

**Rekabet Kurumu Başkanlığından,  
REKABET KURULU KARARI**

**Dosya Sayısı** : 2008-3-246 (Devralma)  
**Karar Sayısı** : 09-04/72-28  
**Karar Tarihi** : 4.2.2009

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

10 **Başkan** : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI  
**Üyeler** : Tuncay SONGÖR, Süreyya ÇAKIN, Mehmet Akif ERSİN,  
İsmail Hakkı KARAKELLE

**B. RAPORTÖRLER:** Pelin ERDOĞAN, Erdem AKTEKİN

**C. BİLDİRİMDE**

**BULUNAN** : Seref Makromarket San. ve Tic. A.Ş.  
Temsilcisi: Av. Ramazan TUNAHAN  
İstanbul Yolu 26. Km. Saray Kazan/Ankara

20

**D. TARAFLAR** : Seref Makromarket San. ve Tic. A.Ş.  
İstanbul Yolu 26. Km. Saray Kazan/Ankara

Kaya Turizm Kozmetik İnşaat Tic. ve San. A.Ş.  
Kale Mah. Gazi Cad. No: 80 İlkadım/Samsun

30

**E. DOSYA KONUSU:** Samsun'da faaliyet gösteren Kaya Turizm Koz. Gıda İnş. Tic. ve San. A.Ş.'nin 1 adet mağazanın işletme hakkının demirbaş ve emtiaları ile birlikte Şeref Makromarket Sanayi ve Ticaret A.Ş.'ye devri işlemine izin verilmesi talebi.

40

**F. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 16.12.2008 tarih ve 8173 sayı ile giren ve en son 20.1.2009 tarih ve 539 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 22.1.2009 tarih ve 2008-3-246/Öİ-09-PE sayılı Birleşme/Devralma Raporu, 22.1.2009 tarih ve REK.0.07.00.00-120/23 sayılı Başkanlık Önergesi ile 09-04 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

50

**G. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili Rapor'da; Kaya Turizm Koz. Gıda İnş. Tic. ve San. A.Ş.'nin 1 adet mağazanın işletme hakkının mağazanın demirbaş ve emtiaları ile birlikte Şeref Makromarket Sanayi ve Ticaret A.Ş.'ye satışı 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 belirlenen ilgili pazarlarda 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.

## H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

### H.1. Taraflar

#### H.1.1. Şeref Makromarket Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Makromarket )

60 İnceleme konusu devralma işleminde alıcı konumunda bulunan Makromarket, organize perakende sektöründe faaliyet gösteren Ankara merkezli bir şirkettir. Yönetim kurulu üyeleri; Şeref Songör (Başkan), Osman Songör, Mehmet Songör, Mustafa Songör ve Uğur Songör'den oluşan, Şirketin ortaklık yapısına Tablo 1'de yer verilmektedir.

Tablo 1 - Makromarket'in Ortaklık Yapısı

Hisse Sahibi	Sermaye Miktarı	Hisse Adedi	Pay Oranı(%)
Şeref Songör	(.....)	(.....)	(....)
Osman Songör	(.....)	(.....)	(....)
Uğur Songör	(.....)	(.....)	(....)
Mehmet Songör	(.....)	(.....)	(....)
Mustafa Songör	(.....)	(.....)	(....)
Aysun Türkmen	(.....)	(.....)	(....)
TOPLAM	29.500.000	23.600	100

70 Makromarket'in 2007 yılı cirosu (.....) (.....) TL'dir. Makromarket'in Nazar Gıda San. ve Tic. A.Ş. hisselerini ve Kombassan Giyim Gıda Turizm San İç ve Dış Ticaret A.Ş.'ye ait olan Afra mağazalarının işletme hakkını devralmasına sırasıyla; 5.4.2007 tarih, 07-30/293-110 sayılı ve 15.11.2008 tarih, 07-86/1083-419 sayılı Kurul Kararlarıyla izin verilmiştir. 2008 yılında ise 6.3.2008 tarih ve 08-22/223-73 sayılı Kurul Kararıyla Makromarket ile Uyum Gıda ve İhtiyaç Maddeleri San. ve Tic. A.Ş.'nin üçüncü bir şirkete katılması suretiyle birleşmesi işlemine ve 11.9.2008 tarih 08-52/800-327 sayılı Kurul Kararı ile de Makromarket'in Ofis Gıda ve İhtiyaç Maddeleri San. ve Tic. Ltd. Şti. işletmesi altında bulunan 11 ve Evim Gıda ve İhtiyaç Maddeleri San. ve Tic. Ltd. Şti. işletmesi altında bulunan 3 adet mağazanın işletme hakkını, demirbaş ve emtialarla birlikte satın alması işlemine izin verilmiştir.

#### H.1.2. Kaya Turizm Kozmetik İnşaat Tic. ve San. A.Ş. (Kaya A.Ş.)

80 Kaya A.Ş. Samsun'da bulunan ve satışa konu olan 1300 m<sup>2</sup> alana sahip süpermarketin sahibidir. Şirketin 2007 yılı cirosu (.....) TL (.....TL, ..... Kr.) olup, ortaklık yapısı Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2 – Kaya A.Ş. Ortaklık Yapısı

Hisse Sahibi	Sermaye Miktarı	Hisse Adedi	Pay Oranı(%)
Hüsnü KAYA	(....)	(....)	(....)
Hüseyin KAYA	(....)	(....)	(....)
Nihat KAYA	(....)	(....)	(....)
Hamza KAYA	(....)	(....)	(....)
Enver KAYA	(....)	(....)	(....)
Nejdet KAYA	(....)	(....)	(....)
TOPLAM	600.000	24.000	100

Şirketin yönetim kurulu üyeleri; Hüsnü Kaya (Başkan), Nihat Kaya ve Hamza Kaya'dan oluşmaktadır.

## H.2. İlgili Pazar

90

### H.2.1. Sektöre İlişkin Genel Bilgiler

Türk perakende sektörünün temel aktörlerini hipermarketler, süpermarketler, orta ölçekli marketler, marketler, bakkallar, büfeler, ihtisas mağazaları olarak sıralamak mümkündür.

100 Türk perakende sektörünün 2006 yılı cirosu toplam (.....) ABD doları olarak gerçekleşmiş, bu cironun %65'i geleneksel perakende sektörü tarafından %35'i ise modern perakende sektörü tarafından yaratılmıştır. Sektörün cirosunun 2010 yılında (.....) ABD dolarına ulaşması beklenmektedir. Her ne kadar, Türk perakende sektörünün toplam satışlarının %50'den fazlası gıda perakendeciliğine ait olsa da, son yıllarda gerçekleşen ekonomik büyüme sonucu tüketicilerin alım gücündeki artış ve buna bağlı olarak tüketicilerde ortaya çıkan gıda dışı kalemlere harcama yapma eğilimi, gıda dışı perakende sektöründe büyüme beklentilerini artırmaktadır.

110 Son yıllarda sektörde yer alan aktörlerin sektör içindeki konumları değişmeye başlamış ve sektör geleneksel perakendecilikten modern perakendeciliğe doğru hızlı bir geçiş döneminin içine girmiştir. Modern perakende sektörünün geleneksel perakende sektöründen pazar payı kazanmaya başlaması, modern perakende sektöründeki istihdam verimliliğinin seviyesi, ölçek ekonomisi ve tedarik yönetimlerinin daha verimli gerçekleştirilmesiyle açıklanabilir.

120 Hızlı büyüme ve gelecek vaat eden ekonomik görünüm, perakendeciliği, yatırım yapılacak en çekici sektörlerden birisi haline getirmiştir. Türkiye'nin geçen beş yılda çok büyük ekonomik, politik ve toplumsal değişimler geçirdiği dikkate alındığında, perakende sektöründe ciddi bir potansiyelin mevcut olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Giderek artan genç ve orta gelir grubundaki nüfustan kaynaklanan büyüme potansiyeli ve gelişmeye açık pazar koşulları yatırımcıları perakende sektörüne yatırım yapmaya çeken ana etkidir. Ülkenin üretim faktörleri, demografik özellikleri, yaşam ve tüketim alışkanlıklarının bileşimindeki olumlu değişikliklerin yanı sıra, harcanabilir gelirdeki artış da perakende sektörü ile ilgili beklentileri artırmaktadır.

130 2007 yılında Amerika'daki emlak sektöründe başlayan ve tüm ekonomileri etkileyen küresel kriz, organize perakende pazarında faaliyet gösteren firmaları da önemli ölçüde etkilemiştir. Dünya genelinde yaşanan likidite daralması ve artan gıda ve enerji fiyatları nedeniyle bu kalemler dışındaki harcamalarında ihtiyatlı davranmaya başlayan tüketicilerin tüketim davranışlarındaki bu değişim organize perakende sektöründe yer alan firmaların faaliyetlerini güçleştirmiştir. Bu nedenle bu dönemde sektördeki birleşme ve satın alma işlemlerinin sayısında belirgin bir artış olduğunu söylemek mümkündür. Bu sürecin önümüzdeki dönemde de devam edeceği beklenmektedir.

## H.2.2. İlgili Ürün Pazarı

140 İlgili 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.

Tüketim malları organize perakendesi açısından alım ve satım pazarları dosya konusu devirde etkilenecek pazarları oluşturmaktadır. Bu nedenle ilgili ürün pazarı esas olarak “alım pazarı” ve “tüketim malları organize perakende pazarı” başlıkları altında değerlendirilmiştir.

### H.2.2.1. Tüketim Malları Organize Perakende Pazarı

150 Bu sektöre ilişkin geçmiş tarihli kararlarda tüketim malları organize perakende pazarı bakımından farklı pazar tanımları yapılmıştır. Satış sözleşmesine konu marketin satış alanı 1000 m<sup>2</sup>'nin üzerindedir. Alıcı konumundaki Makromarket'in Samsun ilinde bulunan mağazası da 1000 m<sup>2</sup>'nin üzerinde alana sahiptir. 18.12.2008 tarih 08-73/1158-452 sayılı *Migros/Yonca* Kurul Kararında 1000 m<sup>2</sup> üstü alana sahip marketlerin tüketiciye sağladığı ürün ve hizmet çeşitliliğinin orta ve küçük olarak nitelendirilebilecek süpermarketlerden farklılaştığı belirtilerek ilgili ürün pazarı 1000 m<sup>2</sup> ve üstü mağazaların faaliyet gösterdiği organize perakende pazarı olarak belirlenmiştir. Bu çerçevede dosya kapsamında olası rekabetçi etkilerinin tespit edilmesi bakımından 1000 m<sup>2</sup> ve üzerinde alana sahip mağazaların değerlendirmeye alınması uygun olacaktır.

170 Ancak bu noktada belirtmek gerekir ki, 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." denilerek, alternatif pazar tanımları çerçevesinde işlem rekabetçi endişe yaratmıyorsa Kurul'un ilgili pazar tanımlamayabileceği ifade edilmektedir. Kurul'un benzer dosyalardaki farklı pazar tanımlamalarının var olması ve bildirim konu işlemin etkilerinin incelendiği alternatif pazar tanımlarında başvuruya konu devralmanın rekabetçi bir endişe yaratmayacak olması sebebiyle bu pazar bakımından dosya konusu işlemde kesin bir ilgili ürün pazarı tanımı yapılmasına gerek olmadığı kanaatine varılmıştır.

### H.2.2.2. Alım (Tedarik) Pazarı

180 Alım pazarına ilişkin olarak, çeşitli ürün grupları bazında değerlendirme 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, ev temizlik ürünleri olarak ayrı ayrı belirlenmiştir.

### H.2.3. İlgili Coğrafi Pazar

190 Devralmaya konu olan mağaza Samsun ilindedir. Bu devralma sonucunda ortaya çıkacak olan yoğunlaşmanın perakende pazarındaki etkileri mağazaların faaliyet göstermekte olduğu bölgede hissedilecektir. Bu nedenle, yerel olarak tanımlanması gereken coğrafi pazar "Samsun ili" olarak belirlenmiştir.

Alım pazarındaysa, zincir mağazaların tek elden alım yapmaları nedeniyle yerel ayrıma gidilmesine gerek yoktur. Bu bakımdan, alım pazarında ilgili coğrafi pazar "Türkiye" olarak tespit edilmiştir.

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

#### 200 H.3.1. Bildirime Konu İşlem

Dosya konusu işlem, Kaya A.Ş.'nin sahibi olduğu Samsun ilinde bulunan 1300 m<sup>2</sup> alana sahip Kaya Market'in işletme hakkının demirbaş ve emtiaları ile birlikte Makromarket'e satışidir. Bu amaçla Makromarket ve Kaya A.Ş. arasında 15.12.2008 tarihinde bir protokol imzalanmıştır.

210 Bu protokole göre Makromarket, Kaya Market'te bulunan demirbaşlar ve yazar kasa ekipmanlarını protokolde kararlaştırılan tutar üzerinden alacak, emtiaların fiyatlarında mutabakata varılması halinde mutabakatla belirlenen fiyat üzerinden emtialar da Makromarket tarafından satın alınacaktır.

#### H.3.2. İşlemin 1997/1 sayılı Tebliğ Kapsamında Değerlendirilmesi

220 1997/1 sayılı Tebliğ'in 2. maddesinde birleşme veya devralma sayılan haller belirtilmiş ve (b) bendinde malvarlığının devri de bu hallerden sayılmıştır. Malvarlığının devri hususunda önemli olan devre konu malvarlığının ilgili pazarda faaliyet gösterebilmek açısından ciro atfedilebilecek bir unsur olmasıdır. Organize perakende sektörü bakımından mağazalar, alanları ve buldukları yer gibi özellikleri ile böyle bir ciro yaratma potansiyeline sahiptir.

Başvuru konusu işlem Kaya A.Ş.'nin ortaklık yapısında bir değişiklik meydana getirmeyecek olsa da, işletme hakkına sahip olduğu mağaza Makromarket'in kontrolüne geçecek, mağazanın müşteri portföyü ve pazar payı da Makromarket'e geçmiş olacaktır. Ayrıca işlem kapsamında mağazadaki demirbaşlar ve tarafların mutabakata varması halinde emtialar da Makromarket tarafından satın alınacaktır. Kaya A.Ş. tarafından Makromarket'e demirbaş ve emtiaları kapsayacak şekilde başvuru konusu mağazanın kiralama hakkının devredildiğini söylemek mümkündür.

230 Dolayısıyla, Kaya A.Ş.'nin hali hazırda faaliyet gösterdiği mağazanın işletme ve kiralama hakkının Makromarket'e devri işlemi 1997/1 sayılı Tebliğ kapsamında bir devralmadır.

1997/1 sayılı Tebliğ'in 4. maddesine göre %25 pazar payı sınırını veya 25 milyon TL ciro eşliğini geçen birleşme/devralmalar için Kurul'dan izin alınması zorunludur. Devralan taraf konumundaki Makromarket'in 2007 yılı yurtiçi cirosu (.....) (.....) TL'dir. Kaya A.Ş.'nin 2007 yılı toplam cirosu ise.

(.....) (.....) TL'dir. Başvuru konusu işlemin tarafları olan şirketlerin 2007 yılında elde ettikleri toplam ciro (.....) (.....) TL olup bildirimine konu işlem açısından 25 milyon TL eşiği aşılmaktadır. Dolayısıyla işlem izne tabidir.

### H.3.3. İşlemin Rekabetçi Etkilerinin Değerlendirilmesi

4054 sayılı Kanun'un 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 durum yaratılmasına veya hakim durumun güçlenmesine yol açıp açmadığı incelenmiştir.

#### H.3.3.1. Tüketim Malları Organize Perakende Pazarı

Bu pazar bakımından kesin bir ilgili ürün pazarı tespit edilmediğinden, Samsun ili coğrafi pazarında işlemin 1000 m<sup>2</sup> üstü satış alanına sahip tüketim malları organize perakende pazarında etkileri incelenecektir. Samsun ilinde belirtilen pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerin pazar paylarına ilişkin sağlıklı bir veriye ulaşılamamıştır. Başvuru sahibi tarafından Kaya Market'in %(...) civarında, Makromarket'in ise %(....) civarında bir pazar payına sahip olduklarının tahmin edildiği, ayrıca belirtilen pazarda Kiler, Migros, Carrefour ve yerel Pınar Market gibi Makromarket'ten daha yüksek pazar payına sahip büyük firmaların rekabet halinde oldukları belirtilmiştir.

Dosya konusu işlem sonrasında Makromarket'in tahmini %(...) olan pazar payında küçük bir artış yaşanacaktır. Makromarket'in işlem sonrası pazar payı ve pazarın mevcut yapısı göz önüne alındığında işlemin, hakim durum yaratılması sonucunu doğuracak bir nitelik taşımaktan uzak olduğu kanaatine varılmıştır.

#### H.3.3.2. Alım (Tedarik) Pazarı

Gıda ağırlıklı organize perakende sektöründe faaliyet gösteren teşebbüslerin Türkiye genelindeki pazar paylarına Tablo 3'de yer verilmektedir.

Tablo 3. Organize Perakende Sektöründe Pazar Payları

Teşebbüs	Pazar Payı (%)
Migros	(...)
Carrefour	(...)
BİM	(...)
Metro	(...)
Tesco	(...)
Diğer	38,2

Bu pazarda ulusal zincir olmayan Kaya Market'in pazar payının %(...)'den düşük olduğu tahmin edilmektedir. Bu bakımdan işlem sonrası Makromarket belirlenen alım pazarlarında ihmal edilebilir bir pazar payı artışı elde edecektir. Ancak bu pazarda alım hacmi ve alım gücü Makromarket'ten büyük pek çok teşebbüs bulunmaktadır.

280 Mevcut pazar yapısı dikkate alındığında, devralma sonucunda Makromarket'in alım gücünde meydana gelecek artışın ilgili ürün pazarlarının herhangi birinde hakim durum yaratılması sonucunu doğurmayacağı kanaatine varılmıştır.

## I. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

290 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.