

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2007-3-178 (Devralma)
Karar Sayısı : 08-01/12-9
Karar Tarihi : 3.1.2008

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

10

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

B. RAPORTÖRLER: Tarkan ERDOĞAN, Onur Yelda YÜKSEL, Çağlar Deniz ATA

**C. BİLDİRİMDE
BULUNAN**

20

: L'Oreal S.A. Temsilcileri: Av. Gönenç GÜRKAYNAK,
Av. Korhan YILDIRIM ve Av. Yelda ÜREY
ELİG Ortak Avukat Bürosu
Çitlenbik Sokak No. 12 Yıldız Mahallesi Beşiktaş / İstanbul

D. TARAFLAR

: L'Oréal S.A.
41 rue martre 92117 Clichy, FRANSA

Necati AKYAZICI

Merkez Mah. Hürriyet Cad. Cihan Sokak No:3
34522 Büyükçekmece / İstanbul

30

Hasan BULUT

Merkez Mah. Hürriyet Cad. Cihan Sokak No:3
34522 Büyükçekmece / İstanbul

Özgül BULUT

Acıbadem Cad. Rauf Paşa Hanı Sok. Çamlıca Konakları
18. Blok Daire: 5 Üsküdar / İstanbul

Serhat BULUT

40

Acıbadem Cad. Rauf Paşa Hanı Sok. Çamlıca Konakları
18. Blok Daire: 5 Üsküdar / İstanbul

Seda BULUT

Acıbadem Cad. Rauf Paşa Hanı Sok. Çamlıca Konakları
18. Blok Daire: 5 Üsküdar / İstanbul

Fatma AKYAZICI

Poligon Mah. Çeşme Sok. İstinye Vadisi Evleri No: 15 D:1
İstinye Sarıyer / İstanbul

50

Fatih AKYAZICI

Poligon Mah. Çeşme Sok. İstinye Vadisi Evleri No: 15 D:1
İstinye Sarıyer/İstanbul

Canan AKYAZICI GÜNEL

Mimarsinan Mah. Yeşilkayalar Cad. Fibalife Sitesi A4 Blok D:4,
Çekmeköy Ümraniye/İstanbul

60

Nevzat AKYAZICI

Ferah Evler Mah. Osmanbey Sok. 5/3 Tarabya/İstanbul

E. DOSYA KONUSU: Canan Kozmetik Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi, Canan Tüketim Ürünleri Pazarlama Anonim Şirketi ve Seda Plastik ve Boya Sanayi İthalat İhracat Ticaret Limited Şirketi'nin hisselerinin tamamının L'Oréal S.A. tarafından devralınması işlemine izin verilmesi talebi.

70

F. DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 27.11.2007 tarih ve 7868 sayı ile giren ve en son 13.12.2007 tarih ve 8234 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 28.12.2007 tarih ve 2007-3-178/Öİ-07-TE sayılı Birleşme/Devralma Raporu, 31.12.2007 tarih ve REK.0.07.00.00-120/267 sayılı Başkanlık Önergesi ile 08-01 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

80

G. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili Rapor'da;

Bildirim konusu işlemin 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi ve bu Kanun'a dayanılarak çıkarılan 1997/1 sayılı Tebliğ kapsamında izne tabi olduğu,

Anılan devralma işlemi sonucunda ilgili pazarlarda bir hakim durum yaratılması ya da mevcut bir hakim durumun güçlendirilmesi yoluyla rekabetin önemli ölçüde kısıtlanmasının söz konusu olmayacağı anlaşıldığından söz konusu devir işlemine izin verilebileceği, kanaat ve sonucuna ulaşıldığı ifade edilmiştir.

H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

90

H.1. Taraflar

H.1.1. Canan Kozmetik Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi (Canan Kozmetik)

100

Canan Kozmetik, Necati Akyazıcı ve Hasan Bulut tarafından 1981 yılında saç bakım ürünleri üretmek üzere kurulmuştur. Canan Kozmetik halihazırda "İpek" markası altında, şampuan, bebek şampuanı, saç bakım kremi, saç jölesi, sıvı sabun, duş jeli, el ve vücut kremi, "Parmex" markası altında ise aseton üretmektedir. 2004 yılı itibarıyla Canan Kozmetik yıllık toplam (.....) ton üretim kapasitesine ulaşmıştır. Canan Kozmetik dış piyasalara da satış yapmaktadır ve toplam satışlarının yaklaşık % (...)’u ihracattan elde edilmektedir. Şirketin ortaklık yapısı Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Canan Kozmetik'in Ortaklık Yapısı

Hissedar	Pay Oranı (%)
Necati Akyazıcı	36,05
Hasan Bulut	36,05
Özgül Bulut	4,65
Serhat Bulut	4,65
Seda Bulut	4,65
Fatma Akyazıcı	4,65
Fatih Akyazıcı	4,65
Canan Akyazıcı	4,65
Toplam	100,00

H.1.2 Seda Plastik ve Boya Sanayi İthalat İhracat Ticaret Ltd. Şti. (Seda Plastik)

1996 yılında kurulan Seda Plastik'in ticari faaliyetlerinin amaç ve kapsamı, her çeşit boya, plastik, plastik boya malzemelerinin, bunlara ilişkin hammadde ve yarı mamullerin üretimi ve pazarlamasından oluşmaktadır. Şirket grup içi amaçlar için Canan Kozmetik'e ait ürünlerin plastik ambalajlarının üretimini yapmaktadır. Seda Plastik'in Canan Kozmetik ve Canan Pazarlama dışında müşterisi yoktur. Şirketin ortaklık yapısı Tablo 2'de sunulmuştur:

Tablo 2. Seda Plastik'in Ortaklık Yapısı

Hissedar	Pay Oranı (%)
Necati Akyazıcı	40,00
Hasan Bulut	40,00
Nevzat Akyazıcı	20,00
Toplam	100,00

H.1.3 Canan Tüketim Ürünleri Pazarlama Anonim Şirketi (Canan Pazarlama)

2005 yılında kurulan Canan Pazarlama, Canan Kozmetik ürünlerinin pazarlanması faaliyetlerini yürütmektedir. Şirketin Canan Kozmetik dışında tedarikçisi yoktur. Şirketin ortaklık yapısına Tablo 3'te yer verilmektedir:

Tablo 3. Canan Pazarlama'nın Ortaklık Yapısı

Hissedar	Pay Oranı (%)
Necati Akyazıcı	46,00
Hasan Bulut	46,00
Özgül Bulut	2,00
Fatma Akyazıcı	2,00
Seda Bulut	1,00
Serhat Bulut	1,00
Fatih Akyazıcı	1,00
Canan Akyazıcı	1,00
Toplam	100,00

H.1.4. L'Oréal S.A. (L'Oréal)

Devralan taraf olan L'oréal, kozmetik alanında araştırma, geliştirme, üretim ve pazarlama yapan Avrupa merkezli uluslararası bir şirket olup; tüm temel kozmetik gruplarında faaliyet göstermektedir. L'Oréal'in hisseleri, Paris Menkul Kıymetler Borsası'na kotedir.

130 L'Oréal, Türkiye'de mutlak sahibi olduğu iştiraki L'Oréal Türkiye Kozmetik Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi (L'Oréal Türkiye) ve Nestle SA ile L'Oréal ortak girişiminin bir iştiraki olan Inneov Nütrikozmetik Ticaret ve Sanayi Limited Şirketi (Inneov Nütrikozmetik) aracılığıyla faaliyet göstermektedir.

L'Oréal Türkiye ürünlerini, doğrudan perakendecilere ya da söz konusu ürünlerin perakendecilere satışını gerçekleştiren bağımsız distribütörlere pazarlamakta olup; teşebbüsün perakende seviyesinde faaliyeti bulunmamaktadır.

L'Oréal Türkiye'nin organizasyon yapısı aşağıdaki gibidir :

140

-Tüketici Bölümü: "L'Oréal Paris", "Maybelline" and "Garnier" markası ile satılan genel pazar ürünleri;

-Salon Bölümü: "L'Oréal Professionnel", "Kerastase" ya da "Matrix" markası altında satılan ve kuaförler tarafından müşterilerine hizmet verilirken kullanılan ürünler ve de kuaförler tarafından müşterilerine satılan ürünler;

150

-Lüks Bölümü: "Lancôme", "Biotherm", "Giorgio Armani", "Ralph Lauren" and "Cacharel" markaları altında doğrudan perakendecilerce satılan kozmetik ve parfüm ürünleri;

-Aktif Kozmetik Bölümü: "Vichy" and "La Roche Posay" markaları altında eczaneler aracılığıyla satılan spesifik kozmetik ürünleri.

L'Oréal'in Türkiye'deki diğer iştiraki olan Inneov Nütrikozmetik ise, 2005 yılının ortalarından itibaren, ağızdan alınan kozmetiklerin eczaneler aracılığıyla pazarlanması faaliyetini yürütmektedir. L'Oréal S.A. ve L'Oréal Türkiye'nin hissedarlık yapılarına sırasıyla Tablo 4 ve Tablo 5'de yer verilmiştir.

160 Tablo 4. L'Oréal'in Ortaklık Yapısı

Hissedarlar	Pay Oranı (%)
Bettencourt Ailesi	30,04
Nestle SA	28,87
Halka arz edilen	37,57
Hazine stoğu	3,52
Toplam	100,00

Tablo 5. L'Oréal Türkiye'nin Ortaklık Yapısı

Hissedarlar	Pay Oranı (%)
Anavi Moris	< 0,01
Armand Loic	< 0,01
Wirth Bruno	< 0,01
L'oreal SA	99,9
Holdial	< 0,01
Toplam	100,00

H.1.5. Devreden Taraflar

170

İşlemin devreden tarafında ise, Canan Kozmetik, Canan Pazarlama ve Seda Plastik'in hisselerine sahip olan Necati Akyazıcı, Hasan Bulut, Özgül Bulut, Serhat Bulut, Seda Bulut, Fatma Akyazıcı, Fatih Akyazıcı, Canan Akyazıcı Günel, Nevzat Akyazıcı bulunmaktadır.

H.2. İlgili Pazar

H.2.1. Sektöre İlişkin Genel Bilgiler

180

Satış kanalları açısından değerlendirildiğinde kozmetik ürünler, harcıalem kozmetik ürünler (mass) ve seçici kozmetik ürünler (selectif) olarak ikiye ayrılmaktadır. Harcıalem ürünler marketler gibi alışılacelmış perakende satış kanallarıyla pazarlanıp satılabilen ürünlerdir. Seçici ürünler ise diğer ürünlerden farklılaştırılmış özel niteliklere sahip olan ve bu nedenle farklı üretim ve pazarlama yöntemleri kullanılarak piyasaya arz edilen ürünlerdir. Örneğin ürünün satışı sırasında özel eğitilmiş personel görevlendirilmekte veya müşteri ihtiyaçlarını belirleyebilmek için çeşitli cihazlar kullanılmaktadır.

190

Güncel ihtiyaçlara cevap veren yeni veya farklılaştırılmış ürünlerin pazara girebilmesi için yapılan ar-ge çalışmaları şirketler arası rekabetin temel unsurlarından birini oluşturmaktadır. Geliştirilen yeni ürünün piyasada tutundurulması için yapılan pazarlama faaliyetleri de bir diğer rekabet aracıdır. Teşebbüsler bu faaliyetler ile hem pazarı hem de müşteri portföylerini genişletmeye çalışarak rekabet etmektedirler.

H.2.2. İlgili Ürün Pazarı

200

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.

210

L'Oréal'in satışını gerçekleştirdiği kimi ürünler harcıalem kozmetik ürünler pazarına, kimi ürünler ise seçici kozmetik ürünler pazarına dahil bulunmaktadır. Canan Kozmetik tarafından satışı gerçekleştirilen ürünler ise harcıalem kozmetik ürünler pazarına dahil bulunmakta ve dolayısıyla tarafların faaliyetleri sadece harcıalem kozmetik ürünlerin satışı alanında örtüşmektedir. İlgili ürün pazarı tanımına, devre konu teşebbüsün faaliyet alanının esas alındığı ve Canan Kozmetik'in de sadece harcıalem kozmetik ürünler sektörünün bazı alt pazarlarında faaliyet gösterdiği dikkate alındığında, ilgili ürün pazarlarının harcıalem kozmetik pazarının alt pazarları olarak, şampuanlar, saç şekillendiriciler, besleyici ve yoğun bakım ürünleri ve vücut bakım ürünleri pazarları olduğu söylenebilecektir.

Dolayısıyla, ilgili ürün pazarları "harcıalem şampuan pazarı", "harcıalem saç şekillendiricileri pazarı", "saça yönelik harcıalem besleyici ve yoğun bakım ürünleri pazarı" ve "harcıalem vücut bakım ürünleri pazarı" olarak tespit edilmiştir.

220 **H.2.3. İlgili Coğrafi Pazar**

Devralma işlemine konu olan ürünler açısından pazara giriş, üretim, dağıtım, pazarlama ve satış şartlarının bölgesel bir farklılık göstermediği göz önüne alınarak ilgili coğrafi pazar “Türkiye Cumhuriyeti sınırları” olarak belirlenmiştir.

H.3.Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme**H.3.1. İşlemin Değerlendirilmesi**

230 L’Oréal ile Satıcılar (Necati Akyazıcı, Hasan Bulut, Özgül Bulut, Serhat Bulut, Seda Bulut, Fatma Akyazıcı, Fatih Akyazıcı, Canan Akyazıcı Günel ve Nevzat Akyazıcı) arasında 7.11.2007 tarihinde “Satış ve Satın Alım Sözleşmesi” imzalanmıştır. Sözleşme ile Canan Kozmetik, Canan Pazarlama ve Seda Plastik’in tüm hisselerin L’Oréal tarafından devralınması düzenlenmiştir. İşlem sonucunda Canan Kozmetik’in, Canan Pazarlama’nın ve Seda Plastik’in mutlak kontrolü L’Oréal’a geçeceğinden işlem 1997/1 sayılı Tebliğ’in 2. maddesi anlamında bir devralma işlemidir.

240 1997/1 sayılı Tebliğ’de teşebbüslerin ilgili ürün pazarındaki toplam pazar paylarının % 25’i aştığı veya bu oran aşılmaya bile toplam cirolarının 25 milyon YTL’yi aştığı birleşme devralmaların izne tabi işlemler olduğu belirtilmiştir. İşlem taraflarının ilgili pazarlardaki pazar payları Tablo 6’da sunulmaktadır.

Tablo 6. Tarafların İlgili Pazarlardaki Pazar Payları

İlgili Pazar	L’Oréal (%)	Canan (%)	Toplam (%)
Şampuanlar	(...)	(...)	(...)
Besleyici ve Yoğun Bakım Ürünleri	(...)	(...)	(...)
Saç şekillendiriciler	(...)	(...)	(...)
Vücut Bakım Ürünleri	(...)	(...)	(...)

250 İşlem taraflarının toplam ciroları ise, L’Oréal’in yaklaşık (.....) YTL, Canan Grup’un ise yaklaşık (.....) YTL olmak üzere toplam (.....) (.....) YTL’dir. Pazar payı eşiği “saça yönelik besleyici ve yoğun bakım ürünleri pazarında” ve tarafların toplam ciroları da ciro eşiğini aşmaktadır. Dolayısıyla söz konusu devir işlemi izne tabidir.

4054 sayılı Kanun’un 7. maddesinde, “hakim durum yaratmaya veya hakim durumlarını daha da güçlendirmeye yönelik olarak ülkenin bütünü ya da bir kısmında herhangi bir mal veya hizmet piyasasındaki rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu” doğuracak birleşme ve devralmalar hukuka aykırı kabul edilerek yasaklanmıştır.

260 2006 yılı verilerine göre tarafların ilgili pazarlarda sahip oldukları ayrı ayrı ve toplam pazar payları ile buna ek olarak L’Oréal’in kozmetiğin diğer alanlarında da sahip olduğu pazar payı Tablo 7’de sunulmaktadır.

Tablo 7. Devir İşlemi Sonrası Pazar Payları

İlgili Pazar	L'Oréal (%)	Canan (%)	Toplam
Saç Boyası	(...)	(...)	(...)
Şampuan	(...)	(...)	(...)
Besleyici ve Yoğun Bakım Ürünleri	(...)	(...)	(...)
Saç şekillendiriciler	(...)	(...)	(...)
Yüz Bakım Ürünleri	(...)	(...)	(...)
Vücut Bakım Ürünleri	(...)	(...)	(...)
Renkli Kozmetik Ürünleri	(...)	(...)	(...)
Güneş Bakım Ürünleri	(...)	(...)	(...)

270 Rekabet hukuku içtihadında pazar payı hakim durum analizinde öncelikle dikkate alınan ölçüttür. Tablo 6'da da görüldüğü gibi tarafların ilgili ürün pazarlarında sahip oldukları paylar rekabeti kısıtlayıcı bir yoğunlaşmaya yol açabilecek ölçüde yüksek değildir. Diğer yandan işlem sonrasında L'Oréal'in pazardaki gücünün değerlendirilebilmesi bakımından rakiplerine göre göreceli konumunun da dikkate alınması gerekmektedir. İlgili pazarlarda faaliyet gösteren teşebbüslerin pazar paylarına Tablo 8 ve Tablo 9'da yer verilmiştir.

Tablo 8. Vücut Bakım Ürünleri Pazarında Taraf ve Rakiplerin Pazar Payları

Firma	Pazar Payı (%)
Canan Kozmetik, L'Oréal Toplam	(...)
Evyap	(...)
Colgate Palmolive	(...)
Unilever	(...)
Diğer	(...)
Toplam	(...)

280 Tablo 9. Diğer Pazarlarda Rakipler ve Tarafların Pazar Payları

	Şampuan (%)	Besleyici ve Yoğun Bakım Ürünleri (%)	Saç Şekillendiricileri (%)
L'Oréal + Canan Kozmetik	(...)	(...)	(...)
P&G	(...)	(...)	(...)
Unilever	(...)	(...)	(...)
Colgate Palmolive	(...)	(...)	(...)
Henkel	(...)	(...)	(...)
Hobby	(...)	(...)	(...)
Eczacıbaşı	(...)	(...)	(...)
Diğer	(...)	(...)	(...)

Şampuan pazarında işlem sonrasında L'Oréal yaklaşık % (...) pazar payına sahip olacakken karşısında pazarın sırasıyla % (...) ve %(...)’luk kısımlarına sahip Procter and Gamble ve Unilever bulunmaktadır. Besleyici ve yoğun bakım ürünleri pazarında ise işlem sonrasında L'Oréal'in pazar payı % (...) civarına çıkmaktadır. Bu pazarda yine Procter and Gamble ve Unilever sırasıyla % (...) ve % (...) pazar payıyla güçlü birer rakip olarak göze çarpmaktadır. Saç şekillendiricileri pazarında diğer pazarlarda görülen rakiplerden farklı iki firma Hobby ve Eczacıbaşı (Egos markası ile pazarda bulunmaktadır) pazarın en güçlü iki oyuncusu olarak

290 görülmektedir. İşlem sonrasında bu pazarda L'Oréal'in pazar payı yaklaşık % (...) olarak gerçekleşecektir. Hobby aynı pazarda % (...) pazar payı ile lider durumda iken Eczacıbaşı % (...) ile pazarda ikinci durumdadır. Vücut bakım ürünleri pazarında ise Evyap % (...), Colgate Palmolive % (...) ve Unilever % (...) pazar payına sahipken işlem sonrası L'Oréal yaklaşık % (...)’lik bir pazar payına ulaşacaktır. Bu verilerden de görülebileceği gibi ilgili pazarlarda güçlü rakipler bulunmaktadır. İşlem sonrasında L'Oréal pazar payı sıralamasında şampuan pazarında 3., saç şekillendiricileri ve vücut bakım ürünleri pazarlarında 4. konuma gelecektir. Besleyici ve yoğun bakım ürünleri pazarında ise işlem sonrasında %26 ile ilk sıraya gelmektedir. Ancak besleyici ve yoğun bakım ürünleri pazarında diğer 300 iki büyük rakip olan Procter and Gamble ve Unilever’in, saç şekillendiricileri pazarında ise Hobby ve Eczacıbaşı’nın yüksek pazar payları ile rekabetçi bir baskı yaratmaya devam edeceği söylenebilecektir.

Dosya mevcudu bilgi ve belgeden Charisma Optik’ten Alparslan Durmaz’ın, söz konusu devralma işlemine ilişkin olarak L'Oréal'in Canan Kozmetik'in hisselerini devralarak tekel konumuna geçeceğini ifade ettiği anlaşılmıştır. Bildirim çerçevesinde tarafların verdiği bilgiler söz konusu savların tam tersi yönde olmakla birlikte, konunun daha da açıklığa kavuşturulabilmesi amacıyla L'Oréal'in en 310 önemli rakiplerinden biri olan Procter and Gamble’dan konuya ilişkin bilgi alınmıştır. Procter and Gamble tarafından Kurum’a gönderilen yazıda; birçok çok uluslu ve aynı zamanda yerel firmanın faaliyet gösterdiği ve rekabetin yoğun olduğu saç bakım pazarının bu işlem sonrasında daha da hareketleneceği ifade edilmektedir. Procter and Gamble, L'Oréal'in faaliyet gösterdiği pazarlardaki paylarının oldukça düşük seyrettiğini, ancak tüketici nezdinde yerleşmiş önemli kozmetik markalarının bulunduğunu belirtmektedir.

Ayrıca dikkat edilmesi gereken önemli noktalardan biri de, Canan Kozmetik'in “İpek” markalı, pazarda “ekonomik”, “hesaplı” olarak nitelendirilen saç bakım ürünlerini pazarladığı; L'Oréal'in ise özellikle, ayrı bir ilgili ürün pazarı olan seçici 320 kozmetik ürünler pazarına ve üst gelir grubuna yönelik faaliyet gösterdiği. Bu çerçevede devre konu faaliyetler aslında L'Oréal'in faaliyetleriyle çakışmaktan çok, tamamlayıcı nitelik göstermektedir. Bu durum ise L'Oréal'in portföyünü genişleterek, etkinlik artışı yoluyla rekabetçi gücünü artıracaktır. Ayrıca işlem öncesinde yaklaşık 5 bin noktaya ulaşan L'Oréal'in, İşlem sonrasında Canan Kozmetik'in halihazırda ulaştığı 20 bin noktaya da erişmesi mümkün olacaktır. Sonuç olarak işlemin hem etkinlik artışına, hem de tüketici refahına, dolayısıyla toplumsal refahın artışına olanak vereceği kanaatine varılmıştır.

330 “Satış ve Satın Alım Sözleşmesi”nin rekabet yasağına ilişkin ilgili hükümleri makul bir yan sınırlama olarak kabul edilmiştir.

I. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

Bildirim konusu işlemin, 4054 sayılı Kanun’un 7. maddesi ve bu Kanun’a dayanılarak çıkarılan 1997/1 sayılı “Rekabet Kurulu’ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ” kapsamında izne tabi olduğuna, işlem sonucunda aynı 340 Kanun maddesinden belirtilen nitelikte hakim durum yaratılmasının veya mevcut hakim durumun güçlendirilmesinin ve böylece ilgili pazarlarda rekabetin önemli

08-01/12-9

ölçüde azaltılmasının söz konusu olmadığına, bildirim konusu işleme izin verilmesine OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.