

REKABET KURUMU

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2025-2-029 (Devralma)
Karar Sayısı : 25-35/832-489
Karar Tarihi : 18.09.2025

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Birol KÜLE
Üyeler : Ahmet ALGAN, Şükran KODALAK, Hasan Hüseyin ÜNLÜ,
Ayşe ERGEZEN, Rıdvan DURAN, Ayşe USLU CEVLEK

B. RAPORTÖRLER: Ömer Volkan YAZAR, Emre KARA, Tuğçe GÜRSEL,
Muhammed Enes DOĞAN

C. BİLDİRİMDE

BULUNAN : - Türk Tuborg Bira ve Malt Sanayi AŞ
Temsilcileri: Av. Ekin ÖNER, Av. Mehmet Göktuğ POLAT
Levent 199 Kat: 33 Büyükdere Cad. No: 199 Şişli/İSTANBUL

- (1) D. DOSYA KONUSU: Antalya Alkollü İçecek Sanayi ve Ticaret AŞ'nin tek kontrolünün TUBORG Bira ve Malt Sanayi AŞ tarafından devralınması işlemi.
- (2) E. DOSYA EVRELERİ: Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına 27.06.2025 tarih ve 69852 sayı ile intikal eden, eksiklikleri 23.07.2025 tarih/71087 sayılı, 04.08.2025 tarih/71657 sayılı, 18.08.2025 tarih/72217 sayılı ve 29.08.2025 tarih/72758 sayılı yazılar ile tamamlanan bildirim üzerine düzenlenen 06.09.2025 tarih ve 2025-2-029/Öİ sayılı Ön İnceleme Raporu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (3) F. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ: İlgili raporda özetle, dosya konusu işleme izin verilmesinde sakınca bulunmadığı ifade edilmiştir.

G. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

- (4) Kurum kayıtlarına 27.06.2025 tarih ve 69852 sayı ile intikal eden bildirimde, Antalya Alkollü İçecek Sanayi ve Ticaret AŞ (ANTALYA ALKOLLÜ)'nin tek kontrolünün Türk Tuborg Bira ve Malt Sanayii AŞ (TUBORG) tarafından devralınması işlemine izin verilmesi talep edilmiştir.
- (5) Söz konusu bildirimin detaylı incelenebilmesi amacıyla bildirim sahibi TUBORG'tan 07.07.2025 tarihli ve 118687 sayılı yazı; 06.08.2025 tarihli ve 121028 sayılı yazı ve 26.08.2025 tarihli ve 122359 sayılı yazı; Anadolu Efes Biracılık ve Malt Sanayi AŞ (EFES)'den 07.07.2025 tarihli ve 118694 sayılı yazı ve 06.08.2025 tarihli ve 121032 sayılı yazı; Efe Alkollü İçecekler AŞ (EFE)'den 07.07.2025 tarihli ve 118686 sayılı yazı ve 06.08.2025 tarihli ve 121030 sayılı yazı; Mey İçki Sanayi ve Ticaret AŞ (MEY İÇKİ)'den 07.07.2025 tarih ve 118679 sayı ve 06.08.2025 tarihli ve 121039 sayılı yazı; Weitnauer Dış Ticaret AŞ (WEITNAUER)'den 07.07.2025 tarihli ve 118678 sayılı yazı ve 06.08.2025 tarihli ve 121043 sayılı yazı; Kırbiyık İçecek AŞ (KIRBIYIK)'den 07.07.2025 tarihli ve 118677 sayılı yazı ve 06.08.2025 tarihli ve 121040 sayılı yazı; Beylerbeyi İçecek Pazarlama AŞ (BEYLERBEYİ)'den 07.07.2025 tarihli ve 118693 sayılı yazı ve 06.08.2025 tarihli 121029 sayılı yazı; Pernod Ricard İç ve Dış Tic. Ltd. Şti. (PERNOD RICARD)'den 06.08.2025 tarihli ve 121031 sayılı yazı; Tarım ve Orman Bakanlığı Tütün ve Alkol Dairesi Başkanlığı (TADB)'ndan 26.08.2025 tarihli 122357

sayılı yazı; Distile İçki San. ve Tic. AŞ (DİSTİLE İÇKİ)¹'den 26.08.2025 tarihli ve 122358 tarihli yazı; Nielsen Araştırma Hizmetleri Ltd. Şti. (NIELSEN)'den 29.08.2025 tarihli ve 122725 sayılı yazı ve Brown Forman İçki Ltd. Şti. (BROWN FORMAN)'den 03.09.2025 tarihli ve 123017 sayılı yazı ile bilgi taleplerinde bulunulmuştur.

- (6) Bilgi taleplerine yönelik olarak WEITNAUER tarafından gönderilen cevabi yazılar 14.07.2025 tarih ve 70594 sayı ve 13.08.2025 tarih ve 72048 sayı, 20.08.2025 tarih ve 72343 sayı, 20.08.2025 tarih ve 72344 sayı; BEYLERBEYİ tarafından gönderilen cevabi yazılar 21.07.2025 tarih ve 70907 sayı, 15.08.2025 tarih ve 72171 sayı, 20.08.2025 tarih ve 72353 sayı; MEY İÇKİ tarafından gönderilen cevabi yazılar 21.07.2025 tarih ve 70989 sayı, 21.08.2025 tarih ve 72358 sayı; TUBORG tarafından gönderilen cevabi yazılar 23.07.2025 tarih ve 71087 sayı, 04.08.2025 tarih ve 71657 sayı ve 18.08.2025 tarih ve 72217 sayı, 29.08.2025 tarih ve 72758 sayı; EFE tarafından gönderilen cevabi yazılar 29.07.2025 tarih ve 71429 sayı, 22.08.2025 tarih ve 72485 sayı, 02.09.2025 tarih ve 72894 sayı; EFES tarafından gönderilen cevabi yazılar 31.07.2025 tarih ve 71526 sayı ve 19.08.2025 tarih ve 72272 sayı, KIRBIYIK tarafından gönderilen cevabi yazılar 01.08.2025 tarih ve 71622 sayı, 21.08.2025 tarih ve 72387 sayı, 26.08.2025 tarih ve 72590 sayı; PERNOD RICARD tarafından gönderilen cevabi yazı 21.08.2025 tarih ve 72399 sayı; DİSTİLE İÇKİ tarafından gönderilen cevabi yazı 01.09.2025 tarih ve 72873 sayı; TADB tarafından gönderilen cevabi yazı 02.09.2025 tarih ve 72908 sayı; BROWN FORMAN tarafından gönderilen cevabi yazı 04.09.2025 tarih ve 73073 sayı ve NIELSEN tarafından gönderilen cevabi yazılar 05.09.2025 tarih ve 73111 sayı ve 05.09.2025 tarih ve 73146 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (7) Karara konu işleme ilişkin olarak, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun (4054 sayılı Kanun)'un ilgili hükümleri ve 2010/4 sayılı Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ (2010/4 sayılı Tebliğ) uyarınca yapılan incelemeye aşağıda yer verilmektedir.

G.1. YAPILAN İNCELEME ve TESPİTLER

G.1.1. Taraflar

G.1.1.1. Devralan: TUBORG

- (8) Nihai olarak International Beer Breweries Ltd.'nin kontrolünde olan ve 1969 yılında faaliyetlerine başlayan TUBORG, İzmir'de bulunan tesislerinde bira ve malt üretiminin yanı sıra yurt dışından ithal etmekte olduğu bira markalarının distribütörlük faaliyetleri ile iştigal etmektedir. Teşebbüsün 2024 yılına ait cirosu (.....) TL ((.....)) olarak gerçekleşmiştir. TUBORG'un hissedarlık yapısına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

Tablo 1-TUBORG'un Hissedarlık Yapısı

Pay Sahibi	Oran (%)
International Beer Breweries Ltd.	(.....)
Halka Açık Kısım	(.....)
Toplam	100,00
Kaynak: TUBORG Yönetim Kurulu Faaliyet Raporu (30.06.2025)	

¹ DİSTİLE İÇKİ ve EFE arasında akdedilen distribütörlük sözleşmesi gereği, DİSTİLE İÇKİ tarafından üretilen ürünlerin satış ve dağıtımı EFE tarafından yapılmaktadır.

- (9) TUBORG'un Yönetim Kurulu yapısı aşağıdaki gibidir:

Tablo 2- TUBORG'un Yönetim Yapısı

Adı Soyadı	Ünvan
Aran Ernest OELSNER	Yönetim Kurulu Başkanı
Joav Asher NACHSHON	Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı
Timur GÖKMERAL	Yönetim Kurulu Üyesi
Damla TOLGA BİROL	Yönetim Kurulu Üyesi
Banu SEZEN	Yönetim Kurulu Üyesi (Bağımsız)
Özge BULUT	Yönetim Kurulu Üyesi (Bağımsız)
Kaynak: TUBORG Yönetim Kurulu Faaliyet Raporu (30.06.2025)	

- (10) TUBORG'un üretimini ve ithalatını gerçekleştirdiği ürün grupları ve markalarına ilişkin tablo aşağıda yer almaktadır:

Tablo 3- TUBORG'un Faaliyet Gösterdiği Ürün Grupları ve Markaları

Ürün Grubu	Marka
Bira	Guinness, 1664 Blanc, Sol, Tuborg Amber, Tuborg Filtresiz, Tuborg Gold, Tuborg Special Shot, Tuborg Special, Tuborg Winter Time, Weihestephaner Hefe Weissbier, Weihestephaner Vitus
Likör	Aperol, Campari
Köpüklü Şarap ²	Cinzano Prosecco
Vermut ³	Cinzano Vermouth
Kaynak: Bildirim Formu	

- (11) TUBORG'un her bir ürün kategorisinde sahip olduğu markaların TUBORG'un cirosu içerisindeki payına ilişkin tablo aşağıda yer almaktadır:

² Şarabın ikinci kez mayalanması ve bu işlem sırasında ortaya çıkan karbondioksit gazının şişenin içinde kalması sağlanarak elde edilen alkollü içecek türüdür.

³ Şarabın içersine bitki ve baharatlar eklenerek "aromatize" edilen bir tür alkollü içecek türüdür.

Tablo 4- Markalardan Elde Edilen Ciro ve Toplam Ciro İçerisindeki Payı

Kategori	Marka	2022		2023		2024		2025 (ilk 6 ay)	
		Ciro (Milyon TL)	Pay (%)	Ciro (Milyon TL)	Pay (%)	Ciro (Milyon TL)	Pay (%)	Ciro (Milyon TL)	Pay (%)
Bira	Tuborg	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Bira	Carlsberg	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Bira	1664 Blanc	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Bira	Desperados	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Bira	Frederik	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Bira	Grimbergen	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Bira	Guinness	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Bira	Kilkenny	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Bira	Skol Beer	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Bira	Sol	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Bira	Troy Pilsner	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Bira	Weihenstephan	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Bira Toplam		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Likör	Aperol	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Likör	Campari	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Likör Toplam		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Köpüklü Şarap	Cinzano	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Vermut	Cinzano	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Genel Toplam		(.....)	100,00	(.....)	100,00	(.....)	100,00	(.....)	100,00
Kaynak: Cevabi Yazı									

- (12) Tablo 4⁴ incelendiğinde, TUBORG'a ait markalar içerisinde bira kategorisinde en yüksek payı *Tuborg* markalı ürünün aldığı, bu markayı *Carlsberg*'in takip ettiği, *1664 Blanc*, *Desperados*, *Guinness*, *Sol* gibi diğer markaların payının ise %(.....)'in altında kaldığı görülmektedir. TUBORG'un satışını gerçekleştirdiği likör markaları içerisinde ise en yüksek payı *Aperol* markası almaktadır. TUBORG'un elde ettiği ciro içerisinde biranın her yıl için %(.....)'un üzerinde paya sahip olduğu; likör, köpüklü şarap ve vermutun payının ise %(.....)'in altında kaldığı anlaşılmaktadır.
- (13) TUBORG tarafından üretilen ve ithal edilen ürünlerin satışı ise TUBORG'un bağlı ortaklığı konumunda bulunan Tuborg Pazarlama AŞ (TUBORG PAZARLAMA) tarafından yapılmaktadır.

G.1.1.2. Devre Konu: ANTALYA ALKOLLÜ

- (14) 2005 yılında Antalya'da kurulan ANTALYA ALKOLLÜ; rakı, votka, cin ve likör gibi alkollü içeceklerin üretimini gerçekleştirmektedir. ANTALYA ALKOLLÜ, bu faaliyetlerini Antalya'daki üretim tesisi aracılığıyla yürütmektedir. ANTALYA ALKOLLÜ'nün 2024 mali yılına ilişkin toplam cirosu (.....) ((.....)) TL'dir.

⁴ *Tuborg*, *Carlsberg*, *Frederick*, *1664 Blanc* gibi markalar TUBORG'un kendi üretim tesisinde üretilmekte iken *Weihenstephan*, *Desperados*, *Aperol*, *Campari*, *Guinness* ve *Sol* gibi markalar yurt dışından ithal edilmektedir.

- (15) ANTALYA ALKOLLÜ'nün mevcut hissedarlık yapısı aşağıdaki gibidir:

Tablo 5- ANTALYA ALKOLLÜ'nün Hissedarlık Yapısı

Pay Sahibi	Pay Oranı (%)
Topkapı Aktif Alkollü ve Alkolsüz İçecek Sanayi ve Ticaret AŞ (TOPKAPI AKTİF) ⁵	(.....)
Feyzullah SARAÇOĞLU	(.....)
Özer SARAÇOĞLU	(.....)
Günsu Enerji Sistemleri ve Konfor Tesisleri Sanayii ve Ticaret AŞ (GÜNSU) ⁶	(.....)
İsmail KARAMAN	(.....)
Diğer ⁷	(.....)
Toplam	100,00
Kaynak: Bildirim Formu	

- (16) ANTALYA ALKOLLÜ'nün Yönetim Kurulu yapısı aşağıdaki gibidir:

Tablo 6- ANTALYA ALKOLLÜ'nün Yönetim Yapısı

Adı Soyadı	Ünvan
İsmail KARAMAN	Yönetim Kurulu Başkanı
Hazal KARAMAN DÜLGER	Yönetim Kurulu Üyesi

- (17) ANTALYA ALKOLLÜ'nün üretimini ve ithalatını gerçekleştirdiği ürün grupları ve markalarına ilişkin tablo aşağıda yer almaktadır:

Tablo 7- ANTALYA ALKOLLÜ'nün Faaliyet Gösterdiği Ürün Grupları ve Markaları

Ürün Grubu	Marka
Likör	Hare
Rakı	Ata, Burgaz, 7 Rakı
Votka	Vodka 1967, Rublovskaya, John Joy
Cin	Gin İstanbul ve Cin Maestro
Kaynak: Bildirim Formu	

⁵ (.....).

⁶ (.....)

⁷ ANTALYA ALKOLLÜ'NÜN %(.....)'lük payı 33 hissedara aittir.

- (18) ANTALYA ALKOLLÜ'nün her bir ürün kategorisinde sahip olduğu markaların ciro içerisindeki payına ilişkin tablo aşağıda yer almaktadır⁸:

Tablo 8- Markalardan Elde Edilen Ciro ve Toplam Ciro İçerisindeki Payı

Kategori	Marka	2022		2023		2024		2025 (ilk 6 ay)	
		Ciro (Milyon TL)	Pay (%)	Ciro (Milyon TL)	Pay (%)	Ciro (Milyon TL)	Pay (%)	Ciro (Milyon TL)	Pay (%)
Cin	Gin İstanbul	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Cin	Cin Maestro	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Cin Toplam		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Likör	Hare	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Likör	41 Çeşit	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Likör	Burgaz Likör	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Likör	Aydeniz	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Likör	Yakamoz	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Likör	7 Likör	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Likör Toplam		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Rakı	Ata Rakı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Rakı	Ata Gold	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Rakı	Burgaz Rakı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Rakı	Burgaz Göbek Rakı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Rakı	7 Rakı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Rakı	Topkapı	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Rakı	Safa	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Rakı	Abbas	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Rakı	Yakamoz	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Rakı Toplam		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Votka	Votka 1967	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Votka	John Joy	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Votka	Rublovskaya	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Votka Toplam		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer ⁹		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Genel Toplam		(.....)	100,00	(.....)	100,00	(.....)	100,00	(.....)	100,00
Kaynak: Cevabi Yazı (Belge-18)									

- (19) Tablo 8 incelendiğinde, ANTALYA ALKOLLÜ'nün cirosu içerisinde en yüksek paya sahip ürün kategorilerinin votka ve likör olduğu görülmektedir. 2022 yılında ciro içerisindeki payı %(.....) olan votka, dalgalı bir seyir izleyerek 2024 yılında %(.....), 2025'in ilk altı ayında ise yaklaşık %(.....) seviyesinde gerçekleşmiştir. Rakı da votkaya benzer bir seyir göstermiş ve ürünün 2022 yılında %(.....) olan payı 2024 yılında %(.....), 2025'in ilk altı ayında yaklaşık %(.....) seviyesinde gerçekleşmiştir. Cin ürününün cirodan aldığı pay yıllar içerisinde azalış gösterirken; likör ürününün aldığı pay artış göstermiş ve 2022 yılında %(.....) olan ciro içerisindeki payı, 2024 yılında

⁸ Kurulun 06.07.2011 tarihli ve 11-41/865-M sayılı kararı ile MEY İÇKİ'nin kontrolünde bulunan Burgaz Akollü İçecekler Ticari ve İktisadi Bütünlüğü'nün ANTALYA ALKOLLÜ'ye devredilmesine izin verilmiş ve işlem sonrasında *Gin İstanbul*, *Burgaz Rakı* ve *Votka 1967* markalarının kullanım hakkına ANTALYA ALKOLLÜ'ye sahip olmuştur.

⁹ Diğer kategorisini oluşturan ürünler alkollü içeceklere eklenmesi halinde alkollü kokteyl elde edilmesini sağlayan "kokteyl mix" ürünü, "*Party Ice Shot*" isimli şarap ile *Jack Daniel's Tennessee* markalı viski olup söz konusu ürünlerin satış miktarı ve hacmi oldukça düşüktür.

%(.....)'ya, 2025 yılının ilk altı ayında ise %(.....)'ya yükselmiştir. Ürün kategorilerindeki markalara bakıldığında ise; cin kategorisinde en yüksek paya sahip markanın *İstanbul*, likör kategorisinde *Hare*, rakı kategorisinde *Ata Rakı* ve votka kategorisinde ise *1967 Votka* olduğu görülmektedir.

- (20) Buna ek olarak ANTALYA ALKOLLÜ, iştiraki Topkapı İçecek Dağıtım Pazarlama AŞ (TOPKAPI) aracılığıyla Türkiye genelinde söz konusu alkollü içeceklerin toptan ve perakende satışını gerçekleştirmekte; ürünlerin dağıtımı ve pazarlamasına ilişkin faaliyetleri yürütmektedir.

G.1.2. İşlemin Niteliği ve 2010/4 sayılı Tebliğ Kapsamında Yapılan Değerlendirme

G.1.2.1. İşlemin Niteliği

- (21) Bildirime konu işlem, ANTALYA ALKOLLÜ'nün tek kontrolünün hisse devri yoluyla TUBORG tarafından devralınması işlemidir. 2010/4 sayılı Tebliğ'in 5. maddesinin birinci fıkrasının (b) bendinde kontrolde kalıcı değişiklik meydana getirecek şekilde, *"bir veya daha fazla teşebbüsün tamamının ya da bir kısmının doğrudan veya dolaylı kontrolünün, hisse ya da mal varlığının satın alınmasıyla, sözleşmeyle veya diğer bir yolla bir ya da daha fazla teşebbüs veya hâlihazırda en az bir teşebbüsü kontrol eden bir ya da daha fazla kişi tarafından devralınması birleşme veya devralma işlemi sayılır."* hükmü yer almaktadır.
- (22) Kontrolde kalıcı değişiklik meydana gelmesi hususu ise, 2010/4 sayılı Tebliğ'in 5. maddesinin ikinci fıkrasında; *"Bu Tebliğ bakımından kontrol, ayrı ayrı ya da birlikte, fiilen ya da hukuken bir teşebbüs üzerinde belirleyici etki uygulama olanağını sağlayan haklar, sözleşmeler veya başka araçlarla meydana getirilebilir. Bu araçlar özellikle bir teşebbüsün malvarlığının tamamı ya da bir kısmı üzerinde mülkiyet veya işletilmeye müsait bir kullanma hakkı, bir teşebbüsün organlarının oluşumunda ya da kararları üzerinde belirleyici etki sağlayan haklar veya sözleşmelerdir. Kontrol, hak sahipleri ya da bir sözleşmeye göre hakları kullanmaya yetkili kılınmış olan veya böyle bir hak ve yetkisi olmamakla birlikte fiilen bu hakları kullanma gücüne sahip olan kişiler veya teşebbüsler tarafından elde edilebilir."* hükmü ile açıklanmaktadır.
- (23) Sonuç olarak, Birleşme ve Devralma Sayılan Haller ve Kontrol Kavramı Hakkında Kılavuz'un (Kontrol Kılavuzu) 13. paragrafında da açıklandığı üzere, bir teşebbüs üzerindeki kontrol sözleşme aracılığıyla da devralınabilmekte, ancak sözleşme aracılığıyla kontrolün sağlanması için hedef şirket üzerinde ilgili sözleşmenin hisseler veya varlıkların devralınması halindekine benzer bir kontrole yol açması gerekmektedir. Bu nitelikteki sözleşmelerin uzun süreli sözleşmeler olması ve sözleşmeden doğan hakları tanıyan tarafın sözleşmeyi erken sona erdirmeye imkânı bulunmaması beklenmektedir. Zira ancak uzun süreli sözleşmeler pazarda yapısal bir değişiklikle sonuçlanabilmektedir. Bu nitelikteki sözleşmelere, devralana mülkiyet hakları ya da hisseler devredilmeksizin yönetim ve kaynaklar üzerinde kontrol hakkı veren, kiralama anlaşmaları şeklindeki sözleşme türleri örnek gösterilebilir¹⁰.
- (24) 2010/4 sayılı Tebliğ hükümleri ve Kontrol Kılavuzu'nun yol gösterici açıklamaları çerçevesinde, bildirime konu işlemin gerçekleşmesi halinde, hâlihazırda İsmail KARAMAN tarafından kontrol edilen ANTALYA ALKOLLÜ'nün tek kontrolü, hisse devri yoluyla TUBORG'a geçecektir. Bu bakımdan işbu karara konu işlemin devralma niteliği taşıdığı kanaatine varılmıştır.

¹⁰ 14.08.2008 tarih ve 08-50/721-281 sayılı Kurul kararında 7 yıl, 10.09.2012 tarih ve 12-43/1323-436 sayılı ve 30.10.2008 tarih ve 08-61/998-390 sayılı kararlarda ise 5 yıl süreli kiralama sözleşmeleri devralma olarak değerlendirilmiştir.

G.1.2.2. İşlemin İzne Tabi Olması

- (25) İşlemin temelini, taraflar arasında 10.06.2025 tarihinde imzalanan “Hisse Alım Sözleşmesi” oluşturmaktadır. İşlemin ekonomik gerekçesinin ise TUBORG’un, ANTALYA ALKOLLÜ’nün sahip olduğu rakı, cin, likör ve votka gibi içki üretim faaliyetlerini bünyesine katarak üretim kapasitesini ve ürün çeşitliliğini artırmak, böylece TUBORG’un tüketicilerin farklı kategorilerdeki taleplerine daha etkin bir şekilde cevap verebilmesine olanak sağlamak olduğu ifade edilmiştir. Bildirim Formu’nda, işlem değerinin yaklaşık (.....) Amerikan doları olduğu belirtilmiştir.
- (26) 2010/4 sayılı Tebliğ’in 7. maddesinin birinci fıkrasında yer alan;

“Bu Tebliğ’in 5 inci maddesinde belirtilen bir birleşme veya devralma işleminde;

a) İşlem taraflarının Türkiye ciroları toplamının yedi yüz elli milyon TL’yi ve işlem taraflarından en az ikisinin Türkiye cirolarının ayrı ayrı iki yüz elli milyon TL’yi veya

b) Devralma işlemlerinde devre konu varlık ya da faaliyetin, birleşme işlemlerinde ise işlem taraflarından en az birinin Türkiye cirosunun iki yüz elli milyon TL’yi ve diğer işlem taraflarından en az birinin dünya cirosunun üç milyar TL’yi

aşması halinde söz konusu işlemin hukuki geçerlilik kazanabilmesi için Kuruldan izin alması zorunludur.”

hükmü ile hangi tür birleşme veya devralma işlemlerinin Rekabet Kurulu (Kurul)’nun iznine tabi olduğu belirlenmiştir.

Tablo 9- İşlem Taraflarının Ciroları

İşlem Tarafları	Türkiye Ciro (TL)	Dünya Ciro (TL)
IBBL ¹¹	(.....)	(.....)
ANTALYA ALKOLLÜ	(.....)	(.....)
TOPLAM	(.....)	(.....)

Kaynak: Bildirim Formu

- (27) Tablo 9’da yer alan ciro bilgilerinden, bildirim konu devralma işlemleri bakımından tarafların cirolarının 2010/4 sayılı Tebliğ’in 7. maddesinin (a) ve (b) bentlerinde belirtilen ciro eşiklerini aştığı, dolayısıyla işlemin Kuruldan izin alınması gereken bir devralma işlemi olduğu görülmektedir.

G.1.3. Dosya Konusu İşleme İlişkin Görüşler

- (28) Dosya kapsamında sektör paydaşlarından işleme ilişkin görüşleri talep edilmiştir. Sektör paydaşlarının söz konusu işleme ilişkin görüşlerine aşağıda yer verilmektedir.

G.1.3.1. BEYLERBEYİ¹² Tarafından Sunulan Görüş

- (29) BEYLERBEYİ tarafından; söz konusu işlemin bira sektöründe hâlihazırda güçlü bir konuma sahip olan TURBORG’un ürün portföyünü, özellikle ANTALYA ALKOLLÜ’nün rakı segmentindeki ürünlerinin eklenmesi suretiyle genişletmesinin teşebbüsün raf erişimini, promosyonel etkinliğini ve dağıtım kanalları üzerindeki pazarlık gücünü artıracığı, dolaylı olarak rakip üreticilerin bu noktalarda görünürlüğünü ve erişimini kısıtlayabileceği belirtilmiştir. Bu durumun özellikle rakı gibi daha sınırlı dağıtım

¹¹ Amerikan doları cinsinden belirtilen işlem değerinin Türk lirası karşılığının Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası’nın Hisse Alım Sözleşmesi’nin imza tarihi olan 10.06.2025 tarihindeki alış kuru (1 Amerikan doları = 39,14 TL) esas alınarak hesaplandığı belirtilmiştir.

¹² BEYLERBEYİ, alkollü içecek sektöründe Sarper Damıtımcılık AŞ tarafından üretilen rakı ürününün satış ve dağıtımını gerçekleştirmektedir.

ağlarına sahip ürün kategorilerinde faaliyet gösteren teşebbüsler açısından satış kanallarında dışlanma riski, fiyat dışı rekabet olanaklarının daralması ve pazarlama faaliyetlerinin etkinliğinin zayıflaması gibi sonuçlara yol açabileceği belirtilmiştir.

- (30) Bu bağlamda, ilgili işlemin; sadece yatay nitelikte bir birleşme olarak değil, aynı zamanda pazarda portföy etkisi ve dağıtım gücü yoluyla dışlayıcı sonuçlar doğurma potansiyeli taşıyan bir yapı değişikliği olarak değerlendirilmesi gerektiği ve alkollü içecekler pazarının bütününe yönelik rekabetçi etkiler doğurabileceği ifade edilmiştir.

G.1.3.2. EFE¹³ Tarafından Sunulan Görüş

- (31) EFE tarafından; duopol¹⁴ nitelikte kabul edilebilecek bira pazarındaki iki büyük oyuncudan biri olan TUBORG'un güçlü bir dağıtım ağının bulunduğu; rakı kategorisinde faaliyet gösteren teşebbüslerin TUBORG'un distribütörleri ile çalıştığı; TUBORG'un ANTALYA ALKOLLÜ'yü devralmak suretiyle rakı pazarına girmesi halinde ise portföy gücünü kullanarak rakiplerini piyasa dışına itebileceği, bu kapsamda distribütörlerine başka rakı markalarını almamaları yönünde baskı uygulayarak münhasırlık anlaşmaları talep edebileceği, rakiplerini dışlamak ya da bağlı satış uygulamaları yapmak suretiyle rakiplerinin faaliyetlerini kısıtlayabileceği belirtilmiştir.
- (32) Öte yandan, TUBORG'un distribütörlerine sağlayacağı primler ve tavizler ile kendi rakı ürünlerinin alınmasını teşvik edebileceği, bu durumun distribütörlerin lojistik ve sipariş önceliklerini TUBORG'un ürünlerine vermesine yol açabileceği, bira pazarındaki gücü sebebiyle satış noktalarında daha büyük bir hacme ve ciroya sahip olan TUBORG'un satış noktalarına raflarda kendi rakı ürünlerinin sergilenmesi yönünde baskı uygulamak ve kendisine ait dolaplara rakip markalı ürünlerin koyulmasını engellemek suretiyle rakip markaların raftaki görünürlüğünü azaltabileceği ifade edilmiştir.
- (33) Bunlara ilaveten EFE tarafından, devralma işlemi sonrasında TUBORG'un yukarıda belirtilen uygulamalarda bulunması ve ANTALYA ALKOLLÜ'nün rakip teşebbüslere etil alkol tedarikini kesmesi sonucu doğacak rekabetçi endişelerin azaltılması adına TUBORG'dan taahhüt alınmasının önemli olduğu belirtilmiştir.

G.1.3.3. EFES¹⁵ Tarafından Sunulan Görüş

- (34) EFES tarafından; portföy gücünün, sağlayabileceği bazı pozitif etkilerin yanı sıra ilgili pazarlarda bağlama, tüm ürün gamının zorlanması vb. uygulamalar vasıtasıyla rekabetin önemli ölçüde kısıtlanması riskini de beraberinde taşıdığı; TUBORG'un hâlihazırda faaliyet gösterdiği Türkiye bira pazarında pazar gücüne ve ilişkili tüm pazarlar açısından güçlü bir dağıtım ağına sahip olduğu dikkate alındığında, kaldıraç etkisinin ortaya çıkabileceği ifade edilmiştir.
- (35) Bu kapsamda, ilgili işlem sonrası TUBORG'un sahip olacağı portföy gücünün, komşu ilişkili pazarlardaki küçük teşebbüsler ile pazara yeni giriş yapacak teşebbüsler açısından potansiyel rekabet kapsamında değerlendirilmesi ve ortaya çıkacak kaldıraç etkisinin bira pazarı açısından da dikkate alınması gerektiği belirtilmiştir.

¹³ EFE alkollü içecek sektöründe portföyünde bulunan; rakı, viski, cin, rom, tekila, köpüklü şarap, likör, votka, vermut, douzico, mezcal ve uzo ürünleri ile faaliyet göstermektedir.

¹⁴ Rekabet Terimleri Sözlüğü'nde duopol; "Bir malın yalnızca iki satıcısının bulunduğu piyasa yapısıdır. Her üretici, fiyatta ya da üretim miktarında yapacağı bir değişiklik konusunda diğerinin tepkisini genellikle dikkate almak zorundadır. Rekabetin sadece iki firma arasında olması nedeniyle, bunların birbirine bağımlılık dereceleri oldukça yüksektir." ifadeleri ile tanımlanmıştır.

¹⁵ Bir Anadolu Grubu şirketi olan EFES, alkollü içecekler sektöründe portföyünde bulunan bira, likör, viski, votka, cin ve tekila ürünlerinin satışını gerçekleştirmektedir. EFES aynı zamanda Coca Cola İçecek AŞ'nin ana hissedarıdır.

G.1.3.4. KIRBIYIK¹⁶ Tarafından Sunulan Görüş

- (36) KIRBIYIK tarafından; ilgili devralma işlemi gerçekleştirildiği takdirde alkollü içecekler piyasasındaki en büyük teşebbüslerden biri olan TUBORG'un ANTALYA ALKOLLÜ'nün sahip olduğu ürün çeşitliliği nedeniyle ilgili pazarlarda bağlama vb. uygulamalarda bulunmak suretiyle rekabeti ortadan kaldıracabileceği, piyasanın yabancı sermayeli şirketlerin eline geçmesi nedeniyle rakip teşebbüslerin faaliyetlerinin olumsuz etkileneceği ve pazar gücünün tek bir teşebbüsün elinde toplanması riskinin bulunduğu belirtilmiştir.

G.1.3.5. MEY İÇKİ¹⁷ Tarafından Sunulan Görüş

- (37) MEY İÇKİ tarafından; TUBORG'un duopol bir yapı arz eden bira pazarında EFES ile birlikte iki kilit oyuncudan biri olduğu, bu kapsamda Kurulun geçmiş kararlarında EFES ve TUBORG'un "*birlikte hakim durumda olduğu*" yönünde tespit ve değerlendirmelerin de bulunduğu, devre konu ANTALYA ALKOLLÜ'nün ise rakı, votka, cin ve likör portföyü ile sektördeki ikinci en büyük distile alkollü içecek üretim kapasitesine sahip teşebbüs olduğu, bu nedenle ilgili işleme hassasiyetle yaklaşılması gerektiği ifade edilmiştir.
- (38) Buna ilaveten MEY İÇKİ tarafından, TUBORG'un bira pazarındaki payının yıllar içerisinde ciddi şekilde artarak 2024 yılı itibariyle hem hacim hem de ciro bazlı pazar paylarında kategori lideri konumuna geldiği belirtilmiştir. Öte yandan Türkiye'de toplam alkollü içecek arzının yarısından fazlasını biranın oluşturduğu, ciro bazlı olarak da alkollü içecek sektörünün açık ara en büyük kategorisinin bira olduğu, bira kategorisinin kurulu kapasitelerinin distile alkollü içecek kategorisindeki kurulu kapasite oranlarının oldukça üzerinde olduğu belirtilmiştir.
- (39) Dolayısıyla, bu derece büyük ve duopol özellik gösteren bira kategorisinin iki kilit oyuncusundan birisinin tüm geniş imkânlarıyla sektörde hâlihazırda belirli bir bilinirliği ve faaliyeti olan bir teşebbüsü devralmak suretiyle distile alkollü içecek kategorilerine hem üretici hem ithalatçı olarak dâhil oluşunun, piyasadaki rekabet bakımından önemli bir gelişme olduğu ifade edilmiştir.
- (40) Bu kapsamda, pazarda meydana gelebilecek telafisi güç veya imkânsız zararların önüne geçebilmek amacıyla TUBORG'a davranışsal taahhütler getirilmesi gerektiği belirtilmiştir.

G.1.3.6. WEITNAUER¹⁸ Tarafından Sunulan Görüş

- (41) WEITNAUER tarafından; sektörde TUBORG gibi büyük teşebbüslerin, her ürün kategorisinde ve segmentinde ürün sunmaya başlamasının, rekabetin doğasını önemli ölçüde değiştireceği; bu durumun, küçük ve ortak ölçekli firmaları olumsuz etkileyerek pazardaki rekabeti birkaç büyük oyuncu arasına indirgeyeceği ifade edilmiştir. Bu şekildeki bir rekabet ortamında uygulanan agresif fiyat politikalarının, ürünlerin piyasa satış fiyatlarının zaman zaman ithalat maliyetlerinin bile altına düşmesine neden olmasına, küçük ve orta ölçekli teşebbüslerin kârlılıklarını kaybetmelerine ve sektörde ürün çeşitliliğinin azalmasına yol açacağı belirtilmiştir.

¹⁶ Kırbıyık Holding bünyesinde bulunan KIRBIYIK alkollü içecek sektöründe portföyünde yer alan aromatize şarap, likör, votka ve suma rakı ürünleri ile faaliyet göstermektedir.

¹⁷ MEY İÇKİ, alkollü içecek sektöründe cin, likör, votka, rakı, rom, şarap, tekila, votka ve viskiden oluşan ürün portföyüyle faaliyet göstermektedir.

¹⁸ WEITNAUER alkollü içecek sektöründe portföyünde yer alan brendi, cin, kanyak, köpüren şarap, likör, mezcal, rom, şarap, tekila, vermut, viski ve votka ürünleri ile faaliyet göstermektedir.

- (42) WEITNAUER tarafından ayrıca, büyük teşebbüslerin ürün portföylerini genişletmesinin sektör açısından potansiyel olarak olumlu bir gelişme olmakla birlikte rekabet hukuku çerçevesinde büyük önem taşıdığı, özellikle satış fiyatları ile uygulanan indirimlerin ürünün maliyetinin altına düşüp düşmediğinin düzenli olarak denetlenmesi ve sektörde adil rekabet ortamının sağlanması gerektiği, aksi takdirde, ölçek avantajına sahip büyük teşebbüslerin pazardaki tüm ürün segmentlerini kapsayacak şekilde büyümesinin küçük ve orta ölçekli teşebbüslerin dışlanmasına ve pazarda tekelleşmeye yol açacağı ifade edilmiştir.

G.1.3.7. PERNOD RICARD¹⁹ Tarafından Sunulan Görüş

- (43) PERNOD RICARD tarafından; alkollü içecekler sektöründe sahip olunacak geniş ürün yelpazesinin farklı tüketici segmentlerine hitap edilmesini mümkün kılacağı, portföy etkisinin ise pazarlama gücünü artırma noktasında önemli bir unsur olduğu, son dönemlerde alkollü içecekler sektöründe faaliyet gösteren birçok teşebbüsün ürün portföyünü genişlettiği, bildirim konusu işleme ilişkin olarak herhangi bir itirazlarının bulunmadığı belirtilmiştir.

G.2. İLGİLİ PAZAR

G.2.1. Sektöre İlişkin Bilgiler

G.2.1.1. Alkollü İçecek Pazarı Hakkında Genel Bilgi²⁰

- (44) İçecek sektörü, alkollü ve alkolsüz içecekler olarak ikiye ayrılmakta; alkolsüz içecekler, kullanım amaçları, fiyat seviyeleri, sektörün regülasyona tabi olmaması gibi açılardan alkollü içeceklerden farklılaşmaktadır. Alkollü içecekler ise, kullanılan ham madde ve üretim süreçlerindeki farklılıklar göz önüne alınarak, distile ve fermente içkiler olarak ikiye ayrılabilir. Fermente alkollü içecek ana kategorisinde şarap, aromatize şarap, bira vb. kategoriler yer almaktadır. Bu ürünlerin temel olarak alkol derecesi düşük olup (en fazla hacmen %15) ana girdilerin (üzüm, arpa, buğday) süreç içerisindeki fermantasyonu sonucu üretilmektedir. Distile alkollü içecek kategorisinde ise, likör, rakı, votka, viski, cin gibi kategoriler yer almaktadır. Bu ürünler, yüksek alkollü içecek olarak da tanımlanmakta olup alkol dereceleri hacmen %15-%70 aralığında olabilmektedir. Distile alkollü içeceklerin temel üretim süreci, ana girdilerin öncelikle fermantasyonu daha sonra ayrışsal damıtma kolonlarında distile edilerek yüksek alkol elde edilmesi, daha sonra kategorisine göre aromatik maddelerin ilavesiyle ve su ile seyreltilerek son ürün haline getirilmesidir.
- (45) İç pazara arz edilen alkollü içecek miktarının ürün bazında dağılımına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

¹⁹ PERNOD RICARD alkollü içecek sektöründe portföyünde bulunan: aromatize şarap, brendi, cachaca, cin, distile alkollü içki, konyak, köpüren şarap, likör, mezcal, rom, şarap, tekila viski, votka ve yarı köpüren şarap ürünleri ile faaliyet göstermektedir.

²⁰ Bu bölümde yer alan TADB kaynaklı ve hacim bazlı tablolar tüm pazar verisini kapsarken, NIELSEN kaynaklı tablolar ise yalnızca pazardaki kapalı satış noktalarında gerçekleştirilen satışları kapsamaktadır.

Tablo 10- Ürün bazında İç Pazara Arz Edilen Alkollü İçecek Miktarı (lt)

Ürün Kategorisi	2021	2022	2023	2024
Bira	943.575.646	1.039.919.364	1.133.281.230	1.216.062.607
Köpüren Şaraplar	2.787.448	3.600.821	3.691.079	3.901.277
Şarap	83.393.734	80.899.897	68.876.418	69.383.307
Vermut	40.763	0	0	345.582
Diğer Fermente Alkollü İçecekler	12.066.233	12.823.163	9.548.599	4.278.815
Toplam Fermente Alkollü İçecekler	1.041.863.824	1.137.243.245	1.215.397.326	1.293.971.588
Kanyak, Brendi	226.220	461.491	330.218	244.075
Viski	19.910.796	22.779.728	28.653.486	34.738.642
Rom	628.492	1.404.950	1.546.371	1.404.380
Ardıç Aromalı İçkiler, Cin	3.624.270	5.852.938	6.712.111	7.951.625
Votka	15.346.089	18.627.737	18.106.558	18.045.445
Likörler	2.028.607	3.093.664	4.061.350	6.541.410
Rakı	37.472.399	38.510.052	41.884.555	39.832.627
Diğer Distile Alkollü İçecekler	1.493.451	2.623.425	3.258.548	1.135.307
Tekila	0	0	0	1.424.635
Toplam Distile Alkollü İçecekler	80.730.324	93.353.985	104.553.197	111.318.146
Genel Toplam	1.122.594.148	1.230.597.230	1.319.950.523	1.403.865.099
Kaynak: TADB				

- (46) Yukarıda yer alan tablo incelendiğinde, 2024 yılında iç piyasaya arz edilen toplam alkollü içecek miktarının 1.403.865.099 litre olduğu ve bu miktarın 1.293.971.588 litrelik kısmını (%92) fermente alkollü içeceklerin, geriye kalan 111.318.146 (%8) litrelik kısmını ise distile alkollü içeceklerin oluşturduğu görülmektedir. Ayrıca söz konusu tablodan da anlaşılacağı üzere, fermente alkollü içecekler arasında tabloda yer alan tüm yıllar bakımından iç pazara en çok arz edilen ürünün bira, distile alkollü içecekler arasında ise iç pazara en çok arz edilen ürünün rakı olduğu anlaşılmaktadır. Biranın 1.216.062.607 litre olan iç piyasaya arz miktarı ile tüm alkollü içecekler içerisinde payının yaklaşık %87, rakının ise 39.832.627 litre olan iç piyasaya arz miktarı ile tüm alkollü içecekler içerisinde payının yaklaşık %2 olduğu görülmektedir.
- (47) Alkollü içecek sektörüne ilişkin çok sayıda yasal düzenleme bulunmaktadır. Bu noktada öncelikle üretim daha sonra ise satış sürecine ilişkin mevzuata değinilecektir.
- (48) Alkollü içecek üretim tesisi kurmak ya da yurt dışında alkollü içecek ithal etmek isteyen teşebbüslerin öncelikle TADB'den üretim izni ve dağıtım yetki belgesi alması, kurulacak tesisin de TADB mevzuatına uygun teknik özellikleri taşıması gerekmektedir. Bu anlamda, bira ve şarap hariç alkollü içecek üretecek tesisin sahip olması gereken özellikler "*Alkol ve Alkollü İçki Tesislerinin Haiz Olmaları Gereken Teknik Şartlar, Kurulmaları, İşletilmeleri ve Denetlenmelerine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik*" isimli yönetmelikte düzenlenmiştir. Söz konusu Yönetmelik'in ilgili yedinci maddesinde aşağıdaki düzenlemeler yer almaktadır:

"Bira ve şarap hariç alkollü içecek ve alkol üretim tesisi yeni teknolojinin uygulandığı bir tesis olmalıdır. Bu tesislerde üretilecek ürünler için yeni teknoloji, halen ülkemizde uygulanmakta olan proses tanımları ile, ürünün menşe ülkelerinde genel kabul görmüş ve uygulanmakta olduğu kanıtlanabilen bir prosesi veya özel bir araştırma sonucu hazırlanmış ve uygulanabilirliği için

gerekli yasal sınıai mülkiyet hakları tesis edilmiş bir prosesi ve bu proses için kullanılan yeni makine ve ekipmanı ifade eder.”

- (49) Alkollü içecek üretimi için kurulacak tesisin entegre bir tesis olması gerekliliğini içeren ilgili Yönetmelik'in sekizinci maddesine aşağıda yer verilmektedir:

“Bira ve şarap hariç alkollü içecek ve alkol üretim tesisi entegre bir tesis olmalıdır.

Alkol ve distile alkollü içecek üretiminde entegre tesis asgari olarak;

a) Alkol, rakı, kanyak, brendi, meyve brendisi, meyve likörleri kategorilerinde yapılan üretimlerde ürünün karakteristik hammaddesinden itibaren,

b) Viski ve tahıl brendisi kategorilerinde yapılan üretimlerde malt ve tahıl maltını takiben,

c) Ardıç aromalı içkiler, votka, likörler kategorilerinde yapılan üretimlerde, üretim kapasitelerine göre ihtiyaç duyacakları en az miktara eşdeğer oranda hissedar veya malik olunan tesisin ürünü olan gıda alkolü girdisini veya karakteristik hammaddesini takiben,

piyasaya hazır ürün sunumuna kadar üretimin yapıldığı tesisi tanımlar.

Bunların dışında kalan üretimler için entegre tesis tanımı uluslararası uygulamalar ve karakteristik hammaddesi göz önünde tutularak Kurumca belirlenir.”

- (50) Mevzubahis Yönetmelik'in dokuzuncu maddesinde ise entegre tesisin en az 1.000.000 litre kapasiteye sahip olması gerekliliği vurgulanmıştır. Söz konusu maddeye aşağıda yer verilmektedir:

“Bira ve şarap hariç alkollü içecek ve alkol üretim tesisi, satışa hazır ürünler bazında en az 1.000.000 litre/yıl üretim yapmaya yeterli kapasitede projelendirilmelidir. Alkol ve alkollü içecek üretim tesislerinde hammadde girişinden ürün çıkışına kadarki tüm aşamalar kütle dengesi açısından kapasiteye uygun olmalıdır.”

- (51) Sektörde faaliyet gösteren teşebbüslerin gerçekleştirdikleri üretim ve ithalat miktarlarını TADB'ye bildirme zorunlulukları bulunmaktadır. Teşebbüsler tarafından söz konusu bilgiler her ayın en geç 20. günü TADB'nin remi internet sitesi üzerinden TADB tarafından düzenlenmiş olan formata uygun şekilde ilgili Kuruma bildirilmektedir.

- (52) Sektöre ilişkin olarak üzerinde önemle durulması gereken bir diğer husus da ülkemizde alkollü içecek reklamlarının yasak oluşu ve alkollü içecek satışının birtakım sınırlamalara tabi olduğudur. Bilindiği gibi, 4250 sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanunu (4250 sayılı Kanun)'nın altıncı maddesi alkollü içeceklerin her türlü reklam ve tanıtımının yapılması yasaklanmış ve alkollü içecek satışına yönelik birtakım kısıtlamalar getirilmiştir. Buna göre, ilgili maddede aşağıdaki düzenlemeler yer almaktadır:

“Alkollü içeceklerin her ne surette olursa olsun reklamı ve tüketicilere yönelik tanıtımı yapılamaz. Bu ürünlerin kullanılmasını ve satışını özendiren veya teşvik eden kampanya, promosyon ve etkinlik yapılamaz. Ancak, münhasıran alkollü içeceklerin uluslararası düzeyde tanıtımına yönelik ihtisas fuarları ile bilimsel yayın ve faaliyetler düzenlenebilir. Alkollü içecekleri üreten, ithal eden ve pazarlayanlar, her ne surette olursa olsun hiçbir etkinliğe ürünlerinin marka,

amblem ya da işaretlerini kullanarak destek olamazlar. Açık alkollü içecek satışı yapmaya ilişkin izin belgesi olan işletmelerde servis amaçlı materyallerde marka, amblem ve logo kullanılabilir. Televizyonlarda yayınlanan dizi, film ve müzik kliplerinde alkollü içecekleri özendirici görüntülere yer verilemez.

Alkollü içecekleri üretenler, ithal edenler ve pazarlayanlar her ne amaçla olursa olsun, teşvik, hediye, eşantıyon, promosyon veya bedelsiz olarak alkollü içecek dağıtamazlar...

Alkollü içecekler, otomatik satış makineleri ile satılamaz, her nevi oyun makineleri veya farklı yöntemlerle oyun ve bahse konu edilemez. Bu ürünler basın ve yayın yoluyla tüketicilere satılamaz ve posta ile satış yöntemi kullanılarak gönderilemez. Alkollü içecekler, 22:00 ila 06:00 saatleri arasında perakende olarak satılamaz.

Alkollü içecekler sunum izni verilen yerlerde açık olarak tüketilebilir ve bu yerlerde tesis sınırları dışında tüketilmek üzere alkollü içecek satışı yapılamaz.

Alkollü içecekler, işletme dışından görülecek şekilde perakende olarak satışa arz edilemez..."

- (53) Alkollü içecek pazarı bakımından önemli olgulardan biri de dağıtımda ölçek ekonomilerinin varlığıdır. Bu pazarda etkin bir şekilde rekabet etmek isteyen bir teşebbüsün belirli bir dağıtım ölçeğine erişmesi önemlidir. Zira etkin bir dağıtım ağının varlığı hem kapalı satış kanalında hem de açık satış kanalında bulunurluğun devamlılığını sağlamak bakımından elzemdir. Öte yandan alkollü içecek pazarında ürün portföyünün nihai satış noktalarında bulunabilmesi, bu noktalara etkin bir şekilde dağıtım yapılabilmesine bağlıdır. Alkollü içecekler, nihai satış noktalarında yüksek oranda ve tüketicinin görebildiği şekilde bulunabildiği ölçüde satış hacmini arttırabilecektir.
- (54) Alkollü içeceklerin nihai tüketicilere satıldığı satış noktaları ise iki gruba ayrılmaktadır²¹. Bunlar, tüketicilere ürünleri kapalı olarak satan bakkal, market, büfe, kuruyemişiçi gibi satış noktalarından oluşan kapalı satış noktaları (KSN) ile ürünleri satış noktasında hemen tüketilmek üzere şişe, kutu ve fıçı formunda ve genellikle yemek, müzik, konaklama veya eğlence hizmetleri ile birlikte satılan bar, otel, restoran, kafe gibi açık satış noktalarıdır (ASN)²². Gerek KSN'lerin gerek ASN'lerin alkollü içecek satışı gerçekleştirebilmeleri için, 4250 sayılı Kanun'un dokuzuncu maddesinin ilk fıkrası uyarınca, öncelikle belediye veya il özel idaresinden iş yeri açma ruhsatı ya da Kültür ve Turizm Bakanlığında turizm belgesi almaları zorunlu olup akabinde TADB'den alkollü içecek satış belgesi almaları gerekmektedir. Bu noktada TADB tarafından gönderilen cevabi yazıda yer alan ruhsatlı KSN ve ASN sayısına ilişkin tabloya aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 11- Kapalı ve Açık Satış Nokta Sayısı

Yıl	KSN Sayısı	ASN Nokta Sayısı	Toplam Nokta Sayısı
2022	52.955	31.013	83.968
2023	50.583	30.917	81.500
2024	50.410	31.894	82.304
2025	48.273	31.422	79.695
Kaynak: TADB			

²¹ Bu yönde bkz. Kurulun 22.04.2005 tarihli ve 05-27/317-80 sayılı, 10.04.2008 tarihli ve 08-28/321-105 sayılı, 13.07.2011 tarihli ve 11-42/911-281 sayılı kararları.

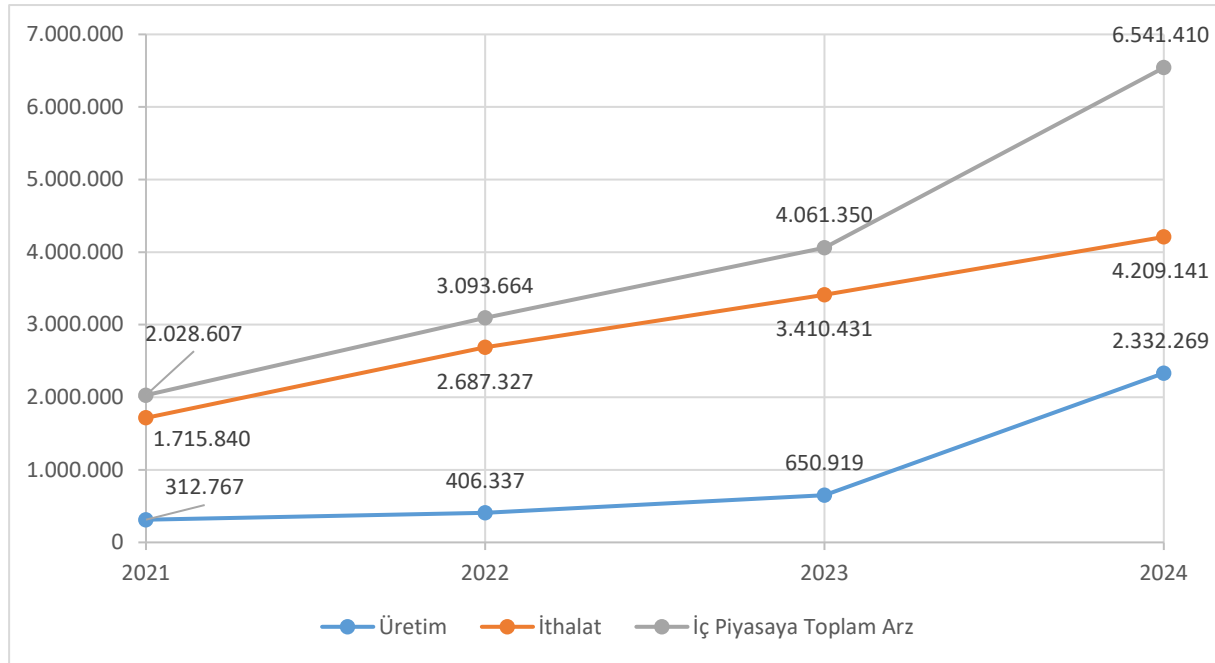
²² Bir zincir çatısı altında faaliyet gösteren ve merkezi olarak alım yapan ASN'lere aynı zamanda hotel-restauran-restaurant-cafe isimlerinin kısaltılmışı olarak "Horeca Noktaları" da denilmektedir.

- (55) Yukarıda yer alan tablodan görüleceği üzere 2022 yılında KSN sayısı 52.955, ASN sayısı 31.013 ve toplam nokta sayısı 83.968 iken 2025 yılında KSN sayısı 48.273'e, ASN sayısı 31.422'ye ve toplam nokta sayısı 79.695'e gerilemiştir.
- (56) Devam eden bölümde ilk olarak işlem kapsamında yatay örtüşme olan likör pazarı hakkında bilgiye yer verilecek olup daha sonra ise tarafların faaliyet gösterdiği diğer alkollü içeceklerden bira, rakı, votka ve cin pazarlarına ilişkin bilgiler verilecektir²³.

G.2.1.2. Likör Pazarı Hakkında Bilgi

- (57) Likör, genel olarak damıtılmış alkolün meyve, bitki, baharat, krem veya diğer tatlandırıcılarla karıştırılmasıyla elde edilen tatlı ve genellikle yoğun aromalı bir alkollü içecek kategorisidir. Likör pazarı, son yıllarda önemli bir büyüme göstermiş ve alkollü içecek endüstrisinin dinamik bir segmenti haline gelmiştir. Aşağıda iç piyasaya arz edilen toplam likör miktarına (lt) yer verilmektedir:

Grafik 1- 2021-2024 Yılları Arasında İç Piyasaya Arz Edilen Likör Miktarının Üretim-İthalat ve Toplam Arz Miktarları (lt)



Kaynak: TADB

- (58) Yukarıda yer alan grafik incelendiğinde, iç piyasaya arz edilen toplam likör miktarında 2021 yılından sonra önemli oranda artış gerçekleştiği görülmektedir. 2021 yılında 2.028.607 litre olan toplam arz miktarı 2024 yılında 6.541.410 litre olarak gerçekleşmiştir.
- (59) TADB verilerine göre, likör ithalatının da iç piyasaya arz miktarında olduğu gibi 2021 yılından 2024 yılına kadar geçen süreçte önemli ölçüde artış gösterdiği görülmektedir. 2021 yılında 1.715.840 litre ithalat gerçekleştirilirken 2024 yılında bu miktar 4.209.141 litre seviyesine yükselmiştir.
- (60) TADB'den gönderilen cevabi yazıda, likör pazarında hâlihazırda üretim izin belgesine sahip teşebbüs sayısının beş, dağıtım yetki belgesine sahip ithalatçı teşebbüs sayısının ise 33 olduğu belirtilmiştir. Bu teşebbüslerden MEY İÇKİ ve Deva İçecek

²³ TUBORG köpüklü şarap ve vermut pazarlarında da faaliyet gösterse de köpüklü şarap pazarı alkollü içecekler pazarının hacim olarak %0,3'lük kısmını, vermut pazarı ise alkollü içecek pazarının hacim olarak %0,02'lik kısmı oluşturduğundan söz konusu pazarlara yer verilmemiştir.

Gıda Sanayi ve Ticaret AŞ (DEVA) hem üretim hem de ithalat gerçekleştirmektedir. Ayrıca işlem taraflarından TUBORG yalnızca ithalat yaparken, ANTALYA ALKOLLÜ ise sadece üretim gerçekleştirmektedir.

- (61) Likör pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin hacim bazında pazar paylarına aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 12- Teşebbüslerin 2022-2024 Yılları Arasında Likör Pazarında Hacim Bazında Pazar Payları (%)

Teşebbüsler	2022		2023		2024	
	Hacim (lt)	Oran (%)	Hacim (lt)	Oran (%)	Hacim (lt)	Oran (%)
ANTALYA ALKOLLÜ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TUBORG	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KIRBIYIK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MEY İÇKİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
WEITNAUER	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PERNOD RICARD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BROWN FORMAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ALLCO ²⁴	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DEVA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BERENTZEN ²⁵	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ŞENSESLER ²⁶	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
AKDENİZ ²⁷	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BADEBATU ²⁸	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BİRİCİK ²⁹	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DEMİRTAŞ ³⁰	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
LAFIELLA ³¹	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DİĞER ³²	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	3.103.244	100,00	4.119.951	100,00	6.570.432	100,00
Kaynak: TADB ve Dosya Kapsamında Yapılan Hesaplamalar						

- (62) TADB'den elde edilen veri ile hazırlanan yukarıdaki tablo incelendiğinde, 2024 yılında likör pazarında hacim bazında ANTALYA ALKOLLÜ %(.....), KIRBIYIK'ın %(.....) oranında pazar payına sahip olduğu, söz konusu teşebbüsleri %(.....)'lük payla MEY İÇKİ'nin, %(.....)'lık pay ile de WEITNAUER'in takip ettiği görülmektedir. İşlem taraflarından TUBORG'un ise 2024 yılında hacim bazında pazar payının %(.....) seviyesinde gerçekleştiği anlaşılmaktadır.
- (63) Likör pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin değer bazında pazar paylarına aşağıda yer verilmektedir:

²⁴ Allco İçecek San. ve Tic. AŞ

²⁵ Berentzen Alkollü İçkiler Ticaret Ltd. Şti.

²⁶ Şensesler Paz. Gıda Dağıt. Tur. İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.

²⁷ Akdeniz Kokteyl Alataş Tur. Tic. Ltd. Şti.

²⁸ Badebatu İçecek Sanayi Ticaret Ltd. Şti.

²⁹ Biricik Şarapçılık Alkollü ve Alkolsüz İçecekler Paz. San. Tic. Ltd. Şti.

³⁰ Demirtaş İçecek ve Gıda Paz. Tic. AŞ

³¹ Lafiella İçecek Dağıtım Sanayi ve Ticaret AŞ

³² Tabloda 2024 yılında değer bazında pazar payı %(.....)'in altında olan teşebbüslere "Diğer" başlığı içinde yer verilmiştir. TADB'den gönderilen cevabi yazıya göre "Diğer" başlığı altında 20 adet teşebbüs bulunmaktadır.

Tablo 13- Teşebbüslerin 2022-2024 Yılları Arasında Likör Pazarında Değer Bazında Pazar Payları (%)

Teşebbüs	2022		2023		2024	
	Değer (TL)	Oran (%)	Değer (TL)	Oran (%)	Değer (TL)	Oran (%)
ANTALYA ALKOLLÜ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TUBORG	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
WEITNAUER	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MEY İÇKİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KIRBIYIK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BROWN FORMAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PERNOD RICARD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DİĞER ³³	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	235.734.038	100,0	561.854.489	100,0	1.402.178.818	100,0
Kaynak: NIELSEN						

- (64) Likör pazarında değer bazlı pazar payları incelendiğinde, 2024 yılında değer bazında en büyük pazar payına sahip teşebbüsün %(.....) ile WEITNAUER olduğu, söz konusu teşebbüsün %(.....)'lik payla MEY İÇKİ'nin, %(.....)'lik payla ANTALYA ALKOLLÜ'nün takip ettiği anlaşılmaktadır. Pazara 2024 yılında giriş yapan KIRBIYIK'ın ise pazardaki ilk yılında %(.....)'lik paya sahip olduğu, işlem taraflarından TUBORG'un pazar payının ise aynı yıl %(.....) seviyesinde gerçekleştiği görülmektedir.
- (65) Türkiye'de likör pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin üretimini ve/veya ithalatını gerçekleştirdikleri ürünlerin segmentine ilişkin tabloya aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 14- Likör Pazarındaki Segmentler

Segment	Ürünler
Ekonomik	Stock 84, Amaretto, Peshtera (WEITNAUER) Baker, Limoncello (PERNOD RICARD) Hare (ANTALYA ALKOLLÜ)
Orta	Jaegermeister Liqueur, Jaegermeister Cold Brew, Keglevich, Triple, Safari (WEITNAUER) Bols, Cardinal Melon (EFE) Jest, Nazen (MEY İÇKİ) Kahlula, Triple (PERNOD RICARD)
Üst	Aperol, Campari (TUBORG) Jaegermeister Manifest, Bottega, Cointreau, Metaxa, Irish Knight (WEITNAUER) St Germain, Galliano, Passoa, Skinso Dark (EFE) Drambuie (EFES) Baileys, Sheridans (MEY İÇKİ) Garrone, Malibu, Monkey (PERNOD RICARD)
Kaynak: NIELSEN	

- (66) MEY İÇKİ, pazarın orta ve üst segmentinde birden fazla markayla (*Jest, Nazen, Baileys* ve *Sheridans* gibi) faaliyet gösterirken, ANTALYA ALKOLLÜ'ye ait marka (*Hare*) ekonomik segmentte, PERNOD RICARD'a ait markalar (*Baker, Kahlula, Garrone* ve *Monkey* gibi) ve WEITNAUER'e ait markalar (*Stock 84, Jaegermeister Liqueur* ve *Bottega* gibi) ise ekonomik, orta ve üst segmentte konumlanmaktadır.
- (67) Likör pazarında markaların değer ve hacim bazında pazar paylarına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

³³ Tabloda 2024 yılında değer bazında pazar payı %(.....)'in altında olan teşebbüslere "Diğer" başlığı içinde yer verilmiştir.

Tablo 15- Likör Pazarında Markaların 2022-2025 (ilk altı ay) Yılları Arasında Değer ve Hacim Bazlı Pazar Payları (%)

Marka	2022		2023		2024		2025 (ilk altı ay)	
	Değer	Hacim	Değer	Hacim	Değer	Hacim	Değer	Hacim
Hare (ANTALYA ALKOLLÜ)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Aperol (TUBORG)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Campari (TUBORG)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Jagermeister (WEITNAUER)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Baileys (MEY İÇKİ)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mancia (KIRBIYIK)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Sheridans (MEY İÇKİ)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Cointreau (BROWN FORMAN) ³⁴	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nazen (MEY İÇKİ)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer ³⁵	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Kaynak: NIELSEN

- (68) Likör pazarında markaların hacim ve değer bazlı pazar payları incelendiğinde, 2024 yılında değer bazında en büyük pazar payına sahip markanın %(.....) ile WEITNAUER'in *Jagermeister* markalı ürünü olduğu, söz konusu markayı %(.....)'lık payla ANTALYA ALKOLLÜ'nün *Hare* markalı, %(.....)'lık payla MEY İÇKİ'nin *Baileys* markalı ve %(.....)'lık payla KIRBIYIK'ın *Mancia* markalı ürünlerinin takip ettiği görülmektedir.
- (69) Likör pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin sayısal³⁶ ve ağırlıklı bulunurluk³⁷ oranlarına ilişkin tabloya aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 16- Likör Pazarındaki Teşebbüslerin 2023-2025 (ilk altı ay) Yıllarındaki Sayısal ve Ağırlıklı Bulunurluk Oranları (%)

TEŞEBBÜS	2023		2024		2025 (ilk altı ay)	
	Sayısal	Ağırlıklı	Sayısal	Ağırlıklı	Sayısal	Ağırlıklı
ANTALYA ALKOLLÜ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TUBORG	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
WEITNAUER	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MEY İÇKİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KIRBIYIK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PERNOD RICARD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EFE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BROWN FORMAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EFES	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: NIELSEN

³⁴ Söz konusu marka 2025 yılına kadar BROWN FORMAN markası olarak piyasada yer alırken 2025 yılında WEITNAUER markası olarak piyasada bulunmaktadır.

³⁵ Tabloda 2024 yılında değer bazında pazar payı %(.....)'in altında olan teşebbüslere "Diğer" başlığı içinde yer verilmiştir. NIELSEN'den gönderilen cevabi yazıya göre "Diğer" başlığı altında 26 adet teşebbüs ve bu teşebbüslere ait 107 farklı likör markası bulunmaktadır.

³⁶ Sayısal bulunurluk oranı (*numerical distribution*), ilgili ürünün satışını yapan bütün satış noktalarının sayısı içerisinde, belirli bir teşebbüsün kendi ürünlerinin bulunduğu noktaların sayısının oranını göstermektedir.

³⁷ Ağırlıklı bulunurluk oranı (*weighted distribution*), ilgili ürünün satışını yapan bütün satış noktalarının toplam satış hacmi içerisinde, belirli bir teşebbüsün kendi ürünlerinin bulunduğu noktaların toplam ilgili ürün satış hacminin (satış noktasındaki bütün ilgili ürün satışlarının hacmi) oranını göstermektedir.

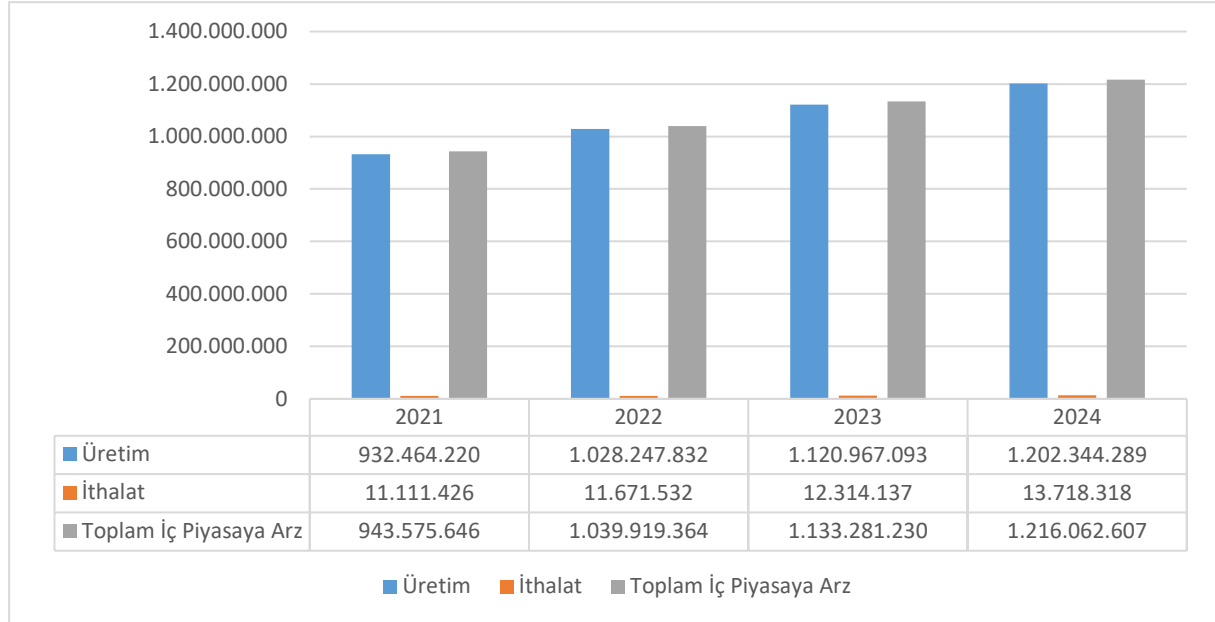
- (70) Tablo 17 incelendiğinde, likör kategorisinde sayısal ve ağırlıklı bulunurluk oranı en yüksek teşebbüsün WEITNAUER olduğu ve teşebbüsün bulunurluk oranlarının yıllar içerisinde arttığı görülmektedir. Diğer yandan MEY İÇKİ, EFE, EFES'in bulunurluk oranları dalgalanma gösterse de bu teşebbüsler yüksek bulunurluk oranları ile WEITNAUER'i takip etmektedir. İşlem tarafı ANTALYA ALKOLLÜ ise tabloda verilen dönemler için sayısal ve ağırlıklı bulunurluk bakımından dördüncü sırada konumlanmaktadır.

G.2.1.3. Diğer Pazarlar Hakkında Bilgi

G.2.1.3.1. Bira Pazarı Hakkında Bilgi

- (71) Bira, ülkemizde alkollü içecekler pazarında tüketim miktarı bakımından önemli bir yere sahiptir. Biranın alkollü içecekler içinde en çok üretilen alkollü içecek çeşidi olduğu bilinmektedir. İç piyasaya arz edilen toplam bira miktarına ilişkin grafiğe aşağıda yer verilmektedir:

Grafik 2- 2021-2024 Yılları Arasında İç Piyasaya Arz Edilen Bira Miktarının Üretim-İthalat Dağılımı (lt)



Kaynak: TADB

- (72) TADB verilerine göre, 2024 yılında iç piyasaya arz edilen toplam bira miktarı 1.216.062.607 litre iken ithal edilen bira miktarı ise 13.718.318 litredir. Yukarıda yer alan grafikten de görüleceği üzere bira pazarında ithalat miktarının oldukça sınırlı olduğu ve pazarın oldukça büyük bir kısmının yerli üretimden oluştuğu anlaşılmaktadır.
- (73) Bu duruma sebebiyet veren hususlar ise turizm kaynaklı nedenler, ithal bira tüketicilerinin özellikleri ve Özel Tüketim Vergisi (ÖTV) olarak sıralanabilecektir. Her ne kadar, Türkiye'ye turizm amaçlı gelen kişilerin, kendi ülkelerinde tercih ettikleri biraları ülkemizde de tüketmek istemesi ithalatı olumlu biçimde etkilemekteyse de; İstanbul haricinde turistlerin genellikle "her şey dahil" sistemiyle çalışan otelleri tercih etmesi, bu otellerde genellikle yerli üreticilere ait fıçı biralara kullanılması ve ithal biralara vergi ve döviz kurlarındaki değişime bağlı olarak yerli biralara nazaran daha pahalı olması ithalatın sınırlı olmasına neden olmaktadır. İkinci olarak, ithal biralara genellikle büyük şehirlerde bulunan ve belirli bir ekonomik güce sahip olan tüketicilerce tercih edildiği dikkate alındığında, ithal biranın ancak sınırlı sayıda tüketici tarafından tüketildiği görülmektedir. Son olarak, özellikle yerel markalara kıyasla

pahalı olan ithal bira fiyatının, ÖTV artışlarına bağlı olarak daha da arttığı dikkat çekmektedir.

- (74) Türkiye’de bira üretimine bakıldığında, TADB’den üretim izni almış olan çeşitli teşebbüslerin bira üretiminde bulunduğu görülmektedir. Üretim yapan teşebbüslerin başında ise EFES ve TUBORG gelmektedir.
- (75) TADB’den gönderilen cevabi yazıda, bira pazarında hâlihazırda üretim izin belgesine sahip teşebbüs sayısının 22, dağıtım yetki belgesine sahip ithalatçı teşebbüs sayısının ise 33 olduğu belirtilmiştir. Bu teşebbüslerden Altınfıçı Gıda ve İçecek Dağ. İhr. İth. Tur. İnş. San. Tic. AŞ, EFES ve TUBORG hem üretim hem de ithalat gerçekleştirmektedir.
- (76) Bira pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin hacim bazında pazar paylarına ilişkin tabloya aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 17- Teşebbüslerin 2022-2025 (ilk altı ay) Yılları Arasında Bira Pazarında Hacim Bazında Pazar Payları (%)

Teşebbüsler	2022		2023		2024	
	Hacim (lt)	Oran (%)	Hacim (lt)	Oran (%)	Hacim (lt)	Oran (%)
TUBORG	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EFES	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer ³⁸	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	1.122.712.246	100,00	1.198.244.476	100,00	1.274.127.483	100,00

Kaynak: TADB

- (77) Yukarıda yer alan tablo incelendiğinde 2024 yılında bira pazarında hacim bazında işlem taraflarından TUBORG’un pazar payının %(.....) olduğu, pazardaki diğer büyük oyuncu olan EFES’in ise hacim bazında pazar payının %(.....) seviyesinde gerçekleştiği görülmektedir.
- (78) Bira pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin değer bazında pazar payına aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 18-Teşebbüslerin 2022-2025 (ilk altı ay) Yılları Arasında Bira Pazarında Değer Bazında Pazar Payları (%)

Teşebbüs	2022	2023	2024
TUBORG	(.....)	(.....)	(.....)
EFES	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer ³⁹	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100,00	100,00	100,00

Kaynak: NIELSEN

- (79) Yukarıda yer alan tablo incelendiğinde, 2024 yılında bira pazarında işlem taraflarından TUBORG’un değer bazında pazar payının %(.....) olduğu, pazardaki diğer büyük oyuncu olan EFES’in ise değer bazında pazar payının %(.....) seviyesinde gerçekleştiği görülmektedir.
- (80) Bira pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin satışlarının kanal bazında dağılımına aşağıda yer verilmektedir:

³⁸ Tabloda 2024 yılında hacim bazında pazar payı %(.....)’in altında olan teşebbüslere “Diğer” başlığı içinde yer verilmiştir. TADB’den gönderilen cevabi yazıya göre “Diğer” başlığı altında 51 adet teşebbüs bulunmaktadır.

³⁹ Tabloda 2024 yılında değer bazında pazar payı %(.....)’in altında olan teşebbüslere “Diğer” başlığı içinde yer verilmiştir (**Belge-56**).

Tablo 19- Teşebbüslerin 2022-2024 Yılları Arasında Satışlarının Kanal Bazında Dağılımı

KANAL	TEŞEBBÜS	2022		2023		2024	
		Litre	Oran (%)	Litre	Oran (%)	Litre	Oran (%)
AÇIK KANAL	TUBORG	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	EFES	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KAPALI KANAL	TUBORG	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	EFES	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Genel Toplam	(.....)	100	(.....)	100	(.....)	100

Kaynak: Dosya Kapsamında Yapılan Hesaplamalar

- (81) Yukarıda yer alan tablo incelendiğinde, TUBORG'un 2022 yılında satışlarının %(.....)'i açık kanal, %(.....)'si kapalı kanal aracılığıyla gerçekleştirilirken 2024 yılında bu oran açık kanal için %(.....) seviyesine gerilemiş, kapalı kanal için isin %(.....) seviyesine yükselmiştir. Pazarın diğer büyük oyuncusu EFES'in ise 2022 yılında satışlarının %(.....)'lik kısmı açık kanal, %(.....)'ü ise kapalı kanal bazında gerçekleşirken 2024 yılında bu oran açık kanal için %(.....) seviyesine gerilemiş, kapalı kanal için ise %(.....) seviyesine yükselmiştir.
- (82) Bira pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin sayısal ve ağırlıklı bulunurluk oranlarına ilişkin tabloya aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 20- Bira Pazarındaki Teşebbüslerin 2023-2025 (ilk 6 ay) Yıllarındaki Sayısal ve Ağırlıklı Bulunurluk Oranları (%)

Teşebbüs	2023		2024		2025 (ilk 6 ay)	
	Sayısal	Ağırlıklı	Sayısal	Ağırlıklı	Sayısal	Ağırlıklı
TUBORG	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EFES	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: NIELSEN

- (83) Tablo 21 incelendiğinde EFES ve TUBORG'un bulunurluk oranlarının birbirine yakın seyrettiği görülmektedir.
- (84) Bira pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin üretimini ve/veya ithalatını gerçekleştirdikleri ürünlerin segmentine ilişkin tabloya aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 21- Bira Pazarındaki Segmentler

Segment	Ürünler
Ekonomik	Bremen, Varım, Efes Fıçı, Summer Blue, Marmara, Everest (EFES)
Orta	Tuborg Amber, Tuborg Filtresiz, Tuborg Gold, Tuborg Special Shot, Tuborg Special (TUBORG) Efes Malt, Efes Pilsen, Summer Brew, Winter Blue, Bomonti, Belfast, Becks, Star Melnik (EFES)
Üst	Guinness, 1664 Blanc, Sol, Tuborg Winter Time, Weiherstephaner Hefe Weissbier, Weiherstephaner Vitus (TUBORG) Efes Xtra, Efes Glutensiz, Haus, Grape Ale, Miller, Bud, Amsterdam, Corona, Erdinger, Hoegaarden, Leffe, Duvel, Grolsch, Kozmoz (EFES)

Kaynak: NIELSEN

- (85) EFES birden fazla markayla (*Bremen, Varım, Marmara, Malt, Bomonti, Belfast, Becks, Miller, Amsterdam, Bud ve Leffe* gibi) tüm segmentlerde faaliyet gösterirken TUBORG ise markalarıyla (*Tuborg Amber, Tuborg Filtresiz, Tuborg Gold, Tuborg Special, Guinness, 1664 Blanc ve Sol* gibi) orta ve üst segmentlerde konumlanmaktadır.
- (86) Bira pazarında markaların değer ve hacim bazında pazar paylarına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

Tablo 22- Bira Pazarında Markaların 2022-2025 (ilk altı ay) Yılları Arasında Değer ve Hacim Bazlı Pazar Payları (%)

Marka	2023		2024		2025 (ilk altı ay)	
	Değer	Hacim	Değer	Hacim	Değer	Hacim
Tuborg Gold (TUBORG)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Efes Pilsen (EFES)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Malt (EFES)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Carlsberg (TUBORG)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Tuborg Special (TUBORG)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Bremen (EFES)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Xtra (EFES)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Bomonti (EFES)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Miller (EFES)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Amsterdam (EFES)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Belfast (EFES)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer ⁴⁰	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Kaynak: NIELSEN						

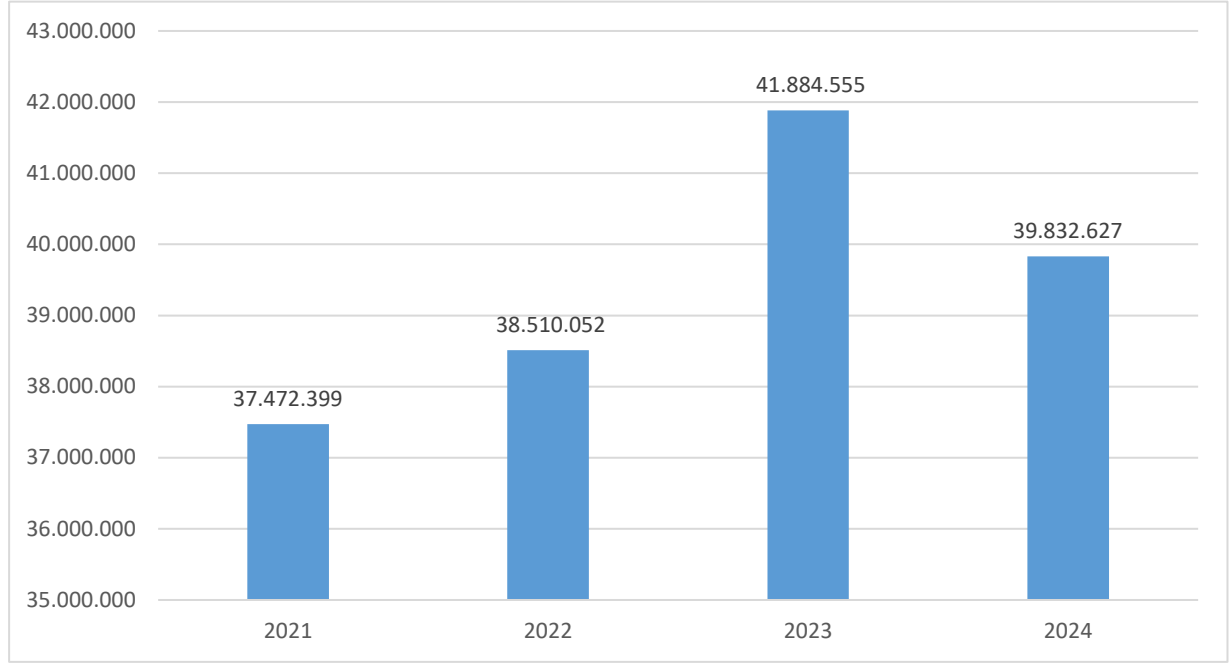
- (87) Bira pazarında markaların hacim ve değer bazlı pazar payları incelendiğinde, 2024 yılında değer bazında en büyük pazar payına sahip markanın %(.....) ile TUBORG'un *Tuborg Gold* markalı ürünü olduğu, söz konusu markayı %(.....)'lik payla EFES'in *Efes Pilsen* markalı, %(.....)'lük payla yine EFES'in *Efes Malt* markalı ürünlerinin takip ettiği görülmektedir.

G.2.1.3.2. Rakı Pazarı Hakkında Bilgi

- (88) Distile alkollü içecekler içinde en çok tüketilen alkollü içecek çeşidi olan ve geleneksel içki niteliği taşıyan rakının, yurt içi alkollü içecekler pazarında tüketim miktarı bakımından önemli bir yeri vardır. İç piyasaya arz edilen toplam rakı miktarına ilişkin grafiğe aşağıda yer verilmektedir:

⁴⁰ Tabloda 2024 yılında değer bazında pazar payı %(.....)'in altında olan teşebbüslere "diğer" başlığı içinde yer verilmiştir.

Grafik 3- 2021-2024 Yılları Arasında İç Piyasaya Arz Edilen Toplam Rakı Miktarı (lt)



Kaynak: TADB

- (89) İç piyasaya arz edilen rakı miktarı 2021 yılından 2023 yılına kadar artış göstermiş 2024 yılında ise 2023 yılına oranla yaklaşık iki milyon litre seviyesinde bir azalışla 39.832.627 litre olarak gerçekleşmiştir.
- (90) TADB'den gönderilen cevabi yazıda rakı pazarında hâlihazırda üretim izin belgesine sahip teşebbüs sayısının 14 olduğu, ithalat gerçekleştiren teşebbüsün ise bulunmadığı belirtilmiştir.
- (91) Rakı pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin hacim bazında pazar paylarına aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 23- Teşebbüslerin 2022-2024 Yılları Arasında Rakı Pazarında Hacim Bazında Pazar Payları (%)

Teşebbüs	2022		2023		2024	
	Hacim (lt)	Oran (%)	Hacim (lt)	Oran (%)	Hacim (lt)	Oran (%)
MEY İÇKİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BEYLERBEYİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EFE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ANTALYA ALKOLLÜ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DİĞER ⁴¹	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	43.375.393	100,00	46.800.501	100,00	45.473.219	100,00

Kaynak: TADB ve Dosya Kapsamında Yapılan Hesaplamalar

- (92) TADB'den elde edilen veri ile hazırlanan yukarıdaki tablo incelendiğinde, 2024 yılında rakı pazarında hacim bazında MEY İÇKİ'nin % (.....) ile en yüksek pazar payına sahip olduğu ve en yakın rakipleri BEYLERBEYİ'nin pazar payı % (.....) iken EFE'nin payının % (.....) seviyesinde gerçekleştiği görülmektedir. İşlem taraflarından ANTALYA ALKOLLÜ'nün ise 2024 yılında rakı pazarında hacim bazında pazar payının % (.....) olduğu anlaşılmaktadır.

⁴¹ Tabloda işlem taraflarından ANTALYA ALKOLLÜ dışında 2024 yılında hacim bazında pazar payı % (.....)'in altında olan teşebbüslere "Diğer" başlığı içinde yer verilmiştir. TADB'den gönderilen cevabi yazıya göre "Diğer" başlığı altında dokuz adet teşebbüs bulunmaktadır.

- (93) Rakı pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin değer bazında pazar paylarına aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 24- Teşebbüslerin 2022-2024 Yılları Arasında Rakı Pazarında Değer Bazında Pazar Payları (%)

Teşebbüs	2022	2023	2024
MEY İÇKİ	(.....)	(.....)	(.....)
ANTALYA ALKOLLÜ	(.....)	(.....)	(.....)
BEYLERBEYİ	(.....)	(.....)	(.....)
EFE	(.....)	(.....)	(.....)
DİĞER ⁴²	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM ⁴³	100,00	100,00	100,00
Kaynak: NIELSEN			

- (94) Yukarıda yer alan tablo incelendiğinde, hacim bazında olduğu gibi değer bazında da rakı pazarında 2024 yılında MEY İÇKİ'nin %(.....) ile en yüksek pazar payına sahip olduğu ve en yakın rakipleri konumundaki BEYLERBEYİ'nin payının %(.....) ve EFE'nin payının ise %(.....) seviyesinde gerçekleştiği görülmektedir. NIELSEN tarafından gönderilen cevabi yazıdan işlem taraflarından ANTALYA ALKOLLÜ'nün ise 2024 yılında rakı pazarında değer bazında pazar payının %(.....) seviyesinde olduğu anlaşılmaktadır.
- (95) Rakı pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin satışlarının kanal bazında dağılımına aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 25- Teşebbüslerin 2022-2024 Yılları Arasında Satışlarının Kanal Bazında Dağılımı⁴⁴

KANAL	KATEGORİ	2022		2023		2024	
		Litre	Oran (%)	Litre	Oran (%)	Litre	Oran (%)
AÇIK KANAL	ANTALYA ALKOLLÜ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	EFE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	MEY İÇKİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KAPALI KANAL	ANTALYA ALKOLLÜ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	EFE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	MEY İÇKİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Genel Toplam	(.....)	100	(.....)	100	(.....)	100
Kaynak: Dosya Kapsamında Yapılan Hesaplamalar							

- (96) Yukarıda yer alan tablo incelendiğinde, ANTALYA ALKOLLÜ'nün 2022 yılında açık kanaldaki satış payının %(.....), kapalı kanaldaki satış payının %(.....) olduğu, 2024 yılında ise açık kanaldaki satış payının %(.....) seviyesine gerilediği, kapalı kanaldaki satış payının ise %(.....) seviyesine yükseldiği görülmektedir. Sektördeki oyuncuların EFE'nin 2022 yılında açık kanaldaki satış payının %(.....), kapalı kanal satış payının %(.....) olduğu, 2024 yılında ise açık kanal satış payının %(.....) seviyesine gerilediği, kapalı kanaldaki satış payının ise %(.....) seviyesine yükseldiği anlaşılmaktadır. Rakı

⁴² Tabloda 2024 yılında değer bazında pazar payı %(.....)'in altında olan teşebbüslere "Diğer" başlığı içinde yer verilmiştir.

⁴³ "Diğer" başlığında yer alan teşebbüslerin ve ANTALYA ALKOLLÜ'nün pazar paylarının NIELSEN'den gönderilen cevabi yazıda %(.....)'in altında olduğu belirtilmiştir. Tabloda her iki başlığa da yer verilmesinden dolayı toplam oran %100 seviyesini aşmaktadır.

⁴⁴ Dosya kapsamında BEYLERBEYİ'nden de bilgi talebinde bulunulmuş fakat teşebbüsten satışların kanal bazında kırılımına ilişkin sağlıklı veri elde edilememesi nedeniyle adı geçen teşebbüse ait bilgiler işbu tabloya eklenmemiştir.

pazarında en büyük oyuncu olarak öne çıkan MEY İÇKİ'nin ise 2022 yılında açık kanaldaki satış payının %(.....), kapalı kanal satış payının %(.....) olduğu, 2024 yılında ise açık kanal satış payının %(.....) seviyesine gerilediği, kapalı kanal satış payının %(.....) seviyesine yükseldiği görülmektedir.

- (97) Rakı pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin sayısal ve ağırlıklı bulunurluk oranlarına ilişkin tabloya aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 26- Rakı Pazarındaki Teşebbüslerin 2023-2025 (ilk 6 ay) Yıllarındaki Sayısal ve Ağırlıklı Bulunurluk Oranları (%)

Teşebbüs	2023		2024		2025 (ilk 6 ay)	
	Sayısal	Ağırlıklı	Sayısal	Ağırlıklı	Sayısal	Ağırlıklı
MEY İÇKİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BEYLERBEYİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EFE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ALLCO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ANTALYA ALKOLLÜ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: NIELSEN

- (98) Yukarıda ye alan tablo incelendiğinde, rakı pazarında sayısal bulunurluğu %(.....), ağırlık bulunurluğu %(.....) ile en yüksek bulunurluk oranlarına sahip olan teşebbüsün MEY İÇKİ olduğu görülmektedir. MEY İÇKİ'yi yüksek bulunurluk oranları ile BEYLERBEYİ ve EFE takip ederken ANTALYA ALKOLLÜ, bulunurluk bakımından ALLCO'nun da gerisinde yer alarak beşinci sırada konumlanmaktadır.
- (99) Türkiye'de rakı pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin üretimini gerçekleştirdikleri ürünlerin segmentine ilişkin tabloya aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 27- Rakı Pazarındaki Segmentler

Segment	Ürünler
Ekonomik	Efe Klasik (EFE) 7 Rakı (ANTALYA ALKOLLÜ)
Orta	Göbek, Teragold, Kalecik Karası, Margaz, Mavi, Premium 45 (BEYLERBEYİ), Efe Yaş Üzüm (EFE), Yeni Rakı 1937, İzmir Rakı, Vefa, Usta, Tekirdağ (MEY İÇKİ) Ata, Burgaz (ANTALYA ALKOLLÜ)
Üst	Efe Gold, Sarı Zeybek, Efe Göbek, Efe Tek İmbik, Kara Efe, Efe 5 Yıllık, Oak Barrel (EFE), Yeni Rakı, Tekirdağ Altın Seri, Tekirdağ Göbek, Prototip, Kulüp, Altınbaş, Tekirdağ No. 10 (MEY İÇKİ)

Kaynak: NIELSEN

- (100) MEY İÇKİ, pazarın orta ve üst segmentinde birden fazla markayla (*Yeni Rakı 1937, Vefa, Tekirdağ Göbek* gibi) faaliyet gösterirken, ANTALYA ALKOLLÜ'ye ait markalar (*7 Rakı, Ata ve Burgaz*) ekonomik ve orta segmentte, BEYLERBEYİ'ne ait markalar (*Teragold ve Kalecik Karası* gibi) orta segmentte, EFE'ya ait markalar (*Efe Klasik, Efe Yaş Üzüm ve Efe Göbek* gibi) ise ekonomik, orta ve üst segmentte konumlanmaktadır.
- (101) Rakı pazarında markaların değer ve hacim bazında pazar paylarına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

Tablo 28- Rakı Pazarında Markaların 2023-2025 (ilk altı ay) Yılları Arasında Değer ve Hacim Bazlı Pazar Payları (%)

Marka	2023		2024		2025 (ilk altı ay)	
	Değer	Hacim	Değer	Hacim	Değer	Hacim
Yeni Rakı (MEY İÇKİ)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Tekirdağ (MEY İÇKİ)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Beylerbeyi Rakı (BEYLERBEYİ)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Efe Rakı (EFE)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer ⁴⁵	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

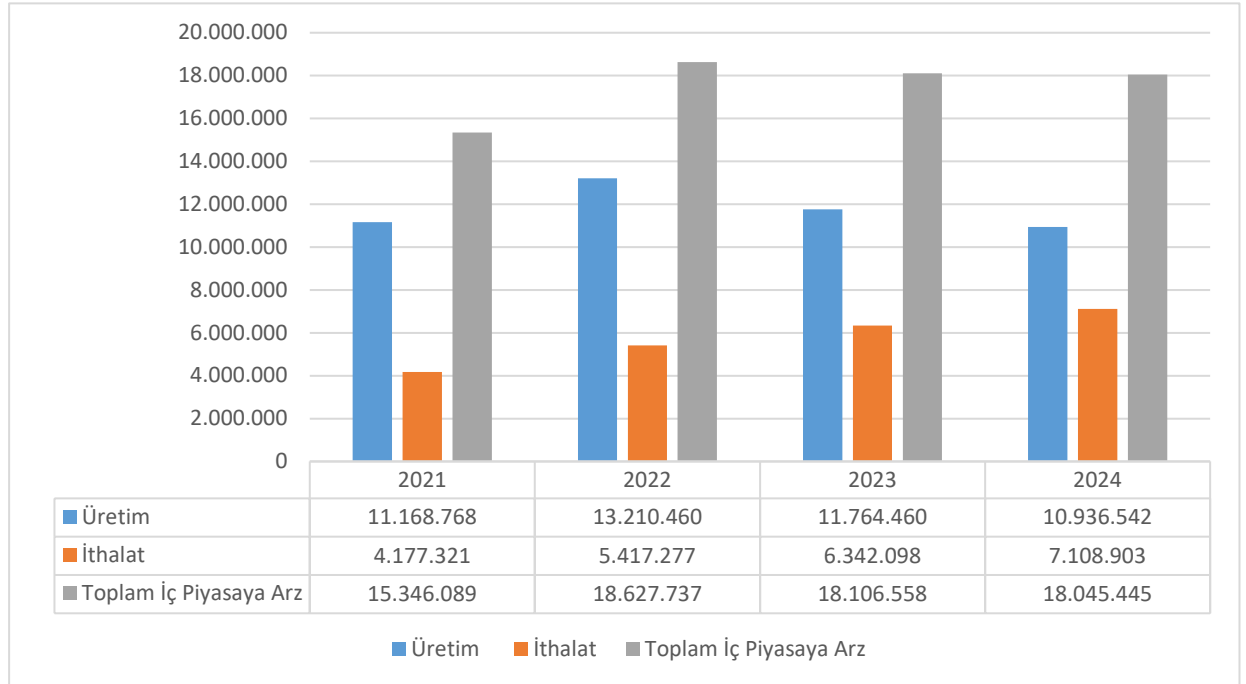
Kaynak: NIELSEN

- (102) Rakı pazarında markaların hacim ve değer bazlı pazar payları incelendiğinde, 2024 yılında değer bazında en büyük pazar payına sahip ilk iki markanın %(.....) ile MEY İÇKİ'nin *Yeni Rakı* markalı ürünü ve %(.....) ile *Tekirdağ* markalı ürünü olduğu, söz konusu markaları %(.....)'lük payla BEYLERBEYİ'nin *Beylerbeyi Rakı* markalı ürününün takip ettiği görülmektedir.

G.2.1.3.3. Votka Pazarı Hakkında Bilgi

- (103) Üretiminde ham madde olarak çavdar, buğday ve benzeri tahıllar ile patates kullanılan votka, %35 ile %70 arasında değişen alkol oranına sahiptir. Özellikle genç nüfus tarafından tercih edilen votkanın tüketiminin distile içkiler arasında son yıllarda ciddi bir artış kaydettiği görülmektedir.
- (104) . Aşağıdaki grafikte iç pazara arz edilen toplam votka miktarına ilişkin bilgilere yer verilmektedir:

Grafik 4- 2021-2024 Yılları Arasında İç Piyasaya Arz Edilen Votka Miktarının Üretim-İthalat Dağılımı (lt)



Kaynak: TADB

- (105) İç piyasaya arz edilen toplam votka miktarında 2022 yılında 2021 yılına kıyasen artış gerçekleşmiş, 2023 ve 2024 yıllarında ise bir önceki yıla göre düşük ölçekte daralma

⁴⁵ Tabloda 2024 yılında değer bazında pazar payı %(.....)'in altında olan teşebbüslere "Diğer" başlığı içinde yer verilmiştir. İşlem taraflarından ANTALYA ALKOLLÜ'nün rakı markalarının pazar paylarının %(.....)'in altında olması nedeniyle söz konusu markalara "Diğer" başlığı altında yer verilmektedir.

meydana gelmiştir. 2024 yılında ise iç pazara arz edilen votka miktarı 18.045.445 litre olmuştur.

- (106) TADB verilerine göre, votka ithalatında 2021 yılından 2024 yılına kadar geçen süreçte ithalat miktarının her yıl artış gösterdiği görülmektedir. 2021 yılında 4.177.321 litre ithalat gerçekleştirilirken 2024 yılında bu miktar 7.108.903 litre seviyesine gelmiştir.
- (107) TADB'den gönderilen cevabi yazıda, votka pazarında hâlihazırda üretim izin belgesine sahip teşebbüs sayısının 12, dağıtım yetki belgesine sahip ithalatçı teşebbüs sayısının ise 52 olduğu belirtilmiştir. Bu teşebbüslerden DEVA ve MEY İÇKİ hem üretim hem de ithalat gerçekleştirmektedir.
- (108) Votka pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin hacim bazında pazar paylarına aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 29- Teşebbüslerin 2022-2024 Yılları Arasında Votka Pazarında Hacim Bazında Pazar Payları (%)

Teşebbüs	2022		2023		2024	
	Hacim (lt)	Oran (%)	Hacim (lt)	Oran (%)	Hacim (lt)	Oran (%)
MEY İÇKİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PERNOD RICARD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ANTALYA ALKOLLÜ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ALLCO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DİĞER ⁴⁶	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	20.088.370	100,00	18.719.797	100,00	18.167.479	100,00

Kaynak: TADB ve Dosya Kapsamında Yapılan Hesaplamalar

- (109) TADB'den elde edilen veri ile hazırlanan yukarıdaki tablo incelendiğinde, 2024 yılında votka pazarında hacim bazında MEY İÇKİ'nin % (.....) ile en yüksek pazar payına sahip olduğu ve en yakın rakibi PERNOD RICARD'ın payının ise % (.....) seviyesinde gerçekleştiği görülmektedir. İşlem taraflarından ANTALYA ALKOLLÜ'nün ise 2024 yılında votka pazarında hacim bazında pazar payının % (.....) olduğu anlaşılmaktadır.
- (110) Votka pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin değer bazında pazar payına aşağıda yer verilmektedir.

Tablo 30-Teşebbüslerin 2022-2024 Yılları Arasında Votka Pazarında Değer Bazında Pazar Payları (%)

Teşebbüs	2022	2023	2024
ANTALYA ALKOLLÜ	(.....)	(.....)	(.....)
MEY İÇKİ	(.....)	(.....)	(.....)
PERNOD RICARD	(.....)	(.....)	(.....)
DİĞER ⁴⁷	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100,00	100,00	100,00

Kaynak: NIELSEN

- (111) NIELSEN'den elde edilen veri ile hazırlanan yukarıdaki tablo incelendiğinde, 2024 yılında votka pazarında değer bazında MEY İÇKİ'nin % (.....) ile en yüksek pazar payına sahip olduğu ve en yakın rakibi PERNOD RICARD'ın payının ise % (.....) seviyesinde gerçekleştiği görülmektedir. İşlem taraflarından ANTALYA ALKOLLÜ'nün ise 2024 yılında votka pazarında değer bazında pazar payının % (.....) olduğu anlaşılmaktadır.

⁴⁶ Tabloda 2024 yılında hacim bazında işlem taraflarından ANTALYA ALKOLLÜ dışında pazar payı % (.....)'in altında olan teşebbüslere "Diğer" başlığı içinde yer verilmiştir. TADB'den gönderilen cevabi yazıya göre "Diğer" başlığı altında dokuz adet teşebbüs bulunmaktadır.

⁴⁷ Tabloda 2024 yılında değer bazında pazar payı % (.....)'in altında olan teşebbüslere "Diğer" başlığı içinde yer verilmiştir.

- (112) Votka pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin satışlarının kanal bazında dağılımına aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 31- Teşebbüslerin 2022-2024 Yılları Arasında Satışlarının Kanal Bazında Dağılımı

KANAL	TEŞEBBÜS	2022		2023		2024	
		Ciro (TL)	Pay (%)	Ciro (TL)	Pay (%)	Ciro (TL)	Pay (%)
AÇIK KANAL	ANTALYA ALKOLLÜ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	EFE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	EFES	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	MEY İÇKİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	KIRBIYIK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PERNOD RICARD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KAPALI KANAL	ANTALYA ALKOLLÜ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	EFE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	EFES	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	MEY İÇKİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	KIRBIYIK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PERNOD RICARD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Genel Toplam	4.903.002.437	100	7.717.325.353	100	11.696.009.417	100

Kaynak: Dosya Kapsamında Yapılan Hesaplamalar

- (113) Yukarıda yer alan tablo incelendiğinde ANTALYA ALKOLLÜ'nün; 2022 yılında açık kanaldaki satış payının %(.....), kapalı kanal satış payının %(.....) olduğu, 2024 yılında ise açık kanaldaki satış payının %(.....) seviyesine gerilediği, kapalı kanaldaki satış payının ise %(.....) seviyesine yükseldiği görülmektedir. Sektördeki oyuncularından EFE'nin 2022 yılında açık kanaldaki satış payının %(.....), kapalı kanaldaki satış payının %(.....) olduğu, 2024 yılında ise açık kanal satış payının %(.....) seviyesine yükseldiği, kapalı kanal satış payının ise %(.....) seviyesine gerilediği anlaşılmaktadır. MEY İÇKİ'nin ise 2022 yılında açık kanaldaki satış payının %(.....), kapalı kanal satış payının %(.....) olduğu, 2024 yılında ise açık kanaldaki satış payının %(.....) seviyesine gerilediği, kapalı kanaldaki satış payının %(.....) seviyesine yükseldiği görülmektedir. Sektöre 2024 yılında giren KIRBIYIK'ın tüm satışlarını kapalı kanal üzerinden gerçekleştirdiği görülürken aynı sene piyasaya giriş yapan EFES'in de 2024 yılında satışlarını %(.....)'lük kısmını açık kanal, %(.....)'lik kısmını ise kapalı kanal üzerinden gerçekleştirdiği anlaşılmaktadır. Sektör oyuncularından bir diğeri olan PERNOD RICARD ise 2022 yılında satışlarının %(.....)'lik kısmını açık kanal, %(.....)'lük kısmını kapalı kanal üzerinden gerçekleştirmiş, 2024 yılında açık kanal oranı %(.....) seviyesine, kapalı kanal oranı ise %(.....) seviyesine gelmiştir.
- (114) Votka pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin sayısal ve ağırlıklı bulunurluk oranlarına ilişkin tabloya aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 32- Votka Pazarındaki Teşebbüslerin 2023-2025 (ilk altı ay) Yılları İçin Sayısal ve Ağırlıklı Bulunurluk Oranları (%)

Teşebbüs	2023		2024		2025 (ilk altı ay)	
	Sayısal	Ağırlıklı	Sayısal	Ağırlıklı	Sayısal	Ağırlıklı
MEY İÇKİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PERNOD RICARD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ANTALYA ALKOLLÜ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BROWN FORMAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
WEITNAUER	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EFE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KIRBIYIK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EFES	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: NIELSEN

- (115) Yukarıda yer alan tablo incelendiğinde, votka pazarında her üç yıl için en yüksek bulunurluk oranlarına sahip teşebbüsün MEY İÇKİ olduğu, teşebbüsün 2024 yılında sayısal bulunurluk oranının % (.....), ağırlıklı bulunurluk oranının ise % (.....) seviyesinde gerçekleştiği görülmektedir. MEY İÇKİ'yi yüksek bulunurluk oranları ile PERNOD RICARD takip ederken ANTALYA ALKOLLÜ; 2024 yılı için % (.....) sayısal, % (.....) ağırlıklı bulunurluk oranı ile üçüncü sırada konumlanmaktadır.
- (116) Türkiye’de votka pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin üretimini ve/veya ithalatını gerçekleştirdikleri ürünlerin segmentine ilişkin tabloya aşağıda yer verilmektedir.

Tablo 33- Votka Pazarındaki Segmentler

Segment	Ürünler
Ekonomik	Rublovskaya, John Joy (ANTALYA ALKOLLÜ), Bazooka (MEY İÇKİ)
Orta	Stoli Salted Caramel, Stoli Premium, Nemiroff (EFE), Vodka 1967 (ANTALYA ALKOLLÜ), Luksusowa, Wyborowa (PERNOD RICARD), Moskovskaya (WEITNAUER), Istanbul, Gilbeys (MEY İÇKİ)
Üst	Grey Goose, Elit, Stoli Gold (EFE), Reyka (EFES), Smirnoff (MEY İÇKİ), Absolut (PERNOD RICARD), Beluga, Nikka (WEITNAUER)

Kaynak: NIELSEN

- (117) MEY İÇKİ tüm segmentlerde birden fazla markayla (*Bazooka, Gilbeys, Istanbul, Smirnoff* gibi) faaliyet gösterirken, ANTALYA ALKOLLÜ’ye ait markalar (*John Joly, Rublovskaya, Votka 1967* gibi) özellikle ekonomik ve orta segmentte, PERNOD RICARD’a ait markalar (*Luksusowa, Wyborowa, Absolut* gibi), EFE’ye ait markalar (*Stoli, Nemiroff, Grey Goose* gibi) ve WEITNAUER’e ait markalar (*Moskovskaya, Beluga ve Nikka* gibi) orta ve üst segmentte konumlanmakta ve EFES ise *Reyka* markası ile üst segmentte faaliyet göstermektedir.
- (118) Votka pazarında markaların değer ve hacim bazında pazar paylarına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

Tablo 34- Votka Pazarında Markaların 2023-2025 (ilk altı ay) Yılları Arasında Değer ve Hacim Bazlı Pazar Payları (%)

Marka	2023		2024		2025 (ilk altı ay)	
	Değer	Hacim	Değer	Hacim	Değer	Hacim
Istanblue (MEY İÇKİ)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Wyborowa (PERNOD RICARD)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Gilbeys (MEY İÇKİ)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Absolut (PERNOD RICARD)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Smirnoff (MEY İÇKİ)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Bazooka (MEY İÇKİ)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
1967 (ANTALYA ALKOLLÜ)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer ⁴⁸	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

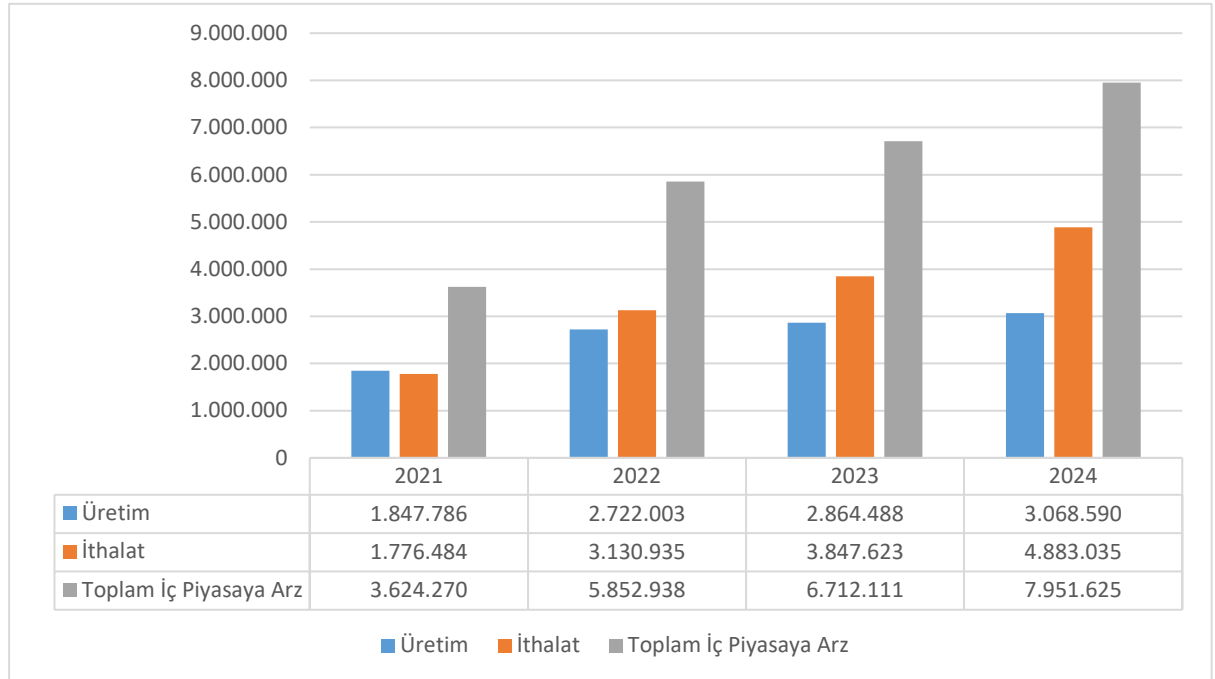
Kaynak: NIELSEN

- (119) Votka pazarında markaların hacim ve değer bazlı pazar payları incelendiğinde, 2024 yılında değer bazında en büyük pazar payına sahip markanın %(.....) ile MEY İÇKİ'nin *Istanblue* markalı ürünü olduğu, söz konusu markayı %(.....)'lük payla PERNOD RICARD'ın *Wyborowa* markalı ve %(.....)'lik payla yine PERNOD RICARD'ın *Absolut* markalı ürünlerinin takip ettiği görülmektedir. İşlem taraflarından ANTALYA ALKOLLÜ'nün 1967 markalı ürünün ise 2024 yılında değer bazında pazar payının %(.....) olduğu anlaşılmaktadır.

G.2.1.3.4. Cin Pazarı Hakkında Bilgi

- (120) Cin; arpa ve buğday şirasına ardıç eklenerek üretilmekte olup içerdiği ardıç, cinin aromatik olarak farklılaşmasına sebep olmaktadır. Özellikle tonik ile karıştırılarak içilen cinin Türkiye'de iç pazara arzı, toplam distile içkiler arasında oldukça düşük seviyededir. Cin pazarında ithalat-yerli üretim dağılımına aşağıda yer verilmektedir:

Grafik 5- 2021-2024 Yılları Arasında İç Piyasaya Arz Edilen Cin Miktarının Üretim-İthalat Dağılımı (lt)



Kaynak: TADB

⁴⁸ Tabloda 2024 yılında değer bazında pazar payı %(.....)'in altında olan teşebbüslere "Diğer" başlığı içinde yer verilmiştir.

- (121) Yukarıda yer alan grafik incelendiğinde, yıllara göre iç piyasaya arz edilen toplam cin miktarının 2021 yılından sonra her yıl artış gösterdiği görülmektedir. 2021 yılında toplam iç piyasaya arz miktarı 3.624.270 litreyken, bu miktar 2024 yılında 7.951.625 litre olarak gerçekleşmiştir.
- (122) TADB verilerine göre yıllar içinde iç piyasaya arz miktarında olduğu gibi 2021 yılından 2024 yılına kadar geçen süreçte ithalat miktarının da önemli ölçüde artış gösterdiği görülmektedir. 2021 yılında 1.776.484 litre ithalat gerçekleştirilirken 2024 yılında bu miktar 4.883.035 litre seviyesine gelmiştir.
- (123) TADB'den gönderilen cevabi yazıda, cin pazarında hâlihazırda üretim izin belgesine sahip teşebbüs sayısının sekiz, dağıtım yetki belgesine sahip ithalatçı teşebbüs sayısının ise 41 olduğu belirtilmiştir. Bu teşebbüslerden DEVA ve MEY İÇKİ hem üretim hem de ithalat gerçekleştirmektedir.
- (124) Cin pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin pazar paylarına ilişkin hazırlanmış olan tabloya aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 35- Teşebbüslerin 2022-2024 Yılları Arasında Cin Pazarında Hacim Bazında Pazar Payları (%)

Teşebbüs	2022		2023		2024	
	Hacim (lt)	Oran (%)	Hacim (lt)	Oran (%)	Hacim (lt)	Oran (%)
MEY İÇKİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PERNOD RICARD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ANTALYA ALKOLLÜ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ALLCO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MADDOX	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DEMİRTAŞ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DİĞER ⁴⁹	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	5.893.787	100,00	6.806.330	100,00	8.009.470	100,00

Kaynak: TADB

- (125) TADB'den elde edilen veri ile hazırlanan yukarıdaki tablo incelendiğinde, 2024 yılında cin pazarında hacim bazında MEY İÇKİ'nin %(.....) ile en yüksek pazar payına sahip olduğu ve en yakın rakibi PERNOD RICARD'ın payının ise %(.....) seviyesinde gerçekleştiği görülmektedir. İşlem taraflarından ANTALYA ALKOLLÜ'nün ise 2024 yılında cin pazarında hacim bazında pazar payının %(.....) olduğu anlaşılmaktadır.
- (126) Cin pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin değer bazında pazar paylarına aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 36- Teşebbüslerin 2022-2024 Yılları Arasında Cin Pazarında Değer Bazında Pazar Payları (%)

Teşebbüs	2022	2023	2024
	(.....)	(.....)	(.....)
MEY İÇKİ	(.....)	(.....)	(.....)
PERNOD RICARD	(.....)	(.....)	(.....)
DİĞER ⁵⁰	(.....)	(.....)	(.....)
EFES	(.....)	(.....)	(.....)
LAFIELLA	(.....)	(.....)	(.....)
EFE	(.....)	(.....)	(.....)
ANTALYA ALKOLLÜ	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100,00	100,00	100,00

Kaynak: NIELSEN

⁴⁹ Tabloda 2024 yılında hacim bazında pazar payı %(.....)'in altında olan teşebbüslere "Diğer" başlığı içinde yer verilmiştir. TADB'den gönderilen cevabi yazıya göre "Diğer" başlığı altında 37 adet teşebbüs bulunmaktadır.

⁵⁰ Tabloda 2024 yılında değer bazında pazar payı %(.....)'in altında olan teşebbüslere "Diğer" başlığı içinde yer verilmiştir.

- (127) NIELSEN'den elde edilen veriler ile hazırlanan yukarıdaki tablo incelendiğinde 2024 yılında cin pazarında değer bazında MEY İÇKİ'nin %(.....) ile en yüksek pazar payına sahip olduğu ve en yakın rakibi PERNOD RICARD'ın payının ise %(.....) seviyesinde gerçekleştiği görülmektedir. İşlem taraflarından ANTALYA ALKOLLÜ'nün ise 2024 yılında cin pazarında değer bazında pazar payının %(.....) seviyesinde olduğu anlaşılmaktadır.
- (128) Cin pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin satışlarının kanal bazında dağılımına aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 37- Teşebbüslerin 2022-2024 Yılları Arasında Satışlarının Kanal Bazında Dağılımı

KANAL	TEŞEBBÜS	2022		2023		2024	
		Ciro (TL)	Pay (%)	Ciro (TL)	Pay (%)	Ciro (TL)	Pay (%)
AÇIK KANAL	ANTALYA ALKOLLÜ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	EFE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	EFES	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	MEY İÇKİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	PERNOD RICARD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Genel Toplam	1.848.109.094	100	3.460.043.170	100	6.082.712.533	100

Kaynak: Dosya Kapsamında Yapılan Hesaplamalar

- (129) Yukarıda yer alan tablo incelendiğinde ANTALYA ALKOLLÜ'nün; 2022 yılında açık kanal satış payının %(.....), kapalı kanal satış payının %(.....) olduğu, 2024 yılında açık kanaldaki satış payının %(.....) yükseldiği, ancak kapalı kanaldaki satış payının %(.....)'ya gerilediği görülmektedir. Sektörde toplam satışlarda açık kanalın payının 2022 yılında %(.....), kapalı kanal payının ise %(.....) olduğu görülmekte 2024 yılında ise açık kanal payının %(.....) seviyesine gerilediği, kapalı kanal payının ise %(.....) seviyesine yükseldiği ve MEY İÇKİ'nin satışlarının toplam satışlarla paralel hareket ettiği anlaşılmaktadır. Sektör oyuncularından EFE'nin 2022 yılında açık kanal satış payının %(.....), kapalı kanal satış payının %(.....) olduğu, 2024 yılında ise açık kanal satış payının %(.....) seviyesine gerilediği, kapalı kanal satış payının ise %(.....) seviyesine yükseldiği anlaşılmaktadır. Sektöre 2024 yılında giren EFES'in satışlarını %(.....)'lık kısmını açık kanal, %(.....)'lık kısmını ise kapalı kanal üzerinden gerçekleştirdiği anlaşılmaktadır. Sektör oyuncularından bir diğeri olan PERNOD RICARD ise 2022 yılında satışlarının %(.....)'lık kısmını açık kanal, %(.....)'lık kısmını kapalı kanal üzerinden gerçekleştirmiş, 2024 yılında ise açık kanal oranı %(.....) seviyesine, kapalı kanal oranı ise %(.....) seviyesine gelmiştir.
- (130) Cin pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin sayısal ve ağırlıklı bulunurluk oranlarına ilişkin tabloya aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 38- Cin Pazarındaki Teşebbüslerin 2023-2025 (ilk altı ay) Yılları İçin Sayısal ve Ağırlıklı Bulunurluk Oranları (%)

Teşebbüs	2023		2024		2025 (ilk altı ay)	
	Sayısal	Ağırlıklı	Sayısal	Ağırlıklı	Sayısal	Ağırlıklı
ANTALYA ALKOLLÜ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MEY İÇKİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EFES	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EFE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PERNOD RICARD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
WEITNAUER	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BROWN FORMAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: NIELSEN						

- (131) Yukarıda yer alan tablo incelendiğinde; MEY İÇKİ'nin 2023 ve 2024 yılları ve 2025 yılının ilk altı ayında hem sayısal hem de ağırlıklı bulunurluk bakımından en yüksek oranlara sahip olduğu görülmektedir. İşlem taraflarından ANTALYA ALKOLLÜ ise 2023 yılında MEY İÇKİ ve PERNOD RICARD'ın, 2024 yılında MEY İÇKİ, EFES, PERNOD RICARD ve EFE'nin gerisinde yer almaktadır. ANTALYA ALKOLLÜ, 2025'in ilk altı ayında sayısal bulunurluk bakımından MEY İÇKİ'nin, ağırlık bulunurluk bakımından ise MEY İÇKİ ve EFES'in altında konumlanmaktadır.
- (132) Türkiye'de cin pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin üretimini ve/veya ithalatını gerçekleştirdikleri ürünlerin segmentine ilişkin tabloya aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 39- Cin Pazarındaki Segmentler

Segment	Ürünler
Ekonomik	Gin İstanbul (ANTALYA ALKOLLÜ) Richmond London (WEITNAUER)
Orta	Gilbeys Cin (MEY İÇKİ), Cin Maestro (ANTALYA ALKOLLÜ) Cork, Stamford (PERNOD RICARD) Greenalls (WEITNAUER)
Üst	Oxley, Nombay Sapphire Premier Cru, Bombay Sapphire, Votanikon (EFE) Grand Cabaret, Hendrick's, Orbium, Oasium (EFES) Gordons Cin, Tanqueray Cin (MEY İÇKİ) Beefeater, Kinobi, Malfy, Monkey (PERNOD RICARD) No. 3, Bottega, Nikka, Opihr, Mosaik (WEITNAUER)
Kaynak: NIELSEN	

- (133) MEY İÇKİ, pazarın orta ve üst segmentinde birden fazla markayla (*Gilbeys Cin*, *Gordons Cin* ve *Tanqueray Cin* gibi) faaliyet gösterirken, ANTALYA ALKOLLÜ'ye ait markalar (*Gin İstanbul*, *Cin Maestro*) özellikle ekonomik ve orta segmentte, PERNOD RICARD markaları (*Cork*, *Beefeater* gibi) orta ve üst segmentte, WEITNAUER'e ait markalar (*Richmond London*, *Greenalls* ve *Bottega* gibi) ise ekonomik, orta ve üst segmentte konumlanmaktadır.
- (134) Cin pazarında markaların değer ve hacim bazında pazar paylarına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

Tablo 40- Cin Pazarında Markaların 2023-2025 (ilk altı ay) Yılları Arasında Değer ve Hacim Bazlı Pazar Payları (%)

Marka	2023		2024		2025 (ilk altı ay)	
	Değer	Hacim	Değer	Hacim	Değer	Hacim
Gilbeys (MEY İÇKİ)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Gordons (MEY İÇKİ)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Beefeater (PERNOD RICARD)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Cork (PERNOD RICARD)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Hendricks (EFES)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Tanqueray (MEY İÇKİ)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Stirling (LAFIELLA)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Bombay Sapphire (EFE)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer ⁵¹	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: NIELSEN

- (135) Cin pazarında markaların hacim ve değer bazlı pazar payları incelendiğinde, 2024 yılında değer bazında en büyük pazar payına sahip ilk iki markanın %(.....) ile MEY İÇKİ'nin *Gilbeys* markalı ürünü ve %(.....) ile *Gordons* markalı ürünü olduğu, söz konusu markaları %(.....)'lik payla PERNOD RICARD'ın *Beefeater* markalı ürününün takip ettiği görülmektedir.

G.2.2. İlgili Pazar

G.2.2.1. İlgili Ürün Pazarı

- (136) İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz (İlgili Pazar Kılavuzu)'da ilgili ürün pazarı, tüketicinin gözünde fiyatı, kullanım amaçları ve nitelikleri bakımından aynı sayılan mal ve hizmetlerden oluşan pazar olarak tanımlanmaktadır.
- (137) Geniş bir yelpazeden oluşan alkollü içecekler, üretim şekillerine göre fermente ve distile içkiler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Bu ayrımında, bira ve şarap fermente içki; rakı, kanyak/brendi, viski, rom, tekila, cin ve likör ise distile içki sınıfına girmektedir. Geçmiş tarihli Kurul kararlarına bakıldığında ürün özellikleri, üretim süreçleri, tüketici tercihleri, talep ve fiyat değişimleri, fiyatlar ve zam oranları incelenerek her bir alkollü içecek kategorisinin ayrı bir pazar olarak tanımlandığı görülmektedir⁵².
- (138) TUBORG bira, köpüklü şarap, likör, vermut pazarlarında faaliyet gösterirken; ANTALYA ALKOLLÜ cin, likör, rakı ve votka pazarlarında faaliyet göstermektedir. TUBORG ve ANTALYA ALKOLLÜ'nün faaliyetlerinin likör pazarında örtüştüğü görülmektedir. Bu çerçevede, dosya konusu işlem açısından etkilenen pazarının, "likör pazarı" olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

G.2.3. İlgili Coğrafi Pazar

- (139) Coğrafi pazar belirlenirken, özellikle ilgili mal ve hizmetlerin özellikleri ile tüketici tercihleri bakımından giriş engellerinin, ilgili bölge ile komşu bölgeler arasında teşebbüslerin pazar payları veya mal ve hizmetlerin fiyatları bakımından hissedilir bir farklılığın olup olmadığı gibi unsurlar dikkate alınır. İnceleme konusu ilgili ürün pazarında yer alan ürün bakımından pazara giriş, arz kaynaklarına ulaşma, üretim,

⁵¹ Tabloda 2024 yılında değer bazında pazar payı %(.....)'in altında olan teşebbüslere "Diğer" başlığı içinde yer verilmiştir. İşlem taraflarından ANTALYA ALKOLLÜ'nün cin markalarının pazar paylarının %(.....)'in altında olması nedeniyle söz konusu markalara "Diğer" başlığı altında yer verilmektedir.

⁵² Kurulun 08.07.2010 tarihli ve 10-49/900-314 sayılı, 06.07.2011 tarihli ve 11-41/865-M sayılı ve 17.08.2011 tarihli ve 11-45/1043-356 sayılı kararları.

dağıtım, pazarlama ve satış şartlarının bölgesel bir farklılık göstermediği göz önüne alınarak ilgili coğrafi pazar “Türkiye” olarak belirlenmiştir.

G.3. DEĞERLENDİRME

- (140) Kurum kayıtlarına 27.06.2025 tarih ve 69852 sayı ile intikal eden başvuruda ANTALYA ALKOLLÜ'nün tek kontrolünün TUBORG tarafından devralınması işlemine izin verilmesi talep edilmektedir. TUBORG ve ANTALYA ALKOLLÜ'nün faaliyetleri likör pazarında örtüşürken, TUBORG diğer alkollü içeceklerden bira, köpüklü şarap ve vermut pazarlarında, ANTALYA ALKOLLÜ ise rakı, votka ve cin pazarlarında faaliyet göstermektedir. Bu nedenle hem yatay hem de -bildirim konusu işlem sonrasında tarafların birbirlerini tamamlayıcı nitelikte ürün portföyüne sahip olacak olmaları nedeniyle- işlemin olası etkileri ele alınacaktır.

G.3.1. Yatay Etkilere İlişkin Değerlendirme

- (141) Yukarıda da bahsedildiği üzere, tarafların Türkiye'deki faaliyetleri yalnızca likör pazarında örtüşmektedir. Yatay Birleşme ve Devralmaların Değerlendirilmesi Hakkında Kılavuz (Yatay Kılavuz)'a göre yatay birleşme ve devralmaların temelde iki şekilde etkin rekabeti önemli ölçüde azaltabileceği kabul edilmektedir. Bunlardan ilki, teşebbüsler arasında koordinasyon olmaksızın bir ya da birden fazla teşebbüs üzerindeki önemli rekabetçi baskının ortadan kaldırılması sonucunda pazar gücünün artırılması (tek taraflı etkiler), ikincisi ise ilgili pazardaki rekabetin doğasında değişikliğe yol açarak daha önce davranışları arasında koordinasyon bulunmayan teşebbüslerin, koordinasyon içinde bulunmak suretiyle etkin rekabeti önemli ölçüde azaltmalarını (koordinasyon doğurucu etkiler). Bu nedenle dosya konusu işlemin, likör pazarı bakımından bu kapsamda ele alınması gerekmekte olup aşağıda söz konusu değerlendirmelere yer verilmektedir.

G.3.1.1. Tek Taraflı Etkiler Bakımından Değerlendirme

- (142) Tek taraflı rekabetçi etkilerin değerlendirilmesinde tarafların; sahip oldukları pazar payları, yakın rakip olup olmadıkları, müşterilerin sağlayıcı değiştirme olanakları, rakiplerin rekabetçi baskı kurup kuramayacakları ve işlemin önemli bir rekabetçi gücü ortadan kaldırıp kaldırmadığı gibi kriterler belirleyici olmaktadır. Bir devralmanın, tek taraflı etkilere yol açıp açmayacağını belirleyen bu faktörlerin hepsinin bir arada mevcut olması gerekmediği gibi, söz konusu etkiler birlikte değerlendirilmelidir.
- (143) Grafik 1'den, yatay örtüşmenin söz konusu olduğu likör pazarında, 2021 yılında iç piyasaya arz edilen toplam 2.028.607 litre likör miktarının yaklaşık %222 oranında artışla 2024 yılında 6.541.410 litre olarak gerçekleştiği görülmektedir. Likör arzında yıllar itibarıyla gerçekleşen artışın, likör pazarının henüz doygunluğa ulaşmadığını göstermesi açısından önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yıllara göre likör ithalat miktarı incelendiğinde ise, 2021 yılında 1.715.840 litre olan ithalat miktarının 2024 yılında %145'lik artışla 4.209.141 litre olarak gerçekleştiği göz önüne alındığında, likör arzında yaşanan artışta, üretim ile birlikte ithalatın da etkisinin olduğu söylenebilecektir. TADB verilerine göre 2025 yılında likör pazarında üretim iznine (5) ve ithalat yetki belgesine (33) sahip toplam 36⁵³ teşebbüsün faaliyet gösterdiği anlaşılmaktadır. Likör pazarında faaliyet gösteren söz konusu teşebbüslerin elde ettiği paylara ise aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

⁵³ TADB tarafından gönderilen cevabi yazıda DEVA ve MEY İÇKİ'nin hem üretim izin belgesine hem de ithalat için dağıtım yetki belgesine sahip oldu ifade edilmiştir.

Tablo 41- Teşebbüslerin 2022-2024 Yılları Arasında Likör Pazarında Hacim Bazında Pazar Payları (%)

Teşebbüsler	2022		2023		2024	
	Hacim (lt)	Oran (%)	Hacim (lt)	Oran (%)	Hacim (lt)	Oran (%)
ANTALYA ALKOLLÜ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TUBORG	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KIRBIYIK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MEY İÇKİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
WEITNAUER	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PERNOD RICARD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BROWN FORMAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ALLCO ⁵⁴	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DEVA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BERENTZEN ⁵⁵	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ŞENSESLER ⁵⁶	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
AKDENİZ ⁵⁷	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BADEBATU ⁵⁸	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BİRİCİK ⁵⁹	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DEMİRTAŞ ⁶⁰	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
LAFIELLA ⁶¹	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DİĞER ⁶²	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	3.103.244	100,00	4.119.951	100,00	6.570.432	100,00
Kaynak: TADB ve Dosya Kapsamında Yapılan Hesaplamalar						

- (144) Tablo 42'ye göre, likör pazarında faaliyet gösteren bazı teşebbüslerin pazar paylarında önemli düşüşler olduğu görülmektedir. 2022 yılında likör satışlarının hacim bazında yaklaşık %(.....)'ini WEITNAUER ve MEY İÇKİ'nin gerçekleştirdiği, 2024 yılında ise bu oranın yaklaşık %(.....)'e gerilediği ve bu durumun en önemli nedeninin 2024 yılında KIRBIYIK'ın sektöre girişiyle aldığı yaklaşık %(.....)'lik pay olduğu söylenebilecektir.
- (145) İşlem taraflarının pazar paylarına bakıldığında ise TUBORG'un payının 2023 yılında artarken 2024 yılında düşüş gösterdiği, ANTALYA ALKOLLÜ'nün ise pazar payını düzenli olarak artırdığı ve tarafların toplam pazar payının 2022 yılında %(.....) iken 2024 yılında %(.....) olduğu görülmektedir.
- (146) Likör pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin değer bazında pazar paylarına aşağıda yer verilmektedir:

⁵⁴ Allco İçecek San. ve Tic. AŞ

⁵⁵ Berentzen Alkollü İçkiler Ticaret Ltd. Şti.

⁵⁶ Şensesler Paz. Gıda Dağıt. Tur. İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.

⁵⁷ Akdeniz Kokteyl Alataş Tur. Tic. Ltd. Şti.

⁵⁸ Badebatu İçecek Sanayi Ticaret Ltd. Şti.

⁵⁹ Biricik Şarapçılık Alkollü ve Alkolsüz İçecekler Paz. San. Tic. Ltd. Şti.

⁶⁰ Demirtaş İçecek ve Gıda Paz. Tic. AŞ

⁶¹ Lafiella İçecek Dağıtım Sanayi ve Ticaret AŞ

⁶² Tabloda 2024 yılında değer bazında pazar payı %(.....)'in altında olan teşebbüslere "Diğer" başlığı içinde yer verilmiştir. TADB'den gönderilen cevabi yazıya göre "Diğer" başlığı altında 20 adet teşebbüs bulunmaktadır.

Tablo 42-Teşebbüslerin 2022-2024 Yılları Arasında Likör Pazarında Değer Bazında Pazar Payları (%)

Teşebbüs	2022		2023		2024	
	Değer (TL)	Oran (%)	Değer (TL)	Oran (%)	Değer (TL)	Oran (%)
ANTALYA ALKOLLÜ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TUBORG	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
WEITNAUER	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MEY İÇKİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KIRBIYIK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BROWN FORMAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PERNOD RICARD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DİĞER ⁶³	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	235.734.038	100,0	561.854.489	100,0	1.402.178.818	100,0
Kaynak: NIELSEN						

- (147) Likör pazarında değer bazlı pazar payları incelendiğinde, 2024 yılında MEY İÇKİ ve WEITNAUER'in değer bazında %(.....) ile pazarın büyük kısmını elinde tuttuğu görülmektedir. Pazarı 2024 yılında giriş yapan KIRBIYIK'ın ise pazardaki ilk yılında pazardan %(.....)'lik pay aldığı anlaşılmaktadır.
- (148) Dolayısıyla Tablo 42 ve 43 bir arada ele alındığında, likör pazarında faaliyet gösteren çok sayıda teşebbüs bulunduğu, bu bakımdan pazarın parçalı bir yapı sergilediği ve MEY İÇKİ ile WEITNAUER'in pazardaki güçlü oyuncular olduğu söylenebilecektir.
- (149) İşlem taraflarının değer bazında pazar payına bakıldığında tarafların toplam pazar payının 2022 yılında %(.....) iken 2024 yılında %(.....) olduğu görülmektedir. ANTALYA ALKOLLÜ ve TUBORG'un ilgili pazardaki paylarının toplamı %(.....)'nin altında olduğundan dosya konusu işlemin rekabet üzerinde yaratabileceği olumsuz etkilerin, işlemin yasaklanmasını gerektirecek düzeyde olmadığı varsayılabilir⁶⁴. Ancak Yatay Kılavuz'a göre, birleşme işlemine taraf olan teşebbüslerin toplam pazar paylarının %50'nin altında olduğu durumlarda da rekabetçi kaygıların söz konusu olabileceği belirtilmekte ve böyle durumlarda, pazardaki diğer teşebbüslerin sayılarına, güçlerine ve birleşme işlemine taraf olan teşebbüslerin birbirlerine yakın rakip olup olmadıklarına bakılacağı ifade edilmektedir.
- (150) Bu kapsamda ilk olarak likör pazarında faaliyet gösteren oyuncuların Yatay Kılavuz'da işaret edilen özelliklerine yer verilmesi faydalı olacaktır. 141. paragrafta belirtildiği üzere üretim iznine ve ithalat yetki belgesine sahip 36 teşebbüsün bulunduğu likör pazarının parçalı yapısına ek olarak, fiili üretim ve ithalatın miktarlarının da yapılacak değerlendirmede dikkate alınması gereken önemli bir etken olduğu kanaatine varılmıştır. Grafik 1 incelendiğinde likör pazarında 2021 yılından 2024 yılına kadar iç piyasaya arz %222, ithalat ise %173 artmıştır. Dolayısıyla likör pazarının büyüyen bir pazar olduğu söylenebilecektir.
- (151) İşlem taraflarından ANTALYA ALKOLLÜ'nün 2024 yılında likör üretim kapasitesinin %(.....)'ini kullandığı bilinmektedir. Bu bakımdan (.....) faaliyet gösteren ANTALYA ALKOLLÜ'nün pazardaki hâlihazırdaki konumu göz önüne alındığında pazar payını daha da artırarak büyümesi olası görülmemekle birlikte pazarda faaliyet gösteren önemli oyuncuların KIRBIYIK'ın üretim, WEITNAUER ve PERNOD RICARD'ın ithalat, MEY İÇKİ'nin ise hem üretim hem ithalat bakımından sahip oldukları gücün pazarın rekabetçi yapısına katkı sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. KIRBIYIK'ın sektöre

⁶³ Tabloda 2024 yılında değer bazında pazar payı %(.....)'in altında olan teşebbüslere "Diğer" başlığı içinde yer verilmiştir.

⁶⁴ Bkz. Yatay Kılavuz para. 18.

girdiği ilk yılda aldığı hacim bazında %(...)’lik payın ise pazara girişlerin muhtemel ve etkili olduğunu göstermesi açısından önemli olduğu kanaatine varılmıştır.

- (152) Diğer yandan devralma işlemi sonrasında likör pazarında TUBORG’a rekabetçi baskı yapabilecek markaların bulunup bulunmadığının tespiti de rekabetçi analiz açısından önem taşımaktadır. Bu nedenle pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerin 2022-2025 (ilk altı ay) yıllarına ait marka bazında değer cinsinden pazar payları incelenmiştir. 2025 yılı verileri esas alınarak pazar payı en yüksek markalara ait bilgilere aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 43- Likör Pazarında Markaların 2022-2025 (ilk altı ay) Yılları Arasında Değer ve Hacim Bazlı Pazar Payları (%)

Marka	2022		2023		2024		2025 (ilk 6 ay)	
	Değer	Hacim	Değer	Hacim	Değer	Hacim	Değer	Hacim
Jagermeister (WEITNAUER)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Hare (ANTALYA ALKOLLÜ)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Baileys (MEY İÇKİ)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mancia (KIRBIYIK)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Sheridans (MEY İÇKİ)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Aperol (TUBORG)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Cointreau (BROWN FORMAN)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Nazen (MEY İÇKİ)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Campari (TUBORG)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer ⁶⁵	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Kaynak: NIELSEN

- (153) Tablo 44 incelendiğinde MEY İÇKİ’nin ithalatını gerçekleştirdiği *Baileys*, WEITNAUER’in ithalatını gerçekleştirdiği *Jagermeister* gibi bilinen markaların varlığının da pazarda önemli bir rekabetçi baskı unsuru oluşturduğu söylenebilecektir. Bununla birlikte, ilgili pazarda WEITNAUER’in *Jagermeister* markası 2024 yılına kadar hem değer hem de hacim bazında en yüksek paya sahip marka konumunda iken anılan markanın 2024 yılı ve 2025 yılının ilk yarısında hacim bazında pazar payında liderliği kaybettiği görülmektedir. 2024 yılında likör pazarına giriş yapan ve pazarda tek bir marka ile faaliyet gösteren KIRBIYIK’ın ise, 2025 yılının ilk altı ayında pazardan değer bazında %(...), hacim bazında ise %(...) pay alan *Mancia* markası ile pazarda güçlü bir konumda olduğu görülmektedir.
- (154) Bahsi geçen teşebbüslerden MEY İÇKİ’nin rakı, votka ve cin pazarındaki lider konumuna ek olarak, PERNORD ile WEITNAUER’in likör pazarının yanı sıra, geniş ürün portföyü ile başta votka ve viski pazarları olmak üzere alkollü içecekler sektöründe önemli faaliyetleri bulunmaktadır. Ayrıca, TUBORG’un bira pazarındaki rakibi EFES’in likör pazarına Willam Grant & Sons Brands Limited Şirketi (WGS)’nin *Drambuie* markasıyla giriş yapması da dikkat çekmektedir⁶⁶.
- (155) Öte yandan, TUBORG’un portföyünde bulunan likör markaları üst segmentte konumlandırılırken ANTALYA ALKOLLÜ’nün markası ekonomik segmentte konumlandırılmaktadır. Buna ek olarak likör pazarındaki hacim ve değer bazlı pazar payları ile likör ürününün teşebbüslerin toplam ciroları içerisindeki payları dikkate alındığında ANTALYA ALKOLLÜ ve TUBORG’un yakın rakip olarak değerlendirilemeyeceği sonucuna ulaşılmıştır. Diğer yandan parçalı bir yapı gösteren

⁶⁵ Tabloda 2024 yılında değer bazında pazar payı %(...)’in altında olan teşebbüslere “Diğer” başlığı içinde yer verilmiştir.

⁶⁶ EFES 2024 yılının Haziran ayı itibarıyla WGS ile imzalamış olduğu marka lisans anlaşması kapsamında WGS’ye ait ürünlerin dağıtım, satış ve pazarlama haklarını elde etmiştir. 2024 yılı Temmuz ayı itibarıyla da söz konusu ürün grubunun satışını Türkiye’de gerçekleştirmeye başlamıştır.

likör pazarına girişin ve pazara giriş yaptıktan sonra büyümenin kolay olduğu bir pazar görünümündedir. Nitekim teşebbüslerin pazar paylarının yıllar içerisinde dalgalı bir seyir gösterdiği ve rakiplerin birbirlerinden Pazar payı alabildikleri görülmektedir. Söz konusu hususlar, likör pazarında işlem tarafı teşebbüslerin toplam pazar payından daha yüksek pazar payına sahip ve güçlü bir portföyü olan MEY İÇKİ gibi bir rakibin bulunması ve rekabetçi baskı yaratan diğer rakiplerin varlığı ile birlikte değerlendirildiğinde, bildirilen işlemin tek taraflı etkiler yoluyla rekabeti sınırlama ihtimalinin bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

G.3.1.2. Koordinasyon Doğurucu Etkiler Bakımından Değerlendirme

- (156) Bir birleşme ya da devralma yoluyla ilgili pazarda faaliyet gösteren teşebbüs sayısının azalması, koordineli davranışlarda bulunma ve fiyatları yükseltme potansiyelini artırmaktadır. Bu bağlamda pazardaki yoğunlaşma düzeyleri ile pazar yapısının ortaya konulması gerekmektedir. Koordinasyon oluşmasının kolay olduğu pazar koşulları ve koordinasyonun sürdürülebilir olmasını destekleyen faktörler bu alandaki değerlendirmede öne çıkmaktadır.
- (157) Yatay Kılavuz'a göre bir pazarda faaliyette bulunan teşebbüslerin sayısındaki azalmanın, koordinasyonu kolaylaştıran bir etken olabileceği belirtilmektedir⁶⁷. Yatay örtüşmenin söz konusu olduğu pazara 2024 yılında giriş yapan KIRBIYIK'ın pazar paylarının seyrine bakıldığında, pazara yeni giren bir teşebbüsün pazardaki yerleşik oyuncularından pay alabildiği görülmektedir.
- (158) Pazarın yoğunlaşma seviyesinin tespit edilmesi için 2022-2025 (ilk altı ay) yılları arasında hacim bazında pazar paylarına göre Herfindahl Hirschman Endeksi (HHI) hesaplanmıştır. TADB'nin iç piyasa arz miktarına göre likör pazarındaki en büyük sekiz oyuncu haricindeki teşebbüslerin paylarının göz ardı edilebilir seviyelerde olmasından dolayı söz konusu paylar dâhil edilmeden yapılan hesaplamalar incelendiğinde; HHI'nin 2022 yılında 1124, 2023 yılında 1043, 2024 yılında 919 ve 2025 yılının ilk altı ayında ise 1083 olduğu dolayısıyla yıllar itibarıyla, pazardaki büyüme oranıyla birlikte likör pazarında yoğunlaşma miktarının azaldığı görülmektedir.
- (159) Likör pazarında, 2022-2025 (ilk altı ay) dönemleri arasında bildirilen işlem sonrasında oluşan yoğunlaşma seviyesi incelendiğinde ise 2022 yılında HHI 46 puan artışla 1180, 2023 yılında 208 puan artışla 1251, 2024 yılında 210 puan artışla 1129 olarak gerçekleştiği; 2025 yılının ilk altı ayı için ise 1083 olduğu hesaplanmıştır.
- (160) Bildirim konusu işlem sonrasında pazardaki HHI endeksinin 1000 ile 2000 arasında olacağı ve HHI endeksinde meydana gelecek değişiminin ise 250 puanın altında kalacağı görülmektedir⁶⁸. Bu nedenle işlemin HHI endeksi kapsamında yatay örtüşme bakımından rekabetçi endişe doğurma potansiyelinin oldukça düşük olacağı öngörülmektedir.
- (161) Sonuç olarak, likör pazarında WEITNAUER ve MEY İÇKİ gibi güçlü rakiplerin bulunması, pazarın dinamik ve büyüme eğiliminde olması, pazara giriş yapmanın ve pazarda tutunmanın önünde herhangi bir engelin olmaması, nispeten büyük rakiplerin pazarda güçlü markalar ile faaliyet gösteriyor olması dikkate alındığında dosya kapsamında ortaya çıkan yatay örtüşmenin hem tek taraflı etkiler hem de

⁶⁷ Bkz. Yatay Kılavuz para. 45.

⁶⁸ İşlem sonrası pazardaki HHI endeksi 1.000 ile 2.000 arasında olan ve işlem neticesinde HHI endeksindeki değişimi 250'nin altında kalan ya da birleşme sonrası pazardaki HHI endeksi 2.000'nin üzerinde olan ancak işlem neticesinde HHI endeksindeki değişimi 150'nin altında kalan işlemlerde belirli istisnalar haricinde rekabetçi kaygılar oluşması ihtimali düşüktür. Bkz. Yatay Kılavuz para. 20.

koordinasyon doğurucu etkiler bakımından rekabeti olumsuz etkileme ihtimalinin düşük olduğu kanaatine ulaşılmıştır.

G.3.2. Potansiyel Yatay Etkilere İlişkin Değerlendirme

- (162) (.....)⁶⁹. (.....) Bu nedenle votka ve cin pazarlarında mevcut durumun ortaya konulması ve TUBORG'un pazara giriş yapmasının akabinde pazarda oluşacak durumun analizinin yapılması gereklidir. Bu kapsamda ilerleyen kısımlarda işlemin sırasıyla votka ve cin pazarlarında oluşturabileceği etki ve işlemin etkin rekabeti kısıtlayıp kısıtlamayacağı değerlendirilecektir.

G.3.2.1. Votka Pazarı

- (163) İç piyasaya arz edilen votka miktarı 2022-2024 yılları arasında 18 milyon litre seviyelerinde sabit bir seyir izlemektedir. Son yıllarda iç piyasaya arz edilen toplam votka miktarında, üretimin payı %71'den %59 seviyesine gerilemiş, ithalatın payı %29'dan %41'e yükselmiştir. Son dört yılda iç piyasaya arz edilen miktarın sabit kalması pazarın doygunluk seviyesine ulaştığına işaret etmekte olup pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerin 2022-2025 (ilk altı ay) dönemi arasındaki pazar payları aşağıda sunulmaktadır:

Tablo 44- Teşebbüslerin 2022-2025 (ilk altı ay) Yılları Arasında Hacim Votka Pazarındaki Payları (%)

Teşebbüs	2022		2023		2024		2025 (ilk 6 ay)	
	Hacim (lt)	Oran (%)	Hacim (lt)	Oran (%)	Hacim (lt)	Oran (%)	Hacim (lt)	Oran (%)
MEY İÇKİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PERNOD RICARD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ANTALYA ALKOLLÜ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ALLCO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DİĞER ⁷⁰	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: TADB ve Dosya Kapsamında Yapılan Hesaplamalar

- (164) 2022-2024 yılları arasında ortalama %(.....) ile en yüksek pazar payına sahip teşebbüs MEY İÇKİ iken; PERNOD RICARD aynı dönemde pazar payını %(.....)'ten %(.....)'e yükseltmiştir. Aynı dönem aralığında pazarın üçüncü büyük oyuncusu konumundaki ANTALYA ALKOLLÜ'nün payı ise ortalama %(.....) seviyelerinde sabit bir seyir izlemektedir. Votka pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin değer bazında pazar payı bilgilerine ise aşağıda yer verilmektedir:

Tablo 45- Teşebbüslerin 2022-2024 Yılları Arasında Votka Pazarında Değer Bazında Pazar Payları (%)

Teşebbüs	2022	2023	2024
ANTALYA ALKOLLÜ	(.....)	(.....)	(.....)
MEY İÇKİ	(.....)	(.....)	(.....)
PERNOD RICARD	(.....)	(.....)	(.....)
DİĞER ⁷¹	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100,00	100,00	100,00

Kaynak: NIELSEN

⁶⁹ (.....).

⁷⁰ Tabloda 2024 yılında işlem taraflarından ANTALYA ALKOLLÜ dışında hacim bazında pazar payı %(.....)'in altında olan teşebbüslere diğer başlığı içinde yer verilmiştir. TADB'den gönderilen cevabi yazıya göre "Diğer" başlığı altında dokuz adet teşebbüs bulunmaktadır.

⁷¹ Tabloda 2024 yılında değer bazında pazar payı %(.....)'in altında olan teşebbüslere "Diğer" başlığı içinde yer verilmiştir.

- (165) NIELSEN'den elde edilen veri ile hazırlanan yukarıdaki tablo incelendiğinde, 2024 yılında votka pazarında değer bazında MEY İÇKİ'nin %(.....) ile en yüksek pazar payına sahip olduğu ve en yakın rakibi PERNOD RICARD'ın payının ise %(.....) seviyesinde gerçekleştiği görülmektedir. İşlem taraflarından ANTALYA ALKOLLÜ'nün ise 2024 yılında votka pazarında değer bazında pazar payının yaklaşık %(.....) olduğu anlaşılmaktadır.
- (166) Buna ek olarak, önceki dönemlerde (.....) ifade edilmiştir. Söz konusu ürünlerin planlanan ithalat miktarının ise yıllık yaklaşık (.....) litre olacağının tahmin edildiği belirtilmiştir. TUBORG'un ithal etmeyi planladığı miktarın, Tablo 45'teki pazar payı hesaplamasına dâhil edildiği durumda dahi TUBORG'un votka pazarındaki pazar payı 2025 yılında %(.....)'in altında kalmaktadır.
- (167) TUBORG'un ithal etmeyi planladığı miktar ile ANTALYA ALKOLLÜ'nün düşük pazar payı bir arada ele alındığında, işlem taraflarının bildirim konu işlem sonrasında votka pazarından alacağı payın sınırlı olacağı öngörülmektedir. Kaldı ki pazarda MEY İÇKİ, PERNOD RICARD gibi hem marka bilinirliğine hem de yüksek pazar payına sahip teşebbüsler bulunmaktadır.
- (168) Sonuç olarak bildirilen işlemin votka pazarında hâkim durum yaratma ve etkin rekabeti kısıtlama potansiyelinin düşük olduğu kanaatine varılmıştır.

G.3.2.2. Cin Pazarı

- (169) İç piyasaya arz edilen cin miktarı 2024 yılında bir önceki yıla göre %18, 2022 yılına göre %36 artarak 8 milyon litre seviyesine ulaşmıştır. Son yıllarda büyüme eğiliminde olan cin pazarında üretimin payı giderek azalmakta, ithalatın payı ise artmakta olup pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerin 2022-2025 (ilk altı ay) dönemi arasındaki pazar payları 2025 yılı değerleri baz alınarak pazar payı en yüksek olan teşebbüsler için aşağıda sunulmaktadır:

Tablo 46- Teşebbüslerin 2022-2024 Yılları Arasında Cin Pazarında Hacim Bazında Pazar Payları (%)

Teşebbüs	2022		2023		2024	
	Hacim (lt)	Oran (%)	Hacim (lt)	Oran (%)	Hacim (lt)	Oran (%)
MEY İÇKİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PERNOD RICARD	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ANTALYA ALKOLLÜ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ALLCO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MADDOX	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DEMİRTAŞ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DİĞER ⁷²	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	5.893.787	100,00	6.806.330	100,00	8.009.470	100,00
Kaynak: TADB ve Dosya Kapsamında Yapılan Hesaplamalar						

- (170) 2022-2024 yılları arasında MEY İÇKİ ve PERNOD RICARD'ın pazarın hacim bazında yaklaşık %(.....)'ini ellerinde bulundurduğu görülmektedir. ANTALYA ALKOLLÜ ise 2024 yılında %(.....) pay ile cin pazarının dördüncü oyuncusu konumunda olup teşebbüsün son yıllarda pazar payı düşme eğilimindedir. Cin pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin değer bazında pazar payı bilgilerine aşağıda yer verilmektedir:

⁷² Tabloda 2024 yılında hacim bazında pazar payı %(.....)'in altında olan teşebbüslere "Diğer" başlığı içinde yer verilmiştir. TADB'den gönderilen cevabi yazıya göre "Diğer" başlığı altında 37 adet teşebbüs bulunmaktadır.

Tablo 47- Teşebbüslerin 2022-2024 Yılları Arasında Cin Pazarında Değer Bazında Pazar Payları (%)

Teşebbüs	2022	2023	2024
ANTALYA ALKOLLÜ	(.....)	(.....)	(.....)
MEY İÇKİ	(.....)	(.....)	(.....)
PERNOD RICARD	(.....)	(.....)	(.....)
EFES	(.....)	(.....)	(.....)
LAFIELLA	(.....)	(.....)	(.....)
EFE	(.....)	(.....)	(.....)
DİĞER ⁷³	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100,00	100,00	100,00
Kaynak: NIELSEN			

- (171) 2024 yılında cin pazarında değer bazında MEY İÇKİ'nin %(.....) ile en yüksek pazar payına sahip olduğu ve en yakın rakibi PERNOD RICARD'ın payının ise %(.....) seviyesinde gerçekleştiği görülmektedir. İşlem taraflarından ANTALYA ALKOLLÜ'nün ise 2024 yılında cin pazarında değer bazında pazar payının yaklaşık %(.....) seviyesinde olduğu anlaşılmaktadır.
- (172) Buna ek olarak, önceki dönemlerde (.....) ifade edilmiştir. Söz konusu ürünlerin planlanan ithalat miktarının ise yıllık yaklaşık (.....) litre olacağının tahmin edildiği belirtilmiştir. TUBORG'un ithal etmeyi planladığı miktarın, Tablo 48'deki pazar payı hesaplamasına dâhil edildiği durumda dahi TUBORG'un pazar payı 2025 yılında %(.....)'in altında kalmaktadır.
- (173) TUBORG'un ithal etmeyi planladığı miktar ile ANTALYA ALKOLLÜ'nün düşük pazar payı bir arada ele alındığında, işlem taraflarının bildirimine konu işlem sonrasında cin pazarından alacağı payın sınırlı kalacağı öngörülmektedir. Sonuç olarak, cin pazarında da votka pazarında olduğu gibi MEY İÇKİ ve PERNOD RICARD gibi güçlü rakiplerin bulunduğu dikkate alındığında, bildirilen işlemin pazarda hâkim durum yaratma ve etkin rekabeti kısıtlama potansiyelinin düşük olduğu kanaati hâsıl olmuştur.

G.3.3. Yakın İlişkili Pazarlardaki Etkilere İlişkin Değerlendirme

- (174) Yatay Olmayan Birleşme ve Devralmaların Değerlendirilmesi Hakkında Kılavuz (Kılavuz)'da çok pazarlı birleşmeler, birleşen teşebbüsler arasındaki ilişkinin ne tam anlamıyla yatay ne de dikey türde bir ilişki olduğu durumlarda karşılaşılan türdeki işlemler olarak tanımlanmıştır. Aralarında tamamlayıcılık ya da zayıf ikame ilişkisi olan ürün ve hizmetleri veya aynı müşteri grubu tarafından satın alınan veya üretiminde önemli ölçüde benzer girdiler kullanılan belli bir ürün veya hizmet gamına dâhil olan faaliyetleri kapsayan pazarlardaki birleşmeler, çok pazarlı birleşmelerin inceleme konusunu oluşturmaktadır. Kılavuz'da bu tarz birleşmelerin etkin rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucuna yol açması ihtimalinin oldukça düşük olduğuna değinilmekle birlikte bazı durumlarda bu ihtimalin gündeme gelebileceği ifade edilmektedir.
- (175) Çok pazarlı birleşmelerde rekabete ilişkin endişeye yol açan esas unsur, pazarın kapanmasıdır. Kılavuz'da birbiriyle ilişkili ürün ve hizmetlerin aynı teşebbüs tarafından sağlanacak olması, söz konusu birleşik teşebbüse bağlama, paket satış veya diğer dışlayıcı uygulamalar yoluyla bir pazardaki güçlü pozisyonunu diğer pazarlarda kaldıraç olarak kullanması imkânı ve güdüsü sağlayabileceği, bu durumun tek taraflı etkiler kapsamında pazar kapamaya yol açabileceği ifade edilmektedir.

⁷³ Tabloda 2024 yılında değer bazında pazar payı %(.....)'in altında olan teşebbüslere "Diğer" başlığı içinde yer verilmiştir.

- (176) TADB, satış noktalarına faaliyet gösterebilmeleri için gerekli izinleri ürün bazında değil, alkollü içeceklerin tamamını kapsayacak şekilde perakende, toptan ve açık satış noktaları için ayrı ayrı vermektedir. Satış noktalarının tüketici taleplerine göre fermente ve distile içkileri bir arada sattığı dikkate alındığında, fermente ve distile alkollü içecekler, satış noktalarının ürün portföyü için birbirini tamamlayıcı nitelik taşımaktadır.
- (177) TADB tarafından gönderilen, alkollü içecekler sektöründe iç piyasaya arz edilen toplam ürün miktarlarına bakıldığında, 2024 yılında sektörün %86,6'sını bira, %4,9'unu şarap, %2,8'ini rakı %2,5'ini viski, %1,3'ünü votka, %0,6'sını cin pazarları oluşturmaktadır. Distile içkiler pazarında faaliyet gösteren ANTALYA ALKOLLÜ'nün rakı, votka, cin, likör üretimi bulunmaktadır. TUBORG'un ise faaliyetleri bira pazarında yoğunlaşmaktadır. Bu kapsamda, mevcut işlemin etkilerinin rakı ve bira pazarları özelinde değerlendirilmesi faydalı olacaktır.

G.3.3.1. Bira Pazarı

- (178) Alkollü içecekler sektörünün hacim bazında %86,6'sını, değer bazında yaklaşık %50'sini oluşturan bira⁷⁴, diğer içki türleri arasında arz miktarı ve tüketici talebi bakımından ön plana çıkmaktadır. 2024 yılında bir önceki yıla göre %7, 2022 yılına göre ise %17 büyümeye gösteren bira pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin değer ve hacim bazında pazar paylarına ve teşebbüslere ait markaların pazar paylarına ilişkin hazırlanmış olan tablolara gerekçeli kararın "*Bira Pazarı Hakkında Bilgi*" başlığı altında yer verilmiştir.
- (179) Mevzubahis başlık altında yer alan Tablo 18'den görüldüğü gibi bira pazarında iki büyük oyuncu bulunmaktadır. Duopol bir pazar olan bira pazarında 2024 yılında hacim bazında TUBORG %(.....), EFES %(.....) paya sahiptir. Tablo 19 incelendiğinde ise TUBORG ve EFES'in değer bazında pazar paylarının 2024 yılı için sırasıyla %(.....) ve %(.....) olduğu görülmektedir. TUBORG ve EFES arasında hem hacim hem değer bazında pay dağılımının 2022 yılından günümüze kadar benzer şekilde seyrettiği anlaşılmaktadır.
- (180) Bilindiği üzere hem TUBORG hem EFES üretimlerinin yanı sıra yurt dışı menşeli bira markalarını ithal ederek satışlarını gerçekleştirmektedir. Tablo 23'te yer alan bira pazarında markaların hacim ve değer bazlı pazar payları incelendiğinde; 2024 yılında değer bazında en büyük pazar payına sahip marka %(.....) ile TUBORG'un *Tuborg Gold* markalı ürünü olup söz konusu markayı %(.....)'lik payla EFES'in *Efes Pilsen* markalı, %(.....)'lük payla yine EFES'in *Efes Malt* markalı ürünleri takip etmektedir. Tablo 50'den TUBORG ve EFES'in yerli ve ithal markalar ile birbirlerine yakın paylar elde ettikleri anlaşılmaktadır. Buna ek olarak, Tablo 21'den TUBORG ve EFES'in benzer sayısal ve ağırlıklı bulunurluk oranlarına sahip oldukları görülmektedir. Bu bilgiler ışığında, TUBORG ve EFES'in başta pazar payı verileri olmak üzere bulunurluk oranları ve portföylerinde bulunan ürünlerin benzerliği birlikte ele alındığında pazardaki konumlarının birbirine yakın olduğu kanaati hâsıl olmuştur.
- (181) Bununla birlikte EFES rakı pazarında faaliyet gösteren Tariş Üzüm Alkollü Alkolsüz İçecekler San. ve Tic. AŞ (TARİŞ)'yi devralma işlemini Kuruma bildirmiştir⁷⁵. Söz konusu işlem kapsamında TUBORG gibi bir diğer bira üreticisi teşebbüs olan EFES

⁷⁴Hacim bazında oran TADB verileri esas alınarak; değer bazında oran ise bilgi talep edilen teşebbüslerden gelen verilerle hesaplanmıştır.

⁷⁵ 2025-2-044 numaralı dosya kapsamında, EFES'in Anadolu Etap Dış Ticaret AŞ (ANADOLU ETAP)'nin tek kontrolünü devralması akabinde TARİŞ'in hisselerinin %(.....)'ini devralarak TARİŞ'in tek kontrolünü ANADOLU ETAP aracılığıyla elde etmesi işlemine izin verilmesi talebi değerlendirilmiş olup Kurulun 11.09.2025 tarihli ve 25-34/813-BD sayılı kararı ile ilgili işlemin izne tabi olmadığına karar verilmiştir.

de rakı pazarında faaliyet göstermeyi planlamaktadır. TARIŞ hâlihazırda ANTALYA ALKOLLÜ'ye benzer şekilde rakı pazarında %(.....)'in altında pazar payıyla faaliyet göstermektedir. TARIŞ'ın EFES tarafından devralınmasının, dosya konusu işlemin bira pazarında rekabetçi endişe yaratma ihtimalini azaltan önemli bir etken olacağı sonucuna varılmıştır.

- (182) Sonuç olarak, bildirim konusu işlem sonrasında bira pazarında hâkim durum yaratma ve etkin rekabeti kısıtlamayacağı kanaatine ulaşılmıştır.

G.3.3.2. Rakı Pazarı

- (183) Son yıllarda üretim miktarı bakımından dalgalı bir seyir izleyen rakı pazarı 2024 yılında bir önceki yıla göre %5 oranında küçülürken, 2022 yılına kıyasla %3 büyümeye göstermiştir. Rakı pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin 2022-2024 yılları arasında değer ve hacim bazında pazar paylarına ilişkin hazırlanmış olan tablolara gerekçeli kararın "*Rakı Pazarı Hakkında Bilgi*" başlığı altında yer verilmiştir. Mevzubahis başlık altında yer alan Tablo 24 incelendiğinde 2022-2024 yılları arasında MEY İÇKİ, BEYLERBEYİ ve EFE'nin pazardaki toplam üretimin yaklaşık %(.....)'ini gerçekleştirdiği görülmektedir. ANTALYA ALKOLLÜ ise 2024 yılında %(.....) pay ile rakı pazarının dördüncü oyuncusu konumundadır. Rakı pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin değer bazında pazar payı bilgilerin içeren Tablo 25 incelendiğinde ise hacim bazında olduğu gibi değer bazında da rakı pazarında 2024 yılında MEY İÇKİ'nin %(.....) ile en yüksek pazar payına sahip teşebbüs olduğu ve en yakın rakipleri BEYLERBEYİ'nin payının %(.....) ve EFE'nin payının ise %(.....) seviyesinde gerçekleştiği görülmektedir. NIELSEN tarafından gönderilen cevabi yazıdan işlem taraflarından ANTALYA ALKOLLÜ'nün ise 2024 yılında rakı pazarında değer bazında pazar payının %(.....) seviyesinde olduğu anlaşılmaktadır.
- (184) Buna ek olarak, TARIŞ'ın EFES tarafından devralınmasının, dosya konusu işlemin rakı pazarında rekabetçi endişe yaratma ihtimalini azaltan önemli bir etken olacağı kanaatine ulaşılmıştır. Kaldı ki rakı pazarında uzun yıllardır hâkim durumda bulunan MEY İÇKİ'nin son dönemlerde pazar payının azalmakta olduğu, buna karşılık BEYLERBEYİ'nin ise pazar payını artırdığı görülmektedir. Bir diğer deyişle, rakı pazarına giriş yapmayı planlayan bira pazarındaki güçlü teşebbüsler TUBORG ve EFES'in pazar payı kaybeden MEY İÇKİ'nin payı mevcut eğilimine katkı sağlayacağı kanaatine varılmıştır.
- (185) Sonuç olarak rakı pazarında son dönemde yaşanan gelişmeler ile pazarda başta MEY İÇKİ olmak üzere, son dönemde pazarda payı ve bilinirliği artan BEYLERBEYİ ile EFE gibi rakiplerin bulunduğu dikkate alındığında, bildirilen işlemin rakı pazarında hâkim durum yaratma ve etkin rekabeti kısıtlama potansiyelinin bulunmadığı kanaatine ulaşılmıştır.

G.3.4. İşlem Sonucunda Oluşacak Portföy Gücü Bakımından Değerlendirme

- (186) Hâlihazırda bira, likör, köpüklü şarap ve vermut pazarında faaliyet gösteren TUBORG, bildirim konusu işleme izin verilmesi halinde ANTALYA ALKOLLÜ'nün üretimini gerçekleştirdiği votka, cin ve rakı pazarlarında faaliyet göstermeye başlayacaktır.
- (187) Kurulun 11.06.2020 tarihli ve 20-28/349-163 sayılı kararında portföy gücü, markalardan kaynaklanan toplam pazar gücünün portföyü oluşturan ayrı ayrı markaların pazar gücü toplamını aşması şeklinde tanımlamıştır. Geniş bir ürün portföyüne sahip olmanın getireceği en önemli sonuçlar ise teşebbüslerin yeniden satıcılar karşısındaki pazarlık gücünü arttırması ve satış/pazarlama faaliyetlerinde kapsam ekonomilerinden faydalanabilmesidir.

- (188) Bildirim konusu işlem sonrasında işlem taraflarının faaliyet göstereceği ve rekabetçi açıdan incelenen pazarlardaki görece büyük teşebbüslerin 2024 yılı pazar paylarına kategori bazında aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

Tablo 49- TUBORG'un Faaliyet Göstereceği Pazarlardaki Teşebbüslerin 2024 Yılı Pazar Payları

Kategori	Teşebbüs	Değer Bazında	Hacim Bazında
Likör	ANTALYA ALKOLLÜ	(.....)	(.....)
	TUBORG	(.....)	(.....)
	MEY İÇKİ	(.....)	(.....)
	KIRBIYIK	(.....)	(.....)
	WEITNAUER	(.....)	(.....)
Bira	ANTALYA ALKOLLÜ	(.....)	(.....)
	TUBORG	(.....)	(.....)
	EFES	(.....)	(.....)
Rakı	ANTALYA ALKOLLÜ	(.....)	(.....)
	TUBORG	(.....)	(.....)
	MEY İÇKİ	(.....)	(.....)
	BEYLERBEYİ	(.....)	(.....)
	EFE	(.....)	(.....)
Votka	ANTALYA ALKOLLÜ	(.....)	(.....)
	TUBORG	(.....)	(.....)
	MEY İÇKİ	(.....)	(.....)
	PERNOD RICARD	(.....)	(.....)
Cin	ANTALYA ALKOLLÜ	(.....)	(.....)
	TUBORG	(.....)	(.....)
	MEY İÇKİ	(.....)	(.....)
	PERNOD RICARD	(.....)	(.....)

- (189) Yukarıda yer verilen tablodan, bildirim konusu işlem akabinde, TUBORG'un bira pazarında sahip olduğu önemli paya ilave olarak, likör pazarında ise toplamda %(.....)'lik bir paya sahip olacağı görülmektedir. TUBORG'un bira pazarında rakibi konumunda bulunan EFES'in rakı pazarına girme planının yanı sıra hâlihazırda bünyesinde önemli markaları bulunduran distile alkol üreticilerinden WGS'nin votka, cin, likör ve tekila gibi ürünlerinin ithalatını gerçekleştirdiği de dikkate alındığında, TUBORG'un bira pazarındaki rakibi olan EFES'in, ürün portföyü bakımından TUBORG ile etkin bir şekilde rekabet edebileceği kanaatine varılmıştır.
- (190) Buna ek olarak, rakı, votka, cin ve likör pazarlarında başta MEY İÇKİ, PERNOD RICARD gibi önemli paya sahip ve pazarda uzun süredir yerleşik olan rakiplerin bulunmasının ve bahse konu pazarlardaki çok oyunculu yapının, bildirim konusu işlem sonucunda oluşacak portföy gücünün etkisini azaltacağı kanaatine ulaşılmıştır.
- (191) Her ne kadar sektör paydaşlarından, söz konusu işlem sonrasında ANTALYA ALKOLLÜ'nün rakip teşebbüslere etil alkol tedarikini kesme riskinin bulunduğu yönünde görüşler iletilmiş olsa da TADB ve ANTALYA ALKOLLÜ'nün yıllık etil alkol üretim verileri incelendiğinde ANTALYA ALKOLLÜ'nün etil alkol pazarında hacim bazında yaklaşık olarak %(.....)'lik bir paya sahip olduğu görülmektedir. Dolayısıyla söz konusu işlem sonrasında etil alkol pazarında sektör paydaşları tarafından belirtilen yönde bir rekabetçi endişenin ortaya çıkmayacağı sonucuna varılmıştır.
- (192) Öte yandan TARIŞ'ın EFES tarafından devralınmasıyla, TUBORG'un bira pazarındaki en büyük rakibinin de portföy gücünü genişleterek rakı pazarında da faaliyet göstermeye başlayacağı, bu nedenle söz konusu hususun rakı ve bira pazarında rekabetçi endişe yaratma ihtimalini azaltan önemli bir etken olacağı sonucuna varılmıştır. Ayrıca rakı, votka ve cin pazarlarında MEY İÇKİ'nin sahip olduğu yüksek

pazar payı da göz önünde bulundurulduğunda ve söz konusu pazarlarda işlem taraflarının pazar payının rekabetçi endişeye neden olmayacağı kanaatine ulaşılmıştır.

- (193) Sonuç olarak likör pazarındaki ve diğer pazarlardaki rakiplerin dosya konusu işlem sonrasında dağıtım ağının genişlemesi, portföy gücünün artması gibi nedenlerle rakiplerin dışlanması ihtimalinin bulunmadığı, rakiplerden gelen görüşlerin aksine pazarın çok oyunculu yapısı ve buna bağlı pazar paylarının rekabetçi endişelerin oluşmasını engellediği kanaatine varılmıştır. Bu çerçevede, işlem neticesinde rekabetçi endişe yaratan bir yoğunlaşmanın meydana gelmeyeceği, dolayısıyla işlemin etkin rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğurmayacağı kanaatine ulaşılmıştır.

H. SONUÇ

- (194) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre, bildirim konusu işlemin 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi ve bu maddeye dayanılarak çıkarılan 2010/4 sayılı Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ kapsamında izne tabi olduğuna; işlem sonucunda etkin rekabetin önemli ölçüde azaltılmasının söz konusu olmaması nedeniyle işleme izin verilmesine, gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 60 gün içinde Ankara İdare Mahkemelerinde yargı yolu açık olmak üzere OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.

Başkan
Birol KÜLE

İkinci Başkan
Ahmet ALGAN

Şükran KODALAK

Hasan Hüseyin ÜNLÜ

Ayşe ERGEZEN

Rıdvan DURAN

Ayşe USLU CEVLEK