanlar için %45; vergi matrahı silindir hacmi 1600 cm³'den küçük olan araçlardan 130.000 TL'nin altında; 1600 cm³ ile 2000 cm³ olan araçlarda 135.000 TL'nin altında olan araçlar için ise %50 oranında ÖTV uygulanmaktadır.

- (174) Tablodan görüldüğü üzere, *hatchback* gövde tipinde MAİS lider konumda yer almakta olup, planlanan işlem sonrasında da liderliğini sürdürmeye devam edecektir. Aşağıda sedan gövde tipine ilişkin pazar payı bilgilerine yer verilmiştir.

Tablo-22: B ve C Segment Sedan Gövde Tipi Pazar Payları (%)

Teşebbüs	2017		2018		2019		2020 (İlk 9 Ay)	
	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri
FCA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FCA+PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MAIS-RENAULT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOYOTA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HONDA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-AUDI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERCEDES	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HYUNDAI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
YÜCE AUTO-SKODA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ÇELİK-KIA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FORD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-VW	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-SEAT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler baz alınarak hesaplanmıştır.

- (175) Sedan gövde tipine bakıldığında, *hatchback* gövde tipine kıyasla daha az modelin olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, bu gövde tipi bakımından geçtiğimiz yıllarda FCA payını artırırken PSA'nın payının oldukça düştüğü görülmektedir. Öte yandan 2020 yılı itibarıyla tarafların sedan araçlar içindeki payının 2019 yılı ve 2020 yılı ilk 9 ay içerisinde sırasıyla %(.....) ve %(.....)'sini oluşturan Opel Astra sedan gövde tipi üretimi durdurulduğundan PSA'nın işlemler birlikte neden olduğu pay artışı ve dolayısıyla tarafların aldığı pay da azalacaktır. NCBS çalışmasının sonuçlarına göre Opel Astra'nın en yakın rakipleri arasında Fiat Egea dördüncü sırada yer almakta olup ilk üç sırada Toyota Corolla, Honda Civic, Renault Megane yer almaktadır. Rakip distribütörlerce verilen cevaplarda Opel Astra'nın C segmentte faaliyet gösteren teşebbüslerin çoğunluğu tarafından en yakın rakip sıralamasına dahil edildiği görülmektedir. Bu çerçevede Opel Astra'nın üretimi durdurulan sedan gövde tipli modeline ait payı işlem sonrası bütünüyle taraflara kaymasının beklenemeyeceği, işlem sonrası tarafların sedan gövde tipi satışlarından aldığı payın yukarıdaki tabloda sunulandan bir miktar daha düşük olacağı söylenebilecektir. Pazarda birleşme işlemi sonrasında sedan gövde tipi bakımından tarafların pazar lideri haline geleceği, ancak MAİS, TOYOTA, HONDA gibi rakiplerin baskısının hissedilmeyeceği devam edileceği değerlendirilmektedir.
- (176) Son olarak *station wagon* gövde tipine ait pazar payı bilgilerine yer verilmektedir:

Tablo-23: B ve C Segment *Station Wagon* Gövde Tipi Pazar Payları (%)

Teşebbüs	2017		2018		2019		2020 (İlk 9 Ay)	
	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri
FCA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FCA+PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MAIS-RENAULT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ÇELİK-KIA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FORD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOYOTA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-SEAT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
YÜCE AUTO-SKODA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler baz alınarak hesaplanmıştır.

- (177) *Station wagon* gövde tipi bakımından işlem taraflarının pazar paylarının düşük olduğu görülmektedir. MAİS söz konusu pazarda lider konumda yer almaktadır. Netice olarak, ilgili işlemin C segmentte gövde tipi bakımından bir ayrıma gidilirse esas olarak *sedan* gövde tipi bakımından yoğunlaşmanın ortaya çıktığı ancak *sedan* gövde tipli araçlar üzerinde işlemle birlikte C segmentte önemli seviyede yoğunlaşmanın oluşmadığı *hatchback* ve *station wagon* araçların rekabetçi baskısının da olacağı belirtilmelidir.
- (178) Özet olarak, C segmenti bakımından işlem taraflarından PSA'nın pazardaki payı azalırken FCA'nın pazardaki payını son yıllarda arttırdığı, bu artışın sebebi olarak Fiat Egea modelinin gerek bir takım teşvik ve vergi indirimlerinden, yerli üretim modellere yönelik kredi kampanyalarından yararlanmış olması gerekse de yerli üretim olmanın da avantajıyla rekabette öne geçmesi olduğu anlaşılmıştır. FCA grubunun C segmentteki diğer aracı olan Alfa Romeo Giulietta'nın sınırlı düzeyde satışı olduğundan birleşme bakımından rekabetçi endişe yaratma ihtimali bulunmadığı değerlendirilmektedir. C segmentte pazar lideri olan Fiat Egea modelinin ise geniş gövde tipi, motor, vites ve donanım seçenekleriyle fiyat bakımından en alt donanım seviyesiyle B segment, üst donanım seviyeleriyle de C segment araçlara alternatif olabildiği görülmektedir. İşlemle birlikte FCA'nın bünyesine dahil olacak olan PSA'nın ise C segmentte Peugeot 301, Citroen C-Elysee, Opel Astra ve Peugeot 308 modelleri bulunmaktadır. Hem fiyat seviyeleri, hem NCBS çalışmasından elde edilen sonuçlar hem de rakip distribütörlerin verdiği cevaplar çerçevesinde Peugeot 308 modelinin Fiat Egea'nın yakın rakibi niteliğinde olmadığı görülmektedir. Buna ek olarak, Peugeot 301, Citroen C-Elysee, Opel Astra modelleri de NCBS çalışmasına göre Fiat Egea alıcılarının sıraladığı en yakın alternatifleri arasında yer almamaktadır. Fiat Egea modelini satın almış olan tüketiciler bakımından duraksama oranı en yüksek, yani tüketiciler tarafından en yakın alternatif olarak görülen beş modelin; Toyota Corolla, Renault Megane, Renault Clio, Ford Focus ve Honda Civic modelleri olduğu görülmektedir. İşlem tarafları C segmentinde yaklaşık %(.....) seviyelerinde pazar payı elde edecek olsa dahi işlemin Fiat Egea'nın en yakın rakiplerinin elenmesi neticesini doğurmayacağı değerlendirilmektedir.

- (179) 2017 yılından bu yana pazar payı kaybeden bir model olan Opel Astra sedan modelinin 2020 yılında üretiminin durdurulmasıyla 2019 yılında %(.); 2020 yılında %(.) pay almış bir model tarafların ürün gamında işlem sonrası yer almıyor olacaktır. Opel Astra modelini satın almış tüketiciler bakımından duraksama oranı en yüksek beş model Toyota Corolla, Honda Civic, Renault Megane, Fiat Egea ve Ford Focus olmuştur. Rakip distribütörlerce verilen cevaplarda Opel Astra'nın C segmentte faaliyet gösteren teşebbüslerin çoğunluğu tarafından en yakın rakip sıralamasına dahil edildiği görülmektedir. Bu çerçevede işlem sonrası üretimi durdurulmuş olan Opel Astra sedan modelinin aldığı payın tamamının doğrudan taraflara gitmesi de beklenmemekte, bu durumun da tarafların pazar payında bir ölçüde azaltma yaratabilecektir. Pazarda kalmaya devam edecek olan Opel Astra Hatchback modeli ise C segmentten %(.)'in altında pay alan bir model olup NCBS çalışmasının sonuçları bakımından Fiat Egea'nın en yakın rakipleri arasında yer almadığı değerlendirilmektedir.
- (180) Öte yandan birleşme işleminin incelemesinde, işlemin etkisi değerlendirilirken, birleşme gerçekleştiğinde ve gerçekleşmediğinde oluşacak durumların karşılaştırılması anlamına gelen karşıolgusal analiz (*counterfactual*) yapılarak işlem ele alındığında da söz konusu modellerin Fiat Egea ile birleşmesinin rekabetçi endişe doğurmayacağı değerlendirilmektedir. Şöyle ki, yukarıdaki tabloda görülebileceği üzere Peugeot 301, Citroen C-Elysee 2017 yılından bu yana pazar payı kaybetmekte olan, 2020 yılı ilk 9 ayı itibarıyla pazar payları %(.) ile sınırlı olan modellerdir. Ayrıca bu modellerin her ikisinin de yalnızca düz vites-dizel motor seçeneği olması da bu durumu açıklar niteliktedir. Dolayısıyla söz konusu modeller Fiat Egea'ya yakın rakip olduğu varsayılarak ondan bağımsız şekilde pazarda tutulmaya bile çalışılsa, bir başka deyişle işlemin gerçekleşmemesi senaryosunda, Fiat Egea üzerinde etkin rekabetçi baskı uygulayabilecek modeller olmadıkları değerlendirilmektedir. Gerek donanım ve motor-vites seçeneği kısıtları, 2017 yılından bu yana önemli ölçüde pazar payı kaybetmekte oldukları, gerekse de yerli üretim avantajına sahip olmamaları nedeniyle vergi politikalarından yararlanamamaları nedeniyle söz konusu modellerin etkin bir rekabetçi baskı unsuru olarak ortaya çıkmaları beklenmemektedir. Bu çerçevede, işlem sonrasında taraflar üzerinde, bir kısmı yerli üretim avantajına da sahip olan Renault Megane, Toyota Corolla, Renault Clio/Symbol, Honda Civic gibi Fiat Egea'ya daha yakın rakip konumunda olan modellerin etkin rekabetçi baskısının devam edeceği değerlendirilmektedir.
- (181) Bu hususlara ilaveten bir önceki bölümde de yer verildiği üzere, rakip distribütörlerce C segmenti üzerinde B segment araçların yanısıra J segment ve D segment araçların da rekabetçi baskının bulunduğu yönünde görüşler sunulmuştur. Segmentler arası talep geçişlerinin bulunması da segmentler arası rekabetçi baskının varlığına işaret etmektedir. Bir önceki bölümde değerlendirildiği üzere, rakip teşebbüslerin birleşme tarafları üzerinde rekabetçi baskı uygulayabilecek şekilde yeni modeller piyasa sürmek ya da mevcut modellerde donanım sadeleştirmesine gitmek yöntemiyle ürün yeniden konumlandırmasına gitmesinin de 2017-2020 yılları arasında piyasaya yeni sürülen ve piyasadaki çekilen model veya mevcut modellerin yeni/eski donanımlarının sayıca çok olması dikkate alınarak olası olduğu da öngörülmektedir. Dosya kapsamında elde edilen görüşler dikkate alınarak, benzer büyüklükte araçlar bakımından, C segment özelinde de örnek olarak C segment ile C-SUV segment aracın alt yapısı baz alınarak üst yapıda yapılacak tasarımsal değişiklikler ile birbirine geçiş imkanı bulunduğu değerlendirilmektedir.

(182) Sonuç itibarıyla C segment özeline inilerek inceleme derineleştirildiğinde de işlemin başta hâkim durum yaratılması ya da mevcut bir hâkim durumun güçlendirilmesi olmak üzere ülkenin bütünü yahut bir kısmında herhangi bir mal veya hizmet piyasasındaki etkin rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğurmayacağı kanaatine ulaşılmıştır.

G.5.3.3.4. D Segmentine Yönelik Değerlendirmeler

(183) D segment araçlar büyük aile aracı olarak bilinen üst-orta sınıf araçları içermektedir. ODD raporlarına⁵² göre D segment araçların büyük bir kısmı sedan gövde tipindedir. Binek araç segmentleri içerisinde D segmentinin %(.....) paya sahip olduğu görülmektedir. C segmenti bakımından yapılan değerlendirmelerde yer verildiği üzere, D segmenti araçların C segmentine rekabetçi baskı oluşturabileceği teşebbüslerce belirtilmiştir. Tarafların ürünleri açısından D segment bakımında da örtüşme bulunmaktadır. D segmenti bakımından yapılan değerlendirmelere aşağıda yer verilmektedir.

(184) İşlem taraflarının D segmentinde yer alan modellerine bakıldığında; FCA'nın yalnızca Alfa Romeo Giulia modeline sahip olduğu, PSA'nın ise Opel Insignia, Opel Cascada, Peugeot 508 ve DS5 modellerine sahip olduğu görülmektedir. Bu kapsamda Opel Cascada ve DS5 modellerinin satışının oldukça sınırlı olduğu ifade edilmelidir.

(185) Bu kapsamda, nihai inceleme bildirimine cevap yazısında taraflarca sunulan ve IHS verilerine dayanan D segmenti pazar payı bilgisinin yer aldığı aşağıdaki tabloda, işlem taraflarının toplam pazar paylarının 2019 yılı itibarıyla %(.....) olduğu görülmektedir. Geçtiğimiz son üç yılda FCA'nın bu segmentte hiç pazar payı elde edemediği anlaşılmaktadır. Raportörlerce hazırlanan ve ODD segmentasyonuna dayanan D segment pazar payı bilgilerine ise aşağıda yer verilmektedir:

Tablo-24: D Segmentinde Toplam Satış Adedi ve Toplam Satış Geliri Bakımından 2017-2019/9 Dönemi Pazar Payları (%)

Teşebbüs	2017		2018		2019		2020 (İlk 9 Ay)	
	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri
FCA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FCA+PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-VW	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BORUSAN-BMW	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
YÜCE AUTO-SKODA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERCEDES	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-AUDI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FORD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
VOLVO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MAIS-RENAULT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOYOTA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100	100	100	100	100	100	100	100

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler.

(186) Tabloda yer alan bilgilere bakıldığında IHS verilerine dayalı pazar payı sonuçları ile uyumlu olduğu görülmektedir. Tablo incelendiğinde; FCA'nın Türkiye'de bu segmentte

⁵² ODD Kasım 2020 Otomobil ve Hafif Ticari Araç Değerlendirme Raporu.

faaliyet göstermekte olduğunu söylemenin bile güç olduğu görülmektedir. Nitekim işlem taraflarınca FCA'nın 2019 yılında sadece bir araç sattığı ifade edilmiştir. Bununla birlikte, PSA'nın da pazar payı son üç yılda %(.....)'un altındadır. Volkswagen'in bu segmentte açık ara pazar lideri olduğu görülmektedir. Öte yandan, Mercedes, BMW ve Skoda markalarının da Türkiye'de %(.....)'un üzerinde pazar payıyla bu segmentte faaliyet gösterdiği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, planlanan işlemin bu segmentte herhangi bir pazar payı artışına neden olmayacağı ve küresel otomotiv üreticilerinin birleşik teşebbüs üzerinde rekabet baskısı oluşturmaya devam edecekleri değerlendirilmektedir. Sonuç olarak, dosya konusu işlemin D segmenti bakımından, etkin rekabetin önemli ölçüde azaltılmasına sebebiyet vermeyeceği kanaatine ulaşılmıştır.

G.5.3.3.5. M Segmentine İlişkin Değerlendirmeler

- (187) Çok amaçlı araçlar (*Multi Purpose Vehicle-MPV*) olarak bilinen araçlar geniş kullanılabilir alanı ve yüksek iç hacmi olan araçlardır. Bu segmentte yer alan araçların belirli bir araç boyutu bulunmazken, farklı koşul ve ihtiyaçları karşılamaları ana özellikleri olarak öne çıkmaktadır. M segmentindeki araçlar genelde kullanıcılarına yüksek iç hacim sağlayan daha çok geniş aileler tarafından tercih edilen araçlardır. MPV tipi otomobiller 7 kişiye varabilen koltuk sayıları ile özellikle ABD'de çok tercih edilmektedir.
- (188) ODD segmentasyonunda M segmenti bulunmamakta olup binek araçta MPV ve CDV (*car derived van*) araçlar iki ayrı kategori olarak verilmektedir. IHS segmentasyonunda, ODD segmentasyonunda binek araçta CDV araç kategorisine düşen bazı araçların da M segmentine dahil edildiği görülmüştür. Bu çerçevede dosya kapsamında M segment hesaplamalarına MPV ve CDV kategorisindeki araçlar dahil edilmiştir. Bu segment özelinde FCA'nın Fiat 500L (MPV); Fiat Doblo Panorama, Fiat Fiorina Panorama (CDV); PSA'nın Citroen C4 Spcace Tourer (Citroen C4 Picasso) (MPV); Peugeot Rifter, Peugeot Tepee (CDV) modelleri bulunmaktadır. Rakiplerin ise Dacia Logan MCV (CDV) Dacia Lodgy (MPV), Ford C-Max, S-Max, Galaxy (MPV) Ford Tourneo (CDV) gibi modelleri mevcuttur. Segmentteki markalar arasında motor ve şanzıman çeşitliliği söz konusudur. Önceki bölümlerde de rakip distribütörlerce sunulan görüşler arasında yer verildiği üzere, MPV model satışlarının son 10 yılda düşüş trendinde olduğu görülmektedir. Bu durumun, müşterilerin alım kararını SUV yönünde oluşturduklarını gösterdiği değerlendirilmektedir. Bu sebeple ikame edilebilirlik bakımından tek yönlü SUV seçimine yönelmenin söz konusu olduğu anlaşılmaktadır. Arz yönünde ikame edilebilirlik de bunu desteklemektedir. Bazı markalar benzer boyutlarda hem MPV hem SUV modelleri sunarken MPV modellerinin üretimini sonlandırmıştır. M segmenti araçların, geniş bagaj hacmi ve iç hacim sunan B, C ve D segmenti station wagon araçlar, SUV araçlar ile CDV araçlardan rekabetçi baskılara maruz kaldığı ifade edilmiştir. 2020 yılı Eylül ayı itibarıyla kümüle adetlere bakıldığında M segmentin toplam binek araç satışları içerisindeki payının yaklaşık %1 seviyesi ile sınırlı olduğu görülmektedir, CDV araçları çıkardığımızda ise MPV araçların payı %0,40 seviyelerine kadar inmektedir.
- (189) M segmentin düşüş trendinde olması nedeniyle, endüstri genelindeki stratejinin, mevcut modellerin lansmanlarını/geliştirilmesini durdurmak haline geldiği söylenebilecektir. Örneğin Renault, en bilinen modellerinden biri olan Renault Escape'in 2023'te yerine yenisi/ikamesi konulmaksızın üretiminin durdurulacağını belirtmiştir. MAİS tarafından sunulan bilgilerde Dacia Logan MCV modelinin 2020 yılı Ekim ayında; Dacia Lodgy modelinin 2021 yılı Aralık ayında satışının durdurulacağı belirtilmiştir. Aynı şekilde, Ford, 2020 yılında C-Max modelinin satışını durduracağını

bildirmiştir. İşlem tarafları bakımından da aynı durumun geçerli olduğu söylenebilecektir. PSA tarafından, Citroën C4 Space Tourer'ın üretiminin 2022'de sona ereceği ve yerine başka bir M segmenti modeli üretme planı bulunmadığı belirtilmiştir. FCA tarafından ise, AEA için M segmentindeki iki modelin üretiminin 2019'da durdurulduğu ve üç modelin daha üretiminin 2020'de durdurulmasının planlandığı ifade edilmiştir.

- (190) M segmentinde yer alan araçlarının üretimlerinin durdurulmasının yanı sıra, pazara yeni modellerin de sürülmediği/sürülmeyeceği anlaşılmaktadır. Bu kapsamda teşebbüslerce yapılan açıklamalardan, önümüzdeki iki yıl içinde M segmentinde tüm dünyada sadece Asya pazarına üç modelin piyasaya sürülmesinin beklendiği anlaşılmaktadır. Bunların tümünün, bu tür araçların satışının hala düşüşe geçmediği Asya pazarında Asya markaları tarafından piyasaya sürüleceği belirtilmiştir. Söz konusu modellere ilişkin olarak aşağıdaki açıklamalara yer verilmiştir:
- Çinli bir olan LDV'nin 2020 yılı içinde G10 model aracın lansmanını gerçekleştirmesi beklenmektedir;
 - Hyundai'nin H100 model aracın lansmanını 2021 yılında gerçekleştirmesi beklenmektedir;
 - Ssangyong'in ise Rodius model aracın lansmanını 2021 yılında gerçekleştirmesi beklenmektedir.
- (191) Rakiplerden elde edilen bilgiler çerçevesinde M segment araçların satışı tüm dünyada azalırken J segmentine olan ilginin arttığı görülmektedir. SUV'ler boyutları nedeniyle MPV'lere benzer kapasite ve konfor seviyeleri sağlamaktadır. Bununla birlikte, MPV'lerin aksine, SUV'lerin moda uygun bir görüntüsü olduğundan, birçok tüketici için benzer fayda, kullanım amacı ve işlevselliği de sunan SUV'ler MPV'lerden daha cazip hale gelmektedir. Bu eğilimler, kısmen J segmentinin son yıllardaki dinamizmini, büyümesini ve M segmentindeki düşüşü açıklayabilmektedir. Bununla birlikte MPV tasarımı baz alınarak gövde tasarımlarında yapılan değişiklikler ile SUV modellerini devreye alan markaların da hızlıca bu trend değişimine adapte olabilme imkanına sahip oldukları söylenebilecektir.
- (192) Nitekim NCBS çalışmasının sonuçları da müşterilerin bir MPV satın alırken SUV'leri genellikle bir alternatif olarak görmekte olduğunu göstermektedir. FCA'nın elindeki en son NCBS çalışmasına göre, bir MPV satın alanların %18'i alternatif olarak bir SUV modelini değerlendirmektedir. Bu oran, MPV model araç alanların başka bir MPV modelini alternatif olarak görme oranı olan %4 seviyesinden 14 puan yukarıdadır. Bu durum SUV'lerin MPV'ler üzerinde önemli bir rekabetçi baskı oluşturduğunu açık biçimde göstermektedir.
- (193) Aşağıdaki tabloda, satış adetlerine dayalı olarak IHS verilerine dayanan bilgilere göre tarafların Türkiye'de M segmentindeki toplam pazar payları görülmektedir:

Tablo-25: M Segment Binek Araçlar Pazar Payı

Teşebbüs	Satış Adedi				Pazar Payı (%)			
	2017	2018	2019	2020 (9ay)	2017	2018	2019	2020(9 ay)
FCA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FCA+PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FORD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
RENAULT- NISSAN- MITSUBISHI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DAİMLER	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DİĞER	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	16.838	9.262	6.597		100	100	100	100,00

Kaynak: FCA ve PSA Nihai İnceleme Bildirimine Görüş Yazısı.

- (194) Yukarıdaki tabloya göre tarafların M segmentinde 2019 yılında yalnızca %(.....) olan pazar paylarının; 2020 yılının ilk 9 ayında %(.....) seviyesine kadar düştüğü görülmektedir. Bu segmentte işlemden kaynaklanan pazar payı artışının, PSA'nın bu segmentte sınırlı faaliyetlere sahip olması nedeniyle 2017-2019 yıllarına göre %(.....) civarında; 2020 yılı temel alındığında ise yalnızca %(.....) seviyesinde kaldığı anlaşılmaktadır. FCA'nın 2018'den 2019 yılına da yaklaşık %(.....) pazar payı kaybettiği görülmektedir. ODD segmentasyonu baz alındığında ise CDV ve MPV kategorisindeki araçları içerecek şekilde M segmentinin görünümü aşağıdaki şekildedir:

Tablo-26: ODD Verilerine Dayalı M Segmenti (MPV+CDV) 2017-2020/9 Dönemi Pazar Payları (Toplam Satış Adedi ve Toplam Satış Geliri Bakımından)

Teşebbüs	2017		2018		2019		2020 (İlk 9 Ay)	
	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri
FCA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FCA+PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MAIS- RENAULT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FORD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERCEDES	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BORUSAN- BMW	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOYOTA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ- SEAT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Distribütörlerden gelen cevabi yazılar baz alınarak hesaplanmıştır.

- (195) Yukarıdaki tabloya bakıldığında tarafların pazar paylarının 2020 yılının ilk 9 ayında oldukça düştüğü görülmektedir. 2020 yılında PSA'nın pazar payı satış adedi bazında %(.....) ile sınırlıdır. 2020 yılında PSA'nın bu iki kategorideki toplam satışları 5 adet araç ile sınırlıdır. 2019 yılına bakıldığında da tarafların satış adedi bazında toplam

pazar payının %(.....) olduğu görülmektedir. PSA'nın hem CDV hem de MPV kategorisinde sınırlı faaliyeti olması nedeniyle, tarafların paylarına bu iki kategori ayrıştırılarak bakıldığında da işlemde kaynaklı pazar payı artışı çok sınırlı olmaktadır. Binek araçlardaki CDV kategorisi özelinde PSA'nın pazar payı 2017-2019 yıllarında %(.....) ya da %(.....) ile sınırlı olup, 2020 yılında %(.....)'dir. Aşağıdaki tabloda ise MPV kategorisi özelinde tarafların pazar payları sunulmaktadır.

Tablo-27: ODD Verilerine Dayalı MPV Segmenti Modele Göre 2017-2020/9 Dönemi Pazar Payları (Toplam Satış Adedi ve Toplam Satış Geliri Bakımından)

Teşebbüs	2017		2018		2019		2020 (İlk 9 Ay)	
	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri
FCA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FCA+PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MAIS-RENAULT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FORD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERCEDES	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BORUSAN-BMW	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOYOTA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-SEAT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Distribütörlerden gelen cevabi yazılar baz alınarak hesaplanmıştır.

- (196) Yukarıdaki tabloda yine tarafların 2020 yılı ilk 9 ayında pazar paylarının oldukça düştüğü, PSA'nın ise hiç pay alamadığı görülmektedir. 2017 yılında tarafların toplam pazar payı %(.....); 2018 yılında %(.....); 2019 yılında ise %(.....) seviyesindedir. Buna ek olarak, işlem taraflarının M segmentindeki modelleri bakımından NCBS çalışmalarına bakıldığında; FCA'nın Fiat 500L modeli bakımından en yakın beş rakip; Honda Civic, Mercedes A serisi, Mercedes GLA, Fiat Egea ve Jeep Renegade modelleridir. PSA'nın Peugeot Partner Tepee modeli bakımından en yakın beş rakip; Volkswagen Caddy, Toyota Corolla, Ford Tourneo Connect, Renault Kangoo ve Fiat Doblo olarak belirtilmiştir. Peugeot Rifter modeli bakımından en yakın beş rakip ise; Opel Combo, Peugeot 3008, Volkswagen Caddy, BMW X3 ve Citroen Berlingo olarak sayılmıştır. NCBS çalışmasının sonuçlarına bakıldığında, M segment bakımından tüketiciler için alternatif olarak görülen modellerin çok çeşitli segmentlerde yer alabildiği görülmektedir. Bu durumun sebebinin tüketici tercihleri bakımından değişen önceliklerden kaynaklandığı değerlendirilmektedir. Tarafların ürünlerinin ise çalışma sonuçlarına göre birbirinin en yakın rakibi olarak sıralanmadığı görülmektedir.
- (197) Sonuç olarak, tarafların bu segment bakımından rekabetçi endişe doğuracak bir seviyede pazar payına ulaşmadığı, PSA'nın bu segmentte sınırlı faaliyeti olduğundan işlemle birlikte önemli düzeyde pazar payı artışı gerçekleşmeyeceği görülmektedir. Buna ek olarak aşağıda Segment J başlığı altında sağlanan tablolardan da görülebileceği üzere, J segmentinde rakiplerin sayısı ve dolayısıyla mevcut modellerin sayısı ve segmentin toplam büyüklüğü çok daha fazladır. Türkiye'de M segmentinin

tüm binek otomobil pazarının çok küçük bir bölümünü oluşturduğu görülmektedir. J segmentinin de M segmenti üzerinde rekabetçi baskı uygulayacağı göz önünde bulundurulduğunda, işlemin bu segmentte herhangi bir rekabetçi endişeye yol açmayacağı değerlendirilmektedir.

- (198) Yukarıda yer verilen açıklamalar doğrultusunda planlanan işlemin, tarafların pazar paylarında sınırlı bir artışa sebebiyet vereceğinden M segmentinin rekabetçi yapısını değiştirmeyeceği değerlendirilmektedir. Dolayısıyla, işlemin M segmenti bakımından pazardaki etkin rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğurmayacağı kanaatine ulaşılmıştır.

G.5.3.3.6. J Segmentine İlişkin Değerlendirmeler

- (199) SUV (*sport utility vehicle*) olarak bilinen J segment araçlar genellikle dört tekerden çekme özelliğine sahiptirler ve bu araçlarda genelde kamyonet şasisleri kullanıldığı için bagaj hacimleri daha geniştir. J segment araçların bir diğer özelliği de asfalt yollarda ve hafif arazilerde yol alabilmeleridir. SUV araçlar, geniş iç hacmi ve yüksek off-road kapasitesini otomobil tarzı bir sürüşle birleştirirler. Sedan ve hatchback gövde tiplerine göre yüksekliği, iç hacmi ve fonksiyonallitesi fazla olan SUV gövde tipindeki modeller zorlu yol ve arazi koşulları için de tüketiciler tarafından tercih edilebilmektedirler.
- (200) J segmenti kendi içerisinde küçük, orta, büyük veya B-SUV, C-SUV ve D-SUV olarak alt segmentlere de ayrılabilir. “İlgili Ürün Pazarı” başlıklı bölümde de yer verildiği üzere J segmentinin alt segmentlere ayrılıp ayrılamayacağı hususu Komisyon’un *Nissan/Mitsubishi* kararında gündeme gelmiş, ancak söz konusu inceleme kapsamında yapılan pazar araştırması neticesinde; *“perakende müşterilerinin çoğunluğu, büyük ve küçük SUV’ler arasında doğrudan ikame edilebilirlik olmadığını belirtse de perakende müşterilerinin büyük bir çoğunluğu büyük ve küçük SUV’ler arasındaki ikame edilebilirliğin orta büyüklükteki SUV segmenti ile karşılandığını düşünmektedir.”* sonucu ortaya çıkmıştır. Komisyon’un Peugeot/Opel kararında da SUV segmentinin araç büyüklüğü bakımından muhtemel alt segmentleri olabileceğini belirtilmiş ise de bu konuda kesin bir sonuca ulaşamamıştır. Nitekim Komisyon’un anılan karar kapsamında yaptığı pazar araştırmasında teşebbüslerin çoğunluğu tarafından SUV segmentinin daha alt segmentlere ayrılmasına gerek olmadığı yönünde görüş belirtilmiştir. Sonuç olarak, J segmentinin dosya kapsamında alt segmentlere ayrılmadan ele alınması gerektiği değerlendirilmekte olup, aşağıda yine de bu segmentler bakımından tarafların pazar payı sunulacaktır.
- (201) Önceki bölümlerde de belirtildiği üzere, son yıllarda J segmentinin tüketiciler tarafından daha çok tercih edildiği görülmektedir. Nihai inceleme kapsamında yapılan çalışmada sektörde yer alan oyunculara J segmentinin hangi segmentlerden rekabetçi baskı gördüğüne ilişkin sorulara cevaben teşebbüsler; genel olarak B-SUV segmentinin, B ve C segmenti binek araçlardan; C-SUV segmentinin, C, D ve E segmenti binek araçlardan; D-SUV segmentinin ise D, E ve F segmenti binek araçlardan rekabetçi baskılara maruz kaldığı belirtilmiştir. Buna ek olarak, J segmentinin C, D ve M segmentlerinin tümüyle araç fiyatları ve teknik özellikleri bakımından kullanıcı nezdinde ikame edilebilir olabileceği belirtilmiştir. Segment içerisinde küçük ve orta SUV’ler arasında geçişin daha fazla olduğu belirtilmiş, yeni ÖTV düzenlemesi ile orta ve büyük SUV model araçların fiyatlarının yükseldiği, bu sebeple talebin küçük SUV modellerine doğru kaymasının beklendiği de ifade edilmiştir.
- (202) Bu segmentte IHS segmentasyonu çerçevesinde taraflarca sunulan pazar payı bilgileri, ODD segmentasyonuna göre yapılan pazar payı hesaplamalarının sonuçları

ile uyuşmaktadır. Bu çerçevede işlem taraflarınca sunulan IHS verilerine dayalı J segment pazar payları aşağıdaki tabloda sunulmaktadır:

Tablo-28: J Segment Binek Araçlar Pazar Payı

Teşebbüs	Satış Adedi			Pazar Payı (%)		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
FCA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FCA+PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
RENAULT-NİSSAN-MİTSUBİSH	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
VOLKSWAGEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HYUNDAİ-KİA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FORD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOYOTA GROUP	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BMW	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HONDA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SUZUKİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DİĞER	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	128.110	106.195	98.740	100	100	100

Kaynak: Nihai İnceleme Bildirimine Görüş Yazısı.

- (203) Tabloda tarafların 2019 yılı toplam pazar payının %(.....) olduğu görülmektedir. FCA'nın pazar payı bu segmentte sadece %(.....) ile sınırlı olduğundan taraflar işlemin gerçekleşmesinin ardından yaşanacak pazar payı artışının yalnızca %(.....) olduğunu belirtmiştir. Bununla birlikte, bu segmentte faaliyet gösteren çok sayıda küresel otomotiv üreticisi bulunduğu, bu nedenle, pazarın oldukça rekabetçi olduğu ve küresel otomotiv üreticisi planlanan işlem sonrasında da birleşik teşebbüs üzerinde kayda değer bir rekabetçi baskı yaratmaya devam edeceği ifade edilmiştir.
- (204) ODD segmentasyonuna dayanan J segmenti pazar payı bilgilerine aşağıda yer verilmiştir:

Tablo-29: J Segmentinde Toplam Satış Adedi ve Toplam Satış Geliri Bakımından 2017-2020/9 Dönemi Pazar Payları (%)

Teşebbüs	2017		2018		2019		2020 (İlk 9 Ay)	
	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri
FCA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FCA+PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HYUNDAI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-VW	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
NISSAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MAIS-RENAULT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
YÜCE AUTO-SKODA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ÇELİK-KIA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
VOLVO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FORD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-AUDI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BORUSAN-BMW	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOYOTA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-SEAT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERCEDES	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HONDA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SUZUKI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-PORSCHE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BORUSAN-MINI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ-BENTLEY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Distribütörlerden gelen cevabi yazılar baz alınarak hesaplanmıştır.

(205) Yukarıda yer verilen tablodaki bilgilerden, PSA'nın segmentte lider olduğu ve 2017 yılından bu yana pazar payını arttırdığı görülmektedir. Öte yandan, FCA'nın bu segmentteki pazar payının yaklaşık %(.....) civarında olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla işlemden kaynaklı pazar payı artışı önemli düzeyde olmayacaktır. Bunun yanı sıra, HYUNDAI ve VOLKSWAGEN'in de bu segmentte önemli rakipler olduğu değerlendirilmektedir. Aşağıdaki tabloda HHI endeksine dayalı olarak yoğunlaşma oranlarındaki değişim ele alınmıştır.

20-57/794-354

Tablo-30: J Segmentinde Toplam Satış Adedi ve Toplam Satış Geliri Bakımından 2017-2019/9 Dönemi HHI Değerleri

HHI	2017		2018		2019		2020 (İlk 9 ay)	
	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri
İşlem Öncesi	1240	1150	1240	1189	1215	1145	1321	1221
İşlem Sonrası	1293	1204	1320	1271	1337	1268	1482	1372
Değişim	54	54	80	83	122	123	161	151

Kaynak: Taraflardan gelen cevabi yazılar baz alınarak hesaplanmıştır.

- (206) Yatay Kılavuz'da "birleşme sonrası pazardaki HHI endeksi 1.000 ile 2.000 arasında olan ve işlem neticesinde HHI endeksindeki değişim 250'nin altında kalan işlemlerde üzere rekabetçi kaygıların oluşması ihtimalinin düşük olduğu" değerlendirilmektedir. Bu çerçevede işleme ortaya çıkan yoğunlaşma artışının Kılavuz'da belirtilen yoğunlaşma eşiklerinin altında kaldığı görülmektedir.
- (207) Bu segmentte FCA'nın Jeep Renegade, Jeep Compass, Fiat 500X, Jeep Grand Cherokee, Maserati Levante, Alfa Romeo Stelvio, Jeep Wrangler; PSA'nın Peugeot 3008, Peugeot 2008, Peugeot 5008, Citroen C3 Aircross, Citroen C5 Aircross, Opel Grandland X, Opel Crosland X, DS DS7 Crossback, DS DS3 Crossback modelleri bulunmaktadır. Rakipler ise Hyundai Kona, Tucson, Sante Fe; Volkswagen T-ROC, Tiguan, Toureg, Nissan Juke, QASHQAI, X-Trail; Dacia Duster; Renault Kadjar; Skoda Kodiaq, Karoq, Kamiq; Kia Stonic, Xceed, Niro, Sportage; Ford Ecosport, Puma, Kuga Edge; SEAT Arona, Ateca, Volvo XC40, XC60, XC90, BMW X Serisi, AUDI Q Serisi, Mercedes G, GL Sersisi, Honda CR-V, HR-V, SUZUKİ Vitara gibi modellerle bu segmentte faaliyet göstermektedir. Segmentin en ayırıcı özelliği çok sayıda modelin yer almasıdır.
- (208) Tek taraflı etkiler bakımından pazar payının ardından en önemli göstergenin yakın rakip analizi olduğu değerlendirilmektedir. 2019 yılı itibarıyla Türkiye'de J segmentinde en çok satan on marka/model bilgisine aşağıdaki tabloda yer verilmiştir:

Tablo-31: J Segmenti En Çok Satan 10 Marka/Model

Sıra	Marka/Model
1.	Peugeot 3008
2.	Dacia Duster
3.	Nissan Qashqai
4.	Hyundai Tuscon
5.	Volkswagen Tiguan
6.	Kia Sportage
7.	Ford Kuga
8.	Toyota CH-R
9.	Citroen C5-Aircross
10.	Volkswagen T-Roc

Kaynak: TOFAŞ'ın Cevabi Yazısı.

- (232) Yukarıdaki tabloda görülebileği üzere, en çok satan 10 model arasında PSA'nın iki adet modeli var iken, işlemin diğer tarafı FCA'ya ait herhangi bir model yer

almamaktadır. J segmentine ilişkin olarak pazardaki teşebbüslere yakın rakiplerine ilişkin bilgiler sorulmuş olup, gelen cevaplara aşağıdaki tabloda yer verilmiştir:

Tablo-32: Yakın Rakiplere İlişkin Gelen Cevaplar (J Segmenti)

Teşebbüs	Marka/Model	Yakın Rakip
ÇELİK MOTOR	Stonic	Hyundai Kona, Opel CrosslandX, Jeep Renegade, Ford EcoSport, Citroen C3, Skoda Kamiq, Suzuki Vitara, Seat Arona, Ford Puma, Fiat 500X, Jeep Compass, Suzuki Jimmy, DS3 Crossback, SsangYong Tivoli, Mazda CX3, Nissan Juke, Opel Mokka
	Sportage	
DOĞUŞ (AUDI)	Q2	Mini Countryman
	Q5	BMW X3, Mercedes-Benz GLC
	Q7	Volvo XC90
DOĞUŞ (VW)	T-ROC	Peugeot 2008, Hyundai Kona, Opel Crossland X, Jeep Renegade, Ford Ecosport
	Tiguan	Dacia Duster, Hyundai Tucson, Peugeot 3008, Nissan Qashqai
	Tiguan Allspace	Peugeot 5008, BMW X1, Honda CR-V, Nissan X-Trail, Mini Countryman
	Touareg	Volvo Xc90, Range Rover Velar Range Rover Sport, Land Rover Discovery Sport, Land Rover Range Rover
FORD	EcoSport	Peugeot 2008, 3008, 5008 Hyundai Kona, Tuscon Volkswagen Tiguan, T-Roc Nissan Qashqai, Juke, X-Trail
	Puma	
	Kuga	
	Edge	
HONDA	HR-V	Toyota CH-R, Nissan Qashqai
	CR-V	Peugeot 5008, Nissan X-Trail
HYUNDAİ	Kona	Opel Crossland X, Peugeot 2008, Toyota CH-R, Renault Captur
	Tuscon	Peugeot 3008, Nissan Qashqai, Ford Kuga, Citroen C5 Aircross, KIA Sportage
MAİS	Renault Captur	Peugeot 2008, Opel CrosslandX, Ford Ecosport, Nissan Juke, Hyundai Kona, Volkswagen T-Roc, Seat Arona, Citroen C3 Aircross
	Renault Kadjar	Peugeot 3008, Hyundai Tucson, Nissan

	Dacia Duster	Qashqai, Citroen C5 Aircross, Volkswagen Tiguan
	Renault Koleos	Peugeot 5008, Nissan X-Trail, Skoda Kodiaq, Honda C-RV
MERCEDES	GLA, GLB	Acura CDX, Audi Q3, BMW X1, Cadillac XT4, Infiniti QX30
	GLC, GLC Coupe, EQC	Acura RDX, Audi Q5, BMW X3, Cadillac XT5, DS 7 Crossback, Alfa Romeo Stelvio, BMW X4, Jaguar F-Pace, Jaguar I-Pace,
	GLE, GLE Coupe, G Serisi, GLS	Acura MDX, Audi e-tron, Audi Q7, BMW X5, Cadillac XT6, Audi Q8, BMW X6, Jaguar J-Pace, Maserati Levante, BMW X7, Cadillac Escalade, Infiniti QX80, Land Rover Range Rover, Lexus LX
NISSAN	Juke	Renault Captur, Peugeot 2008, Hyundai Kona, Ford Puma, Skoda Kamiq, Opel CROSSLAND-X
	Qashqai	Hyundai Tucson, Renault Kadjar, Peugeot 3008, Volkswagen Tiguan, Opel GRANDLAND X, Citroen C5 Aircross
	X-Trail	Honda CR-V, Skoda Kodiaq
SUZUKI	Vitara	Hyundai Kona, Peugeot 2008, Nissan Qashqai, Kia Sportage, Hyundai Tuscon
	S-Cross	Honda HR-V, Hyundai Kona, Opel CROSSLAND-X
TOFAŞ	Jeep Renegade	Peugeot 3008, Dacia Duster, Nissan Qashqai, Hyundai Tuscon, Volkswagen Tiguan, Kia Sportage, Ford Kuga, Toyota CH-R, Citroen C5-Aircross, Volkswagen T-Roc
	Jeep Compass	
	Jeep Wrangler	
	Fiat 500X	
	Alfa Romeo Stelvio	
	Maserati Levante	
TOYOTA	CH-R	Nissan Qashqai, Honda Civic, Toyota Corolla/Auris(Corolla HB) ve Peugeot 3008.
	RAV4	
	Land Cruiser Prado	
VOLVO	XC40	BMW X1, X2 Range Rover Mercedes GLA, GLB, Jaguar E-Pace

	XC60	Alfa Romeo Stelvio Audi Q5 BMW X3 Land Rover Discovery Lexus NX Mercedes GLC, GLC Coupe Porsche Macan Jaguar F Pace, I Pace
	XC90	Audi Q7, Q8 BMW X5 Land Rover Discovery, Range Rover Lexus RX Maserati Levante MERCEDES G, GLE, GLE Coupe Porsche Cayenne, Bentley Bentayga Lamborghini URUS
YÜCE AUTO	Kamiq	Peugeot 2008, Hyundai Kona, Ford Puma, Volkswagen T-Roc, Seat Arona, Opel CrosslandX
	Karoq	Peugeot 3008, Citroen C5Aircross, Volkswagen Tiguan, Hyundai Tuscon, Seat Ateca, Kia Sportage, Opel GrandlanX, Nissan Qashqai
	Kodiaq	Peugeot 5008, Nissan X-Trail, Peugeot 508, Volkswagen Passat, Renault Talisman
Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen verilerle hazırlanmıştır.		

(350) Yukarıdaki tabloya bakıldığında; segment içerisinde önemli bir rekabetin yer aldığı anlaşılmaktadır. Yakın rakip değerlendirilmesinde bir kısım teşebbüsün değerlendirmelerinde SUV kategorisi içerisinde boyuta dayalı alt segmentler bakımından ayrımın dikkate alınmadığı, bir kısmı bakımından ise bu ayrımın önemli olduğu görülmektedir. Bu çerçevede J segmentin araç boyutlarına göre kendi içinde alt segmentlere ayrılması durumunda oluşan pazar payları incelendiğinde, tarafların faaliyetlerinin yalnızca SUV-B ve SUV-C kırılımında örtüştüğü görülmektedir. SUV-D ve olası bir ilave kırılım olan SUV-E kırılımında sadece FCA'nın sırasıyla %(.....) ve %(.....) seviyesiyle sınırlı olan pazar payının bulunduğu ve PSA'nın bu kırılımlarda yer alan modeli bulunmadığı taraflarca belirtilmiştir. Bu çerçevede SUV-B ve SUV-C alt kırılımları bakımından pazar payı tabloları aşağıda sunulacaktır. Aşağıda tabloda SUV-B kırılımında tarafların pazar payları görülmektedir.

Tablo-33: Tarafların ve Rakiplerin SUV-B Segmenti Satış Adetleri ve Pazar Payları

SUV-B Segmenti						
Teşebbüs	Satış Adedi			Pazar Payları (%)		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
FCA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FCA+PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Renault-Nissan-Mitsubishi	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toyota Group	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Hyundai-Kia	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Volkswagen	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Suzuki	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ford	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Honda	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğerleri	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	39.317	28.817	29.175	100	100	100

Kaynak: Taraflardan gelen bilgiler.

Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere tarafların 2019 yılı itibarıyla bu kırımdan aldıkları toplam pay % (.....) seviyesinde olup işlem sonrası rakiplerin rekabetçi baskının korunacağı görülmektedir. PSA'nın B-SUV kırımda başlıca modelleri Peugeot 2008, Citroen C3 Aircross, Opel Crossland X iken; FCA'nın Jeep Renegade ve Fiat 500X modelleri bulunmaktadır. B-SUV segmentinde yer alan rakip modellerin başlıcaları Renault Captur, Suzuki Vitara, Skoda Kamiq, Hyundai Kona, Volkswagen T-ROC, Ford Ecosport, Ford Puma, Nissan Juke, olarak sıralanabilir. NCBS çalışmasının sonuçlarına göre, Fiat 500X modelini satın almış olan tüketicilerce en yakın alternatif görülen modeller; Citroen C4, Renault Captur, Toyota CH-R ve Volkswagen Tiguan'dır. Jeep Renegade modeli satın almış katılımcılar bakımından ise en yakın rakipler Nissan Qasqai, Toyota C-HR, Volkswagen Tiguan, Hyundai Kona, Skoda Karoq olarak sıralanmış olup cevapları içerisinde alternatif görülen modeller arasında herhangi bir PSA modelinin yer almadığı da görülmektedir. Peugeot 2008 modelini almış olanlar bakımından en yakın alternatifler Hyundai Tucson, Nissan Qasqai, Renault Captur, Honda Civic olup FCA'ya ait herhangi bir modele ilişkin duraksama yaşanmadığı görülmektedir. Opel Crossland X modeli alıcılarına göre ise en yakın alternatifler olarak Nissan Qasqai, Peugeot 3008, Toyota C-HR, Toyota Corolla ve Ford Ecosport olarak sıralanmaktadır. Çalışmada Citroen C3 Aircross modeli alıcıları da herhangi bir FCA modelini alternatif olarak görmemiştir. NCBS çalışmasının sonuçlarına bakıldığında, FCA modellerinin alıcıları tarafından PSA modellerinden yalnızca başka bir segmentte yer alan tek modelinin ikame olarak görüldüğü, PSA modellerinin alıcıları tarafından FCA modellerinin yakın rakip olarak görülmediği anlaşılmaktadır. Aşağıda tabloda SUV-c kırımında tarafların pazar payları görülmektedir.

Tablo-34: Tarafların ve Rakiplerin SUV-C Segmenti Satış Adetleri ve Pazar Payları

SUV-C Segmenti						
Teşebbüs	Satış Adedi			Pazar Payları (%)		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
FCA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FCA+PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Hyundai-Kia	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Volkswagen	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Renault-Nissan-Mitsubishi	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ford	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BMW	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Honda	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toyota Group	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	79.109	69.905	62.118	100	100	100
Kaynak: Taraflardan gelen bilgiler.						

- (351) C-SUV segmentinde yer alan modellerin başlıcaları Dacia Duster; Nissan Qashqai; Volkswagen Tiguan; Hyundai Tucson; Toyota C-HR; Renault Kadjar; Honda CR-V Toyota C-HR; Volvo XC40, Ford Kuga, Kia Sportage; SEAT Ateca ve Skoda Karoq olarak sıralanabilir. PSA'nın bu segmentte Citroen C5 Aircross, Peugeot 3008 Peugeot 5008, Opel Grandland X, Ds Ds7 Crossback modelleri bulunmaktadır. FCA'nın bu segmentte sadece Jeep Compass modeli bulunmaktadır. NCBS çalışmasında göre, PSA'ya ait Citroen C5 Aircross alıcıları tarafından alternatif model olarak sadece Citroen C4 sayılmıştır. PSA'ya ait Peugeot 3008 modelinin alıcıları tarafından en yakın rakip olarak görülen ilk beş modelin; Nissan Qashqai, Hyundai Tucson, Volkswagen Tiguan, Honda Civic ve Kia Sportage olduğu görülmektedir. PSA'ya ait Opel GrandlandX modeli alıcıları bakımından en yakın beş rakip modelin; Peugeot 3008, Volkswagen Tiguan, Hyundai Tucson, Ford Kuga ve Nissan Qashqai olduğu görülmektedir Jeep Compass modelini satın almış olanlar bakımından en yakın rakiplerin Nissan Qashqai ve Volkswagen Tiguan olduğu görülmektedir. Bu çerçevede, taraflara ait modellerin bu kırılımda da birbirlerinin en yakın rakibi konumunda olmadıkları görülmektedir. Son olarak belirtmek gerekir ki PSA grubunun premium modellerinin yer aldığı markası olarak nitelendirilebilecek DS markasının pazar payı oldukça düşük olduğundan, bu markanın işlem sonrası FCA'nın her biri oldukça düşük paylara sahip SUV-D ve SUV-E kırılımları altında kalan modelleri ile aynı bünyede yer alacak olmasının da herhangi bir rekabetçi endişe doğurmayacağı bu bakımından ilave bir değerlendirmede bulunmasına gerek olmadığı değerlendirilmektedir.
- (352) Özet olarak, J segmenti ve J segmentinin alt kırılımları bakımından tarafların pazar paylarının rekabetçi endişe yaratacak düzeyde olmadığı değerlendirilmektedir. Önceki bölümlerde belirtildiği üzere J segment büyüme eğiliminde olan, 2017 yılından bu yana en çok sayıda yeni modelin piyasaya sürüldüğü ve 2020 sonrasında da sürülmesinin planlandığı binek araç segmentidir. Çok sayıda modelin bulunduğu J segmenti bakımından işlem neticesinde yaşanacak pazar payı artışının sınırlı olduğu

ve işlem taraflarının birbirinin yakın rakibi olmadığı değerlendirilmektedir. Tüm bu gerekçelerle, işlemin J segmenti bakımından etkin rekabetin önemli ölçüde azaltılmasına sebebiyet vermeyeceği sonucuna ulaşılmıştır.

G.5.3.3.7. GUPPI Analizi⁵³

- (353) İşlem taraflarınca bir iktisadi danışmanlık şirketi olan Compass Lexecon tarafından C segmentine ilişkin gerçekleştirilen GUPPI (*Gross Upward Price Pressure Index*) analizi sunulmuştur. Bu kapsamda GUPPI'nın, birleşen iki tarafın birleşme sonrası fiyatlarını artırma yönünde bir güdüsü bulunup bulunmadığının tespiti için kullanılan standart bir ölçü olduğu, %5'in altında kalan bir GUPPI'nın, genellikle birleşme sonucunda rekabet karşılığı etkilerin ortaya çıkmasının muhtemel olmadığı bir göstergesi olarak sayıldığı ifade edilmiştir. Bu kapsamda öncelikle analizin formülünü ve formülde kullanılan değişkenleri ele almakta fayda görülmektedir.
- (354) Bu doğrultuda; GUPPI'nın, katkı marjının sapma oranı ve taraflar arasındaki fiyat oranı ile çarpılmasıyla aşağıdaki şekilde hesaplandığı belirtilmiştir:

$$GUPPI_{FCA} = \text{Sapma Oranı}_{FCA \text{ to PSA}} * \text{Katkı Marj}_{PSA} * \frac{\text{Fiyat}_{PSA}}{\text{Fiyat}_{FCA}}$$

- (355) Taraflarca formülde FCA'dan PSA'ya sapma oranı, FCA'nın yaptığı bir fiyat artışı dolayısıyla PSA'ya kaybettiği satışlarının oranını ölçtüğü belirtilmiştir. Sapma oranına ilişkin tahmin yapma yöntemi konusunda taraflar Farrell ve Shapiro'nun⁵⁴ makalesinde "Sapma oranı, birleşen teşebbüslerin normal iş akışında üretilen kanıtlar kullanılarak tahmin edilebilir. Teşebbüsler, sapma oranlarını genellikle kimlere iş kaybettikleri veya kimlerden iş kazanabilecekleri şeklinde izlemektedir. Müşteri anketleri ve müşterilerin geçiş modelleri hakkında bilgiler sapma oranlarını aydınlatabilecektir."⁵⁵ tespitinde bulunduğunu belirtmiş; aynı doğrultuda, OECD bünyesindeki bir tartışma dokümanında Komisyon'un "Sapma oranına ilişkin kesin tahminler mevcut olmadığına, dahili belge veya anket kanıtları, tarafların markaları arasındaki ikame derecesini değerlendirmek için yararlı olabilmektedir" açıklamalarını yaptığı belirtilmiştir. Benzer şekilde Birleşik Krallık rekabet otoritesi CMA da şunu belirtmektedir: "Sapma oranları, ilgili durumda mevcut olan bilgilere bağlı olarak birkaç farklı yolla hesaplanabilir. Perakende birleşmelerinde, CMA sapma oranlarını hesaplamak için en çok tüketici anketlerinin sonuçlarını kullanmıştır."⁵⁶ Uygulamada, birçok durumda rekabet otoritesinin, anketlere dayalı sapma oranları tahminlerine dayanan bir GUPPI analizi gerçekleştirdiği; Komisyon'un T-Mobile N/Tele2 NL kararında⁵⁷ sapma oranlarını tahmin etmek adına müşterilerin birinci ve ikinci tercihlerini araştırmak için Hollanda'daki cep telefonu ikamelerine ilişkin bir anket

⁵³ Bu bölümün hazırlanmasında Wiethaus, L. ve Nitsche (2015), R, "Upward Pricing Pressure Analysis: Critical Issues in Recent Applications", *Journal of European Competition Law & Practice* 6(1):48-53, https://www.researchgate.net/publication/282479815_Upward_Pricing_Pressure_Analysis_Critical_Issues_in_Recent_Applications, ve OECD (2020), Economic analysis in merger investigations, 2020 OECD Global Forum on Competition Discussion Paper'dan, www.oecd.org/daf/competition/economic-analysis-inmerger-investigations-2020.pdf faydalanılmıştır. Diğer kaynaklar:

http://www.learlab.com/wp-content/uploads/2016/03/lcn_merger_screen_price_pressure_test_1360694100.pdf, (Erişim Tarihi: 27.12.2020)

https://competitioncooperation.eu/wp-content/uploads/2018/10/Day-1_Session-1_Hans-EN.pdf, (Erişim Tarihi: 27.12.2020)

⁵⁴ Farrell J, Shapiro C (2010), Antitrust Evaluation of Horizontal Mergers: An Economic Alternative to Market Definition. B.E. J. of Theoretical Econ. 10:9

⁵⁵ Avrupa Komisyonu (2011), Economic Evidence in Merger Analysis (DAF/COMP/WP3/WD(2011)26.

⁵⁶ CMA (2017), Retail mergers commentary, para. 5.7.

⁵⁷ Avrupa Komisyonu, Case M.8792 – T-MOBILE N / TELE2 NL, 2018, para. 74

gerçekleştirdiği; Hutchison 3G Italy/WIND/JV kararında⁵⁸ sapma oranlarının, en son tercih ettikleri mobil sağlayıcıların daha pahalı olması veya mevcut olmaması durumunda muhtemel alternatif seçeneklerini soran bir ankete dayanarak tahmin edildiği; Hutchison 3G UK/Telefonica UK kararında⁵⁹ sapma oranlarını tahmin etmek adına taraflardan biriyle sağlayıcıyı değiştirme veya taraflardan biriyle sözleşmelerini değiştirme / gözden geçirme kararı alan tüketiciler arasında gerçekleştirilen bir anketin kullanıldığı belirtilmiştir. Birleşik Krallık rekabet otoritesi CMA'nın Sainsbury's/Asda; Original Bowling/Bowlplex ve Cineworld/City Screen kararları da sapma oranlarının tüketici anketlerine dayanılarak tahmin edildiği diğer kararlara örnek verilmiştir⁶⁰.

- (356) Sonuç olarak taraflarca gönderilen çalışmada (i) *New Car Buyer Survey* (NCBS) anketine dayanan duraksama oranları ve (ii) IHS'nin zımni/işaret edilen pazar payları bazında iki sapma oranı ölçüsünün dikkate alındığı belirtilmiştir. Taraflarca; NCBS'nin pazar araştırması amacıyla yeni araçların satın alınmasıyla ilgili faktörler hakkında bilgi toplamak adına önde gelen otomobil üreticileri⁶¹ tarafından üçüncü bir tarafa yaptırılan bir anket olduğu, anketin Türkiye dahil çeşitli ülkelerde ülke düzeyinde yürütüldüğü⁶², dosyaya sunulan NCBS verilerinin alıcılara sorulan soruların yanıtlarını bir matris formunda sunduğu, her hücrenin, X modelini satın alan ve Y modelini ana alternatif olarak gören bireylerin sayısını temsil ettiği, model X'i satın alan ve Y modelini ana alternatif olarak kabul eden bireylerin, model X'in yeni alıcılarının toplam sayısı içinde oranına 'duraksama oranı' dendiği belirtilmiştir. Sapma oranlarını tahmin etmek amacıyla, bu satışlar diğer rakiplere yönlendirilmeyeceğinden, aynı üreticilerin modellerine yönelik duraksama cevaplarının ve bir gruba veya segmente tahsis edilemediği için anketi cevaplayanların model adı belirtilmediği duraksama cevaplarının hariç tutulduğu, bu çerçevede duraksama oranlarının, bir üreticideki fiyat artışını takiben müşterilerin değiştirme davranışının geçerli bir tahminini (sapma oranı) temsil ettiği ifade edilmiştir. NCBS verilerinin, pazar istihbaratı amacıyla otomotiv sektöründe normal iş akışı içinde yaygın olarak kullanıldığı, buna ek olarak, Komisyonu'n Peugeot/Opel kararı⁶³ ile Nissan/Mitsubishi kararının⁶⁴ NCBS verilerine dayandığı ifade edilmiştir.
- (357) NCBS duraksama oranlarına dayalı sapma oranlarının, müşterilerin satın aldıkları araçların alternatiflere ilişkin belirttikleri tercihleriyle uyduğu, bu durumda yalnızca segment içindeki duraksamaların (alternatif modelin de C Segmenti'nde olduğu durumlar) dikkate alındığı ifade edilmiştir. Bununla birlikte, bu analizde, satın alınan yeni araç ile aynı OEM tarafından üretilen araçlar arasındaki duraksamaların (örneğin

⁵⁸ Avrupa Komisyonu, Case M.7758 - HUTCHISON 3G ITALY / WIND / JV.

⁵⁹ Avrupa Komisyonu, Case M.7612 - HUTCHISON 3G UK / TELEFONICA UK.

⁶⁰ Birleşik Krallık Rekabet Otoritesi (2019), *Anticipated merger between J Sainsbury PLC and Asda Group Ltd: Final report* ('the CMA's Final Report'); Birleşik Krallık Rekabet Otoritesi (2015), *Anticipated acquisition by The Original Bowling Company Ltd of Bowlplex Lt*; Birleşik Krallık Rekabet Otoritesi (2013), *Completed acquisition by Cineworld plc of City Screen Limited*

⁶¹ FCA, PSA, Ford, Renault/Nissan, Volkswagen, Daimler ve Toyota.

⁶² Anketin özellikle yeni otomobil satın alanlara şu iki soruyu sorduğu belirtilmiştir:

a. "Lütfen yeni arabanızın teknik özelliklerini teyit ediniz" (Cevap: model, versiyon, motor hacmi, motor gücü, şanzıman, dört çeker, şasi tipi);

b. "Nihayetinde yeni arabanıza karar vermeden önce, YENİ araba için başka alternatif modelleri değerlendirdiniz mi?" (Cevap: Evet/Hayır). Cevap evet ise, "Lütfen düşündüğünüz ana alternatif arabanın (marka ve model) ayrıntılarını aşağıda tanımlayınız." (Cevap: marka, model, motor tipi, dört çeker, şasi tipi).

⁶³ Avrupa Komisyonu, Case M.8449 - Peugeot/Opel kararı.

⁶⁴ Avrupa Komisyonu, Case M.8099 - NISSAN/MITSUBISHI.

yeni bir FCA model araç alıcısının başka bir FCA aracını asıl alternatif olarak belirlemesi durumunda) dikkate alınmadığı eklenmiştir.

- (358) Sapma oranının tarafların pazar payları üzerinden hesaplanmasında ise, tarafların göreceli pazar paylarının tarafların araçlarının çekiciliğini yansıttığı varsayımı altında, gerçek sapma oranları için gösterge teşkil ettiği belirtilmiş ve belirtilen zımni sapma oranının aşağıdaki şekilde hesaplandığı iletilmiştir:

$$\text{Zımni sapma oranı}_{FCA \text{ to } PSA} = \frac{\text{Pazar payı}_{PSA}}{(100 - \text{Pazar payı}_{FCA})}$$

- (359) Öte yandan taraflarca pazar payı yönteminin altında yatan güçlü varsayımlar göz önüne alındığında, diğer nicel / nitel veriler (örneğin NCBS gibi) mevcut ise, pazar paylarının kullanılması daha az tercih edileceği ifade edilmiştir.
- (360) Sapma oranına ek olarak formüldeki diğer değişkenler (ii) katkı marjı ve (iii) fiyatlardır. Taraflar analizde kullanılan fiyatların dosya kapsamında talep edilen bilgilere cevaben sunulduğu, bunların bayi net alış fiyatları olduğu, fatura altı toptan satış bayi indirimlerinin yanı sıra perakende kampanyalarının da dikkate alınması suretiyle hesaplandığı belirtilmiştir. Grup seviyesi fiyatların tarafların modelleri için model düzeyi fiyatların IHS hacim ağırlıklı ortalaması olarak hesaplandığı ifade edilmiştir. Açıklamalardan, tarafların formülde, modeldeki araç sayısı ve bu modelin net alış fiyatı ile çarpımı sonucunda ulaşılan toplamın, toplam hacme oranını içeren hacme göre ağırlığı alınmış fiyatın kullanıldığı anlaşılmıştır.
- (361) Bu analizlerde kar marjları önemli ve tartışmalı girdilerden biridir. Bu durumun sebebi Yatay Kılavuz'da *"Birleşmenin taraflarının ürünleri arasındaki ikame oranı ne kadar yüksekse, birleşik teşebbüsün fiyatları önemli ölçüde artırma olasılığı da o derece yüksektir... Bunun yanında, işlem öncesindeki yüksek kâr marjları, fiyat düzeyindeki önemli orandaki artışları daha olası kılacaktır."* ifadeleriyle de belirtildiği gibi tarafların ürünlerinin yakın rakip olmasının yanı sıra işlem öncesi kâr marjlarının yüksek olmasının da işlem sonrası fiyat artışı ortaya çıkma ihtimalini arttırmıştır. Yatay Kılavuz'da atıf yapılan kâr marjı *"İlgili marj (μ) ile genellikle, fiyat (f) ile bir fazla ürün üretmek için katlanılan maliyetler (m) arasındaki farkın fiyata oranı kastedilmektedir, [$\mu=(f-m)/f$]"* şeklinde açıklanmaktadır. Komisyon'un H3G Austria/Orange Austria kararında⁶⁵ hangisinin daha güvenilir olduğuna ilişkin herhangi bir yorum yapmadan hem "direkt marj" hem de "katkı marjı" ölçütlerini kullanıldığı görülmektedir. Direkt marj fiyat ve kısa dönem marjinal maliyetler arasındaki farka karşılık gelmekte iken; katkı marjının müşteri kazanma ve koruma maliyeti, tahsil edilemeyen alacaklar gibi ilave maliyet unsurlarının da fiyattan düşülmesi yoluyla hesaplandığı belirtilmektedir. Diğer taraftan Komisyon H3G UK/Telefonica Ireland ve Telefonica Deutschland/E-Plus kararlarında⁶⁶ direkt marjlar yerine "katkı marjı" ve "artan marj"ları kullanmıştır. Artan marj hesaplanırken, katkı marjı hesaplanırken çıkarılan maliyetlere ek olarak uzun dönemli kaçınılabilir maliyetler de düşülmektedir.
- (362) Taraflarca, FCA'nın, katkı marjını her bir ülkedeki her bir modelin net fiyatı ile üretim ve ticarileştirmeye ilişkin maliyetler arasındaki fark olarak tanımladığı; bu kapsamda anılan değişken maliyetlerin, TOFAŞ'ın her yıla ilişkin yürüttüğü kapanış faaliyetleri kapsamında kaydettiği gerçek değişken maliyetler olarak alındığı

⁶⁵ Avrupa Komisyonu, Case No COMP/M.6497 – HUTCHISON 3G AUSTRIA/ORANGE AUSTRIA.

⁶⁶ Avrupa Komisyonu, Case M.6992, Telefonica in H3G UK/Telefonica Ireland; Avrupa Komisyonu, Case M.7018 Telefonica Deutschland/E-Plus.

belirtilmiştir⁶⁷. PSA'nın ise, katkı marjını her bir araba için satış fiyatının değişken maliyetler ve sabit maliyetlerdeki payı (öngörülen garanti maliyeti hariç) üzerinde oluşan kısmına tekabül eden işletmesel marj olarak tanımladığı ifade edilmiştir⁶⁸. Anılan katkı marjlarının tam olarak denk olmamakla beraber tarafların katkı marjlarına ilişkin sahip oldukları en iyi tahmini oluşturduğu ve günlük faaliyetler kapsamında kullanıldığı belirtilmiştir. Grup seviyesi katkı marjlarının tarafların modelleri için model düzeyi marjların IHS hacim ağırlıklı ortalaması alınarak hesaplandığı ifade edilmiştir. Taraflarca T Mobile NL/Tele2 NL ve Hutchison 3G Italy/Wind/JV kararlarında⁶⁹ yapılan analizlerde Komisyon tarafından marj ölçüsü olarak katkı marjlarının kullanılmasının daha uygun olacağına dile getirildiği belirtilmiş olup bildirim konu işlem bakımından da Komisyon'un GUPPI analizi için işlem taraflarından katkı marjlarını sunmalarını talep ettiği, Kuruma sunulan katkı marjlarının tanımının da Komisyon'a sunulan ile aynı olduğu ifade edilmiştir.

- (363) Yukarıda verilen açıklamalar çerçevesinde taraflarca sunulan çalışmada ulaşılan değerler aşağıdaki tabloda verilmektedir:

Tablo-35: C Segmenti için GUPPI, 2019

Grup	Duraksama oranı ile hesaplama (%)	Pazar payları ile hesaplama (%)
FCA	0,4	0,5
PSA	1,6	2,4

Kaynak: Bildirim sahibi tarafından sunulan bilgiler.

- (364) %5'in altında kalan bir GUPPI, genellikle birleşme sonucunda rekabet karşıtı etkilerin ortaya çıkmasının muhtemel olmadığı bir göstergesi olarak sayıldığından, yapılan analiz işlem sonucu ortaya çıkan GUPPI seviyelerinin bu oranın oldukça altında olduğunu gösterdiği taraflarca belirtilmiştir. Taraflar yukarıda sunulan analiz sonuçları ile birlikte analizde kullanılan katkı marjını ve net alış fiyatlarını içeren veri setini de iletilmişlerdir. Raportörlerce ekonomik analize ilişkin yapılan değerlendirmede taraflarca sağlanan veriler kapsamında analizin sağlanması yapılmıştır. Yapılan analizde sapma oranları öncelikle tüketici tercihlerine ve ürünlerin yakın rakip olma derecelerine ilişkin daha doğrudan ve güvenilir bir veri olması sebebiyle NCBS anketlerinden yola çıkılarak hesaplanmıştır. NCBS çalışması sonuçlarına ilişkin veri seti dosya kapsamında MAIS'ten de talep edilmiş ve çalışmada yer verilen modeller bazında yakın ikamelik sıralamasının ilgili veride de aynı şekilde bulunduğu görülmüştür. Analizde ayrıca tarafların ulaştığı sonucu teyit etmek adına IHS verilerindeki satış adetleri esas alınmış olup tarafların hacme göre ağırlıklı fiyatı bu adetler üzerinden hesaplanmıştır. Benzer yöntem katkı marjları için de tekrarlanmıştır. Ulaşılan sonuçların birinci formüle göre hesaplanması sonucunda tarafların sunduğu oranlara ulaşılmıştır. Analiz ayrıca ikinci formülde verilen sapma oranı formülüyle de

⁶⁷ FCA'nın değişken maliyetler ise şu şekildedir: Doğrudan materyal maliyeti (araç materyallerine ilişkin faturalara dayanır); doğrudan iş gücü maliyeti (montaj faaliyetini doğrudan yerine getiren işçilerin maliyeti); dolaylı iş gücü maliyeti (yalnızca üretim bandında görevli olan işçiler); maaş (yalnızca montaj faaliyetini denetleyen beyaz yakalı işçiler); enerji maliyeti (yalnızca üretim bandına ilişkindir); dolaylı materyaller (yalnızca üretim bandına ilişkindir); dağıtım maliyetleri (arabaların teslimatına ilişkin maliyetler ile teslim edilen arabaların garanti maliyetleri); diğer maliyetler (üretim faaliyetleri ile ilgili çeşitli değişken maliyetler).

⁶⁸ PSA'nın değişken maliyetler ise şu şekildedir: Her bir arabaya dair üretim, taşıma ve nihai tüketiciye teslimatı ile ilişkilendirilebilecek maliyetlerin tümü (değişken üretim maliyeti, materyal maliyeti, ulaşım maliyeti, tüketiciye uygulanan indirim ve bayi ağının ücreti).

⁶⁹ Avrupa Komisyonu, Case M.8792 – T-MOBILE N / TELE2 NL; Avrupa Komisyonu, Case M.7758 - HUTCHISON 3G ITALY / WIND / JV

yapılmış olup bu analizde yine IHS verilerine dayalı pazar payları tercih edilmiş ve böylece taraflar tarafından pazar payına dayalı GUPPI sonuçları da teyit edilmiştir.

- (365) Taraflarca GUPPI analizinin altında yatan varsayımların, üreticilerin fiyat üzerinde rekabet ettiği ve karlarını maksimize etmek adına fiyatların birbirinden bağımsız olarak belirlendiği; üreticilerin aynı ürün için farklı müşterilerden farklı fiyat talep ederek fiyat ayrımcılığı yapamadıkları; teşebbüslerin simetrik olduğu birleşme kaynaklı giriş, verimlilik kazanımı ve ürünü yeniden konumlandırma imkanının bulunmaması olduğu belirtilmiştir. Yukarı yönlü fiyat baskı testleri, sadece talep yönlü faktörlere ve birleşen tarafların kendi ürünleri arasında yakın rakiplik derecesine odaklandığı, taraflar ile pazardaki diğer rakip ürünlerin yakın ikamelik derecesi ve yeni girişler ya da ürün yeniden konumlandırılması gibi rakiplerin kısa dönem ya da uzun dönem olası tepkilerinin analizde dikkate alınmayan etkenler olduğu belirtilmelidir. Diğer yandan, yukarıda yer verildiği üzere rekabet otoritelerince işlemin etkilerine ilişkin bir gösterge olarak kullanılmaktadır. Taraflarca sunulan analiz, mevcut dosya bakımından ulaşılan sonuçlarla çelişen bir sonuç sunmamaktadır.

G.5.3.4. İşlemin Hafif Ticari Araç Pazarındaki Etkileri

- (366) Ön inceleme raporunda; işlem sonrasında, hafif ticari araçların üretimi ve satışı pazarında, hem FCA hem de FORD markalarının üretim ve/veya dağıtımının ayrı ayrı FCA/Koç Grubu ve FORD/Koç Grubu ortak girişimleri tarafından yapılması, Koç Grubu'nun bu teşebbüslerin ortak kontrolüne sahip olması ve yönetiminde yer alması, ilgili pazardaki koşullar ve yoğunlaşma oranları dikkate alınarak teşebbüsler arasında işlem nedeniyle rekabet karşıtı koordinasyon risklerinin ayrıca değerlendirilmesinin gerekli olduğu belirtilmiştir. Bu kapsamda, aşağıda öncelikle FCA ile FORD arasındaki ilişki incelenecek olup ardından bildirim konusu işlemin hafif ticari araçlar pazarındaki etkileri, bu sektörün öne çıkan özellikleri de dikkate alınarak "Teorik ve Hukuki Çerçeve" başlıklı bölümde yer verilen "Koordinasyon Doğurucu Etkiler" adlı alt başlığında belirtilen hususlar ışığında ele alınacaktır.

G.5.3.4.1. FCA ile FORD Arasındaki Yapısal Bağ

- (367) Yapısal bağlar kısmi çapraz hissedarlık, birbirine bağlı yönetimler, ortak yöneticiler, ortak bir üçüncü taraf ile kurulan hissedarlıklar, ar-ge anlaşmaları, ortak girişimler, stratejik işbirlikleri, ortak sağlayıcılarda hissedarlık gibi çeşitli şekillerde ortaya çıkabilmektedir. Bu türden yapısal bağlar, rakipler arasında rekabete duyarlı bilgi değişimine olanak sağlamak gibi yollarla pazarda koordinasyonun kolaylaştırılmasına zemin hazırlayabilmektedir. Rekabet hukuku literatüründe, birbirine bağlı yönetim olarak ifade edilebilecek aynı kişinin birbirine rakip teşebbüslerin yönetiminde aynı anda yer alması durumunda da, rakiplerin birbirlerinin stratejik ticari bilgilerine erişim imkânı ortaya çıkmakta ve bu durumun rekabet karşıtı (anti-rekabetçi) sonuçları olabilmektedir.⁷⁰
- (368) Bu kapsamda öncelikle FCA ile FORD arasındaki ilişkiyi ortaya koymak yerinde olacaktır. Daha önce de belirtildiği üzere, FCA, Türkiye'de genel olarak binek otomobiller ile hafif ticari araçların üretimi ve satışı ile iştigal etmekte olup bu faaliyetlerini Koç Grubu ile ortak kontrolüne sahip olduğu TOFAŞ aracılığıyla yürütmektedir. FORD OTOSAN da Türkiye'de Ford markalı hafif ticari araçların üretimi ve satışı pazarında faaliyet göstermekte olup Ford Motor Company (FORD) ile Koç Grubu'nun ortak kontrolüne tabidir. Dolayısıyla, Koç Grubu, hem TOFAŞ hem de FORD OTOSAN ortak girişimlerinin tarafıdır. Bu kapsamda, binek ve hafif ticari

⁷⁰ REKABET KURUMU (2019), Rekabet Terimleri Sözlüğü, Gözden Geçirilmiş Altıncı Baskı, Rekabet Kurumu, Ankara, s. 51-52.

araçlar pazarında faaliyet gösteren rakip teşebbüsler arasında ortak bir üçüncü taraf hissedar aracılığıyla dolaylı bağ bulunduğu anlaşılmaktadır. Bu teşebbüslerden biri incelemeye konu işlemin taraflarından FCA'dır.

- (369) Yönetim seviyesinde bakıldığında, Koç Holding Otomotiv Grubu Başkanı Cenk ÇİMEN hem TOFAŞ hem de FORD OTOSAN'ın yönetim kurulu başkanı olarak görev almaktadır. Gelen bilgilere göre hem TOFAŞ hem de FORD OTOSAN'da görev alan başka bir yönetici bulunmamaktadır. Bu bağlamda, Koç Holding Otomotiv Grubu Başkanı Cenk ÇİMEN'in hem FCA'nın hem de FORD'un yönetiminde görev aldığı göz önüne alındığında FCA ile FORD'un arasında ortak bir üçüncü taraf hissedarın yanı sıra birbirine bağlı yönetim olarak adlandırabilecek yapısal bağın da mevcut olduğu anlaşılmaktadır.
- (370) Bildirim sahiplerince Koç Grubu'nun FCA ve FORD ile ortaklığının uzun yıllar önce kurulduğu; Kurulun geçmiş kararlarında da tespit edildiği üzere bu ilişkinin sektörde koordinasyona sebebiyet vermediği ve adı geçen teşebbüslerin rekabet içerisinde oldukları dile getirilmiştir. FCA ile FORD arasında yukarıda açıklanan ilişkinin uzun yıllardır var olduğu ve planlanan işlemin bir sonucu olmadığı kabul edilmekle birlikte, işlemle birlikte FCA'nın pazar payında bir artış meydana gelecektir. Bu nedenle, FCA ile FORD arasında mevcut olan dolaylı bağ ve birbirine bağlı yönetim nedeniyle oluşabilecek etkilerin de bildirim konu işlemin değerlendirilmesinde dikkate alınması gerekmektedir. Zira daha önce açıklandığı üzere, rakipler arasında yapısal bağların bulunduğu senaryolarda bu bağ özellikle stratejik bilgilerin rakipler arasında paylaşılmasına imkân tanıyarak rakiplerin koordine olmalarını ve/veya rakipler arasında var olan koordinasyonun güçlendirilmesini kolaylaştıran bir unsur olabilmektedir. Yoğunlaşmanın arttığı bir pazar yapısında da bu tür risklerin ortaya çıkma ihtimali artmaktadır. Bu çerçevede, bölümün devamında, pazardaki sözü edilen yapısal bağın varlığı işlemin koordinasyon doğurucu etkilerinin bulunup bulunmadığı noktasında dikkate alınacaktır.

G.5.3.4.2. Pazarın Yapısı ve Simetri

- (371) Koordinasyon doğurucu etkilerin, koordinasyonun koşulları üzerinde ortak bir anlayışa varmanın görece kolay olduğu pazarlarda ortaya çıkması daha olasıdır. Bu noktada faaliyet gösteren teşebbüs sayısı, pazardaki yoğunlaşma oranı, ürünün homojenliği, talebin belirsizliği ve alıcı gücü gibi faktörler belirleyici olabilecektir. Yatay Kılavuz'un 47. paragrafına göre ayrıca ilgili pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerin, pazar payları, maliyet yapıları, kapasite düzeyleri ve dikey bütünlüklük bakımından kendi aralarında ne kadar simetrik bir yapıya sahip olurlarsa, koordinasyonun gerçekleşme olasılığı da o derece yüksektir. Ayrıca yapısal bağlantılar da teşebbüslerin davranışlarını uyumlulaştırmalarını teşvik edici unsurlar arasında sayılmaktadır.
- (372) Bu kapsamda, incelenen pazar kapsamında mevcut ve işlem sonrası simetrik bir yapının ve pazarın ortak bir anlayışa varmanın görece kolay olup olmadığı aşağıda sayılan unsurlar çerçevesinde ele alınmaktadır.

Teşebbüslerin Pazar Payları ve Yoğunlaşma Oranları

- (373) Daha önce de belirtildiği üzere, pazardaki teşebbüs sayısının az olması veya pazarın yoğunlaşmış olması koordinasyonun etkilerini artıran veya koordinasyon kurulmasını kolaylaştıran unsurlar arasındadır. Hafif ticari araçların brüt ağırlığına göre bir ayrıma gidildiğinde, sadece 3,5-6 ton arası ticari araçlara ilişkin faaliyet gösteren KARSAN ve IVECO dışındaki teşebbüslerin hepsi hem 0-3,5 ton hem de 3,5-6 ton arası ticari araçların üretimi ve satışı alanında faaliyet göstermektedir. Öte yandan aşağıda görülebileceği üzere bu iki pazarda teşebbüslerin pazar payı dağılımı

farklılaşmaktadır. Hafif ticari araçların üretimi ve satışı pazarındaki teşebbüslerin payları da pazarın yapısının ve teşebbüsler arasında bir simetri olup olmadığının görülebilmesi bakımından önem taşımaktadır. “İlgili Pazar” başlıklı bölümde hafif ticari araçlar açısından ilgili ürün pazarları “0-3,5 ton arası hafif ticari araçlar” ve “3,5-6 ton arası hafif ticari araçlar” şeklinde tanımlanmış olmakla birlikte, aşağıdaki tabloda öncelikle bu ayrıma gidilmeden tüm hafif ticari araç pazarında faaliyet gösteren teşebbüsler ve bu teşebbüslerin pazar paylarına yer verilmektedir:

Tablo-36: Hafif Ticari Araçlarda Toplam Satış Adedi ve Toplam Satış Geliri Bakımından 2017-2019/9 Dönemi Pazar Payları (%)

Teşebbüs	2017		2018		2019		2020 (İlk 9 Ay)	
	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri
FCA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FCA+PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FORD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERCEDES	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MAİS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOYOTA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
IVECO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KARSAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
NİSSAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HYUNDAI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ÇELİK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100	100	100	100	100	100	100	100

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler.

- (374) Tablodaki teşebbüslerin paylar incelendiğinde, FORD’un satış adedi ve satış geliri bakımından ilk sırada yer aldığı görülmektedir. İkinci sırada ise, işlem taraflarından olan FCA gelmektedir. Diğer işlem tarafı PSA’nın pazardan aldığı pay yaklaşık %(.....) ve %(.....) arasında iken payının 2019 yılında %(.....)’ye yaklaştığı görülmektedir. Sözü edilen durum işlem tarafınca PSA’nın aynı yılda Opel Combo, Peugeot Rifter ve Boxer modellerinin pazara yeni sürülmesinden ve bu modellere ilişkin yoğun promosyon uygulanmasından kaynaklanan satış artışına bağlanmış ve ertesi yıl pazardaki payının eski düzeyine geri dönme eğiliminde olduğu belirtilmiştir. Bildirim konusu işlemle birlikte, tarafların işlem sonrasında, satış adedi bakımından sırasıyla 2017 yılında %(.....), 2018 yılında %(.....), 2019 yılında %(.....) ve 2020 yılında %(.....)’a ulaşmaktadır. FORD ve FCA arasında yapısal bağ bulunduğu göz önüne alındığında, işlem sonrasında, işlem tarafları ve FORD dışında kalan ve aralarında yapısal bağ bulunmayan teşebbüslerin payları toplamı 2020 yılında satış adetleri bakımından yaklaşık %(.....)’e, satış gelirleri bakımından yaklaşık %(.....)’e düşmektedir. Bu teşebbüsler içerisinde en yüksek paya sahip olan DOĞUŞ-VW’nin ise payının satış adetleri açısından %(.....) - %(.....) arasında, satış geliri açısından %(.....)-%(.....) arasında bir paya sahip olmakla beraber, son iki yılda pazardaki payının azalış seyrinde olduğu görülmektedir.

- (375) Yatay Kılavuz'da HHI endeksi seviyesinin 2.000'nin üzerinde olduğu ve işlem sonucunda HHI endeksindeki değişimin 150'nin üzerinde olduğu işlemlerin rekabetçi kaygılar doğurabileceği ifade edilmektedir. Bu bakımdan değerlendirme yapabilmek adına, hafif ticari araçların üretimi ve satışı pazarındaki HHI seviyeleri ve işlem sonrasında HHI seviyesindeki değişim aşağıdaki tabloda sunulmaktadır:

Tablo-37: Hafif Ticari Araçlarda Toplam Satış Adedi ve Toplam Satış Geliri (TL) Bakımından 2017-2019/9 Dönemi HHI Değerleri

HHI	2017		2018		2019		2020 (İlk 9 ay)	
	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri
İşlem Öncesi	1997	1815	2005	1820	2165	1997	2663	2383
İşlem Sonrası	2469	2134	2298	2007	2689	2370	3198	2820
Değişim	472	319	293	187	524	372	535	437
Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler baz alınarak hesaplanmıştır.								

- (376) Tablodaki bilgiler, Yatay Kılavuzu'ndaki eşikler ve binek araç üretimi ve satışı pazarı ile kıyaslandığında, hafif ticari araç üretimi ve satışı pazarı görece yoğunlaşmış bir pazar özelliği taşıdığını göstermektedir. Tabloya göre ayrıca, işlem sonrasında, HHI seviyesindeki değişimin Yatay Kılavuzu'nda öngörülen eşiklerin üzerinde kalmaktadır. Keza, mevcut işlemde HHI endeksinin hâlihazırda 2.000'e yakın veya 2.000'in üzerinde kaldığı ve endekste işlem sonrası yaşanacak değişimin öngörülen 150'nin oldukça üzerinde olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, hafif ticari araçların üretimi ve satışı pazarı 0-3,5 ve 3,5-6 ton şeklinde ayrıma gidilmeden dahi, bildirim konusu işlemin, teşebbüslerin pazardaki payları göz önüne alındığında pazarın iki büyük oyuncusu olan ve aralarında yapısal bağ bulunan teşebbüslerin pazar paylarının birbirine yaklaşmasına ve HHI değişim oranları dikkate alındığında pazarın daha da yoğunlaşmasına yol açacağına işaret etmektedir. Bu kapsamda incelemenin derinleştirilebilmesi bakımından "İlgili Ürün Pazarı" başlıklı bölümde değerlendirildiği üzere, hafif ticari araçların brüt ağırlıkları bakımından ayrıma gidilerek tanımlanabilecek iki alt pazarının koordinasyon doğurucu etkilerin ortaya çıkması bakımından incelenmesinde fayda görülmektedir.

i) 0-3,5 Ton Arası Hafif Ticari Araçlar

- (377) Dosya kapsamında tanımlanan ilgili ürün pazarlarından 0-3,5 ton hafif ticari araçların üretimi ve satışı pazarındaki 2017-2020/9 dönemine ait görünüm aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

Tablo-38: 0-3,5 Ton Araçlarda Toplam Satış Adedi ve Toplam Satış Geliri Bakımından 2017-2019/9 Dönemi Pazar Payları (%)

Teşebbüs	0-3,5 ton							
	2017		2018		2019		2020 (İlk 9 Ay)	
	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri
FCA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FCA+PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FORD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MAİS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERCEDES	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOYOTA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
NISSAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HYUNDAI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ÇELİK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100	100	100	100	100	100	100	100
Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler.								

- (378) 0-3,5 ton arası hafif ticari araçlar 2020 yılında toplam hafif ticari araçlar içerisinde satış adetlerine göre %(.....)'lik ve satış gelirine göre %(.....)'lik bir paya sahiptir. Bu durumun bir sonucu olarak teşebbüslerin pazardan aldıkları pay bakımından 0-3,5 ton arası hafif ticari araçlar pazarı, toplam hafif ticari araç pazarına benzer bir görünüm sergilemektedir. Yine de, işlem sonrasında, işlem taraflarının ulaşacağı paylar toplamının ve pazardaki yoğunlaşma oranlarının hafif ticari araç pazarına göre daha yüksek olduğu görülmektedir. İlâveten, işlem sonrasında aralarında yapısal bağ bulunmayacak teşebbüslerin pazardaki paylarında düşüş yaşandığı; zira bu teşebbüslerin 2017 yılında satış adedine göre yaklaşık %(.....) ve satış gelirine göre yaklaşık %(.....) olan paylarının, 2020 yılında satış adedine göre yaklaşık %(.....) ve satış gelirine göre yaklaşık %(.....)'e düştüğü görülmektedir.
- (379) İnceleme konusu alt pazar açısından HHI seviyeleri ve işlem sonrasında HHI seviyesindeki değişim ise aşağıdaki tabloda sunulmaktadır:

Tablo-39: 0-3,5 Ton Hafif Ticari Araçlarda Toplam Satış Adedi ve Toplam Satış Geliri (TL) Bakımından 2017-2019/9 Dönemi HHI Değerleri⁷¹

HHI	2017		2018		2019		2020 (İlk 9 ay)	
	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri
İşlem Öncesi	2097	1929	2079	1903	2302	2164	2817	2617
İşlem Sonrası	2645	2336	2411	2131	2894	2646	3391	3126
Değişim	548	407	332	228	592	481	574	509

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler baz alınarak hesaplanmıştır.

- (380) Tablodaki bilgiler, 0-3,5 ton arası hafif ticari araçlar pazarının görece yoğunlaşmış bir yapıya sahip olduğunu ve işlem sonrasında bu yoğunlaşmanın daha da artacağını göstermektedir. 2018 yılı diğer yıllara kıyasla düşük kalmakla birlikte, geriye kalan 2017, 2019 ve 2020 yılında hem pazarın yoğunlaşma seviyesinin hem de işlem sonrasındaki HHI değişiminin yüksek seyrettiği görülmektedir.
- (381) Önceki bölümlerde de belirtildiği üzere, hafif ticari araçlar pazarına ilişkin brüt ağırlığa dayalı 0-3.5 tona kadar olan hafif ticari araçlar pazarı ile brüt ağırlığı 3.5-6 ton olan hafif ticari araçlar pazarı şeklinde iki alt segmente dayalı pazar tanımı yapılmış olup pick-up araçları hariç tutan bir pazar tanımı yapılmasına gerek olmadığı değerlendirilmiştir. Bununla birlikte, dosya kapsamında görüşlerine başvuru alan taraflardan NISSAN tarafından pick-up araçların taşıdığı özellikler nedeniyle tüketici gözünde ikame edilemez olduğu değerlendirilmiştir. Komisyon'un *Peugeot/Opel* kararı⁷² incelendiğinde ise işlemin hem pick-up araçlar dahil hem de pick-up araçlar hariç olacak şekilde hafif ticari araçlar pazarındaki etkilerinin incelendiği görülmektedir. Bu çerçevede, işlemin etkilerinin 0-3,5 tona kadar olan hafif ticari araçlar pazarına pick-up araçlar dahil edilmeden görülebilmesi adına aşağıdaki tabloda 2017-2020/9 dönemine ilişkin 0-3,5 ton arası hafif ticari araçlar pazarının görünümü pick-up araçlar hariç tutularak verilmektedir:

⁷¹ HHI değerlerinin hesaplanmasında hafif ticari araç markalarının dünya genelindeki ekonomik bütünlüğünün dikkate alınması halinde, işlem sonrasında HHI değerleri, satış adedi ve satış geliri bakımından sırasıyla 2017 yılında, işlem öncesine göre değişimi 548 ve 407 olmak üzere, 2.678 ve 2.383; 2018 yılında, işlem öncesine göre değişimi 332 ve 228 olmak üzere, 2.445 ve 2.177; 2019 yılında, işlem öncesine göre değişimi 592 ve 481 olmak üzere, 2.920 ve 2.675; 2020/9 yılında, işlem öncesine göre değişimi 574 ve 509 olmak üzere, 3.395 ve 3.131'dir.

⁷² Komisyon'un M.8449 sayılı 5 Temmuz 2017 tarihli Peugeot/Opel kararı.

Tablo-40: Pick-up Hariç 0-3,5 Ton Araçlarda Toplam Satış Adedi ve Toplam Satış Geliri Bakımından 2017-2019/9 Dönemi Pazar Payları (%)

Teşebbüs	0-3,5 ton							
	2017		2018		2019		2020 (İlk 9 Ay)	
	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri
FCA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FCA+PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FORD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MAİS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERCEDES	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HYUNDAI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
NİSSAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOYOTA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ÇELİK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100	100	100	100	100	100	100	100

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler.

- (382) Pick-up araçlar hariç 0-3,5 ton arası hafif ticari araçlar pazarındaki HHI seviyeleri ve işlem sonrasında HHI seviyesindeki değişim ise aşağıdaki tabloda sunulmaktadır:

Tablo-41: Pick-up Hariç 0-3,5 Ton Hafif Ticari Araçlarda Toplam Satış Adedi ve Toplam Satış Geliri (TL) Bakımından 2017-2019/9 Dönemi HHI Değerleri⁷³

HHI	2017		2018		2019		2020 (İlk 9 ay)	
	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri
İşlem Öncesi	2195	2056	2214	2081	2376	2293	2883	2720
İşlem Sonrası	2799	2540	2593	2373	3015	2858	3487	3287
Değişim	604	484	380	291	639	565	603	568

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler baz alınarak hesaplanmıştır.

- (383) 0-3,5 ton arası hafif ticari araçlardan pick-up araçların hariç tutulduğu senaryoda, yukarıda verilen Tablo-40 ve Tablo-41'deki bilgiler çerçevesinde, işlem sonrasında gerek işlem taraflarının pazarda ulaşacakları pay gerekse de HHI endeksi ve HHI değişim oranları pick-up araçların dahil olduğu pazardaki sonuçlara göre kısmen yüksek kalmaktadır.
- (384) Yukarıda verilen bilgiler çerçevesinde, pick-up araçlar 0-3,5 ton arası araçlara dahil olsun ya da olmasın işlem sonrasında pazardaki işlem taraflarının ulaşacakları pay ile birlikte arasında yapısal ilişki bulunan pazarın iki büyük oyuncusunun pazardaki paylarının benzer seviyelere geleceği ve taraflar arasındaki koordinasyon riskinin güçleneceği, HHI seviyesindeki değişim de dikkate alındığında rekabetçi kaygıların

⁷³ HHI değerlerinin hesaplanmasında hafif ticari araç markaların dünya genelindeki ekonomik bütünlüğünün dikkate alınması halinde, işlem sonrasında HHI değerleri, satış adedi ve satış geliri bakımından sırasıyla 2017 yılında, işlem öncesine göre değişimi 604 ve 484 olmak üzere, 2.836 ve 2.598; 2018 yılında, işlem öncesine göre değişimi 380 ve 291 olmak üzere, 2.633 ve 2.432; 2019 yılında, işlem öncesine göre değişimi 639 ve 565 olmak üzere, 3.043 ve 2.892; 2020/9 yılında, işlem öncesine göre değişimi 603 ve 568 olmak üzere, 3.491 ve 3.293'tür.

artacağı değerlendirilmektedir. Geriye kalan teşebbüslerin pazarda sahip oldukları pay ve bu payların yıllar içerisindeki seyri karşısında, koordinasyon bozucu rol oynama imkânlarının oldukça güç olduğu değerlendirilmektedir. Aralarında yapısal bağ bulunan teşebbüslerden birinin incelemeye konu işlemle birlikte pazar payının artması pazarda yoğunlaşmayı arttırmanın yanı sıra, hem bu iki teşebbüs arasında pazar payları bakımından simetriyi arttırmakta hem de aralarında yapısal bağ bulunmayan teşebbüslerin sayısını, paylarını ve koordinasyonu bozmada etkin rol oynama imkânlarını azaltmaktadır.

i) 3,5-6 Ton Arası Hafif Ticari Araçlar

- (385) Dosya kapsamında tanımlanan ilgili ürün pazarlarından 3,5-6 ton arası hafif ticari araçların üretimi ve satışı pazarındaki 2017-2020/9 dönemine ait teşebbüslerin pazardan aldıkları payları gösteren tabloya aşağıda yer verilmektedir:

Tablo-42: 3,5-6 Ton Araçlarda Toplam Satış Adedi ve Toplam Satış Geliri Bakımından 2017-2019/9 Dönemi Pazar Payları (%)

Teşebbüs	3,5-6 ton							
	2017		2018		2019		2020 (İlk 9 Ay)	
	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri
FCA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FCA+PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERCEDES	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FORD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
IVECO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MAIS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
NISSAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KARSAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100	100	100	100	100	100	100	100

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler.

- (386) Tablodan, işlem taraflarından FCA'nın 2020 yılının ilk 9 ayında pazardan aldığı payda belirgin bir artış ve PSA'nın payında da 2019 ve 2020 yılında kademeli bir artış yaşandığı; ve bu durumun bir sonucu olarak işlem sonrasında bu yıllar esas alınırca sırasıyla satış adedi bakımından yaklaşık %(.....) ve %(.....) seviyesine gelebilecekleri görülmektedir. FORD'un pazar payının ise satış adedi bakımından 2018 yılından itibaren %(.....) aralığı ile sınırlı olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, MERCEDES'in pazarın yaklaşık (.....) bir paya sahip olduğu; bu anlamda pazardaki diğer teşebbüsler karşısında güçlü bir rakip konumunda olduğu anlaşılmaktadır. MERCEDES'in ardından, DOĞUŞ ve IVECO gelmekle beraber adı geçen teşebbüslerin yıllar itibarıyla pazardaki paylarında düşüş yaşandığı; yine de pazardaki paylarının yaklaşık %(.....)'luk düzeye yakın olduğu görülmektedir.
- (387) 3,5-6 ton arası hafif ticari araçlar pazarındaki HHI seviyeleri ve işlem sonrasında HHI seviyesindeki değişim ise aşağıdaki tabloda sunulmaktadır:

Tablo-43: 3,5-6 Ton Hafif Ticari Araçlarda Toplam Satış Adedi ve Toplam Satış Geliri (TL) Bakımından 2017-2019/9 Dönemi HHI Değerleri

HHI	2017		2018		2019		2020 (İlk 9 ay)	
	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri	Satış Adedi	Satış Geliri
İşlem Öncesi	1978	2023	2232	2325	2077	2389	2037	2180
İşlem Sonrası	2014	2057	2276	2362	2203	2468	2282	2338
Değişim	37	33	44	37	126	79	244	158
Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler baz alınarak hesaplanmıştır.								

- (388) Tablo incelendiğinde, inceleme konusu pazarın HHI endeksinin 2.000'in üzerinde olduğu; ancak, işlem sonrasında pazardaki HHI değişim oranının genellikle Yatay Kılavuzu'nda öngörülen 150'inin altında kaldığı görülmektedir. Sözü edilen eşğin sadece 2020 yılında satış adedi bakımından 244 ile aşıldığı görülmektedir. Bununla beraber, HHI endekslerine ilişkin ulaşılan sonuçlar 3,5-6 ton arası hafif ticari araçlar pazarındaki rakiplerin sayısı, MERCEDES'in konumu, FORD'un görece düşük pazar payına sahip olması ve diğer güçlü rakiplerin varlığı ile işlem sonrasında tarafların ulaşacağı paylarla birlikte değerlendirildiğinde, işbu pazarda oluşabilecek rekabet karşılığı koordinasyon risklerinin 0-3,5 ton arası hafif ticari araçlar pazarındaki kadar belirgin olmadığı değerlendirilmektedir. Bu kapsamda, brüt ağırlığı 3,5 ton üzerinde olan hafif ticari araçlar pazarı açısından rekabetçi açıdan endişe yaratacak bir koordinasyon riskinin bulunmadığı değerlendirilmekte olup aşağıda brüt ağırlığı 3,5 tona kadar olan hafif ticari araç pazarına yoğunlaşılacaktır.

Pazara Giriş Engelleri

- (389) Otomotiv sektöründe faaliyet gösterebilmek için gerekli olan sermaye büyüklüğü, rekabetçi konumunu koruyabilmek için önem taşıyan Ar-Ge harcamaları, maliyet avantajı için ihtiyaç duyulan seri üretim kabiliyeti, dağıtım kanalına erişim imkânı, yasal gereksinimler ile tüketicilerin güvenlik, güvenilirlik ve dayanıklılık konularındaki taleplerini karşılayabilme yetisi sektördeki giriş engellerinin yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Bu çerçevede hâlihazırda hafif ticari araç pazarlarında faaliyeti olmayan teşebbüslerce muhtemel, zamanında ve yeterli düzeyde yeni girişler yapılabilmesinin yüksek giriş engellerinin varlığı nedeniyle olası olmadığı değerlendirilmektedir.
- (390) Nitekim FORD tarafından da hafif ticari araçlardaki gövde tiplerinin binek araçlara oranla daha çok farklılaştığı, (örneğin; binek araçların station wagoon ve hatchback arasındaki benzerliğe kıyasla pick-up ve mini van araçlar oldukça farklı olduğu) dolayısıyla, gövde kısmındaki farklılaştırmanın, sıfırdan bir model yaratmaktan daha kısa süreceği öngörülse de, üretilecek yeni araç için yapılması gereken homologatif testlere, takım-kalıp çalışmalarına, üretim hattı güncellemelerine ihtiyaç duyulacağı, bu nedenle arz ikamesinin de düşük olduğu ifade edilmiştir.
- (391) Bu noktada brüt ağırlığı 3,5 tona kadar olan hafif ticari araçlar kapsamında işlem taraflarının ve rakiplerin mevcut durumda sundukları, zaman içerisinde pazardan çıkan ve gelecekte pazara girecek olan modellerin sayısı pazara giriş engellerinin yüksek olup olmadığı hakkında bilgi verebilecek bir diğer gösterge olabilecektir. Aşağıdaki tabloda 2019 yılında söz konusu pazarda teşebbüslerin sundukları modellerin bilgisi verilmektedir:

20-57/794-354

Tablo-44: 0-3,5 Ton Arası Hafif Ticari Araçlar Bakımından Teşebbüslerin Sundukları Modellerin Adı ve Sayısı (2019)

Teşebbüs	Model Adı	Model Sayısı
FCA	Fiat Doblo (0-3,5 ton) (Van) Fiat Fiorino (0-3,5 ton) (Van) Fiat Ducato (0-3,5 ton) (Kamyonet/Minibüs) Fiat Pratico (0-3,5 ton) (Van) Fiat Fullback (0-3,5 ton) (Pickup)	5
PSA	Peugeot Rifter (0-3,5 ton) (Van) Citroen Berlingo (0-3,5 ton) (Van) Peugeot Partner (0-3,5 ton) (Van) Opel Combo (0-3,5 ton) (Van) Peugeot Boxer (0-3,5 ton) (Minibüs/Kamyonet) Peugeot Expert (0-3,5 ton) (Van) Citroen Jumpy (0-3,5 ton) (Van) Citroen Jumper (0-3,5 ton) (Van/Kamyonet) Peugeot Traveller (0-3,5 ton) (Van)	9
FORD	Ford Tourneo Courier (0-3,5 ton) (Van) Ford Transit (0-3,5 ton) (Van/Kombi/Pikap/Minibüs) Ford Transit Custom (0-3,5 ton) (Van/Kombi/Minibüs) Ford Transit Courier (0-3,5 ton) (Van/Kombi) Ford Ranger (0-3,5 ton) (Pickup) Ford Tourneo Custom (0-3,5 ton) (Van/Kombi/Minibüs) Ford Tourneo Connect (0-3,5 ton) (Van/Kombi/Minibüs) Ford Transit Connect (0-3,5 ton) (Van/Kombi/Minibüs)	8
RENAULT-NISSAN-MITSUBISHI	Renault Kangoo (0-3,5 ton) (Van/Minibüs/Kamyonet) Mitsubishi L200 (0-3,5 ton) (Pickup) Dacia Dokker (0-3,5 ton) (Van/Minibüs/Kamyonet) Nissan Navara (0-3,5 ton) (Pickup) Renault Trafic (0-3,5 ton) (Van/Minibüs/Kamyonet) Renault Master (0-3,5 ton) (Van/Otobüs/Kamyon) Mitsubishi Fuso Canter (0-3,5 ton) (Kamyonet)	8
VW	Volkswagen Caddy Van (0-3,5 ton) (Van) Volkswagen Transporter (0-3,5 ton) (Van) Volkswagen Amarok (0-3,5 ton) (Pickup) Volkswagen Crafter (0-3,5 ton) (Van/Minibüs/Kamyonet)	4
MERCEDES	Mercedes-Benz Vito (0-3,5 ton) (Van/Kombi) Mercedes-Benz X-Class (0-3,5 ton) (Pickup) Mercedes-Benz Sprinter (0-3,5 ton) (Van/Minibüs/Kamyonet)	3
HYUNDAI KIA	Kia K2700 (0-3,5 ton) (Kamyonet) Hyundai H100 Van (0-3,5 ton) (Van)	2
TOYOTA SUBARU DAIHATSU	Toyota Hilux (0-3,5 ton) (Pickup)	1
ISUZU	Isuzu D-Max (0-3,5 ton) (Pickup) Isuzu N-Series (0-3,5 ton) (Kamyonet)	2
IVECO	Iveco Daily (0-3,5 ton) (Kamyonet)	1

SSANGYONG	SsangYong Musso (0-3,5 ton) (Pickup)	1
Kaynak: Nihai İnceleme Bildirimine İlişkin Yazılı Görüş.		

- (392) Tablodaki bilgilere göre, 0-3,5 ton arası hafif ticari araçlara giren model sayısı mevcut durumda 44 olup bu modellerin 14'ü işlem taraflarınca sunulmaktadır. FCA ile FORD arasındaki ilişki dikkate alınarak bakıldığında bu sayı 22'ye ulaşmakta olup geriye kalan teşebbüslerce sunulan model sayısı 22 olmaktadır. Bu çerçevede, rakip teşebbüslerce mevcut durumda sunulan modellerin araç türlerine göre sayısı da göz önüne alındığında bu teşebbüslerin sahip oldukları model sayılarının aralarında yapısal bağ bulunan teşebbüsler karşısında düşük kaldığı anlaşılmaktadır. Bildirim sahiplerince ayrıca Türkiye'de son beş yılda brüt ağırlığı 3,5 tona kadar olan hafif ticari araçlarda en çok satılan 10 model sunulmuş olup aşağıdaki tabloda bu modellere yer verilmektedir:

Tablo-45: Türkiye'de 0-3,5 Ton Hafif Ticari Araç Modelinde En Çok Satılan 10 Araç

Sıralama	2015	2016	2017	2018	2019
1	Ford Tourneo Courier	Ford Tourneo Courier	Ford Tourneo Courier	Ford Tourneo Courier	Ford Tourneo Courier
2	Fiat Doblo	Fiat Doblo	Fiat Fiorino	Fiat Fiorino	Ford Transit
3	Fiat Fiorino	Fiat Fiorino	Fiat Doblo	Ford Transit	Fiat Doblo
4	Ford Transit	Ford Transit	Ford Transit	Fiat Doblo	Fiat Fiorino
5	Volkswagen Transporter	Volkswagen Transporter	Volkswagen Transporter	Volkswagen Transporter	Volkswagen Caddy Van
6	Volkswagen Caddy Van	Volkswagen Caddy Van	Renault Kangoo	Volkswagen Caddy Van	Volkswagen Transporter
7	Fiat Ducato	Renault Kangoo	Volkswagen Caddy Van	Renault Kangoo	Renault Kangoo
8	Renault Kangoo	Peugeot Partner	Peugeot Partner	Citroen Berlingo	Peugeot Rifter
9	Peugeot Partner	Citroen Berlingo	Citroen Berlingo	Ford Transit Custom	Citroen Berlingo
10	Ford transit Custom	Ford Transit Custom	Ford Transit Custom	Peugeot Partner	Ford Transit Custom
Kaynak: Nihai İnceleme Bildirimine İlişkin Yazılı Görüş.					

- (393) Tablodan, 2015-2019 döneminde genel olarak en çok satan modellerin değişmediği ve işlemin taraflarının dört modelinin, FORD'un ise üç modelinin en çok satan modeller arasında yer aldığı anlaşılmaktadır. Araların yapısal bir ilişki bulunmayan taraflarca sunulan ve en çok satan model sayısının üç ile sınırlı olduğu görülmektedir. Bu noktada, binek araçlar ile kıyaslandığında brüt ağırlığı 0-3,5 ton arasında olan hafif ticari araçlar pazarına giriş ve çıkış yapan model sayısının daha az olduğu belirtilmelidir. Keza, gelen bilgilerden, üretici firmaların modellerinin belli tür donanımlarında satışını durduğu/durdurmayı planladığı ve/veya yeni donanımlarını piyasaya sürmeyi planladığı görülmekteyse de bunun sınırlı sayıda olduğu ve aşağıdaki Tablo-47'den pazara çok fazla sayıda yeni modellerin girmediği; bu durumun pazardan çıkan modeller için de geçerli olduğu anlaşılmaktadır. Gelen bilgilere göre, duran ve durması planlanan modeller ile pazarda daha önce olmayan ve yeni sürülecek modeller aşağıdaki tabloda verilmektedir:

Tablo-46: Durdurulan/Durdurulması Planlanan Modeller

Öngörülen Sunulma Tarihi	Araç Türü	Distribütör	Model
Haziran 2020	Pick-up	MERCEDES	X-Class
Haziran 2021	Van	(.....)	(.....)
Kaynak: Teşebbüslerden gelen bilgiler.			

Tablo-47: Gelecek Dönemde Sunulması Planlanan Modeller

Öngörülen Sunulma Tarihi	Araç Türü	Distribütör	Model
Haziran 2021	Van	(.....)	(.....)
Mart 2021	Van	(.....)	(.....)
Kaynak: Teşebbüslerden gelen bilgiler.			

- (394) Tablo-45'e göre brüt ağırlığı 3,5 tona kadar olan araçlar bakımından pazarda en çok bulunan araç türü vandır. Tablo-47'ye göre önümüzdeki dönemde pazara giriş yapması planlanan modeller de van segmenti olup iki model ile sınırlıdır. Tablo-46 ve Tablo-47 birlikte ele alındığında pazardaki rakiplerce sunulan model sayısında ilerleyen dönemde bir değişiklik olmayacağı anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, bildirim sahibi tarafından, 25.09.2020 tarihinde Komisyon'a sundukları taahhütlerden birinin PSA ve Toyota Motor Europe (TME) arasındaki mevcut bir anlaşma kapsamında PSA'nın TME'ye belirli tür hafif ticari araç modelleri için sağladığı üretim kapasitesinin artırılması olduğu ve bu taahhüdün TME'nin hafif ticari araçlar pazarındaki mevcudiyetini genişletmesini ve büyütmesini destekleyecek nitelikte olduğu, nitekim PSA'nın, hâlihazırda 23 Ocak 2020 tarihli anlaşma kapsamında TME'ye sağlanan hafif ticari araçlara ilaveten 30.000-60.000 ilave üretim kapasitesini TME'ye sağlayacağı ve ilave üretim kapasitesinin, 2030 yılının Temmuz ayına kadar TME'nin Avrupa'da 50.000-70.000 adede kadar hafif ticari araç satmasına olanak sağlayacağı belirtilmiş; TME'nin açıkladığı büyüme hedefleri doğrultusunda ürün gamına eklediği Proace City ile Türkiye'deki hafif ticari araçlarda rekabetçi baskı oluşturabileceği dile getirilmiştir.
- (395) TOYOTA'nın piyasaya yeni girecek modelinin pazarda olumlu sonuçlar doğurabileceği kabul edilebilecekse de yukarıda açıklandığı üzere teşebbüslerin ilgili pazardaki konumları ile model sayısındaki dağılım, işlem sonrasındaki pazarda oluşacak yeni yapı beraber ele alındığında Tablo-47'de verilen iki adet yeni modelin pazardaki koordinasyon riskini tek başına tamamen bertaraf etme konusunda yeterli kalmayacağı değerlendirilmektedir. İlaveten, rakip teşebbüslerce mevcut durumda sunulan ve sunulması planlanan modellerin araçların gövde tipine göre düşen sayısı da göz önüne alınarak değerlendirildiğinde bu teşebbüslerin sahip oldukları model sayılarının aralarında yapısal bağ bulunan teşebbüsler karşısında düşük kaldığı ve bu durumun rakip teşebbüslerin koordinasyon riskini bozucu bir etki veya rekabetçi baskı yaratma gücünün sınırlı olduğu yönündeki bir üst başlıkta yer verilen değerlendirmeleri desteklemektedir.
- (396) Son olarak, yukarıda açıklandığı üzere, brüt ağırlığı 3,5 tona kadar olan araçlar bakımından binek araçlara kıyasla bu pazardaki model sayısının daha az ve pazara giren ve çıkan model sayısının sınırlı olması, bunun yanında ilgili dönemde en çok satan modellerin genel olarak değişmemesi karşısında pazarına girişin daha zor olduğu değerlendirilmektedir.

Ürünün Homojenliği

- (397) Hafif ticari araçlar öncelikli olarak yük taşınması için tasarlanan ve imal edilen motorlu araçlar olup taşıdığı yüke uygun olacak şekilde teknik ve teknolojik özellikler barındırmaktadır. Hafif ticari araçlar, genel olarak, bu kullanım ihtiyacını destekleyecek şekilde gövde tipine ya da yükleme hacmine veya ağırlığına göre alt segmentlere ayrılabilir. Binek araçlarda ise segmentler gövde tipine ve araç boyutuna göre belirlenmektedir. Bununla birlikte, gövde tipine göre ayrılmış binek araçlar kendi içerisinde de alt segmentlere göre ayrılabilir. ODD verileri esas alındığında binek araçlara kıyasla hafif ticari araçlardaki segment sayısının daha az olduğu görülmektedir.
- (398) Bildirim sahiplerine göre hem binek otomobiller hem de hafif ticari araçlar pazarları son derece heterojen ürünler içermekte olup pazar oyuncuları sadece fiyat açısından değil, marka imajı, konfor, güvenlik, estetik, yakıt verimliliği, yenilikçilik gibi çok sayıda parametrenin yanı sıra etkili bir hizmet ağı gibi tamamlayıcı faktörler açısından da rekabet etmektedir. Ticari kullanımlara yönelik olan hafif ticari araçlar için bu parametrelerin; depolama hacmi, çekme kapasitesi vb. ek faktörlerle daha da karmaşıklaştığı belirtilmektedir.
- (399) Sektör oyuncularının genel görüşü ise, her iki kategoride de ürün farklılaştırması mevcut olmakla beraber, hafif ticari araçlardaki ürün farklılaştırmanın binek otomobillere göre daha sınırlı kaldığı şeklindedir. Bu durum,
- ÇELİK tarafından binek araç modellerinde sunulan konfor ve teknolojik ekipman özelliklerinin, daha üstün özellikli ve daha çok seçenekli olmasına,
 - DOĞUŞ tarafından, binek araçlardaki ürün farklılaşmasının donanım seviyesi ve motor gücü bazında iken hafif ticari araçlardaki ürün farklılaştırması ise aracın kullanım şekli, tonaj, müşteri ihtiyaçları bazında oluşmasına,
 - MAIS tarafından binek araçlarda çeşitliliği etkileyen ekipman seviyesi, opsiyon, renk, motor çeşitliliği gibi faktörler daha fazla iken, hafif ticari araçlarda ürün farklılaştırmasının genellikle yükleme hacmine ve ağırlığa göre belirlenmesine,
 - TOYOTA tarafından hafif ticari araçların kullanım alanlarına, ağırlık taşıma kapasitelerine ve fonksiyonlarına göre sahip olduğu değişikliklerin daha radikal olmasına

bağlanmıştır. Bu görüşlerden farklı olarak FORD tarafından binek araçlardaki ürün farklılaşmalarının hafif ticari araçlardan daha fazla olduğu kabul edilmekle birlikte, farklılaşmanın her ikisi için hemen hemen benzer seviyede olduğu belirtilmiştir.

- (400) TOFAŞ tarafından ise, otomobil ve ticari araç modellerindeki ürün farklılaştırmasının seviye olarak değil yaklaşım olarak farklılaştığı; özellikle, ticari araçlar için fonksiyonellik ön plandayken, binek araçlar için alıcının ihtiyacının yanı sıra kişisel tercihlerinin de alım sürecinde rol oynadığı, bu bağlamda, binek otomobiller açısından tasarım, teknoloji, konfor, donanım seviyesi, marka imajı gibi unsurların alıcılar için ön planda olduğu, ticari araçlarda ise temel olarak ticari ve kamusal hizmetlerde kullanılmak için alındığından istiap haddi, maliyet ile ilgili unsurların öne çıktığı belirtilmiştir. Açıklamanın devamında TOFAŞ her iki kategoride de ürün farklılaştırmasının oldukça yaygın olduğunu ifade etmekle beraber ürün farklılaşma seviyesi açısından kategoriler arasında doğrudan bir karşılaştırma yapmanın yerinde olmayacağı; her halükârda her iki araç türünde de yakıt tipi, şanzıman, donanım paketleri vs. gibi birçok unsur açısından yüksek seviyede farklılaşma olduğu dile getirilmiştir.

(401) Yukarıda verilen açıklamalar ve sektör oyuncularının görüşleri çerçevesinde, binek araçlar ve hafif ticari araçlar için ürün farklılaştırma seviyesinin müşterilerin ihtiyaçları doğrultusunda farklı olduğu; binek araçlar bakımından kullanım amacının yanında donanım, ekipman, opsiyon, renk ve konfor gibi ilave kişisel algıların da bu araçların tercih edilmesinde önemli ölçüde etkili olduğu ve bu faktörlerin de ürünlerin farklılaşmasında rol oynadığı değerlendirilmektedir. Hafif ticari araçlarda ise genellikle kullanım amacının ön planda olduğu ve buna bağlı olarak ürün farklılaştırmasının müşteriler üzerindeki etkisi sınırlı olmaktadır. Sonuç olarak hafif ticari araçlarda belirli ölçüde ürün farklılaştırması olduğu kabul edilmekle beraber, tüketici algısı bakımından kullanım amacının öne çıktığı, farklılaşma seviyesinin daha sınırlı olduğu ve binek araçlara kıyasla hafif ticari araçların koordinasyona daha elverişli bir yapıda olduğu anlaşılmaktadır. Öte yandan "Teorik ve Hukuki Çerçeve" başlıklı bölümde açıklandığı üzere ürünün homojenliği tek başına koordinasyon doğurucu etkilerin olmazsa olmaz koşullarından biri olmayıp pazar koşullarına ilişkin yapılan bütüncül değerlendirmenin önem taşıdığı belirtilmelidir.

Kapasite

(402) Koordinasyona taraf olma riski bulunan teşebbüslerin atıl kapasitelerinin bulunmasının anlaşmadan sapma teşviki yaratma gibi koordinasyon riskinin oluşumuna katkı sağlayacak şekilde yorumlanması mümkün iken kapasite durumu teşebbüsler arasında simetrik bir yapının olup olmadığı konusunda da öngörü oluşturabilecektir. Yatay Kılavuz'un 34. paragrafına göre, kapasite kısıtları, daha ziyade homojen ürünlerin söz konusu olduğu pazarlar bakımında önemli kabul edilse de, farklılaştırılmış ürünlerin söz konusu olduğu pazarlar bakımından da ürünler arasındaki ikame derecesine göre önem arz edebilmektedir. Bu kapsamda, nihai inceleme sürecinde sektör oyuncularından sahip oldukları kapasite ve kapasite kullanım oranları hakkında bilgi istenmiş, yerli üretimi olmayan taraflardan Türkiye'de üretim yapmamaları nedeniyle konuya dair bilgi alınamamıştır. Bu sebeple, aşağıda gelen cevaplar çerçevesinde değerlendirmelere yer verilmektedir.

(403) Öncelikle bildirim sahiplerinin görüşlerine bakıldığında, sunulan bilgilerde, hafif ticari araçlar pazarında, rakiplerinin, önemli derecede ilave üretim kapasitesine sahip olduğu belirtilmekte; Türkiye'ye araç ithal etmenin önünde önemli bir engel bulunmadığından bahisle Renault-Nissan-Mitsubishi, Volkswagen ve Daimler gibi küresel oyuncuların, Türkiye'deki satışlarını arttırmak için Türkiye dışındaki üretim kapasitelerini rahatlıkla kullanabilecekleri iddia edilmektedir. Örneğin Volkswagen bakımından Volkswagen T6, Amarok ve Crafter modellerini ürettiği ifade edilen Hannover (Almanya) fabrikasının %(.....); Wrzesnia (Polonya) fabrikasının %(.....) kapasite kullanım oranıyla çalıştığı belirtilmiştir. Dosya kapsamında taraflardan söz konusu bilgilerin kaynağına ilişkin bilgi talep edilerek otomotiv sektöründe faaliyet gösteren fabrikaların tamamını kapsamamakla birlikte önemli kısmı hakkında kapasite ve kapasite kullanım oranı bilgisi sunan Harbour Report adlı veritabanının verilerine ulaşılmıştır. Bu veriler Harbour Report ölçümlerine istinaden %130 kullanım oranının ideal kullanım oranı teşkil ettiği varsayımına dayanmaktadır. İlgili veritabanı en yakın tarihli olarak 2018 yılındaki kapasite bilgilerini sunmaktadır. Buna göre ilgili veri tabanında Volkswagen tarafından Caddy modelinin üretildiği Poznan fabrikası kapasite kullanım oranının %(.....) olduğu görülmüştür. Taraflarca Renault Master, Renault Kangoo, Daimler Citan ve Renault Trafic modellerini (ayrıca taraflar Opel Movano, Opel Vivaro ve Fiat Talento modellerini) üretmekte olan tesisler için ise Maubeuge (Fransa) fabrikasının %(.....), Sandouville (Fransa) fabrikasının %(.....); Batilly (Fransa) fabrikasının %(.....) kapasite kullanım oranına sahip olduğu taraflarca

belirtilmiştir. Ancak bu kapasitenin bir kısmı da taraflar için kullanılmaktadır. Dolayısıyla tarafların iddialarının gerçek durumu bütünüyle yansıtmadığı değerlendirilmektedir.

- (404) Harbour Report ölçümlerine istinaden %130 kullanım oranının ideal kullanım oranı teşkil ettiği varsayımına dayandığı taraflarca da dile getirilmiştir. Buna göre, istenen seviyede faaliyet gösteren bir tesisin Harbour kullanım oranı takriben %130 olmaktadır⁷⁴. Bu durum, %100 Harbour kullanımının yılda 235 gün, günde 8 saatlik iki vardiyaya tekabül ettiği; ancak OEM'lere göre günde 8 saatlik üç vardiya ile çalışılmasının alışılmış bir durum olduğu ve OEM'lerin üretim varlıklarını tümüyle kullanmak yönünde motivasyonlarının bulunduğu şeklinde açıklanmıştır.
- (405) TOFAŞ tarafından kapasite kullanım oranlarının değerlendirilmesi için sektörde genel kabul gören ve yeknesak bir kaynak olan Harbour verilerinin kullanılmasının daha isabetli olacağı; zira değişik şirketlerden gelen iç hesaplamalar, kullanılan vardiya sayısı, iş gücünün ürün grupları arasında dağıtımı gibi konularda farklı yaklaşımların söz konusu olacağı; ancak, Harbour oranlarının, sektördeki oyuncuların kapasiteleri ve kapasite kullanım oranları arasında yeknesak ve makul bir varsayımlar bütünü çerçevesinde karşılaştırma yapılmasına imkân sağladığı belirtilmiştir. Ek olarak, Harbour verileri için %100 kapasite kullanım oranının yılda 235 gün, günde 8 saatlik iki vardiyaya tekabül ettiği varsayımı altında hesaplandığı; dolayısıyla sektör için %100 kullanım oranında bir üretim tesisinin bilfiil tamamen kullanıldığı anlamına gelmediği, kapasite kullanım oranlarının %100'e kadar olan bir skala baz alınarak hesaplanması durumunda etkin sayılabilecek kapasite kullanım oranının %90 ve üstü olduğunun düşünüldüğü, ancak şirket içi veriler kapsamında %90 seviyesindeki kapasite kullanım oranının Harbour ölçümleme yönteminde %130 seviyesinin dahi üstünde olduğu, bu bakımdan Harbour kapasite kullanım oranları bazında %130 seviyesinin muhafazakâr bir yaklaşım olduğu ve kapasite üstü çalışmayı işaret etmediği ifade edilmiştir.
- (406) FORD ise farklı olarak üretimde etkin kapasitenin maksimum %110 olabileceği, zira yasal çalışma süreleri dahilinde yapılacak fazla mesai sonucu kurulu kapasitenin ancak %10 kadar üzerine çıkılabileceği değerlendirilmiştir. HYUNDAI de, fiziki (teorik) kapasitede, dört vardiyalı çalışma düzeni uygulanarak makine ve ekipmanların bakım-temizlik gerektirmeyeceği bir düzen oluşturulması halinde yedi gün hiç durmaksızın ve ayrıca resmi tatillerde çalışılması durumunda yaklaşık %25'lik bir kapasite artışı sağlanabileceği, planlanan kapasite üzerinde ise yıl içinde gerekli hammadde tedarik planı yapıp yeni işgücü alımı ve eğitimi ile -fiziki kapasiteyi aşmamak şartıyla- kapasite arttırılabileceğini ifade etmiştir. Geriye kalan sektör oyuncuları ise Türkiye'de üretim yapmadıklarından etkin kapasite miktarı hakkında bir öngörülerinin bulunmadıklarını iletmişlerdir.
- (407) PSA tarafından, tesislerin büyük bir çoğunluğu farklı araç segmentlerine ait araçları ürettiği (B, SUV, M vb.), Harbour verisinin üretim tesisi seviyesinde kapasiteye dair bilgi verdiği ve farklı araç segmentlerindeki farklı modellerin üretimini toplulaştırdığı, dahası sektörel bakış açısından bir segmentteki araçların üretiminde kullanılan kapasitenin, halihazırda aynı üretim tesisinde aynı üretim bandında üretilen başka segmentteki aracın üretimi için kullanılabilmesi, dolayısıyla, toplam binek araçlar ve

⁷⁴ Taraflar tarafından Harbour verileri kapsamında %130'luk kapasite kullanım oranının sektör kapsamında "ideal" seviyede olduğu, AEA ve Türkiye'deki Harbour tarafından analiz edilen 54 tesisin 36'sinin kullanım oranının %100 Harbour kullanımının üzerinde ve 16'sinin kullanım oranının ise %130 Harbour kullanım oranının üzerinde olmasıyla desteklenmiştir.

hafif ticari araçlar için ayrı ayrı kapasite kullanım oranları ile üretim kapasite bilgisi sağlamanın mümkün ve isabetli olmayacağı iletilmiştir. Bununla birlikte, taraflardan gelen bilgilerde hafif ticari araçlara ilişkin bilginin sağlanabiliyor olması dikkate alınarak aşağıdaki tabloda hafif ticari araçlar bakımından üretim kapasitesine ve kapasite kullanım oranına yer verilmiştir.

- (408) Ek olarak her ne kadar FORD tarafından etkin kapasitenin maksimum %110 olacağı belirtilmiş ve bu kapsamda veri sağlanmış olsa da yukarıdaki açıklamalardan da anlaşılacağı üzere Harbour %130 oranı kapasitenin %100 skala alınarak hesaplanması halinde %100'lük kapasite kullanım oranının daha altında bir oranı temsil ettiği anlaşılmaktadır. Keza, aşağıdaki tabloda sunulan bilgiler ve taraflar tarafından sağlanan diğer örnek oranların yüksekliği de bu duruma işaret etmektedir. Bu kapsamda tarafların kapasitelerini kıyaslayabilmek adına FORD'un kapasite ve kapasite kullanım oranı için de Harbour verileri dikkate alınmış olup sözü edilen tabloya aşağıda yer verilmektedir:

Tablo-48: FORD ve Bildirim Sahiplerinin Kapasite Bilgileri

Teşebbüs	Üretim Yeri	Toplam Üretim Kapasitesi			Kapasite Kullanım Oranı (%)		
		2016	2017	2018	2016	2017	2018
FORD ⁷⁵	VALENCIA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	TÜRKİYE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FCA	BURSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	VAL DI SANGRO ⁷⁶	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PSA	MANGUALDE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	VALENCIENNES (SEVEL)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	VIGO ⁷⁷	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Harbour verileri.

- (409) Tablodaki kapasite bilgileri incelendiğinde özellikle FCA'nın %130'luk kapasite oranını da (.....) şekilde faaliyet gösterdiği, PSA'nın da bu oranlarında bir artış olduğu görülmektedir. FORD için veriler her ne kadar %(.....) civarında görünse de FORD'un tesis özelindeki kapasitelerine bakıldığında,
- 2016 yılında Koceeli Gölcük tesisinde Custom ve Transit araçlar için %(.....); Kocaeli Yeşilköy tesisinde Courier aracı için %(.....);
 - 2017 yılında Koceeli Gölcük tesisinde Custom ve Transit araçlar için %(.....); Kocaeli Yeşilköy tesisinde Courier aracı için %(.....);
 - 2018 yılında Koceeli Gölcük tesisinde Custom ve Transit araçlar için %(.....); Kocaeli Yeşilköy tesisinde Courier aracı için %(.....)

⁷⁵ FORD tarafından sunulan bilgilerde ithal araçların Avrupa ve Afrika'dan geldiği belirtilmiş olsa da Harbour verilerinde Afrika'daki fabrikasına ilişkin bulunmadığından tabloda yer verilmemiştir.

⁷⁶ FCA'dan gelen bilgilere göre Bursa'da hafif ticari araçların yanında C segmentine ilişkin de üretim yapılmaktadır.

⁷⁷ PSA'dan gelen bilgilere göre Vigo tesisinde hafif ticari araçların yanında C ve MPV segmentine ilişkin de üretim yapılmaktadır.

oranında kapasite kullanım oranına sahip olduğu dikkat çekmektedir. Dolayısıyla, FORD'un da Kocaeli Gölcük tesisinde %130'un (.....) kapasite kullanım oranına sahip olduğu anlaşılmaktadır.

- (410) Yatay Kılavuz'a göre koordinasyon içinde bulunan teşebbüsler için, örneğin fiyatları düşürerek, gizli indirimler teklif ederek, kaliteyi ya da kapasiteyi artırarak veya yeni müşteriler kazanmaya çalışarak, koordinasyon koşullarına uymamak suretiyle pazar paylarını artırmak genellikle cazip bir seçenektir. Atıl kapasitenin bulunması doğrudan belirleyici bir faktör olmamakla birlikte rakiplere sapma teşviki vererek, koordinasyonu bozma imkanlarını arttırabilecektir. Bu çerçevede hem işlem taraflarının hem FORD'un kapasite kullanım oranlarının yüksek olmasının olası bir koordinasyondan sapma güdülerinin zayıf olacağı şeklinde yorumlanması da mümkündür. Toplam kapasiteleri bakımından da işlemle birlikte taraflar PSA'nın C ve MPV segmentine ilişkin üretim yapılan VIGO tesisinin dışarıda bırakılması halinde ulaştıkları kapasite ile FORD'un toplam kapasitesi arasında da simetrisinin arttığı yorumunu yapmak mümkündür.
- (411) Nihai inceleme sürecinde sektör oyuncularından ilave olarak tedarik süresi hakkında da bilgi istenmiş olup gelen bilgilerden hafif ticari araçların siparişlerinin sistem üzerinden oluşturulmasından araçların bayiye varışı/nihai tüketiciye teslimine kadar geçen ortalama süre genel olarak yerli üretimlerde 67 ila 102 gün arasında sürerken; ithal üretimlerde 60 günden 328 güne kadar uzayabildiği görülmektedir. Yerli üretimde en kısa süre (.....)'a ait iken; en uzun süre (.....)'dadır. İthal üretimde ise en kısa süre (.....)'da iken, en uzun süre (.....)'ye aittir. Bununla birlikte, DOĞUŞ-VW yıllar itibarıyla ithal üretimdeki araçların tedarik süresini azaltarak 2017 yılında (.....) gün olan süresini 2019 yılında (.....) güne düşürmüştü ve 2019 yılında en uzun tedarik süresi (.....) gün ile (.....)'a geçmiştir. Yerli ve ithal üretim araçları arasındaki bu sürelerin farklı olması, FORD tarafından ithal araçların yurtdışından sevki nedeniyle geçen süreye bağlanmış ve bunun dışında ithal edilen ve ülkemizde üretilen araçlar bakımından araçların üretiminden bayilere ulaştırılmasına kadar izlenen süreçlerin aynı olduğu belirtilmiştir. Aşağıdaki tabloda işlemin taraflarının ve FORD'un 2017-2019 dönemindeki tedarik süreleri ayrıca gösterilmiştir:

Tablo-49: Tarafların ve FORD'un Yerli ve İthal Araçlarının Tedarik Süreleri

Teşebbüs	Araç Türü	Araç siparişlerinin sistem üzerinden oluşturulması ile araçların bayiye varışı/nihai tüketiciye teslimi arasındaki ortalama süre (gün)		
		2017	2018	2019
FCA	Hafif Ticari Araçlar (Yerli Üretim)	(.....)	(.....)	(.....)
	Hafif Ticari Araçlar (İthal)	(.....)	(.....)	(.....)
FORD	Hafif Ticari Araçlar (Yerli Üretim)	(.....)	(.....)	(.....)
	Hafif Ticari Araçlar (İthal-Avrupa)	(.....)	(.....)	(.....)
	Hafif Ticari Araçlar (İthal-Afrika)	(.....)	(.....)	(.....)
PSA	Hafif Ticari Araçlar	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi Yazı.

- (412) Tablodan, FCA ile FORD'un yerli tedarik süreleri benzerlik göstermekle birlikte, FORD'a ait sürelerin daha kısa olduğu görülmektedir. PSA'nın ise yerli üretimi olmaması nedeniyle sadece ithal araçlara ilişkin tedarik süresi verilmiştir. İthal araçlar

açısından tedarik sürelerine bakıldığında ise, araçların nereden ithal edildiğine bağlı olarak sürelerin değişkenlik gösterdiği anlaşılmaktadır.

- (413) Sektör oyuncularından edinilen bilgilerden ayrıca binek otomobillerin siparişlerinin sistem üzerinden oluşturulmasından araçların bayiye varışı/nihai tüketiciye teslimine kadar geçen ortalama süre genel olarak yerli üretimlerde 50 ila 90 gün arasında olduğu; ithal üretimlerde ise bu sürenin 65 günden 330 güne kadar uzayabildiği görülmektedir. Bu bakımdan, yerli üretim hafif ticari araçların tedarik süresi yerli üretim binek araçların tedarik süresine kıyasla kısmen daha uzun olduğu; ithal araçlar açısından ise sürelerin benzerlik gösterdiği anlaşılmaktadır.
- (414) Gelen bilgilere göre, üreticiler ile distribütörler arasında yapılan görüşmelerde pazar tahminleri kapsamında bir sonraki yıla/yıllara ilişkin satış ve üretim planları belirlenmektedir. Buna bağlı olarak, sektördeki olası talep artışlarına cevap verme süresinin, normal koşullardan daha uzun sürdüğü ve yaklaşık olarak 3 ilâ 6 ay arasında değiştiği belirtilmektedir. Bununla birlikte, gelen cevaplardan, olası talep artışına ilişkin cevap süresinin, başta talep artışının hacmine, ilgili fabrikaların küresel taleplerine, üretim kapasitesinin uygunluğuna, siparişe uygun tedarikin mevcutta bulunmasına bağlı olarak değiştiği; sayılan nedenlerle cevap süresinin uzayabildiği ya da talep artışına olumlu dönüş yapılamadığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, sektörün çalışma şekli nedeniyle talebin büyüklüğüne de bağlı olarak yeterli kapasite ve tedarik olması halinde dahi olası talep artışlarında müşterilerin taleplerinin karşılanma süresinin normalden daha uzun sürdüğü söylenebilecektir.
- (415) Netice olarak tedarik süreleri ve talep artışlarına cevap verme konusunda pazardaki oyuncular arasında benzerlik bulunduğu görülmektedir. Aralarında yapısal bağ bulunan işlem tarafları ve FORD'un hafif ticari araçlarda yerli üretim araçlara sahip olmaları nedeniyle bu araçları ithal araçlara göre daha kısa sürede tedarik etme şansları bulunmaktadır. Nitekim dosya kapsamında edinilen bilgilerden pick-up hariç brüt ağırlığı 3,5 tona kadar olan hafif ticari araçların yerli üretiminin sadece FCA ve FORD tarafından yapıldığı anlaşılmaktadır. Rakiplerin ise tedarik konusunda daha hızlı davranabildikleri, olası bir koordinasyonu bozucu olabilecek nitelikte bir avantaja sahip oldukları yönünde bir bilgiye ulaşılamamıştır.
- (416) Bununla birlikte, 2020 yılının başında otomotiv sektörünü de yakından etkileyen Covid-19 pandemisi nedeniyle, teşebbüslerin çoğu bu süreçte üretim kapasitesinin kullanımı ve tedarik süreleri konusunda problemler yaşadıklarını belirtmiş, bir kısmı bunların önümüzdeki dönemde yaşanmayacağını beklediğini, bir kısmı ise sorunların devam edip etmeyeceğinin belirsiz olduğunu belirtmiştir. Kapasite ve kapasite kullanım oranlarına ilişkin olarak rakiplere ilişkin mevcut verilerin 2018 yılına ilişkin olduğu ve üretimi yapan teşebbüslerden doğrudan bilgi temin edilemediği için belirsizlikler içerdiği de dikkate alındığında 2020 yılı sonrasında üretimde kapasite kullanımına ilişkin kesin bir yorum yapmaya elverişli olmayabileceği değerlendirilmektedir. Halen devam etmekte olan bu sürecin etkilerinin tam olarak ne zaman ortadan kalkacağı konusunda da bir kesinlik bulunmadığı göz önüne alındığında, teşebbüslerin kapasite kullanım durumu ve tedarik süreci hakkında geleceğe yönelik net bir değerlendirme yapmak yanıltıcı olabilecektir.
- (417) Sonuç olarak, yukarıda açıklanan sebeplerle, tarafların ve rakiplerinin kapasite kullanım durumları ile tedarik süreleri bakımından işlem sonrasında oluşacak etkiler hakkında mevcut koşullar çerçevesinde geleceğe yönelik kesin bir yorum yapmak mümkün olmasa da işlemin gerçekleşmesiyle birlikte kapasite boyutu bakımından birleşik teşebbüsün ve FORD'un arasındaki benzerliğin artacağı ve simetrisinin daha da

güçleneceği kanaatine ulaşılmıştır. Sayılan bu hususlara ilaveten pick-up hariç brüt ağırlığı 3,5 tona kadar olan hafif ticari araçların yerli üretiminin sadece FORD ve FCA tarafından yapılıyor olması taraflar arasındaki koordinasyon riskini artıran bir unsur olarak değerlendirilebilecektir. Bunun yanında, söz konusu teşebbüslerin kapasite kullanım oranlarının yüksek olması olası koordinasyondan sapma güdülerini düşürebilecektir. Tedarik süreleri bakımından da rakiplerin olası bir koordinasyonu bozucu nitelikte kısa sürede tedarik imkanlarının mevcut olduğunu gösterir herhangi bir bulguya ulaşılamamıştır.

Maliyet Benzerliği

- (418) Pazardaki teşebbüsler arasında ne ölçüde simetri olduğu konusunda bakılabilecek bir diğer unsur teşebbüslerin maliyet yapılarıdır. Keza, benzer maliyet yapılarına sahip teşebbüslerin benzer güdülere sahip olması muhtemeldir. Bu da, teşebbüslerin faaliyetlerini koordine etme olasılığını artıracaktır⁷⁸. Bu doğrultuda, işlemin taraflarıyla FORD'tan maliyet kalemlerinin neler olduğu ve 2019 yılına ait maliyet bilgileri istenmiştir. Gelen bilgilere göre, söz konusu teşebbüslerin maliyet kalemleri ve 2019 yılına ilişkin maliyet bilgileri aşağıdaki tabloda sunulmaktadır.

Tablo-50: PSA, FCA ve FORD'un 2019 Yılına Ait Maliyet Bilgileri

Teşebbüs	Maliyet Kalemi	Maliyet (2019)	Yüzde (%)
PSA	Satış ödeneği	(.....)	(.....)
	Satılan malların maliyeti	(.....)	(.....)
	Lojistik maliyetler	(.....)	(.....)
	Pazarlama giderleri	(.....)	(.....)
	Garanti Maliyetleri	(.....)	(.....)
	Genel ve idari giderler	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)
FCA	Doğrudan malzeme giderleri	(.....)	(.....)
	Yıpranma ve amortisman maliyeti	(.....)	(.....)
	Doğrudan iş gücü maliyeti	(.....)	(.....)
	Üretime ilişkin diğer masraflar	(.....)	(.....)
	Satılan ürünlerin maliyeti	(.....)	(.....)
	Pazarlama harcamaları	(.....)	(.....)
	Genel idari harcamalar:	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)

⁷⁸ Europe Economics (2001), Study on Assessment Criteria for Distinguishing between Competitive and Dominant Oligopolies in Merger Control, https://ec.europa.eu/growth/content/study-assessment-criteria-distinguishing-between-competitive-and-dominant-oligopolies-0_en (Erişim Tarihi: 27.12.2020)

Tablo 50'nin devamı			
Teşebbüs	Maliyet Kalemi	Maliyet (2019)	Yüzde (%)
FORD	Malzeme Gideri	(.....)	(.....)
	İşçilik & Genel Üretim Giderleri	(.....)	(.....)
	Nakliye Giderleri	(.....)	(.....)
	Lisans Giderleri	(.....)	(.....)
	Amortisman Giderleri	(.....)	(.....)
	Yönetim Giderleri	(.....)	(.....)
	Pazarlama Satış Giderleri	(.....)	(.....)
	Sabit Pazarlama Gideri	(.....)	(.....)
	Faiz Gelir ve Gideri	(.....)	(.....)
	Kur Gelir ve Gideri	(.....)	(.....)
	Diğer Gelir ve Giderler	(.....)	(.....)
	Vergi Gelir ve Giderler	(.....)	(.....)
	Ürün Geliştirme Gideri	(.....)	(.....)
	Garanti Giderleri	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)

Kaynak: Tabloda adı geçen teşebbüslerden elde edilen bilgiler.

- (419) Tablodan teşebbüslerin toplam maliyetleri açısından incelendiğinde, FCA'nın toplam maliyet büyüklüğünün PSA ve FORD'un maliyet büyüklüklerine kıyasla yaklaşık olarak dört kat fazla olduğu görülmektedir. FCA ile PSA arasındaki bu ölçüdeki farklılık esasında iş modellerindeki farklılıklar itibarıyla açıklanabilecektir. Zira FCA'nın yerel üretimi bulunmakta iken PSA'nın yerel üretimi bulunmamaktadır. Nitekim PSA'nın "satılan malların maliyeti" kalemi FCA'nın "satılan ürünlerin maliyeti" kalemine karşılık gelmekle birlikte, FCA'nın ayrıca yerel üretimi bulunduğundan üretime ilişkin "doğrudan malzeme maliyeti", "yıpranma ve amortisman maliyeti", "doğrudan iş gücü maliyeti" şeklinde ilave maliyet kalemleri bulunmaktadır.
- (420) Tablodan ayrıca, FORD'un FCA karşısında çok daha düşük toplam maliyete sahip olduğu görülse de, her ikisinin de yerel üretimlerinin bulunması nedeniyle maliyet yapılarının benzer olması beklenen bir durumdur. Nitekim FORD Kocaeli ve Yeniköy fabrikalarında Transit Custom ve Courier modelleri için ticari araç üretimi yapmaktadır. FCA ise Bursa'daki fabrikasında Fiat Doblo Cargo, Fiat Doblo Combi, Fiat Fiorino ve Fiat Pratico modellerini üretmektedir.
- (421) Daha sağlıklı değerlendirme yapabilmek için tarafların maliyet kalemlerine göre bir kıyaslama yapılması gerekmektedir. Ancak, tablodan da görülebileceği üzere, taraflar maliyet kalemlerine ilişkin olarak oldukça farklı sınıflandırmalar kullanmaktadır. Bu nedenle de, tarafların maliyet kalemleri özelinde tümüyle karşılaştırılabilir olması

oldukça güçtür. Öyle ki gelen bilgilerden söz konusu teşebbüslerin maliyet kalemlerinin içerikleri itibarıyla da birbirinden farklılaştığı, birinde tek maliyet kalemi içerisinde yer alan giderlerin diğerinde/diğerlerinde birden fazla kaleme konu olabildiği görülmektedir. Bunun yanında, edinilen bilgilere göre teşebbüslerin yaklaşımları da farklı olabilmektedir. Örneğin, PSA "satış ödeneği" kalemini bir tür gider olarak değerlendirdiğini belirtirken FCA'nın bunu net gelir hesaplamasının bir parçası olarak kabul ettiği bildirilmektedir.

Taraflardan ayrıca 2019 yılına ait maliyet verilerinin hafif ticari araçlar ve binek araçlar için de ayrıştırılması talep edilmiş olmakla birlikte, PSA tarafından şirket içi sistemi, maliyet kalemleri bazında sunulan maliyet verilerinin hafif ticari ve binek araçlar segmentleri için otomatik olarak ayrıştırılmasına müsaade etmediği, dolayısıyla, talep edilen verilerin hazırlanması için PSA'nın bütün maliyetlerinin manuel bir şekilde incelemesi gerektiği, bu nedenle, PSA'nın bu çalışmayı tamamlayabilmesi için oldukça uzun bir vakte ve işgücüne ihtiyacı bulunduğu ve PSA tarafından maliyet kalemlerinin hafif ticari ve binek araçlar segmentleri bakımından kırılımı için izlenecek bir metodolojinin PSA'nın şirket içi sisteminin bir ürünü olmayacağından, söz konusu bilgilerin bazı tutarsızlıklara sebebiyet verme ihtimalinin yüksek olduğu belirtilmiştir. Bu kapsamda, tarafların dosya konusu ilgili ürün pazarları açısından karşılaştırılabilir bir maliyet verisi sunulamadığından maliyet yapılarının benzer olup olmadığı konusunda net bir yorum yapabilmenin mümkün olmadığı anlaşılmaktadır.

Çoklu Pazar İlişkisi

- (422) Yatay Kılavuzu'nun 54. paragrafına göre misillemelerin, mutlaka sapmanın gerçekleştiği pazarda gerçekleşmesi gerekmektedir. Koordinasyon içindeki teşebbüslerin diğer pazarlarda ticari etkileşimlerinin söz konusu olduğu durumlarda, çeşitli misilleme yöntemlerinin uygulanması mümkün olabilecektir. Misilleme, ortak girişimlerin veya diğer işbirliği yapılanmalarının iptal edilmesi ya da ortak kontrol edilen şirketlerdeki payların satılması dâhil pek çok şekilde gerçekleşebilmektedir. Yukarıda daha önceki kısımlarda verilen bilgilerden gerek işlemin tarafları gerekse de sektördeki rakiplerinin hem binek otomobiller hem de hafif ticari araçlar pazarında ve bu pazarların alt pazarlarında birbirleriyle rekabet halinde oldukları dolayısıyla çoklu pazar ilişkisinin dosya kapsamında mevcut olduğu anlaşılmaktadır.

Alıcı Gücü

- (423) Koordinasyonun sürdürülebilirliği bakımından dikkate alınabilecek bir diğer faktör müşterilerin dengeleyici bir alıcı gücüne sahip olup olmadığıdır. Yatay Kılavuz'a göre dengeleyici bir alıcı gücünün mevcut olduğu durumlarda, bu alıcının, koordinasyon içindeki teşebbüslerden birinin aklını, koordinasyon koşullarından saparak büyük kazançlar elde etme yönünde çelerek, koordinasyonu sürdürülebilir olmaktan çıkarabilecektir⁷⁹. Yukarıda teorik kısımda yer verildiği üzere, AB Yatay Birleşme Kılavuzu'nda, caydırıcı mekanizmanın kurulmasının pazarın seyrek ve büyük hacimli siparişler ile karakterize edilmesi halinde zor olacağı ifade edilmektedir.
- (424) Bu kapsamda öncelikle, Türkiye'deki distribütörlerin 2017-2019 döneminde en büyük on müşterisinin toplam satışları içerisindeki payını gösterir tablo aşağıda sunulmaktadır:

⁷⁹ Para. 56.

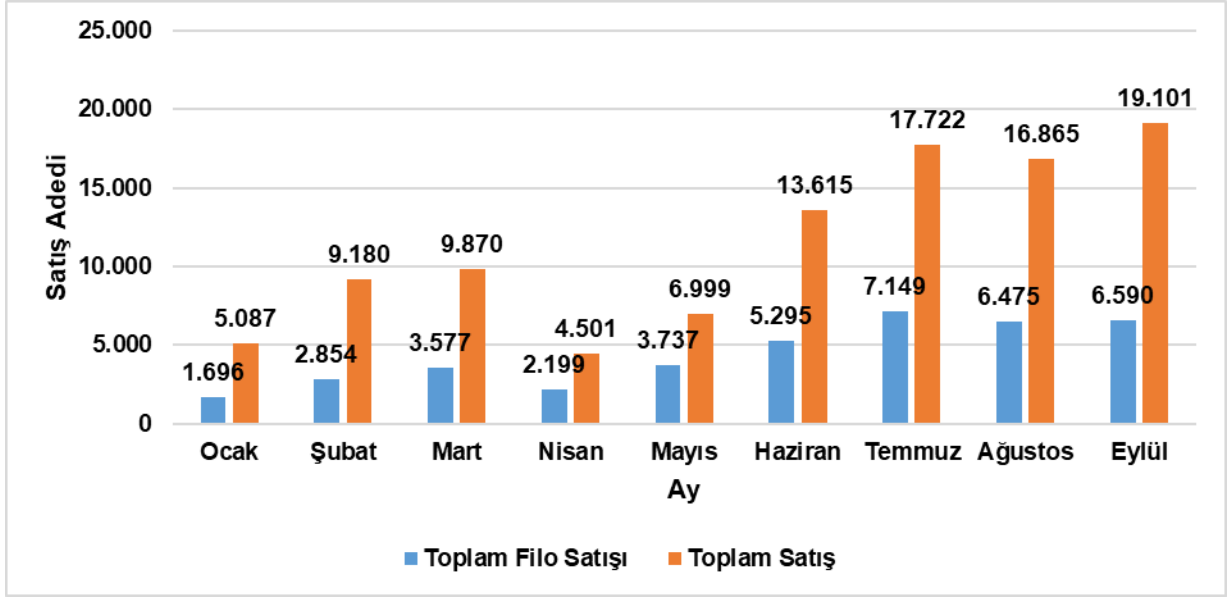
Tablo-51: 2017-2020/9 Dönemi Hafif Ticari Araç Pazarındaki Distribütör Teşebbüslerin İlk 10 Müşterilerinin Toplam Satış Adetleri ve Gelir İçerisindeki Payı (%)

Teşebbüs	2017	2018	2019	2020/9
	Toplam Satış Adedi İçerisindeki Payı	Toplam Satış Adedi İçerisindeki Payı	Toplam Satış Adedi İçerisindeki Payı	Toplam Satış Adedi İçerisindeki Payı
FCA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FORD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ÇELİK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞUŞ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HYUNDAI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MAIS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERCEDES	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
NISSAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOYOTA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüsler tarafından elde edilen bilgiler.

- (425) Tabloda ilk on müşterinin distribütörlerin toplam satışları içerisindeki ağırlığı incelendiğinde, ilk on müşterinin ortalama olarak toplam satışların yarısına tekabül ettiği, bu oranın, birkaç istisna dışında, önemli ölçüde değişmemek üzere kimi teşebbüslerce daha yüksek veya daha düşük olduğu görülmektedir. Bu müşterilerin önemli bir kısmını ise bayiler oluşturmaktadır. Keza, distribütörler tarafından sunulan müşteri listesi incelendiğinde yaklaşık %85'inin bayilerden oluştuğu görülmektedir.
- (426) Öte yandan, bildirim sahipleri, işlem kapsamında dengeleyici alıcı gücü olduğuna dair savlarını filo müşterilerine yapılan satışların miktarına ve bu satışlar kapsamında sağlanan indirimlerle dayandırmaktadır. Pazarda faaliyet gösteren pek çok küresel OEM bulunması ve müşterilerin birden çok tedarikçi seçeneği olması karşısında birleşik teşebbüsün gerek rakiplerin rekabetçi hamleleri gerekse alıcıların pazarlık gücü tarafından yaratılacak baskı altında olmaya devam edeceği öne sürülmektedir. Bu kapsamda öncelikle ODD verileri doğrultusunda aşağıdaki grafikte 2020 yılının ilk dokuz ayında filo satışlarının ve toplam hafif ticari araçlar satışının aylara göre dağılımı verilmektedir:

Grafik-4: 2020/9 Filo ve Toplam Satış Adetleri



Kaynak: ODD verileri

- (427) Aşağıdaki tabloda ise 2020 yılının ilk dokuz ayında hafif ticari araç pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin toplam satışları içerisindeki filo satışlarının ağırlığı verilmektedir:

Tablo-52: Hafif Ticari Araçlarda Filo Satış Adetleri ve Toplam Satışlar İçindeki Payı (%)

Teşebbüs	Ortalama Aylık Filo Satışı	Filo Satışları (2020/9)	Toplam Satış (2020/9)	Filo Satışların Payı (2020/9)
FCA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FORD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
VOLKSWAGEN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MAIS-RENAULT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERCEDES-BENZ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KIA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOYOTA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HYUNDAI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
NISSAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: ODD'den elde edilen ham data verileri ve teşebbüslerden elde edilen veriler kapsamında hesaplanmıştır.

- (428) Tablodaki bilgilerden, pazardaki toplam satışlar içerisindeki filo satışlarının payını (%(.....)) geçen üç teşebbüs olduğu, geriye kalan teşebbüslerin ise bu oranın altında kaldığı görülmektedir. Bununla birlikte, tabloda verilen ortalama aylık filo satış adetleri ve Grafik-4'teki bilgiler, pazarın filo satışları kapsamında seyrek ve büyük hacimli satışlara konu olmadığını göstermektedir.
- (429) Buna ilaveten, ilerleyen bölümlerde yer verilen "İndirim Uygulamaları" başlığı altında detaylandırılan distribütörlerin indirim yaklaşımları da göz önüne alındığında, distribütörlerce filo müşterilerine belirli seviyelerde özel indirimler uygulandığı görülse de filo müşterilerinin birden fazla sayıda araç alması karşısında rakiplere kıyasla daha rekabetçi teklif sunulabilmek ve böylece satış hacminin artırabilmek için filo

müşterilerine diğer müşterilere uygulanan indirimlerden daha fazla oranda indirim uygulanması ticaretin doğal akışında beklenen bir durumdur.

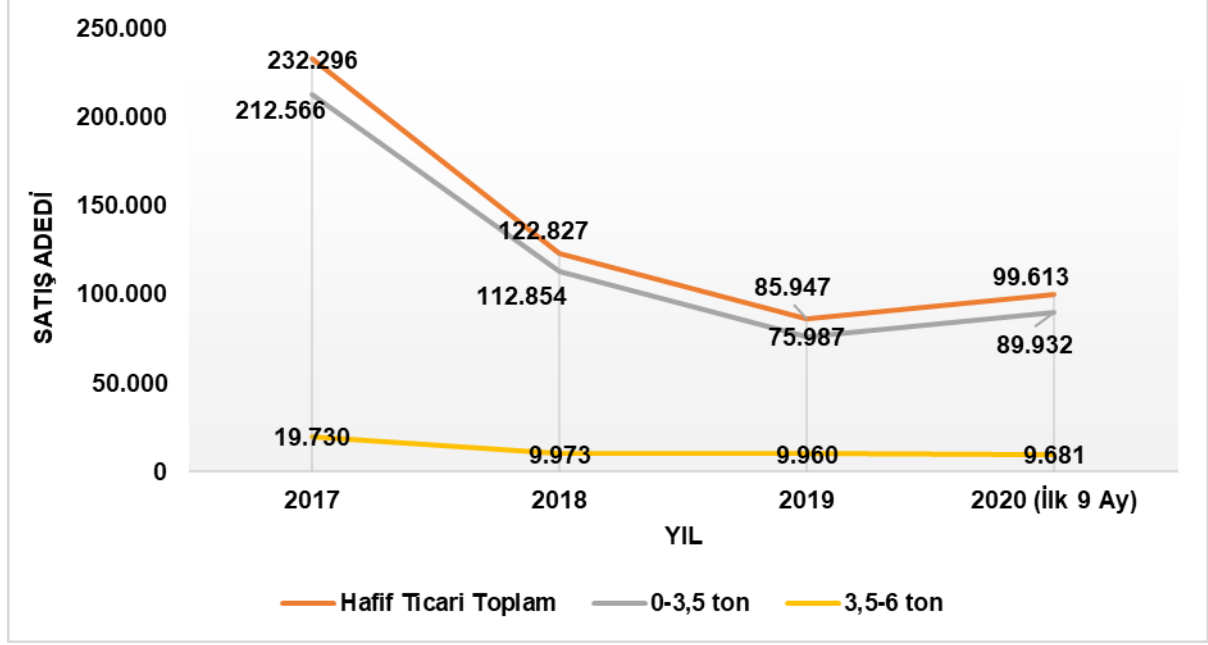
- (430) Yukarıda verilen açıklamalar çerçevesinde, inceleme konusu ilgili pazarın seyrek ve büyük hacimli satışlarla karakterize olmadığı ve müşterilerin sayısı da dikkate alındığında alıcıların araç alım koşullarını belirleyebilme gücüne tek başına sahip olduğunu söylemenin mümkün olmadığı değerlendirilmektedir. Alıcıların dikey bütünleşmeye giderek üst pazarda faaliyet göstermeye başlayabilecekleri konusunda tehdit ortaya koyabilmeleri ya da büyük miktarlarda yaptığı alımları üst pazara girmeye niyetli olan başka bir teşebbüse kaydırarak pazara yeni teşebbüslerin girmesini teşvik etme konusunda tehditte bulunabilmeleri gibi durumların da söz konusu olmadığı değerlendirilmektedir. Bu kapsamda, brüt ağırlığı 3,5 tona kadar olan hafif ticari araçların üretimi ve satışı pazarında dengeleyici bir alıcı gücünden söz edilememektedir.

Talep Belirsizliği ve Pazardaki Büyüme

- (431) Yatay Kılavuz'da⁸⁰ ilgili pazardaki arz ve talep koşullarının sürekli değişiklik gösterdiği duruma göre daha istikrarlı olduğu bir pazarda koordinasyon içine girilmesinin daha kolay olduğu belirtilerek dalgalı talebin, pazardaki bazı teşebbüsler tarafından gerçekleştirilen kayda değer düzeydeki içsel büyümelerin veya pazara sık sık yeni teşebbüslerin girmesinin, ilgili pazarın mevcut durumunun, koordinasyonu mümkün kılacak kadar yeterli istikrara sahip olmadığına işaret ettiği ifade edilmektedir. Teknolojik gelişmelerin hızı ve etkisi de bu kapsamda dikkate alınabilecek olmakla birlikte söz konusu etkilere ilişkin bir öngöründe bulunmak kimi zaman güç olabilmektedir.
- (432) Önceki bölümlerde binek otomobil ve hafif ticari araçların satışlarının sektöre yönelik ÖTV düzenlemelerinden ve kredi kampanyalarından etkilendiği belirtilmiş; bu kapsamda pazar paylarının incelendiği dönemde hafif ticari araçlarda 01.10.2019 - 26.07.2020 tarihleri arasında kamu bankalarının hem hafif ticari araçlar hem de binek otomobillerde yerli üretim modeller için düşük faiz oranının sunulduğu ve ÖTV düzenlemelerinin de binek otomobiller için çeşitli tarihlerde değiştiği bilgisine yer verilmiştir. Ayrıca sektör oyuncularının 30.08.2020 tarihli ÖTV düzenlemesinin binek ve hafif ticari araç pazarındaki olası etkisine ilişkin görüşlerine yer verilmiş olup bu görüşler arasında farklılıklar olsa da öne çıkan iki görüşü (i) ilgili düzenlemenin hafif ticari pazardaki etkisinin olmayacağı ve (ii) sınırlı da olsa, binek araç kullanıcılarının, düşük ÖTV diliminde bulunan ticari modellerin tercih etmesinin beklendiği şeklinde özetlemek mümkündür.
- (433) Bu kapsamda, aşağıdaki grafikte 2017-2020/9 döneminde hafif ticari araçlarda ve alt segmentlerinde satış adetlerine göre seyri verilmektedir:

⁸⁰ Para. 44.

Grafik-5: Hafif Ticari Araçlarda ve Alt Segmentlerinde 2017-2020/9 Dönemi Satış Adetleri



Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler.

- (434) Grafikte ilk dikkat çeken husus 2017 yılından itibaren sektörde, 3,5-6 ton arası hafif ticari araçlar hariç olmak üzere, ciddi bir daralma olduğudur. 2019 yılıyla birlikte pazardaki satışlarda bir artış yaşandığı görülmekle birlikte bu artış sonucunda gerçekleşen satışların önceki yıllarda oluşan seviyeye ulaşmadığı anlaşılmaktadır. İlave olarak, 2019 yılı itibarıyla gerçekleşen artışın, dönem itibarıyla kamu bankalarının kredi kampanyalarını uyguladıkları döneme denk geldiği dikkate alındığında, bahsi geçen kampanyalar nedeniyle satışların arttığı ve dolayısıyla geçici süreli olduğu değerlendirilmektedir. Pazardaki bu seyir karşısında talebin dalgalı ve değişken olduğundan bahsetmek mümkün görünmemektedir.
- (435) İkinci olarak, sektördeki (i) hibrit/elektrikli araçlar ve (ii) bağlanabilirlik ve otonom sürüş şeklinde iki temel teknolojik gelişmenin de pazardaki olası etkilerini ele almak yerinde olacaktır. Taraflarca 2030 yılında hafif ticari araçların %28'inin elektrikli araç olmasının beklendiği ve bu yöndeki gelişmelerin etkisiyle hafif ticari araçlar ve binek araçlar pazarında rekabetin artacağı belirtilmiş ve mevcut durumda bu kapsamda çalışmalarını bulunan markalar ile bu markaların sundukları/sunacakları modellere yer verilmiştir⁸¹. Öte yandan, "Sektöre İlişkin Bilgiler" başlığı altında ayrıntısıyla verildiği üzere, sektör oyuncularının bu konudaki görüşlerine başvurulmuş ve gelen görüşlerin genel olarak Türkiye'de mevcut ÖTV sisteminin binek araçlar bakımından elektrikli otomobilleri daha cazip hale getirebileceğine, ancak aynı durumun hafif ticari araçlar bakımından söz konusu olmadığına ve hafif ticari araçlardaki elektrikli (hibrid dahil) araçlara dönüşüm hızının gerekli altyapı yatırımları ve şarj alanları konusundaki gelişmelere ve vergi politikalarındaki değişimlere bağlı olduğuna odaklandığı görülmüştür. Nitekim taraflarca elektrikli araçlara ilişkin modeller geliştirdiği belirtilen MERCEDES tarafından Avrupa'da satılmaya başlanan elektrikli hafif ticari araçların henüz Türkiye'de lansman planının yapılmadığı, hafif ticari araçlardaki pil maliyetlerinin

⁸¹ Dosya kapsamında edinilen bilgilerde, FORD'un, Türkiye'de (.....) geliştirdiği, ayrıca FORD'un Transit Custom'ın yarı hibrit bir versiyonunu sunduğu, bunlara ek olarak MERCEDES'in, (.....) halihazırda geliştirdiği; RENAULT'un elektrikli Kangoo ve Master modellerinin mevcut olduğu; VOLKSWAGEN'in ayrıca (.....) da geliştirdiği; TOYOTA'nın, 2020 ve 2021 yıllarında Toyota Proace ve Toyota Proace City'nin elektrikli modellerinin çıkacağını duyurduğu belirtilmiştir.

yüksek olmasının en büyük sorun ve engel olduğu; TOYOTA tarafından mevcut düzenlemelerle hafif ticari araçlarda elektrikli ve hibrit araç satış oranının çok düşük seviyelerde kalacağı öngörülmüştür. Otonom sürüş ve bağlanabilirlik konuları ise, sektör oyuncularının görüşlerine göre Türkiye'de yasal düzenlemelerin ve teknik altyapının hazır olmaması nedeniyle bunların kısa ve orta vadede rekabeti etkileyecek önemli bir unsur olarak görülmemiştir.

- (436) Bu açıklamalar çerçevesinde, 2030 yılında tarafların belirttiği oranda ve şekilde hafif ticari araçlarda elektrikli ve hibrit araçlara dönüşümünün olası etkilerinin, özellikle Türkiye'deki teknik altyapının ve devlet teşviklerinin mevcut durumu dikkate alındığında, kısa vadede dosya kapsamında yapılan tespitleri değiştirebilecek şekilde ortaya çıkması beklenmemektedir. Otonom sürüş ve bağlanabilirlik konularında ise Türkiye'deki etkilerinin oluşma ihtimalinin çok daha uzun vadede olabileceği anlaşılmaktadır.
- (437) Sonuç olarak, 2017 yılından itibaren inceleme konusu brüt ağırlığı 3,5 tona kadar olan hafif ticari araçlarda pazarda istikrarlı bir şekilde gerileme olduğu, 2019 yılıyla birlikte pazarda bir büyüme görünse de bu artışın ilgili düzenlemeler ve kredi kampanyaları kaynaklı öngörülebilir bir artış olduğu, dolayısıyla pazardaki talebin değişkenliğinin söz konusu olmadığı değerlendirilmektedir. Bununla beraber sektöre yenilik getiren elektrikli ve hibrit araçlara dönüşümün bu tespitleri etkileyebilecek nitelikte bir etkisinin yakın vadede muhtemel olmadığı öngörülmektedir.

G.5.3.4.3. Pazardaki Oyuncuların Geçmiş Davranışları

- (438) Pazardaki oyuncular arasında geçmişte veya halen rekabeti sınırlayıcı işbirliklerinin ya da bu tür işbirliklerini kolaylaştırıcı eylemlerin mevcut olması durumu Yatay Kılavuz'un 20. paragrafında rekabetçi kaygıları artıran faktörler arasında sayılmıştır. Ancak belirtilmelidir ki koordinasyon riskinin olup olmadığının tespitinde geçmişte her durumda koordineli davranış olması gerekmemektedir. Bu kapsamdaki değerlendirmelere teşebbüslerin 2018-2019 dönemindeki fiyat güncelleme tarihleri ve Kurulun sektöre ilişkin kararları kapsamında aşağıda yer verilmektedir.

Fiyat Güncelleme Tarihleri

- (439) Dosya kapsamında, bildirim konu işlemin tarafları ve sektörde faaliyet gösteren distribütörlerden fiyat güncelleme tarihleri ve güncelledikleri fiyat bilgisi sorulmuş olup hafif ticari araçların fiyat güncelleme tarihlerine ilişkin olarak elde edilen bilgiler değerlendirildiğinde;
- FCA'nın başta Fiat Doblo, Fiorino, Fullback, Ducato olmak üzere hafif ticari araç fiyatlarını her ayın (.....) güncelleştirdiği,
 - PSA'nın Peugeot Boxer, Expert, Partner, Rifter, Traveller; Citroen Berlingo ve Opel Combo modellerinin fiyatlarını (.....) günlük aralıklarla belirli bir düzen izlenmeden çeşitli tarihlerde güncelleştirdiği,
 - FORD'un Transit, Custom, Courier, Connect, Ranger modellerinin fiyatlarını genellikle her ayın (.....) güncelleştirdiği,
 - DOĞUŞ'un Volkswagen Transporter, Caddy, Crafter, Amarok modellerinin fiyatlarını genellikle her ayın (.....) çeşitli tarihlerde güncelleştirdiği,
 - HYUNDAI'nin H100 modelinin fiyatının genellikle her ayın (.....) güncelleştirdiği,
 - IVECO'nun tüm modellerinin fiyatlarını her ayın (.....) içerisinde çeşitli tarihlerde güncelleştirdiği,

- MAİS'in başlıca Dokker, Kangoo, Master, Trafic modellerinin fiyatlarını genellikle her ayın (.....) güncelleştirdiği,
- MERCEDES'in Vito, Sprinter ve X-Class modellerinin fiyatlarını her (.....) güncelleştirdiği,
- NISSAN'ın Navara modelinin fiyatını genellikle her ayın (.....) içerisinde güncelleştirdiği,
- TOYOTA'nın Hilux modelinin fiyatını her ayın (.....) güncelleştirdiği

görülmektedir.

(440) Yukarıda yer alan bilgiler ışığında, hafif ticari araç pazarında faaliyet gösteren distribütörlerin araç fiyatlarını genellikle her ayın ilk günü veya ilk haftası güncelleştirdikleri anlaşılmaktadır. PSA için net bir tarih söylemek mümkün olmasa da FCA ile FORD'un da fiyatlarını genellikle belirtilen süreçte güncellediği anlaşılmaktadır. Ayrıca bildirim sahiplerince PSA'nın Türkiye'de tavsiye edilen yeniden satış fiyatlarının aylık olarak güncellediği ve bazı zamanlar döviz kurlarındaki dalgalanmalar nedeniyle aynı ay içerisinde güncellemeler yapma yoluna gidebildiği belirtilmekte; bu durumun tavsiye edilen satış fiyatlarını aylık olarak güncelleyen TOFAŞ için de geçerli olduğu eklenmektedir. Genel olarak fiyatların değişmesinde etkili olabilecek makroekonomik faktörlerin (döviz kuru, ÖTV düzenlemesi vb.) fiyatların güncelleme tarihi ve sıklığını değiştirebileceği ve bu faktörlerin sektördeki oyuncuların genelini ilgilendirir bir durum olduğu değerlendirilmektedir. Bu nedenle, FCA ve FORD da dahil sektör oyuncularının arasında fiyat güncelleme tarihleri ve sıklıkları açısından bir benzerlik olduğu söylenebilecekse de, bu durumun pazarda geçmiş koordinasyonun varlığını gösterdiğini iddia etmek güçtür.

Kurul Gündemine Konu Olan Sektör Kararları

- (441) Otomotiv sektörü çeşitli başvurular kapsamında Kurulun gündemine gelmiş ve bu sektördeki teşebbüslerin davranışları 4054 sayılı Kanun kapsamında değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Bu kararların bir kısmı menfi tespit/muafiyet verilmesini içerirken bir kısmının Kanun'un 4. maddesinin ihlal edilip edilmediğine ilişkin olduğu görülmektedir. Bu başlık kapsamında öne çıkan Kurul kararlarına aşağıda özetle yer verilmektedir:
- (442) Kurulun 18.04.2011 tarihli ve 11-24/464-139 sayılı kararında; otomotiv pazarında faaliyet gösteren çeşitli teşebbüslerin stok, hedef, satış ve fiyat stratejisine ilişkin bilgilerin paylaşımına yönelik görüşmelerinin Kanun'un 4. maddesine aykırılık teşkil ettiğine hükmedilmiş olup yapılan incelemelerde binek ve hafif ticari araç pazarlarındaki ilk on iki oyuncunun pazar payları toplamının %80'in ve hafif ticari araçlar pazarında ilk dört teşebbüsün pazar paylarının toplamının %70'in üzerinde olması sebebiyle pazarın daha çok oligopol niteliği taşıdığı ve söz konusu pazarda koordinasyonun daha kolay gerçekleşebileceği tespitlerine yer verildiği görülmektedir.
- (443) Kurulun 07.12.2011 tarihli ve 11-60/1559-552 sayılı kararında FORD ve TOFAŞ'ın ortak araç taşıma hizmeti almalarına ilişkin ayrı ayrı yaptıkları anlaşmalar kapsamında maliyetlerinin benzeşerek uyumlu eylem olasılığının bulunup bulunmadığı irdelenmiş; araç taşıma maliyetlerinin toplam ürün maliyetleri içindeki payının çok düşük olduğu; bu bahisle olası maliyet benzerliğinin fiyat koordinasyonuna yol açma olasılığının zayıf görüldüğü sonucuna ulaşılmış; FORD ve TOFAŞ'ın alım pazarında pazar paylarının %30'a ulaştığı ancak bu payın rakiplerinin araç taşıma hizmetine ulaşmalarını sınırlamasına ya da nakliye firmalarının ürün çeşitliliğini azaltmasına yetmeyeceği kanaatine ulaşılmıştır.

- (444) Kurulun 24.12.2015 tarihli ve 15-45/755-277 sayılı kararı ile bireysel muafiyet verilmesini içeren kararda, TOFAŞ, FCA ve PSA arasında hafif ticari aracın geliştirilmesinde ve üretiminde işbirliğini içeren protokole konu Fiat Fiorino, Peugeot Bipper, Citroen Nemo araçlarının aynı üretim sürecinde üretilmesi sonucunda tarafların üretim maliyetlerinin benzer hale gelmesi ve üretim maliyetlerinin araçların vergisiz perakende satış fiyatlarının yaklaşık %80'ini teşkil etmesi nedeniyle, protokolün fiyat açısından taraflar arasında koordinasyona yol açabileceği değerlendirmelerden birini oluşturmuştur.
- (445) Kurulun 28.02.2019 tarihli ve 19-10/115-46 sayılı kararında, Ağustos 2018 döneminde döviz kurlarındaki artışla birlikte, otomotiv pazarının ciddi bir daralma yaşadığı ve bu daralmanın üstesinden gelebilmek ve pazarı canlandırabilmek amacıyla ÖTV ve KDV indirimlerinin yapıldığı, anılan düzenlemenin soruşturma taraflarının üzerindeki etkileri incelendiğinde, pazarın daralmaya başlamasıyla beraber teşebbüslerin yoğun bir rekabet içerisine girdikleri, ÖTV ve KDV indirimlerinden bu rekabetin olumlu yönde etkilendiği ve yapılan incelemelerde Kanun'un 4. maddesinin ihlal dildiğine ilişkin bir bulguya ulaşılamadığı tespit edilmiştir.
- (446) Yukarıda verilen özetlerde, sektörün yapısı ve pazardaki teşebbüslerin konumu göz önüne alınarak pazarın koordinasyon riskine elverişli olduğu, üretim süreçlerinin benzer olmasının üretim maliyetlerinde benzerliğe ve dolayısıyla taraflar arasında koordinasyona yol açabileceği değerlendirmelerine yer verilmiştir. Bunun yanında, 2011 yılında soruşturma tarafı otomotiv firmaları arasında stratejik bilgilerin paylaşımını içeren görüşmeler ihlal kapsamında değerlendirmiştir. Her ne kadar sektörün koordinasyon riskine elverişliliği çeşitli kararlarda gündeme geldiği görülse de 2011 yılından bu yana sektörde bir rekabet ihlalinin tespit edilmediği anlaşılmaktadır.

G.5.3.4.4. Şeffaflık

- (447) Yatay Kılavuz'un 46. paragrafına göre, kritik verilerin kamuya açık olması, teşebbüs birlikleri aracılığıyla bilgilerin değiş tokuş edilmesi veya çapraz hissedarlıklar ya da ortak girişimler yoluyla bilgi paylaşımları koordinasyona varılmasında yardımcı olan etkenlerdir. İlgili pazarın koşulları ne kadar karmaşıksa, koordinasyonun koşullarına ilişkin ortak bir anlayışa varmak için gerekli şeffaflık ve iletişim ihtiyacı da o derece artmaktadır. Bu kapsamda, incelenen sektör dikkate alınarak aşağıda öncelikle fiyat güncelleme tarihleri, kamuya açıklanan liste fiyatları ve sektör oyuncularının fiili fiyatlarının yayınladıkları liste fiyatlarından ne ölçüde farklılaştığının anlaşılabilmesi adına indirim uygulamaları ele alınacak olup ardından teşebbüs birliği niteliğinde olan ODD ve OSD tarafından paylaşılan bilgilere yer verilecektir.

Rakiplerin İnternet Sitelerinde Yayınlanan Perakende Satış Fiyatı Bilgileri

- (448) Dosya kapsamına ulaşılan tespitlerde teşebbüslerin her bir ürünün fiyatı, kampanyaları, satış miktarları gibi bilgilerin genellikle kamuya açık mecralarda yayımlanıyor olmasından bahisle hafif ticari araçlar pazarının şeffaf bir pazar olduğu öngörülmüştür. Teşebbüslerin internet sitesi incelendiğinde de genel olarak her bir model için donanım, şanzıman tipi, yakıt tipi bakımından ayrı ayrı olmak üzere tavsiye edilen liste fiyatı ile tavsiye edilen kampanyalı fiyatın yayımlandığı görülmektedir. Sözü edilen durum pazarın şeffaflığını artıran bir unsur olarak değerlendirilmektedir.
- (449) Öte yandan, bildirim sahipleri tarafından bir araç için verilen genel teklife, finansman ile ilave ekipman/aksesuar gibi kalemler de dahil olduğu, bunun yanında OEM'lerin aracı spor paketi, elit paket, konfor paketi gibi farklı aksesuar hatta farklı parçalar içeren seçenekler ile birlikte sunduğu ve satış sürecinde araçların kişiselleştirilmesi

gibi bir alternatifin dahi OEM'ler tarafından sunulabildiği belirtilmiş ve dolayısıyla böyle bir durumda kamuya ilan edilen tavsiye edilen satış fiyatının yalnızca spesifik model üzerinde herhangi bir modifikasyon/kişiselleştirme olmaksızın müşterinin belirli bir araç için hangi aralıkta bir fiyat ödediğine dair bir öngörü sağlayabileceği ifade edilmiştir.

- (450) Bununla birlikte, pratikte çoğunlukla nihai fiyatın "temel" model için tavsiye edilen yeniden satış fiyatından farklı bir aralıkta olduğu ve müşterinin tercih etmesi durumunda OEM'ler tarafından sunulan finansman hizmetleri çerçevesinde de nihai fiyatın şekillendiği; sonuç olarak, otomotiv sektöründe tavsiye edilen satış fiyatının, nihai satış fiyatını yansıtmadığı belirtilmiştir. Bu durumun özellikle daha çok ticari aktörlere (B2B - işletmeler arası) yapılan ve filo satışlarına uygulanan indirimlerin gündeme geldiği hafif ticari araç satışları bakımından önem teşkil ettiği ve 2019 yılında hafif ticari araç satışlarının %(.....)'ünün filo kanalına yapıldığı; 2018 ve 2019 yıllarında PSA'nın hafif ticari araç satışı içerisinde filo satışlarının yaklaşık %(.....) olduğu iletilmiştir.
- (451) Bu kapsamda, bildirim sahiplerince de dile getirildiği üzere, tavsiye edilen satış fiyatının ile fiili fiyatlar bayilere veya satış hacmine bağlı uygulanan indirimlere göre değiştiği kabul edilebilecekse de bu indirimler nedeniyle fiili fiyatların liste fiyatından ne ölçüde farklılaştığının da incelenmesi gerekmekte olup bu konu aşağıdaki "İndirim Uygulamaları" adlı başlık altında ele alınacaktır.

İndirim Uygulamaları

- (452) Pazarın şeffaflığı açısından, tedarikçiler tarafından tavsiye edilen yeniden satış fiyatları kamuya ilan ediyor olsa da nihai satın alım fiyatının kamuya ilan edilen bu fiyattan önemli ölçüde farklılaşıp farklılaşmadığını da ele almak gerekmektedir.
- (453) Sektör oyuncuları tarafından, hafif ticari araçlar ve binek otomobiller açısından yapılan indirimlere ilişkin açıklamalarına bakıldığında,
- MAIS tarafından, hafif ticari araçlara yönelik olarak tanımlanan filo indirimlerinin yıl bazında binek araçlara yönelik olarak tanımlanan filo indirimlerinden fazla olabildiği, nitekim hafif ticari araç pazarının genel olarak şahıslardan ziyade firmalara yapılan satışları içerdiği, kurumlar arasındaki iş ilişkilerinde, çoklu adetli-sürekli satın alımların sıklıkla olduğu ve alınan indirimlerin bu satın alımlarda önemli rol oynadığı,
 - FORD tarafından, satışların Türkiye pazarında bayilere yapıldığı, bayilerin, nihai müşterilere diledikleri fiyat ile serbestçe satış yapma özgürlüğüne sahip olduğu, bununla birlikte bayi alış liste fiyatı ile nihai bayi satış fiyatlarının genel olarak farklılaşmadığı ancak filo satışları gibi istisnai hallerde genel olarak filo müşterisine yansıtılacak olan FORD OTOSAN katkısı, bayi alış fiyatından düşülerek faturalama yapıldığı, filo satışlarındaki katkı paylarının binek/ticari olarak farklılaşmasından ziyade müşteri bazında değişiklik gösterdiği, bununla birlikte, ithal araç segmentinde kar marjının nispeten daha düşük olması, sağlanan katkı paylarının da göreceli düşük olmasına neden olduğu,
 - ÇELİK tarafından, tüm araç satışlarının yetkili bayilere aynı koşullarda yapıldığı, bayilerin kendi kar marjlarının nihai fiyatlara ne kadarının yansıtılacağına kendileri karar verdiği, ihtiyaç halinde dönemsel olarak koşulları sağlayan nihai müşteri alımları için kurgulanan ek kampanyalarda da yine her bayi için aynı koşullar sunulduğu, binek ve ticari araçlar açısından nihai fiyatlar ile liste fiyatlarının farklılaşmasının birbirlerine benzer oranlarda olduğu,

- HYUNDAI tarafından, en çok satış yapılan müşteri grubunun bayiler oluşturduğu, bayilere yapılan satışlarda, bayi satış fiyatı listesi dikkate alınmakta olup, bayiler özelinde liste fiyatlarında farklılaşmaya gidilmediği, söz konusu husus gerek hafif ticari gerekse binek araçlar açısından geçerli olduğu, bununla birlikte, bayiler tarafından satış yapılan müşterilerin filo müşterileri gibi özel müşteri grupları olması durumunda destekler sunulabildiği, bu desteklerin bayi alış fiyatı üzerinden yapılan indirimler yoluyla uygulanabildiği gibi, bayi stokunda bulunan araçlara yönelik geri faturalama yoluyla da yapılabildiği, filo satışlarında uygulanan desteklerin aracın ticari veya binek araç segmentinde olup olmadığından bağımsız olarak ilgili dönemdeki model özelindeki stratejiye göre belirlendiği,
- MERCEDES tarafından, hafif ticari ve binek araçlara ilişkin müşterilere sunulan nihai satış fiyatlarının kontrolleri dışında olduğu, indirim oranlarının satın alınan adet ile orantılı olarak değişebildiği, bilgisi sunulan müşteriler açısından hafif ticari araçlar için indirim oranlarının tavsiye edilen vergisiz liste fiyatı üzerinden %(...) ile %(...) arasında değiştiği; binek araçlar için bu oranın %(...) ile %(...) arasında değiştiği,
- NISSAN tarafından, bayilere perakende bir şekilde satılan araçların liste fiyatları aynı olmakla birlikte, aylık kampanya tutarları piyasa koşullarına göre farklılık gösterebildiği, binek ve hafif ticari araçların nihai fiyatlarının maksimum %(...) indirim oranıyla liste fiyatlarından farklılaşabildiği, filo satış indirimlerinin ise, binek ve ticari araçlar için benzer olup, ortalama %(...) oranında olduğu,
- TOFAŞ tarafından, bayilere sunulan indirimlerin genellikle (i) her yıl önceden belirlenen sözleşmesel indirimler ve (ii) model, ay, versiyon ve benzer faktörlere göre değişiklik gösterebilen spesifik indirimler olan kampanya indirimleri olmak üzere iki türde olduğu ve bir araç bakımından bayiye uygulanan toplam indirimin %(...) ile %(...) arasında değişebildiği, bununla birlikte, bayilerin özellikle büyük siparişler veren ya da ihaleler organize eden müşterilerine daha rekabetçi fiyatlar sunabilmek için bazı durumlarda ilave indirimler alabildiği,
- DOĞUŞ tarafından markalara göre tavsiye edilen temel kâr marjı ve iskonto oranlarının aracın model, motor, donanım seçeneklerine göre değişiklik gösterdiği, ilave olarak markalara göre değişen ödül prosedürü uygulandığı, filo satışlarının yetkili satıcılar tarafından yapılmakta olduğu ve filo satışlarında hacme bağlı olarak tavsiye edilen kâr marjının değişebildiği

belirtilmektedir. Yukarıda verilen özetlerden, distribütörlerin çoğunlukla veya sadece bayilere satış yaptığı görülmekte olup ayrıca genel uygulamada bayilere uygulanan satış fiyatları ve indirimlerin aynı olduğu; ancak çoğunlukla filo müşterilerinin talep ettikleri araç adedi de dikkate alınarak ilave indirimlerin söz konusu olabildiği; indirimlerin belirlenmesinde hafif ticari veya binek araç ayrımının önemli bir kriter olmadığı anlaşılmaktadır.

(454) Yukarıda verilen bilgi ve açıklamalar çerçevesinde, kamuya açık mecralarda her bir model için donanım, şanzıman tipi, yakıt tipi bakımından ayrı ayrı olmak üzere tavsiye edilen liste fiyatı ile tavsiye edilen kampanyalı fiyatın yayımlanmasının sektörün şeffaflaşmasında rol oynadığı değerlendirilmektedir. %(...) seviyelerinin üzerine çıkabilecek indirim oranlarının çoğunlukla ve yalnızca filo müşterilerine verildiği ve filo müşterilerinin taraflarca sağlanan bilgilere göre satışların %25-30'unu oluşturduğu anlaşılmaktadır. ODD verilerinden de 2020 yılının ilk dokuz ayında FCA'nın %(...) ve

PSA'nın %(.....) oranındaki satışlarının filo satışlarından oluştuğu; sektör için bu oranların ilgili dönemdeki aylara göre %30-%40 arasında değiştiği görülmektedir. Geri kalan %60-70'lik kısmı bakımından indirim oranlarının önemli seviyelerde olduğunun iddia edilemeyeceği, bu açıdan kamuya açık mecralarda yayınlanan fiyatların bir gösterge niteliği taşıyarak şeffaflığı artırıcı bir rol oynadığı yorumu yapılabilecektir. İlave olarak, ODD raporu incelendiğinde, her ne kadar filo müşterilerinin adları açık bir şekilde yazmasa da, aylık olarak teşebbüslerin yaptıkları filo satış adetleri, modellere göre filo satış adetleri ve teşebbüslerin yaptıkları filo satış adetlerinin filo, araç kiralama, hükümet, leasing, özel satışlar şeklinde ayrıştırılarak verildiği görülmekte olup sözü edilen durumun da şeffaflığı artıran bir diğer unsur olduğu değerlendirilmektedir.

Rakiplerin Kapasite ve Kapasite Kullanım Oranlarına İlişkin Elde Edilen Bilgiler

(455) Bölümün "Kapasite" başlıklı bölümünde de değinildiği üzere, Birinci Yazılı Görüş'te kullanılan rakiplere dair toplam kapasite ve kapasite kullanım oranlarına "Harbour" veri tabanı kullanılarak erişilmiştir. Harbour veri tabanı ana OEM'lerin üretim tesislerinin üretim kapasiteleri hakkında bilgi sağlamaktadır. Veri tabanı her bir tesis ve ürün grubu özelinde ve her yıl bilhassa şu konularda bilgi vermektedir:

- Tesisin konumu (tesisin ismi),
- Tesiste üretilen araç modelleri,
- Normalize kapasite (düzenli vardiyalarda ve çalışma günlerinde bir üretim bandından beklenen üretimi ifade eder),
- Normalize kullanım (Harbour oranı), bu ise yıllık üretim ve normalize kapasite arasındaki orandan ibarettir.

(456) Artık Oliver Wyman/Marsh McLennan Companies'in bir parçası olan Harbour Consulting tarafından oluşturulan Harbour veri tabanı, otomotiv sektöründe kapasite kullanım oranları ve tesis seviyesinde üretim kapasiteleri hakkında sektör çapında istatistiki referans sağlamaktadır. Bu veri tabanı sektördeki tüm büyük OEM'ler tarafından kullanılmaktadır. Harbour verileri, farklı coğrafyalarda bulunan, farklı tipte araçlar imal eden çok sayıda araç üretim tesisi hakkında kapasite ve kapasite kullanım bilgileri sunmaktadır.

(457) Ayrıca internet sitesi üzerinden erişilebilen OSD raporlarından da Türkiye'de yerli üretimi bulunan teşebbüslerin üretim kapasitesi ve bu teşebbüslerce gerçekleştirilen üretim adetleri, istihdam ettikleri personel sayısı hakkında bilgilere yıllık ve aylık olarak erişilebilmektedir. OSD raporları en son 2019 yılında yayımlanmış olmasıyla mevcut durumda en son 2018 yılına ilişkin verileri içeren Harbour raporlarına kıyasla daha güncel bilgiler sağlamaktadır.

(458) Sonuç olarak, sektördeki teşebbüslerin rakiplerinin kapasite ve kapasite kullanım oranlarına tesisleri ve ürün grupları özelinde erişebiliyor olması da sektördeki şeffaflığı artıran ek bir unsur olmaktadır.

ODD ve OSD Tarafından Yayınlanan Bilgiler

(459) ODD, 1987 yılında yurt içinde ve/veya dışında; bir ana üretici firma tarafından imal edilen veya ettirilen otomobil ve bununla birlikte otobüs, minibüs, arazi binek aracı, kamyon, kamyonet ve motosiklet gibi nakil vasıtalarının Türkiye'deki genel

distribütörleri tarafından kurulmuştur.⁸² 2019 yılı itibarıyla ODD'nin 47 adet uluslararası markayı temsil eden 29 üyesi bulunmaktadır. ODD aracılığıyla paylaşılan bilgiler zaman zaman Kurulun kararlarında incelenmiş olup aşağıda öncelikle bu kararlarda ODD aracılığıyla paylaşılan bilgilere ilişkin ulaşılan tespitler yer verilmektedir.

- (460) Kurulun 15.04.2004 tarihli ve 04-26/287-65 sayılı kararıyla ODD tarafından kurulan ve Türkiye motorlu taşıt piyasasına ilişkin istatistiki bilgilerin yer aldığı internet sitesinin, hem pazarın ve ürünün nitelikleri gereği hem de sitede yer verilen bilgilerin niteliği gereği rakipler arasında rekabeti koordine edici davranışların ortaya çıkmasına yol açmayacağı gerekçesiyle menfi tespit verilmesine karar verilmiştir. Söz konusu Kurul kararında, motorlu taşıt piyasasının tüm dünyada sınırlı sayıda oyuncunun bulunduğu oligopolistik yapıdaki bir piyasa özelliği sergilemediği, motorlu taşıt ürününün niteliği açısından bakıldığında ise ürünlerin homojen ürünler olmaktan uzak olduğu, piyasadaki rekabetin ise tamamıyla fiyat rekabetine dayanmadığı ifade edilmiştir. Bununla birlikte fiyatın yanında kalite, etkin bir pazarlama, değişen talebe hızlı yanıt verme, yeni model geliştirme yeteneği, ürün çeşitliliği, servis ağının yaygınlığı gibi etkenlerin piyasadaki rekabet açısından büyük önem taşıdığı değerlendirilmiştir.
- (461) Kurulun 14.07.2011 tarihli ve 11-43/916-285 sayılı kararıyla ODD'nin internet sitesinde yayınlanan muhtelif zamanlarda markaların şebekelerindeki personel sayısı, yetkili satıcı ve servis adetlerine ilişkin bilgi paylaşımına 4054 sayılı Kanun'un 8. maddesi uyarınca menfi tespit belgesi verilmesine, öte yandan ODD internet sitesinde paylaşılan,
- Toplam binek ve ticari araç satışlarının illere göre dağılımını gösterir üçer aylık veriler,
 - Üçer aylık dönemlerde yayımlanmak üzere markaların yeni modellerine ilişkin kesin olmayan takvim çalışmaları (lansman),
 - Binek ve hafif ticari araçların filo satışlarında markaların devlet, kiralama şirketleri, taksiler, leasing ve özel satış olarak sınıflandırılan alıcı gruplarına yönelik satışlardaki payı

bakımından bilgi paylaşımına ilişkin olarak 4054 sayılı Kanun'un 8. maddesi kapsamında menfi tespit belgesi verilemeyeceğine, ancak;

- İl bazındaki verilerin marka, model ve alt kırılım ayrıştırması içermemesi,
- Lansmana ilişkin paylaşımların; uygulanacak tavsiye veya nihai satış fiyatları, satış stratejisi, hedef, arz miktarı gibi koordinasyon doğurucu etkisi bulunan bilgileri içermemesi,
- Filo satış rakamlarının alıcı grupları bakımından ayrıştırılmasında alıcıların unvanlarına ilişkin bilgilerin yer almaması

koşuluyla söz konusu bilgilerin paylaşımına 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi uyarınca bireysel muafiyet tanınabileceğine karar verilmiştir.

- (462) Kurulun ODD ile ilgili bir başka kararı ise, ODD ve Otomotiv Sanayii Derneği (OSD) üyesi teşebbüslerin dernek çatısı altında çeşitli toplantılarda bir araya gelerek geleceğe ilişkin fiyat, üretim, satış gibi bilgi ve tahminlerini paylaşmalarının 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında incelenmesine ilişkindir. İnceleme sonucunda Kurul

⁸²<http://www.odd.org.tr/folders/2837/categorial1docs/67/DERNEK%20ANA%20T%C3%9CZ%C3%9CK%202020.pdf> (Erişim Tarihi: 20.11.2020)

tarafından alınan 09.09.2009 tarih ve 09-41/998-225 sayılı kararda teşebbüslerin mevcut pazar payları ve mevcut fiyatlara ilişkin bilgiler ile genel pazar tahminlerini paylaşımlarının rekabeti engelleyici, bozucu veya kısıtlayıcı amaç ya da etkisinin bulunmadığı değerlendirilmiştir.

(463) Kurulun yukarıda verilen kararlarından pazarın özelliklerinin ve paylaşılan bilgilerin niteliğini dikkate alarak ODD üzerinden yapılan bilgi paylaşımlarını incelediği görülmektedir. Kurulun 14.07.2011 tarihli ve 11-43/916-285 sayılı kararında il bazında ayrıştırılmış veriler, lansman bilgileri ve markaların filo satış rakamlarının paylaşılması hususlarında, sözü edilen verilerin kapsamının geniş tespit edilmesi halinde koordinasyon riskinin ortaya çıkabileceği dikkate alınarak; sözü edilen bilgilerde bireysel muafiyet verilebilmesi için hangi bilgilerin paylaşılacağına ilişkin kısıtlar getirdiği görülmektedir.

(464) Hâlihazırda ODD'nin internet sitesinde paylaşılan bilgilerin başında motorlu taşıtlar ile ilgili çeşitli raporlar gelmektedir. Bu raporlar arasında:

- Aylık olarak yayınlanan otomobil ve hafif ticari araç pazar değerlendirme raporu,
- Distribütörlerden alınan veriler ile oluşturulan ve aylık olarak yayınlanan 42 markaya⁸³ ait yerli/ithal, binek/hafif ticari araçların perakende satış adetleri,
- Aylık olarak yayınlanan Türkiye otomotiv pazarının makroekonomik değerlendirme raporu,
- Avrupa otomotiv pazarına ilişkin aylık olarak yayınlanan değerlendirme raporu,
- Kamuya açık yabancı kaynaklardan elde edilen bilgilere göre her yıl için 4 çeyrek olarak yayınlanan dünya otomotiv verileri,
- 2020 yılının Ocak ayından itibaren her ay yayınlanan ve sahibinden.com tarafından oluşturulan söz konusu ay içerisinde en çok ilan verilen araçlar ve markalara ilişkin rapor,
- Distribütörlerden elde edilen bilgiler ile hazırlanan 2020-2021 yılında lansmanı yapılacak araçlara ilişkin takvim

yer almaktadır.

(465) ODD tarafından Türkiye'de gerçekleşen binek ve hafif ticari araçlara ilişkin toplam (yerli ve ithal) satış miktarlarını ve pazar paylarını içerecek şekilde ülkedeki bölgeler/iller bazında ayrıntılı istatistiki bilgilerin paylaşıldığı görülmektedir. Ayrıca, ODD'nin internet sitesinden, yerli/ithal, binek/hafif ticari araçların perakende satış adetlerine ilişkin verilerin 2004-2009 döneminde yıllık olarak, 2010-2020 döneminde ise aylık olarak paylaşıldığı anlaşılmaktadır. Bu bakımdan, söz konusu bilgiler daha önce yıllık olarak yayımlanmaktayken aylığa dönmesiyle birlikte bilgi paylaşımının sıklığının arttığı ve paylaşılan en son bilgilerin bir önceki aya ilişkin olacak şekilde aylık olarak yayınlandığı dikkate alındığında bu bilgilerin güncel nitelikte olduğu değerlendirilmektedir. Nitekim aşağıda verilen ve ODD aracılığıyla sektör oyuncularıyla paylaşılan bilgiler de bu yöndeki ulaşılan sonucu desteklemektedir.

⁸³ Alfa Romeo, Aston Martin, Audi, Bentley, BMW, Citroen, Dacia, Ds, Ferrari, Fiat, Ford, Honda, Hyundai, Infiniti, Isuzu, Iveco, Jaguar, Jeep, Karsan, Kia, Lamborghini, Land Rover, Lexus, Maserati, Mazda, Mercedes-Benz, Mini, Mitsubishi, Nissan, Opel, Peugeot, Porscche, Renault, Seat, Skoda, Smart, Ssangyong, Subaru, Suzuki, Toyota, Volkswagen, Volvo.

- (466) ODD'nin internet sitesinde sağ üst köşede yer alan 'Magma Data' ikonuna tıklanıldığında <https://veritabani.odd.org.tr/login.aspx> internet adresine yönlendirme yapılmaktadır. ÇELİK tarafından verilen bilgilere göre, bahsi geçen internet sitesine ODD tarafından üye distribütörlere verilen kullanıcı adı ve şifre ile giriş yapılmaktadır.
- (467) Bu çerçevede ODD veri tabanında paylaşılan raporlar ODD'den talep edilmiş, cevaben gönderilen 03.11.2020 tarihli binek ve hafif ticari araçlara ilişkin ODD ham datalarında aşağıdaki bilgilerin paylaşıldığı görülmüştür.
- (468) ODD'nin veri tabanında yer alan, binek ve hafif ticari araçlara ilişkin bilgiler⁸⁴:
- Marka,
 - Model,
 - Donanım,
 - Gövde tipi (Hatchback, Sedan, Station wagon SUV, Coupe, Cabrio, MPV vb.),
 - Motor tipi (Benzin, Dizel, Elektrik, Hybrid),
 - Motor hacmi,
 - Şanzıman tipi (Tam otomatik, Manuel vb.),
 - Aracın piyasaya çıkış tarihi,
 - Model yılı,
 - Bir önceki ay ve geçmiş aylardaki satış adetleri,
 - Tavsiye edilen satış fiyatı (03.11.2020 tarihinde yayınlanan veri raporunda Ekim ayında tavsiye edilen satış fiyatları bulunmaktadır.),
 - Kampanya bilgisi,
 - Tavsiye edilen kampanyalı fiyat (03.11.2020 tarihinde yayınlanan veri raporunda Ekim ayında tavsiye edilen kampanyalı fiyatlar bulunmaktadır.),
 - Ağırlık,
 - Müzik sistemi özellikleri (Hoparlör adedi, CD çalar, Radyo, Bluetooth, Navigasyon, USB girişi, AUX girişi, Akıllı telefon entegrasyonu vb.),
 - Araç ekranı özellikleri (Dokunmatik, Renkli vb.),
 - Gövde özellikleri (Tavan, Kapılar, Spoiler vb.),
 - Fren özellikleri (Yokuş kakış desteği, İniş desteği vb.),
 - Koltuk özellikleri (Adet, Isıtma, Döşeme),
 - Klima özellikleri,
 - Direksiyon özellikleri,
 - Bagaj özellikleri (Uzaktan kumandalı, elektrikli bagaj kapama vb.),
 - Park sistemi (Park sensörü, Geri görüş kamerası, Park yardım sistemi vb.),
 - Far özellikleri,
 - Lastik ve jant özellikleri,
 - Hava yastığı özellikleri,

⁸⁴ Söz konusu veri tabanında bulunan başlıklar toplulaştırılmış ve kısaltılmıştır.

- Hız sabitleme sistemleri ile ilgili özellikler,
- Güvenli ve sürücü destek sistemleri ile ilgili özellikler.

- (469) ODD veri tabanında üye distribütörlerle paylaşılan raporlarda binek ve hafif ticari araçların tüm özelliklerini içeren ayrıntılı bilgiler içerdiği ve bu raporların aylık bir şekilde yayımlandığı görülmektedir. Bunun yanında, ÇELİK tarafından gönderilen veri tabanından ODD verilerinden yola çıkılarak pazar payı hesabının yapıldığı görülmektedir. Dolayısıyla ODD veri setleri teşebbüslere rakiplerinin pazardaki konumları hakkında bilgi sağlayabilecek ölçüde bir açıklık sağladığı değerlendirilmektedir.
- (470) OSD veri tabanında ise daha önce yukarıda bahsi geçtiği üzere, Türkiye'deki üretim adetleri ve üretim kapasitesi, teşebbüslerin üretimden aldıkları pay, araç türlerine göre üretim kapasitesi ve kapasite kullanım miktarları ve oranları, teşebbüslerin ihracat ve ithalat satış adetleri hakkında bilgilere erişilebilmektedir. Paylaşılan bu bilgilerin bir kısmı aylık bir kısmı ise yıllık olarak sağlanmaktadır.
- (471) ODD ve OSD tarafından paylaşılan bilgilerin her ne kadar geçmiş verilere dayandığı anlaşılrsa da paylaşılan bilgilerin içerikleri ve kapsamı, paylaşımına konu olma sıklığı ve güncelliği dikkate alındığında ODD ve OSD aracılığıyla gerçekleşen bilgi paylaşımlarının pazarın daha da şeffaf hale gelmesine ve böylelikle, piyasada ortak bir anlayışın oluşmasına yol açabileceği değerlendirilmektedir.

G.5.3.4.5. Koordinasyon Koşullarına İlişkin Ortak Bir Anlaşmaya Varılması ve Koordinasyonun Sürdürülebilirliği

- (472) Bazı pazarların yapısı, o pazarlarda faaliyet gösteren teşebbüslerin sürdürülebilir bir temelde, yüksek düzeydeki fiyatlar üzerinden satış yapmalarını amaçlayan bir davranış kalıbı benimsemelerini olası, iktisadi açıdan rasyonel ve dolayısıyla tercih edilebilir kılabilmekte ve bu tip pazarlarda gerçekleşen birleşme işlemleri, teşebbüslerin, pazara ilişkin davranışlarını koordine etme eğilimlerinin güçlenmesine ya da işlem öncesinde davranışlarını zaten koordinasyon içerisinde sürdüren teşebbüsler için mevcut koordinasyonun daha güçlü hale gelmesine olanak tanıyabilecektir. Bu kapsamda, bölümün önceki başlıkları altında teşebbüsler arasındaki ilişki, pazarın yapısı ve özellikleri, geçmiş davranışlar ve pazardaki şeffaflık unsuru işlemin koordinasyon doğurucu bir sonuca yol açıp açmayacağı noktasında ayrıntılı bir şekilde değerlendirilmiştir. Bu başlık altında ise yukarıda ulaşılan sonuçlar bütüncül bir yaklaşım çerçevesinde dosya kapsamında tanımlanan ve işlem sonrasında rekabetçi endişelerin hissedilebileceği düşünülen brüt ağırlığı 0-3,5 ton arasında olan hafif ticari araçların üretimi ve satışı pazarında koordinasyonun kurulması ve sürdürülebilirliği açısından Yatay Kılavuz'da sayılan üç koşulun karşılanıp karşılanmadığı ele alınacaktır.
- (473) Pazara ilişkin yukarıda yer verilen başlıklar bir arada değerlendirildiğinde koordinasyon koşullarına ilişkin ortak bir anlaşmaya varılması için elverişli pazar koşullarının ortaya çıkabileceği değerlendirilmektedir. İşlemle birlikte brüt ağırlığı 0-3,5 ton arasında olan hafif ticari araçların üretimi ve satışı pazarında işlem öncesi aralarında ortak bir üçüncü taraf hissedar ve birbirine bağlı yönetim vasıtasıyla yapısal bağ bulunan teşebbüslerden birinin pazar payı artacak, pazardaki teşebbüs sayısı azalacaktır. Pazarda hâlihazırda önemli düzeyde şeffaflık bulunduğu dikkate alındığında mevcut yapısal bağ söz konusu iki teşebbüs arasında stratejik ticari bilgilerin paylaşımı riskini doğurarak şeffaflığı arttırabilecektir. Ayrıca işlemle birlikte aralarında yapısal bağ bulunan teşebbüslerin pazardaki payları ve üretim kapasitesi bakımından aralarındaki simetri artacak olup pick-up hariç brüt ağırlığı 0-3,5 ton

arasında olan hafif ticari araçların yerli üretiminin sadece FCA ve FORD OTOSAN tarafında yapılıyor olması da dikkate alındığında özellikle ürünlerin arzı ya da pazar paylaşımı gibi yollarla taraflar arasında ortak bir anlayışa varma güdüsü artabilecektir. Böylece işleme birlikte ortaya çıkacak daha yoğunlaşmış pazar yapısında koordineli davranışlara ilişkin uzlaşmaya varılmasını kolaylaşacağı söylenebilecektir.

(474) Yatay Kılavuz'a göre koordinasyonun sürdürülebilir olması;

- Koordinasyona dâhil olan teşebbüslerin, koordinasyon koşullarına uyulup uyulmadığını yeterli düzeyde izleyebilmeleri,
- Koordinasyondan sapmaların tespit edilmesi halinde işletilecek birtakım caydırıcı mekanizmaların var olması,
- Koordinasyon kapsamında bulunmayan mevcut veya gelecekteki rakiplerin yanı sıra müşteriler gibi koordinasyon kapsamı dışındaki birimler tarafından koordinasyondan beklenen sonuçların tehlikeye sokulmaması

koşullarının sağlanması halinde mümkün olacaktır.

(475) Birinci koşul açısından ilgili pazarın, koordinasyon kapsamındaki teşebbüslerin, ortak stratejiden sapan teşebbüsleri tespit etmelerini sağlayacak ve gerekirse doğru zamanda misillemede bulunmalarına olanak tanıyacak kadar şeffaf olması gerekmektedir. Bu noktada ilk olarak belirtilmesi gereken işlem taraflarından FCA'nın pazardaki konumu itibarıyla güçlü bir rakibi olan FORD ile arasındaki yapısal bağıdır. Taraflar arasında üçüncü taraf hissedar ve birbirine bağlı yönetim olarak ortaya çıkan bu yapısal bağ başta rakiplerin birbirlerinin stratejik ticari bilgilerine erişim imkânı sağlayarak pazardaki izleme mekanizmasını güçlendiren temel unsurlardan birini oluşturabilecektir. İkinci olarak, kamuya açık mecralarda paylaşılan liste fiyatları, Harbour ve OSD raporlarında erişime açık olan kapasite ve kapasite kullanım oranları ile ODD ve OSD tarafından güncel nitelikte ve aylık bir şekilde sektöre ilişkin çok sayıda kırılımda detaylı bilgilerin paylaşılması sektörün şeffaf bir yapıyı haiz olmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bunun yanında, inceleme konusu pazarda faaliyet gösteren çok sayıda teşebbüs bulunmaması, pazardaki ürünlerin binek otomobillere kıyasla ürün farklılaştırmasının sınırlı olması, talebin değişken ve öngörülemeyen olmaması, teknolojik gelişmelerin hâlihazırda dosya kapsamında yapılan değerlendirmeleri değiştirecek şekilde pazarı etkileme imkanının kısa vadede olası görünmemesi gibi bölümün önceki kısımlarında ulaşılan sonuçlar çerçevesinde pazarın izleme mekanizmasına imkan tanıyan bir yapıya sahip olduğu değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, brüt ağırlığı 3,5 tona kadar olan hafif ticari araç pazarında koordinasyonun sürdürülebilirliği bakımından ilk koşulun sağlandığı kanaatine ulaşılmıştır.

(476) İkinci koşula göre rakipler arasındaki koordinasyonun sürdürülebilirliği, bu koordinasyondan sapan teşebbüslere karşı diğer teşebbüsler tarafından uygulanabilecek misilleme mekanizmasının inandırıcılığına bağlıdır. Yatay Kılavuz'da caydırma mekanizmalarının yürütülebilir hızının ve dolayısıyla inandırıcılığının, esasen şeffaflıkla ilişkili olduğu belirtilmiştir. İşleme birlikte daha simetrik pazar paylarına sahip olacak iki teşebbüsün aralarındaki dolaylı bağların yarattığı hassas bilgilerin paylaşımı riskinin, teşebbüs davranışlarının belirli bir gecikme olmaksızın gözlemlenmesini bu sayede caydırma mekanizmalarının daha hızlı ve inandırıcı olmasını sağlayabileceği değerlendirilmektedir. Pazarın seyrek ve büyük hacimli siparişler ile karakterize edilmemesi de sapmalardan kazançların yüksek olmamasını sağlamanın yanı sıra misillemelerin getirdiği kayıpların uzun vadede misilleme yoluyla

koordinasyonuna geri dönülmesinin getirdiği kazançtan düşük olmasına neden olarak, pazardaki oyuncuların misilleme güdüsünü ve misilleme mekanizmalarının inandırıcılığını arttıracaktır. Yukarıda açıklandığı üzere pazardaki mevcut şeffaflık her ay teşebbüslerin davranışlarını gözlemlenmelerine imkân vermektedir. Buna ek olarak Yatay Kılavuz'a göre, teşebbüslerin diğer pazarlarda ticari etkileşimlerinin söz konusu olduğu durumlarda, çeşitli misilleme yöntemlerinin uygulanması mümkün olabilmektedir. Dosya kapsamında gerek işlemin tarafları gerekse de sektördeki rakiplerinin hem binek otomobiller hem de hafif ticari araçlar pazarında ve bu pazarların alt pazarlarında birbirleriyle rekabet halinde oldukları ve dolayısıyla çoklu pazar ilişkisinin mevcut olmasının ikinci koşulun da karşılanması bakımından önemli olduğu değerlendirilmektedir.

- (477) Üçüncü koşul açısından koordinasyonun başarılı olabilmesi, koordinasyon dışında kalan teşebbüslerin ve müşterilerin tepkilerinin koordinasyondan beklenen sonuçları tehlikeye sokamamasına bağlıdır. Aralarında yapısal bağ bulunan teşebbüslerden birinin incelemeye konu işlemlerle birlikte pazardaki payının artması pazarda yoğunlaşmayı arttırmasının yanı sıra, söz konusu işlem bu teşebbüsler arasındaki pazar payları bakımından da simetriyi arttırabileceği ve böylece taraflar arasındaki koordinasyona dâhil olma güdüsünü güçlendirebileceği değerlendirilmektedir.
- (478) Planlanan işlem sonrasında aralarında yapısal bağ bulunan teşebbüslerin arasında özellikle stratejik bilgilerin paylaşımı yoluyla kurulması ve sürdürülmesinin olası olduğu değerlendirilen koordinasyon karşısında, geriye kalan teşebbüslerin yıllar içerisindeki pazarda sahip oldukları pay, model sayısı ve bu modellerin tercih edilebilirliğinin düşük kalması bu teşebbüslerin koordinasyon bozucu rol oynama imkânlarının sınırlı olabileceğine işaret etmektedir. Tedarik süreleri bakımından da rakiplerin olası bir koordinasyonu bozucu nitelikte kısa sürede tedarik imkanlarının mevcut olduğunu destekleyici bir bulgunun mevcut olmadığı ve inceleme konusu ilgili pazarda dengeleyici bir alıcı gücünden söz edilemediği de dikkate alındığında üçüncü koşulun açıklanan sebeplerle karşılandığı değerlendirilmektedir.
- (479) Yukarıda ulaşılan sonuçlar çerçevesinde, bildirim konusu işlemlerle birlikte ilgili pazarda koordinasyonun sürdürülebilir olması için aranan üç koşulun mevcut olduğu kanaatine ulaşılmıştır. Sonuç olarak, bildirim konusu işlemin brüt ağırlığı 3,5 tona kadar olan hafif ticari araçların üretimi ve satışı pazarında koordinasyon doğurucu etkiler vasıtasıyla etkin rekabeti sınırlandırabileceği değerlendirilmektedir.

G.5.4. Birinci Yazılı Görüşün Değerlendirilmesi

- (480) Dosya konusu işleme ilişkin olarak PSA ve FCA tarafında gönderilen 02.09.2020 tarihli görüş yazısında yer alan hususlara aşağıda yer verilmektedir.

G.5.4.1. Hafif Ticari Araçlar Pazarına İlişkin Açıklamalar

İlgili Pazarın Hafif Ticari Araçların Üretimi ve Satışı Pazarının Alt Segmentlerine Göre Tanımlanmaması ve Pick-up Araçların Hafif Ticari Araçlar Kapsamında Değerlendirilmesi Gerektiği Görüşü

- (481) Görüş yazısında ilk olarak ilgili pazar tanımına ilişkin olarak hafif ticari araçlar açısından segmentasyona gidilmesinin uygun olmayacağı belirtilerek ilgili pazarın brüt ağırlığı 6 tonun altında olan tüm hafif ticari araçları kapsaması gerektiği dile getirilmiştir. Aksi halde bu durumun Kurulun geçmiş içtihadıyla da çelişeceği öne sürülmüştür. İlave olarak, pick-up kamyonetlerin müşteri grupları ve rakipler tarafından hafif ticari araçlar kategorisinin bir parçası olduğunun düşünüldüğü, keza toplam yüklenme alanı hafif ticari araçların ana teknik parametrelerinden biri olduğu ve

pick-up kamyonetlerin küçük hafif ticari araçlarla (3,5 tonun altındaki kategori) karşılaştırılabilir bir yükleme alanı sunabildikleri, bu çerçevede, pick-up kamyonetlerin belirli hafif ticari araçlara benzer veya daha fazla yükleme hacmine sahip olduğu, bu nedenle pick-up kamyonetlerin hafif ticari araçlara benzer şekilde ticari müşterilerin mal yükleme/taşıma ihtiyaçlarını karşılayabileceği ifade edilmiştir. Buna ilaveten, pick-up araçların ODD ve OSD raporlarında hafif ticari araçlar altında verilmesi ve vergilendirmesinin hafif ticari araçlarla aynı olması da dikkate alınarak ilgili pazarın tanımlanmasında pick-up araçların hafif ticari araçlara dahil edilmesi gerektiği ifade edilmiştir.

- (482) Dosya kapsamında işlem taraflarının faaliyetleri, geçmiş Komisyon kararları ve sektör oyuncularının görüşleri göz önüne alınarak, hafif ticari araçlar pazarına ilişkin yapılan değerlendirmeler neticesinde ilgili ürün pazarının “0 ile 3,5 ton arası hafif ticari araçlar” ve “3,5 ile 6 ton arası hafif ticari araçlar” olarak tanımlanması gerektiği kanaatine ulaşılmıştır. Pick-up araçlara ilişkin, işlemin etkileri brüt ağırlığı 0-3.5 tona kadar olan hafif ticari araçlar pazarına pick-up araçlar dahil edilmeden de incelenmiş olmakla birlikte pick-up araçların taşıdığı özellikler kapsamında brüt ağırlığı 3,5 tona kadar olan hafif ticari araçlar pazarından ayrı bir pazar tanımına gidilmesine gerek olmadığı değerlendirilmiştir.

İşlemin Tek Taraflı Etkiler Bağlamında Hafif Ticari Araçların Üretimi ve Satışı Pazarında Etkin Rekabetin Önemli Ölçüde Azaltılması Sonucunu Doğurmayacağı Görüşü

- (483) Taraflarcageneral hafif ticari araçlardaki pazar paylarına ilişkin olarak FCA'nın satış adedinin 2018 yılında (.....), 2019 yılında (.....) adet; pazar payının ise 2018 ve 2019 yılında %(.....) olduğu; PSA'nın satış adedinin 2018 yılında (.....), 2019 yılında (.....) adet; pazar payının ise 2018 yılında %(.....), 2019 yılında %(.....) olduğu ve dolayısıyla FCA ve PSA'nın pazar payları toplamının son üç yılda %(.....) aralığında olduğu belirtilmiştir. Görüşün devamında, Ford, Volkswagen, Daimler gibi rakiplerin birleşme sonrasında birleşik teşebbüs üzerinde rekabetçi baskı oluşturmaya devam edeceği ifade edilmiş ve pazarda en çok tercih edilen modeller kapsamında FCA modellerini, Volkswagen modelleri ve Renault Kangoo'nun takip ettiği; öte yandan PSA'nın en çok satan modelleri Peugeot Rifter ve Citroen Berlingo'nun Daimler'in Sprinter modelinin gerisinde pazarda dokuzuncu ve onuncu sıralarda kaldığı, FCA ve PSA modellerinin gerek pazardaki konumları gerekse de fiyat konumlandırmaları bakımından rakip olmadıkları, bu kapsamda 2020 yılının Temmuz ayındaki fiyatlar kıyaslandığında; Fiat Fiorino Van modelinin 110.900 TL ile 139.990 TL arasında, Fiat Doblò Van modelinin 124.900 TL ile 159.900 TL arasında, Fiat Doblò hafif kamyonet modelinin 125.900 TL ile 143.900 TL arasında değiştiği ve bu üç modelin toplam satış miktarının, FCA'nın Türkiye'de 2019 yılı hafif ticari araç satışlarının %(.....)'ini oluşturduğu öne sürülmüştür. Buna karşılık Peugeot Rifter van modelinin 167.300 TL ile 195.800 TL arasında, Citroen Berlingo van modelinin 128.500 TL ile 187.000 TL arasında değiştiği, bu iki modelin toplam satış miktarının, PSA'nın Türkiye'de 2019 yılı hafif ticari araç satışlarının %(.....)'ini oluşturduğu ifade edilmiştir.
- (484) Ardından, pazarın yapısı ile ilgili olarak, Türkiye'deki hafif ticari araçlar pazarının büyüyeceği, ODD'nin Binek Otomobil ve Hafif Ticari Araçlar Pazarı Değerlendirme Raporu'nda hafif ticari araçlar pazarının 2020 yılının ilk yedi ayında 2019 yılının ilk yedi ayına göre %65,8 büyüdüğünün açıklandığı, pazarda faaliyet gösteren rakiplerin kullanabilecekleri ilave üretim kapasiteleri olduğu, Türkiye'de hafif ticari araçlar pazarında dengeleyici alıcı gücünün olduğu, otomotiv sektörünün, elektrikle çalışan araçlar, otonom sürüş ve bağlanabilirliğin etkisiyle rekabetin dinamik olduğu yıkıcı bir

dönemden geçtiği ileri sürülmüştür. Sayılan nedenlerden ötürü hafif ticari araçlar pazarının yapısının değişeceği, işlemin pazardaki etkin rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğurmayacağı ifade edilmiştir.

- (485) İşlem taraflarınca yukarıda yapılan değerlendirmeler brüt araç ağırlığı 3,5 tona kadar olan hafif ticari araçlar ve 3,5 ton ve 6 tona arasında olan hafif ticari araçlar bakımından da dile getirilmiştir. Nitekim 3,5 ton altındaki hafif ticari araçlara ilişkin olarak, 2019 yılında 3,5 ton altındaki araçların pazarın %(.....)'ını oluşturduğu, tarafların pazar payı toplamının %(.....)'in altında olduğu, pazarın çok oyunculuğu olduğu, işlem sonrasında ortaya çıkan pazar payı artışının yüksek olmadığı, FCA'nın 3,5 ton altındaki hafif ticari araçlar segmentinde yakın bir rakibi ortadan kaldırmadığı ve pazarda ürün farklılaştırmasının yüksek olduğu öne sürülmüştür. Brüt ağırlığı 3,5 ton ve 6 ton arasında olan hafif ticari araçlar segmentindeki tarafların 2019 yılındaki toplam pazar paylarının %(.....) olduğu ve son üç yılda toplam pazar paylarının %(.....) seviyesinde olduğu, 2019 yılı verilerine göre işlem sonucunda ortaya çıkacak pazar payı artışının %(.....) olacağı, işlem sonucunda söz konusu segmentte herhangi bir rekabet hukuku endişesi ortaya çıkmayacağı ifade edilmiştir.
- (486) "İşlemin Hafif Ticari Araç Pazarındaki Etkileri" başlıklı bölümdeki açıklamalardan da anlaşılacağı üzere, işlemin 0-3,5 ton ve 3,5-6 ton arası hafif ticari araçların üretimi ve satışı pazarındaki etkileri koordinasyon doğurucu etkiler bağlamında ele alınmıştır. Bu kapsamda, tarafların işlem sonrasında tek taraflı etkiler kapsamında oluşabilecek etkilere ilişkin sundukları görüşlerine ilave bir değerlendirme yapılmasına gerek olmadığı değerlendirilmektedir.

İşlemin Koordinasyon Doğurucu Etkiler Bağlamında Hafif Ticari Araçların Üretimi ve Satışı Pazarında Rekabetçi Endişelerin Oluşmayacağı Görüşü

- (487) FCA ve PSA tarafından gönderilen görüş yazısında, Koç Grubu'nun TOFAŞ (Koç Grubu ile FCA arasında bir ortak girişim) ve Ford Otosan'daki (FORD ile Koç Grubu arasında bir ortak girişim) çapraz hissedarlığı olması sebebiyle, planlanan işlemin neden olabileceği koordinasyon doğurucu etkilere ilişkin olarak yapılan açıklamalara aşağıda yer verilmiştir:
- Hafif ticari araçlar pazarının rekabetçi özellikleri ile ürünlerin farklılaştırılmış niteliğinin koordinasyon doğurucu etki oluşması riskini minimize ettiği, hem binek otomobiller hem de hafif ticari araçlar pazarlarının heterojen ürünler içerdiği, pazar oyuncularının sadece fiyat açısından değil, marka imajı, konfor, güvenlik, estetik, yakıt verimliliği, yenilikçilik gibi çok sayıda parametrenin yanı sıra etkili bir hizmet ağı gibi tamamlayıcı faktörler açısından da rekabet ettikleri, ticari kullanımlara yönelik olan hafif ticari araçlar için söz konusu parametrelerin; depolama hacmi, çekme kapasitesi vb. ek faktörlerle daha da karmaşıklaştığı, ürünlerin dış ve iç tasarımlar, motor bileşenleri gibi teknik hususlar ve her üretici tarafından çok sayıda farklı modele eklenebilecek çok çeşitli opsiyon kalemleri gibi sayısız özellik bakımından son derece çeşitli olduğu, nitekim 2019 yılında Türkiye hafif ticari araçlar pazarında piyasaya sunulan 52 model bulunduğu belirtilmiş; fazla sayıda rakibin ve değişkenlik gösteren birçok parametrenin bulunması karşısında rakiplerin ortak koordinasyon koşulları üzerinde anlaşmalarının mümkün olmadığı öne sürülmüştür.
 - Nihai İnceleme Bildirimi'nde hafif ticari araçlar bakımından pazarın şeffaf olduğuna ilişkin yapılan değerlendirmelere cevaben FCA ve PSA tarafından, tedarikçilerin tavsiye edilen yeniden satış fiyatlarını kamuya ilan ediyor olmalarına karşın, nihai satın alım fiyatının kamuya ilan edilen bu fiyattan

önemli ölçüde farklılaşabildiği, otomobil satışlarının gerçekleşebileceği pek çok farklı bayi bulunduğu, tedarikçilerin ihtiyaç olan yerlerde satışları artırmak için bayilerine tavsiye edilen satış fiyatı üzerinde ilave indirimler yapmalarına imkân tanıdıkları, otomotiv sektörü ve özellikle hafif ticari araçlar pazarındaki satın alım işlemlerinin, alıcılar ve satıcılar arasındaki müzakereler sonucunda gerçekleştirildiği, perakendecilerin satış aşamasında tavsiye edilen satış fiyatından önemli ölçüde ayrılmalarının mümkün olduğu ve filo satışları gibi B2B satışların işlem özelinde gizli olarak müzakere edilen indirimler içerdikleri, dolayısıyla koordinasyonun koşullarına aykırı davranılıp davranılmadığının sürekli olarak denetlenmesinin oldukça güç olduğu belirtilmiştir.

- Koç Grubu'nun TOFAŞ ve FORD OTOSAN'daki çapraz hissedarlığının geçmişte herhangi bir rekabet karşıtı koordinasyona neden olmadığı ve birleşme sonrasında da koordinasyon doğurucu etkilere sebebiyet vermeyeceği, TOFAŞ ve FORD OTOSAN'ın tümüyle ayrı yapılar olduğu, söz konusu iki teşebbüs arasında rekabete hassas bilgi paylaşımını engelleyen mekanizmaların hâlihazırda var olduğu, TOFAŞ ve FORD OTOSAN'ın bir ortak yönetim kurulu üyesinin bulunduğu, bu kişinin de Koç Grubu Otomotiv Grubu Başkanı olduğu, bununla birlikte söz konusu üyenin icra kurulu üyesi olmadığı ve koordinasyona dair konularda etkisinin olmadığı öne sürülmüştür.
- Nihai İnceleme Bildirimi'nde yer verilen, DutchCo ve FORD dışındaki rakiplerin ilgili şirketler üzerinde rekabetçi baskı tesis edemeyeceğine ilişkin yapılan değerlendirmeye cevaben işlem taraflarınca, Volkswagen, Renault-Nissan-Mitsubishi markalarının hafif ticari araçlar pazarında PSA'dan daha yüksek pazar payları elde ettikleri, son beş yıl içinde en çok satan modeller listesinde söz konusu rakiplerin modellerinin PSA'nın modellerinde daha üst sıralarda yer aldığı, ek olarak Daimler'in hafif ticari araçlar pazarında bilinirliğinin yüksek olduğu, Toyota'nın ise pazarda saldırgan büyüme içine gireceği, bu nedenlerle rakiplerin FCA ve PSA üzerinde rekabetçi baskısının devam edeceği ileri sürülmüştür.
- İşlem taraflarınca yukarıdaki bahsi geçen hususlar brüt araç ağırlığı 3,5 tona kadar olan hafif ticari araçlar bakımından da dile getirilmiştir. Brüt ağırlığı 3,5-6 ton arası olan hafif ticari araçlar bakımından ise tarafların işlem nedeniyle pazardaki payında kısıtlı bir artış yaşanacağı, dolayısıyla işlem sonrasında pazarın rekabetçi yapısının önemli ölçüde değişmeyeceği ve birleşik teşebbüsün pazarda güçlü rakiplerin rekabetçi baskısı altında kalacağı belirtilmiş ve otomotiv sektörünün yapısının sürdürülebilir koordinasyonu son derece güç hale getirdiğine ve Koç Grubu'nun çapraz hissedarlığının koordinasyon riskini arttırmayacağına ilişkin yukarıda verilen açıklamalar çerçevesinde bildirim konusu işlemin bu segment açısından da koordinasyon doğurucu etkiler bakımından herhangi bir endişeye sebebiyet vermeyeceği savunulmuştur.

(488) Tarafların görüşlerinde yer verilen bu hususlar, "İşlemin Hafif Ticari Araç Pazarındaki Etkileri" başlıklı bölümünde detaylı bir şekilde değerlendirilmiştir.

G.5.4.2. Binek Otomobil Pazarına İlişkin Açıklamalar

İlgili Pazarın Binek Otomobillerin Üretimi ve Satışı Pazarının Alt Segmentlerine Göre Tanımlanmaması Gerektiği Görüşü

(489) Görüş yazısında ilk olarak binek otomobillerin üretimi ve satışı pazarında Kurul içtihadından sapmayı ve pazarın alt segmentlere göre tanımlanmasını gerektirecek bir

durumun dosya kapsamında olmadığı, farklı araç kategorilerindeki sınırların, amaçlanan kullanım veya fiyat açısından her zaman net olmadığı ve bazı münferit modeller birkaç kategoride sınıflandırılabilirken, bazı kategorilerde farklı fiyat düzeyine ve işlevselliğe sahip araçların bir araya gelebildiği dikkate alındığında binek otomobillerin alt segmentlere göre ayrılmaması gerektiği ileri sürülmüştür.

- (490) “İlgili Pazar” bölümünde de açıklandığı üzere, işlemin rekabetçi etkilerinin tam olarak değerlendirilebilmesi adına binek araçlar pazarının alt segmentleri bakımından da işlemin olası etkileri incelenmiş olmakla birlikte, dosya kapsamında edinilen bilgiler ile geçmiş Kurul ve Komisyon kararları kapsamında binek araçlar pazarı bakımından alt segmentasyona dayalı bir pazar tanımı yapılmamıştır.

İşlemin Tek Tarafı Etkiler Bağlamında Binek Otomobillerin Üretimi ve Satışı Pazarında Etkin Rekabetin Önemli Ölçüde Azaltılması Sonucunu Doğurmayacağı Görüşü

- (491) Görüş yazısında, tarafların Türkiye’deki faaliyetlerinin E, F ve S segmentlerinde örtüşmediği; ayrıca 2019 yılında FCA’nın B segmentinde, PSA’nın ise A segmentinde Türkiye’de satış yapmadığı, yine de tarafların 2017 ve 2018 yıllarında kısıtlı düzeyde olsa da A ve B segmentinde faaliyetlerinin örtüştüğü dikkate alınarak bu segmentleri de içerecek şekilde E, F ve S dışındaki segmentlerde pazar verilerinin sunulduğu belirtilmiştir. FCA ve PSA tarafından planlanan işlemin olası etkilerine ilişkin yapılan açıklamalarda;

- Tarafların binek otomobiller pazarındaki payları toplamının 2017 ve 2018 yıllarında %(.....), 2019 yılında %(.....) olduğu, dolayısıyla tarafların pazardaki paylarının orta seviyelerde olduğu ve pazarda küresel ölçekte faaliyet gösteren çok sayıda güçlü rakiplerinin bulunduğu,
- Binek otomobiller pazarında otomotiv sektörünün elektrikli araçlar, otonom sürüş ve bağlanabilirliğin etkisiyle rekabetin özellikle dinamik olduğu yıkıcı bir dönem içerisinde olduğu ve bu yöndeki gelişmelerin birleşik teşebbüs üzerinde ciddi rekabetçi baskılar yaratacağı,
- A ve B segmentlerinde bildirim konusu işlemin pazar payı artışına sebebiyet vermeyeceği ve güçlü rakiplerin bulunduğu, dahası PSA’nın (.....) aldığı ve (.....) kısa süre içerisinde tamamlanacağı, FCA’nın D segmentinde 2019 yılında (.....) adet araç sattığı dikkate alındığında sözü edilen hususların bu segment için de geçerli olduğu,
- C segmentinde, tarafların işlem sonrasında ulaşacakları payın 2019 yılında ani bir yükselişle %(.....)’e ulaştığı; ancak bu durumun FCA’nın Fiat Egea model aracının hükümet tarafından 2018 yılının ikinci yarısında (i) hurda araçlar ve (ii) özel tüketim vergisi kapsamında uygulanan teşviklerden kaynaklandığı ve bu durumun geçici olduğu, her durumda diğer global OEM’lerin uygulamakta olduğu rekabetçi baskı, tarafların yakın rakip olmaması, pazarında dinamik yapısı ve gelecek yıllarda beklenen büyüme, rakip OEM’lerin kapasite kısıtı altında olmaması ve yıkıcı inovasyonlar nedeniyle %(.....) seviyesindeki bir pazar payının bir pazar gücü göstergesi olmasının mümkün olmadığı,
- FCA ve PSA’nın C segmentinde rakip olup olmadıklarına ilişkin olarak ise, PSA’nın Opel Astra sedan modelinin, FCA’nın Fiat Egea sedan ile rekabet içindeymiş gibi değerlendirilebileceği, Astra sedan modelinin fiyatlarının 151.900 TL ile 175.900 TL arasında değiştiği, Fiat Egea sedan fiyatlarının ise 109.900 TL ile 195.900 TL arasında değişkenlik gösterdiği, bununla birlikte,

Opel Astra sedan modelinin üretiminin 2020 yılının Ekim ayında durdurulacağı, ek olarak PSA'nın Opel Astra *hatchback*'in fiyat segmentasyonunun, FCA'nın Fiat Egea *hatchback*'in fiyat segmentasyonundan farklı olduğu, Opel Astra *hatchback* fiyatlarının 204.400 TL ile 324.000 TL arasında değiştiği, Fiat Egea *hatchback* fiyatlarının 127.900 TL ile 209.900 TL arasında değişiklik gösterdiği, dolayısıyla Fiat Egea *hatchback*'in Opel Astra *hatchback*'ten daha ucuz olduğu,

- J segmentinde bildirim konusu işlem sonucunda pazar payı artışının yalnızca %(.) civarında olacağı, pazarda güçlü rakiplerin bulunduğu ve bu rakiplerin birleşik teşebbüs üzerinde kayda değer bir rekabetçi baskı oluşturacağı,
- M segmentinde, işlemde kaynaklanan pazar payı artışının, PSA'nın bu segmentte sınırlı faaliyetlere sahip olması nedeniyle yalnızca %(.) civarında olduğu ve hem FCA'nın hem de PSA'nın 2018'den 2019'a %(.) pazar payı kaybettiği, pazarda Ford, Renault-Nissan-Mitsubishi ve Daimler gibi birkaç küresel ölçekte faaliyet gösteren OEM'in bulunduğu, buna ilaveten, M segmentinin düşüş trendinde olduğu ve J segmentinin rekabetçi baskısı altında olduğu, keza tarafların da M segmentinde yeni modeller piyasaya sürmeyeceği, tarafların M segmentinde yakın rakip olmadıkları ve dolayısıyla işlemin yakın bir rakibin ortadan kaldırılmasına sebebiyet vermeyeceği

açıklamalarına yer verilmiş ve bu nedenlerle bildirim konusu işlemin binek otomobillerin üretimi ve satışı pazarında veya alt segmentlerinde etkin rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğuracak herhangi bir tek taraflı etki ortaya çıkarmayacağı öne sürülmüştür.

(492) Tarafların görüşlerinde yer verilen bu hususlar, "İşlemin Binek Otomobil Üretimi ve Satışı Pazarına Etkileri" başlıklı bölümünde detaylı bir şekilde değerlendirilmiştir.

İşlemin Koordinasyon Doğurucu Etkiler Bağlamında Binek Otomobillerin Üretimi ve Satışı Pazarında Rekabetçi Endişelerin Oluşmayacağı Görüşü

(493) Taraflarca Nihai İnceleme Bildirimi kapsamında binek otomobiller pazarında işlemin koordinasyon doğurucu etkiler açısından bir endişeye sebebiyet verebileceği yönünde bir tespite yer verilmediği; yine de bildirim konusu işlem sonucunda,

- Pazarın yapısının sürdürülebilir bir koordinasyonun sağlanmasını mümkün kılmadığı, binek otomobillerin alt segmentlerinde dahi, homojen ürünlerden ziyade farklılaşmış ürünlerden oluştuğu,
- Türkiye binek otomobiller pazarında araç ithal etmenin önünde ciddi bir engel bulunmadığı; FCA ve PSA'nın rakiplerinin binek otomobil üretiminde kapasite kısıtı altında olmadıkları, sayılan nedenler dikkate alındığında binek otomobiller pazarında sürdürülebilir bir koordinasyonun oluşturulmasının son derece güç olduğu,
- Yukarıda sayılan unsurlar ile Ford ve birleşik teşebbüsün pazardaki paylarının oldukça asimetrik olacağı, rakiplerin sayısı ve bunların pazardaki varlık ve faaliyetleri ve pazardaki araçların model/versiyon çeşitliliği dikkate alındığında, Ford ile olan çapraz hissedarlığı kapsamında dahi planlanan işlemin binek otomobiller pazarında koordinasyon doğurucu etkilere sebebiyet vermeyeceği,
- A, B, C, D, J ve M segmentlerinin hiçbirinde Koç Grubu'nun FORD ve FCA ile ortaklığından kaynaklı koordinasyon doğurucu etkinin ortaya çıkmayacağı,

hiçbir segmentin yapısının ve ürünün niteliğinin koordinasyona imkan tanımadığı,

- C segmenti için ilave olarak sektörün rekabet karşıtı davranış geçmişinin bulunmadığı, tarafların bir caydırma mekanizmasının bulunmayacağı, müşteriler nezdinde güçlü alternatiflerin bulunduğu ve FORD'un pazardaki payının %(.....) ile sınırlı ve düşme eğiliminde olduğu,
- Buna ilaveten M segmentinde işlem sonucunda pazar payı artışının %(.....) ile sınırlılığı olduğu, özellikle J segmentinin rekabetçi baskısı bu segmentteki potansiyel rekabete aykırı koordinasyonu bozacağı, M segmentindeki durumun Türkiye'de Tofaş/FCA ile Ford/Otosan arasında devam eden yoğun rekabetin iyi bir göstergesi olduğu, zira FCA 2018'den 2019'a %(.....) pazar payı kaybederken, FORD'un %(.....) pazar payı kazandığı ve pazardaki rakiplerin güçlü olduğu ve fazla kapasiteye sahip olduğu

ifade edilmiştir. Sonuç olarak FCA ve PSA tarafından nihai inceleme konusu işlemin Türkiye'de binek otomobil pazarı ve bu pazarların alt segmentlerinde koordinasyon doğurucu etkiler vasıtasıyla etkin rekabeti önemli ölçüde azaltmayacağı ifade edilmiştir.

- (494) "İşlemin Binek Otomobillerin Üretimi ve Satışı Pazarında Etkileri" başlıklı bölümdeki açıklamalardan da anlaşılacağı üzere, planlanan işlem sonrasında oluşabilecek etkiler göz önüne alınarak söz konusu işlemin binek otomobiller pazarında ve alt segmentlerinde tek taraflı etkilere yol açıp açmayacağı incelenmiştir. Bu kapsamda, tarafların işlem sonrasında koordinasyon doğurucu etkiler kapsamında oluşabilecek etkilere ilişkin sundukları görüşlerine ilave bir değerlendirme yapılmasına gerek olmadığı değerlendirilmektedir.

G.5.5. Dosya Kapsamında Sunulan Taahhütler

- (495) Bu bölümde nihai incelemenin konusunu oluşturan işleme ilişkin olarak FCA ve Koç Holding A.Ş. (Koç Holding) tarafından verilen taahhüt metinlerine ve ardından bu taahhütlere ilişkin değerlendirmelere yer verilecektir.

G.5.5.1. FCA Tarafından Sunulan Taahhütler

- (496) Bildirime konu işlem çerçevesinde;

- i. FCA, TOFAŞ'ın Yönetim Kurulu üyelerinin rekabet açısından hassas bilgiler de dahil olmak üzere görevleri gereği elde edebilecekleri her türlü gizli bilgiyi gizli tutmasına ve sadece görevlerinin ifasına ilişkin olarak kullanılmasına yönelik bir gizlilik politikasının kısa kararın işlem taraflarına tebliğ tarihinden itibaren 60 takvim günü içerisinde oluşturulmasını taahhüt etmektedir. İşbu politika özellikle şu unsurları ihtiva edecektir:
 - a. Rekabet açısından hassas bilgilerin tanımına dair detaylı bilgiler ile TOFAŞ'ın rekabet açısından hassas bilgilerinin rakip teşebbüslerle paylaşılmayacağı yönünde açık bir yükümlülük.
 - b. FORD'un TOFAŞ'ın bir rakibi olduğu ve dolayısıyla TOFAŞ'ın rekabet açısından hassas bilgilerinin FORD OTOSAN ve çalışanlarıyla paylaşılmayacağına dair bir açıklama.
 - c. Yönetim Kurulu üyelerinin görevlerinin ifası kapsamında TOFAŞ'ın, örnek olarak (fakat bunlarla sınırlı olmamak üzere) fiyatlandırma, indirimler, kampanyalar ve belirli müşterilerle olan ilişkiler gibi rekabet açısından

hassas bilgilerini edinmesi durumunda, rekabet açısından hassas bu bilgilerin mutlaka gizli tutulması gerektiği ve TOFAŞ haricindeki üçüncü kişilere herhangi bir şekilde ifşa edilemeyeceğine dair net bir açıklama.

- d. TOFAŞ'ın Yönetim Kurulu üyelerinin, başka hususların yanı sıra, hangi türde bilgilerin rekabet açısından hassas bilgi olarak kabul edilmesi ve bu bilgilerin nasıl yönetilmesi gerektiğine dair detaylı açıklamalar içeren yıllık rekabet hukuku eğitimlerine katılmalarına yönelik bir yükümlülük.
- ii. FCA, TOFAŞ'ta bu bilgilerin gizliliğini korumak adına rekabet açısından hassas bilgilere erişimi olan tüm TOFAŞ personeline uygulanacak olan ve söz konusu verilerin korunmasına yönelik alınacak önlemleri belirleyen bir gizlilik politikasını kısa kararın işlem taraflarına tebliğ tarihinden itibaren 60 takvim günü içerisinde oluşturulmasını taahhüt etmektedir. İşbu politika, başka hususların yanında, özellikle şu unsurları ihtiva edecektir:
 - a. Rekabet açısından hassas bilgilerin tanımına dair detaylı bilgiler ile TOFAŞ'ın rekabet açısından hassas bilgilerinin rakip teşebbüslerle paylaşılmayacağı yönünde açık bir yükümlülük.
 - b. FORD'un TOFAŞ'ın bir rakibi olduğu ve dolayısıyla TOFAŞ'ın rekabet açısından hassas bilgilerinin FORD OTOSAN ve çalışanlarıyla paylaşılmayacağına dair bir açıklama.
- iii. FCA, kısa kararın işlem taraflarına tebliğ tarihinden itibaren 60 takvim günü içerisinde Koç Holding ve FCA'nın TOFAŞ'taki ortaklıkları nedeniyle sahip oldukları rekabet açısından hassas bilgiler de dâhil olmak üzere her türlü gizli bilginin korunmasına dair spesifik bir gizlilik sözleşmesini Koç Holding ile imzalamayı taahhüt etmektedir;
- iv. FCA, rekabet açısından hassas bilgilerin sağlanması, alınması ve işlenmesinde görev alan TOFAŞ çalışanlarının, bu bilgilerin korunması ve bu bilgilerin rakipler de dâhil olmak üzere üçüncü şahıslara açıklanmaması konularında sorumluluklarını açıklayan yıllık rekabet hukuku eğitimleri almalarını sağlamayı taahhüt etmektedir;
- v. FCA, kısa kararın işlem taraflarına tebliğ tarihinden itibaren 90 takvim günü içerisinde, Kuruma taahhütlerin yerine getirilmesi için alınan önlemleri detaylı olarak açıklayan bir rapor sunmayı taahhüt etmektedir.

FCA Tarafından Sunulan Taahhütlerin Süresi

- i. Taahhütler; Rekabet Kurumuna sunulması, bu taahhüt esas alınarak işleme izin verilmesine ilişkin Kurul kararı alınması halinde ve işlemin kapanması kaydıyla geçerlilik kazanacaktır.
- ii. (i) ve (iv) numaralı paragraflarda yer alan taahhütler, FCA'nın TOFAŞ'ta hissedarlığı bulunduğu ve Koç Holding'in hem TOFAŞ hem de FORD OTOSAN'da hissedarlığı bulunduğu sürece yürürlükte kalacaktır.
- iii. Karar'dan sonra Rekabet Kurulu başka bir kararla etkin rekabetin sağlanması için taahhütlerin (veya herhangi spesifik bir taahhüdün) yürürlükte bulunmasına gerek olmadığına karar verirse, ilgili taahhütler ilgili Rekabet Kurulu kararının verildiği tarihte sona erecektir.

G.5.5.2. Koç Holding Tarafından Sunulan Taahhütler

(497) Bildirime konu işlem çerçevesinde;

- a. Koç Holding, hâlihazırda hem TOFAŞ'ın yönetim kurulunda hem de FORD OTOSAN'ın yönetim kurulunda yönetim kurulu üyesi olan İsmail Cenk Çimen'in, işlemin kapanışını takiben 30. iş günü itibarıyla FORD OTOSAN ve TOFAŞ'ın her ikisinde birden yönetim kurulu üyesi olması durumunun sonlandırılacağını taahhüt etmektedir.
- b. Koç Holding, işlemin kapanışından itibaren, TOFAŞ'ın yönetim kurulu üyesi olan herhangi bir kişiyi FORD OTOSAN'ın yönetim kuruluna, FORD OTOSAN'ın yönetim kurulu üyesi olan herhangi bir kişiyi TOFAŞ'ın yönetim kuruluna atamayacaktır.
- c. Koç Holding, kısa kararın işlem taraflarına tebliğ tarihinden itibaren 60 takvim günü içerisinde Koç Holding ve FCA'nın TOFAŞ'taki ortaklıkları nedeniyle sahip oldukları rekabet açısından hassas bilgiler de dâhil olmak üzere her türlü gizli bilginin korunmasına dair bir gizlilik sözleşmesini FCA ile imzalamayı taahhüt etmektedir.
- d. Koç Holding, kısa kararın işlem taraflarına tebliğ tarihinden itibaren 60 takvim günü içerisinde, Koç Holding'teki görevleri gereği hem TOFAŞ hem de FORD OTOSAN'ın rekabet açısından hassas bilgilerini alan her çalışanın TOFAŞ ve FORD OTOSAN'ın rekabet açısından hassas bilgilerinin işlenmesine ilişkin yükümlülüklerini ortaya koyan bir gizlilik taahhütnamesi (Gizlilik Taahhütnamesi) imzalamasını temin etmeyi taahhüt eder.
- e. Koç Holding, kısa kararın işlem taraflarına tebliği tarihinden itibaren 90 takvim günü içerisinde, Kuruma yukarıdaki (a) ila (d) numaralı paragraflarda düzenlenen taahhütlerin yerine getirilmesi için alınan önlemleri detaylı olarak açıklayan bir rapor sunmayı taahhüt etmektedir.

Koç Holding Tarafından Sunulan Taahhütlerin Süresi

- i. Taahhütler; Rekabet Kurumuna sunulması, taahhütler esas alınarak işleme izin verilmesine ilişkin karar alınması ve işlemin kapanması kaydıyla geçerlilik kazanacaktır.
- ii. (a) ve (b) numaralı paragraflarda yer alan taahhütler; FCA'nın TOFAŞ'ta hissedarlığı bulunduğu sürece ve Koç Holding'in FORD OTOSAN'ın ve TOFAŞ'ın her birinin yönetim kuruluna üye atama hakkına sahip olduğu sürece yürürlükte kalacaktır.
- iii. (c) ve (d) numaralı paragraflarda yer alan taahhütler; Koç Holding'in hem TOFAŞ hem de FORD OTOSAN'da hissedarlığı bulunduğu sürece yürürlükte kalacaktır.
- iv. Karar'dan sonra Rekabet Kurulu başka bir kararla etkin rekabetin sağlanması için taahhütlerin (veya herhangi spesifik bir taahhüdün) yürürlükte bulunmasına gerek olmadığına karar verirse, ilgili taahhütler ilgili Rekabet Kurulu kararının verildiği tarihte sona erecektir.

G.5.5.3. Sunulan Taahhütlerin Değerlendirilmesi

(498) Bu aşamaya kadar işlemin yaratacağı olası etkiler, dosya kapsamında tanımlanan ilgili pazarlar açısından ayrı ayrı değerlendirilmiş; planlanan işlemin brüt ağırlığı 3,5 tona kadar olan hafif ticari araçların üretimi ve satışı pazarında yaratabileceği

endişelere dikkat çekilmiş ve söz konusu işlemin koordinasyon doğurucu etkiler vasıtasıyla etkin rekabeti önemli ölçüde sınırlayacağı sonucuna ulaşılmıştır. 2010/4 sayılı Tebliğ'in 14. maddesinde teşebbüslerin Kanun'un 7. maddesi kapsamında ortaya çıkabilecek rekabet sorunlarının giderilmesi amacıyla yoğunlaşmaya ilişkin çözüm önerebilmesine ve Kurulun izin kararında çözümlerin yerine getirilmesini sağlamaya yönelik şart ve yükümlülük öngörebilmesine imkân tanınmaktadır. Bu kapsamda belirtilmesi gereken son husus dosya kapsamında verilen taahhütlerdir.

- (499) Birleşme çözümlerine ilişkin en temel sınıflandırma yapısal ve davranışsal çözümler olarak yapılmaktadır. En temel şekliyle, pazarın yapısını etkilemeye yönelik çözümler "yapısal", birleşen teşebbüslerin davranışlarını düzenlemeye yönelik çözümler "davranışsal" olarak nitelendirilmektedir.
- (500) Birleşme/Devralma İşlemlerinde Rekabet Kurumunca Kabul Edilebilir Çözümlere İlişkin Kılavuz'da (Taahhüt Kılavuzu), gerek ön inceleme gerekse de nihai inceleme aşamasında, yoğunlaşma işleminin etkin rekabetin önemli ölçüde azaltacağı endişesinin taşınması durumunda bu endişenin taraflara iletileceği, rekabet sorunlarını gidermeye yönelik çözüm önerip önermemenin tarafların takdirinde olduğu belirtilmiştir. Ardından, bir yoğunlaşmanın çözüm önerisiyle birlikte 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesinin ihlaline yol açıp açmadığının değerlendirilmesinin yine Kurulun yetki ve görev alanında olduğu ifade edilmiştir. Bu noktada taraflarca sunulan çözüm önerilerinin Kurulun izin kararına temel oluşturabilmesi için;
- Taraflarca üstlenilen esasa ve uygulamaya ilişkin hususların tam ve ayrıntılı olarak belirlenmesi,
 - Usulüne uygun olarak yetkilendirilmiş bir kişi tarafından imzalanmış olması,
 - İncelemenin yapılabilmesi için taahhüde ilişkin yeterli bilgiyi içeren ve ticari sırlardan arındırılmış bir kopyasının Kuruma sunulması, sunulan bu kopyanın üçüncü kişilerin önerilen çözümün rekabet ile ilgili kaygıları etkin ve işleyebilir bir biçimde giderip gidermediğine yönelik tam bir analiz yapılabilmesine olanak vermesi gerektiği belirtilmiştir.
- (501) Bu bağlamda Kurulun yalnızca yukarıda sayılan özellikleri ve taraflara iletilen endişeleri ortadan kaldırma yeterliliğini haiz çözüm önerilerini kabul edeceği belirtilmiş; bu nedenle çözüm önerilerinin işleme ilişkin rekabet ile ilgili kaygıları tereddüde yer bırakmayacak şekilde ve sürdürülebilir bir biçimde gidermesi ve her açıdan anlaşılabilir olması gerektiği vurgulanmıştır. Öte yandan, pazar koşulları değişebileceğinden, çözüm önerilerinin mümkün olan en kısa zamanda ve etkili bir şekilde uygulanabilir olması gerektiğine dikkat çekilmiştir.
- (502) Bu kapsamda Taahhüt Kılavuzu'nda çözüm önerilerinin, taraflarca sunulacağı, Kurulun ise izin kararını çözüm önerilerinin uygulanmasına bağlayacağı ifade edilmiştir. Bu noktada, şart ve yükümlülükler aykırı davranmanın Kanun bakımından hüküm ve sonuçları farklı olduğundan burada şart ve yükümlülük ayırımına dikkat çekilmelidir. Örneğin bir iş biriminin elden çıkarılması şart niteliğinde olup, bir elden çıkarma uzmanının atanması, Kuruma gerekli raporların sunulması gibi elden çıkarmaya ilişkin uygulama aşamalarının ise yükümlülük olarak anlaşılması uygun olacaktır. Şartın ihlali durumunda Kanun'un 7. maddesine aykırılık giderilmemiş olacağından verilen izin kendiliğinden geçersiz hale gelecek ve izin kararı da hükümsüz kalacaktır. Böyle bir durumda Kurulun, Kanun'un 16. maddesi hükümlerini uygulama hakkı saklıdır. Buna karşılık yükümlülüklerin ihlal edilmesi halinde ise, ilgili taraflar hakkında Kanun'un 17. maddesinde öngörülen idari para cezası gündeme gelebilecektir.

- (503) Bununla birlikte, temel olarak bir yoğunlaşma işlemine taahhütler çerçevesinde koşullu olarak izin verilebilmesi için, taahhütler işleme ilişkin rekabetçi endişeleri tamamen gidermeli ve her açıdan anlaşılabilir ve etkili olmalıdır. Bu noktaların dikkate alınmasıyla sorunsuz, etkin, tartışmaya ve şüpheye yer bırakmayacak şekilde oluşturulan taahhüt kısa sürede uygulanabilmelidir. Bu bağlamda, FCA ve Koç Holding tarafından sunulan taahhütlerin yukarıda yer verilen hususlar kapsamında değerlendirilmesi gerekmektedir.
- (504) Koç Holding, ilgili pazarda rakip konumunda bulunan FORD OTOSAN'ın ve FCA bünyesindeki TOFAŞ'ın ortak kontrolünü haiz olması sebebiyle söz konusu rakip teşebbüsler arasında ortak bir üçüncü taraf hissedar konumundadır. Ayrıca Koç Holding Otomotiv Grubu Başkanı Cenk ÇİMEN hem TOFAŞ hem de FORD OTOSAN'ın yönetim kurulu başkanı olarak görev almaktadır. Bu bağlamda, FCA ile FORD arasında ortak bir üçüncü taraf hissedar ve birbirine bağlı yönetim olarak adlandırabilecek yapısal bağların mevcut olduğu değerlendirilmiş ve bu bağın özellikle rakipler arasında stratejik ticari bilgilerin aktarımına olanak sağlayarak pazardaki izleme mekanizmasını güçlendiren temel unsurlardan biri olabileceği ve tarafların ortak bir koordinasyon anlayışına varma güdüsünü ve koordinasyonu sürdürebilme imkanlarını artırabileceği değerlendirilmiştir.
- (505) Öncelikle taraflarca TOFAŞ ve FORD OTOSAN'ın organizasyonlarının tümüyle ayrı tutulmakta olduğu iki şirketin (i) ayrı yerleşkelerinin, (ii) ayrı bilişim sistemlerinin ve (iii) de ayrı operasyonel yönetimlerinin bulunduğu belirtilmiştir. Ayrıca taraflardan hâlihazırda TOFAŞ'tan Koç Holding'e ve FORD OTOSAN'dan Koç Holding'e sağlanan bilgiler hakkında detaylı bilgi verilmesi istenmiştir. Gelen açıklamalarda TOFAŞ'tan Koç Holding'e sağlanan bilgilerin Koç Holding'in hissedar sıfatından ileri gelen ihtiyaçlarını karşılamak için zorunlu olan içeriklerle sınırlı olduğu belirtilmiş ve bahse konu bilgiler (i) Koç Holding'in muhasebe ve raporlama yükümlülüklerini yerine getirmesi için lüzumlu olan finansal bilgiler ve (ii) Koç Holding'in TOFAŞ'taki yatırımının/yatırımlarının performansını takip etmesi için gerekli olan TOFAŞ'ın ticari performansına ilişkin bilgiler şeklinde özetlenmiştir. Benzer durumun FORD OTOSAN için de geçerli olduğu belirtilerek TOFAŞ ve FORD OTOSAN tarafından Koç Holding'in yönetim kuruluna ve ilgili departmanlarına sağlanan bilgiler sunulmuştur. Gelen cevapta, Koç Holding'e aktarılan bilgilerin şirketin üretim ve satış miktarları, pazar performansı göstergeleri, yıllık strateji planlama bilgileri, öngörülen üretim ve satış miktarları, planlanan yatırımlar ve diğer planlama bilgileri gibi ticari açıdan hassas bilgileri de kapsadığı görülmektedir. Bu bağlamda, taraflarca sunulan taahhütler sözü edilen hususlar da dikkate alınarak değerlendirilmiştir.
- (506) Bu kapsamda, FCA ve Koç Holding tarafından sunulan taahhütleri temelde iki şekilde ele almak mümkündür. İlki, Koç Holding tarafından taahhüt edilen FCA ile FORD arasında mevcut olan birbirine bağlı yönetim şeklinde oluşan yapısal bağın sonlandırılmasına ilişkindir. Buna göre, Koç Holding, işlemin kapanışını takiben,
- hâlihazırda hem TOFAŞ'ın yönetim kurulunda hem de FORD OTOSAN'ın yönetim kurulunda yönetim kurulu üyesi olan İsmail Cenk Çimen'in, FORD ve TOFAŞ'ın her ikisinde birden yönetim kurulu üyesi olması durumunun sonlandırılmasını,
 - TOFAŞ'ın yönetim kurulu üyesi olan herhangi bir kişiyi FORD OTOSAN'ın yönetim kuruluna, FORD OTOSAN'ın yönetim kurulu üyesi olan herhangi bir kişiyi TOFAŞ'ın yönetim kuruluna atamayacağını
- taahhüt etmektedir.

(507) Taraflar bu taahhütle TOFAŞ ve FORD OTOSAN'ın organizasyon yapılarının ayrı olması durumunun daha da güçleneceğini ifade etmektedir. Koç Holding tarafından sunulan bu taahhüt, FCA ile FORD arasındaki yapısal bağlardan birini sonlandırarak taraflar arasında ortak bir anlayışa sahip olma güdüsünü sınırlandıran bir unsur olarak değerlendirilebilecekse de FCA ile FORD arasındaki üçüncü bir hissedar aracılığıyla devam eden yapısal bağ nedeniyle rakiplerin birbirlerinin stratejik ticari bilgilerine erişim imkânı konusundaki tereddütler tam olarak kalkmamaktadır. Bu bakımdan, FCA ve Koç Holding tarafından sunulan ikinci taahhüt güvenlik duvarı (*firewall*) tedbirlerinin alınmasına ilişkindir. Kurulun Anadolu-Migros⁸⁵ kararında da yer verilen ve ABD Adalet Bakanlığı Rekabet Biriminin 2011 yılında yayımladığı Birleşme/Devralma Çözümlerine İlişkin Rehber'de⁸⁶ (Rehber) en çok tercih edilen başlıca davranışsal çözüm yolları arasında güvenlik duvarı (*firewall*) tedbirleri de sayılmıştır. Güvenlik duvarı tedbirleri, hassas bilgilerin teşebbüs içerisinde dağıtılmasının engellenmesi için kullanılmaktadır. Bu uygulama sınırlı olmamakla birlikte genellikle alt pazarda veya üst pazarda bilgi paylaşımı vasıtasıyla koordineli etkilerin ortaya çıkmasının engellenmesi amacıyla tercih edilmektedir.

(508) Yukarıda da açıklandığı üzere, davranışsal bir taahhüt olan güvenlik duvarı tedbirleri, hassas bilgilerin teşebbüs içerisinde dağıtılmasının engellenmesi için kullanılmaktadır. Bu kapsamda FCA tarafından işlemin kapanışını takiben,

- TOFAŞ'ın Yönetim Kurulu üyelerinin rekabet açısından hassas bilgiler de dahil olmak üzere görevleri gereği elde edebilecekleri her türlü gizli bilgiyi gizli tutmasına ve sadece görevlerinin ifasına ilişkin olarak kullanılmasına yönelik bir gizlilik politikasının oluşturulacağı ve politika içerisinde rekabete hassas bilgilerin detaylı bir şekilde tanımlanacağı,
- TOFAŞ'ta bu bilgilerin gizliliğini korumak adına rekabet açısından hassas bilgilere erişimi olan tüm TOFAŞ personeli için de söz konusu verilerin korunmasına yönelik alınacak önlemleri belirleyen bir gizlilik politikası oluşturulacağı ve politika içerisinde rekabete hassas bilgilerin detaylı bir şekilde tanımlanacağı,
- Koç Holding ile TOFAŞ'taki ortaklıkları nedeniyle sahip oldukları rekabet açısından hassas bilgiler de dâhil olmak üzere her türlü gizli bilginin korunmasına dair spesifik bir gizlilik sözleşmesi imzalanacağı,
- TOFAŞ çalışanlarının, bu bilgilerin korunması ve bu bilgilerin rakipler de dâhil olmak üzere üçüncü şahıslara açıklanmaması konularında sorumluluklarını açıklayan yıllık rekabet hukuku eğitimleri almalarının sağlanacağı

taahhüt edilmektedir. Koç Holding tarafından da, bu amaçla işlemin kapanışını takiben,

- TOFAŞ'taki ortaklıkları nedeniyle sahip oldukları rekabet açısından hassas bilgiler de dâhil olmak üzere her türlü gizli bilginin korunmasına dair bir gizlilik sözleşmesini FCA ile imzalanacağı,
- Koç Holding'teki görevleri gereği hem TOFAŞ hem de FORD OTOSAN'ın rekabet açısından hassas bilgilerini alan her çalışanın TOFAŞ ve FORD OTOSAN'ın rekabet açısından hassas bilgilerinin işlenmesine ilişkin yükümlülüklerini ortaya koyan bir gizlilik taahhütnamesi imzalanacağı

⁸⁵ Bkz. Kurulun 09.07.2015 tarih ve 15-29/420-117 sayılı kararı.

⁸⁶ Policy Guide To Merger Remedies, U.S. Department of Justice Antitrust Division June 2011, <http://www.justice.gov/atr/public/guidelines/272350.pdf>

taahhüt edilmektedir. Gizlilik politikası kapsamında rekabete hassas bilgiler, FORD OTOSAN ve TOFAŞ'ın rekabet ettiği veya iki şirket tarafından tedarik edilen ürün veya hizmetin alt pazarında veya üst pazarında yer alan ürün veya hizmetlerle ilgili, ancak bunlarla sınırlı olmayacak şekilde,

- Pazar payı verileri de dahil olmak üzere geçmiş, güncel veya planlanan üretim ve/veya satış miktarları ve hacimleri;
- Yeni, güncel veya önerilen şirkete özgü pazarlama planları, pazar değerlendirmeleri veya stratejik planlar;
- Geçmiş, mevcut veya potansiyel müşterilerle kazanç/kayıp verileri ve kayıtları da dahil olmak üzere pazarlık durumu;
- Güncel, cari, halka açık olmayan veya gelecekteki fiyatlar, maliyetler, ücret planları, fiyatlandırma politikaları veya planlar;
- Güncel, mevcut ya da geleceğe yönelik marjlar;
- Maliyetler, fiyatlar, karlılık, pazarlama planları, ürün geliştirme planları veya diğer belirli müşteri bilgileri dahil olmak üzere mevcut müşteriler hakkında bilgiler;
- Kamuya açık bilgi olmayan, rakiplerle herhangi bir ortaklık, ekip kurma, fason anlaşma, ortak girişim, tedarik veya taşeronluk düzenlemelerinin ayrıntıları; ve
- Rekabeti kısıtlamak için kullanılabilecek diğer tüm gizli iş bilgileri

şeklinde sıralanmıştır. Bununla birlikte, rekabete hassas bilgilerin kamuya açık olan bilgileri veya bağımsız olarak rekabet hukukuna uygun yöntemlerle üçüncü şahıslardan elde edilen (örneğin, normal faaliyetleri çerçevesinde bu tür bilgileri sunan üçüncü taraf danışmanlık şirketlerinin veya teşebbüs birliklerinin raporları gibi kaynaklar yoluyla) bilgileri içermediği düzenlenmiştir.

(509) FCA ve Koç Holding tarafından sunulan bu taahhütlerle rakipler arasında rekabete hassas bilgilerin paylaşılmasının önüne geçilmesinin hedeflendiği ve bu amaçla özel bir gizlilik sözleşmesi imzalanacağı ve çalışanların konu hakkında bilincinin artması için rekabet hukuku eğitimlerinin verileceği anlaşılmaktadır. Söz konusu güvenlik duvarı ve gizlilik sözleşmeleri taahhüdü ile ortak bir üçüncü hissedar nedeniyle oluşabilecek rekabete hassas bilgi paylaşımı riski de aşılabilecektir. Ayrıca gizlilik politikası kapsamında başta üretim kapasitesi, maliyet, fiyat ve marjlar olmak üzere rekabete hassas nitelikte olarak tanımlanan bilgilerin de taraflar arasındaki olası görülen koordinasyon riskini bertaraf edebileceği değerlendirilmektedir.

(510) Ek olarak sunulan taahhütlerin süresine ilişkin;

- Koç Holding'in şirketler arasındaki birbirine bağlı yönetimi sonlandırma taahhüdünün FCA'nın TOFAŞ'ta hissedarlığı bulunduğu sürece ve Koç Holding'in FORD OTOSAN'ın ve TOFAŞ'ın her birinin yönetim kuruluna üye atama hakkına sahip olduğu sürece yürürlükte kalacağı,
- Koç Holding tarafından gizlilik duvarına ilişkin sunulan taahhütlerin; Koç Holding'in hem TOFAŞ hem de FORD OTOSAN'da hissedarlığı bulunduğu sürece yürürlükte kalacağı,
- FCA tarafından gizlilik duvarına ilişkin sunulan taahhütlerin; FCA'nın TOFAŞ'ta hissedarlığı bulunduğu sürece ve Koç Holding'in hem TOFAŞ hem de FORD OTOSAN'da hissedarlığı bulunduğu sürece yürürlükte kalacağı

bildirilmektedir. Taahhütlerin süresine ilişkin getirilen bu koşulların gelecekte koordinasyon riskinin yeniden oluşmasına imkan tanımayacağı; dolayısıyla uygun olduğu değerlendirilmektedir.

- (511) FCA ile Koç Holding tarafından sunulan bu taahhütlerde işlem sonrasında oluşabilecek endişeleri gidermek adına esasa ve uygulamaya ilişkin hususların tam ve ayrıntılı olarak açıklandığı değerlendirilmektedir. Bu kapsamda, FCA ile FORD tarafından sunulan birbirine bağlı yönetimin sonlandırılmasını ve güvenlik duvarı tedbirlerinin alınmasını içeren taahhütlerin planlanan işlem sonrasında FCA ile FORD arasında mevcut olan yapısal bağlar nedeniyle brüt ağırlığı 3,5 tona kadar olan hafif ticari araçlar pazarında oluşabilecek koordinasyon doğurucu rekabetçi endişeleri ortadan kaldıracığı değerlendirilmektedir. Bu taahhütlerin aynı zamanda usulüne uygun şekilde Kuruma sunulduğu da dikkate alınarak Kurulun izin kararına temel oluşturabilecek nitelikte olduğu değerlendirilmektedir.
- (512) Taahhütlerin etkin olması bakımından bir diğer husus da kısa sürede uygulanabilir olmasıdır. Bu bakımdan, Koç Holding tarafından birbirine bağlı yönetimin sonlandırılmasını içeren taahhüdün işlemin kapanışını takiben 30. iş günü itibarıyla yerine getirileceği, Koç Holding ve FCA tarafından güvenlik duvarı tedbirlerinin alınmasını ve gizlilik sözleşmelerinin imzalanmasını içeren taahhütlerin ise işlemin kapanışını takiben 60 günlük bir süre öngörüldüğü anlaşılmaktadır. Söz konusu sürelerin taahhütlerin etkin bir şekilde uygulanması bakımından kısa sürede uygulanabilirlik koşulunu da sağladığı değerlendirilmektedir. Ayrıca FCA ve Koç Holding tarafından kısa kararın işlemin taraflarına tebliğ edilmesinin akabinde 90 günlük süre içerisinde Kuruma sunulan taahhütlerin yerine getirilmesi için alınan önemleri içeren bir rapor sunulacağı da ifade edilmektedir.
- (513) FCA ve Koç Holding tarafından sunulan taahhüt metnindeki ifadelerin Taahhüt Kılavuzu'nda yer verilen şart ve yükümlülükler bağlamında da ele alınması gerekmektedir. Zira şart ve yükümlülükler aykırılıklar işleme verilen iznin geçersiz hale gelmesini ve idari para cezası uygulanmasını gerektirebilecektir. Bu kapsamda, FCA tarafından sunulan taahhüt metninin i, ii ve iii maddelerinin şart ve v. maddesinin ise yükümlülük niteliğinde olduğu değerlendirilmektedir. Koç Holding tarafından sunulan taahhüt metni bakımından ise şart niteliğindeki maddeler a, b, c ve d iken, e maddesinin yükümlülük niteliğinde olduğu değerlendirilmektedir.
- (514) Sonuç olarak, FCA ve Koç Holding tarafından sunulan taahhütlerin yapısal bağlar nedeniyle oluşan riskleri ortadan kaldırmak bakımından yeterli olduğu, işlemde kaynaklanabilecek rekabete hassas bilgi paylaşımı yoluyla ortaya çıkabilecek koordinasyon doğurucu risklere yönelik endişelerin giderileceği değerlendirilmektedir. Bununla birlikte, FCA tarafından sunulan taahhüt metni kapsamında gizlilik politikası oluşturulması, gizlilik sözleşmesi imzalanması şartlarının ihlal edilmesi durumunda işleme verilen iznin geçersiz hale geleceği, buna ek olarak FCA tarafından 90 gün içerisinde Kuruma sunulacağı taahhüt edilen raporun sunulmamasının ise yükümlülüğün ihlali anlamına geleceği ve Kanun'un 17. maddesinde öngörülen idari para cezasını gündeme getirebileceği belirtilmelidir. Aynı şekilde, Koç Holding tarafından sunulan taahhüt metni kapsamında ortak yönetim kurulu üyesinin kaldırılması ve bundan sonra da ortak yönetim kurulu üyesinin bulunmaması, gizlilik sözleşmesi ve gizlilik taahhütnamesinin imzalanmasının ihlal edilmesi durumunda işleme verilen iznin geçersiz hale geleceği, aynı zamanda Koç Holding tarafından 90 gün içerisinde Kuruma sunulacağı taahhüt edilen raporun sunulmamasının ise yükümlülüğün ihlali anlamına geleceği ve Kanun'un 17. maddesinde öngörülen idari para cezasını gündeme getirebileceği vurgulanmalıdır.

H. SONUÇ

(515) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre,

- 1- 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;
- 2- Bildirim konusu işlemin binek otomobillerin üretimi ve satışı pazarında ve brüt ağırlığı 3,5-6 ton arasında olan hafif ticari araçların üretimi ve satışı pazarında 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi çerçevesinde etkin rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğurmayacağına,
- 3- Öte yandan, planlanan işlem neticesinde brüt ağırlığı 3,5 tona kadar olan hafif ticari araçların üretimi ve satışı pazarında koordinasyon doğurucu etkiler vasıtasıyla 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi çerçevesinde etkin rekabetin önemli ölçüde azalmasının söz konusu olacağına,
- 4- Rekabet Kurumu kayıtlarına Fiat Chrysler Automobiles N.V. tarafından 16.12.2020 tarih, 13650 sayı ile sunulan ve Koç Holding tarafından 16.12.2020 tarih, 13650 sayı ile sunulan taahhütler çerçevesinde işleme koşullu izin verilmesine,
- 5- Fiat Chrysler Automobiles N.V. tarafından sunulan i, ii ve iii numaralı taahhütler ile Koç Holding A.Ş. tarafından sunulan a, b, c, d numaralı taahhütlerin şart, Fiat Chrysler Automobiles N.V. tarafından sunulan v numaralı taahhüt ile Koç Holding A.Ş. tarafından sunulan e numaralı taahhütlerin ise yükümlülük niteliğini haiz olduğuna,

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