

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2009-3-15 (Devralma)
Karar Sayısı : 09-07/130-42
Karar Tarihi : 18.2.2009

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

10

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

B. RAPORTÖRLER: Tarkan ERDOĞAN, Erdem AKTEKİN

C. BİLDİRİMDE

20

BULUNAN : CarrefourSA Carrefour Sabancı Tic. ve Alışveriş Merkezi A.Ş.
Temsilcileri: Av. Gökçe TÜRKÖĞLU, Av. Merter ÖZAY
Dudullu Asfaltı No:1 Küçükbakkalköy / İstanbul

D. TARAFLAR : CarrefourSA Carrefour Sabancı Tic. ve Alışveriş Merkezi A.Ş.
Dudullu Asfaltı No:1 Küçükbakkalköy / İstanbul

Yıldırımlar Gıda Dağıtım Ticaret ve Sanayi A.Ş.
Toros Mah. M. Bulvar Üzeri No: 42 Erciyes Plaza Altı
Seyhan / Adana

30

E. DOSYA KONUSU: Mehmet BELÜK, Muammer BELÜK ve Hasan ÇAKIR'ın maliki olduğu ve Yıldırımlar Gıda Dağıtım Ticaret ve Sanayi A.Ş. tarafından işletilen Adana ili Seyhan ilçesinde faaliyet gösteren 'Güzelyalı' isimli süpermarketin ve Mustafa Remzi DURAK'ın maliki olduğu Yıldırımlar Gıda Dağıtım Ticaret ve Sanayi A.Ş. tarafından işletilen Adana ili Seyhan ilçesinde faaliyet gösteren 'Kenan Evren' isimli süpermarketin mevcut kira sözleşmelerinin devri yoluyla CarrefourSa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş. tarafından sabit değerleriyle birlikte devralınması işlemine izin verilmesi talebi.

40

F. DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 22.1.2009, tarih ve 595 sayı ile giren ve en son 9.2.2009 tarih ve 1017 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 11.2.2009 tarih ve 2009-3-15/Öİ-09-TE sayılı Birleşme/Devralma Raporu, 12.2.2009 tarih ve REK.0.07.00.00-120/47 sayılı Başkanlık Önergesi ile 09-07 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

50

G. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili Rapor'da;
Adana ili Seyhan ilçesinde Yıldırımlar Gıda Dağıtım Ticaret ve Sanayi A.Ş. tarafından işletilen 'Güzelyalı' ve 'Kenan Evren' isimli süpermarketlerin, süpermarketlerin

malikleri ile Yıldırımlar Gıda Dağıtım Ticaret ve Sanayi A.Ş. arasındaki kira sözleşmelerinin devri yoluyla CarrefourSA Carrefour Sabancı Ticaret ve Alışveriş Merkezi A.Ş. tarafından sabit değerleriyle birlikte devralınması işleminin, 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesine dayanılarak çıkarılan 1997/1 sayılı Tebliğ kapsamında izne tabi bir devir işlemi olduğu, bununla birlikte devralma işlemi ile 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi çerçevesinde yeni bir hakim durumun yaratılmasının veya mevcut bir hakim durumun güçlendirilerek, rekabetin önemli ölçüde sınırlandırılmasının söz konusu olmaması nedeniyle işleme izin verilebileceği sonuç ve kanaatine ulaşıldığı ifade edilmektedir.

60

H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

H.1. Taraflar

H.1.1. CarrefourSA Carrefour Sabancı Ticaret ve Alışveriş Merkezi A.Ş. (CarrefourSA)

Dosya konusu işlemde devralan taraf olan CarrefourSA, Türkiye'de kurulu, halka açık bir anonim şirkettir. Şirket başlıca Hipermarket ve Süpermarketler formatlarında perakendecilik sektöründe Türkiye genelinde 470 mağaza ile faaliyet göstermektedir. Yaklaşık 7.500 çalışana sahip, CarrefourSA'nın ortaklık yapısına Tablo 1'de yer verilmiştir.

70

Tablo 1- CarrefourSA Ortaklık Yapısı

Pay Sahibi	Pay Oranı (%)
Carrefour Nederland B.V.	(...)
H.Ö.Sabancı Holding A.Ş.	(...)
Bilfer Madencilik ve Turizm A.Ş.	(...)
Afife Özel	(...)
İMKB' de İşlem Gören	(...)
TOPLAM	100,00

CarrefourSA yönetim kurulu üyeleri; Haluk Dinçer (Yönetim Kurulu Başkanı), Guillaume Henri Marie Vicaire (CarrefourSA Genel Müdürü), Christophe Emmanuel Rabatel, Franck Emile Tassan, Eric Patrick Reiss, Christophe Guillaume Martin, Thierry Garnier, Faruk Bilen, Muhterem Ahmet Aykaç ve Hayri Çulhacı'dan oluşmaktadır.

80

CarrefourSA'nın 2007 yılı toplam cirosu (.....) TL, 2008 yılı ilk 9 aylık cirosu ise (.....) TL olarak gerçekleşmiştir. CarrefourSA'nın Adana il merkezinde biri CarrefourSA Express olmak üzere faaliyette bulunan 2 süpermarketi bulunmaktadır. CarrefourSA'nın organize perakende pazarında faaliyet gösteren diğer bir şirketi ise DiaSA Dia Sabancı Süpermarketleri Ticaret A.Ş.dir.

H.1.2. Yıldırımlar Gıda Dağıtım Ticaret ve Sanayi A.Ş. (Yıldırımlar)

Perakende ve toptan gıda satışı alanında faaliyet gösteren Yıldırımlar, Adana il merkezinde 4 adet süpermarket işletmektedir. Devir işlemi sonrasında 2 süpermarkette perakende ve toptan gıda sektörlerinde faaliyette bulunmaya devam edecek olan Yıldırımlar'ın ortaklık yapısı Tablo 2'de sunulmaktadır.

90

Tablo-2 Yıldırımlar'ın Ortaklık Yapısı

Pay Sahibi	Pay Oranı (%)
Süleyman YILDIRIM	(...)
Songül YILDIRIM	(...)
Samet YILDIRIM	(...)
Fatma CİN	(...)
Yaşar YEŞİLYURT	(...)
TOPLAM	100,00

100 Yıldırımlar'ın yönetim kurulu üyeleri; Süleyman Yıldırım (Başkan), Songül Yıldırım ve Samet Yıldırım'dan oluşmaktadır. Yıldırımlar'ın 2007 yılı toplam cirosu (.....) TL, 2008 yılı ilk 9 aylık cirosu ise (.....) TL olarak gerçekleşmiştir. Teşebbüsün 2008 yılı toplam cirosunun (.....) TL olarak gerçekleşmesi beklenmektedir. Yıldırımlar'ın devir öncesi işlettiği süpermarketlere ilişkin m² ve ciro bilgileri Tablo 3'de yer almaktadır.

Tablo-3 Yıldırımlar'ın İşlettiği Süpermarketler

Şube	Şube Satış Alanı (m2)	Yıllık Ciro (2008 Tahmini) (TL)
Kenan Evren	(...)	(...)
Güzelyalı	(...)	(...)
Diğer	(...+...)	(...)

H.2. İlgili Pazar

H.2.1. Sektöre İlişkin Genel Bilgiler

110 Hızlı tüketim malları (HTM) perakendeciliği, raf devir hızları yüksek, fiyatları düşük, satın alma kararı için fazla düşünülmeyen, 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 mobilya, elektronik gibi dayanıklı tüketim mallarının satışı yapıyor olsa da bu sektörün cirosunun çok büyük bir bölümü HTM satışından gerçekleşmektedir ve bu mağazaların tüketici gözünde asıl işlevi HTM satışlarıdır.

120 HTM perakendeciliği sektörünün temel aktörlerini hipermarketler, süpermarketler, orta marketler, marketler, bakkallar, büfeler, ihtisas mağazaları olarak sıralamak mümkündür. Türkiye'de perakende pazarının %60'ını bakkal, market, büfe gibi geleneksel satış noktaları oluşturmaktadır. Geleneksel perakendecileri oluşturan bakkalların HTM perakendeciliği içerisindeki payı gittikçe azalmakta ve bunlar zamanla yerlerini modern perakendecilere bırakmaktadır. Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği verilerine göre organize perakende yatırımlarının önemli bir göstergesi olan aylık toplam metrekare rakamları, 2008 yılı Haziran ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre %25 oranında bir artış sergilemiştir. Yaşanan bu süreç içerisinde modern perakendecilik yapan büyük çaplı, zincir mağazalar birleşme ve devralmalar yoluyla kendi içlerinde birleşmelere gitmektedir. Nitekim 2005 ve 2006
130 yıllarında Kurul'un izniyle gerçekleşen *Carrefoursa/Gima*¹, *Migros/Tansaş*² ve *Kiler/Canerler*³ devralmaları bu yönelimin önemli göstergeleridir.

¹ 17.6.2005 tarih ve 05-40/557-136 sayılı Kurul kararı

² 31.10.2005 tarih ve 05-76/1030-287 sayılı Kurul kararı

³ 4.5.2006 tarih ve 06-32/392-102 sayılı Kurul kararı

Sektörün içinde bulunduğu dönüşüm süreci, modern sektörde gerçekleşen birleşme ve devralmaları son derece hassas hale getirmektedir. Önümüzdeki dönemde, geleneksel kesimin ağırlığını yitirecek olması, hem tedarikçilerle hem de tüketicilerle ilişkiler açısından modern sektörde rekabetçi bir yapı oluşmasının önemini arttırmaktadır.

H.2.2. İlgili Ürün Pazarı

140

İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz'da 1997/1 sayılı Tebliğ'e atıfta bulunarak ilgili ürün pazarının tespitinde dikkate alınacak unsurlar belirtilmektedir. Buna göre ürün pazarının tespitinde tüketicinin gözünde fiyatı, kullanım amaçları ve nitelikleri bakımından aynı sayılan mal ve hizmetlerden oluşan pazar dikkate alınmakta, ayrıca tespit edilen pazarı etkileyebilecek diğer unsurlar da değerlendirilebilmektedir

150

Tüketim malları organize perakendesi açısından alım ve satım pazarları dosya konusu devirde etkilenecek pazarları oluşturmaktadır. Bu nedenle ilgili ürün pazarı, esas olarak tüketim malları perakende pazarı ve alım (tedarik) pazarı başlıkları altında değerlendirilecektir.

H.2.2.1. Tüketim Malları Perakende Pazarı

160

28.1.2008 tarih ve 06-04/56-M sayılı İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz'un 20. paragrafında; inceleme konusu işlem, gerek ürün gerekse coğrafi açıdan olası alternatif pazar tanımları çerçevesinde rekabetçi endişeler yaratmıyor ise pazar tanımı yapılmayabileceği belirtilmiştir. Söz konusu Kılavuz'un ilgili hükmünden hareketle, Kurul'un benzer dosyalardaki farklı pazar tanımlamalarının varlığı ve bildirim konu işlemin etkilerinin incelendiği alternatif pazar tanımlarında başvuruya konu devralmanın rekabeti bozucu bir etki yaratmayacak oluşu, dosya konusu işleme ilişkin HTM perakende pazarı bakımından ilgili ürün pazarı tanımı yapılması gerekliliğini ortadan kaldırmaktadır. Bu sebeple bu pazar bakımından dosya konusu işlemde, kesin bir ilgili ürün pazarı tanımı yapılmasına gerek olmadığı kanaatine varılmıştır.

H.2.2.2 Alım (Tedarik) Pazarı

170

Üreticiler ile perakendeciler arasında yer alan alım pazarında, üretici açısından önemli nokta, üreticinin üretimini değiştirme ve üretimini farklı kanallarda satabilme esnekliğidir. Genelde üreticiler belirli bir ürün veya ürün grubunda uzmanlaşarak üretim yapmaktadır. Üreticilerden süpermarket ortamında satılan ürünlerin hepsini üretmelerini beklemek, dolayısıyla tek bir tedarik pazarından bahsetmek mümkün değildir. Bu nedenle, alım gücüyle ilgili yapılacak incelemenin, üretim anlamında birbirine ikame teşkil eden ürünlerin bir araya geldiği ürün gruplarını ayrı ilgili pazarlar şeklinde tanımlamak suretiyle yapılması yerinde olacaktır. Bu bağlamda alım pazarı, et ve et ürünleri, beyaz et ve yumurta ürünleri, unlu ürünler, sütü ürünler, bira, şarap ve alkollü içkiler, alkolsüz içkiler, sıcak içecekler (kahve ve çay), şekerli ürünler (çikolata, kek gibi), temel gıdalar (un, şeker, pirinç gibi), dondurulmuş ürünler, bebek mamaları, ev hayvanları yiyecekleri, vücut bakım ürünleri ve ev temizlik ürünleri olarak ayrı ayrı belirlenmiştir.

180

H.2.3. İlgili Coğrafi Pazar

Devralmaya konu olan mağazalar Adana İli Seyhan İlçesinde bulunmaktadır. Seyhan İlçesi Adana İlinin merkez ilçesidir. Her ne kadar tüketim malları perakende pazarı için coğrafi pazar Adana il merkezi olarak tanımlanabilirse de, coğrafi pazar tanımının ne şekilde yapıldığı işlemin sonucunu değiştirmeyeceğinden bu dosya kapsamında belirli bir coğrafi pazar tanımı yapılmamıştır.

190

Alım pazarında ilgili coğrafi pazar ise konu ile ilgili alınmış olan önceki Kurul kararları da dikkate alınarak "Türkiye" olarak belirlenmiştir.

H.3. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

H.3.1. İşlemin Niteliği

İncelemeye konu işlem Mehmet Belük, Muammer Belük ve Hasan Çakır'ın maliki olduğu ve Yıldırımlar tarafından işletilen "Güzelyalı" isimli 515 m²lik süpermarketin ve Mustafa Remzi Durak'ın maliki olduğu yine Yıldırımlar tarafından işletilen "Kenan Evren" isimli 640 m²lik süpermarketin, malikler ile Yıldırımlar arasındaki kira sözleşmelerinin devri vasıtasıyla CarrefourSA tarafından sabit değerleriyle birlikte devralınmasıdır. Devir sözleşmesine göre Rekabet Kurulu onayı akabinde devir konusu süpermarketler için imzalanacak kira sözleşmelerinin CarrefourSa lehine tapuya şerh edilmesi ve devredilecek sabit kıymetlerin teslimlerinin gerçekleştirilmesi öngörülmektedir.

200

Kira sözleşmesinin devri yoluyla Yıldırımlar'a ait kiracılık hakları CarrefourSa'ya devredilecektir. Ayrıca işlem kapsamında süpermarketlere ait olan demirbaşlar (sabit kıymetler) CarrefourSa tarafından alınacaktır. Kira sözleşmesinin devri ile bu süpermarketlerin ilgili yerlerdeki müşteri portföyü CarrefourSa'nın kontrolüne geçecektir.

210

1997/1 sayılı Tebliğ sadece malvarlığının ve mülkiyetinin devrini değil malvarlığının yönetiminde hak sahibi olma yetkisi veren araçların devrini de devralma işlemi olarak kabul etmektedir. Kiralama yoluyla malvarlığının yönetiminin ele geçirilmesi veya malvarlığının mülkiyetinin satın alınması işlemin finansmanı ile ilgili bir durum olup, malvarlığının yönetimi her iki durumda da devralana geçmektedir. Bu husus 1997/1 sayılı Tebliğ'in 2. maddesinde "... kontrol, ayrı ayrı ya da birlikte, fiilen ya da hukuken bir teşebbüs üzerinde belirleyici etki uygulama olanağını sağlayan haklar, sözleşmeler veya başka araçlarla ve özellikle bir teşebbüsün malvarlığının tamamı veya bir kısmı üzerinde mülkiyet veya işletilmeye müsait bir kullanma hakkıyla veya bir teşebbüsün organlarının oluşumunda veya kararları üzerinde belirleyici etki sağlayan haklar veya sözleşmelerle meydana getirilebilir..." şeklinde yer almaktadır: Dolayısıyla bildirim konu işlem, 1997/1 sayılı Tebliğ bakımından bir devralmadır.

220

1997/1 sayılı Tebliğ'in 2. maddesi anlamında birleşme veya devralma kabul edilen bir işlemin, Rekabet Kurulu'ndan izin almak üzere bildirilmesi zorunlu bir işlem olarak değerlendirilebilmesi için, aynı Tebliğ'in 1998/2 sayılı Tebliğ ile değişik 4. maddesine göre, "...işlemi gerçekleştiren teşebbüslerin, ülkenin tamamında veya bir bölümünde

230

ilgili ürün piyasasında, toplam pazar paylarının, piyasanın %25'ini aşması veya bu oranı aşmasa bile toplam cirolarının yirmi beş milyon TL aşması..." gerekmektedir.

CarrefourSA'nın 2008'in ilk 9 aylık bölümünde elde ettiği ciro (.....) TL'dir. Aynı dönemde Yıldırımlar ise toplam (.....) TL ciro elde etmiştir. Her ne kadar her iki teşebbüsün de 2008 yıl sonu ciro bilgileri henüz netleşmemiş olsa da, ilk 9 aylık ciro toplamları 1997/1 sayılı Tebliğ'de belirtilen 25 milyon TL'lik eşiği aşmaktadır. Bu nedenle, işlem izne tabidir.

240 H.3.2. İşlemin Rekabetçi Etkilerinin Değerlendirilmesi

4054 sayılı Kanun 7. maddesi ile "Bir ya da birden fazla teşebbüsün hâkim durum yaratmaya veya hâkim durumlarını daha da güçlendirmeye yönelik olarak, ülkenin bütünü yahut bir kısmında herhangi bir mal veya hizmet piyasasındaki rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğuracak şekilde birleşmeleri (...)" yasaklanmaktadır. Bu nedenle işlemin tüketim malları organize perakende ve alım (tedarik) pazarında hakim duruma veya hakim durumun güçlenmesine yol açıp açmadığı aşağıda incelenmektedir.

250 H.3.2.1. Tüketim Malları Organize Perakende Pazarı

Başvuru konusu işlem bakımından kesin bir ilgili ürün pazarı veya coğrafi pazar tespit edilmemiş olup, Adana il merkezi coğrafi pazarında işlemin 300-1000 m² arası satış alanına sahip süpermarketlerin ve 1000 m²'den büyük alana sahip süpermarketlerin yer aldığı tüketim malları organize perakende pazarlarında etkileri incelenecektir. Adana il merkezinde faaliyet göstermekte olan firmalara ilişkin pazar paylarını gösterir tablolar 300-1000 m² alana sahip ve 1000 m² üstü alana sahip süpermarketler için ayrı ayrı aşağıda sunulmaktadır.

260 Tablo-4 Adana Merkez'de faaliyet gösteren 300-1000 m² arası alana sahip süpermarketler ve pazar payları

Firma	Şube Sayısı	Toplam Satış Alanı (m ²) ⁴	Yıllık Ciro (TL)	Pazar Payı (%)
Yıldırımlar(Kenan Evren)	1	640	(.....)	(...)
Yıldırımlar (Güzelyalı)	1	515	(.....)	(...)
CarrefourSA Express	1	900	(.....)	(...)
Yıldırımlar (Diğer) ⁵	1	350	(.....)	(...)
Çetinkaya	4	1.950	(.....)	(...)
Kiler	4	2.000	(.....)	(...)
Migros	17	10.800	(.....)	(...)
Gizerler Market	2	1.700	(.....)	(...)
Töre Market	1	400	(.....)	(...)
A Market	1	800	(.....)	(...)
Groseri Market	10	6.675	(.....)	(...)
TOPLAM	43	26.730	268.238.500,00	100,00

⁴ Tablonun bu sütununda teşebbüslerin 300-1000 m² alana sahip şubelerinin toplam satış alanı verilmiş olup, hesaplamaya dahil olan her bir şubenin satış alanı 300-1000 m² arasındadır.

⁵ Yıldırımlar'ın Adana il merkezindeki diğer mağazasının satış alanı 250 m² olduğundan, bu mağazaya ilişkin bilgiler tabloya dahil edilmemiştir.

Tablo-5 Adana Merkez'de faaliyet gösteren 1000 m² üzeri alana sahip süpermarketler ve pazar payları

Firma	Şube Sayısı	Toplam Satış Alanı (m ²) ⁶	Yıllık Ciro (TL)	Pazar Payı (%)
CarrefourSA	1	10.057	(.....)	(...)
Metro	1	12.000	(.....)	(...)
Real	1	10.000	(.....)	(...)
Çetinkaya	1	2.250	(.....)	(...)
Kiler	2	2.250	(.....)	(...)
Migros	3	4.700	(.....)	(...)
Gizerler Market	1	1.500	(.....)	(...)
Töre Market	1	1.500	(.....)	(...)
TOPLAM	11	44.257	343.971.255,00	100,00

270 Tablolardan, devre konu marketlerin, 300–1000 m² arası alana sahip süpermarketlerin yer aldığı organize perakende pazarında %(...) pazar payına sahip olduğu görülmektedir. Aynı pazarda CarrefourSA'nın pazar payı ise %(...)'dür. İşlem sonrasında CarrefourSA'nın anılan pazardaki payı %(...)'ye çıkacaktır. Devredilen her iki süpermarketin de 1000 m²den az alana sahip olması nedeniyle, devir işlemi 1000 m² üzeri alana sahip süpermarketlerin oluşturduğu pazarda herhangi bir etki yaratmayacaktır

I.3.2.2. Alım (Tedarik) Pazarı

280 Gıda ağırlıklı organize perakende sektöründe faaliyet gösteren teşebbüslerin Türkiye genelindeki 2007 yılına ait pazar paylarına Tablo 6'da yer verilmektedir.

Tablo 6 - Organize Perakende Sektöründe Pazar Payları

Teşebbüs	Pazar Payı (%)
Migros	(....)
CarrefourSA	(....)
BİM	(....)
KİPA	(....)
Kiler	(....)
Diğer	(....)
TOPLAM	100,00

290

Bu pazarda ulusal zincir olmayan Yıldırımlar'ın pazar payının %(...)'den çok daha düşük olduğu tahmin edilmektedir. Bu işlem sonucunda CarrefourSA'nın Türkiye genelinde pazar payındaki artış çok küçük düzeyde olacaktır. CarrefourSA'nın alım gücünde meydana gelecek bu artışın ilgili alım pazarlarının herhangi birinde hakim durum yaratılması sonucunu doğurmayacağı kanaatine varılmıştır.

300 H.3.3. Rekabet Etmeme Yükümlülüğü

Bildirim konusu devralma işleminin tarafları arasında imzalanan Devir Sözleşmesi'nin 8. maddesinde, Yıldırımlar'ın, hali hazırda işletmekte olduğu ve devre konu olmayan iki süpermarketi hariç olmak üzere, devredilen süpermarketlerin çevresindeki 1 km çaplı alanda veya bu süpermarketlerin bulunduğu bulvarlar üzerinde organize

⁶ Tablonun bu sütununda teşebbüslerin 1000 m² üzeri alana sahip şubelerinin toplam satış alanı verilmiş olup, hesaplama dahil olan her bir şubenin satış alanı 1000 m²'nin üzerindedir.

perakende sektöründe 3 yıl süre ile faaliyette bulunmayacağı belirtilmiştir. Bu madde ile Yıldırımlar'a yukarıda sınırlarına yer verilen alan içerisinde 3 yıl süreli bir rekabet etmeme yükümlülüğü getirildiği açıktır.

- 310 Genel olarak birleşme/devralma işlemine ilişkin bir rekabet yasağının yan sınırlama olarak kabul edilmesi ve bu çerçevede işlemle birlikte değerlendirilmesi için söz konusu yasağın “yoğunlaşma ile doğrudan ilgili ve gerekli olma”, “sadece taraflar açısından kısıtlayıcı olma” ve “orantılılık” kriterlerini sağlaması gerekmektedir.

Dosya mevcudu bilgi ve belgelerden, Devir Sözleşmesi'nin 8. maddesinde yer alan rekabet yasağının yukarıda sayılan her üç şartı da sağladığı anlaşılmıştır. Bu nedenle söz konusu rekabet yasaklarının makul birer yan sınırlama olduğu kanaatine varılmıştır.

320 **I. SONUÇ**

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

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 hâkim durum yaratılmasının veya mevcut hâkim durumun güçlendirilmesinin ve böylece rekabetin önemli ölçüde azaltılmasının söz konusu olmaması nedeniyle işleme izin verilmesine OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.