

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2020-2-030 (Devralma)
Karar Sayısı : 20-47/649-283
Karar Tarihi : 22.10.2020

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

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

B. RAPORTÖRLER: Didem ULUÇ, Ömer Volkan YAZAR, Ahmet YALÇIN

C. BİLDİRİMDE

BULUNAN : - Altun Gıda İhtiyaç Tüketim Maddeleri İnşaat Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Temsilcisi: Yavuz ALTUN
İstanbul Zafer Mah. 160. Sok. No:8/5 Esenyurt/İstanbul

D. DOSYA KONUSU: Şafak Gıda ve Dayanıklı Tüketim Maddeleri Ticaret Sanayi A.Ş.'nin tek kontrolünün Altun Gıda İhtiyaç Tüketim Maddeleri İnşaat Sanayi ve Ticaret A.Ş. tarafından devralınması işlemi

- (1) **E. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına 08.10.2020 tarih ve 10870 sayı ile giren, 20.10.2020 tarih ve 11296 sayılı yazı ile tamamlanan bildirim üzerine düzenlenen 20.10.2020 tarih ve 2020-2-030/Öİ sayılı Devralma Ön İnceleme Raporu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (2) **F. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda, bildirim konu işleme izin verilmesinde sakınca bulunmadığı ifade edilmiştir.

G. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

- (3) Başvuruda; "Rammar" tabela unvanı ile hızlı tüketim malları (HTM) perakendeciliği pazarında faaliyet gösteren Şafak Gıda ve Dayanıklı Tüketim Maddeleri Ticaret Sanayi A.Ş.'ye (ŞAFAK GIDA) ait hisselerin tamamının, aynı pazarda "Happy Center" tabela unvanı ile faaliyet gösteren Altun Gıda İhtiyaç Tüketim Maddeleri İnşaat Sanayi ve Ticaret A.Ş. (ALTUN GIDA) tarafından devralınmasına ilişkin işleme izin verilmesi talep edilmiştir.
- (4) Devre konu ŞAFAK GIDA, "Rammar" markası altında İstanbul'da 40 şubesi ile faaliyet göstermektedir. Devralan taraf olan ALTUN GIDA ise, "Happy Center" markası altında Marmara bölgesinde 143 şubesi ile faaliyet göstermektedir

G.1. Etkilenen Pazar

- (5) HTM perakendeciliği, raf devir hızları yüksek, kısa süreli stoklanan ve sürekli tüketilen gıda, içecek, kişisel bakım ürünleri, kozmetik ve temizlik ürünleri gibi ürünlerin son kullanıcılara satışı hizmetidir. Büyük ölçekli HTM perakende mağazalarının bir kısmında aynı zamanda mobilya, elektronik eşya gibi dayanıklı tüketim malları ve tekstil gibi çeşitli ürünlerin de satışı yapılmakla birlikte, bu sektörün cirosunun büyük bir kısmı HTM satışından elde edilmektedir.

- (6) Gerek Rekabet Kurulu'nun (Kurul) sektöre ilişkin geçmiş tarihli kararlarında¹ gerekse Kurum tarafından hazırlanan 25.04.2012 tarihli HTM Perakendeciliği Sektör İncelemesi Nihai Raporu'nda (Sektör Raporu) HTM perakendeciliği pazarı, organize ve geleneksel kanal ayırımında ele alınmış ve bu bağlamda organize kanalın sahip olduğu ölçek ve kapsam, sunulan ürün ve hizmet portföyü ve fiyat gibi kriterler bakımından tüketici nezdinde geleneksel kanaldan ayrı bir pazar teşkil ettiği yönünde bir yaklaşım benimsenmiştir.
- (7) Organize HTM perakendeciliği, başta mağaza alanı olmak üzere çeşitli özelliklerle birbirinden ayrılan alt ayrımlara tabi tutulmaktadır. Bunları hipermarket, büyük süpermarket, süpermarket, küçük süpermarket ve orta büyüklükteki market şeklinde sıralamak mümkündür.
- (8) HTM perakende sektöründe mağaza alanı birçok açıdan önem arz etmektedir. Mağaza alanı bakımından görece büyüklük, perakendeciye hem HTM hem de HTM dışındaki tüketim ürünleri kategorilerinde daha fazla ürün çeşitliliği sunma ve bu paralelde tüketicilere HTM dışındaki ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik "tek duraklı alışveriş (one-stop shopping)" imkânı sağlamaktadır. Küçük süpermarketlerde ise ürün portföyü büyük oranda HTM kategorilerinden oluşmakta, mağaza alanı küçüldükçe portföyde temel gıda kategorilerinin ağırlığı artmaktadır. Ürün portföyünün sınırlı olması, tüketicilere tamamlayıcı nitelikte olan "telafi/tamamlayıcı alışveriş (top-up shopping)" imkânı sağlamaktadır.
- (9) Mağaza alanı küçüldükçe ürün portföyü gerek çeşitlilik olarak azalmakta gerekse satışların HTM üzerindeki yoğunluğu artmaktadır. Bu çerçevede organize perakende kanallarının mağaza büyüklüğünden başlayıp bunun sonucunda şekillenen ürün ve hizmet sunumu ile birbirinden ayrıştığını söylemek mümkündür.
- (10) HTM perakendeciliği pazarı bağlamında yer verilmesi gereken bir diğer husus bölgesel/yerel perakendecilerdir. Bölgesel/yerel perakendeciler belirli bir il veya bölgede faaliyet gösteren zincir ve tekil marketleri içermektedir. Sektör Raporu'nda bölgesel/yerel perakendecilerin ağırlıklı olarak süpermarket formatında faaliyet gösterdiği ve Türkiye'de özellikle ulusal gıda perakende zincirleri ile rekabet ettiği hususu ele alınmıştır.
- (11) Dosya mevcudu işlem bu kapsamda değerlendirildiğinde, devralan teşebbüs konumunda bulunan ve 143 adet şubesi ile Marmara Bölgesinde HTM perakendeciliği pazarında faaliyet gösteren ALTUN GIDA ile devre konu teşebbüs olan ve 40 adet şubesi ile İstanbul'un çeşitli ilçelerinde HTM perakendeciliği pazarında faaliyet gösteren ŞAFAK GIDA, bölgesel/yerel bir gıda perakende zinciridir. Bu doğrultuda "HTM perakendecilik pazarı" etkilenen pazar olarak tespit edilmiştir.

G.2. İlgili Coğrafi Pazar

- (12) Devralan ALTUN GIDA İstanbul da dahil olmak üzere Marmara Bölgesinde, devreden ŞAFAK GIDA ise yalnızca İstanbul ilinde faaliyet göstermektedir. İşlem öncesinde ALTUN GIDA'nın İstanbul ilinde 129, ŞAFAK GIDA'nın ise 40 mağazası bulunmaktadır. Devir işlemi sonrasında ALTUN GIDA'nın İstanbul ilindeki mağaza sayısı 169'a ulaşacaktır. Dolayısıyla işlem taraflarının bölgesel düzeyde faaliyet gösterdiği görülmektedir. Kurulun *Carrefour-Gima*², *Kiler-Canerler*³, *Migros-Yonca*⁴ ve

¹ Kurulun 17.06.2005 tarih ve 05-4-/557-136 sayılı Carrefoursa-Gima kararı, 31.10.2005 tarih ve 05-76/1030-287 sayılı Migros-Tansaş kararı, 06.05.2006 tarih ve 06-32/392-102 sayılı Kiler-Canerler kararı ve 17.08.2011 tarih ve 11-45/1044- 357 sayılı Ülker-Şok kararı.

² Kurulun 17.06.2005 tarih ve 05-40/557-136 sayılı kararı.

³ Kurulun 04.05.2006 tarih ve 06-32/392-102 sayılı kararı.

*Migros-Egeden*⁵ kararlarında ilgili coğrafi pazar “il bazında” değerlendirilmiş iken, *Migros-Tansaş*⁶, *Kiler-Güler*⁷, *Makromarket-Nazar*⁸, *Kiler-Yimpaş*⁹, *Migros-Greens*¹⁰, *Kipa-Ardaş*¹¹ ve son olarak *Migros-Kipa*¹² kararlarında ilgili coğrafi pazar “ilçe” olarak kabul edilmiştir. Özellikle 2012 yılında son hali verilen Sektör Raporu’nda ulaşılan bilgiler ve yapılan tespitler de dikkate alınarak mevcut dosya bakımından ilgili coğrafi pazarların “ilçe” bazında değerlendirilmesi tercih edilmiştir.

G.3. İşlemin Niteliği

- (13) Başvuruda, planlanan işlem öncesinde ŞAFAK GIDA’nın kontrolünün tamamının gerçek kişilerden oluşan hissedarlara ait olduğu, gerçekleştirilecek işlem sonrasında payların tamamının ALTUN GIDA’nın kontrolüne geçeceği ifade edilmektedir. İşlem neticesinde ŞAFAK GIDA’nın kontrolü ALTUN GIDA’ya geçeceğinden, bildirim konusu işlem, 2010/4 sayılı Tebliğ’in 5. maddesi çerçevesinde bir devralma işlemidir. Öte yandan ilgili tarafların cirolarının 2010/4 sayılı Tebliğ’in 7. maddesinin birinci fıkrasının (a) ve (b) bentlerinde öngörülen eşikleri aşması nedeniyle, işlemin izne tabi olduğu anlaşılmaktadır.

G.4. Değerlendirme

İşlem taraflarının HTM organize perakende pazarında faaliyetlerinin örtüştüğü 19 ilçe şu şekildedir: İstanbul-Avcılar, İstanbul-Bahçelievler, İstanbul-Başakşehir, İstanbul-Beşiktaş, İstanbul-Beylikdüzü, İstanbul-Esenler, İstanbul-Eyüp, İstanbul-Fatih, İstanbul-Gaziosmanpaşa, İstanbul-Kağıthane, İstanbul-Kadıköy, İstanbul-Kartal, İstanbul-Küçükçekmece, İstanbul-Maltepe, İstanbul-Pendik, İstanbul-Şişli, İstanbul-Tuzla, İstanbul-Ümraniye, İstanbul-Üsküdar. Etkilenen pazarlarda tarafların ilçe bazında pazar paylarına aşağıdaki tablolarda yer verilmiştir:

Tablo 1- HTM Organize Perakende Pazarında İşlemin Gerçekleşeceği İlçelerde İşlem Taraflarının Sahip Olduğu Mağazaların m² Büyüklüğü ve Pazar Payları (Şubat 2018)

	İlçeler	ALTUN GIDA	ŞAFAK GIDA	İşlem Taraflarının Toplam Satış Alanı	İlçedeki Toplam Satış Alanı ¹³	Devralma Öncesi Altun Gıda Pazar Payı (%)	Devralma Öncesi Şafak Gıda Pazar Payı (%)	Devralma Sonrası Tarafların Pazar Payı Toplamı (%)
1	İSTANBUL-AVCILAR	(.....)	(.....)	(.....)	60.520	(.....)	(.....)	(.....)
2	İSTANBUL-BAĞCILAR	(.....)	(.....)	(.....)	72.533	(.....)	(.....)	(.....)
3	İSTANBUL-BAHÇELİEVLER	(.....)	(.....)	(.....)	63.539	(.....)	(.....)	(.....)
4	İSTANBUL-BASAKŞEHİR	(.....)	(.....)	(.....)	59.127	(.....)	(.....)	(.....)
5	İSTANBUL-BEŞİKTAŞ	(.....)	(.....)	(.....)	42.500	(.....)	(.....)	(.....)
6	İSTANBUL-BEYLİKDÜZÜ	(.....)	(.....)	(.....)	91.615	(.....)	(.....)	(.....)

⁴ Kurulun 18.12.2008 tarih ve 08-73/1158-452 sayılı kararı.

⁵ Kurulun 15.04.2010 tarih ve 10-31/483-180 sayılı kararı.

⁶ Kurulun 31.10.2005 tarih ve 05-76/1030-287 sayılı kararı.

⁷ Kurulun 06.07.2006 tarih ve 06-47/632-180 sayılı kararı.

⁸ Kurulun 05.04.2007 tarih ve 07-30/293-110 sayılı kararı.

⁹ Kurulun 15.07.2009 tarih ve 09-33/728-168 sayılı kararı.

¹⁰ Kurulun 23.02.2011 tarih ve 11-10/186-62 sayılı kararı.

¹¹ Kurulun 09.02.2012 tarih ve 12-06/185-47 sayılı kararı.

¹² Kurulun 09.02.2017 tarih ve 17-06/56-22 sayılı kararı.

¹³Tablo-1’de yer alan “İlçedeki Toplam Satış Alanı” başlığı altında kullanılan veriler, tarafların bu konuda veri sunamamaları nedeniyle 2018 yılına ait 2018-3-24/Öİ sayılı dosyadan alınmıştır.

Devam (Tablo 1)								
	İlçeler	ALTUN GIDA	ŞAFAK GIDA	İşlem Taraflarının Toplam Satış Alanı	İlçedeki Toplam Satış Alanı	Devralma Öncesi Altun Gıda Pazar Payı (%)	Devralma Öncesi Şafak Gıda Pazar Payı (%)	Devralma Sonrası Tarafların Pazar Payı Toplamı (%)
7	İSTANBUL-BEYKOZ	(.....)	(.....)	(.....)	-	(.....)	(.....)	(.....)
8	İSTANBUL-BEYOĞLU	(.....)	(.....)	(.....)	-	(.....)	(.....)	(.....)
9	İSTANBUL-ESENLER	(.....)	(.....)	(.....)	28.237	(.....)	(.....)	(.....)
10	İSTANBUL-EYÜP	(.....)	(.....)	(.....)	52.723	(.....)	(.....)	(.....)
11	İSTANBUL-FATİH	(.....)	(.....)	(.....)	-	(.....)	(.....)	(.....)
12	İSTANBUL-GAZİOSMANPAŞA	(.....)	(.....)	(.....)	-	(.....)	(.....)	(.....)
13	İSTANBUL-KAĞITHANE	(.....)	(.....)	(.....)	54.122	(.....)	(.....)	(.....)
14	İSTANBUL-KADIKÖY	(.....)	(.....)	(.....)	-	(.....)	(.....)	(.....)
15	İSTANBUL-KARTAL	(.....)	(.....)	(.....)	75.470	(.....)	(.....)	(.....)
16	İSTANBUL-KÜÇÜKÇEKMECE	(.....)	(.....)	(.....)	95.977	(.....)	(.....)	(.....)
17	İSTANBUL-MALTEPE	(.....)	(.....)	(.....)	95.981	(.....)	(.....)	(.....)
18	İSTANBUL-PENDİK	(.....)	(.....)	(.....)	133.304	(.....)	(.....)	(.....)
19	İSTANBUL-SULTANGAZİ	(.....)	(.....)	(.....)	-	(.....)	(.....)	(.....)
20	İSTANBUL-ŞİŞLİ	(.....)	(.....)	(.....)	62.006	(.....)	(.....)	(.....)
21	İSTANBUL-TUZLA	(.....)	(.....)	(.....)	52.366	(.....)	(.....)	(.....)
22	İSTANBUL-ÜMRANIYE	(.....)	(.....)	(.....)	123.660	(.....)	(.....)	(.....)
23	İSTANBUL-ÜSKÜDAR	(.....)	(.....)	(.....)	77.221	(.....)	(.....)	(.....)

- (14) Yukarıdaki tabloda, toplam satış alanının 2018 yılı Şubat ayından günümüze kadar aynı kaldığı varsayımında dahi ilçe bazında en yüksek pazar payının %(.....) (Başakşehir) olduğu, bu oranın %(.....)'lik kısmının devralan konumundaki ALTUN GIDA'ya ait olduğu görülmektedir. Kaldı ki *Migros/Kipa*¹⁴ devralma kararında hâlihazırda market olarak kullanılmayan ancak potansiyel olarak market olmaya uygun alanların mevcut olduğu belirtilmiştir. Bu durum teşebbüslerin büyüme hedefleri ile birlikte değerlendirildiğinde satış alanlarının yıldan yıla artış gösterdiği söylenebilecektir. Bu kapsamda Tablo 1'de yer alan 2018 yılına ait "İlçedeki Toplam Satış Alanı" verisi, HTM perakendeciliği pazarında gerçekleşen yıllık tahmini büyüme oranı (%10) dikkate alınarak 2020 yılına uyarlanmıştır. Satış alanlarının tahmini artış oranına göre yeniden hesaplanması sonucunda ulaşılan pazar payı tablosuna ise aşağıda yer verilmektedir.

Tablo 2- HTM Organize Perakende Pazarında İşlemin Gerçekleşeceği İlçelerde İşlem Taraflarının Sahip Olduğu Mağazaların Tahmini m² Büyüklüğü ve Pazar Payları (2020)

	İlçeler	ALTUN GIDA	ŞAFAK GIDA	İşlem Taraflarının Toplam Satış Alanı	İlçedeki Toplam Satış Alanı	Devralma Öncesi Altun Gıda Pazar Payı (%)	Devralma Öncesi Şafak Gıda Pazar Payı (%)	Devralma Sonrası Tarafların Pazar Payı Toplamı (%)
1	İSTANBUL-AVCILAR	(.....)	(.....)	(.....)	73.229	(.....)	(.....)	(.....)
2	İSTANBUL-BAĞCILAR	(.....)	(.....)	(.....)	87.765	(.....)	(.....)	(.....)

¹⁴ 09.02.2017 tarih ve 17-06/56-22 sayılı Kurul kararı.

Devam (Tablo 2)								
	İlçeler	ALTUN GIDA	ŞAFAK GIDA	İşlem Taraflarının Toplam Satış Alanı	İlçedeki Toplam Satış Alanı	Devralma Öncesi Altun Gıda Pazar Payı (%)	Devralma Öncesi Şafak Gıda Pazar Payı (%)	Devralma Sonrası Tarafların Pazar Payı Toplamı (%)
3	İSTANBUL-BAHÇELİEVLER	(.....)	(.....)	(.....)	76.882	(.....)	(.....)	(.....)
4	İSTANBUL-BASAKSEHİR	(.....)	(.....)	(.....)	71.544	(.....)	(.....)	(.....)
5	İSTANBUL-BEŞİKTAŞ	(.....)	(.....)	(.....)	51.425	(.....)	(.....)	(.....)
6	İSTANBUL-BEYLİKDÜZÜ	(.....)	(.....)	(.....)	110.854	(.....)	(.....)	(.....)
7	İSTANBUL-BEYKOZ	(.....)	(.....)	(.....)	-	(.....)	(.....)	(.....)
8	İSTANBUL-BEYOĞLU	(.....)	(.....)	(.....)	-	(.....)	(.....)	(.....)
9	İSTANBUL-ESENLER	(.....)	(.....)	(.....)	34.167	(.....)	(.....)	(.....)
10	İSTANBUL-EYÜP	(.....)	(.....)	(.....)	63.795	(.....)	(.....)	(.....)
11	İSTANBUL-FATİH	(.....)	(.....)	(.....)	-	(.....)	(.....)	(.....)
12	İSTANBUL-GAZİOSMANPAŞA	(.....)	(.....)	(.....)	-	(.....)	(.....)	(.....)
13	İSTANBUL-KAĞITHANE	(.....)	(.....)	(.....)	65.488	(.....)	(.....)	(.....)
14	İSTANBUL-KADIKÖY	(.....)	(.....)	(.....)	-	(.....)	(.....)	(.....)
15	İSTANBUL-KARTAL	(.....)	(.....)	(.....)	91.319	(.....)	(.....)	(.....)
16	İSTANBUL-KÜÇÜKÇEKMECE	(.....)	(.....)	(.....)	116.132	(.....)	(.....)	(.....)
17	İSTANBUL-MALTEPE	(.....)	(.....)	(.....)	116.137	(.....)	(.....)	(.....)
18	İSTANBUL-PENDİK	(.....)	(.....)	(.....)	161.298	(.....)	(.....)	(.....)
19	İSTANBUL-SULTANGAZİ	(.....)	(.....)	(.....)	-	(.....)	(.....)	(.....)
20	İSTANBUL-ŞİŞLİ	(.....)	(.....)	(.....)	75.027	(.....)	(.....)	(.....)
21	İSTANBUL-TUZLA	(.....)	(.....)	(.....)	63.363	(.....)	(.....)	(.....)
22	İSTANBUL-ÜMRANİYE	(.....)	(.....)	(.....)	149.629	(.....)	(.....)	(.....)
23	İSTANBUL-ÜSKÜDAR	(.....)	(.....)	(.....)	93.437	(.....)	(.....)	(.....)

- (15) Tablo 2'de yer verilen mağazaların metrekare büyüklüğüne göre hesaplanmış 2020 yılına ait tahmini pazar payı verileri ele alındığında, HTM perakendecilik pazarında tarafların işlem sonrasında sahip olacakları pazar paylarının hiçbir ilçede %(.....)'i aşmadığı görülmektedir. Devralma sonucunda oluşan düşük pazar payları, pazarda faaliyet gösteren Bim, A101, Şok, Migros gibi ulusal zincirler ve bunlara ek olarak yerel zincirler birlikte değerlendirildiğinde söz konusu devralmanın rekabetçi açıdan endişeye yol açmayacağı değerlendirilmektedir.
- (16) Tablo 1 ve 2'de, Fatih, Gaziosmanpaşa ve Kadıköy ilçelerine ait toplam satış alanı verisinin bulunmadığı görülmektedir. Bu ilçelerden Fatih hariç diğerlerinde devredilen mağaza sayısı bir adetle sınırlıdır. Bu kapsamda yalnızca birer adet şubenin devredilmesinin, rekabetçi bir endişe yaratmayacağı değerlendirilmektedir.
- (17) İstanbul-Fatih ilçesinde, ALTUN GIDA'nın üç adet şubesi, devre konu ŞAFAK GIDA'nın ise iki adet şubesi bulunmaktadır. İşlem sonrasında Fatih ilçesinde ALTUN GIDA'nın toplam şube sayısı beş olacaktır. İlgili coğrafi pazar özelinde, ilçe bazında

toplam satış alanı bilgisi bulunmamakla birlikte, hem nüfus oranı¹⁵ hem tarafların sahip olduğu toplam satış alanı açısından kıyaslanabilir bir örnek teşkil eden Esenler ilçesinde gerçekleşen yoğunlaşma baz alındığında ve pazardaki diğer büyük perakendeciler göz önünde bulundurulduğunda, devralma işleminin İstanbul-Fatih ilçesi bakımından da rekabetçi endişe doğurmayacağı değerlendirilmektedir¹⁶.

- (18) Aynı zamanda tarafların HTM perakendeciliği pazarında elde ettiği ciro üzerinden Türkiye pazar paylarına bakıldığında, işlem öncesinde ALTUN GIDA'nın %(.....), ŞAFAK GIDA'nın ise %(.....) pazar payına sahip olduğu görülmektedir. İşlem sonrasında ALTUN GIDA Türkiye'de %(.....) civarında pazar payına sahip olacaktır.
- (19) Öte yandan, işlem öncesinde tarafların ayrı ayrı önemli bir pazar gücüne sahip olmadıkları, işlem sonrasında da bu tip bir pazar gücünün ortaya çıkma ihtimalinin bulunmadığı görülmektedir. Bu bağlamda, işlem konusu devralma sonrasında alıcı gücü açısından da rekabetçi bir sorun olmayacağı değerlendirilmektedir.

Yukarıda yer verilen inceleme ve değerlendirmeler sonucunda söz konusu işlemin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 7. maddesi kapsamında 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 doğuran nitelikte olmadığı, dolayısıyla bildirim konu işleme izin verilebileceği kanaatine varılmıştır.

¹⁵ TÜİK verileri göre, Esenler İlçesi nüfusu 450.344 iken Fatih İlçesinin nüfusu 443.090'dır. Esenler ilçesinde işlem sonrasında ALTUN GIDA'nın sahip olacağı toplam satış alanı (.....) metrekare, Fatih ilçesinde ise (.....) metrekaredir.

¹⁶ Nitekim hâlihazırda çalışmaları yürütülen HTM Perakendeciliği Sektör Araştırması'ndan derlenen verilere göre İstanbul ilinde Şok 'un 1650, A-101'in 1600, Bim'in 1500, Migros'un ise 500 civarında mağazası bulunmaktadır.

H. SONUÇ

- (20) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre, bildirim konusu işlemin 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi ve bu maddeye dayanılarak çıkarılan 2010/4 sayılı Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ kapsamında izne tabi olduğuna; işlem sonucunda etkin rekabetin önemli ölçüde azaltılmasının söz konusu olmaması nedeniyle işleme izin verilmesine, gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 60 gün içinde Ankara İdare Mahkemelerinde yargı yolu açık olmak üzere OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.