

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2015-3-1
Karar Sayısı : 16-14/233-97
Karar Tarihi : 20.04.2016

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Prof. Dr. Ömer TORLAK
Üyeler : Arslan NARİN, Fevzi ÖZKAN, Dr. Metin ARSLAN,
Doç. Dr. Tahir SARAÇ, Kenan TÜRK, Adem BİRCAN

B. RAPORTÖRLER: Didem ULUÇ, Hatice ODABAŞ BUBA, İ. Hilmi KOÇAK

C. BAŞVURUDA

BULUNAN : Pepsi Cola Servis ve Dağıtım Ltd. Şti.
Temsilcisi: Av. İlmutluhan SELÇUK
Ebulula Mardin Cad. No: 57 Akatlar Beşiktaş/İstanbul

- (1) **D. DOSYA KONUSU:** Migros Ticaret A.Ş'nin Anadolu Endüstri Holding A.Ş. tarafından devralınmasına ilişkin 09.07.2015 tarih ve 15-29/420-117 sayılı Kurul kararının 2577 sayılı idari Yargılama Usulü Kanununun 11. maddesi çerçevesinde gözden geçirilerek düzeltilmesi talebi.
- (2) **E. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 26.02.2016 tarih ve 1396 sayı ile giren başvuru üzerine hazırlanan 05.04.2016 tarih ve 2015-3-1/BN-02 sayılı Bilgi Notu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (3) **F. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili Bilgi Notunda; Migros Ticaret A.Ş.'nin (MİGROS) Anadolu Endüstri Holding A.Ş. (AEH) tarafından devralınmasına ilişkin 09.07.2015 tarih ve 15-29/420-117 sayılı Kurul kararında ilgili pazarlar bakımından yapılan analiz ve tespitlerle kolalı içecek pazarının bira pazarından farkının açıkça ortaya konulduğu görüldüğünden söz konusu Kurul kararında herhangi bir değişiklik yapılmasına gerek bulunmadığı kanaatine ulaşıldığı ifade edilmiştir.

G. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

G.1. Başvuru

- (4) Başvuru sahibi, MİGROS'un tek kontrolünün AEH tarafından devralınması işlemine bira pazarında oluşan rekabetçi endişeler nedeniyle Kurul tarafından belirli taahhütler çerçevesinde izin verildiğini, ancak söz konusu pazara çok benzer özellik gösteren kolalı/gazlı içecek pazarı bakımından Pepsi Cola Servis ve Dağıtım Ltd. Şti.'nin (PEPSICO) inceleme sürecinde dile getirdiği rekabetçi endişelerin Kurul tarafından kabul edilmediğini ifade etmektedir.
- (5) PEPSICO tarafından iki pazarın benzerliğine ilişkin sunulan gerekçelerde;
- AEH'nin gerek bira gerekse kolalı gazlı içecek pazarındaki faaliyetleri nedeniyle yüksek pazar payı ve hakim pazar gücüne sahip olduğu,
 - Bira pazarında ikinci oyuncu olan TUBORG'un, PEPSICO'dan daha yüksek pazar payına sahip olduğu,
 - Anadolu Efes ve Coca-Cola'nın nihai satış noktaları ile sözleşme veya fiili uygulamalarla münhasırlık ilişkisi kurmasının Kurul kararları ile yasaklandığı,
 - MİGROS'un, gerek TUBORG gerekse PEPSICO açısından açık ara en büyük müşteri konumunda olduğu,

- TUBORG açısından 2014 yılında (en büyük ikinci müşteri konumundaki) Carrefoursa'nın payının MİGROS'un ancak üçte birine denk olduğu, bahse konu durumun PEPSICO açısından da benzer olduğu ve 2014 yılında PEPSICO'nun MİGROS'a yaptığı kolalı/gazlı içecek satışlarının, aynı kapsamda Carrefoursa'ya yapılan satışların kolalı içeceklerde 2,5 katına, gazlı içeceklerde ise 3 katına denk geldiği,
- Organize perakende kanalının kolalı/gazlı içecekler alanında biraya göre daha önemli paya sahip olduğu,
- MİGROS'un kolalı/gazlı içecekler pazarındaki toplam satışlarının %10'unu gerçekleştiren ulusal zincir marketler içindeki payının bira pazarındaki görünümüne paralel biçimde %50 (ve hatta üzerinde) olduğu,

ifade edilmiştir.

(6) Öte yandan, devralma kararında;

- İlgili ürün pazarının hatalı tanımlandığı, zira 10.09.2007 tarih ve 07-70/864-327 sayılı Coca-Cola muafiyetin geri alınması kararında pazarın "gazlı içecekler pazarı" olarak alındığı,
- İlgili ürün pazarının kolalı veya gazlı içecek olarak ele alınması AEH ve MİGROS'un pazar konumlarını ve işleme dair rekabetçi analizin yönünü değiştirmiyor olsa da değerlendirmede gazlı içecek pazarının bütün olarak ele alınması gerektiği,
- TUBORG'un organize perakendecilere yönelik satışları içerisinde MİGROS'un aldığı paya bakıldığı ve MİGROS'un kendisinden sonra gelen Carrefoursa'nın 3 katı büyüklükte bir paya sahip olduğu vurgusu yapıldığı, PEPSICO bakımından ise organize perakende yerine toplam alkolsüz içecek satışlarında MİGROS'un aldığı paya bakıldığı, nitekim PEPSICO tarafından satışı yapılan gerek kolalı içecekler gerekse tüm gazlı içecekler açısından, MİGROS'un ulusal zincir mağazalar içinde tek başına %(.....); yerel zincir mağazalar dahil edildiğinde ise %(.....) paya sahip olduğu,
- MİGROS'un bira pazarında organize perakende kanalında yaklaşık %(.....) paya sahip olduğu, PEPSICO bakımından ise toplam kolalı içecek pazarının dikkate alındığı, oysa MİGROS kolalı içecek satışlarının ulusal ve yerel zincir mağazalar içindeki payının %(.....) olduğu, sadece zincir mağazalar bakımından bu oranın %(.....)'ya çıktığı,
- TUBORG'un MİGROS'tan dışlanması ve bunu başka kanallarda telafi edememesi durumunda pazar payında düşüş yaşayacağı, PEPSICO'nun kaybının diğer perakendeciler vasıtasıyla telafi edilebileceği yönünde yapılan değerlendirmenin gerekçesiz olduğu, nitekim Karar'da geleneksel perakende kanalının, bira satışlarında çok daha ağırlıkta (%90 oranında) bir yer tutmasına rağmen MİGROS'tan dışlanmanın olumsuz etkisini telafi edebileceğine dair bir değerlendirme yapılmamış iken kolalı içeceklerde daha düşük pay (%70) ile bunun aksine bir işlev göreceği hususunun ileri sürüldüğü,
- Bira pazarında MİGROS'un bulunurluk oranlarına önemli katkı sağladığı değerlendirilirken aynı incelemenin kolalı/gazlı içeceklerde yapılmadığı,
- TUBORG'un MİGROS'tan olası dışlanma senaryosunda AEH karlılığının nasıl etkileneceğinin analiz edildiği ve bunun AEH karlılığına olumlu yansıtacağı değerlendirildiği, fakat benzer bir analizin kolalı/gazlı içecekler için yapılmadığı,
- Bira pazarında tüketicilerin marka sadakati, MİGROS Club Kart (CRM) verilerinin

AEH'ye sağladığı avantaj konuları incelenirken kolalı içeceklerde aynı incelemenin yapılmadığı,

- İnceleme kapsamında Ekonomik Analiz Araştırma Dairesi tarafından bira pazarında işlemin etkilerini değerlendiren bir rapor hazırlandığı ve söz konusu raporda AEH'nin devralma sonrasında TUBORG'u MİGROS'tan dışlama güdüsüne sahip olabileceğinin değerlendirildiği, aynı incelemenin kolalı içecekler bakımından yapılmadığı

hususları vurgulanmıştır.

- (7) Sonuç olarak başvuruda, MİGROS'un organize perakende kanalının en önemli oyuncusu olduğu, gazlı içecekler alanında çok daha önemli bir paya sahip olduğu ve TUBORG'un bira pazarındaki pazar gücünün, PEPSICO'nun gazlı içecekler pazarında sahip olduğundan çok daha yüksek olması nedenleriyle, Karar'daki değerlendirmenin objektif gerekçelerle izah edilemeyeceği dile getirilmiştir. Bu kapsamda, söz konusu Karar'ın 2577 sayılı İdari Yargılama Usulü Kanunu'nun 11. maddesi uyarınca gözden geçirilerek düzeltilmesi ve bira pazarındakine benzer şekilde gazlı içecek pazarı bakımından ek tedbirler/taahhütler getirilmesi talep edilmektedir.

G.2. Değerlendirme

- (8) AEH tarafından Moonlight Capital S.A. kontrolündeki MH Perakendecilik ve Ticaret A.Ş.'nin çoğunluk hisselerinin devralınması suretiyle MİGROS üzerinde kontrolün sağlanması işlemine Kurul'un 09.07.2015 tarihli ve 15-29/420-117 sayılı kararı ile bira pazarı bakımından sunulan belirli taahhütler çerçevesinde izin verilmiştir.
- (9) Kararda ilgili ürün pazarları, önceki tarihli Kurul kararları ile uyumlu şekilde "kapalı satış yapılan bira pazarı", alkolsüz içeceklere yönelik olarak ise Kurul'un 10.9.2007 tarih ve 07-70/864-327 sayı ile 14.10.2010 tarih ve 2010-3-154 sayılı kararlarında yapılan ayrıma benzer şekilde "kolalı içecek", "portakallı (aromalı) gazoz", "sade gazoz", "paketlenmiş su", "meyve suyu, nektarı ve meyveli içecekler", "buzlu çay", "sporcu içeceği", "enerji içeceği" pazarı olarak belirlenmiş; ayrıca işlemde etkilenen diğer pazarlar olan "zeytinyağı pazarı", "HTM perakende organize pazarı", "toptan perakende pazarı", "kırtasiye malzemeleri pazarı" ve "yaş sebze meyve pazarı" hakkında değerlendirme yapılmıştır.
- (10) Karar kapsamında bira pazarının yanı sıra kolalı içecekler pazarı bakımından da oldukça ayrıntılı değerlendirmeler yapıldığı görülmektedir. Kararın kolalı içecekler pazarına ilişkin bölümünde, başvuru sahibi olan PEPSICO tarafından Kurum'a gönderilen bilgiler doğrultusunda çeşitli değerlendirmeler yapılmıştır. Bu kapsamda, öncelikle belirlenen ilgili ürün pazarı tanımına uygun şekilde alkolsüz içecek pazarı bakımından PEPSICO'nun perakende satışları içerisinde MİGROS'un payı incelenmiştir. Burada MİGROS'un payı 2014 yılı için (.....) olarak gerçekleşmiştir. Söz konusu verilerden hareketle daha ayrıntılı değerlendirmeye geçilerek, kolalı içecekler pazarında MİGROS'un organize kanaldaki ve toplam kolalı içecekler pazarındaki payı incelenmiştir. PEPSICO'dan gelen verilerden yola çıkılarak yapılan hesaplamada MİGROS'un 2014 yılında organize kanalda kolalı içecek pazarındaki payının (.....), Türkiye ev kanalı bakımından payının ise (.....) olarak gerçekleştiği görülmüştür.
- (11) Söz konusu verilerin analizi sonucunda, her ne kadar MİGROS organize kanalda PEPSICO'nun en büyük müşterisi olsa da, toplam kolalı içecek pazarı dikkate alındığında MİGROS'un sahip olduğu önemi büyük oranda yitirdiği, dolayısıyla MİGROS'un kolalı içecekler pazarında hem organize kanalda hem de Türkiye çapında çok önemli bir oyuncu konumunda bulunmadığı tespiti yapılmıştır.

16-14/233-97

- (12) Öte yandan, kolalı içecekler pazarında PEPSICO'nun MİGROS kanalıyla yaptığı satışların organize kanalda ve toplam kolalı içecek pazarındaki satışlarına oranı da incelenmiş olup organize kanal bakımından 2014 yılı için MİGROS satışlarının oranının (.....) olduğu, dolayısıyla MİGROS satışlarının bu teşebbüslerin toplam pazar paylarına düşük oranda katkı yaptığı vurgulanmıştır.
- (13) Bu noktada, MİGROS'ta PEPSICO satılmaması ve teşebbüsün bu kaybını diğer perakendecilerden telafi edememeleri durumunda dahi pazarın genelinde PEPSICO'nun (.....) pazar payı kaybedeceği, bu olasılığın gerçekleşmesi durumunda dahi söz konusu kaybın diğer organize ve geleneksel perakendecilerde telafi edilebileceği vurgulanmıştır. Kolalı içeceklerin organize kanaldaki hemen her perakendeci tarafından satılıyor olması ve bu ürünler bakımından geleneksel kanalın yıllardır ağırlığını koruyarak kolalı içecek ticaretinin %70'ini oluşturuyor olması hususlarının yukarıda yer verilen analizi desteklediği ifade edilmiştir. Söz konusu tespitlerden hareketle, devralmanın müşteri kısıtlaması suretiyle kolalı içecek pazarında AEH'nin hakim durumunu güçlendirmeyeceği sonucuna varılmıştır.
- (14) PEPSICO'nun faaliyet gösterdiği aromalı gazoz pazarı bakımından yapılan değerlendirmede ise öncelikle AEH'nin rakiplerine kıyasla görece yüksek bir pazar payına sahip olduğu, ancak bu pazarda MİGROS kanalıyla yapılan satışların organize kanalda yapılan satışlar içerisindeki payının 2014 yılında (.....) olarak gerçekleştiği belirtilmiştir. Bu noktada, organize kanalda 2008-2010 yıllarında (.....) olan MİGROS'un payının 2011'de (.....) puan düştüğü, 2011 sonrasında da bu düşüşün devam ettiği ve 2013 ve 2014 yıllarında (.....) seviyesine gerilediği, dolayısıyla organize kanal içerisinde MİGROS vasıtasıyla yapılan satışların yıllar itibariyle azaldığı tespiti yapılmıştır.
- (15) Öte yandan, aromalı gazoz pazarında ev kanalındaki satışların organize ve geleneksel kanal ayrımı incelenmiştir. Burada 2014 yılı için pazarın %66'sının geleneksel kanaldan oluştuğu ve pazarın ağırlıklı olarak geleneksel kanalda yapılan satışlara dayandığı tespiti yapılmıştır. Son olarak, aromalı gazoz pazarında AEH'nin rakiplerinin MİGROS kanalıyla yaptıkları satışların organize kanalda yapılan satışlar içerisindeki payı incelenmiş, 2008 yılında organize kanal içerisindeki PEPSICO satışlarının (.....) MİGROS vasıtasıyla yapılmakta iken bu verinin 2014 yılında (.....) seviyesine düştüğü tespiti yapılmıştır. Sonuç olarak, AEH'in MİGROS'tan çıkarılması halinde PEPSICO'nun 2014 yılında organize kanalda MİGROS satışlarından kazandığı (.....) pazar payını kaybedeceği, bu kaybın PEPSICO'nun aromalı gazoz pazarındaki toplam pazar payına etkisinin ise (.....) olacağı tespiti yapılmıştır.
- (16) Öte yandan, Karar'da kolalı içecek ve aromalı gazoz pazarları bakımından yapılan ortak değerlendirmede, bu pazarların yapısal olarak bira pazarından önemli farklılıklar gösterdiği vurgulanmıştır. Bu noktada, öncelikle bira pazarından farklı olarak bu pazarlarda teşebbüslerin MİGROS'tan dışlanmaları halinde kayıplarını telafi edebilecekleri perakendeci sayısının fazla olması önemlidir. Özellikle bira pazarında göz ardı edilen alkollü içki satmayan geleneksel kanal, indirim ve yerel marketler, alkolsüz ticari içecek üreticileri için önemli bir alternatif teşkil etmektedir.
- (17) Ayrıca bu pazarlar özelinde bira pazarından farklı olarak reklama yönelik herhangi bir kısıtlama olmaması hususu da önem arz etmektedir. Reklam yasaklarının olmaması MİGROS'un bira pazarı için taşıdığı önemi kolalı ve gazlı içecek pazarı için azaltmaktadır.
- (18) Son olarak, bira pazarında düopol bir yapı bulunmasına rağmen özellikle aromalı gazoz pazarında özel markalı ürünler de dahil olmak üzere daha fazla sayıda oyuncu bulunmasının, rakiplerin olası pazar payı kayıplarından diğer rakiplerin de faydalanabileceği anlamına geldiği ve rakiplerinin pazar payı kayıplarından doğrudan AEH'nin faydalanacağı savını zayıflattığı vurgulanmıştır.

16-14/233-97

- (19) Bu çerçevede 09.07.2015 tarih ve 15-29/420-117 sayılı Kurul kararında ilgili pazarlar bakımından yapılan analiz ve tespitlerle kolalı içecek pazarının bira pazarından farkının açıkça ortaya konulduğu görüldüğünden Kurul kararında herhangi bir değişiklik yapılmasına gerek bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

H. SONUÇ

- (20) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre, 09.07.2015 tarihli ve 15-29/420-117 sayılı Kurul kararının yeniden değerlendirilmesine yer olmadığına ve başvurunun reddine OYBİRLİğİ ile karar verilmiştir.