

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2010-3-44 (Devralma)
Karar Sayısı : 10-36/571-201
Karar Tarihi : 12.5.2010

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

10 **Başkan** : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI
Üyeler : Doç. Dr. Mustafa ATEŞ, Mehmet Akif ERSİN, İsmail Hakkı KARAKELLE, Murat ÇETİNKAYA, Reşit GÜRPINAR

B. RAPORTÖRLER: Nazlı VAROL, Nilgün KOCADAĞ

**C. BİLDİRİMDE
BULUNAN**

: Tab Gıda San. ve Tic. A.Ş.
Emirhan Cad. No:109 Kat:2 Balmumcu Beşiktaş/İstanbul

20 **D. TARAFLAR**

: Çelebi Holding A.Ş.
Nispetiye Cad. Akmerkez B Blok Kat:12 Etiler/İstanbul

Çelebi Hiz. Gıda İşl. Tur. San. Tic. A.Ş.

Çe-Tur Çelebi Tur. Tic. A.Ş.

Engin ÇELEBİOĞLU

Can ÇELEBİOĞLU

30

Canan ÇELEBİOĞLU TOKGÖZ

Ahmet Enis GÜNTEL

TAB Gıda San. ve Tic. A.Ş.

Emirhan Cad. No:109 Kat:2 Balmumcu Beşiktaş/İstanbul

Ertuğrul KURDOĞLU

Emirhan Caddesi Ata Kule No:109 Kat:19 34349

Dikilitaş/İstanbul

40

Erhan KURDOĞLU

Korhan KURDOĞLU

Tuna KURDOĞLU

Halil Sedat ÜRÜNDÜL

E. DOSYA KONUSU: TAB Gıda San. ve Tic. A.Ş. ve gerçek kişi hissedarları tarafından Çelebi Hiz. Restorant İşl. ve Gıda Tur. İnş. San. ve Tic. A.Ş.'nin hisselerinin devralınması işlemine izin verilmesi talebi.

F. DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 25.3.2010 tarih ve 2536 sayı ile giren ve en son 20.4.2010 tarih ve 410 sayı ile eksiklikleri tamamlanan bildirim üzerine, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 7. maddesi ile 1997/1 sayılı Rekabet Kurulu'ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ'in ilgili hükümleri uyarınca yapılan inceleme sonucu düzenlenen 3.5.2010 tarih ve 2010-3-44/Öİ-10-376.NV sayılı Birleşme/Devralma Ön İnceleme Raporu, 5.5.2010 tarih ve REK.0.07.00.00-120/178 sayılı Başkanlık Önergesi ile 10-36 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

G. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili Rapor'da; Çelebi Hizm. Rest. İşl. ve Gıda Tur. İnş. San. ve Tic. A.Ş.'nin hisselerinin tamamının, Tab Gıda San. ve Tic. A.Ş.'ye devredilmesini içeren bildirim konusu işlemin 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesine dayanılarak çıkarılan 1997/1 sayılı Tebliğ kapsamında izne tabi bir devir işlemi olduğu, bununla birlikte bu devralma işlemi ile 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi çerçevesinde ilgili pazarda yeni bir hakim durumun yaratılmasının veya mevcut bir hakim durumun güçlendirilerek, rekabetin önemli ölçüde azaltılmasının söz konusu olmaması nedeniyle söz konusu işleme izin verilebileceği sonuç ve kanaatine ulaşıldığı ifade edilmektedir.

H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

H.1.Taraflar

H.1.1. Çelebi Hiz. Restorant İşl. ve Gıda Tur. İnş. San. ve Tic. A.Ş. (Çelebi Restorant)

Çelebi Restorant, lisans sözleşmesine göre, uluslararası bir fast-food zinciri markası olan Arby's'in Türkiye'deki tek yetkili kullanıcısı olup Arby's markalı 8 restoran işletmektedir. Arby's adı altında işletilen restoranların 6'sı İstanbul'da, 1'i Ankara'da 1'i ise Antalya'dadır. Şirket hissedarlık yapısı Tablo-1'de sunulmuş olup şirketin hissedarlarından Çelebi Hizmet Gıda İşletmeleri Turizm San. Tic. A.Ş. Little Caesar's pizza zincirinin sahibidir.

Tablo:1 Çelebi Restorant'ın Hissedarlık Yapısı

Hissedarın Adı/Unvanı	Hisse Oranı (%)
Çelebi Holding A.Ş.	
Çelebi Hiz. Gıda İşl. Tur. San. Tic. A.Ş.	
Çe-Tur Çelebi Tur. Tic. A.Ş.	
Engin ÇELEBİOĞLU	
Can ÇELEBİOĞLU	
Canan ÇELEBİOĞLU TOKGÖZ	
Ahmet Enis GÜNTEL	
Toplam	

Kaynak: Bildirim Formu

Çelebi Restorant'ın yönetim kurulu üyeleri;

oluşmaktadır. Bunun yanı sıra şirket hissedarı olan diğer şirketlerin yönetim kurulları da aynı şekildedir. Tablo-1'den de görüldüğü üzere Çelebi Restorant'ın hisselerinin Çelebi Holding A.Ş.'ye aittir. Dolayısıyla Çelebi Holdingin

hissedarlık yapısına da bakılmalıdır. Aşağıda sırasıyla Çelebi Holding A.Ş.'nin, Çelebi Hiz. Gıda İşl. Tur. San. Tic. A.Ş.'nin ve Çe-Tur Çelebi Tur. Tic. A.Ş.'nin hissedarlık yapılarına yer verilmektedir:

Tablo-2: Çelebi Holding A.Ş. Hissedarlık Yapısı

Hissedarın Adı/Unvanı	Hisse Oranı (%)
Engin ÇELEBİOĞLU	
Can ÇELEBİOĞLU	
Canan ÇELEBİOĞLU TOKGÖZ	
Ahmet Enis GÜNTEL	
Çelebi Danışmanlık	
Çe-Tur	
Toplam	

Kaynak: Bildirim Formu ve Ekleri

Tablo-3: Çelebi Hiz. Gıda İşl. Tur. San. Tic. A.Ş. Hissedarlık Yapısı

Hissedarın Adı/Unvanı	Hisse Oranı (%)
Çelebi Holding	
Engin ÇELEBİOĞLU	
Can ÇELEBİOĞLU	
Canan ÇELEBİOĞLU TOKGÖZ	
Ahmet Enis GÜNTEL	
Toplam	

Kaynak: Bildirim Formu ve Ekleri

100 Tablo-4: Çe-Tur Çelebi Tur. Tic. A.Ş Hissedarlık Yapısı

Hissedarın Adı/Unvanı	Hisse Oranı (%)
Çelebi Holding	
Engin ÇELEBİOĞLU	
Can ÇELEBİOĞLU	
Canan ÇELEBİOĞLU TOKGÖZ	
Ahmet Enis GÜNTEL	
Toplam	

Kaynak: Bildirim Formu ve Ekleri

Çelebi Restoran'ın TL olan 2009 yılı cirosunun tamamını işlettiği Arby's restoranlarından elde ettiği dosya mevcudundan anlaşılmıştır.

H.1.2. Tab Gıda San. ve Tic. A.Ş. (Tab Gıda)

110 Tab Gıda, uluslararası fast-food zincirleri olan Burger King (Hamburger Ürünleri Zinciri), Popeyes (Tavuk Ürünleri Zinciri) ve Sbarro (Pizza Ürünleri Zinciri) markalarının Türkiye'deki tek işletmecisi olarak faaliyet göstermektedir. Şirketin Türkiye genelinde toplam mağazası bulunmakla birlikte bunlarınsı Burger King,'i Popeyes,'si Sbarro restoranıdır. Şirketin hissedarlık yapısına Tablo-5'te yer verilmektedir.

Tablo-5: Tab Gıda Hissedarlık Yapısı

Hissedarın Adı/Unvanı	Hisse Oranı (%)
Ertuğrul KURDOĞLU	
Halil Sedat ÜRÜNDÜL	
Korhan KURDOĞLU	
Erhan KURDOĞLU	
Tuna KURDOĞLU	
Ömer Ali ÜRÜNDÜL	
Entegre Harç San. ve Tic. A.Ş.	
Ata İnşaat A.Ş.	
Ata Holding A.Ş.	
Toplam	

Kaynak: Bildirim Formu

Tab Gıda'nın yönetim kurulu üyeleri ise;

120oluşmaktadır. Şirketin 2009 yılına ait cirosu
..... TL'dir.

H.2. İlgili Pazar

H.2.1. Sektöre İlişkin Genel Bilgiler

130 Hızlı yemek sektörü veya fast-food sektörü değişik bakış açılarından farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Bir yaklaşım fast-food perakende sektörünü, dört genel özelliği olan, bitmiş ve nihai bir ürün olarak tanımlamaktadır. Buna göre sektörde yer alan ürünlerin fiyatı nispeten düşüktür. Üretim ve servis süresi kısadır. Ürünün elle yenilebilir özelliği ve kullanıldıktan sonra atılabilen bir ambalajı, hatta bazen çatal bıçak takımı vardır. Nihai ürünün dayanıklılık süresi sıcak fast-food ürünler için dakikalarla, soğuk ürünler için saatlerle ifade edilir. Bu genel kategori kapsamına dahil olan tipik hızlı yemek ürünleri arasında kutulanmış veya kullanıma hazır içeceklerin yanı sıra hamburgerler, balık ve patates, kepeyle sunulan dondurma, kebaplar, kızartılmış ya da ızgara yapılmış tavuk, parmak patates, pizza, Çin ya da Hint paket servisleri, sandviçler ve diğer pişmiş hazır ürünler sayılabilir.

140 Fast-food sektöründe uluslararası genişleme sağlanırken kullanılan belli başlı yöntemler isim hakkı verme, ortak yatırımlar ve bir dereceye kadar da satın almalarıdır.

Son yıllarda fast-food sektöründe çok hızlı bir değişim yaşanmaktadır. Bu hızlı değişime ayak uydurabilmek için sektörde yer alan işletme yöneticilerinin en uygun rekabetçi pazarlama stratejilerini geliştirme ve uygulama zorunlulukları vardır. Genelde fast-food sektöründe, kalite, konum, makul fiyat, hızlı servis, kolay ulaşım ve fast-food ürünlerinin yüksek değeri (lezzet, sağlıklı yiyecek, restoranın temizliği) gibi kavramlar, zincirde yer alan işletmeler tarafından pazarlama stratejileri geliştirilirken kullanılmaktadır.

150 Sektör verilerine göre fast-food, 2008 yılında yaşanan küresel mali krize rağmen (Euro Monitor'un sektör raporuna göre %21 oranında) büyüyen bir sektör olmuştur. Sektörü zincir markalar ve bağımsız işletmeler olarak iki ayrı gruba ayırmak mümkündür. Bağımsız işletmeler kriz dolayısıyla değer kaybı yaşarken zincir işletmeler değer kazanmışlardır. Bunun en önemli sebeplerinden biri zincir markalar tarafından krizde yapılan yüksek yatırımlardır. Ayrıca alışveriş merkezlerinin sayısında yaşanan artışın da büyümede önemli bir etken olduğu söylenebilir. Çünkü bu artışa paralel olarak zincir markaların servis noktalarında da artışlar yaşanmıştır.

160 2008 yılında en popüler fast-food kanalı hamburger türü ürünlerin satıldığı kanal olmuştur. Hamburgerlerin sağlıklı beslenmeyi daha az göz önünde bulunduran gençler ve çalışan insanlar arasındaki popülaritesi, güçlü satışları destekleyen bir unsurdur. Sektörde faaliyet gösteren Mc Donald's (Anadolu Grubu) ve Burger King (Tab Gıda) çocuklara, öğrencilere ve gençlere yönelik promosyonlarıyla satışlarını artıran firmalardır. Tavuk ürünleri de fast-food sektöründe önemli bir yere sahiptir. Çünkü kırmızı ete göre daha sağlıklı bir fast-food olarak algılanmaktadır. Bu alanda

Kentucky Fried Chicken büyük yatırımlar yapmış ve satışlarını krizde de indirim kampanyalarıyla artırmıştır.

170 Son dönemde fast-food sektöründe faaliyet gösteren teşebbüslerin büyük çoğunluğu evlere servis, alo paket gibi hizmetler de vermeye başlamışlardır. Paket servis (takeaway) türünde satışlar, fast-food kanalında diğer cafe/bar, tam servis restoranlar (full service restaurant/FSR) gibi yeme-içme kanallarına göre daha yüksektir.

180 Tab Gıda ve Anadolu Endüstri, fast-food kanalının hem satış değerleri hem de restoran adetleri bakımından lider teşebbüsleridir. Tab Gıda; Popeye's ile tavuk, Sbarro ile Pizza, Burger King ileyse hamburger kanalında faaliyet göstermektedir. Tab Gıda, 2008 yılında restoranlarının sayısını kayda değer biçimde artırarak en yüksek büyüme payına sahip olan teşebbüstür. Teşebbüs 2009 yılında da Popeye's restoranlarının sayısını ..'den ...'e, Sbarro restoranlarının sayısını ..'den ...'ye, Burger King restoranlarının sayısınıysa ...'ten'ya çıkarmıştır.

Aşağıdaki tablolarda fast-food sektöründe yer alan alt sektörler göre sektörün büyüklüğü (Değer ve restoran sayısı bazında) ve zincir kanalında yer alan markaların pazar paylarına yer verilmiştir.

Tablo 6: Alt Sektörlere Göre Fast-Food Restoranları Sayıları (2003-2008)¹

Alt Sektörlere Göre Fast-food	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Zincir Fast-food	386	415	375	472	593	795
Bağımsız Fast-food	2.013	2.139	2.254	2.402	2.542	2.675
Hamur İşi Fast-food	170	267	339	462	564	665
Zincir Fast-food	60	67	75	106	130	170
Bağımsız Fast-food	110	200	264	356	434	495
Hamburger Fast-food	604	642	693	783	873	995
Zincir Fast-food	176	182	196	245	290	361
Bağımsız Fast-food	428	460	497	538	583	634
Tavuk Fast-food	19	21	22	25	48	73
Zincir Fast-food	19	21	22	25	48	73
Bağımsız Fast-food	0	0	0	0	0	0
Dondurma Fast-Food	1.475	1.479	1.493	1.509	1.529	1.554
Zincir Fast-food				1	4	8
Bağımsız Fast-food	1.475	1.479	1.493	1.508	1.525	1.546
Orta Doğu Fast-food	56	69	82	94	103	142
Zincir Fast-food	56	69	82	94	103	142
Bağımsız Fast-food	0	0	0	0	0	0
Pizza Fast-food				1	18	41
Zincir Fast-food				1	18	41
Bağımsız Fast-food						
Toplam Fast-food	2.399	2.554	2.629	2.874	3.135	3.470

Kaynak: Euro Monitor Sektör Raporu 2009

190 Tabloya göre zincir kanalında faaliyet gösteren restoran sayısı bağımsız kanala göre oldukça düşük olup zincir restoran sayısı bağımsız restoranların yaklaşık %30'u kadardır. Alt sektörler bazında ise tavuk ve pizza fast-food restoranlarının hemen hemen tamamı zincir restoranlardan; hamburger, dondurma ve hamur işi fast-food restoranlarının ise büyük bir kısmı bağımsız restoranlardan oluşmaktadır. Orta Doğu Fast-Food Restoranlarının ise tamamı zincir restoranlardan oluşmaktadır.

¹ Sektöre ilişkin 2009 yılı verilerine ulaşılamadığından değerlendirmede 2008 yılı verileri esas alınmıştır.

Tablo 7: Değere Göre Fast-Food Alt Sektörleri, 2003-2008 (Milyon YTL)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Zincir Fast-food	417,7	475,6	453,4	545,7	660,3	857,3
Bağımsız Fast-food	169,8	197,2	219,5	240,6	258,5	256,1
Hamur İşleri	31	34,7	39,1	58,1	67,6	94,5
Zincir Fast-food	20,3	22,3	24,4	40,9	47,6	71,1
Bağımsız Fast-food	10,7	12,4	14,7	17,3	20	23,4
Hamburger Fast-food	434,8	498	505,6	580,5	664,8	779,1
Zincir Fast-food	330,6	375,1	369,6	430,3	502,2	621,3
Bağımsız Fast-food	104,2	122,9	136,1	150,2	162,6	157,7
Tavuk Fast-food	18,4	19,9	21,0	28	53,5	77,6
Zincir Fast-food	18,4	19,9	21,0	28	53,5	77,6
Bağımsız Fast-food	0	0	0	0	0	0
Dondurma Fast-food	54,9	61,9	68,8	73,4	76,9	77,3
Zincir Fast-food				0,3	1	2,3
Bağımsız Fast-food	54,9	61,9	68,8	73,1	75,9	75
Orta Doğu Fast-food	23,4	29,9	38,5	46	50,4	72,2
Zincir Fast-food	23,4	29,9	38,5	46	50,4	72,2
Bağımsız Fast-food						
Pizza Fast-food				0,3	5,6	12,7
Zincir Fast-food				0,3	5,6	12,7
Bağımsız Fast-food						
Toplam Fast-food	587,5	672,9	673	786,3	918,7	1.113,40

Kaynak: Euro Monitor Sektör Raporu 2009

Tablo-6 ile Tablo-7 karşılaştırıldığında, zincir kanalındaki restoran sayısı bağımsız kanaldaki restoran sayısına göre oldukça düşük, bağımsız kanalın yaklaşık %30'u kadar olmasına rağmen, 2008 yılında zincir kanalı değer bakımından toplam fast-food sektöründe %77, bağımsız kanal %23 paya sahiptir.

200

Tablo 8: Markalara Göre 2005-2008 Yılları Fast-Food Pazar Payları

Marka	2005	2006	2007	2008
Burger King				
Mc Donald's				
KFC				
Sultan Ahmet Köftçisi				
Hacıoğlu Restoranları				
Popeye's				
Dunkin' Donuts				
Simit Sarayı				
Quiznos				
Sbarro				
Subway				
Duran Sandviç				
Arby's				
Tatlıses Lahmacun				
Haagen Dazs				
Ben&Jerry's				
Sütte				
Diğer				
Toplam				

Kaynak: Euro Monitor Sektör Raporu

Tablodan da görüldüğü üzere Burger King ve Mc Donald's, fast-food zincir kanalının lideri konumundadır. Ancak Burger King yıllar içinde pazar payını yükseltme eğilimindeyken, Mc Donald's'ın pazar payı kaybettiği görülmektedir. Diğer yandan KFC'nin ve Popeyes'in tavuk ürünlerinin fast-food sektöründeki önemini artırdığı anlaşılmaktadır.

210 H.2.2. İlgili Ürün Pazarı

İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz'da atıf yapılan 1997/1 sayılı Tebliğ'in 4. maddesine göre, devralma işlemlerinde devre konu mal veya hizmetlerle tüketicinin gözünde fiyatı, kullanım amaçları ve nitelikleri bakımından aynı sayılan mal veya hizmetlerden oluşan pazar, ilgili ürün pazarını oluşturmaktadır. Dolayısıyla belirli bir ürün ve onunla yüksek ikame edilebilirliği olan diğer ürünlerden oluşan pazar, ilgili ürün pazarının tanımında temel alınmaktadır.

220 Bu paralelde, bildirim konu teşebbüsün faaliyet gösterdiği ürün pazarının tanımlanmasında öncelikle üzerinde durulması gereken husus teşebbüsün sunduğu ürün ve/veya hizmetin niteliğidir. Devralan teşebbüs Tab Gıda, Burger King, Popeye's ve Sbarro'nun Türkiye'deki yatırımcısıdır. Burger King bugün itibarıyla fast-food sektöründe Türkiye'de hem restoran sayısı bakımından hem de değer bakımından lider konumundadır. Popeye's ise tavuk fast-food sektöründe giderek büyüyen bir seyir izlemektedir. Sbarro'nun Türkiye'deki varlığı diğerlerine göre daha yeni olup ürün portföyü ağırlıklı olarak pizza ürünlerinden oluşmaktadır. Devreden firmanın işlettiği Arby's restoranlarının ürün portföyü ise ağırlıklı olarak sandviç ürünlerinden oluşmaktadır. Dört marka da hem ürünün hazırlandığı restoranda hem de eve sipariş yoluyla hizmet vermektedirler. Bu bağlamda, devralma işlemi ilgili pazar açısından incelendiğinde karşılaşılabilecek en geniş pazarın "hızlı servis restoranları" olduğu görülmüştür. Nitekim bu restoranlar çabuk servis esasına dayanmaları, nispi olarak daha düşük fiyatlar sunmaları ve uzun saatler açık olmaları nedeniyle geleneksel restoranlardan ayrılmaktadır. Hızlı servis restoranları pazarına, franchise yoluyla faaliyet gösteren markalı zincir restoranların yanı sıra yerel ve bağımsız restoranlar da dâhildir.

230 18.10.2002 tarihli, 02-63/794-324 sayılı (Burger King) ve 17.6.2005 tarihli, 05-40/558-137 sayılı (McDonald's) Kurul kararlarında da yer verildiği üzere hızlı servis restoranları dört alt sektöre ayrılmaktadır:

- 240 - fast-food restoranları
- paket/eve teslim restoranları (take away/home delivery)
- self-servis kafeteryalar
- sokak satıcıları/büfeler

Yukarıda yer verilen Burger King kararında sınıflandırmaya ilişkin yapılan değerlendirmede paket/eve teslim restoranlarını fast-food restoranlarından ayıran özellikler şu şekilde belirlenmiştir:

- Teslimat tüketicinin evine yapıldığından, teslimat alanı tüketicinin evine kadar uzandığı müddetçe restoranın konumu önem arz etmez ve restoranın oturmaya ayrılan kısmı gereksizdir.
- 250 - Ürünler fast-food restoranlarının ürünlerine nispeten daha pahalı, tam servis hizmet veren restoranlara göre daha ucuzdur.
- Tüketiciler genelde eve teslimden dolayı ek ücret ödemeye hazırdırlar.

McDonald's kararında sınıflandırmaya ilişkin değerlendirmesinde ise; pazarın dinamiğiyle birlikte fast-food restoranları ile paket/eve teslim restoranları arasındaki ayrıma dayanak oluşturan ilgili özelliklerin zaman içerisinde büyük ölçüde ortadan kalktığına, dolayısıyla iki pazar arasındaki ayrımın belirsizleşmeye başladığına değinilmiştir. Anılan kararda da yer verildiği üzere son dönemde birçok fast-food restoranı eve teslim hizmeti vermeye başlamış olup bugün itibarıyla anılan iki hızlı servis restoranı yalnızca hizmetin sunulduğu mekân anlamında farklılaşmaktadır. Bu bağlamda, paket/eve teslim restoranlarının fast-food restoranlarına dâhil olduğu bir sınıflandırma, pazarın bugünkü yapısı ile daha yakından örtüşmekte ve hızlı servis restoranları aşağıdaki şekilde üçlü bir ayrıma tabi tutulmaktadır:

- Fast-food restoranları
- Self-servis kafeteryalar
- Sokak satıcıları/büfeler.

Yukarıda yer verilen açıklamalar ve Burger King, Popeye's, Sbarro ve Arby's restoranlarının hem fast-food restoran hem de paket/eve teslim restoran olma özelliğini haiz olduğu göz önünde bulundurularak, ilgili ürün pazarının "fast-food restoranları pazarı" olarak tanımlanması uygun bulunmuştur.

H.2.3. İlgili Coğrafi Pazar

Devralan Tab Gıda, Burger King, Popeyes ve Sbarro markaları ile toplam 35 ilde 77 noktada hizmet vermektedir. Devredilen Çelebi Restorant ise Arby's markasıyla İstanbul(6), Ankara (1) ve Antalya(1)'da toplam 8 noktada hizmet vermektedir. Fast-food restoranları pazarı günümüzde hızlı bir yayılma eğilimi sergilemekte olup bu olgu firmanın geleceğe ilişkin hizmet sunulan nokta sayısını artırma planları ile birlikte değerlendirildiğinde hizmet sunulan coğrafyanın önümüzdeki dönemde daha da genişleyeceği anlaşılmaktadır. Diğer yandan Sektör, talep yönünden değerlendirildiğinde ilgili coğrafi pazarın devreden ve devralan teşebbüslerin ikisinin de faaliyet gösterdikleri iller bazında tanımlanması uygun olabilecektir.

Bununla birlikte İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz'un 20. maddesinde "*inceleme konusu işlem, gerek ürün gerekse de coğrafi açıdan olası alternatif pazar tanımları çerçevesinde rekabet açısından endişeler yaratmıyor ya da alternatif tüm tanımlar açısından rekabeti bozucu bir etki söz konusu oluyorsa pazar tanımı yapılmayabilir.*" denilmektedir. Dolayısıyla, tüm olası pazar tanımlarında rekabetçi endişe yaratmayan birleşme/devralma işlemleri bakımından Kurulun ilgili pazarı tanımlamayabileceği ifade edilmelidir. Bu noktadan hareketle, ilgili işleme yönelik yoğunlaşma analizinde pazar tanımının değerlendirmeyi değiştirmeyecek oluşu nedeniyle, dosya kapsamında kesin bir coğrafi pazar tanımı yapılmayacaktır. Ancak işlemin değerlendirilmesine yönelik yoğunlaşma analizi, pazara yönelik daha sağlıklı bilgilerin elde edilebilmesinden ötürü, ilgili coğrafi pazarın Türkiye olduğu kabul edilerek yapılmıştır.

H.3. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

300 H.3.1. İşlemin Niteliği

Bildirim konusu işlem Çelebi Restorant'ın tüm hisselerinin Tab Gıda tarafından devralınmasından ibarettir. Devredenler (Çelebi Holding A.Ş., Çelebi Hzm. Gıda İşl

Tur. San. Tic. A.Ş., Çe-Tur Çelebi Tur. Tic. A.Ş., Canan Çelebioğlu Tokgöz, Can Çelebioğlu, Engin Çelebioğlu, Ahmet Enis Güntel) ile devralanlar (Tab Gıda San. ve Tic. A.Ş., Ertuğrul Kurdoğlu, Erhan Kurdoğlu, Korhan Kurdoğlu, Tuna Kurdoğlu, Halil Sedat Üründül, Ömer Ali Üründül) arasında 17.3.2010 tarihinde imzalanan hisse devir sözleşmesi ile Çelebi Restorant'ın hisselerinin tamamı devredilmiştir. Alıcı, bu işlem vasıtasıyla fast-food pazarına yatırım yapmayı amaçlamaktadır.

310

4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi ve 1997/1 sayılı Tebliğ'in 2. maddesi gereğince herhangi bir teşebbüsün ya da kişinin diğer bir teşebbüsün malvarlığını yahut ortaklık paylarının tümünü devralması, Kanun kapsamında devralma olarak tanımlanmıştır. Bildirime konu işlem sonucunda Çelebi Restorant'ın tüm hisseleri, dolayısıyla kontrolü Tab Gıda'ya geçeceğinden, işlem 4054 sayılı Kanun kapsamında devralma işlemidir.

Devredilen Çelebi Restorant'ın devir sonrası oluşacak hissedarlık yapısına Tablo-9'da yer verilmiştir.

320

Tablo-9: Çelebi Restorant'ın İşlem Öncesi ve Sonrası Ortaklık Yapısı

İŞLEM ÖNCESİ		İŞLEM SONRA	
Pay Sahibi	Pay Oranı(%)	Pay Sahibi	Pay Oranı(%)
Çelebi Holding A.Ş.		Tab Gıda San. ve Tic. A.Ş.	
Çelebi Hiz. Gıda İşletmeleri Tur. San. Tic. A.Ş.		Ertuğrul KURDOĞLU	
Çe-Tur Çelebi Tur. Tic. A.Ş.		Erhan KURDOĞLU	
Engin Çelebioğlu		Korhan KURDOĞLU	
Can ÇELEBİOĞLU		Tuna KURDOĞLU	
Canan ÇELEBİOĞLU TOKGÖZ		Halil Sedat ÜRÜNDÜL	
Ahmet Enis GÜNTEL		Ömer Ali ÜRÜNDÜL	

Kaynak: Bildirim Formu

4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi uyarınca yayımlanan 1997/1 sayılı Tebliğ'in 4. maddesine göre devralma sonucunda devralmayı gerçekleştiren teşebbüslerin, ülkenin tamamında veya bir bölümünde ilgili ürün piyasasında, toplam pazar paylarının piyasanın %25'ini aşması halinde veya bu oranı aşmasa bile toplam cirolarının yirmibeş milyon TL'yi aşması halinde Rekabet Kurulu'ndan izin alınması zorunludur.

330

Tablo-10: İşlem Taraflarının 2008 Yılına Ait Pazar Payları ve Restoran Sayıları

İşlem Tarafı	Pazar Payı/ Restoran Sayısı			
	Burger King	Popeye's	Sbarro	Arby's
Tab Gıda				
Çelebi Restorant				

Kaynak: Bildirim Formu ve Ekleri

Tablodan da anlaşıldığı üzere işlem taraflarından Tab Gıda, Burger King, Popeye's ve Sbarro markaları ile Fast-Food Restoranları pazarında toplam %..... pazar payına sahiptir. Devredilen Çelebi Restorant'ın pazar payı ise %'tür. Dolayısıyla işlem taraflarından sadece Tab Gıda'nın pazar payı 1997/1 sayılı Tebliğ ile belirlenmiş eşik değer üzerinde.

340

Diğer yandan Tab Gıda'nın 2009 yılına ait cirosuTL'dir. Çelebi Restorant'ın 2009 yılına ait cirosu ise TL'dir. Her iki cironun da tamamı tarafların ilgili ürün pazarındaki faaliyetlerinden elde edilmiştir. Tarafların toplam ciroları 1997/1 sayılı Tebliğ ile belirlenmiş olan eşik üzerinde.

Dolayısıyla; başvuru konusu işlem, 1997/1 sayılı Tebliğ ile belirlenmiş pazar payı ve ciro eşiğini aştığından, izne tabidir.

H.3.2. Yoğunlaşma Analizi

350 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi bir ya da birden fazla teşebbüsün hâkim durum yaratmaya veya hâkim durumlarını daha da güçlendirmeye yönelik olarak, ülkenin bütünü yahut bir kısmında herhangi bir mal veya hizmet piyasasındaki rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğuran birleşme/devralmaları yasaklamaktadır. İncelemeye konu devralma işleminin hukuki niteliğinin ortaya konması için söz konusu işlem ile hâkim durum yaratılıp yaratılmadığı veya mevcut bir hâkim durumun daha da güçlendirilip güçlendirilmediği değerlendirilmelidir.

360 Hakim durum değerlendirmesinde öncelikle dikkate alınması gereken husus, teşebbüslerin pazar payıdır. Pazar payı önemli bir gösterge olsa da bir teşebbüsün hakim durumda olup olmadığını belirlemede tek başına kullanılacak yeterlikte değildir. Pazar payının yanı sıra teşebbüslerin pazardaki konumları, pazarın yapısı, giriş (çıkış) engelleri gibi hususların da değerlendirilmesi gerekmektedir.

Tablo-8'de görüldüğü üzere, iki marka pazarın lideri konumundadır. Devralan firmanın tasarrufunda olan Burger King, %..... oranı ile en yüksek pazar payına sahip olan markadır. Buna karşılık Mc Donald's'ın pazar payı %.....'dır. Bunların dışındaki markalara ait pazar payları ise genel olarak %..... arasında değişmektedir.

370 Devralan teşebbüs Tab Gıda'nın fast-food pazarındaki toplam payı %.....'dir. Bu pazar payı teşebbüsü pazarda lider olarak konumlandırmakla beraber, teşebbüsün hakim durumda olduğuna tek başına gösterge olabilecek derecede yüksek değildir. Kaldı ki sadece pazar payından yola çıkarak bir teşebbüsün hakim durumda olduğunu söylemek de mümkün değildir.

Fast-food sektörü ülkemizde krize rağmen hız kaybetmeden büyüyen bir sektör konumundadır. Sektör henüz doyumluğa erişmemiş olup 2013 yılına kadar sektörün yeni açılan alışveriş merkezleri ve restoranlarla %..... oranında büyüyeceği Euro Monitor'un sektör raporuna göre tahmin edilmektedir. Bu büyümenin ise daha çok zincir kanalında olacağı öngörülmektedir.

380 Fast-food pazarı yüksek giriş engellerinin bulunmadığı bir pazardır. Uluslararası fast-food zincirleri Türkiye pazarına genel olarak franchise vererek girmektedirken, bağımsız kanalda çok yüksek yatırım masraflarına katlanmadan faaliyete başlamak mümkündür. Zira bağımsız kanaldaki restoran sayısının çokluğunun bu durumla da ilişkisi olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

390 Diğer yandan pazarda lider konumunda olan Burger King'in Mc Donald's gibi güçlü bir rakibi bulunmaktadır. Zira sektördeki oyuncuları etkileyen unsurların başında rakipleri gelmektedir. Pazarın yapısı, teşebbüslerin pazardaki konumu ve pazara giriş engellerinin olmayışı Tab Gıda'nın pazar payıyla birlikte değerlendirildiğinde, teşebbüsün fast-food pazarında hakim durumda bulunduğu işaret etmemektedir.

Birleşme sonrası oluşacak pazar yapısını değerlendirmek gerekirse, pazarda restoranla ... ilde faaliyetlerini sürdürmekte olan Tab Gıda'nın devralma işlemi sonrasında restoran sayısı'ye çıkacaktır. Bununla birlikte teşebbüsün pazar payındaki artış %.... gibi çok düşük bir oranda gerçekleşecektir. Devralma işlemi sonucunda pazar payında %...'in altında bir artış yaşanacağı dikkate alınarak, işlem sonrasında pazarda yeni bir hakim durum oluşmayacağı veya rekabetin önemli ölçüde azaltılmayacağı kanaatine varılmıştır.

- 400 Öte yandan ilgili coğrafi pazarın dar bir şekilde, devralınan teşebbüse ait Arby's restoranlarının bulunduğu "İstanbul, Ankara, Antalya" illeri olarak tanımlanması halinde dahi, Arby's restoranlarının pazar payının anılan şehirlerde oldukça düşük olduğu dikkate alınarak, devralma işleminin gerçekleşmesi neticesinde yeni bir hakim durum oluşturulması ya da var olan hakim durumun güçlendirilmesi söz konusu olmayacaktır.

I. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

- 410 Bildirim konusu işlemin 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi ve bu maddeye dayanılarak çıkarılan 1997/1 sayılı "Rekabet Kurulu'ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ" kapsamında izne tabi olduğuna, işlem sonucunda aynı Kanun maddesinde belirtilen nitelikte hakim durum yaratılmasının veya mevcut hakim durumun güçlendirilmesinin ve böylece rekabetin önemli ölçüde azaltılmasının söz konusu olmaması nedeniyle işleme izin verilmesine OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.