

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

**REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2008-3-110 (Devralma)  
Karar Sayısı : 08-45/636-240  
Karar Tarihi : 17.7.2008

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

10 **Başkan** : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI  
**Üyeler** : Tuncay SONGÖR, M. Sıraç ASLAN, Mehmet Akif ERSİN,  
İsmail Hakkı KARAKELLE

**B. RAPORTÖRLER:** Meltem BAĞIŞ AKKAYA, İmren SEYRANTEPE

**C. BİLDİRİMDE  
BULUNAN**

20 : Pernod Ricard SA  
Temsilcisi: Av. Mehmet Gökhan ERAKSOY  
Hergüner Bilgen Özeke Hukuk Bürosu  
Süleyman Seba Cad. Sıraevler 55 Akaretler 34357  
Beşiktaş / İstanbul

**D. TARAFLAR** : Pernod Ricard SA  
12, Place des Etats-Unis 75783 Paris Cedex 16 FRANSA

İsveç Krallığı  
Stockholm İSVEÇ

30 **E. DOSYA KONUSU: V&S Vin & Sprit AB hisselerinin tamamının Pernod Ricard SA tarafından İsveç Krallığı'ndan devralınması işlemine izin verilmesi talebi.**

**F. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 16.6.2008 tarih ve 3737 sayı ile giren ve en son 7.7.2008 tarih ve 4266 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 9.7.2008 tarih ve 2008-3-110/Öİ-08-MBA sayılı Birleşme/Devralma Ön İnceleme Raporu, 14.7.2008 tarih ve REK.0.07.00.00-120/130 sayılı Başkanlık Önergisi ile 08-45 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

40 **G. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili Rapor'da; Bildirim konusu işlemin 1997/1 sayılı Tebliğ'de belirtilen ciro ve pazar payı eşikleri aşılmadığından 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi ve bu Kanun'a dayanılarak çıkarılan 1997/1 sayılı Tebliğ kapsamında izne tabi bir işlem olmadığı sonuç ve kanaatine ulaşıldığı ifade edilmiştir.

## H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

### H.1. Taraflar

#### H.1.1. V&S

V&S şarap ve yüksek oranlı alkollü içkilerin üretimi ve dağıtımında faaliyet gösteren bir İsveç devlet teşekkülüdür. V&S'nin hisselerinin tamamı İsveç Krallığı'na ait olup, mülkiyet hakları İşletme, Enerji ve İletişim Bakanlığı aracılığıyla İsveç Hükümeti tarafından kullanılmaktadır. Şirketin genel merkezi İsveç'te Stockholm'dedir.

V&S'nin bilinirliği en fazla ve en çok satan markası Avrupa, ABD, Brezilya, Çin ve Hindistan'da satışa sunulan Absolut (votka) markasıdır. Buna ek olarak, V&S'nin ürün portföyünde esas olarak Kuzey Avrupa'da satılan yerel ve bölgesel yüksek oranlı alkollü içki ve şarap markaları bulunmaktadır.

V&S bünyesinde üç ana faaliyet alanı mevcuttur:

1. V&S Absolut Spirits : Absolut, Level, Gin Plymouth gibi markalar altında yüksek oranlı alkollü içki üretimi ve satışı V&S'nin 2007 yılı net satışlarının %(...)'unu oluşturmaktadır.
2. V&S Distillers : Kuzey Avrupa'da yerel ve bölgesel markalar altında yüksek oranlı alkollü içki üretimi ve satışı V&S'nin 2007 yılı net satışlarının %(...)'sini oluşturmaktadır.
3. V&S Wine : Çeşitli markalar altında şarap üretimi ve satışı ve buna ek olarak İskandinav ülkelerindeki başka üreticilere ait şarap markalarının satışı V&S'nin 2007 yılı net satışlarının %(...)'sini oluşturmaktadır.

V&S'nin dünya çapında dağıtım faaliyetleri aşağıdaki gibi gerçekleştirilmektedir:

- İskandinav ülkeleri (İsveç, Danimarka, Norveç, Finlandiya), Polonya ve Estonya'da V&S'nin kendi ürünleri, başka şirketlerin ürünleri ile birlikte V&S'ye bağlı bir dağıtım şebekesi aracılığıyla dağıtılmaktadır.

- Türkiye de dahil olmak üzere diğer bir çok ülkede V&S ürünleri, hisselerinin %(...)'i V&S'ye ait olan Maxxium Worldwide BV adlı bir Flaman ortak girişiminin yerel bağlı şirketleri tarafından dağıtılmaktadır.

- Yunanistan gibi bazı Avrupa ülkelerinde V&S ürünlerinin dağıtımını, Maxxium bu ülkelerde faaliyet göstermesine rağmen, Maxxium'dan bağımsız olan dağıtım şirketleri yapmaktadır.

- ABD pazarında V&S, Future Brands LLC (Future Brands) adlı ortak girişim şirketi aracılığıyla faaliyet göstermektedir. V&S, Future Brands'te ABD'deki bağlı şirketi The Absolut Spirits Company Inc. vasıtasıyla %(...) hisseye sahiptir. Geri kalan %(...) oranındaki hisse ise Fortune Brands Inc. (Fortune Brands) 'in bağlı şirketi ABD'de yüksek oranlı alkollü içkiler pazarında faaliyet gösteren Beam Global Spirits and Wine Inc.(BGSW)'e aittir.

100

İncelemeye konu devralma işlemi V&S'nin, dağıtım şirketi niteliğinde olan Maxxium ve Future Brands'de sahip olduğu hisseleri de kapsamaktadır. Future Brands'in Türkiye'de faaliyeti bulunmadığından söz konusu hisseler incelemeye dahil edilmemiştir V&S aynı zamanda BGSW'nin %(...) oranında hissesine sahiptir. Söz konusu hisseler devralma işlemi kapsamı dışında tutulmuştur.

110

V&S'nin üretimini ya da satışını gerçekleştirdiği şarap markalarının Türkiye'de dağıtımını yapılmamaktadır. V&S'nin Türkiye pazarında dağıtımını yapılan markaları votka markaları olup Absolut ve Level ile sınırlıdır. Dolayısıyla mevcut dosya bakımından V&S'nin faaliyet konusunu votka oluşturmaktadır.

Diğer yandan, V&S'nin Türkiye'de doğrudan faaliyeti yoktur. Türkiye'de V&S'ye ait votka markalarının dağıtımını tamamıyla Maxxium Worldwide BV'nin kontrolünde olan Maxxium Pazarlama ve Tic. A.Ş. (Maxxium) unvanlı şirket tarafından yapılmaktadır. Maxxium Worldwide BV bir Flaman ortak girişimi olup, dünya genelinde 35'ten fazla ülkede yüksek oranlı alkollü içki ve şarap dağıtım alanında doğrudan ya da dağıtım anlaşmaları aracılığıyla faaliyet göstermektedir. Maxxium Worldwide BV üzerindeki kontrol yapısı Maxxium üzerinde de aynen geçerlidir.

120

Maxxium'un hissedarlık yapısı Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Maxxium'un Ortaklık Yapısı

Hissedarlar	Pay Oranı (%)
V&S (Almanya'daki bağlı ortaklığı aracılığıyla)	(...)
The Edrington Group	(...)
Remy Cointreau	(...)
BGSW	(...)
Toplam	100,00

Kaynak: Bildirim Formu

130

Maxxium hissedarlarının her biri yüksek oranlı alkollü içecek ve şarap üreticisidir. The Edrington Group İskoçya'nın lider İskoç viski grubudur. Remy Cointreau dünya çapında birkaç marka ile faaliyet gösteren şarap ve yüksek oranlı alkollü içkiler üreticisidir. BGSW ise birçok ülkeye satışı gerçekleşen şarap ve yüksek oranlı alkollü içki markalarının üretim ve satış faaliyetini sürdüren bir ABD şirkettir. İskandinav bölgesi ve ABD dışındaki birçok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de Maxxium, hem V&S hem de diğer hissedarlara ait yüksek oranlı alkollü içki markalarının dağıtımını gerçekleştirmektedir. Maxxium tarafından dağıtımını yapılan markalar başta Edrington Group'a ait The Famous Grouse, The Macallan, Highland Park (viski) BGSW'ya ve dolayısıyla Fortune Brands'e ait Jim Beam, Maker's Mark, Canadian Club (viski), Sauza (tekila), Remy Cointreau'ya ait Remy Martin (konyak) olmak üzere hissedarlara ait çeşitli yüksek oranlı alkollü içki markalarıdır.

140

Taraflar Bildirim Formu'nda Maxxium'un her bir hissedarının kendi markasının pazarlaması ve promosyonu, kendi ürünlerinin önerilen perakende satış fiyatlarının belirlenmesi, fikri mülkiyet haklarının mülkiyeti ve yönetimi üzerindeki kontrolü elinde bulundurduğunu belirtmişlerdir. Hiçbir hissedarın Maxxium tarafından dağıtılan diğer markaların pazarlama, satış ve fiyatlandırma politikaları üzerinde kontrol sahibi olmadığı

150 ifade edilmiştir. Söz konusu yapı nedeniyle Maxxium'un dağıtımını gerçekleştirdiği tüm markalara ait pazar payının V&S'ye atfedilemeyeceği belirtilmiş ve V&S'nin pazar payı Maxxium tarafından dağıtımı gerçekleştirilen V&S'ye ait Absolut ve Level marka ürünler üzerinden hesaplanarak bildirilmiştir. Kurumumuza intikal eden 23.6.2008 tarih ve 3942 sayılı Bilgi Yazısı eklerinde Avrupa Komisyonu'na yapılan bildirim kapsamında Maxxium'un bahsi geçen yapısının ortaya konması amacıyla tevdi edilen yazının orijinal kopyası yer almaktadır. Ayrıca Maxxium'un kurulduğu tarihte Komisyon tarafından verilen IV/37.873 sayılı Comfort Letter da Kurum'a intikal eden 7.7.2008 tarihli bilgi yazısının ekinde yer almaktadır.

Diğer yandan Bildirim Formu'nda işlemin devralan tarafı Pernod Ricard'ın devralma işlemi sonrası Maxxium hissedarlığını ve V&S markalarının Maxxium tarafından dağıtımına ilişkin olan düzenlemeleri en geç iki yıl içerisinde sonlandırmayı amaçladığı belirtilmiş, konuya ilişkin Pernod Ricard tarafından yayınlanan basın açıklaması 7.7.2008 tarihli bilgi yazısının ekinde sunulmuştur.

### 160 H.1.2. Pernod Ricard

Devralan taraf Pernod Ricard Fransa merkezli, hisseleri Paris Menkul Kıymetler Borsası'nda işlem gören bir gruptur. Pernod Ricard özellikle şarap ve yüksek oranlı alkollü içkiler pazarında faaliyet göstermektedir.

170 Pernod Ricard dünya çapında ürünlerinin dağıtımını genellikle yerel bağlı ortaklıkları aracılığıyla yapmaktadır. Türkiye pazarında da Pernod Ricard'ın dağıtımla ilgili bütün faaliyetleri Türkiye'deki bağlı ortaklığı olan Allied Domecq İç ve Dış Tic. Ltd. Şti. (Pernod Ricard Türkiye) tarafından gerçekleştirilmektedir. Pernod Ricard'ın 2005 yılında Allied Domecq International Holdings BV (Allied Domecq)'yi devralması ile Pernod Ricard, Türkiye'de bir bağlı ortaklığa sahip olmuştur. Pernod Ricard ABD yüksek oranlı alkollü içkiler pazarında faaliyet gösteren BGSW şirketini kontrol eden Fortune Brands ile işbirliği yaparak Allied Domecq'i devralmıştır. Allied Domecq'e ait markalar ve varlıklar bu iki şirket arasında bölüşülmüştür. 2005 yılındaki bu devralma işlemi çerçevesinde Pernod Ricard da bazı markalarını Fortune Brands 'e satmıştır.

Pernod Ricard Türkiye'nin ortaklık yapısı Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2. Pernod Ricard Türkiye'nin Ortaklık Yapısı

Hissedarlar	Pay Oranı (%)
Allied Domecq Spirits & Wine BV	(...)
Domecq International Holdings BV	(...)
Toplam	100,00

Kaynak: Bildirim Formu

180 Pernod Ricard Türkiye'nin hissedarı olan her iki şirket de Pernod Ricard tarafından kontrol edilmektedir.

Pernod Ricard Türkiye, Türkiye pazarında Pernod Ricard'a ve başka şirketlere ait yüksek oranlı alkollü içki markalarının otel, restoran, bar gibi yerinde tüketim noktalarına, bakkallara, süpermarketlere ve vergisiz gümrük satış noktalarına (duty free mağazaları) dağıtımını gerçekleştirmektedir. Pernod Ricard Türkiye tarafından dağıtımı yapılan Pernod Ricard'a ait markalar Chivas Regal, Ballantine's, Jameson,

190 Canadian Special Old, Long John, Royal Salute, Glenvilet (viski), Borzoi Vodka (votka) Kahlua, Malibu, Tia Maria (likör), Borzoi Gin, Beefeater (cin), Olmeca, Mariacchi (tekila) Havana Club (rom), Mumm (şampanya), Martell (konyak)'dir. Pernod Ricard Türkiye tarafından dağıtımı yapılan başka şirketlere ait markalar ise Jack Daniel's, Laphroaig, Teacher's, Ten High, Woodford (viski), Stolichnaya, Finlandia Vodka, Moskovskaya, Nikita, Puschkin Vodka (votka), Holiday Cream, Napoleon Brandy, Tropica, Southern Comfort (likör), Dry Gin (cin), Puebla Silver (tekila), Caribica Rum (rom), Courvoisier (konyak), Garrone (vermut)'dir.

200 Dosya mevcudu bilgi ve belgeden, incelemeye konu işlem nedeniyle Pernod Ricard Türkiye tarafından dağıtımı yapılan votka markalarından olan, SPI Group adlı bir Rus şirketine ait Stolichnaya ve Moskovskaya markalarının dağıtımına dair anlaşmaların feshedileceğinin belirtildiği anlaşılmıştır. Pernod Ricard ile SPI Group arasında 13.3.2008 tarihinde bir "Geçiş Anlaşması" imzalanmış ve bu anlaşma çerçevesinde Pernod Ricard'ın Stolichnaya ve Moskovskaya votkalarının dünya genelinde dağıtımına ilişkin haklarının V&S'nin satın alınması işleminin tamamlanmasından itibaren 6 ay içinde sona ermesi düzenlenmiştir. Bahse konu votka markalarının Türkiye'deki satışları kısıtlı olduğundan Türkiye pazarındaki etkileri ihmal edilebilir seviyededir.

210 Türkiye'de, Allied Domecq'e ait olup 2005 yılındaki devralma işlemi kapsamında Fortune Brands'e satılan markaların bir kısmının dağıtımı (Canadian Club, Maker's Mark, Sauza gibi) Maxxium aracılığıyla, bir kısmının ise (Teacher's, Laphroaig gibi) Pernod Ricard Türkiye aracılığıyla yapılmaktadır

Pernod Ricard Türkiye haricinde Türkiye'de Pernod Ricard'ın kontrolünde bulunan başka bir şirket bulunmamaktadır.

220 Öte yandan Pernod Ricard'ın 2000-2005 yılları arasında üst düzey müşterek yöneticiliğini (joint CEO) yapmış ve halen de icracı olmayan yönetim kurulu üyeliğini yapmakta olan Richard Burrows, Türkiye'de 2004 yılında TEKEL'in alkollü içkiler bölümünü özelleştirme yoluyla devralmak suretiyle kurulmuş olan Mey Alkollü İçkiler Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Mey İçki)'nin icracı olmayan yönetim kurulu üyesidir. Richard Burrows'un bu görevi 8 Ocak 2008'den bu yana yürüttüğü Bildirim Formu'nda belirtilmiştir.

### H.1.3. Devreden Taraf

V&S'nin hisselerinin tamamı İsveç Krallığı'na ait olup, işlemin devreden tarafında İsveç Krallığı bulunmaktadır.

## 230 H.2. İlgili Pazar

### H.2.1. Sektöre İlişkin Genel Bilgiler

İçecek sektörü öncelikle alkollü ve alkolsüz içecekler olarak ikiye ayrılmakta, alkolsüz içecekler kullanım amaçları, fiyat seviyeleri, sektörün regülasyona tabi olmaması gibi yönlerden alkollü içeceklerden farklılaşmaktadır. Alkollü içecekler ise kullanılan hammadde ve üretim süreçlerindeki farklılıklar göz önüne alınarak, distile ve fermente içkiler olarak ikiye ayrılabilir. Distile içkilerin fermente içkilerden

240 temel farklılığı, bu içkilerin üretim sürecinde alkolü meydana getiren fermantasyon sürecine ek olarak damıtılma sürecinin bulunması ve bu sürecin sonucu olarak da fermente içkilere göre yüksek oranda alkol içermeleridir. Distile içkileri rakı, viski, votka, cin, tekila, rom, likör, brendi gibi ürünler oluşturmakta; fermente içkiler ise bira ve şarap gibi ürünleri kapsamaktadır. Distile içkilerden olan “rakı” Rekabet Kurulu’nun önceki kararlarında diğer distile içkilerden farklı olarak yemekle birlikte tüketilebilmesi, ülkemizdeki geleneksel konumu ve tüketim miktarının görece yüksekliği nedeniyle ayrı bir ürün pazarı olarak tanımlanmıştır. Rakı dışındaki distile alkolü içkiler ise “diğer yüksek oranlı alkolü içkiler pazarı” olarak ifade edilmiştir.

250 Sektörün dünya çapındaki durumu değerlendirildiğinde tarafların Bildirim Formu’nda sunduğu bilgilerden de anlaşıldığı üzere son üç yılda sektörde çok sayıda devralma işleminin meydana geldiği görülmektedir. Öte yandan yüksek alkolü içki üretimi gerçekleştiren şirketlerin markaları dünyanın çeşitli ülkelerinde faaliyet gösteren ortak girişimler aracılığıyla bir arada dağıtılmaktadır. Örneğin daha önce değinildiği üzere ABD’de Future Brands adlı ortak girişim şirketi bünyesinde, Türkiye de dahil olmak üzere dünya genelinde 35’ten fazla ülke pazarında ise Maxxium adlı ortak girişim şirketi bünyesinde, V&S ve Fortune Brands’e ait içki markalarının dağıtımı birlikte yapılmaktadır.

260 Türkiye’de ise yüksek oranlı alkolü içki sektörü 2001 yılında 4250 sayılı İspirto ve İspirtolu içkiler İnhisarı Kanunu’nda yapılan değişiklikler ve 2003 yılında Tütün Mamulleri ve Alkolü İçkiler Piyasası Düzenleme Kurulu’nun (TAPDK) kurulmasıyla serbestleşme sürecine girmiştir. Alkolü içkiler pazarının tümüne yönelik olarak yapılan düzenlemelerle alkol kullanma yaşı 18 olarak belirlenmiş ve içki reklamlarının televizyonda ve radyoda yayınlanmasını yasaklayan reklam kısıtları getirilmiştir. Alkolü içki reklamlarının gazete, dergi ve sinemalarda yayınlamasına izin verilmekte, reklam panolarına yönelik uygulama ise şehre göre farklılık göstermektedir.

270 Pazara yönelik düzenlemeler incelendiğinde reklam kısıtlarına ek olarak pazarda giriş engellerinin varlığı dikkat çekmektedir. Yüksek oranlı alkolü içkiler sektörüne ilişkin olarak teşebbüslerin distile alkolü içki üretimi yapabilmeleri için her bir ürün kategorisinde yıllık en az bir milyon litre üretim kapasitesine sahip olmaları gerekmektedir. Distile alkolü içki ihracatı yapan teşebbüslerin ise ürünlerinin fiyatını serbest olarak belirleyebilmeleri için toplam ihracat hacimlerinin yıllık en az bir milyon litre olması gerekmektedir. Bu hacmi geçen ihracatçıların ürünlerini fiyatlandırmasında ise ürünlere uygulanan vergiler belirleyici olmaktadır. Alkolü içkilerin satışında özel tüketim vergisi (ÖTV) ve katma değer vergisi (KDV) olmak üzere iki tür vergi alınmakta, şişe başına alınan maktu vergi (ÖTV+ KDV) viski, votka, cin, gibi değişik ürün kategorileri arasındaki fiyat farkının en önemli belirleyicisi olmaktadır.<sup>1</sup>

280 Bildirim Formu eklerinde yer alan IWSR 2007 Türkiye Raporu’nda Türkiye’de diğer yüksek oranlı alkolü içkiler pazarında faaliyet gösteren ana oyuncular TEKEL’in alkolü içkiler bölümünü özelleştirme yoluyla devralan Mey İçki ve ithal ürünleri pazara sunan Diageo, Maxxium, Pernod Ricard ve BT olarak belirlenmiştir. Türkiye’de ithal yüksek oranlı alkolü içkilerin dağıtımını gerçekleştiren diğer oyuncular ise Demirtaş, CL World Brands, Alida, Orcan olarak ifade edilmiştir. Aynı

<sup>1</sup> Rekabet Kurulu’nun 10.9.2007 tarih ve 07-70/863-326 sayılı Mey İçki kararı

raporda Türkiye’de alkollü içkiler sektörüne ilişkin 2006 yılı tüketim rakamlarına da yer verilmiş olup, bu rakamlara ilişkin bilgi Tablo 3’te sunulmaktadır.

290 Tablo 3. Diğer Yüksek Oranlı Alkollü İçkiler Pazarına İlişkin Bilgi (2006)

Ürün Kategorisi	litre <sup>2</sup>	yerli-ithal ürün tüketim yüzdeleri (%)	ürün kategorisinin toplam tüketim içindeki yüzdesi(%)
viski	3.440.250		19,33
Yerli	54.000	1,57	
İthal	3.386.250	98,43	
cin	2.182.500		12,26
yerli	1.845.000	84,54	
ithal	337.500	15,46	
votka	9.360.000		52,59
yerli	7.110.000	75,96	
ithal	2.250.000	24,04	
tekila	162.000		0,91
yerli		0,00	
ithal	162.000	100,00	
rom	317.250		1,78
yerli		0,00	
ithal	317.250	100,00	
brendi	1.008.000		5,66
yerli	855.000	84,82	
ithal	153.000	15,18	
likörler	1.228.500		6,90
yerli	855.000	69,60	
ithal	373.500	30,40	
diğer distile alkollü içkiler	101.250		0,57
yerli	9.000	8,89	
ithal	92.250	91,11	
toplam rakı harici distile alkollü içkiler	17.799.750		100
yerli	10.728.000	60,27	
ithal	7.071.750	39,73	

Kaynak: IWSR 2007 Türkiye Raporu

Tablo 3’ten diğer yüksek oranlı alkollü içkiler pazarında tüketimden en büyük payı %52,59 ile votkanın aldığı anlaşılmaktadır. Pazarda faaliyet gösteren yerli üreticilerin ürünlerinin ve ithalat yoluyla pazara sunulan yabancı markaların pazardan aldıkları paya bakıldığında tüm ürün kategorilerinde yerli markaların tüketiminin toplam tüketimin %60,27’si olduğu görülmektedir. Viski, tekila, rom gibi bazı ürün gruplarında pazarda ağırlıklı olarak ithal markalar yer almaktadır. Fakat bu ürün

<sup>2</sup> Tüketim rakamları karşılaştırılan içkilerin alkol içerikleri birbirine yakın olduğundan birim olarak “mutlak alkol litre” yerine litre kullanılmıştır.

300 kategorilerinin pazardaki toplam tüketimden aldığı payın çok fazla olmadığı, pazardaki toplam tüketimin yaklaşık %77'sini oluşturan cin, votka, likör, brendi gibi diğer ürün gruplarında ise ağırlıklı olarak tüketilen yerli ürünler olduğu anlaşılmaktadır.

310 Yüksek oranlı alkollü içkilerden en yüksek tüketim miktarına (toplam tüketimin yaklaşık %53'ü) sahip olan votka pazarında yerli ürünler toplam votka tüketiminin %75,95'ini oluşturmaktadır. Özellikle TEKEL'in özelleştirilmesinin ardından tüm yüksek oranlı alkollü içkilerde olduğu gibi votka pazarında da markalaşma pazarda rekabetin önemli unsurlarından biri olarak ortaya çıkmaktadır. Pazara yeni giriş yapan yerli üreticiler de şişe ve logo tasarımı gibi marka imajına yönelik çalışmalar yapmaktadırlar. Türkiye'de votka pazarı dünya pazarındaki genel eğilimi takip ederek, bar, eğlence yerleri gibi yerinde tüketim noktalarında sıkça tüketiliyor ve farklı içeceklerle karıştırılarak içilebiliyor olması ve özellikle genç yetişkinlerin en çok tercih ettiği içkiler arasında olması sebebiyle son yıllarda büyüme göstermekte, votka tüketiminde artış gözlenmektedir.

### H.2.2. İlgili Ürün Pazarı

320 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.

Kurul'un sektöre ilişkin önceki kararlarında alkollü içkiler pazarı "bira pazarı", "şarap ve vermut pazarı", "rakı pazarı" ve "diğer yüksek oranlı alkollü içkiler pazarı" ayrı ürün pazarları olarak belirlenmiştir. Bu çerçevede diğer yüksek oranlı alkollü içkiler pazarı, "rakı" dışındaki viski, cin, votka, brendi, rom ve tekila gibi yüksek oranda alkol içeren distile alkollü içkiler oluşturmaktadır.

330 Komisyon'un 1997 yılında IV/M.938 sayılı Guinness/Grand Metropolitan kararında rakı harici distile alkollü içkiler pazarında yer alan votka, viski, cin, brendi, rom, tekila gibi ürünler ayrı ilgili ürün pazarları olarak tanımlanmıştır. Anılan kararda bu ayrımın da ötesine gidilerek, viski ve brendinin kendi içindeki çeşitleri de ayrı ilgili ürün pazarları olarak tanımlanmıştır. Söz konusu karara göre diğer yüksek oranlı alkollü içkiler pazarına giren ürünler öncelikle "beyaz" (votka, cin vb.) ve "kahverengi" (viski, brendi vb.) şeklinde bir ayrıma tabi tutulabilir. Üretim süreci açısından değerlendirildiğinde ise bu iki grubun farklılık gösterdiği görülmektedir. Kahverengi grubun üretiminde damıtma sürecinin ardından görece uzun süreli bir olgunlaşma süreci gelmektedir. Anılan kararda üretim süreçlerinin ürün kategorisi bazında da farklılık gösterdiği belirtilmektedir. Öte yandan kullanım alışkanlıkları dikkate alındığında her bir içki kategorisinin tüketici tercihleri bakımından farklılık gösterdiği belirtilmiştir. Viski, votka, tekila, rom, likör, cin ve brendi ürün kategorilerinin her birinin farklı tatlara sahip olduğu ve farklı tüketici gruplarına hitap ettiği göz önüne alınarak ayrı ürün pazarları oluşturdukları ifade edilmiştir.

340 Üretim süreçleri bakımından beyaz ve kahverengi grubunun kendi içinde de ürün kategorisi bazında farklılık gösterdiği görülmektedir. Örneğin votkanın ham maddesini temel olarak çavdar, buğday ve benzeri tahıl ile patates oluşturmaktadır.



350 Cin ise arpa ve buğday şirasına ardıç eklenerek üretilmekte, içerdiği ardıç aromatik olarak farklılaşmasına sebep olmaktadır. Kaliteli olabilmesi için süzme işleminin çok yavaş gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Damıtma işleminden sonra renk vermeyecek kaplarda en az beş ay yllandırılmaktadır Viskinin ise damıtma sürecinin ardından şişelenebilmesi için depoda en az 3 yıl olgunlaşmaya bırakılması gerekmektedir. Olgunlaşma süresinin uzunluğu viski üretim sürecinin farklılaşmasına neden olan önemli bir faktördür. Brendi şarabın damıtılmış hali olup, en az üç yıl fıçılarda dinlendirilmekte, en az iki defa damıtılmaktadır. Damıtılma sürecini ise farklı bölgelerden elde edilen brendilerin harmanlanması izlemektedir. Likörlerin yapımında meyve özünden, suyundan veya esansından yararlanılmakta, likör için kullanılacak meyvenin özü veya suyu 95 derecelik alkolde birkaç ay bekledikten sonra makinede süzdürülüp içine şurup ve alkol karıştırılmaktadır. Tekila, blue agave adlı bir çeşit süs bitkisi olan ve olgunlaşması 8-12 yıl süren kaktüsten yapılmakta ve bahsedilen kaktüslerden elde edilen su püresinin distilasyonu sonucu üretilmektedir.

370 Alkollü içkilerin geneline bakıldığında bira, şarap ve rakının Türkiye’de diğer yüksek oranlı alkollü içkilere göre bilinirliği daha yüksek olup, daha yüksek oranda tüketildiği görülmektedir. Votka ise anılan üç ürünün ardından tüketimi en fazla gerçekleşen alkollü içkidir, votka tüketimi son yıllarda artış eğilimindedir. Diğer yüksek oranlı alkollü içkilerle karşılaştırıldığında tüketim miktarı önemli ölçüde yüksektir. Öte yandan değişik oranlarda uygulanan ÖTV sebebiyle viski, votka, tekila vb gibi ürün gruplarının fiyatları farklılaşmaktadır. Tüketici tercihleri bakımından yüksek oranlı alkollü içkilerin tat, fiyat ve bunun sonucunda hitap ettiği tüketici grubu bakımından farklılaştığı görülmektedir. Örneğin votka ağırlıklı olarak genç yetişkinler tarafından tüketilmekte, genellikle diğer içeceklerle karıştırılarak içilmektedir. Piyasada yaygın olarak yerli üreticiler tarafından üretilmektedir ve pazarda daha ucuz fiyatlı seçeneklerinin mevcuttur. Viski ise pazarda ağırlıklı olarak ithal markalarla ve daha yüksek fiyatlarla satışı gerçekleşen, erkekler ya da yüksek yaş grubu tarafından daha çok tercih edilen, sert içimli bir içkidir. Tekila ekşimtırak tadı ve kendine has içim şekli ile tüketilmekte, likörler ise genellikle tatlı olup şekerli yiyeceklerle tüketilmektedir. Söz konusu ürünler Türkiye pazarında ağırlıklı olarak orta-yüksek gelir düzeyine sahip belirli bir tüketici profiline hitap etmekte ve onların gözüyle bakıldığında ürünler arası bahsi geçen tat, nitelik ve kullanım amacına yönelik farklılıklar ortaya çıkmaktadır.

390 Üretim süreçlerinin ve kullanılan hammaddelerin farklılaşması sebebiyle arz yönünden; farklı tatlara ve kullanım özelliklerine sahip olmaları açısından talep yönünden yüksek oranlı alkollü içkilerin alt ürün pazarlarına ayrılması mümkündür. İşlemin devralan tarafı Pernod Ricard’ın Türkiye’deki faaliyeti ağırlıklı olarak votkanın da içinde bulunduğu “diğer yüksek oranlı alkollü içkiler pazarı”nda olup devre konu şirket V&S’nin Türkiye’de dağıtımını yaptığı markaları sadece votka markalarıdır. Tarafların faaliyetlerinin örtüştüğü tek ürünün votka olduğundan hareketle söz konusu devralma işlemi açısından ilgili ürün pazarı “votka pazarı” olarak tespit edilmiştir.

### H.2.3. İlgili Coğrafi Pazar

400

İnceleme konusu ürünler bakımından pazara giriş, üretim, dağıtım, pazarlama ve satış gibi rekabet şartlarının bölgesel bir farklılık göstermediği göz önüne alınarak ilgili coğrafi pazar "Türkiye Cumhuriyeti" olarak belirlenmiştir.

### H.3.Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

410

Pernod Ricard ile İsveç Krallığı arasında 30.3.2008 tarihinde "Hisse Satış Sözleşmesi" imzalanmıştır. Söz konusu sözleşmede V&S'ye ait hisselerin tamamının Pernod Ricard tarafından devralınması işlemi düzenlenmiştir. Değerlendirmeye konu olan devralma işlemi Türkiye dışında gerçekleşecektir. İşlemin Türkiye pazarına etkisi ise Pernod Ricard Türkiye ve Maxxium tarafından dağıtımı gerçekleşen markalar aracılığıyla olacaktır. İşlem sonucunda V&S'nin mutlak kontrolü Pernod Ricard'a geçeceğinden, incelemeye konu işlem 1997/1 sayılı Tebliğ'in 2. maddesi anlamında bir devralma işlemidir.

420

1997/1 sayılı Tebliğ'de teşebbüslerin ilgili ürün pazarındaki toplam pazar paylarının % 25'i aştığı veya bu oran aşılmaya bile toplam cirolarının 25.000.000 YTL'yi aştığı birleşme devralmaların izne tabi işlemler olduğu belirtilmiştir.

430

Dosya mevcudu bilgi ve belgeden, Pernod Ricard'ın 30.6.2007 tarihinde biten mali yıl için Türkiye'deki satışlarından elde ettiği toplam cironun (.....) YTL (..... YTL) olduğu ve bunun (.....) YTL (..... YTL) kadarının "votka pazarı"ndaki faaliyetlerinden elde edildiği anlaşılmıştır. V&S'nin 31.11.2007 tarihinde biten mali yıl için Türkiye'de sadece "votka pazarı"nda gerçekleştirdiği faaliyetlerinden elde ettiği toplam ciro ise (.....) YTL (..... YTL)'dir. İşlem taraflarının ilgili ürün pazarı olan "votka pazarı"nda gerçekleştirdikleri satışlardan elde ettikleri toplam ciro olan (.....) YTL (..... YTL) tebliğde belirtilen ciro eşliğini aşmamaktadır.

Öte yandan tarafların "votka pazarı"ndaki pazar payları sırasıyla Pernod Ricard'ın yaklaşık % (...) ve V&S'nin % (...) olmak üzere toplamda % (...) olduğundan tarafların ilgili ürün pazarındaki toplam pazar payları da tebliğde belirtilen % 25 pazar payı eşliğinin altında kalmaktadır.

Dolayısıyla söz konusu işlem bakımından 1997/1 sayılı Tebliğ'de belirtilen ciro ve pazar payı eşikleri aşılmadığından mevcut işlem izne tabi bir devralma değildir.

440

İşlem tarafları tarafından imzalanan "Hisse Satış Sözleşmesi"nde rekabet etmeme yükümlülüğü olarak değerlendirilebilecek herhangi bir hüküm bulunmamaktadır. Öte yandan söz konusu sözleşmenin 11. maddesinde gizlilik yükümlülüğü düzenlenmektedir. Anılan maddeye göre alıcı, satıcı hakkında ya da kapanıştan önce V&S Grup Şirketleri hakkında; satıcı ise alıcı hakkında ya da kapanıştan sonra V&S Grup Şirketleri hakkında herhangi bir gizli bilgiyi ifşa etmemeyi taahhüt etmektedir. Söz konusu madde ile öngörülen gizlilik yükümlülüğünün rekabete etkisi olmayan bir yükümlülük olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

## I. SONUÇ

450

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 olduğuna; ancak tarafların toplam pazar payları ve cirolarının aynı Tebliğ'de öngörülen eşikleri aşmaması nedeniyle izne tabi olmadığına OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.