

**Rekabet Kurumu Başkanlığından;**

**REKABET KURULU KARARI**

**Dosya Sayısı** : 2019-3-061 (Devralma)  
**Karar Sayısı** : **21-30/395-199**  
**Karar Tarihi** : 10.06.2021

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

**Başkan** : Birol KÜLE  
**Üyeler** : Şükran KODALAK, Ahmet ALGAN,  
Hasan Hüseyin ÜNLÜ, Cengiz ÇOLAK

**B. RAPORTÖRLER:** Emin Cenk GÜLERGÜN, İbrahim Hilmi KOÇAK,  
Ebru ÖZAKTAŞ, Ebrar KOCAMAN, Emre KARA

**C. BİLDİRİMDE**

**BULUNAN**

: - EssilorLuxottica S.A.  
Temsilcileri: Dr. M. Fevzi TOKSOY, Bahadır BALKI,  
Ayberk KURT  
Çamlıca Köşkü, Tekkeci Sk. No.3 D:5, 34345, Arnavutköy-  
Beşiktaş, İstanbul

- (1) **D. DOSYA KONUSU: HAL Holding N.V.'nin tamamına sahip olduğu iştiraki HAL Optical Investments B.V.'nin GrandVision N.V.'de bulunan hisselerinin EssilorLuxottica S.A. tarafından devralınması işlemi.**
- (2) **E. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına 25.10.2019 tarih, 7449 sayılı yazı ile intikal eden başvuruda, Hal Holding N.V.'nin (HAL HOLDİNG) tamamına sahip olduğu iştiraki Hal Optical Investments B.V.'nin GrandVision N.V.'de (GRANDVISION) bulunan tüm hisselerinin EssilorLuxottica S.A. (ESSI-LUX) tarafından satın alınarak devralınması işlemine izin verilmesi talep edilmiştir<sup>1</sup>.
- (3) Dosya kapsamındaki işlemin bildirildiği tarihte, 01.10.2018 tarih ve 18-36/585-286 sayılı Rekabet Kurulu (Kurul) kararı kapsamında, Essilor International Compagnie Générale d'Optique S.A.'nin (ESSILOR), Merve Optik Sanayi ve Ticaret A.Ş.'deki (MERVE OPTİK) hisselerini elden çıkarmak suretiyle MERVE OPTİK'in kontrolünü üçüncü bir tarafa devretme taahhüdü altında bulunmaktaydı. Bu kapsamda hazırlanan 06.11.2019 tarih ve 2019-3-61/BN-01 sayılı Bilgi Notu Kurulun 14.11.2019 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 19-40/639-M sayı ile Hal Optical Investments B.V.'nin GRANDVISION'de bulunan tüm hisselerinin ESSI-LUX tarafından satın alınarak

---

<sup>1</sup> Söz konusu işlem, çeşitli rekabet otoritelerinin onayına sunulmuştur. Diğer rekabet otoritelerinin işlemle ilgili aldığı kararlar ESSI-LUX tarafından Kuruma iletilmiş olup aşağıdaki gibidir:

- Avrupa Birliği Komisyonu (AB Komisyonu), işlem kapsamında perakende seviyesinde ortaya çıkan örtüşme sebebiyle ESSI-LUX'un İtalya'da Vistasi markası altındaki 174, Belçika'da Eyewish markası altındaki 35 ve Hollanda'da Eyewish markası altındaki 142 mağazanın elden çıkarılması taahhüdü ile birlikte 23.03.2021 tarihinde işleme izin vermiştir.
- Amerika Birleşik Devletleri'nde 05.12.2019 tarihinde alınan ilk izin kararının bir yıllık süresinin dolması sebebiyle 04 Ocak 2021 tarihinde yeni izin kararı alınmıştır.
- Rusya'da 19.11.2019 tarihinde alınan ilk izin kararının süresinin dolması sebebiyle 27.01.2021 tarihinde yeni izin kararı alınmıştır.
- Kolombiya'da 11.12.2019 tarihinde, Brezilya'da 18.03.2020 tarihinde, Şili'de ise 09.04.2021 tarihinde işleme izin verilmiştir.

devralınmasına yönelik bildirim, taahhüt sürecinin tamamlanmasının ardından değerlendirmeye alınmasına karar verilmiştir. Daha sonra 29.11.2019 tarih, 19-42/703-301 sayılı ile MERVE OPTİK'in devredilmesi işlemine izin verilmesinin ardından mevcut dosya kapsamındaki inceleme süreci başlamıştır.

- (4) Ön inceleme aşamasında bildirim sahibi ESSI-LUX'tan çeşitli yazılarla bilgi talebinde bulunulmuş, ayrıca oftalmik lenslerin toptan satışı pazarında faaliyet gösteren çok sayıda teşebbüs ile S.S Tüm Optisyenler ve Gözlükçüler Temin Tevzi Kooperatifi (GÖZKOOP), Türkiye Gözlük Sanayicileri Derneği (GÖZSAN-DER), Türkiye Optik ve Optometrik Meslekler Derneği (TOOMD), Gözlükçüler ve Optisyenler Konfederasyonu (GOK), Ticaret Bakanlığı Gümrük Genel Müdürlüğü ve Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu Başkanlığının (TİTCK) bilgisine başvurulmuştur.
- (5) Hazırlanan 12.06.2020 tarih ve 2019-3-61/Öİ sayılı Ön İnceleme Raporu 25.06.2020 tarihli Kurul toplantısında görüşülmüş ve ilgili devralma işleminin 4054 sayılı Kanun'un 10. maddesinin birinci fıkrası uyarınca nihai incelemeye alınmasına 20-31/384-M sayılı karar verilmiştir.
- (6) Nihai İnceleme Bildirimi ESSI-LUX tarafından 08.07.2020 tarihinde tebellüğ edilmiş ve ESSI-LUX'un yazılı savunması 07.08.2020 tarih ve 8285 sayılı Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (7) 25.11.2020 tarih, 2019-3-61/BN-02 sayılı ve süre uzatımı talepli Bilgi Notu Kurulun 03.12.2020 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 20-52/728-M sayılı kararla nihai incelemenin ilk altı aylık süresinin bitiminden itibaren altı ay uzatılmasına karar verilmiştir.
- (8) Nihai inceleme aşamasında GÖZKOOP'un cevabi yazısı Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. Ayrıca Optik Elit İth. İhr. Paz. Tic. Ltd. Şti. (ELİT OPTİK), Hocaoğlu Optik İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti (HOCAOĞLU), (.....) tarafından gönderilen ve işlemle ilgili itirazları içeren yazılar sırasıyla 29.04.2021 tarih, 17563 sayılı; 07.05.2021 tarih, 17752 sayılı; 24.05.2021 tarih, 18024 sayılı; 24.05.2021 tarih, 18027 sayılı ve 26.05.2021 tarih, 18110 sayılı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. Türk Optisyen-Gözlükçüler Birliği tarafından gönderilen itirazlar ise 17.05.2021 tarih, 17847 sayılı ve 10.05.2021 tarih, 17769 sayılı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. Bu dönemde ESSI-LUX'tan istenen bilgiler ise çeşitli tarih ve sayılarla Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (9) Rekabet Kurumu kayıtlarına son olarak 30.03.2021 tarih ve 16555 sayılı ile intikal eden taahhüt paketinin ardından hazırlanan 27.05.2021 tarih ve 2019-3-61/Nİ sayılı Nihai İnceleme Raporu, Kurulun 03.06.2021 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 21-21/367-Mİ sayılı kararla dosya ek çalışma yapılmak üzere Kurul gündeminde incelemeye alınmıştır. Bu sırada güncellenen taahhüt metni 09.06.2021 tarih ve 18474 sayılı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (10) 27.05.2021 tarih ve 2019-3-61/Nİ sayılı Nihai İnceleme Raporu, Kurulun ek çalışma yapılması kararı üzerine hazırlanan 10.06.2021 tarih ve 2019-3-61/BN-03 sayılı Bilgi Notu ile birlikte görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (11) **F. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda özetle;
  - Bildirim konusu işlemin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 7. maddesi ve bu maddeye dayanılarak çıkarılan 2010/4 sayılı "Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ" (2010/4 sayılı Tebliğ) kapsamında izne tabi olduğu,

- İşlem sonucunda aynı Kanun maddesi çerçevesinde rekabetin önemli ölçüde kısıtlanması ihtimalinin söz konusu olduğu,
- Rekabet Kurumu kayıtlarına 30.03.2021 tarih, 16555 sayı ile intikal eden ve

*“EssilorLuxottica, Rekabet Kurulu’nun potansiyel dikey rekabet endişelerini giderebilmek adına kapsamı genişletilen aşağıdaki davranışsal taahhütleri dikkatinize sunmaktadır:*

1. *EssilorLuxottica, Türkiye’deki mevcut veya potansiyel müşterilere markalı güneş gözlükleri, markalı optik çerçeveler, oftalmik lens ve oftalmik teçhizat ürünlerini (ilgili sarf malzemeleri ile birlikte) ayrı ayrı tedarik etmeyi reddetmemek de dahil olmak üzere, söz konusu ürünlerin bağlı satışını gerçekleştirmeyeceğini taahhüt eder.*
2. *EssilorLuxottica, markalı güneş gözlükleri, markalı optik çerçeveler, oftalmik lensler ve oftalmik teçhizatlara (ilgili sarf malzemeleri ile birlikte) ilişkin olarak eşit koşullarda bulunan müşterilere yönelik yapılan satışlarda ayrımcı şartlar uygulamayacağını ve her halükârda makul şartlar sunacağını taahhüt eder.*
3. *EssilorLuxottica; markalı güneş gözlükleri, markalı optik çerçeveler ve RX lensler bakımından, Atasun’un üçüncü taraf sağlayıcılardan yaptığı alımların değer bakımından toplam payının, 2019 yılında gerçekleşen alımları ile aynı oranda olacağını taahhüt eder.*
4. *Yukarıdaki 1, 2 ve 3 no.lu taahhütlerin uygulanmasının takip edilmesi ve raporlanması konusunda ise EssilorLuxottica tarafından, İşlem akabinde taahhütler sürecinde aşağıdaki gözetim ve raporlama sistematığının tesisi taahhüt edilmektedir:*
  - a. *EssilorLuxottica, Rekabet Kurulu’nun kısa kararının tebellüğ edilmesinden itibaren 45 gün içerisinde, bağımsız üçüncü kişi bir firma (“Denetçi Uzman”) ile anlaşacaktır.*
  - b. *Denetçi Uzman, EssilorLuxottica’nın 1,2 ve 3 no’lu taahhütlere uyumuna ilişkin görüşlerini içeren yıllık raporu, aşağıda belirtilen taahhüt dönemi süresince her yıl sonuna kadar Rekabet Kurumu’na ve eşzamanlı olarak EssilorLuxottica’ya sunacaktır. Denetçi uzman, Rekabet Kurumu’nun talebi üzerine veya gerekli gördüğü takdirde resen, yukarıda bahsi geçen yıllık rapor dışında ara rapor sunabilecektir.*
  - c. *EssilorLuxottica, Rekabet Kurulu’nun kısa kararının tebliğinden itibaren 30 gün içerisinde Denetçi Uzman ile yapılacak anlaşmanın genel koşullarını içeren bir şartnameyi Rekabet Kurumu’na sunacaktır.*
  - d. *EssilorLuxottica, ilgili raporlamanın gerçekleşmesi için dürüstlük kuralı çerçevesinde, Denetçi Uzman’dan her türlü gizlilik taahhüdü alınması kaydı ile sunulması gerekli her türlü bilgiyi ve desteği Denetçi Uzman’a sağlayacaktır.*
  - e. *İşlem’in kapanışı ile Denetçi Uzman’ın atması arasındaki dönemde, EssilorLuxottica ara döneme ilişkin olarak Rekabet Kurumu’na aylık raporlar sunacaktır.*
5. *Koordinasyon hususu kapsamında ortaya çıkabilecek çekinceleri gidermek üzere, İşlem sonrasında;*
  - a. *EssilorLuxottica, perakende seviyesindeki ticari ilişkileri vasıtasıyla bir toptancı olarak elde ettiği ticari açıdan hassas bilgileri (Atasun’un rakiplerine ilişkin) doğrudan veya dolaylı olarak Atasun ile paylaşmayacaktır.*

- b. Atasun, toptan satış seviyesindeki ticari ilişkileri vasıtasıyla bir perakendeci olarak elde ettiği ticari açıdan hassas bilgileri (EssilorLuxottica'nın rakiplerine ilişkin) doğrudan veya dolaylı olarak EssilorLuxottica ile paylaşmayacağını taahhüt etmektedir.
- c. Ayrıca yukarıda belirtilen amaçlar doğrultusunda, EssilorLuxottica, Atasun ile EssilorLuxottica arasında hassas bilgilere erişim hususunda sınırlama uygulayacağını taahhüt etmektedir.
- d. Ek olarak, Atasun'un operasyonel yönetimi, personel ve organizasyon yapısı itibariyle EssilorLuxottica'nın toptancı seviyedeki iştiraklerinden ayrı yapılanmasına devam edeceğini taahhüt etmektedir. Bu kapsamda, Atasun operasyonel yönetiminde yer alan yöneticiler, aynı anda EssilorLuxottica'nın kendi bünyesinde ya da toptan satış seviyesindeki iştiraklerinde görev almayacaktır. Aynı bağlamda EssilorLuxottica'nın kendi bünyesinde ya da toptan satış seviyesindeki iştiraklerinde operasyonel yönetimde yer alan yöneticiler aynı zamanda Atasun bünyesinde görev almayacaklardır (Operasyonel yönetim, günlük işlerin yönetimi ve idaresi anlamında tanımlanmakta olup, işlerin günlük yönetimi ile ilgili sorumlu olmayan yönetim kurulu üyeleri, bu kapsamda değerlendirilmeyecektir. Bununla birlikte, yukarıda ifade edilen operasyonel ayırıştırma, söz konusu ticari ilişkilerin genel müdür yardımcısı seviyesine kadar ayrı kişi ve ekiplerin sorumluluğunda takip edilmesini kapsamaktadır).
- e. İlave olarak, yine Rekabet Kurulu'nun AEH/Migros Kararı'nda yer alan değerlendirmeleri ile paralel olarak, Rekabet Kurulu'nun ilgili taahhütlerin uygulanmasına ilişkin potansiyel endişelerini ortadan kaldırmak adına, EssilorLuxottica ile Atasun arasındaki ticari açıdan hassas bilgi akışının sınırlandırılmasına ilişkin alınan etkili önlemlere yönelik olarak EssilorLuxottica tarafından, ilki Rekabet Kurulu'nun İşlem'in kapanışı akabinde olmak üzere, yıllık raporlar sunulacaktır.
6. İşbu davranışsal taahhütlerin süresi İşlem'in kapanış tarihinden itibaren üç yıl olacak ve Rekabet Kurulu tarafından gerekli görülmesi halinde sürenin sonunda en çok üç yıl daha uzatılabilecektir."

şeklindeki davranışsal çözümleri içeren taahhüt metninin işlemin yol açacağı rekabet sorunlarını gidermede yeterli bulunduğu, dolayısıyla işleme ESSI-LUX tarafından sunulan taahhütler çerçevesinde koşullu izin verilebileceği,

- İzin kararı bakımından getirilen davranışsal taahhütlerin yükümlülük teşkil edeceği, yükümlülüklerin ihlal edilmesi durumunda taraflar hakkında 4054 sayılı Kanun'un 17. maddesinde öngörülen idari para cezasının uygulanabileceği

ifade edilmiştir.

## **G. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME**

### **G.1.Taraflar**

#### **G.1.1. ESSI-LUX**

- (12) ESSI-LUX, 01.10.2018 tarihinde İtalyan şirketi Luxottica Group S.p.A'nın (LUXOTTICA), Fransız şirketi ESSILOR ile birleşmesiyle kurulmuş olan Paris

merkezli, dikey olarak bütünleşmiş çok uluslu bir Fransız-İtalyan şirkettir. Kuru<sup>2</sup> tarafından ESSILOR ve LUXOTTICA arasındaki birleşmeye şartlı izin verilmiştir. Optik ürünlerin bütünleşik üreticisi konumunda olan ESSILOR; oftalmik (düzeltici) lens geliştirme, tasarım, üretim ve toptan satışına kadar her aşamasında olmak üzere lens teknolojisi sektöründe, parçalarıyla birlikte reçeteli gözlük çerçeveleri ve güneş gözlükleri tasarımı, üretimi ve dağıtım alanlarında faaliyet göstermektedir. ESSILOR; Varilux, Transitions, Crizal, Ray-Ban, Oakley, Eyezen ve Xperio, Ray-Ban, Oakley, Vogue Eyewear, Persol, Oliver People, Alain Mikli, Arnette, Bolon ve Costa gibi tescilli markaları ve Giorgio Armani, Burberry, Bulgari, Chanel, Coach, Dolce&Gabbana, Ferrari, Michael Kors, Miu Miu, Prada, Ralph Lauren, Starck Eyes, Tiffany & Co., Torry Burch, Valentino ve Versace gibi lisanslı markaları bünyesinde bulundurmaktadır. ESSILOR'un dünya çapında 9.100'ün üzerinde perakende mağazası bulunmaktadır.

- (13) Bildirim Formunda; ESSILOR üzerinde yasal ve fiili olarak hiçbir hissedarın kontrol sahibi olmadığı ve 2017 tarihinde Delfin S.a.r.l. (DELFIN) ile ESSILOR arasında imzalanan Birleşme Anlaşması'nda, ESSILOR ana sözleşmesi Madde 23(3).2 uyarınca şirket hisselerinin % (.....)'inden fazlasına sahip olan hissedarlar için oy hakkı bakımından bir sınır getirildiği belirtilmiştir. ESSILOR'un hissedarlık yapısına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir.

Tablo 1- ESSILOR'un 16.04.2021 İtibarıyla Yatırımcı Tipi Bazında Hissedarlık Yapısı

Hissedarlar	Hisse Oranı (%)
Halka Arz	(.....)
DELFIN	(.....)
Çalışanlar	(.....)
Hazine Hissesi	(.....)
TOPLAM	100,0
Kaynak: ESSILOR	

- (14) Ayrıca Bildirim Formunda aşağıdaki nedenlerden dolayı DELFIN'in, ESSILOR üzerinde fiili kontrol sahibi olamayacağı belirtilmiştir:
- Hem ESSILOR hem de LUXOTTICA'nın geçmiş hissedarlar toplantılarındaki oy verme alışkanlıkları çerçevesinde oy hakkı bakımından getirilen % (.....)'lik sınır DELFIN'in geçerli oy haklarının çoğunluğunu (%50'den fazlasını) elde etmesinin önüne geçecektir.
  - DELFIN'e yöneticilerin atanması veya görevden alınması ile ilgili ek haklar sağlayan hiçbir hissedar sözleşmesi ve herhangi bir kilitlenme çözme süreci bulunmamaktadır.
- (15) ESSILOR Türkiye'de, Essilor Turkey Yönetim Hizmetleri Ltd. Şti. (ESSILOR TÜRKİYE), Opak Optik ve Ticaret A.Ş. (OPAK), İşbir Optik Sanayi A.Ş. (İŞBİR), Altra Optik Sanayi ve Ticaret A.Ş. (ALTRA), Esel Optik Makinaları İthalat İhracat Pazarlama ve Ticaret A.Ş. (ESEL), Luxottica Gözlük Endüstri ve Ticaret A.Ş. (LUXOTTICA TÜRKİYE), Sunglass Hut Turkey Gözlük Ticaret A.Ş. (SUNGLSS HUT) aracılığıyla faaliyet göstermektedir.

#### G.1.1.1. ESSILOR TÜRKİYE

- (16) Essilor Optica International Holding'in % (.....) hissesine sahip olduğu ESSILOR TÜRKİYE, ESSILOR'un tek kontrolü altında olup, ESSILOR'un Türkiye pazarında faaliyet gösteren iştiraklerinin yönetiminden sorumludur. ESSILOR TÜRKİYE'nin

<sup>2</sup> Kurulun 01.10.2018 tarihli ve 18-36/585-286 sayılı Essilor/Luxottica kararı

herhangi bir ticari faaliyeti bulunmamaktadır.

#### **G.1.1.2. LUXOTTICA TÜRKİYE**

- (17) LUXOTTICA TÜRKİYE'nin hisselerinin %(.....)'i LUXOTTICA'ya, geri kalan %(.....)'si ise Luxottica Netherlands BV'ye aittir. Optik çerçevelerin ve güneş gözlüklerinin toptan dağıtım alanında faaliyet gösteren LUXOTTICA TÜRKİYE, ESSI-LUX'un ürünlerini ağırlıklı olarak optisyenler olmak üzere bağımsız yeniden satıcılara satmaktadır. LUXOTTICA TÜRKİYE, SUNGLASS HUT ve Ray-Ban internet sitesi aracılığıyla güneş gözlüklerinin dağıtımını ve satışını gerçekleştirmektedir.

#### **G.1.1.3. SUNGLASS HUT**

- (18) SUNGLASS HUT hisselerinin %(.....)'üne LUXOTTICA sahip olup, teşebbüs nihai olarak ESSI-LUX tarafından kontrol edilmekte ve güneş gözlüklerinin perakende satışı alanında faaliyet göstermektedir. Aralık 2019'da LUXOTTICA TÜRKİYE ile SUNGLASS HUT operasyonlarını birleştirmiş ve SUNGLASS HUT tüzel kişi olarak varlığını sona erdirmiştir. SUNGLASS HUT, LUXOTTICA TÜRKİYE bünyesinde perakende satış faaliyetlerine devam etmektedir.

#### **G.1.1.4. OPAK**

- (19) Hisselerinin %(.....)'ine Essilor Optica International Holding ve ESSILOR'un sahip olduğu OPAK ESSI-LUX'ün tek kontrolündedir. OPAK, ithal tamamlanmış oftalmik lenslerin toptan satışı, yarı tamamlanmış oftalmik lenslerin tamamlanmış hale getirilmesi ve bunların toptan satışı pazarlarında faaliyet göstermektedir. OPAK; Essilor, Crizal, Varilux, Transitions, Xperio, E-SPF, Airwear, Orma, Ormix, Ormex, Stylis, Lineis, ve Interview'in de dahil olduğu ESSILOR Grup markasına ait çeşitli lenslerin dağıtımını yapmaktadır. Şirket ayrıca oftalmik teçhizat ve kontakt lens satışında da faaliyet göstermektedir.

#### **G.1.1.5. İŞBİR**

- (20) ESSI-LUX, İŞBİR hisselerinin %(.....)'sına ve şirketin tek kontrolüne sahiptir. Şirketin kalan %(.....)'lük hissesi diğer gerçek kişilere aittir. İŞBİR, ithal tamamlanmış oftalmik lenslerin toptan satışı, yarı tamamlanmış oftalmik lenslerin tamamlanmış hale getirilmesi ve bunların toptan satışına ilişkin olarak faaliyet göstermektedir. İŞBİR, Nikon-Essilor tarafından tedarik edilen Nikon marka lenslerin ve ESSI-LUX tarafından tedarik edilen, ESSILOR'un BBGR lenslerinin Türkiye'de münhasır dağıtımını yapmaktadır. İŞBİR, BBGR lensleri kendi reçete laboratuvarında tamamlanmış hale getirdikten sonra "VisionArt" markası altında satmaktadır. Daha önce ESSILOR iştiraki olan İpek Optik Ürünleri San. Tic. A.Ş. (İPEK), 2019 yılı itibarıyla Tora Optik (TORA) unvanı altında yeni bir iş birimi olarak İŞBİR bünyesinde faaliyet göstermektedir.

#### **G.1.1.6. ALTRA**

- (21) ESSI-LUX, İsrail menşeli olan ve Türkiye'de ALTRA isimli bir iştiraki bulunan oftalmik lens üreticisi Shamir Optical Industry Ltd.'nin (SHAMİR) tek kontrolüne<sup>3</sup> sahiptir. ALTRA, ithal tamamlanmış oftalmik lenslerin toptan satışı, yarı tamamlanmış oftalmik lenslerin tamamlanmış hale getirilmesi ve toptan satışına ilişkin olarak faaliyet göstermektedir. ALTRA'nın nihai sahiplik yapısı aşağıdaki şekilde yer almaktadır.

<sup>3</sup> ALTRA'nın ESSILOR'un tek kontrolünde olduğu taraflarca dosya kapsamında sunulmuş olan Bildirim Formunda da teyit edilmiştir.

**G.1.1.7. ESEL**

- (22) Hisselerinin % (.....)'ine Essilor Optica International Holding'in sahip olduğu ESEL, ESSILOR tarafından üretilen oftalmik teçhizat satışını yapmaktadır.

**G.1.1.8. ESSI-LUX'un Faaliyet Alanları**Oftalmik Lenslerin Üretimi ve Toptan Satışı

- (23) Göz doktorları tarafından teşhis edilen görme bozukluklarının düzeltilmesine olanak sağlayan oftalmik lensler, (i) en sık rastlanan görme bozukluklarıyla uyumlu iki yüzeyinin de optik fonksiyonu olan stok lensler ve (ii) sadece ön yüzeyinin optik fonksiyonu olan ve arka yüzeyinin talep edilen spesifik kombinasyona (tüketici reçetesine) uyumlu olarak reçete laboratuvarlarında işleme tabi tutulan "yarı tamamlanmış" lensler olarak üretilmektedir. ESSI-LUX iştirakleri OPAK, İŞBİR ve ALTRA aracılığıyla oftalmik lenslerin toptan satışı pazarında faaliyet göstermektedir.

Optik Makinelerin, Teçhizatın ve Sarf Malzemelerinin Üretimi ve Dağıtım

- (24) Oftalmik makine, teçhizat ve sarf malzemelerin üretimi ve dağıtım pazarının uluslararası özelliğinin bulunduğu Kurulun 17.04.2013 tarih ve 13-22/305-142 sayılı kararında da belirtilmiştir. Önde gelen tüm oftalmik makine, ekipman ve sarf malzemeleri tedarikçileri dünya çapında faaliyet göstermekte ve bunları bir ya da daha fazla fabrika kanalıyla dağıtmaktadır. ESSILOR, yüzey makinelerini Almanya'da, kaplama makinelerini İtalya'da, şekillendiricilerini ABD'de üretmekte ve müşterilerine bu fabrikalarından hizmet vermektedir.
- (25) Optik makinelerin, teçhizatın ve sarf malzemelerinin üretimi ve dağıtım söz konusu grubun dikey bütünleşik yapısını göstermesi açısından önem taşımaktadır.

Kontakt Lensler

- (26) ESSI-LUX iştirakleri OPAK ve ALTRA vasıtasıyla kontakt lens pazarında faaliyet göstermektedir.

Güneş Gözlükleri ve Optik Çerçevelerin Toptan Satışı

- (27) Güneş gözlükleri, gözleri güneşin zararlı ışınlarından korumak için tasarlanmış optik ürünlerdir. LUXOTTICA TÜRKİYE, optik gözlük çerçevesi ve güneş gözlüklerinin toptan dağıtımında ve Ray-Ban markalı güneş gözlüklerinin online perakende satışında faaliyet göstermektedir.
- (28) ESSI-LUX; oftalmik lenslerin toptan satışı, oftalmik teçhizat, kontakt lens, güneş gözlükleri ve optik çerçeve alanında faaliyet göstermektedir. 2020 yılında ESSI-LUX'un Türkiye'deki toplam cirosunun faaliyet alanlarına göre dağılımına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

Tablo 2- ESSI-LUX'un 2020 Yılı Türkiye Cirounun Faaliyet Alanı Bazında Dağılımı

Faaliyet Alanı	Cirodaki Payı (%)
Oftalmik lens <sup>4</sup>	(.....)
- RX Lens	(.....)
- Stok Lens	(.....)
Oftalmik teçhizat	(.....)
Kontakt lens	(.....)

<sup>4</sup> ESSI-LUX direkt ihracata yönelik RX/Stok ayrımı yapmadığından dolayı, yukarıda verilen RX ve stok lens verileri söz konusu satışları içermemektedir.

Tablo-2'nin devamı:	
Faaliyet Alanı	Cirodaki Payı (%)
Güneş gözlüğü <sup>5</sup>	(.....)
Optik çerçeve	(.....)
Diğer	(.....)
Toplam	100,0
Kaynak: ESSI-LUX	

- (29) ESSI-LUX'un 2020 yılına ait Türkiye cirosunun %(.....)'ü oftalmik lens, %(.....)'si güneş gözlüğü satışından elde etmesi, ESSI-LUX'un ana faaliyet alanlarının optik lensler ile güneş gözlüklerinin üretimi ve pazarlanması olduğunu göstermektedir. ESSILOR ve LUXOTTICA birleşmesinin, teşebbüsün bu alanlardaki gücünü pekiştirdiği değerlendirilmektedir.

#### Optik Ürünlerin Perakende Satışı

- (30) ESSI-LUX perakende seviyesinde SUNGLASS HUT ve Ray-Ban'ın online platformu üzerinden satışları yoluyla faaliyetlerini sürdürmektedir.

#### **G.1.2. HAL TRUST**

- (31) Bermuda hukuku altında faaliyet gösteren ve tröst şirketi olan Hal Trust, HAL HOLDING'in tüm hisselerine sahiptir. Hal Trust Türkiye'de aşağıda yer alan iştirakleri vasıtasıyla ciro elde etmektedir:

- Koninklijke Ahrend B.V., ofis mobilyası sektöründe faaliyet göstermektedir.
- Sport Timing Holding B.V., spor müsabakaları için kimlik tespiti ve süre ölçme ekipmanlarının geliştirilmesi ve üretimi alanında faaliyet göstermektedir.
- Broadview Holding B.V., iştirakleri Trespa, Arpa ve Westag&Getalit ile Türkiye'de faaliyeti bulunmaktadır.
- Trespa International B.V., laboratuvar mobilyalarının yanı sıra dış cephe kaplamaları için kompozit paneller üretmektedir.
- Arpa Industriale S.p.A., mobilya perakendecisidir.
- Westag & Getalit AG, yapı inşaatına yönelik ürünler üretmektedir.
- Safilo Group S.p.A (SAFİLO Grup) optik çerçeve ve güneş gözlüğü üreticisi ve dağıtıcısıdır.
- GRANDVISION, Atasun Optik Perakende Ticaret A.Ş. (ATASUN) vasıtasıyla optik ürünlerin perakende satışını gerçekleştirmektedir.

#### **G.1.2.1. GRANDVISION**

- (32) Güncel yapısıyla 2010 yılında kurulan ve Hollanda merkezli olan GRANDVISION, optik ürünlerin perakende satışı alanında global düzeyde faaliyet göstermektedir. GRANDVISION, reçeteli gözlüklere yönelik ürünleri, kontakt lens ve kontakt lens bakım ürünleri, düz ve reçeteli lenslerle kullanılan güneş gözlükleri alanında göz bakım hizmeti sunmaktadır. Ürünlerini 40'tan fazla ülkede piyasaya sunmaktadır. GRANDVISION (.....) mağaza ile faaliyetlerini yürütmektedir.
- (33) GRANDVISION'u HAL HOLDING aracılığıyla HAL Trust nihai olarak kontrol etmektedir. Bildirim Formunda ESSI-LUX'un işlemin kapanışının ve zorunlu halka arzın gerçekleştirilmesini müteakip, GRANDVISION'u Euronet Amsterdam borsa kotundan çıkarmak ve yasal satın alma süreçlerine uygun olarak GRANDVISION

<sup>5</sup> Sadece üçüncü taraf satışlarını içermektedir.



hisselerinin %(...)'ünü satın almak veya diğer ikinci kademe işlemler yoluyla GRANDVISION'un tamamına sahip olmak gayesinde olduğu ve işlem sonucunda ESSI-LUX'un GRANDVISION'un tek kontrolünü elde edeceği belirtilmiştir. İşlem öncesi ve sonrasındaki hissedarlık yapısına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir.

Tablo 3- GRANDVISION'un Yatırımcı Tipi Bazında Hissedarlık Yapısı<sup>6</sup>

İşlem Öncesi		İşlem Sonrası	
Hissedarlar	Hisse Oranı (%)	Hissedarlar	Hisse Oranı (%)
Hal Optical Investments B.V.	(.....)	ESSI-LUX	(.....)
Halka Açık	(.....)	Halka Açık	(.....)
Diğer	(.....)	Diğer	(.....)
Toplam	100,00		100,00
Kaynak: Bildirim Formu			

- (34) GRANDVISION, Türkiye'de tek kontrolüne sahip olduğu ATASUN ile perakende seviyede faaliyet göstermektedir.

#### G.1.2.1.1. ATASUN

- (35) GrandVision Turkey B.V.'nin hisselerinin %(...)'ünü elinde bulundurduğu ATASUN, güneş gözlüğü, reçeteli optik, çerçeve ve oftalmik lenslerin satışına yönelik optik endüstrisinin perakende satış düzeyinde faaliyet gösteren mağazalar zinciridir. 2007 yılından beri faaliyet gösteren ATASUN, 61 şehirde 291 satış noktasında faaliyet göstermektedir. Perakende mağazalarında yalnızca reçeteli optik çerçevelerin ve oftalmik lenslerin satış faaliyetini yürütmekte iken, 2016 yılından itibaren hem perakende mağazalarında hem de internet üzerinden güneş gözlüklerinin satışını da yapmaktadır. ATASUN ayrıca GRANDVISION'un kendi markaları olan Seen, Instyle, Solaris, Sensaya, Julius, Heritage, C-line ve Unofficial Sunglasses'ın satışını gerçekleştirmektedir.

#### G.1.2.1.2. SAFİLO GRUP ve SAFİLO

- (36) SAFİLO GRUP ve SAFİLO Türkiye'de güneş gözlüğü ve optik çerçevelerin toptan satışı pazarında faaliyet göstermektedir. SAFİLO'nun hisselerinin (...)'e sahip olan SAFİLO GRUP'un hissedarlık yapısı aşağıdaki tabloda sunulmaktadır:

Tablo 4- SAFİLO GRUP'un Hissedarlık Yapısı

Hissedar	Hissedarlık Oranı (%)
HAL Holding	(.....)
BDL Capital Management	(.....)
Brandes Investment Partners LP	(.....)
Vittorio Tabacchi	(.....)
Diğer	(.....)
Toplam	100,00
Kaynak: Bildirim Formu	

#### G.1.2.1.3. GRANDVISION'nın Faaliyet Alanları

- (37) GRANDVISION ATASUN aracılığıyla Türkiye'de optik ürünlerin perakende satışı alanında faaliyet göstermektedir. 2020 yılında ATASUN'nun Türkiye'deki toplam cirosunun ürün gruplarına göre dağılımına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

<sup>6</sup><https://investors.grandvision.com/static-files/3978742b-531b-4aab-bea7-b0cd99bced8b> 97. sayfa

Tablo 5- ATASUN'un 2020 Yılı Türkiye Cirounun Ürün Grupları Bazında Dağılımı

Ürün Grubu	Cirodaki Payı (%)
Oftalmik lens	(.....)
Optik çerçeve	(.....)
Güneş gözlüğü	(.....)
Kontakt lens	(.....)
Diğer <sup>7</sup>	(.....)
Toplam	100,00
Kaynak: ESSI-LUX	

- (38) Tabloda görüldüğü üzere ATASUN, Türkiye cirounun % (.....)'ini güneş gözlüğü satışından, % (.....)'ini oftalmik lens, % (.....)'ünü optik çerçeve satışından elde etmiştir.

## G.2. İşlemin Niteliği

- (39) Bildirilen işlem ile HAL HOLDİNG'in tamamına sahip olduğu iştiraki GRANDVISION'da bulunan tüm hisseleri ve GRANDVISION'un tek kontrolü ESSI-LUX tarafından devralınacaktır. Bildirim konusu işlem, sonucunda GRANDVISION'un kontrolünde kalıcı değişiklik meydana geleceğinden, 2010/4 sayılı Tebliğ'in 5. maddesi çerçevesinde bir devralmadır. İşlem taraflarının cirolarının 2010/4 sayılı Tebliğ'in 7. maddesinin birinci fıkrasında öngörülen eşikleri aştığı, dolayısıyla işlemin izne tabi olduğu anlaşılmaktadır.

## G.3. Rekabet Kurulunun 01.10.2018 Tarihli ve 18-36/585-286 Sayılı Kararı

- (40) LUXOTICA ile ESSILOR'un birleşmesini konu alan 01.10.2018 tarih ve 18-36/585-286 sayılı Kurul kararında, işleme tarafların sunduğu taahhüt çerçevesinde koşullu izin verilmiştir. Dosya kapsamında ilgili ürün pazarları "markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı", "markalı reçeteli optik gözlük çerçevelerinin toptan satışı" ve "oftalmik lenslerin toptan satışı" olarak belirlenmiştir. Kararda yatay ve konglomera etkilerin rekabetçi endişeye yol açabileceği değerlendirilmiş ve birleşmiş teşebbüsün incelenen üç pazarda da oldukça yüksek paylarla lider konumda olacağı belirtilmiştir.
- (41) Kurum kayıtlarına 14.09.2018 tarih ve 6709 sayı ile intikal eden taahhüt metninde; ESSILOR'un MERVE OPTİK'de sahip olduğu hisselerinin tamamını elden çıkararak MERVE OPTİK'in tek kontrolünü uygun bir alıcıya devredeceği ve bunun yanında birleşmiş teşebbüsün ürün portföyünden kaynaklanan konglomera etkileri gidermek amacıyla aşağıda yer alan davranışsal taahhütlerin sunulacağı belirtilmiştir:
- Birleşmiş teşebbüsün, Türkiye'deki optikçilere oftalmik lens, optik çerçeve ve güneş gözlüğü ürünlerinin birbirlerinden ayrı satılmasını önermeyi reddetmemek dahil olmak üzere, oftalmik lens, optik çerçeve ve güneş gözlüğü ürünlerinin bağlı satışını gerçekleştirmeyeceği,
  - Taraflar ve birleşik teşebbüsün, optikçilere tarafların rakiplerinin oftalmik lens, optik çerçeve ve güneş gözlüğü ürünlerini satın almalarını yasaklayan veya sınırlayan sözleşmesel veya fiili münhasırlık hükümleri uygulamayacağı,
  - Davranışsal taahhütlerin süresinin işlemin kapandığı günden itibaren üç yıl olacağı.
- (42) Ayrıca yukarıda belirtilmiş olan bağlamaya ilişkin davranışsal taahhütlerden bağımsız olarak, tarafların optikçiler tarafından talep edildiği takdirde farklı ürünlerin bağlı

<sup>7</sup>Aksesuar, çerçeve yedek parça, güneş gözlüğü yedek parça, kontakt lens solüsyonu, kontakt lens bakım ürünü ve garanti hizmetlerini içerir.

satışını gerçekleştirebilmekte özgür olacakları ifade edilmiştir.

- (43) Kurum kayıtlarına 14.09.2018 tarihinde 6709 sayılı giren, MERVE OPTİK'in elden çıkarılması<sup>8</sup> ve ilgili davranışsal taahhütleri içeren taahhüt paketinin "yukarıda belirtilmiş olan bağlamaya ilişkin davranışsal taahhütlerden bağımsız olarak, Taraflar optikçiler tarafından talep edildiği takdirde farklı ürünlerin bağlı satışını gerçekleştirebilmekte özgür olacaklardır. Benzer şekilde" ifadesinin metinden çıkarılması kaydıyla, bildirim konu işleme koşullu izin verilebileceğine, ayrıca davranışsal taahhütlerin üç yılın sonunda Kurul tarafından yeniden değerlendirilmesine karar verilmiştir.

#### **G.4. Dosya Kapsamında Yapılan Görüşmeler**

- (44) Dosya konusu devralma işleminin pazar üzerindeki etkilerinin detaylı değerlendirilebilmesi amacıyla ilgili sektörde faaliyet gösteren teşebbüs yetkilileri ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

##### **G.4.1. OPAK LENS ile Yapılan Görüşme**

- (45) Oftalmik lenslerin toptan satışına yönelik bilgi ve görüşlerin paylaşılması amacıyla OPAK LENS Yönetim Kurulu Başkanı (.....) ve (.....) ile yapılan toplantıda şu hususlar ifade edilmiştir:
- Oftalmik ve kontakt lens toptan satışı pazarında faaliyet gösterdikleri, bağımsız optik mağazaları ile çalıştıkları ve zincir mağazalara satışlarının bulunmadığı,
  - İştirakleri Akay Optik vasıtasıyla RX lens laboratuvarlarında lens üretimi gerçekleştirdikleri, ürünlerin hammaddesinin Çin, Kore, Tayland, İspanya ve İtalya gibi ülkelerden getirildiği,
  - Sektörün karlı bir iş alanı olduğu, güçlü bir firmanın sektörü ele geçirmesi durumunda tekel oluşabileceği,
  - ESSI-LUX'un hem makine teçhizat alanında hem de ürün üretimi alanında faaliyet gösterdiği, piyasada en çok tercih edilen cam kesme makinelerin ESSI-LUX markalı makineler olduğu, makine ve cam satışı uzun süreli sözleşmeler aracılığıyla gerçekleştirildiğinden piyasadaki rekabetçi yapının bozulduğu,
  - ESSI-LUX'un ayrıca oftalmik lensler için doktor çalışması yaptırdığı ve doktorların reçeteye ESSI-LUX markalı ürünleri yazdıkları, bu uygulamanın tüketici tarafından ESSI-LUX markalarının tercih edilmesine neden olduğu,
  - İlgili mevzuat gereği reklam yasağı bulunan bu sektörde güneş gözlüğü satışı ile ATASUN'un bu yasağı deldiği, bu nedenle tüketicinin ATASUN markasını tanıdığı, ATASUN'un franchising vererek daha da büyüyeceği ve bağımsız gözlükçülerin kapanacağıının öngörüldüğü.

##### **G.4.2. MERVE OPTİK ile Yapılan Görüşme**

- (46) Oftalmik lenslerin toptan satışı ile güneş gözlüğü ve optik çerçevelerin toptan satışı pazarlarında faaliyet gösteren MERVE OPTİK'in yetkilisi ile gerçekleştirilen telefon

<sup>8</sup> Kurulun 29.11.2019 tarih ve 19-42/703-301 sayılı kararıyla, MERVE OPTİK'in Demirel Ailesi tarafından devralınması, ESSLOR ve LUXOTTICA'nın birleşmesi işlemine verilen koşullu izin kapsamında sunulan taahhütlere uygun bulmuştur.

görüşmesinde şu hususlar belirtilmiştir:

- LUXOTTICA'nın, hem üretim yaptığı hem de lisanslı birçok markanın sahibi olduğundan dolayı piyasayı istediği gibi domine edebildiği, ESSILOR ile birleşmesiyle teşebbüsün daha da güçlendiği ve gözlük camı ile gözlük çerçevesi pazarında lider konuma geldiği,
- ESSILOR'un perakende seviyesinde faaliyet gösteren firmalara toptan satış yaptığı için bu firmaların ticari hacimlerini bildiği, ESSI-LUX'un bu bilgileri stratejik gördüğü noktalara ATASUN aracılığıyla perakende satış noktası açmak için kullanabileceği ya da mağazayı satın almak için teklifte bulunabileceği, yerli firmaların güçlü sermayeleri olmadığından yabancı firmalarla rekabet edemeyecekleri,
- ESSI-LUX'un hem internet mağazalarıyla hem de fiziki mağazalar vasıtasıyla istediği gibi büyüyebildiği, bazı ülkelerde örneğin Yunanistan'da yabancı firmanın yerliyi ortadan kaldırmasını engellemek ve yerli firmaları koruyabilmek için satış noktalarında %51 yerli marka satılması zorunluluğunun bulunduğu,
- ATASUN alışveriş merkezlerinde faaliyet gösterebilirken diğer yerli firmaların o noktalara girmekte zorlandıkları,
- Halihazırda ATASUN'a ürün tedarik ettikleri ve tüketicinin kendi markalarını tercih ettiği ama ATASUN'un iç pazardan mal almadan sadece kendi markaları ile çalışması ve MERVE OPTİK markalarının ATASUN mağazalarında satılmamaya başlaması durumunda yerli markaların zor duruma düşeceği,
- Ayrıca ESSI-LUX'un makine ve oftalmik lens satışlarını birlikte gerçekleştirdiği, makine alan teşebbüslere cam da almaları durumunda indirim yaptığı ya da makine ile ilgili kampanyalar yaparak makineleri ücretsiz veya indirimli verdiği ve bunun karşılığında iki yıllık cam satış sözleşmesi yaptığı, bu nedenle yerel cam firmalarının ESSI-LUX ile rekabet edemeyeceği,
- ATASUN'un ESSI-LUX tarafından devralınmasıyla ATASUN'un önemli bilgileri elde edeceği ve stratejik noktalara daha kolay erişim sağlayabileceği.

#### **G.4.3. OPTİK GALERİ ile Yapılan Görüşme**

- (47) Perakende mağaza zincirine sahip OPTİK GALERİ yöneticileri (.....) ve (.....) ile gerçekleştirilen telefon görüşmelerinde şu hususlar ifade edilmiştir:
- Beş yıl içerisinde hem toptancı hem de perakendeci yerli firmaların pazardan çıkacağını öngördükleri,
  - Kendilerinin halihazırda ESSI-LUX'ten aldıkları ürünlerin toptan fiyatları ile ATASUN'un perakende satış yaptığı ve mevcut devralmadan sonra bu durumun daha da kolaylıkla yapılabileceği,
  - Toptan fiyatların perakendeye sirayet edeceği, rakip perakendecilerin bu fiyatlar ile rekabet edemeyecekleri ve rekabetin ortadan kalkacağı, bu durumun yaşanmaması için ESSI-LUX'un ayrımcılık yapmadan perakendecilere aynı fiyattan ürün vermesi gerektiği.

#### **G.4.4. (.....) ile Yapılan Görüşme**

- (48) Güneş gözlüğü ve gözlük çerçevesi toptan satışı pazarı hakkında bilgi ve görüşlerinin

alınması amacıyla (.....) ile telefon görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Gizlilik talepli bu görüşmede;

- (.....),
- Mevcut durumda piyasada büyük bir rekabet olduğu, işlemten sonra rakip perakendecilerin ürün tedarikinde sıkıntılar yaşayabileceği ve fiyat rekabetinin kendilerini zorlayabileceği,
- Sektörde son zamanlarda kapanan perakendecilerin olduğu ve güçlü oyuncuların kalmadığı, en büyük alıcılarının bu kapanan mağazalardan oluşmasının kendilerini zor duruma düşürdüğü, mevcut devralmanın bağımsız mağazaları da zor duruma düşüreceği,
- ATASUN'un reklam yatırımları yapan ve marka portföyü tüketici tercihleri üzerinde etkisi bulunan bir zincir perakendeci olduğu ve ATASUN vitrininde bulunmanın markaları güçlendirdiği, bulunmamanın ise markaların değerini ve tüketici tercihlerini olumsuz yönde etkileyebileceği,
- Fiyatlarla ilgili kısa vadede tüketici aleyhine bir durum oluşacağını öngörmedikleri ancak ATASUN'un elde edeceği yeni güç ile yeteri kadar markayı bünyesinde topladıktan sonra istediği fiyatlamayı uygulayabileceği,
- Endişelerinin giderilmesi için ATASUN'un maliyetinin belli bir kısmının altında fiyat belirleyememesi ya da ürün portföyünün belirli bir miktarının ESSİ-LUX markalı ürünler dışında olması gibi taahhütlerin alınmasının faydalı olacağı

hususları ifade edilmiştir.

## G.5. İLGİLİ PAZAR

### G.5.1. İlgili Ürün Pazarı

(49) Türkiye'de ESSİ-LUX; OPAK, İŞBİR, TORA, ESEL, ALTRA, LUXOTTICA ve SUNGLASS HUT aracılığı ile

- Güneş gözlükleri ve optik çerçevelerin toptan satışı,
- Oftalmik lenslerin üretimi ve toptan satışı,
- Oftalmik makine, teçhizat ve sarf malzemelerinin üretimi ve dağıtımı, yedek parça satışı ve satış sonrası bakım ve onarım hizmetleri,
- Kontakt lens toptan satışı ve
- Güneş gözlüklerinin perakende satışı

alanlarında faaliyet göstermektedir.

(50) Devre konu GRANDVISION ise Türkiye'de ATASUN aracılığı ile güneş gözlüğü, reçeteli gözlük (oftalmik lens ve optik çerçeve) ve kontakt lenslerin perakende satışı alanında faaliyet göstermekte olup, teşebbüsün toptan seviyede faaliyeti bulunmamaktadır. Bu bilgiler çerçevesinde tarafların;

- Güneş gözlüklerinin perakende satışı faaliyetleri bakımından yatay örtüşme,
- Diğer faaliyetleri bakımından ise dikey örtüşme

söz konusudur. Aşağıda sırasıyla dikey ve yatay örtüşme çerçevesinde ilgili ürün pazarları ele alınmaktadır.

### G.5.1.1. Dikey Örtüşme Çerçevesinde İlgili Ürün Pazarları<sup>9</sup>

#### G.5.1.1.1. Oftalmik Lenslerin Üretimi ve Toptan Satışı

- (51) Oftalmik (optik) lensler görme kusurlarının düzeltilmesi için kullanılmaktadır. Oftalmik lens terimi, gözle ilgili anlamına gelen oftalmik ve gözlük camı için kullanılan lens terimlerinden türetilmiştir<sup>10</sup>.
- (52) Lensler kullanılan malzemeye göre cam ve plastik, düzeltici tasarımlarına göre tek odaklı, iki/üç odaklı ve aşamalı, üretim sürecine göre ise stok lensler ve yarı tamamlanmış lensler olarak sınıflandırılmaktadır.
- (53) Tek odaklı lensler yalnızca bir odak uzaklığına sahip olan ve genel olarak yakını görme sorunu olmayan 40-45 yaş altındaki kişiler için uygundur. İki/üç odaklı lenslerde camın üst kısmı uzağı görmeye, alt kısmı ise yakını görmeye yaramaktadır. Yakını göremeyenler için uygun olan bu lenslerin uzak ve yakını görmeye yarayan bölümleri arasında görünür bir ayırım çizgisi bulunmaktadır. Bu lensler genel olarak 40-45 yaş üstü kişiler tarafından kullanılmaktadır. Aşamalı lenslerde ise birden fazla odak veya derecelendirme bulunmaktadır. Lensin üst kısımları uzağı görüş, alt kısımları yakını görüş ve iki bölüm arasında kalan kısım orta görüş için derecelendirilmektedir. Söz konusu lensler en çok 40-45 yaş üstü, göz yorgunluğu yaşayan ve bir veya birden fazla görme kusuruna sahip kişilerce kullanılmaktadır.
- (54) İki/üç odaklı ve aşamalı lensler birden fazla göz kusuru bulunan hastaların birden fazla tek odaklı lensli gözlük bulundurma zorluğunun önüne geçmek için tasarlanmış ürünlerdir. Birden fazla görme bozukluğu bulunan hastaların bir kısmı her birine tek odaklı lens takılmış iki gözlük kullanmayı, çift odaklı veya dereceli lens takılmış tek bir gözlüğe tercih edebilmektedir. Düzeltici tasarımlar arasındaki seçim, sağlık ile ilgili olmaktan çok kişisel rahatlığa yönelik bir tercihtir.
- (55) Türkiye’de hastaların numaralı gözlük camlarına ulaşım yollarına değinmek gerekirse, görme kusuru bulunan tüketici, göz hastalıkları uzmanı doktor tarafından yazılan reçete ile optisyene başvurmaktadır. Reçetede belirtilen görme kusuruyla toplumda yaygın olarak karşılaşılmaktaysa ve optisyen de stoklarında ilgili lense bulunduruyorsa, talebi hemen o anda stoklarından karşılamaktadır. Bu şekilde yaygın görme kusurlarının düzeltilmesi amacıyla üretilen ve optisyenlerce stoklanabilen lenslere “*stok lens*” denilmektedir. Nihai kullanım için üzerinde fazla işlem yapılması gerekli olmadığından, stok lenslere aynı zamanda “*tamamlanmış lens*” adı da verilmektedir.
- (56) Küresel ölçekte faaliyet gösteren ve ESSI-LUX iştiraklerinin de aralarında bulunduğu lens imalatçısı teşebbüsler stok lensleri üretmekte, bu lensler doğrudan veya distribütörler vasıtasıyla kullanıma hazır şekilde optisyenlere ulaştırılmaktadır. Stok lensler, lens imalatçıları tarafından sık görülen göz kusurlarından yola çıkılarak hazırlanmış kalıplarda büyük miktarlarda üretilmekte ve dağıtılmaktadır. Bu nedenle, stok lenslerin maliyetleri ve fiyatları düşük olmaktadır.
- (57) Optisyenler, kendilerine hazır halde gelen lenslere tüketiciye özgü bir takım işlemler

<sup>9</sup> Bkz. Kurulun 14.03.2012 tarihli ve 12-11/371-106 sayılı, 26.06.2012 tarihli ve 12-35/990-304 sayılı, 17.04.2013 tarihli ve 13-22/305-142 sayılı, 13.08.2013 tarihli ve 13-47/639-278 sayılı, 23.02.2017 tarihli ve 17-08/99-42 sayılı, 01.10.2018 tarihli ve 18-36/585-286 sayılı, 20.06.2019 tarihli ve 19-22/333-150 sayılı, 20.06.2019 tarihli ve 19-22/334-151 sayılı kararları.

<sup>10</sup> Dosya kapsamında oftalmik lens terimi, sektörde de yaygın olarak kullanıldığı şekliyle gözlük camını ifade etmektedir. Bu bağlamda görme bozukluklarının düzeltilmesinde, göz renginin değiştirilmesinde ya da kornea hastalıklarının tedavisinde kullanılan kontakt lensler bu terim kapsamı dışındadır.

uygulamakta ve tüketicinin tercih ettiği çerçeveye bu lensleri monte ederek gözlüğü teslim etmektedir. Optisyenlere çok sayıda tüketici bu şekilde başvurduğu için, optisyenler mağazalarında bir miktar stok lens bulundurmaktadır.

- (58) Diğer taraftan, tüketicinin toplumda yaygın bir şekilde görülmeyen, bir ve/veya birden fazla görme kusurunu içeren bir reçeteye başvurması durumunda optisyen, reçetede belirtilen özelliklere sahip lensin üretilmesi için talebi çalıştığı reçete laboratuvarlarına iletmektedir. Reçete laboratuvarları, tüketiciye özel lensler üretme kabiliyetine ve donanımına (makine parkuruna) sahip teşebbüsler olup, lens imalatçılarından aldığı yarı tamamlanmış lensleri, reçetede belirtilen niteliklere göre tüketiciye özel olarak işlemekte ve kullanıma hazır hale getirmektedirler.
- (59) Bu süreçte hammadde olarak kullanılan RX (reçete (*receipt*) X) olarak da ifade edilen yarı tamamlanmış lensler, belirli bir dereceye kadar işlenmiş ve fakat henüz *tamamlanmamış* ürünlerdir. Hiç işlenmemiş şekilde markalı veya markasız da olabilen bu lensler tek odaklı, iki/çok odaklı veya aşamalı olarak tedarik edilebilmektedir. Tüm reçete laboratuvarları, *free-form* üretim teknolojisi sayesinde üç tip lensi de üretebilmektedir<sup>11</sup>.
- (60) Yarı tamamlanmış lensler, siparişin verilmesi sonrasında genellikle 1-2 iş günü içinde optisyenlere ulaştırılmaktadır. Reçete laboratuvarları, dağıtım ağı kurmak yerine, kargo şirketlerinin dağıtım ağlarını kullanmaktadır. Bu durum, laboratuvarların konumlarından bağımsız olarak tüm Türkiye'ye yönelik olarak faaliyet göstermesine imkan tanımaktadır. Öte yandan, laboratuvarların şube olarak adlandırdığı iletişim ofisleri de bulunabilmektedir. Sipariş toplama veya stok lens dağıtımı için kullanılan bu ofislerin yerini zamanla merkezi sipariş sistemleri almaktadır.
- (61) Tüketicinin gözlük camı tercihi büyük ölçüde optisyen tarafından yönlendirilmektedir. Bunun asıl nedeni, kullanıcının genellikle gözlük camının markası ve kalitesi ile çeşitli işleme seçenekleri hakkında bilgi sahibi olmamasıdır. Bu durumda da, farklı sağlayıcılar/markalar arasındaki tercih üzerinde, nihai tüketicinin seçiminden ziyade optisyenin yönlendirmesi belirleyici olmaktadır.
- (62) Optisyenler çoğunlukla birden fazla reçete laboratuvarıyla çalışmakta ve farklı marka ürünleri tüketicilere sunmaktadır. Bu durum, marka çeşitliliğinin yanı sıra tedarik güvenliği de sağlamaktadır. Oftalmik lenslerin üretiminden tüketiciye ulaştırılmasına kadar olan aşamalar aşağıda gösterilmektedir:

Şekil 1 – Oftalmik Lens Üretimi ve Dağıtımı

Seviye 1	Kimyasal Madde Şirketleri ve Cam Üreticileri		
Seviye 2	Laboratuvarlarla Entegre Lens İmalatçıları	Entegre Olmayan Lens İmalatçıları	
Seviye 3		Bağımsız Reçete Laboratuvarları	Reçete Laboratuvarlarıyla Entegre Optisyenler
Seviye 4	Entegre Olmayan Optisyenler		
Seviye 5	Tüketiciler		

<sup>11</sup> Geleneksel teknoloji ile tek odaklı bir yarı tamamlanmış lensten tek odaklı bir tamamlanmış (mamul) lens üretilebiliyorken (benzer şekilde çok odaklı bir yarı tamamlanmış lensten çok odaklı bir tamamlanmış lens; aşamalı bir yarı tamamlanmış lensten aşamalı bir tamamlanmış lens üretilebiliyorken) çift yüzey işleme teknolojisi olarak anılan *free-form* makineler ile herhangi bir çeşit yarı tamamlanmış lensten istenilen özellikte tamamlanmış lens üretilebilmektedir.

- (63) ESSI-LUX, dünya genelinde oftalmik lenslerin üretimi ve toptan dağıtım alanlarında faaliyet gösteren bütünleşik yapıya sahip bir teşebbüs olup, OPAK, İŞBİR, TORA ve ALTRA aracılığıyla Türkiye’de reçete laboratuvarları seviyesinde de faaliyette bulunmaktadır.
- (64) Yukarıdaki bilgiler çerçevesinde; stok lensler ile RX lenslerin birbirine ikame olup olmadığı hususunun irdelenmesi gerekmektedir. Stok lens alanında çok sayıda teşebbüs faaliyet göstermekte olup pazarın bu segmenti küresel ölçekte görece rekabetçi bir yapıdadır. Bu durum, ithalata yönelik herhangi bir kota ya da gümrük engeli bulunmaması ve ürün nakliyesinin kolay/düşük maliyetli olmasıyla açıklanabilecektir. Stok lenslerin, seri halde üretilmesinden dolayı fiyatları da düşüktür. Bu lenslerin ticareti, makine ve teçhizat gerektirmemektedir.
- (65) Diğer yandan, stok lensler optisyenlerin ürün ihtiyacının tamamını karşılamamaktadır. Optisyenler ihtiyacının kalan kısmını temin etmek için reçete laboratuvarları ile çalışmaktadır. Kişiyeye özel üretim gerçekleştirilen laboratuvarlarda; yarı tamamlanmış lensler reçeteye göre tamamlanmakta, tüketicinin isteğine göre ek uygulamalar (UV filtresi ve diğer özel kaplamalar gibi) yapılmaktadır. Buna bağlı olarak da maliyetler artmakta ve satış fiyatları stok lenslerde olandan daha yüksek seviyelerde oluşmaktadır<sup>12</sup>. Bu bağlamda, karşıladığı talebin niteliği ve faaliyet şekli itibarıyla, reçete laboratuvarlarının, stok lens toptancılarından açıkça farklılaştığı değerlendirilmektedir.
- (66) Öte yandan, yarı tamamlanmış lensler de kendi içinde farklılaşmaktadır. Yukarıda belirtildiği üzere, lensler yalnızca bir görme bozukluğunu düzeltmek üzere tasarlanan tek odaklı lensler, birden çok görme rahatsızlığını düzeltmek üzere tasarlanan iki/çok odaklı lensler ile aşamalı lensler olarak üçe ayrılmaktadır. Tek odaklı lensler, görece karmaşık bir üretim sürecine ve ileri teknolojiye ihtiyaç duyulmaksızın, büyük miktarlarda üretilebilen ve düşük fiyatlı ürünlerdir. İki/çok odaklı ve aşamalı lensler ise daha karmaşık, üretiminde ileri teknoloji kullanılan, katma değeri yüksek olan ve yüksek fiyatlarla satışa sunulan ürünlerdir. Ne var ki, *free-form* olarak adlandırılan yeni nesil üretim makineleri ile sayılan lens türlerinin tümünün üretimi gerçekleştirilebilmektedir. Kullanılan makinelerin bu nitelikte olması sayesinde, tek bir makine parkuru ile belirtilen lensler üretilebilmektedir. Tüm reçete laboratuvarları, müşterinin talebi doğrultusunda ihtiyaç duyulan lensleri tek odaklı, iki/çok odaklı veya aşamalı olarak hazırlayabilmektedir. Dolayısıyla yarı tamamlanmış oftalmik lenslerin türleri bakımından arz ikamesinin yüksek olduğu anlaşılmaktadır.
- (67) Sonuç olarak; oftalmik lenslerin üretimi ve toptan satışı bakımından “stok lenslerin üretimi ve toptan satışı” ve “yarı işlenmiş lenslerin (RX lenslerin) toptan satışı” şeklinde iki ayrı ilgili ürün pazarı tanımlanmaktadır.

#### **G.5.1.1.2. Güneş Gözlükleri ve Optik Çerçevelerin Toptan Satışı**

- (68) Tüketiciler tarafından kullanılan gözlükler, güneş gözlükleri ve reçeteli optik gözlükler şeklinde ikiye ayrılmaktadır. ESSI-LUX her iki ürün grubunda da markalara sahiptir ve her iki ürün grubunda da ürün tedarik etmektedir.

---

<sup>12</sup> Lensin görme bozukluğunu giderecek şekilde yüzeyinin işlenmesi (numaralandırma) işleminden sonra, kullanıcının da tercihinine göre ek uygulamalar gerçekleştirilebilmektedir. Bunlar; parlatma, kaplama, renklendirme, organik lenslerde sert kaplama, yansıma önleyici (anti-refle) kaplama, mor ötesi ışın koruması (UV protection), çok odaklı ve bazı özel amaçlı (prizmalar vb) lenslerde markürleme (montaj referanslarını işaretleme) şeklinde olabilmektedir.



- (69) Talep açısından bakıldığında her iki gözlük türünün farklı fonksiyonları bulunmaktadır. Güneş gözlükleri görüş ve göz sağlığını korumaya, reçeteli optik gözlükler ise gözdeki hataları düzeltmeye yönelik olarak kullanılmaktadır. Güneş gözlüklerine yönelik talepte birincil fonksiyonun yanı sıra estetik kaygılar da en az birincil fonksiyon kadar rol oynamaktadır. Bu kapsamda ürüne ilişkin talep, ürünün moda uygun olması, kalitesi ve taşıdığı markanın toplumdaki imajı gibi unsurlardan da etkilenmektedir.
- (70) İkinci grup olan reçeteli optik gözlükler ise göz rahatsızlıkları tedavisinde kullanılan ve görme bozukluklarını düzeltme işlevi taşıyan gözlüklere dir. Bu gözlüklerin tercihinde sağlığa ilişkin kaygıların belirleyici rolü bulunmakla birlikte, güneş gözlüklerinde olduğu gibi moda, tasarım, marka itibarı ve kalite gibi unsurlar da satın alma davranışlarını etkileyebilmektedir.
- (71) Tüketicilerin satın alma davranışlarına göre her iki çerçeve türünün farklılaştığından bahsedilebilecektir. Tüketicilerin tamamına yakını güneş gözlüğü çerçevelerini, üzerinde gelen camlar ile birlikte satın almaktadır. Optik çerçevelerde ise tüketici, göz kusuru ve özel talepleri doğrultusunda cam tercihinde bulunmaktadır.
- (72) Özetle, kullanım amaçları ve satın alınma biçimlerindeki temel farklılıklar nedeniyle, söz konusu ürünler belirgin bir şekilde ayrılmaktadır. Dolayısıyla güneş gözlükleri ve optik çerçevelerin aynı pazarda olduğunun kabul edilemeyeceği değerlendirilmektedir.
- (73) Türkiye piyasasında birçok güneş gözlüğü markası bulunmaktadır. Bu ürünlerin önemli bir kısmı markalı ve satış sonrası hizmeti bulunan ürünlerdir. Bunun yanında, ülkemizde markasız veya marka değeri ve fiyatı oldukça düşük olan, ayrıca satış sonrası hizmet sunulmayan ürünler de tedarik edilmektedir. Bu ürünlerin özellikle sağlık açısından kullanıma uygun olmadığı bilinmektedir. Dolayısıyla, hem sağlık açısından gerekli kriterleri yerine getirmeyen hem de üretim esnasında kullanılan malzemeleri, yüksek kaliteli ve modayı takip eden ürünlere göre oldukça düşük kalitede olan gözlüklerin markalı güneş gözlükleriyle aynı pazara dâhil edilmemelidir<sup>13</sup>.
- (74) Konuya ilişkin olarak Kurulun 23.02.2017 tarihli ve 17-08/99-42 sayılı kararında, dosya kapsamında görüşülen tüm toptancıların pazarı belirli bir marka bilinirliğine sahip güneş gözlükleri ile sınırlandırdıklarını; markasız (isimsiz) ve hazır giyim mağazalarında satılan ürünleri ise kendi ürünlerine rakip olarak görmediklerini belirttiklerine yer verilmiştir. Ayrıca kararda; hakkında soruşturma yürütülen LUXOTTICA'da yapılan yerinde incelemede elde edilen "2016 Business Plan Turkey" (2016 İş Planı Türkiye) başlıklı sunumda da teşebbüsün pazarın 25 Euro ve üzeri fiyata sahip çerçevelerini içine alan kısmını "Gösterge Pazar" (Reference Market) olarak belirlediği, sunumda güneş gözlükleri bakımından da benzer yönde değerlendirmelerin yer aldığı belirtilmiştir. Tüm bu hususlar dikkate alınarak bahse konu kararda, ilgili ürün pazarı "markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı" ve "markalı reçeteli optik gözlük çerçevelerinin toptan satışı" olarak tanımlanmıştır. Keza Kurulun 01.10.2018 tarihli ve 18-36/585-286 sayılı kararında da aynı pazar tanımlarına yer verilmiştir.

---

<sup>13</sup> Bazı optik mağazaların yalnızca perakende satışları için doğrudan güneş gözlüğü ithal ettiği bilinmektedir. Ayrıca H&M, Zara, LC Waikiki ve De Facto gibi esas faaliyet alanı giyim perakendeciliği olan mağazalar ile Boyner ve Beymen gibi departman mağazaları da perakende satışları için doğrudan ya da bir aracı şirket vasıtasıyla güneş gözlüğü ithalatı gerçekleştirebilmektedir. Ancak bu teşebbüsler, ithal ettiği ürünlerin perakende satışlarını kendi mağazalarında gerçekleştirmekte, toptan ürün satışı yapmamaktadır. Dolayısıyla sayılan teşebbüsler, ESSI-LUX gibi toptancıların rakibi olarak değerlendirilememektedir.

- (75) Yukarıda değinilen hususlar çerçevesinde, konuya ilişkin Kurul içtihadı<sup>14</sup> da dikkate alınarak “markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı” ve “markalı reçeteli optik gözlük çerçevelerinin toptan satışı” şeklinde iki ayrı ilgili ürün pazarı tanımlanmaktadır.

### **G.5.1.1.3. Oftalmik Makine, Teçhizat ve Sarf Malzemelerinin Üretimi ve Dağıtımı, Yedek Parça Satışı ve Satış Sonrası Bakım ve Onarım Hizmetleri**

- (76) Stok veya yarı tamamlanmış lenslerin üretimi, yarı tamamlanmış lenslerin reçete laboratuvarlarında tamamlanması ve optisyenlere gelen lenslerin ölçüleme ve çerçeveye monte edilmesi aşamalarının tamamında oftalmik makine ve teçhizat kullanılmaktadır. Ülkemizde yüzeyleme, kaplama, parlatma makineleri ve masa üstü düzelticiler şeklinde türleri bulunan oftalmik makinelerin ve teçhizatın üretimi faaliyetinde bulunan herhangi bir teşebbüs bulunmamaktadır. Küresel çapta oftalmik makine ve teçhizat ile sarf malzemelerinin üretimi ve dağıtımı alanında ESSI-LUX’un yanında Schneider GmbH & Co. KG, OptoTech Optikmaschinen GmbH, Nidek Co., LTD., Leybold Optics ve MEI S.r.l. firmaları faaliyet göstermektedir. Ürünler yurtdışındaki üreticilerden doğrudan veya söz konusu teşebbüslerin Türkiye’deki iştiraklerinden temin edilebilmekte ya da yerel optisyenlerden alınmak suretiyle ikinci el makine ve teçhizat olarak yeniden satışa sunulan ürünler de tercih edilebilmektedir.
- (77) ESSI-LUX, reçete laboratuvarlarının ihtiyaç duyduğu endüstriyel optik teçhizat ve sarf malzemeleri ile optisyenler için ticari optik teçhizatın Türkiye’ye doğrudan satışını gerçekleştirdiği gibi, Türkiye’deki iştirakleri OPAK, TORA, ALTRA, İŞBİR ve ESEL vasıtasıyla da satış yapmaktadır<sup>15</sup>.
- (78) Oftalmik makine teçhizat ve sarf malzemelerinin üretimi ve dağıtımı pazarına ilişkin olarak; makineler ile sarf malzemelerinin aynı pazar kapsamında değerlendirildiği en geniş pazar tanımı ile söz konusu makineler ile sarf malzemelerinin her birinin alt pazar kırılımlarına tabi tutulduğu en dar pazar tanımına kadar çeşitli alternatif pazar tanımlarından söz etmek mümkündür.
- (79) AB Komisyonunun *Essilor-Luxottica* kararında<sup>16</sup> işlemin taraflarının, oftalmik makineler bakımından yüzeyleme, kaplama, parlatma makineleri ile masa üstü makineler şeklinde alt pazar kırılımlarına gidilmesinin mümkün olduğu bununla birlikte pazar tanımının açık bırakılabileceği; sarf malzemeleri içinse arz ikamesi gözetilerek tek bir pazar tanımı yapılabilceği şeklinde görüş sunduğu ifade edilmiş; ancak işlemin bu pazar üzerindeki etkisinin sınırlı olacağı gerekçesiyle ilgili ürün pazarı tanımlanmamıştır. Benzer şekilde, *Essilor-Luxottica* birleşmesine ilişkin 01.10.2018 tarihli ve 18-36/585-286 sayılı Kurul kararında da bahse konu faaliyetlere ilişkin ilgili ürün pazarı tanımlanmazken, 26.06.2012 tarih ve 12-35/990-304 sayılı *Essilor-Opak* devralma kararında ise bahse konu pazar, “oftalmik makine, teçhizat ve sarf malzemelerinin üretimi ve dağıtımı pazarı” şeklinde en geniş tanımla ele alınmıştır.
- (80) Açıklamalar çerçevesinde ilgili ürün pazarı, “oftalmik makine, teçhizat ve sarf malzemelerinin üretimi ve dağıtımı pazarı” olarak belirlenmiştir.

<sup>14</sup> Bahsi geçen kararlara benzer şekilde somut olarak herhangi bir marka ya da fiyat sınırlandırması getirilmeksizin, toptan güneş gözlüğü satışı gerçekleştiren ve tarafların rakibi konumunda olduğu kabul edilerek verileri toplanan teşebbüsler tarafından satılan tüm güneş gözlükleri ve optik çerçeveler, “markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı” ve “markalı reçeteli optik gözlük çerçevelerinin toptan satışı” pazarlarına dâhil edilmiştir.

<sup>15</sup> Yüzeyleme, kaplama ve parlatma makinelerinin Türkiye’ye doğrudan ESSI-LUX tarafından ihraç edildiği ve söz konusu ürünlerin iştirakleri vasıtasıyla satılmadığı ifade edilmiştir.

<sup>16</sup> Case M.8394 - *Essilor/Luxottica*, para. 130-134.

- (81) Bahsi geçen oftalmik makine ve teçhizatların uzun süre kullanılabilen dayanıklı mallar olması nedeniyle, söz konusu makinelerin satışından sonra makinelere ilişkin yedek parça satışı ile garanti ve bakım/onarım hizmetleri de gündeme gelmektedir. ESSI-LUX tarafından, satışı gerçekleştirilen cihazların garanti süresinin iki yıl olduğu, bununla birlikte, bazı durumlarda ilgili iştirakin belirli bir süre için satışları artırmak amacıyla yaptığı teşvikler ile bu süreyi üç yıla çıkarılabildiği ifade edilmiştir. Garanti süresinin dolmasının ardından da ESSI-LUX, Türkiye’de iştirakleri İŞBİR ve ESEL vasıtasıyla oftalmik makine ve teçhizatın bakımı ve onarımı hizmetini sunmaya devam etmektedir.
- (82) Ana ürün ile o ürüne ilişkin yedek parça, servis ve bakım gibi ürün ve hizmetler, farklı zamanlarda ihtiyaç duyulan tamamlayıcı nitelikteki ürünlerdir. Müşterinin satın aldığı ilk ürünün bulunduğu pazar, zamanla tamamlayıcı ürün ve hizmetlere ihtiyaç duyması sebebiyle “birincil” veya “öncül” pazar olarak isimlendirilmektedir. Yedek parça, sarf malzemesi, tamir, bakım-onarım hizmetleri gibi birincil ürünle birlikte kullanılan ve birincil ürünün satın alınmasından belli bir süre sonra ihtiyaç duyulan ürün ve hizmetlerin bulunduğu pazar ise “ikincil” veya “ardıl” pazar olarak tanımlanmaktadır.
- (83) Rekabet hukuku literatüründe, öncül ve ardıl ürün ve hizmetlerin yer aldığı pazarların tanımlanmasında i) söz konusu ürün ve hizmetlerin aynı pazara dahil edilip edilemeyeceği, ii) edilmezse ardıl ürün ve hizmetlerin yer aldığı pazarların marka-spesifik tanımlanıp tanımlanamayacağı hususlarının analizi ön plana çıkmaktadır. Ardıl pazarların marka-spesifik tanımlanıp tanımlanamayacağına karar verilirken ise, ürün veya hizmetin gerek üretimde gerekse kullanımdaki ikame edilebilirliği, tüketici talebi ve başka teşebbüslerce üretimin önünde herhangi bir engel olup olmadığı gibi faktörler dikkate alınmaktadır.
- (84) Ulaşılan sonucu değiştirmeyeceğinden, oftalmik makine ve teçhizatlara ilişkin yedek parça satışı ve satış sonrası garanti, bakım ve onarım hizmetleri pazarı bakımından yukarıda yer verilen kriterler çerçevesinde bir analiz gerçekleştirilmemiş ve kesin bir pazar tanımı yapılmamıştır.

#### **G.5.1.1.4. Kontakt Lenslerin Toptan Satışı**

- (85) ESSI-LUX, iştirakleri OPAK ve TORA aracılığıyla kontakt lens toptan satışı alanında da faaliyet göstermektedir.
- (86) Kontakt lensler (renkli kontakt lensler de dâhil olmak üzere) Türkiye’de sadece göz doktoru muayenesi ile verilen doktor reçetesiyle ve yalnızca perakendeci optisyenlik müesseseleri (optikler/gözlükçüler) tarafından son kullanıcıya satılabilen, gözde kırma kusurunu düzeltmeyi amaçlayan (plano/numarasız renkli kontakt lensler hariç) tıbbi cihaz kapsamında ürünlerdir. Kontakt lensler düzelttikleri kırma kusuruna, muhtemel değişim süresine ve kozmetik kullanım amacının bulunup bulunmamasına göre sınıflandırılabilmektedir. Bu özelliklerin birbirleri içinde farklı kombinasyonları mevcuttur.
- (87) Kontakt lensler, düzelttikleri kırma kusuruna göre aşağıdaki şekilde sınıflandırılmaktadır:
- Sferik Lensler: Gözdeki kırma kusuru sonucu ortaya çıkan yakını iyi görememe (hipermetrop) veya uzağı iyi görememe (miyop) olgularının düzeltilmesi amacıyla kullanılmaktadır.

- Torik Lensler: Görüntünün gözde bir noktaya odaklanamaması sonucu ortaya çıkan görme bozukluğunu (astigmat) düzeltmek amacıyla kullanılmaktadır.
  - Multifokal/Progresif Lensler: Yaşa bağlı gelişen yakın görüntülere odaklanamama sonucu ortaya çıkan yakını görme bozukluğunu (presbiyopi) düzeltmek için kullanılmaktadır.
  - Plano Lensler: Kıırma kusuru düzeltmesi yapmayan, kozmetik veya terapötik/bandaj amaçlı kullanılan lenslerdir.
- (88) Kontakt lensler, muhtemel değişim süresine göre ise aşığıdaki gibi sınıflandırılmaktadır:
- Günlük kullanılıp aylık değiştirilen/kullanılıp atılan kontakt lensler,
  - Günlük kullanılan iki haftalık değiştirilen/kullanılıp atılan kontakt lensler,
  - Günlük kullanılıp atılan kontakt lensler.
  - Yukarıdaki süreler haricinde kullanılıp atılan kontakt lensler.
- (89) Kozmetik kullanım amacının bulunup bulunmamasına göre ise kontakt lensler aşığıdaki şekilde tasnif edilmektedir:
- Kozmetik amacı olmayan kontakt lensler: Şeffaf, sıklıkla bir veya birden fazla kıırma kusurunun birlikte olduğu durumlarda veya terapötik amaçlı ve/veya bandaj lens olarak kullanılan kontakt lenslerdir.
  - Kozmetik amacı olan kontakt lensler: Kozmetik amaçlı ve/veya bir görme bozukluğu ile birlikte kozmetik ihtiyaca cevap veren renkli kontakt lenslerdir.
- (90) Kontakt lens pazarına (renkli kontakt lens dâhil) giriş için sermaye, know-how ve mevzuat açısından kayda değer bir giriş engeli bulunmamaktadır. Tüm kontakt lensler (renkli lensler de dâhil, plano lensler hariç) tıbbi cihaz mevzuatına tabidir. Genel olarak kontakt lensler yurt dışında üretim yapan firmalar tarafından Türkiye'ye ithal edilmekte, akabinde, kontakt lens depolarına veya doğrudan perakende satış yapan optisyenlik müesseselerine satış gerçekleştirilmektedir. Ürünün ithalatına yönelik herhangi bir kota ya da gümrük engeli bulunmamakta olup, ürünün nakliyesi kolaydır.
- (91) Pazarda dağıtıcı konumunda bulunan kontakt lens depoları, 15.05.2014 tarihli ve 29001 sayılı Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmelięi'ne göre satış merkezi olmaya hak kazanmış ve yetki belgesi almış olan işletmelerdir. Kontakt lens depolarının perakende satışı bulunmamakta, depolar perakende satış yapan optisyenlik müesseselerine ürün tedarik etmektedir.
- (92) Kontakt lenslerin nihai tüketiciye satışı, yasal olarak kontakt lens reçetesi karşılığında yapılmaktadır. 5193 sayılı Optisyenlik Hakkında Kanun ve 18.01.2014 tarihli ve 28886 sayılı Optisyenlik Müesseseleri Hakkında Yönetmelik hükümleri uyarınca, yalnızca ruhsat alan optisyenlik müesseseleri bu satışı gerçekleştirebilmektedir.
- (93) Kontakt lensleri konu alan Kurul kararları incelendiğinde; 13.08.2013 tarihli ve 13-47/639-278 sayılı kararda, "...kontakt lenslerin tedavisinde kullanıldıkları görme bozukluğuna, kullanım şekillerine, kullanım amaçlarına, imal edildikleri materyale, sağladığı konfora göre alt kategorilere ayrılabildeği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, dosya konusu ilgili ürün pazarının kontakt lenslerin tüketici nezdindeki nitelikleri, kullanım amaçları ve fiyatları açısından birbirleriyle ikame edilebilen kontakt lens ürün gruplarından müteşekkil alternatif ilgili ürün pazarları olarak tanımlanması mümkündür. Bununla birlikte, arz açısından her ne kadar anılan kategorilerin her birisi

ayrı bir üretim yöntemi ile üretilse de sektördeki firmalar, bu kategorilerden sadece bir tanesinde değil, her birinde yer alacak şekilde faaliyet göstermekte, lens depoları da aynı şekilde hemen hemen her ürün grubunun satış ve pazarlamasını gerçekleştirmektedir.” şeklindeki ifadelerle yer verilerek, ilgili ürün pazarının “kontakt lens pazarı” olarak belirlendiği görülmektedir. Akabinde Kurulun 20.06.2019 tarihli ve 19-22/333-150 sayılı kararı ile 20.06.2019 tarihli ve 19-22/334-151 sayılı kararında da arz ikamesi gerekçesiyle ilgili ürün pazarı “kontakt lens pazarı” şeklinde tanımlanmıştır.

- (94) Kurulun anılan kararlarındaki yaklaşımı benimsenerek, alt kırımlara gidilmeksizin ilgili ürün pazarının “kontakt lenslerin toptan satışı” şeklinde ele alınabilecek olmakla birlikte, işlemin bu pazar üzerindeki etkisi sınırlı olacağından, kontakt lenslerin toptan satışı bakımından kesin bir pazar tanımı yapılmamıştır.

### **G.5.1.2. Yatay Örtüşme Çerçevesinde İlgili Ürün Pazarı: Optik Ürünlerin Perakende Satışı**

- (95) Ülkemizde optisyenlik mesleği 5193 sayılı Optisyenlik Hakkında Kanun kapsamında icra edilmektedir. Mezkur Kanun’un 4. maddesi uyarınca, numaralı gözlük camı ve gözlük çerçevesi satmak, gözlük montajı ve her türlü reçeteli lens satışı yapmak üzere optisyenlik mesleğini icra edebilmek için, optisyenlik alanında en az ön lisans seviyesinde meslekî eğitim ve öğretim veren yüksek okul mezunu olunması şartı aranmaktadır. Aynı Kanun’un 6. maddesinde “*Optisyenler, yalnız koruyucu gözlükleri, güneş gözlüklerini ve göz hastalıkları uzmanı tabipler tarafından verilen reçetelerde yazılı numaralı gözlük camlarını, her türlü lensleri, optik görme gereçlerini ve gözlük çerçevelerini satabilirler. Optisyenlerin reçetesiz olarak numaralı gözlük camı satmaları, vermeleri veya tavsiye etmeleri, otorefraktometre ve keratometre gibi bilgisayarlı aletler ile olanlar da dahil olmak üzere her nevi göz ve görme muayene ve testleri yapmaları veya müesseselerinde bu işlere yarayan her türlü aletleri ve cihazları bulundurmaları yasaktır.*” denilmek suretiyle gözü düzeltmeye yönelik ürünlerin reçetesiz satışının yasak olduğuna vurgu yapılmıştır.
- (96) Optisyenlik alanında faaliyet gösteren teşebbüsleri, bireysel/bağımsız optikler ile zincir optikler şeklinde ikiye ayırmak mümkündür. Bağımsız optikleri; genellikle bir veya her halükarda az sayıda perakende mağazası bulunan, lokasyon açısından değişiklik gösterebilmekle birlikte genel olarak hastane çevreleri ve merkezi olmayan sokak ve mahallelerde bulunan mağazalar şeklinde tanımlanabilecektir. Zincir optikler ise, genel olarak ülke çapında veya bölge bazında birden fazla sayıda perakende satış mağazası olan, AVM’ler veya alışverişin fazla olduğu benzer lokasyonlarda bulunan noktalardır<sup>17</sup>.
- (97) TİTCK’dan alınan bilgiye göre, Türkiye’de 10.02.2020 tarihi itibarıyla 7119 faal optisyenlik müessesesi bulunmaktadır. Dosya kapsamında işlem tarafları ile perakende seviyesindeki rakiplerden edinilen bilgiler çerçevesinde, bunlardan yaklaşık 550 adedinin zincir optik şubesi olarak faaliyet gösterdiği, diğerlerinin ise bağımsız optik olduğu anlaşılmaktadır. İşlem taraflarından devre konu GRANDVISION’un Türkiye’deki iştiraki ATASUN; on dört adet franchise, bir adet geçici (pop up) mağaza

<sup>17</sup> Kurulun 20.06.2019 tarihli ve 19-22/334-151 sayılı *Opak Lens-Alcon* kararında, en az beş mağazaya sahip optikler zincir optik olarak tanımlanmıştır. Buna karşılık, zincir optiklere ilişkin çeşitli analizler içeren Kurulun 01.10.2018 tarihli ve 18-36/585-286 sayılı *Essilor-Luxottica* kararında zincir optiklere ilişkin herhangi bir kriter belirtilmemiştir. İşbu işlem bakımından yapılan çalışmada, ulaşılabildiği ölçüde en az iki şubeye sahip olan mağazalar zincir optik olarak ele alınmıştır.

olmak üzere 61 ilde toplam 291 optik mağaza ile zincir optik formatında faaliyet göstermektedir<sup>18</sup>.

- (98) AB Komisyonunun *Essilor-Luxottica* kararında<sup>19</sup>, optik ürünlerin perakende satışı sektörüne ilişkin olarak, ilgili ürün pazarı tüm optik ürün ve hizmetleri içerek şekilde “optik ürünlerin perakende satışı” şeklinde belirlenmiştir. Benzer şekilde ulusal seviyede İtalyan Rekabet Otoritesinin *Luxottica-Salmoiraghi* kararında<sup>20</sup> da ilgili ürün pazarı “optik ürünlerin perakende pazarı” şeklinde tanımlanmıştır.
- (99) Kurulun optik ürünlerin perakende satışına yönelik bir kararı bulunmamaktadır. Bununla birlikte, Kurulun diğer perakende sektörlerine yönelik aldığı kararlardan örneğin *Teknosa-ElectronicPartner* kararında<sup>21</sup> ilgili ürün pazarı, ürün grupları bazında bir ayırma yapılmaksızın “elektrikli ve elektronik ev aletleri perakende satış hizmetleri” şeklinde tayin edilmiştir. Bunun yanında Kurulun hızlı tüketim mallarının (HTM) perakende satışını konu alan çok sayıda kararında<sup>22</sup> ilgili ürün pazarının yine ürün bazında alt kırılıma gidilmeksizin “HTM organize perakende pazarı” şeklinde tanımlandığı görülmektedir.
- (100) Bildirime konu işlem bakımından da ürün bazlı segmentasyonlara gidilmeksizin, ilgili ürün pazarı gözlerin korunmasına ve düzeltilmesine yönelik ürünler ile göze ilişkin diğer ürün ve hizmetlerin (örneğin solüsyonlar, temizleme sıvıları vs.) tümünü kapsayacak şekilde “optik ürünlerin perakende satışı” şeklinde belirlenmektedir.
- (101) Perakendeci tipine bağlı bir ayırma gidilip gidilemeyeceği hususunda ise ele alınması gereken konulardan ilki optik ürünlerin perakende satışı bakımından yukarıda bahsi geçen zincir optikler ile bağımsız optikler arasında bir ayırma gidilip gidilemeyeceğidir.
- (102) Gözlükçülüğün Tarihsel Gelişimi ve Türkiye’de Gözlük Sektörü adlı çalışmada<sup>23</sup> yer verilen bir ankette, katılımcılara yöneltilen “Gözlük müessesesi seçiminde temel kriteriniz (ölçütünüz) nedir” sorusuna, katılımcıların;
- % 55,44’ünün “Her zaman gittiğim müesseseye giderim.”,
  - % 14,52’sinin “Tavsiye üzerine bir müesseseye giderim.”,
  - % 11,24’ünün “Hastaneye/göz hekimine yakın olan müesseseye giderim.”,
  - % 9,65’inin “Evime yakın olan müesseseye giderim.”,
  - % 9,15’inin “Reklam, kampanya ve indirim yapan müesseseye giderim.”

şeklinde cevap verdiği belirtilmiştir. Söz konusu cevaplar incelendiğinde, tüketicinin optik mağaza tercihlerinde sadakat unsurunun ön plana çıktığı, ardından tavsiye, mesafe ve fiyat gibi kriterlerin etkili olduğu dikkat çekmektedir. Bağımsız optiklerin genellikle hastane çevrelerinde, zincir optik mağazaların ise genellikle alışveriş merkezi ile ana caddeler üzerinde konumlandığı göz önünde bulundurulduğunda;

<sup>18</sup> Teşebbüs, <https://www.atasunoptik.com.tr/> ve [https://www.shopsolaris.com/TR\\_TR/](https://www.shopsolaris.com/TR_TR/) siteleri üzerinden de güneş gözlüğü ve çeşitli aksesuar satışı gerçekleştirmektedir.

<sup>19</sup> Case M.8394 sayılı *Essilor/Luxottica*, 01.03.2018, para. 139.

<sup>20</sup> Case C11851, *Luxottica Group- Salmoiraghi & Vigano*, 19.12.2012.

<sup>21</sup> Kurulun 04.07.2007 tarih ve 07-56/632-214 sayılı kararı.

<sup>22</sup> Örneğin; Kurulun 09.07.2015 tarih ve 15-29/420-117 sayılı, 09.02.2017 tarih ve 17-06/56-22 sayılı, 18.04.2018 tarih ve 18-11/204-95 sayılı, 22.05.2018 tarih ve 18-15/279-138 sayılı, 13.12.2018 tarih ve 18-47/736-356 sayılı kararları.

<sup>23</sup> Bkz. Gözlükçülüğün Tarihsel Gelişimi ve Türkiye’de Gözlük Sektörü, E. Özdemir, S. Kabak, İTO Bilgiyi Ticarileştirme ve Araştırma Vakfı İstanbul Düşünce Akademisi, s. 118, <https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/dokuman/gozlucculugun-tarihsel-gelisimi-ve-turkiye-de-gozluk-sektoru/567>, Erişim tarihi: 15.05.2021.

“Hastaneye/göz hekimine yakın olan müesseseye giderim.” şeklinde yanıt veren tüketicilerin tercihini büyük olasılıkla bağımsız optiklerden yana kullanacağı değerlendirilmektedir. Diğer cevapları veren tüketicilerin ise zincir optikleri mi yoksa bağımsız optikleri mi tercih edeceği yönünde bir öngöründe bulunmak mümkün gözükmemekte, bir başka deyişle anılan tüketicilerin her iki formattaki optik mağazaları tercih etmesinin de ihtimal dâhilinde olduğu anlaşılmaktadır.

- (103) Bahse konu çalışmada, aynı anket kapsamında katılımcılara yöneltilen “Gözlük müessesesi tercihiniz nedir” sorusuna ise; katılımcıların %80,73’ünün “Bireysel optisyenlik müesseselerini<sup>24</sup> tercih ederim”, %19,27’sinin ise “Kurumsal (zincir) optisyenlik müesseselerini tercih ederim” şeklinde cevap verdiği ifade edilmiştir. Söz konusu oranlardan, tüketicilerinin büyük çoğunluğunun tercihinin bireysel optiklerden yana olduğu anlaşılmaktadır. Çalışmada, kurumsal firmaların büyük bölümünün müesseselerinde anket yapılmasına izin vermediği, bu soruya verilen yanıtlar arasındaki farkta bu durumun etkisi olabileceği belirtilmiştir.
- (104) Aşağıda, işlem taraflarınca sunulan 2016-2019 yıllarına ilişkin zincir optikler ile bağımsız optiklerin pazar paylarına yer verilmektedir:

Tablo 6- Zincir Optikler ile Bağımsız Optiklerin Değer Bazında (TL) Pazar Payı (%)

Mağaza Tipi	2016	2017	2018	2019
Zincir Optik	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Bağımsız Optik	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüsten Gelen Bilgiler ve Raportör Hesaplamaları

- (105) Tablo incelendiğinde, bağımsız optiklerin payının yıllar bazında azaldığı ancak halen bu kanalın zincir optikler karşısında ağırlığını koruduğu dikkat çekmektedir. Yukarıda yer verilen bilgiler göz önünde bulundurularak ve konuya arz odaklı yaklaşılarak aynı mevzuat çerçevesinde ve aynı ürün portföyüyle tüketicilere hizmet veren bireysel optikler ile zincir optikler arasında fark bulunmadığı değerlendirilmektedir. Konuya talep odaklı yaklaşıldığında ise, tüketici tercihlerini belirleyen ve zincir optikler ile bağımsız optikler arasında bir ayrıma gidilmesini gerekli kılan somut bir parametre bulunmadığından, böyle bir ayrımın pazarın gerçekleriyle bağdaşmayacağı anlaşılmaktadır. Sonuç olarak, optik ürünlerin perakende satışı bakımından bireysel optikler ile zincir optiklerin rekabet halinde oldukları kanaatine varılmaktadır.
- (106) Perakendeci tipi kapsamında üzerinde durulması gereken bir diğer konu, SUNGLASS HUT gibi yalnızca güneş gözlüğü satışı gerçekleştiren mağazalar ile içerisinde güneş gözlüğü satışına özgülenmiş bir bölüm barındıran departman mağazalarının (Boyner, Beymen gibi bölümlü mağazalar), optik mağazalar üzerinde rekabetçi baskı yaratıp yaratamayacağıdır. Aşağıda, optik ürünlerin perakende satışları içerisinde departman mağazalarında yapılan satışların payını gösteren tabloya yer verilmektedir:

Tablo 7- Departman Mağazalarında Satılan Optik Ürünlerin Toplam Optik Ürün Satışları İçindeki Payı

Yıllar	Departman Mağazaları Satışları (TL)	Departman Mağazaları Satışlarının Payı (%)
2016	(.....)	(.....)
2017	(.....)	(.....)
2018	(.....)	(.....)
2019	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüsten Gelen Bilgiler ve Raportör Hesaplamaları

<sup>24</sup> Çalışmada, bireysel optisyenlik müessesesi” ifadesi, kararda geçen “bağımsız optik” ifadesi ile aynı anlamda kullanılmıştır.

- (107) Tablodan görüldüğü üzere, departman mağazalarında gerçekleştirilen optik ürün satışları, toplam optik ürün satışlarının yaklaşık %(...)'sini oluşturmaktadır. Optisyenlik Kanunu uyarınca, optisyenlik müesseseleri dışında reçeteli ürün satışı gerçekleştirilemediği göz önünde bulundurulduğunda, söz konusu oranın azımsanamayacak boyutta olduğu söylenebilecektir. Toplamda 93 mağazası bulunan SUNGLASS HUT'ın mağazalarının yarısından fazlası (53 adet) Boyner ve Beymen departman mağazalarında yer almaktadır.
- (108) Departman mağazalarının yalnızca birbiriyle mi yoksa her bir bölümü bakımından ilgili bölüm alanında uzmanlaşmış mağazalarla da mı rekabet halinde olduğu hususunda, Kurulun 09.08.2012 tarihli ve 12-41/1162-378 sayılı *YKM/Boyner* kararı dikkate alınabilecektir. Departman mağazalarının/bölümlü mağazaların, gıda dışı perakende sektöründe yer alan birçok alt segmenti aynı çatı altında barındıran bir mağaza formatı olarak tanımlandığı kararda, çeşitli bankalardan kredi kartı harcamalarına ilişkin veri toplanarak müşteri tercihleri hakkında bir analiz gerçekleştirildiği görülmektedir. Söz konusu analiz sonucunda kararda; tüketicilerin bölümlü mağazalardan sonraki ilk tercihlerini diğer bir bölümlü mağazadan ziyade uzmanlaşmış mağazalardan yana kullanabildikleri ve bu anlamda tüm seçenekleri değerlendirdikleri belirtilmiş, dolayısıyla bölümlü mağazalar ile uzmanlaşmış mağazaların rekabet halinde oldukları kabul edilerek ilgili ürün pazarı "*orta ve üst gelir grubuna hitap eden bölümlü mağazalar ile uzmanlaşmış mağazalar*" olarak tanımlanmıştır. Kurulun anılan kararından yola çıkılarak, güneş gözlüğü satışı gerçekleştirilen departman mağazalarının, güneş gözlüklerinin perakende satışı bakımından optik mağazalar üzerinde rekabetçi baskı uygulayabildiği çıkarımında bulunmak mümkündür. Bu durumda, SUNGLASS HUT gibi yalnızca güneş gözlüklerinin perakende satışını gerçekleştiren mağazaların optik mağazalar üzerinde rekabetçi baskı kurduğunun kabulü gerekmektedir.
- (109) Öte yandan, aynı noktadan hareketle, tamamlayıcı ürün olarak güneş gözlüğü satışı gerçekleştiren H&M, Zara gibi hazır giyim mağazalarının optik mağazaları ile rekabet halinde olmadıkları değerlendirilmektedir. Zira bahsi geçen mağazaların uzmanlık alanları hazır giyim perakendeciliği olup, bu noktalardaki güneş gözlükleri daha çok hazır giyim alışverişi yapmayı amaçlayan tüketicilerin anlık tercihlerine konu olmaktadır. Bu anlamda asıl hedefi güneş gözlüğü almak olan tüketicilerin gözünde, bahsi geçen mağazaların optik mağazaların bir ikamesi olarak görülme ihtimalinin zayıf olduğu değerlendirilmektedir<sup>25</sup>.
- (110) Son olarak optik ürünlerin perakende satışı bakımından geleneksel kanal (fiziki mağazalar) ile çevrimiçi kanalın (internet satışları) rekabet halinde olup olmadıkları hususu üzerinde durulması gerekmektedir<sup>26</sup>. Aşağıdaki tabloda, optik ürünlerin çevrimiçi kanaldaki satışları ile bu satışların toplam optik ürünlerin perakende satışı içindeki payına yer verilmektedir:

<sup>25</sup> Bunda hazır giyim mağazaları güneş gözlükleri ile optik mağazalarda satılan güneş gözlüklerinin arasında kalite, marka ve fiyat bakımından ciddi farklılıklar bulunması da etkilidir. Bununla birlikte, yatay seviyede ilgili ürün pazarının tüm ürün gruplarını kapsayacak "optik ürünlerin perakende satışı" olarak belirlenmesi nedeniyle, güneş gözlüklerinin toptan satışından farklı olarak perakende satışında markalı-markasız gibi bir ayırım üzerinde durulmamıştır. Bunun yerine, esasen yine tüketici algısı ve tercihleri temeline dayanan mağazaların uzmanlık alanlarına odaklanması yerinde görülmüştür.

<sup>26</sup> Optisyenlik Kanunu uyarınca reçeteli gözlükler ile lenslerin münhasıran optisyenlik müesseseleri tarafından satışı mümkün olduğundan, çevrimiçi kanal bakımından yapılacak tartışmalar güneş gözlüğü ile solüsyon ve temizlik ürünleri gibi yan ürünler için önem arz etmektedir. Ancak, günümüzde yasal olmamakla birlikte reçeteli lens satışı gerçekleştiren internet siteleri bulunduğu bilinmektedir.



Tablo 8- Optik Ürünlerin Çevrimiçi Kanaldaki Satışları ve Toplam Perakende Satışlar İçerisindeki Payı

Yıllar	Çevrimiçi Kanal (TL)	Çevrimiçi Kanalin Payı (%)
2016	(.....)	(.....)
2017	(.....)	(.....)
2018	(.....)	(.....)
2019	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüsten Gelen Bilgiler ve Raportör Hesaplamaları

- (111) Yukarıdaki tablo incelendiğinde, optik ürünlerin perakende satışında çevrimiçi kanal satışlarının yaklaşık % (.....) pazar payıyla kendine yer edindiği ve bu payın istikrarlı şekilde arttığı görülmektedir. Diğer yandan, çevrimiçi satış yapan perakendecilerin fiziksel mağazalara kıyasla daha düşük fiyatlarla satış yaptığı vurgulanmalıdır. Özellikle, çevrimiçi platformlar tüketiciye önemli oranlarda indirim sunmaktadır.
- (112) Geçmiş tarihli Kurul kararları incelendiğinde<sup>27</sup>, elektronik ortamda yapılan satışlar geleneksel satışlarla rekabet halinde ise bu iki kanalın aynı pazarda kabul edileceği; tamamen yeni ve yalnızca elektronik ortamda satılan bir ürünün mevcudiyeti halinde ya da bir ürünü elektronik ortamda satmanın önemli avantajlar sağlaması durumunda ise bahse konu ürünün e-ticaretinin ayrı bir pazar olarak tanımlanacağı belirtilmiştir. Bu iki kanal arasındaki farklara yönelik rekabetçi parametreler açısından *Sahibinden.com* kararında hizmetin niteliğini belirleyen faydalanma kolaylığı, erişilebilirlik (geniş kitlelere ulaşma), zaman tasarrufu gibi unsurlar dikkate alınmış ve gazete ilanı ve emlak ofisleri gibi mecraların ikame unsuru olarak değerlendirilemeyeceği belirtilmiştir<sup>28</sup>. Benzer şekilde *Booking*<sup>29</sup> ve *Yemek Sepeti*<sup>30</sup> kararlarında da çevrimiçi kanalların kapsamlı görsellere yer vermeleri, belli süreler içinde ücretsiz iptal imkânı sunmaları, tüm fırsat ve indirimlerden tüketicileri hızlıca haberdar edebilme aracı olabilmeleri, tek noktadan birden fazla işlem yapılabilmesini sağlamaları, belli nitelikteki tüm ürünlerin karşılaştırılabilmesi ve en uygun olanının (fiyat vb. koşullar bakımından) seçimini kolaylaştırmaları hususları değerlendirilerek çevrimiçi kanalın geleneksel kanallardan farklı pazarda yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır. Öte yandan, Kurulun *D&R* kararında ise perakende kitap satışı bakımından geleneksel kanalın çevrimiçi kanal üzerinde baskı kurup kurmadığından bağımsız olarak, çevrimiçi kanalın geleneksel kanal üzerinde özellikle fiyat bakımından rekabetçi baskı kurabildiği değerlendirilmiş ve söz konusu husus yeterli görülerek her iki kanal aynı ürün pazarında kabul edilmiştir<sup>31</sup>.
- (113) Çevrimiçi kanal da güneş gözlükleri bakımından optik ürünlerin perakende satışında faaliyet gösteren mağazalar üzerinde rekabetçi baskı oluşturabileceğinden, çevrimiçi satışlar ilgili ürün pazarına dâhil edilmiştir.

<sup>27</sup> 25.03.2004 tarih ve 04-22/231-48 sayılı *Yemek Sepeti* kararı, 03.01.2013 tarih ve 13-01/7-7 sayılı *E-ticaret* kararı, 09.06.2016 tarih ve 16-20/347-156 sayılı *Yemek Sepeti* kararı, 05.01.2017 tarih 17-01/12-4 sayılı *Booking* kararı, 04.05.2017 tarih ve 17- 15/175-87 sayılı *Sahibinden.com* kararı.

<sup>28</sup> Kurulun 04.05.2017 tarih ve 17- 15/175-87 sayılı *Sahibinden.com* kararı, para.15.

<sup>29</sup> Kurulun 05.01.2017 tarih 17-01/12-4 sayılı *Booking* kararı, para. 41.

<sup>30</sup> Kurulun 09.06.2016 tarih ve 16-20/347-156 sayılı *Yemek Sepeti* kararı, para. 83-92.

<sup>31</sup> Kurulun 29.05.2018 tarih ve 18-16/293-146 sayılı kararı. Benzer şekilde, Kurulun 22.11.2018 tarih ve 18-44/703-345 sayılı *Sony* kararında da, online kanal satışlarının toplam satışlar içerisinde oldukça sınırlı bir paya sahip olduğu, bu durumun, online kanal bakımından yeniden satış fiyatlarına müdahalenin rekabeti kısıtlayıcı etkisini azalttığı belirtilse de, tüketicilerin mağazadan bir ürün almadan önce bile ilgili ürünün online satış fiyatlarını kontrol ettiği, bunu pazarlık aracı olarak kullandığı, dolayısıyla bu durumun internette görünen fiyatların pazarda genel bir baskı yaratmasını sağladığı hususlarına vurgu yapılmıştır.

### G.5.2. İlgili Coğrafi Pazar

(114) ESSI-LUX ve iştirakleri ile bunların rakiplerinin dağıtımını yaptığı güneş gözlüklerinin, optik çerçevelerin ve oftalmik lenslerin tüm Türkiye'ye satılması, nakliye maliyetlerinin çok düşük olması ve buna bağlı olarak optisyenlere satışların dağıtım ağı gerektirmemesi, dolayısıyla bölgesel seviyede pazar tanımlanmasının koşullarının oluşmaması nedeniyle dikey örtüşme çerçevesinde tanımlanan;

- “stok lenslerin üretimi ve toptan satışı”,
- “yarı işlenmiş lenslerin (RX lenslerin) toptan satışı”,
- “markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı” ve
- “markalı reçeteli optik gözlük çerçevelerinin toptan satışı”

ilgili ürün pazarları bakımından coğrafi pazar “Türkiye” olarak belirlenmiştir.

(115) Öte yandan, yatay örtüşme çerçevesinde tanımlanan “*optik ürünlerin perakende satışı*” bakımından ise tüketicilerin alışveriş amacıyla sınırlı bir mesafeyi göze alabileceği değerlendirilmektedir. Bu anlamda, bir optik mağazanın müşteri çekim alanının tüm ülkeyi kapsayamayacağı açıktır. Bölgesel pazar tanımı kapsamında bir sınır ortaya koymak açısından Kurulun hızlı tüketim malları organize perakende sektörüne ilişkin kararları yol gösterici olması bakımından incelendiğinde, bazı kararlarda<sup>32</sup> ilgili coğrafi pazarların il bazında ele alındığı, bazı kararlarda<sup>33</sup> ise ilçe bazında ele alındığı görülmektedir.

(116) Optik ürünlerin hızlı tüketim mallarına kıyasla anlık tüketim ve ihtiyaçlara konu olma ihtimali daha düşüktür. Dolayısıyla, optik ürün alışverişi gerçekleştirecek tüketiciler bu işleri için daha fazla zaman ve daha uzun mesafeyi göze alabileceklerdir. Bu noktadan hareketle, optik ürünlerin perakende satışı bakımından il sınırlarından daha dar bir bölgesel pazar tanımının gerekli olmadığı değerlendirilerek; anılan pazar bakımından tarafların faaliyetlerinin kesiştiği “Adana”, “Ankara”, “Antalya”, “Balıkesir”, “Bursa”, “Denizli”, “Eskişehir”, “Gaziantep”, “İstanbul”, “İzmir”, “Kocaeli”, “Mersin”, “Muğla” ve “Samsun” illerinin her biri ayrı ilgili coğrafi pazar olarak ele alınabilecektir<sup>34</sup>. Bununla birlikte, mevcut dosyada detaylı bir pazar tanımı yapmanın sonuca herhangi bir etkisi olmayacağından hareketle, perakende seviyesi bakımından ilgili coğrafi pazar tanımlanmamıştır.

(117) Son olarak “oftalmik makine, teçhizat ve sarf malzemelerinin üretimi ve dağıtım pazarı” bakımından coğrafi pazar anlamında kesin bir tanımlamaya gidilmeyecek olup, hem küresel hem de Türkiye ölçeğindeki veri ve değerlendirmeler sunulacaktır.

### G.6. DEĞERLENDİRME

(118) 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesinde, bir ya da birden fazla teşebbüsün başta hâkim durum yaratılması ya da mevcut bir hâkim durumun güçlendirilmesi olmak üzere

<sup>32</sup> Kurulun 17.06.2005 tarih ve 05-40/557-136 sayılı *Carrefour-Gima* kararı, 04.05.2006 tarih ve 06-32/392-102 sayılı *Kiler-Canerler* kararı, 18.12.2008 tarih ve 08-73/1158-452 sayılı *Migros-Yonca* kararı, 17.06.2010 tarih ve 10-44/774-256 sayılı *Migros-Egeden* kararı.

<sup>33</sup> Kurulun 31.10.2005 tarih ve 05-76/1030-287 sayılı *Migros-Tansaş* kararı, 06.07.2006 tarih ve 06-47/632-180 sayılı *Kiler-Güler* kararı, 05.04.2007 tarih ve 07-30/293-110 sayılı *Makromarket-Nazar* kararı, 15.07.2009 tarih ve 09-33/728-168 sayılı *Kiler-Yimpaş* kararı, 23.02.2011 tarih ve 11-10/186-62 sayılı *Migros-Greens* kararı, 09.02.2012 tarih ve 12-06/185-47 sayılı *Kipa-Ardaş* kararı, 09.02.2017 tarih ve 17-06/56-22 sayılı *Migros-Kipa* kararı.

<sup>34</sup> Bunlardan Antalya, Balıkesir, Denizli, Gaziantep, Kocaeli ve Samsun illerinde SUNGLASS HUT ayrı bir mağaza olarak değil, Boyner mağazalarının içinde yer alan bölümlerinde faaliyet göstermektedir.

ülkenin bütünü yahut bir kısmında herhangi bir mal veya hizmet piyasasındaki etkin rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğuracak şekilde gerçekleştirdikleri birleşme ve devralma işlemleri yasaklanmaktadır. 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi ve 2010/4 sayılı Tebliğ uyarınca izne tabi olan birleşme ve devralma işlemleri öncelikle, işlem sonucunda teşebbüslerin tek başına veya birlikte, hakim durum kavramının işaret ettiği güce ulaşıp ulaşamayacakları veya işlem öncesinde mevcut olan bu nitelikteki bir gücü artırıp artıramayacakları açısından değerlendirilmelidir.

- (119) İşlem tarafları ESSI-LUX ve ATASUN'un faaliyetlerinin "optik ürünlerin perakende satışı pazarı"nda yatay, "stok lenslerin toptan satışı", "yarı işlenmiş lenslerin (RX lenslerin) toptan satışı", "markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı", "markalı ve reçeteli optik gözlük çerçevelerinin toptan satışı" ve "oftalmik makine, teçhizat ve sarf malzemelerinin üretimi ve dağıtım pazarı"nda dikey olarak örtüştüğü görülmektedir. Bu nedenle işlem hem yatay hem de dikey örtüşmeler bakımından değerlendirilmelidir.
- (120) Hakim durumun belirlenmesinde pazar payları, pazara giriş koşulları ve alıcıların pazarlık gücü gibi unsurlar dikkate alınmaktadır. Bu doğrultuda aşağıda söz konusu pazarlar açısından hâkim durum analizine yer verilecek, daha sonra bildirim konusu işlemin yatay ve dikey etkileri ayrı ayrı değerlendirilecektir.

#### Pazar Payı ve Rakiplerin Pazardaki Konumu

- (121) Rekabet hukuku analizlerinde belirli bir piyasada pazar gücünün tespitinde kullanılan en önemli gösterge, incelenen teşebbüsün ve rakiplerinin pazar payıdır. Pazar paylarının hesaplanabilmesi için öncelikle ESSI-LUX ve ESSI-LUX ile aynı pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerin "oftalmik lenslerin toptan satışı", "markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı", "markalı reçeteli optik gözlük çerçevelerinin toptan satışı" pazarlarındaki satış bilgileri incelenmiştir. Bu bölümde son olarak "oftalmik makine, teçhizat ve sarf malzemelerinin üretimi ve dağıtım pazarı"nda ESSI-LUX'un en iyi tahminlerine dayanılarak hazırlanmış verilere yer verilecektir.
- (122) Buna göre, oftalmik lenslerin toptan satışı pazarında ve bu pazarın alt kırılımlarında faaliyet gösteren teşebbüslerin 2016-2019 yılları arasındaki pazar payları, 2019 yılı değer bazında pazar payı en yüksek olan ilk 10 teşebbüs için aşağıdaki gibidir.

Tablo 9- Oftalmik Lenslerin Toptan Satışı Pazarındaki Paylar (%)

Oftalmik Lens Toplam (Stok+RX)								
	2016		2017		2018		2019	
	Adet	TL	Adet	TL	Adet	TL	Adet	TL
ESSI-LUX	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERVE CAM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
OPAK LENS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BETA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
CEMFA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ADELLENS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HOYA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SEIKO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Tablo 9'un devamı								
	2016		2017		2018		2019	
	Adet	TL	Adet	TL	Adet	TL	Adet	TL
AKAY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HAZEL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Diğer <sup>35</sup>	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100,00	100,00	~100,00	~100,00	~100,00	100,00	~100,00	100,00
Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Bilgiler								

- (123) Yukarıda yer verilen tablodan görüldüğü üzere oftalmik lenslerin toptan satışı pazarında OPAK, İŞBİR, TORA ve ALTRA'yı kontrolünde bulunduran ESSI-LUX'un pazar payı 2016-2019 yılları itibarıyla ciro bazında %(.....), adet bazında %(.....) aralığındadır. ESSI-LUX 2019 yılında ciro bazında %(.....) oranında pay elde etmiş olup en yakın rakibi MERVE CAM %(.....), ikinci rakibi OPAK LENS ise %(.....) oranında paya sahiptir. ESSI-LUX pazarın neredeyse yarısına hâkim durumdadır ve en yakın rakibinin yaklaşık (.....) katı pazar payına sahiptir.
- (124) Aşağıdaki tablolarda, 2019 yılı değer bazında pazar payı en yüksek olan 10 teşebbüsün pazar payları stok lens ve RX lens kırılımında sunulmaktadır.

Tablo 10- Stok Lenslerin Toptan Satışı Pazarındaki Paylar (%)

Stok Lens								
	2016		2017		2018		2019	
	Adet	TL	Adet	TL	Adet	TL	Adet	TL
ESSI-LUX	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
OPAK LENS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERVE CAM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ADELLENS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SEİKO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HOYA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BETA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HAZEL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
CEMFA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
NEŞE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	~100,00	100,00	~100,00	~100,00	100,00	~100,00	100,00	~100,00
Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Bilgiler								

- (125) Tabloya göre stok lenslerin toptan satışı pazarında ESSI-LUX'un pazar payı 2019 yılında ciro bazında %(.....), adet bazında %(.....) olarak gerçekleşmiştir. ESSI-LUX'u ciro bazında %(.....) ile OPAK LENS, %(.....) ile MERVE CAM takip etmektedir. Stok lens kırılımında, oftalmik lenslerin toptan satışına nispeten daha düşük paya sahip olan ESSI-LUX, hala hâkim durum eşliğinin üzerinde bir paya sahiptir.

Tablo 11- RX Lenslerin Toptan Satışı Pazarındaki Paylar (%)

RX Lens								
	2016		2017		2018		2019	
	Adet	TL	Adet	TL	Adet	TL	Adet	TL
ESSI-LUX	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BETA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
CEMFA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERVE CAM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ADELLENS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HOYA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Tablo 11'in devamı								
	2016		2017		2018		2019	
	Adet	TL	Adet	TL	Adet	TL	Adet	TL
SEIKO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
AKAY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

<sup>35</sup> Oftalmik lenslerin toptan satışı pazarı ve bu pazarın alt kırılımları için hazırlanan tablolarda diğer sekmesi 20 adet teşebbüsün verisini içermektedir.

OPAK LENS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
OPSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	~100,00	100,00	~100,00	100,00	100,00	~100,00	100,00	~100,00
Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Bilgiler								

- (126) Tabloya göre ESSI-LUX'un, oftalmik lenslerin toptan satışı pazarındaki payıyla karşılaştırıldığında, bu pazarın RX lens kısmındaki payı kayda değer ölçüde yüksek seviyededir. Şöyle ki, 2019 yılında bu değer adet ve değer bazında yaklaşık %(.....) ve %(.....) olarak hesaplanmıştır. Dolayısıyla optisyenlerin reçete laboratuvarlarından yapmış oldukları, yarı tamamlanmış lens alımları bakımından ESSI-LUX'un vazgeçilmez bir tedarikçi olduğu anlaşılmaktadır.
- (127) Markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı pazarında, 2016-2019 dönemine ait adet ve değer bazında pazar payları, 2019 yılındaki satış değerine<sup>36</sup> göre ilk 10 teşebbüs için aşağıdaki tabloda gösterilmektedir<sup>37</sup>.

Tablo 12- Markalı Güneş Gözlüklerinin Toptan Satışı Pazarında Paylar (%)

	Güneş Gözlüğü							
	2016		2017		2018		2019	
	Adet	TL	Adet	TL	Adet	TL	Adet	TL
ESSI-LUX	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERVE OPTİK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SAFİLO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ELİT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERCAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ENTERNASYONAL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ARIKAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TURKUAZ TOPTAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DERİGO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	~100,00	~100,00	100,00	~100,00	~100,00	100,00	~100,00	100,00
Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Bilgiler								

- (128) Tabloda görüldüğü üzere, ESSI-LUX, 2016-2019 yılları arasında markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı pazarında adet bazında %(.....), değer bazında ise %(.....) aralığında pazar payı elde etmiştir. 2016-2019 yıllarında satış değer bazında ESSI-LUX'un pazar payının %(.....)'in üzerinde gerçekleştiği, 2018 yılı haricinde pazar payını arttırdığı görülmektedir. ESSI-LUX'u adet bazında %(.....) ve değer bazında %(.....) pazar payıyla MERVE OPTİK takip etmektedir. MERVE OPTİK'ten sonra söz konusu pazardaki en büyük oyuncu ise değer bazında yaklaşık %(.....) pazar payına sahip olan SAFİLO'dur. Bu haliyle ESSI-LUX'un, en yakın rakibinin yaklaşık (.....) katı, en yakın ikinci rakibinin ise yaklaşık (.....) katı büyüklüğe ulaştığı görülmektedir. Pazarda çok sayıda rakibin faaliyet gösterdiği ve geriye kalan rakiplerin paylarının çok düşük olduğu, paylarının toplamının (.....) dahi etmediği dikkate alındığında, rakiplerin

<sup>36</sup> 01.10.2018 tarih, 18-36/585-286 sayılı Kurul kararıyla paralel olarak satış değerleri üzerinden hesaplanan pazar paylarının teşebbüslerin pazar güçlerini daha iyi yansıtacağı değerlendirilmiştir. Bahsi geçen Kurul kararında markalı güneş gözlüğü pazarında, ürünlerin taşıdıkları markaların tüketici nezdindeki bilinirliği ve imajı, ürünün yapımında kullanılan malzemenin kalitesi ve üründe kullanılan taş, işleme vb. unsurlar neticesinde ürünlerin farklılaştırılmış olmasından bahisle güneş gözlüğü fiyatlarının çok geniş bir aralıkta seyrettiği, toptan seviyede fiyatların 10 TL'den başlayarak 1.000 TL'nin üzerinde fiyatlara kadar çıkabildiği belirtilmiştir.

<sup>37</sup> Markalı güneş gözlükleri ve reçeteli optik gözlük çerçeveleri için hazırlanan tablolarda diğer sekmesi 60 adet teşebbüsün verisini içermektedir.

ESSI-LUX'a rekabetçi baskı uygulamaktan uzak olduğu değerlendirilmektedir.

- (129) Diğer taraftan markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı pazarında, ESSI-LUX Ray-Ban markası ile gücünü pekiştirmektedir. 23.02.2017 tarihli, 17-08/99-42 sayılı Kurul kararında Ray-Ban markasının, optikçiler bakımından mutlaka bulundurulması gereken (*must stock*) ürün olduğuna vurgu yapılarak, bulunmaması halinde söz konusu optikçilerin rekabette dezavantajlı bir konuma düşeceği tespiti yapılmıştır. Aşağıdaki tabloda, Ray-Ban'ın 2014-2019 yılları arasında elde ettiği pazar paylarına yer verilmektedir.

Tablo 13- Ray-Ban Markalı Güneş Gözlüklerinin Pazar Payı (%)

	2014		2015		2016		2017		2018		2019	
	Adet	TL	Adet	TL	Adet	TL	Adet	TL	Adet	TL	Adet	TL
Ray-Ban	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Bilgiler

- (130) ESSI-LUX'un sahibi olduğu Ray-Ban, 2019 yılında markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı pazarında %(.....) ile en yüksek paya sahip marka konumundadır. 2014-2019 yılları arasında, sahip olduğu pazar gücünü korumuş olan Ray-Ban'ın tüketici nezdinde bilinirlik bakımından da yüksek bir yüzdeyle pazarda lider konumunda olduğu anlaşılmaktadır<sup>38</sup>.
- (131) Markalı reçeteli optik gözlük çerçevelerinin toptan satışı pazarında, 2016-2019 dönemine ait adet ve değer bazında pazar payları, 2019 yılı değer bazında ilk 10 teşebbüs için aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 14- Markalı Reçeteli Optik Gözlük Çerçevelerinin Toptan Satışı Pazarında Paylar (%)

	Reçeteli Optik Gözlük Çerçevesi							
	2016		2017		2018		2019	
	Adet	TL	Adet	TL	Adet	TL	Adet	TL
ESSI-LUX	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERVE OPTİK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ARIKAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERCAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SER	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EFOR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
AYDIN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KAYATUR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ENTERNASYONAL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100,00	~100,00	~100,00	~100,00	100,00	100,00	~100,00	100,00

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Bilgiler

- (132) Tablodan görüldüğü üzere, 2019 yılında markalı reçeteli optik gözlük çerçevelerinin toptan satışı pazarında, değer bazında ESSI-LUX %(.....) pazar payı ile lider konumda bulunurken, ESSI-LUX'u %(.....) ile MERVE OPTİK, %(.....) ile ARIKAN ve %(.....) ile MERCAN takip etmektedir. 2016-2019 dönemine satış değerleri bazında genel olarak bakıldığında, ESSI-LUX'un en yakın rakiplerinin sırasıyla (.....) ve (.....) katı büyüklüğe ulaştığı görülmektedir.
- (133) Aşağıdaki tabloda 2016-2019 yıllarında, oftalmik makine ve teçhizat pazarının alt kırılımları için ESSI-LUX'un en iyi tahminlerine dayalı olarak sunulan pazar payları, küresel çapta ve Türkiye için ayrı ayrı sunulmaktadır.

<sup>38</sup> 01.10.2018 tarih, 18-36/585-286 sayılı Kurul kararı.

Tablo 15- ESSI-LUX'un Oftalmik Makine ve Teçhizat Pazarında Payları (%)

Oftalmik Makine ve Teçhizat									
		2016		2017		2018		2019	
		Adet	TL	Adet	TL	Adet	TL	Adet	TL
Yüzeleme Makineleri	Dünya	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Türkiye	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kaplama Makineleri	Dünya	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Türkiye	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Parlatma Makineleri	Dünya	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Türkiye	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Sarf Malzemeleri	Dünya	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Türkiye	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Masa Üstü Düzelticiler	Dünya	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Türkiye	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: ESSI-LUX

- (134) ESSI-LUX tarafından oftalmik makine ve teçhizat pazarının küresel ölçekli bir pazar olduğu ifade edilerek, en iyi tahminlerine dayansa dahi Türkiye pazar paylarının sağlıklı hesaplanmamış olabileceği ifade edilmiştir. Tabloda yer alan pazar paylarına bakıldığında, ESSI-LUX'un küresel ölçekteki gücünün, Türkiye coğrafi pazarına da yansıdığı, hatta küresel ortalamasına göre teşebbüsün Türkiye'de çok daha yüksek pazar payları elde ettiği söylenebilecektir. ESSI-LUX 2019 yılında Türkiye'de, ciro bazında parlatma makineleri hariç tabloda yer alan tüm ürün kategorilerinde ortalama % (.....) pay elde etmiştir. Diğer taraftan, oftalmik makine ve teçhizatlar, reçete laboratuvarlarının faaliyetlerini sürdürmeleri bakımından ihtiyaç duydukları en önemli girdilerden biridir. Oftalmik makine ve teçhizat ile sarf malzemelerinin üretimi ve dağıtım alanında ESSI-LUX dışında dünyada faaliyeti olan firmalardan bazıları Schneider, OptoTech, Nidek Co., Leybold Optics ve MEI firmalarıdır. Bununla birlikte, dosya kapsamında yapılan görüşmelerden, ESSI-LUX'un Türkiye'de faaliyet gösteren reçete laboratuvarlarının kullandığı makineler bakımından lider konumda olduğu bilinmektedir. Her ne kadar, ilgili sektörde faaliyet gösteren teşebbüslerin ilgili ürünleri ithalat yoluyla farklı firmalardan temin etmesi mümkün olsa da ESSI-LUX'un bu pazardaki yerleşik ve dikey bütünleşik gücü yadsınamaz boyutlardadır.

#### Pazara Giriş ve Pazarda Büyüme Engelleri

- (135) Hâkim durum değerlendirmesinde pazar payı en önemli ölçüt olarak kabul edilmekle birlikte, pazara giriş engellerinin varlığı ya da pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerin büyümesinin önündeki engeller, teşebbüsün pazardaki konumunu doğrudan etkileyen faktörler arasındadır.
- (136) Markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı pazarında, geçmiş tarihli Kurul kararlarıyla paralel olarak<sup>39</sup>; mutlak giriş engeli niteliğinde bir giriş engelinin olmadığı, pazara yeni girişler olsa da yıllardır pazarda bulunan güçlü markaların varlığı, yerleşik firmaların portföy güçleri ve dağıtım ağının önemi ile birlikte yeni girişlerin ESSI-LUX üzerinde kayda değer bir rekabetçi baskı yaratmadığı vurgulanmalıdır. Ray-Ban markasının sahip olduğu özel güç de ESSI-LUX'un bu pazardaki konumunu pekiştirmektedir.
- (137) Oftalmik lenslerin toptan satışı pazarı bakımından da mutlak pazara giriş engellerinden ziyade yapısal ve stratejik engeller ön plandadır. Bu kapsamda reçete laboratuvarı kurmak herhangi bir özel izne tabi olmayıp, genel sanayi tesisi açma kuralları geçerlidir. Reçete laboratuvarı kurmak için gereken sermaye yanında sektöre

<sup>39</sup> 23.02.2017 tarih, 17-08/99-42 sayılı ve 01.10.2018 tarih, 18-36/585-286 sayılı Kurul kararları.

fiili giriş, iyi işleyen bir dağıtım kanalı ve müşteri portföyünün oluşturulabilmesine bağlıdır. ESSI-LUX'un bu pazarda da yıllar itibarıyla gücünü korumuş olması, pazara yeni girişler olsa da bunun ESSI-LUX'un pazardaki konumunu koruması karşısında rekabetçi bir baskı oluşturmadığını göstermektedir. Stok lenslerin toptan satışı pazarı bakımından ise stok olarak alınan lensler optisyenlere dağıtılmaktadır. Herhangi bir oftalmik makine ve teçhizatı olmayan bir stok lens dağıtıcısı stok lensleri kendisi ithal ederek veya ithal eden teşebbüsten satın alarak dağıtımını yapabilecektir. Ancak bahsedilen yapısal ve stratejik giriş engellerinin bu pazar için de geçerli olduğu değerlendirilmektedir.

#### Alıcı Gücü

- (138) Dikey örtüşmenin söz konusu olduğu pazarlarda oluşacak gücün ve yoğunlaşma seviyesinin karşısında, müşterilerin alıcı gücüne sahip olup olmadığı hâkim durum değerlendirmesinin üçüncü unsurunu oluşturmaktadır.
- (139) Türkiye'de ruhsat sahibi 7.000'in üzerinde optisyen bulunmaktadır. Pazarda faaliyet gösteren zincir mağazaların yanında, pazarın çok büyük bir kısmı bağımsız optisyenlerden oluşmaktadır. Pazardaki talebin dağınık yapısına ve pazarda ESSI-LUX'e karşı dengeleyici alıcı gücünün bulunmadığına, ilgili sektörde alınan geçmiş tarihli Kurul kararlarında da yer verilmiştir<sup>40</sup>.
- (140) Özetle devralma işleminde devralan konumunda bulunan ESSI-LUX, oftalmik lens piyasasının tamamında faaliyet gösteren dikey bütünleşik yapıya sahip bir teşebbüstür. 01.10.2018 tarihli, 18-36/585-286 sayılı Kurul kararı sonrasında ESSILOR LUXOTTICA ile birleşmiş olup teşebbüsün ürün portföyü genişlemiştir. Halihazırda ESSI-LUX "stok lenslerin toptan satışı", "yarı işlenmiş lenslerin (RX lenslerin) toptan satışı" ve "markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı" pazarlarında, rekabet hukuku içtihatlarında hâkim durumun varlığına işaret ettiği kabul edilen bir pazar payına sahiptir. Pazara giriş ve büyüme engellerinin varlığı ile dengeleyici alıcı gücünün eksikliği de değerlendirildiğinde, ESSI-LUX'un bu üç ilgili ürün pazarında hâkim durumda olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.
- (141) "Markalı ve reçeteli optik gözlük çerçevelerinin toptan satışı" pazarı bakımından ise özellikle teşebbüsün sahip olduğu pazar payı göz önüne alındığında, hâkim durum tespiti yapılamamaktadır. Bununla birlikte ilgili pazarın, devralma işlemi bakımından diğer pazarlarla birlikte değerlendirilmesi gerekmektedir. Zira pazara giriş ve büyüme engellerinin varlığı ile dengeleyici alıcı gücünün eksikliği göz önüne alındığında, ESSI-LUX'un halihazırdaki portföy gücü ile birlikte "markalı ve reçeteli optik gözlük çerçevelerinin toptan satışı" pazarı bakımından da önemli derecede pazar gücüne sahip olduğu mütalaa edilmektedir. Ayrıca "oftalmik makine, teçhizat ve sarf malzemelerinin üretimi ve dağıtım pazarı"nda da ESSI-LUX güçlü bir konuma sahip bulunmaktadır. İlerleyen bölümlerde ESSI-LUX'un bahse konu pazarda sahip olduğu bu pazar gücü de ele alınacaktır. Kaldı ki hâkim durumda bulunulmasa dahi, bu pazarda ESSI-LUX'un sahip olduğu pazar gücüne bağlı olarak, işlem etkin rekabetin azaltılması sonucunu doğurabilecektir.
- (142) Daha önce de belirtildiği üzere, işlem taraflarının faaliyetleri "optik ürünlerin perakende satışı pazarı" bakımından yatay; diğer ilgili ürün pazarları bakımından ise dikey olarak örtüşmektedir. Bu nedenle işlemin hem yatay hem de dikey örtüşmeler bakımından değerlendirilmesi gerekmektedir.

<sup>40</sup> 23.02.2017 tarih, 17-08/99-42 sayılı ve 01.10.2018 tarih, 18-36/585-286 sayılı Kurul kararları.



### G.6.1. Yatay Etkilerin Değerlendirilmesi

- (143) Yukarıda da bahsedildiği üzere tarafların Türkiye'deki faaliyetleri yatay olarak optik ürünlerin perakende satışı pazarında örtüşmektedir. ESSI-LUX, SUNGLASS HUT aracılığıyla, GRANDVISION ise iştiraki ATASUN aracılığıyla bahsi geçen pazarda faaliyet göstermektedir. Coğrafi pazar bakımından ise tarafların faaliyetleri "Adana", "Ankara", "Antalya", "Balıkesir", "Bursa", "Denizli", "Eskişehir", "Gaziantep", "İstanbul", "İzmir", "Kocaeli", "Mersin", "Muğla" ve "Samsun" illerinde örtüşmektedir.
- (144) Yatay Birleşme ve Devralmaların Değerlendirilmesi Hakkında Kılavuz'da (Yatay Kılavuz) belirtildiği üzere göre yatay birleşme ve devralmalar temelde iki şekilde rekabeti önemli ölçüde azaltabilmektedir. Bunlardan ilki, tek taraflı etkiler bağlamında, işlem neticesinde ortaya çıkan teşebbüsün hâkim duruma gelmesi veya hâkim durumunu güçlendirmesi, ikincisi ise aralarında daha önce koordinasyon bulunmayan teşebbüslerin, koordinasyon içinde bulunmaları suretiyle rekabeti önemli ölçüde engellemeleridir. Bununla birlikte 7246 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun'la yapılan değişikliğe göre, 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi kapsamında birleşik teşebbüs hâkim duruma ulaşmasa dahi etkin rekabet önemli ölçüde azaltılabilecektir.

#### G.6.1.1. Tek Taraflı Etkiler Bakımından Değerlendirme

- (145) Tek taraflı rekabetçi etkilerin değerlendirilmesinde tarafların sahip olduğu pazar payı, 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 birden mevcut olması gerekmediği gibi, söz konusu etkiler birlikte değerlendirilmelidir.
- (146) Aşağıdaki tabloda 2016-2019 yılları arasında ATASUN ve SUNGLASS HUT'ın perakende seviyesinde, ciro bazında elde ettiği paylara yer verilmektedir.

Tablo 16- 2016-2019 Yıllarında Tarafların Perakende Pazarında Elde Ettiği Paylar (%)

	2016	2017	2018	2019
ATASUN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SUNGLASS HUT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: ESSI-LUX

- (147) Tabloya göre hem ATASUN hem de SUNGLASS HUT'ın yıllar itibarıyla pazar payını artırdığı görülmektedir. ATASUN'un 2016 yılında %(.....) olan pazar payı, 2019 yılında %(.....) olarak gerçekleşmiştir. Aynı oran SUNGLASS HUT için %(.....)'ten %(.....)'e çıkmıştır. Devralma sonrasında tarafların toplam pazar payı 2019 için %(.....) olacaktır. Yatay Kılavuz'da da belirtildiği üzere birleşik teşebbüslerin ilgili pazardaki paylarının toplamının %20'nin altında olması halinde, söz konusu devralma işleminin olumsuz etkilerinin ortaya çıkma ihtimalinin düşük olduğu varsayılmaktadır. Nitekim tarafların Türkiye coğrafi pazarındaki toplam pazar payı bu eşiğin altında kalmaktadır.
- (148) ESSI-LUX tarafından, rekabet hukuku alanında ekonomik analizler sunan danışmanlık şirketi RBB Economics'e (RBB) yaptırılan bir analiz paylaşılmıştır. Yerel düzeydeki perakende pazarlarını incelemek için mağaza sayma analizinin kullanıldığı çalışmada, ATASUN ve SUNGLASS HUT'ın sahip olduğu mağazalar dâhil toplamda 4.254 adet rakip optisyenden oluşan bir veri seti incelenmiştir<sup>41</sup>. Bu yöntemle, tarafların

<sup>41</sup> Rakip bilgileri için ESSI-LUX iştiraklerinden OPAK'ın müşteri listesi kullanılmıştır.

mağazalarının her biri için daire şeklinde bir yakalama alanı çizilmekte ve diğer tarafın bu yakalama alanı içinde bulunup bulunmadığı incelenmektedir. Taraflar arasında örtüşme bulunan yakalama alanlarının her biri için, ilgili alan içerisinde yer alan alternatiflerin sayısı belirlenmekte ve yoğunlaşma işlemi dolayısıyla bu alternatiflerin sayısında meydana gelecek değişim (örneğin, üçten ikiye, dörtten üçe) hesaplanmaktadır. Bahsi geçen analiz için RBB'nin tutucu bir yaklaşımla (.....) km'lik yakalama alanı belirlediği ifade edilmiştir<sup>42</sup>. Analiz sonucunda ulaşılan sonuçlara aşağıdaki tabloda yer verilmektedir.

Tablo 17- Mağaza Sayma Analizi Sonuçları

Analiz	Sonuç
2'den 1'e	(.....)
3'ten 2'ye	(.....)
4'ten 3'e	(.....)
5'ten 4'e	(.....)
6'dan 5'e	(.....)
7'den 6'ya	(.....)
8'den 7'ye	(.....)
Örtüşme Olmayan	(.....)
Kaynak: Bildirim Formu	

- (149) Tabloya göre, nispeten daha dar km'lik yakalama alanı belirlendiğinde dahi rekabetçi endişelerin ortaya çıkmadığı söylenebilecektir. Çok daha tutucu bir yaklaşımla (.....) km'lik bir yakalama alanı belirlendiğinde 3'ten 2'ye veya 4'ten 3'e sonuçlarına yol açan (.....) adet mağaza tespit edildiği, bu mağazalara daha yakından bakıldığında ise RBB'nin değerlendirmesinde kullanılan veri setinde yer almayan ilave rakipler tespit edildiği belirtilmiştir. Bu çerçevede, coğrafi pazar bakımından rekabetçi endişelere yol açabilecek bir yoğunlaşmanın ortaya çıkmadığı ve müşterilerin sağlayıcı değiştirme olanaklarının bulunduğu değerlendirilmektedir.
- (150) Diğer taraftan, ATASUN ve SUNGLASS HUT zincir mağazacılık formatıyla sektörde faaliyet göstermekte olup, DERİGO-OPMAR, EMO OPTİK, GÖZ GRUP ve KENT OPTİK gibi diğer zincir mağazaların yanında, 7.000'in üzerinde optisyenle rekabet etmektedir. En büyük rakip zincir olan (.....)'ın pazar payı 2019 yılı için %(.....) olarak hesaplanmıştır. Aynı teşebbüsün zincir mağazalar arasındaki pazar payı %(.....) olarak, ATASUN ve SUNGLASS HUT'ın ise sırasıyla %(.....) ve %(.....) olarak gerçekleşmiştir. Bununla birlikte, ATASUN'un bazı rakiplerinin, farklı sebeplerle piyasadan çıktığı bilinmektedir<sup>43</sup>. Tüm bu hususlar dikkate alındığında, zincir rakiplerin rekabetçi baskı yaratacak konumda olmadığı anlaşılmaktadır.
- (151) Tarafların birbirlerine yakın rakip olup olmadığına ilişkin olarak, ATASUN'un optik ürünlerin perakende satışı pazarında, geniş bir ürün portföyü ve farklı markalar ile nispeten uygun fiyatlı ürünlerin dağıtımını yaptığı, SUNGLASS HUT'ın ise yalnızca ESSI-LUX markalı güneş gözlüğü ürünlerinin satışını gerçekleştirdiği belirtilmelidir. Bu anlamda tarafların faaliyetleri dar bir ürün gamında kesişmekte ve fiyatlama bakımından da farklı müşteri gruplarına hitap etmektedir. Bu anlamda ATASUN'a

<sup>42</sup> Bildirim Formunda bahsi geçen analiz için İngiltere Rekabet Otoritesinin (Competition and Markets Authority) Tesco/Vision Express kararında taraflardan birisi için ortalama 5-10, diğeri için 10-15 km'lik alanlar tespit edildiği ifade edilmiştir.

([https://assets.publishing.service.gov.uk/media/59e9b28aed915d6aadcdaf2d/final\\_decision\\_vision\\_express\\_tesco.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/media/59e9b28aed915d6aadcdaf2d/final_decision_vision_express_tesco.pdf)) Erişim Tarihi: 03.06.2020)

<sup>43</sup> Magrabi Optik Optikal Ticaret A.Ş.'nin 2020 yılında faaliyetlerine son verdiği, Mert Optik Gözlükçüler San. ve Tic. A.Ş.'nin ise yaklaşık 30 adet mağazasını kapattığı bilinmektedir.

benzer şekilde optik ürünlerin tamamının satışını gerçekleştiren optisyenlerin, ATASUN'a daha yakın rakip olduğu söylenebilecektir.

- (152) Yapılan bu değerlendirmeler neticesinde, dosya konusu devralma işleminin tek taraflı etkilerinin hâkim durum yaratarak rekabeti önemli ölçüde engelleyecek nitelikte olmadığı kanaatine varılmaktadır.

#### **G.6.1.2. Koordinasyon Doğurucu Etkiler Bakımından Değerlendirme**

- (153) 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.
- (154) Yatay Kılavuz'da da belirtildiği üzere, az sayıda teşebbüsün faaliyet gösterdiği yoğunlaşmış pazarlarda koordinasyon olasılığı daha yüksektir. Optik ürünlerin perakende satışı pazarında 7.000'in üzerinde optisyen faaliyet göstermekte olsa da bu sayının çok büyük bir kısmı rekabetçi gücü görece düşük olan bağımsız optisyenlerden oluşmaktadır (tahmini 5.500 adet).
- (155) Optik ürünlerin perakende satışı pazarı, güneş gözlüğü, gözlük çerçevesi, oftalmik lens ve kontakt lens gibi birçok farklı ürün kategorilerini barındırmaktadır. SUNGLASS HUT bunlardan yalnızca güneş gözlüğü satışı gerçekleştirmektedir. Diğer taraftan SUNGLASS HUT'un Ray-Ban dahil yalnızca ESSI-LUX markalı ürünler satması ve Ray-Ban'ın sahip olduğu marka gücü, pazarda faaliyet gösteren iki önemli zincirin aynı ekonomik bütünlük içinde birleşecek olması nedeniyle değerlendirilmesi gereken bir konu haline gelmektedir.
- (156) SUNGLASS HUT ve ATASUN'un aynı ekonomik bütünlük içinde yer alması, perakende seviyesinde bir miktar yoğunlaşmayı artıracaktır. Bununla birlikte hem tek taraflı etkiler hem de koordinasyon doğurucu etkiler bakımından, yatay örtüşmenin rekabeti olumsuz etkileme ihtimali bu dosya bakımından düşük görülmektedir. Bu kapsamda sektördeki rekabetçi endişelerin temelini, işlemin yol açabileceği dikey rekabet sorunları oluşturmaktadır.

#### **G.6.2. Dikey Etkilerin Değerlendirilmesi**

- (157) ESSI-LUX'un Türkiye'de iştirakleri aracılığıyla optik ürünlerin toptan seviyesinde, GRANDVISION'un ise iştiraki ATASUN ile optik ürünlerin perakende seviyesinde faaliyet göstermesi nedeniyle, söz konusu işlemin dikey etkileri bulunmaktadır. Bu kapsamda, söz konusu devralma işleminin Yatay Olmayan Birleşme ve Devralmaların Değerlendirilmesi Hakkında Kılavuz (Yatay Olmayan Kılavuz) hükümleri uyarınca ele alınması ve olası rekabet karşıtı etkilerin bu bağlamda irdelenmesi gerekmektedir.
- (158) Farklı ilgili ürün pazarlarında faaliyet gösteren teşebbüsler arasında gerçekleşen birleşme ve devralma işlemleri yatay olmayan birleşme ve devralmalar olarak tanımlanmaktadır. ESSI-LUX iştirakleri vasıtasıyla "*stok lenslerin üretimi ve toptan satışı*", "*yarı işlenmiş lenslerin (RX lenslerin) toptan satışı*", "*markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı*", "*markalı reçeteli optik gözlük çerçevelerinin toptan satışı*", "*oftalmik makine, teçhizat ve sarf malzemelerinin üretimi ve dağıtımı*" ve "*optik ürünlerin perakende satışı*" pazarlarında faaliyet göstermektedir. GRANDVISION ise ATASUN vasıtasıyla "*optik ürünlerin perakende satışı*" pazarında faaliyet

göstermektedir. Bu kapsamda ilgili işlem aynı zamanda dikey bir devralma işlemidir.

- (159) Dikey devralmaların değerlendirilmesi kapsamında Yatay Olmayan Kılavuz'da, işlem tarafı olan teşebbüslerin faaliyet gösterdikleri pazarların genel olarak alt pazar ve üst pazar olarak ayırma tabi tutulduğu ve üst pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerin, alt pazarda faaliyet gösteren teşebbüslere girdi sağladıklarının kabul edildiği belirtilmektedir. Bu kapsamda, ESSI-LUX ve GRANDVISION'un faaliyet gösterdiği optik ürünlerin perakende satışı pazarı alt pazar olarak, ESSI-LUX'un faaliyet gösterdiği yukarıda yer verilen diğer pazarlar üst pazarlar olarak nitelendirilebilecektir.
- (160) Dikey devralmalar, yatay devralmalardan farklı olarak aynı ilgili pazarda faaliyet gösteren teşebbüsler arasındaki rekabetin doğrudan ortadan kaldırılmasına veya azaltılmasına yol açmamaktadır. Bu bakımdan dikey devralmaların yatay devralmalara kıyasla daha az rekabetçi endişe barındırdığı kabul edilmektedir. Ayrıca dikey devralmaların, işlem maliyetlerini önemli derecede azalttığı, çifte tekelci fiyatlandırmayı ortadan kaldırarak nihai ürün fiyatını düşürme veya çıktı miktarını artırma yönünde güdü sağladığı, üretim, dağıtım ve satış organizasyonu bakımından da birtakım etkinlikler doğurabildiği ileri sürülmektedir.
- (161) Bununla birlikte, dikey devralmalar bazı durumlarda, hâkim durum yaratma veya hâkim durumu güçlendirerek rekabeti önemli ölçüde azaltabilme potansiyeli taşımaktadır. Bu kapsamda Yatay Olmayan Kılavuz'da, dikey devralmaların rekabet üzerinde tek taraflı etkiler ve koordinasyon doğurucu etkiler olmak üzere başlıca iki tür olumsuz etkisi bulunduğu ifade edilmektedir. Bununla birlikte 7246 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun'la birlikte 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi kapsamında birleşik teşebbüs hâkim duruma ulaşmasa dahi etkin rekabet önemli ölçüde azaltılabilecektir. Bu nedenle, dosya konusu işlemin bu kapsamda da ele alınması gerekmektedir.
- (162) Tek taraflı etkiler, esas olarak dikey devralmaların pazar kapamaya neden olup olmadığı hususunda incelenmektedir. Bu kapsamda pazar kapama, devralma işlemi neticesinde mevcut veya potansiyel rakiplerin tedarik kaynaklarına erişiminin zorlaştırılması veya engellenmesi neticesinde, rakiplerin etkili bir şekilde rekabet edebilme imkân ve güdülerinin azaltılması şeklinde ifade edilmektedir. Öte yandan Yatay Olmayan Kılavuz'da pazar kapama, girdi kısıtlaması (input foreclosure) ve müşteri kısıtlaması (customer foreclosure) olarak iki farklı şekilde ele alınmıştır.
- (163) Koordinasyon doğurucu etkiler ise devralma öncesinde davranışlarını uyumlaştırmadan faaliyet gösteren teşebbüslerin işlem sonrasında aralarındaki koordinasyon yoluyla fiyatları yükseltme veya rekabeti azaltma ihtimallerinin artması olarak tanımlanmaktadır. Yatay Olmayan Kılavuz'da ayrıca, devralma öncesinde pazardaki teşebbüslerin zaten koordinasyon halinde faaliyet gösteriyor olmaları halinde, devralma işleminin mevcut koordinasyonun daha kolay, kalıcı ve etkili bir biçimde sürdürülmesini destekleyeceği belirtilmiştir.
- (164) Söz konusu bilgiler ışığında dosya konusu dikey devralma işleminin esas olarak rekabeti sınırlayıcı etkileri, tek taraflı etkiler ve koordinasyon doğurucu etkiler bağlamında ele alınacak; tek taraflı etkilerse girdi kısıtlaması ve müşteri kısıtlaması şeklinde ayrı başlıklar kapsamında incelenecektir.

## G.6.2.1. Tek Taraflı Etkiler Bakımından Değerlendirme

### G.6.2.1.1. Girdi Kısıtlaması

- (165) Girdi kısıtlaması temel olarak, birleşik teşebbüsün devralma sonrası sağlayıcısı olduğu girdilerin alt pazarda faaliyet gösteren rakip teşebbüslere arzını kısıtlayarak devralma öncesi fiyat ve koşullardan girdi temin etmelerini zorlaştırması ve bunun sonucunda maliyet artışına neden olması olarak tanımlanmaktadır. Bu durumsa birleşik teşebbüse tüketiciye uyguladığı fiyatları artırabilme imkânı sağlayacaktır.
- (166) Girdi kısıtlaması konusunda, birleşik teşebbüsün girdi kısıtlama imkân ve güdüsü olup olmadığı değerlendirilmekte ve en nihayetinde böyle bir pazar kapama uygulamasının alt pazarda rekabeti önemli ölçüde bozup bozmayacağı dikkate alınmaktadır. Bu hususlar genelde iç içe geçmiş olması nedeniyle değerlendirme safhasında birlikte ele alınmaktadır.
- (167) Yatay Olmayan Kılavuz'da girdi kısıtlaması değerlendirmelerinde, ilk olarak girdinin alt pazardaki üretim açısından önemli bir girdi olup olmadığı dikkate alınmaktadır. Pazar kapama, ilgili girdinin önemli olması halinde gündeme gelebilmektedir. Ayrıca, alt pazardaki üretim maliyetlerinde önemli bir kalem oluşturmasının yanında girdi, maliyet dışı faktörlerle de önemini koruyabilmektedir. Bununla birlikte, Yatay Olmayan Kılavuz'da, girdi kısıtlaması yoluyla pazar kapama etkisinin ortaya çıkabilmesi için devralma sonrası oluşacak dikey bütünleşik teşebbüsün üst pazarda belli bir pazar gücüne sahip olması gerektiği belirtilmektedir.
- (168) İncelemeye konu devralma işlemi kapsamında, devralan taraf olan ESSI-LUX'un üst pazarlarda toptan satışını yaptığı markalı güneş gözlükleri, optik çerçeveler, stok ve RX lensler, optik ürünlerin perakende satışının asıl konusunu oluşturmakta, dolayısıyla bu ürünlerin önemli bir girdi olduğuna dair şüphe bulunmamaktadır. Bu noktada, ESSI-LUX'un toptan satış faaliyetinde bulunduğu üst pazarlarda pazar gücüne sahip olup olmadığı incelenmelidir.
- (169) Yukarıda yer verildiği üzere, ESSI-LUX 2019 yılında değer bazında;
- Markalı güneş gözlüklerinin toptan satışında %(.....),
  - Markalı reçeteli optik çerçevelerin toptan satışında %(.....),
  - Stok lenslerin toptan satışında %(.....),
  - RX lenslerin toptan satışında %(.....)

pazar payı elde etmiştir. Ayrıca, taraflarca ESSI-LUX'un oftalmik makine, teçhizat ve sarf malzemelerinin üretimi ve dağıtımını pazarının alt kırılımları olan yüzeyleme makineleri, kaplama makineleri, sarf malzemeleri ve masa üstü düzelticilerin 2019 yılı için değer bazında Türkiye<sup>44</sup> pazar paylarının sırasıyla %(.....), %(.....), %(.....) ve %(.....), küresel ölçekte ise %(.....), %(.....), %(.....), %(.....) olduğu tahmin edilmektedir. Ayrıca, parlatma makineleri için 2019 yılında değer bazında küresel ölçekte pazar payı %(.....) olarak tahmin edilmektedir. Pazar paylarına bakıldığında, markalı reçeteli optik çerçeveler hariç diğer pazarlarda ESSI-LUX'un pazar payının hâkim durum eşliğinin üzerinde olduğu görülmektedir.

- (170) Marka bazında pazar paylarına ve bilinirliklerine bakıldığında da, ESSI-LUX'un rakiplerine karşı güçlü bir konumda olduğu görülmektedir. Bu üstünlük en bariz şekilde

<sup>44</sup> Taraflarca tüm satışların ESSI-LUX'un doğrudan ihracatı olduğu ve Türk iştirakleri tarafından satış yapılmadığı ifade edilmiştir.

markalı güneş gözlüklerinde kendisini göstermektedir. ESSI-LUX'un Ray-Ban markası markalı güneş gözlüklerinin toptan satışında 2016-2019 arası dönemde değer bazında sırasıyla %(.....), %(.....), %(.....) ve %(.....) pazar payına sahiptir. Bu bakımdan, söz konusu pazarlarda ESSI-LUX'un pazar gücüne sahip olduğu rahatlıkla söylenebilecektir.

- (171) Ayrıca, ilgili mevzuat uyarınca optik çerçeve ve lens alanında topluma yönelik tanıtım serbest değildir. Dolayısıyla, Ray-Ban markasının gücü ve imajının, birleşik teşebbüsün diğer toptan satış faaliyetleri ile perakende satışlarına katkıda bulunacak olmasının kaçınılmaz olduğu değerlendirilmektedir. Diğer yandan, ESSI-LUX'un pazar payının küresel çapta özellikle oftalmik makine ve teçhizat pazarının alt kırılımları olan yüzeyleme ve kaplama makinelerinde hâkim durum eşiğine çok yakın olduğu görülmektedir. Bu durumun birleşik teşebbüsün Türkiye'deki oftalmik lens pazarındaki gücünü pekiştirdiği, tarafların en iyi tahminlerine dayanan Türkiye pazar payı verileriyle de görülmektedir. Nitekim ESSI-LUX'un oftalmik makine ve teçhizatlarında güçlü bir konumda olduğunu, sektörde faaliyet gösteren teşebbüslerin ifadeleri de desteklemektedir. Bu güç de optisyenlere karşı kayda değer pazarlık gücü yaratmakta ve rakiplerin buna karşı rekabetçi baskı kurması mümkün olmamaktadır.
- (172) Diğer yandan, ESSI-LUX'un satışları içinde ATASUN ve diğer perakendecilerin payına değinmek gerekmektedir. 2019 yılına bakıldığında, ESSI-LUX'un toplam markalı güneş gözlükleri satışlarının %(.....)'ü, optik çerçeve satışlarının %(.....)'si, stok lens satışlarının %(.....)'i ve RX lens satışlarının %(.....)'si ATASUN'a yapılmaktadır. Bu bakımdan, ESSI-LUX'un rakip perakendecilere girdi kısıtlaması uygulaması durumunda markalı güneş gözlükleri satışlarının %(.....)'sını, optik çerçeve satışlarının %(.....)'ünü, stok lens satışlarının %(.....)'unu ve RX lens satışlarının %(.....)'ini kaybedebileceği görülmektedir.
- (173) Ayrıca, Kurulun 01.10.2018 tarih ve 18-36/585-286 sayılı kararı ile Essilor/Luxottica birleşmesine;
- ESSI-LUX'un güneş gözlüğü, optik çerçeve ve oftalmik lens ürünlerinin birbirlerinden ayrı satılmasını önermeyi reddetmeyecek olması dâhil olmak üzere bağlı satışını yapmaması,
  - ESSI-LUX'un tedarik ettiği herhangi bir ürünü (oftalmik lens, optik çerçeve ve güneş gözlüğü) müşterilere tek başlarına temin etmeyi açıkça veya zımnen reddetmemesi,
  - ESSI-LUX'un hâlihazırda müşterilerine sunduğu her ürün kategorisinin (oftalmik lensler, optik çerçeveler ve güneş gözlükleri), işlem sonrasında her durumda makul ve adil şartlarla, bağımsız ve ayrı bir şekilde de ulaşılabilir olmasını ve eşit konumdaki müşterilere ayrımcılık içeren koşulların uygulanmayacağını garanti altına alması,
  - ESSI-LUX'un optikçilere rakiplerin bu ürünlerini satın almalarını yasaklayan veya sınırlayan sözleşmesel ve fiili münhasırlık uygulamaması

taahhütleri neticesinde izin verilmiştir. Söz konusu taahhütlerin 01.10.2021 tarihine kadar geçerli olacağı ve Kurulun taahhütleri tekrar değerlendirebileceği belirtilmelidir. Bu taahhütler, ESSI-LUX'un perakende seviyesinde herhangi bir girdi kısıtlamasına gitme ihtimalini zayıflatmaktadır.

- (174) Sonuç olarak, bahse konu üst pazarlarda rakiplerine kıyasla ciddi bir güce sahip olsa da, hâlihazırda satış yaptığı alt pazardaki bağımsız müşterilerin teşebbüsün toplam satışları içinde yüksek bir paya sahip olması ve söz konusu taahhütler dikkate alındığında, ESSI-LUX'un rakip perakendecilere karşı kısa vadede bir girdi kısıtlaması uygulayamayacağı değerlendirilmektedir.

#### G.6.2.1.2. Müşteri Kısıtlaması

- (175) Müşteri kısıtlaması, birleşik teşebbüsün üst pazardaki rakiplerinin yeterli derecedeki müşteri tabanına erişiminin kısıtlanmasıdır. Bu kapsamda, üst pazarda faaliyet gösteren bir teşebbüsün alt pazarda önemli derecede pazar payına sahip olan bir teşebbüs ile birleşmesi müşteri kısıtlaması yoluyla rekabeti engelleme ve kısıtlama ihtimalini ihtiva etmektedir.
- (176) Birleşik teşebbüs alt pazarda da faaliyetine devam edeceği için, üst pazarda faaliyet gösteren rakip teşebbüslerin kayda değer müşteri tabanına ulaşımını kısıtlayabilecektir. Bu durum sonrası arzın azalmasından dolayı alt pazarda faaliyet gösteren teşebbüsler devralma öncesi fiyat ve koşullarda girdi temin edemeyecek ve nihai ürün fiyatlarında artış yaşanabilecektir.
- (177) Yatay Olmayan Kılavuz'da müşteri kısıtlamasına ilişkin yapılacak değerlendirmede ilk olarak, birleşik teşebbüsün üst pazarda faaliyet gösteren rakip teşebbüslerden girdi alımını azaltarak onların alt pazara erişimini sınırlandırmasının pazar kapamaya neden olup olmayacağına tespit edilmesi gerektiği belirtilmektedir. İkinci olarak ise birleşik teşebbüsün girdi alımını azaltma yönünde bir güdüye sahip olup olmadığı değerlendirildikten sonra böyle bir pazar kapama uygulamasının nihai tüketici üzerinde olumsuz etkisinin oluşup oluşmayacağına analiz edilmesi gerektiği vurgulanmaktadır.
- (178) Anlatılan hususlar çerçevesinde müşteri kısıtlaması yoluyla pazar kapama etkisinin ortaya çıkabilmesi için üst pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerin önemli derecede, müşteri kaynaklarından dışlanması gerekmektedir. İşlem sonrasında ESSI-LUX'un alt pazardaki payı %(.....)'den %(.....) seviyesine gelecektir. Ayrıca, alt pazarda internet ve departman mağazaları hariç 7.000 civarı satış noktası olduğu tahmin edilmektedir. İlk bakışta, söz konusu oranın düşüklüğü ve rakip sayısının fazlalığının, üst pazardaki rakiplerin alt pazardaki müşterilere erişimini kısıtlayabilmek için yeterli bir gücün oluşmadığını düşündürebilecektir. Ancak optik ürünlerin perakende satışı pazarında 7.000'in üzerindeki optisyenin büyük bir bölümü küçük bağımsız optisyenlerden oluşmaktadır.
- (179) Diğer yandan, optik ürünlerin perakende satışında zincir mağazaların ağırlığı her geçen yıl artmaktadır. Zincir mağazaların 2016 yılında %(.....) olan payı, 2019 yılında %(.....)'a yükselmiştir<sup>45</sup>. ATASUN'un zincir mağazalar özelinde pazar payına bakıldığında ise 2016-2019 döneminde pazar payının %(.....)'den %(.....)'e yükseldiği görülmektedir. İşlem sonrasında ise birleşik teşebbüsün payı %(.....) gibi ciddi bir orana yükselecektir.

<sup>45</sup> Optik ürünlerin perakende satışı pazarında zincir ve bağımsız mağazaların payı ile ATASUN ve SUNGLASS HUT'ın bu pazardaki payı bilgileri taraflarca sunulmuştur. Diğer taraftan ATASUN'un zincir optisyenler arasında sahip olduğu pay, sektörde faaliyet gösteren zincir optikçilerden veri toplanmak suretiyle tarafından hesaplanmıştır. Dolayısıyla bahsi geçen hesaplamalarda kullanılan veri setlerinin farklı olduğu, bu hesaplamalar kıyaslanırken bu hususun göz önünde bulundurulması gerektiği belirtilmelidir.

- (180) Alternatif satış kanalları olan internet ve departman mağazası kanalları da giderek büyümektedir. Bu kanallarda tarafların satışları, özellikle internet satışları bakımından piyasadaki diğer oyunculara göre çok daha hızlı yükselmektedir. Bu kanallardaki artış oranı 2019 yılında %(.....) iken, işlem tarafları aynı yıl %(.....)'lik bir büyüme kaydetmiştir. Başka bir ifadeyle, internet ve departman mağazacılığı kanallarındaki artışın %(.....)'si taraflardan kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla, birleşik teşebbüsün perakende seviyede güçlü bir konumda olduğu değerlendirilmektedir.
- (181) Bu noktada, işlem sonrasında oluşacak dikey bütünleşik yapı nedeniyle, ATASUN'un alımlarının bir kısmını veya tamamını ESSI-LUX'a yönlendirme ihtimali gündeme gelmektedir. Bu durumun, ESSI-LUX'un toptan pazarlardaki pozisyonunu nasıl etkileyeceğine bakmak gerekmektedir. Diğer yandan, ATASUN'un alımlarının içerisinde ESSI-LUX'un sahip olduğu pay da önem taşımaktadır.
- (182) Aşağıda ATASUN'un alımlarını tamamen ESSI-LUX'tan yaptığı durumda 2019 yılı verilerine göre oluşacak olası ESSI-LUX pazar payları yer almaktadır.

Tablo 18- ATASUN'un Alımlarını Tamamen ESSI-LUX'ten Yaptığı Durumda Oluşacak ESSI-LUX Pazar Payları (%)

Pazar	Eski	Yeni
Markalı Güneş Gözlükleri	(.....)	(.....)
Markalı Reçeteli Optik Çerçeve	(.....)	(.....)
Stok Lens	(.....)	(.....)
RX Lens	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Bilgiler ve Raportör Hesaplamaları

- (183) Aşağıdaki tabloda ise, 2019 ve 2020 yıllarında ATASUN'un alımlarının ne kadarını ESSI-LUX'dan yaptığı yer almaktadır.

Tablo 19- ATASUN'un Alımları İçerisinde ESSI-LUX'un Sahip Olduğu Paylar (%)

Pazar	2019	2020
Markalı Güneş Gözlükleri	(.....) <sup>46</sup>	(.....)
Markalı Reçeteli Optik Çerçeve	(.....) <sup>47</sup>	(.....)
Stok Lens	(.....)	(.....)
RX Lens	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Bilgiler ve Raportör Hesaplamaları

- (184) Tablolara bakıldığında, ATASUN'un alımlarının tamamını ESSI-LUX'e kaydirdiği durumda, ESSI-LUX'un markalı güneş gözlükleri ve markalı reçeteli optik çerçevelerin toptan satışı pazarlarında payı yaklaşık (.....) puan artacaktır. Bu durum da, ESSI-LUX'un güneş gözlükleri toptan satışında hakim durumunun, markalı reçeteli optik çerçevelerin toptan satışı pazarında ise lider konumunun güçlenmesini ve pazar gücünün artmasını sağlayacaktır. Diğer taraftan, stok lenslerin toptan satışında herhangi bir değişiklik yaşanmazken, RX lenslerin toptan satışında ise çok küçük bir artış söz konusu olacaktır. Zira ATASUN stok lens alımlarının tamamını, RX lens alımlarının ise tamamına yakını ESSI-LUX'tan yapmaktadır.
- (185) Her ne kadar, ATASUN'un lens pazarında alımlarının tamamına yakını ESSI-LUX'ten yapılsa da, bu alımların önemli bir kısmı (2019 yılı için %(.....) ve 2020 yılı için %(.....)) özel markalı ürün<sup>48</sup> üretimi olarak gerçekleşmektedir. Dolayısıyla, ATASUN'un özel markalı ürün üretimini başka teşebbüslere yaptırmaya ihtimali mevcut durumda

<sup>46</sup> MERVE OPTİK'ten yapılan alımlar çıkarıldığında ESSI-LUX'un payı %(.....) olmaktadır.

<sup>47</sup> MERVE OPTİK'ten yapılan alımlar çıkarıldığında ESSI-LUX'un payı %(.....) olmaktadır.

<sup>48</sup> Özel markalı ürünler (*private label*) perakendecilerin münhasıran satışa sunmak için üretimde bulunduğu veya başka bir üreticiye ürettirdiği ve kendi/özel marka adıyla satışa sundukları ürünlerdir.



bulunuyorken, işlemin gerçekleşmesi halinde bu ihtimal ortadan kalkabilecektir.

- (186) Yukarıdaki değerlendirmeler ışığında, ESSI-LUX'un işlem sonrasında müşteri kısıtlaması suretiyle ilgili pazarlardaki hâkim durumunu güçlendireceği ve/veya pazar gücünü artıracığı kanaatine varılmaktadır.
- (187) Hâlihazırda ilgili toptan satış pazarlarında lider konumunda olan ve markalı güneş gözlükleri ile lens pazarlarında pazar gücü yüksek olan ESSI-LUX'un bu gücü, özellikle oftalmik makine ve teçhizat alanındaki konumuyla pekişmektedir. Nitekim ESSI-LUX'un pazar payının küresel çapta özellikle oftalmik makine ve teçhizat pazarının alt kırılımları olan yüzeyleme ve kaplama makinelerinde hâkim durum eşliğine çok yakın olduğu görülmektedir. Bu durumun birleşik teşebbüsün Türkiye'deki oftalmik lens pazarındaki gücünü pekiştirdiği tarafların en iyi tahminlerine dayanan Türkiye pazar payı verileriyle de görülmektedir. Bu gücün de optisyenlere karşı kayda değer pazarlık gücü yarattığı ve rakiplerin buna karşı rekabetçi baskı kurmasının mümkün olmadığı değerlendirilmektedir. Ayrıca işlem, ciddi bir ürün portföyü gücü olan ESSI-LUX'un perakende seviyesinin tüm kanallarında güçlü ve lider konumda olacağı bir dikey bütünleşik yapı doğuracaktır. Tüm bu hususlar göz önünde bulundurulduğunda, dosya konusu devralma işleminin kısa vadede ilk olarak toptan seviyede, daha sonra ise uzun vadede perakende seviyede etkin rekabeti önemli ölçüde kısıtlayacağı kanaatine varılmaktadır.

#### **G.6.2.2. Koordinasyon Doğurucu Etkiler Bakımından Değerlendirme**

- (188) İşlemden önce sağlayıcı ve alıcı konumunda olan teşebbüslerin, işlem sonrasında dikey bütünleşik bir yapı içinde faaliyet gösterecek olmaları, dikey koordinasyon ihtimalini ortaya çıkarmaktadır. Yatay Olmayan Kılavuz'da, bir dikey devralmanın pazar kapamaya yol açacağına ortaya konulması durumunda, sadece rakiplerin sayısındaki azalmanın bile pazarda kalan diğer teşebbüslerin koordinasyon kurmasını kolaylaştırmasının mümkün olabileceği ifade edilmektedir.
- (189) Ayrıca, dikey devralmaların, birleşik teşebbüse rakipleri hakkında hassas bilgilere erişim imkânı tanınması halinde pazardaki şeffaflığı artırma ve böylece koordinasyonun kurulmasını ve yürütülmesini kolaylaştırma ihtimali bulunmaktadır. Özellikle, nihai tüketiciye uygulanan fiyatların kamuya açık olduğu; buna karşılık ana girdi fiyatlarının gizli olduğu durumlarda, bir başka deyişle, alt pazarın üst pazara göre daha şeffaf olması halinde, dikey devralma sayesinde koordinasyonun daha etkili olacağı ifade edilmektedir.
- (190) Dosya konusu dikey devralma işleminin gerçekleşmesi sonrasında, ilgili pazarlar bakımından rakipler hakkında hassas bilgilere erişim imkanı ve dolayısıyla koordinasyon riski bulunmaktadır. Şöyle ki; işlem sonrasında ATASUN'un, ESSI-LUX'un toptan seviyesindeki rakiplerinden elde ettiği ticari açıdan hassas bilgileri, ESSI-LUX ile paylaşması ve ESSI-LUX'un, ATASUN'un perakende seviyesindeki rakiplerinden elde ettiği ve ticari açıdan hassas bilgileri, ATASUN ile paylaşması pazarda rekabetçi endişelerin ortaya çıkmasına sebep olabilecektir. Örneğin ESSI-LUX'un her bir perakendecinin satış potansiyelini bilmesi, ATASUN bakımından başka avantajları da gündeme getirecek, özellikle satış mağazalarının konumlandırılması bu bilgiler kapsamında planlanabilecektir. Nitekim görüşlerine başvurulmuş teşebbüsler de bu endişeyi onaylamaktadır. Bu nedenle, bildirim konu devralma işlemin ilgili pazarlarda şeffaflaşma ve koordinasyon riskini barındırmaktadır.

### G.7. 09.06.2021 Tarih 18474 Sayılı Taahhüt Formu ve Değerlendirilmesi

(191) Aşağıda, işlemin dikey etkilerine yönelik olarak 09.06.2021 tarih ve 18474 sayılı Taahhüt Formu<sup>49</sup> ile sunulan davranışsal taahhütlere yer verilmektedir:

*“EssilorLuxottica, Rekabet Kurulu’nun potansiyel dikey rekabet endişelerini giderebilmek adına kapsamı genişletilen aşağıdaki davranışsal taahhütleri dikkatinize sunmaktadır:*

1. *“EssilorLuxottica, Türkiye’deki mevcut veya potansiyel müşterilere markalı güneş gözlükleri, markalı optik çerçeveler, oftalmik lens ve oftalmik teçhizat ürünlerini (ilgili sarf malzemeleri ile birlikte)<sup>50</sup> ayrı ayrı tedarik etmeyi reddetmemek de dahil olmak üzere, söz konusu ürünlerin bağlı satışını gerçekleştirmeyeceğini taahhüt eder.*
2. *EssilorLuxottica, markalı güneş gözlükleri, markalı optik çerçeveler, oftalmik lensler ve oftalmik teçhizatlara (ilgili sarf malzemeleri ile birlikte) ilişkin olarak eşit koşullarda bulunan müşterilere yönelik yapılan satışlarda ayrımcı şartlar uygulamayacağını ve her halükârda makul şartlar sunacağını taahhüt eder.*
3. *EssilorLuxottica, markalı güneş gözlükleri, markalı optik çerçeveler, oftalmik lensler ve oftalmik teçhizat ürünlerine (ilgili sarf malzemeleri ile birlikte) ilişkin olarak tüm müşterilerine, EssilorLuxottica’nın perakendeci iştiraklerine (Atasun dahil) uygulayacağı satış koşulları ve şartlarının aynısını uygulayacağını taahhüt eder.*
4. *EssilorLuxottica; markalı güneş gözlükleri, markalı optik çerçeveler ve RX lensler bakımından, Atasun’un üçüncü taraf sağlayıcılardan yaptığı alımların değer bakımından toplam payının, 2019 yılında gerçekleşen alımları ile en az aynı oranda olacağını taahhüt eder.*
5. *Yukarıdaki 1, 2, 3 ve 4 no.lu taahhütlerin uygulanmasının takip edilmesi ve raporlanması konusunda ise EssilorLuxottica tarafından, İşlem akabinde taahhütler sürecinde aşağıdaki gözetim ve raporlama sistematığının tesisi taahhüt edilmektedir:*
  - a. *EssilorLuxottica, Rekabet Kurulu’nun kısa kararının tebellüğ edilmesinden itibaren 45 gün içerisinde, bağımsız üçüncü kişi bir firma (“Denetçi Uzman”) ile anlaşacaktır.*
  - b. *Denetçi Uzman, EssilorLuxottica’nın 1,2 ve 3 no’lu taahhütlere uyumuna ilişkin görüşlerini içeren yıllık raporu, aşağıda belirtilen taahhüt dönemi*

<sup>49</sup> Bu Taahhüt Formu’nda, 30.03.2021 tarih, 16555 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal eden Taahhüt Formu’ndan farklı olarak, 3 numaralı taahhüt eklenmiş ve 4 numaralı taahhüde “en az” ibaresi konulmuştur.

<sup>50</sup> Taahhüt metninde "oftalmik makine, teçhizat ve sarf malzemeleri" ürün grubuyla ilgili olarak, taahhütlerin sıralandığı maddelerde "makine" ve/veya "sarf malzemesi" ibarelerine yer verilmediği görülmektedir. Bu kapsamda oftalmik makinelerin –toptancı seviyesinde faaliyet gösteren- reçete laboratuvarlarına, oftalmik teçhizatın ise -perakende seviyesinde faaliyet gösteren- optisyenlere satıldığı belirtilmiştir. Taahhüt süreci kapsamında, işlem sonrası ortaya çıkabilecek dikey endişelerin giderilebilmesi amacıyla taahhütler getirilmektedir. Bu nedenle taahhütlerin optisyenlerin alımlarına göre tasarlandığı ve dolayısıyla makine ifadesinin ilgili taahhüt maddesinde yer almadığı belirtilmiştir. Sarf malzemeleri ise hem makineler hem de teçhizatlar ile birlikte kullanılabilir. Bu kapsamda sunulan taahhütlerin, optisyenlere satılmasından dolayı, teçhizatlar ile kullanılan sarf malzemelerini içerdiği teyit edilmiş ve taahhütler bu şekilde sunulmuştur.

süresince her yıl sonuna kadar Rekabet Kurumu'na ve eşzamanlı olarak EssilorLuxottica'ya sunacaktır. Denetçi uzman, Rekabet Kurumu'nun talebi üzerine veya gerekli gördüğü takdirde resen, yukarıda bahsi geçen yıllık rapor dışında ara rapor sunabilecektir.

- c. EssilorLuxottica, Rekabet Kurulu'nun kısa kararının tebliğinden itibaren 30 gün içerisinde Denetçi Uzman ile yapılacak anlaşmanın genel koşullarını içeren bir şartnameyi Rekabet Kurumu'na sunacaktır.
  - d. EssilorLuxottica, ilgili raporlamanın gerçekleşmesi için dürüstlük kuralı çerçevesinde, Denetçi Uzman'dan her türlü gizlilik taahhüdü alınması kaydı ile sunulması gerekli her türlü bilgiyi ve desteği Denetçi Uzman'a sağlayacaktır.
  - e. İşlem'in kapanışı ile Denetçi Uzman'ın atması arasındaki dönemde, EssilorLuxottica ara döneme ilişkin olarak Rekabet Kurumu'na aylık raporlar sunacaktır.
6. Koordinasyon hususu kapsamında ortaya çıkabilecek çekinceleri gidermek üzere, İşlem sonrasında;
- a. EssilorLuxottica, perakende seviyesindeki ticari ilişkileri vasıtasıyla bir toptancı olarak elde ettiği ticari açıdan hassas bilgileri (Atasun'un rakiplerine ilişkin) doğrudan veya dolaylı olarak Atasun ile paylaşmayacaktır.
  - b. Atasun, toptan satış seviyesindeki ticari ilişkileri vasıtasıyla bir perakendeci olarak elde ettiği ticari açıdan hassas bilgileri (EssilorLuxottica'nın rakiplerine ilişkin) doğrudan veya dolaylı olarak EssilorLuxottica ile paylaşmayacağını taahhüt etmektedir.
  - c. Ayrıca yukarıda belirtilen amaçlar doğrultusunda, EssilorLuxottica, Atasun ile EssilorLuxottica arasında hassas bilgilere erişim hususunda sınırlama uygulayacağını taahhüt etmektedir.
  - d. Ek olarak, Atasun'un operasyonel yönetimi, personel ve organizasyon yapısı itibariyle EssilorLuxottica'nın toptancı seviyedeki iştiraklerinden ayrı yapılmasına devam edeceğini taahhüt etmektedir. Bu kapsamda, Atasun operasyonel yönetiminde yer alan yöneticiler, aynı anda EssilorLuxottica'nın kendi bünyesinde ya da toptan satış seviyesindeki iştiraklerinde görev almayacaktır. Aynı bağlamda EssilorLuxottica'nın kendi bünyesinde ya da toptan satış seviyesindeki iştiraklerinde operasyonel yönetiminde yer alan yöneticiler aynı zamanda Atasun bünyesinde görev almayacaklardır (Operasyonel yönetim, günlük işlerin yönetimi ve idaresi anlamında tanımlanmakta olup, işlerin günlük yönetimi ile ilgili sorumlu olmayan yönetim kurulu üyeleri, bu kapsamda değerlendirilmeyecektir. Bununla birlikte, yukarıda ifade edilen operasyonel ayrıştırma, söz konusu ticari ilişkilerin genel müdür yardımcısı seviyesine kadar ayrı kişi ve ekiplerin sorumluluğunda takip edilmesini kapsamaktadır).
  - e. İlaveten, yine Rekabet Kurulu'nun AEH/Migros Kararı'nda yer alan değerlendirmeleri ile paralel olarak, Rekabet Kurulu'nun ilgili taahhütlerin uygulanmasına ilişkin potansiyel endişelerini ortadan kaldırmak adına, EssilorLuxottica ile Atasun arasındaki ticari açıdan hassas bilgi akışının sınırlandırılmasına ilişkin alınan etkili önlemlere yönelik olarak

*EssilorLuxottica tarafından, ilki Rekabet Kurulu'nun İşlem'in kapanışı akabinde olmak üzere, yıllık raporlar sunulacaktır.*

*7. İşbu davranışsal taahhütlerin süresi İşlem'in kapanış tarihinden itibaren üç yıl olacak ve Rekabet Kurulu tarafından gerekli görülmesi halinde sürenin sonunda en çok üç yıl daha uzatılabilecektir.”*

- (192) Dosya konusu işlemin yaratacağı rekabeti kısıtlayıcı etkiler temel olarak ESSI-LUX'un ilgili ürün pazarları içerisinde yer alan dört toptan satış pazarındaki hâkim durumundan ve/veya önemli derecedeki pazar gücünden kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla, işlem sonrasında 4054 sayılı Kanun kapsamında etkin rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğuracak davranış ve uygulamaların ortaya çıkabileceği endişesi oluşmaktadır. ESSI-LUX tarafından sunulan taahhütlerin de bu endişeleri giderecek nitelikte olup olmadığı önem taşımaktadır.
- (193) Bildirilen işlemin tek taraflı etkiler bakımından ortaya çıkarılabileceği ilk rekabetçi endişe girdi kısıtlamasıdır. Buna göre devralma sonrasında ESSI-LUX'un rakip perakendecilere karşı girdi kısıtlaması ihtimalinin ve güdüsünün bulunup bulunmadığı değerlendirilmiştir. Yukarıda ilgili bölümde detaylarına yer verildiği üzere, her ne kadar ESSI-LUX bahse konu üst pazarlarda rakiplerine kıyasla ciddi bir güce sahip olsa da, alt pazardaki rakip müşterilerinin alımları ESSI-LUX satışları içerisinde önemli bir yer kaplamaktadır. Şöyle ki, 2019 yılına bakıldığında, ESSI-LUX'un toplam markalı güneş gözlükleri satışlarının %(. . . .)'ü, optik çerçeve satışlarının %(. . . .)'si, stok lens satışlarının %(. . . .)'i ve RX lens satışlarının %(. . . .)'si ATASUN'a yapılmaktadır. Bu bakımdan, ESSI-LUX'un rakip perakendecilere girdi kısıtlaması uygulaması durumunda markalı güneş gözlükleri satışlarının %(. . . .)'sını, optik çerçeve satışlarının %(. . . .)'ünü, stok lens satışlarının %(. . . .)'ünü ve RX lens satışlarının %(. . . .)'ini kaybedebileceği görülmektedir. Bu nedenle ESSI-LUX'un rakip perakendecilere karşı kısa vadede girdi kısıtlaması uygulayamaması beklenmektedir.
- (194) Bununla birlikte, rakip toptancılar tarafından da sıklıkla dile getirildiği üzere, birleşik teşebbüs tarafından uygulanabilecek olası bir bağlama stratejisi<sup>51</sup>, dikey bütünleşmeden kaynaklanabilecek anti rekabetçi sonuçlar doğurabilecektir. Taahhüt Formu kapsamında sunulan 1, 2 ve 3 numaralı taahhütlerin girdi kısıtlamasına yönelik stratejileri engelleme potansiyeline sahip olduğu ifade edilmiştir. Nitekim ESSI-LUX'un kaldıraç stratejileri benimsemek açısından gücü ve güdüsünün olup olmadığından bağımsız olarak, 1 numaralı taahhüt ile her bir perakendecinin bu ürünleri hâlihazırda olduğu gibi ayrı ayrı alabileceği ve ESSI-LUX'un bu ürünleri perakendecilere açık veya zımnî bir şekilde satmaktan imtina etmeyeceği belirtilmiştir.
- (195) Benzer şekilde 2 numaralı taahhüt ATASUN lehine oluşabilecek her türlü potansiyel ayrımcılık riskini ortadan kaldırmak amacıyla getirilmiş olup, ESSI-LUX'un eşit konumdaki tüm müşterilerinin ESSI-LUX markalı güneş gözlükleri, optik gözlük çerçeveleri, oftalmik lens ve teçhizatları eşit şartlarla satın almasını temin etmektedir<sup>52</sup>. Buna ek olarak, rakip zincir mağazaların ve bağımsız optikçilerin ATASUN'a (veya ESSI-LUX'un perakende seviyesinde faaliyet gösteren/gösterecek herhangi diğer iştirakine) sunulan satış koşulları ve şartlarının aynıları ile karşılaşmalarının

<sup>51</sup> Örneğin sektör temsilcileri tarafından oftalmik lens alımlarının oftalmik makine ve teçhizat alımlarına bağlanması sıklıkla dile getirilmiştir.

<sup>52</sup> Taahhüt Formu'nda eşit konumdaki tarafların değerlendirilmesinde hangi kriterlerin dikkate alındığına yönelik olarak, 09.09.2015 tarih, 15-36/559-182 sayılı DHMI Kararı, para. 49; 11.10.2018 tarih, 18-38/617-298 sayılı Radontek Kararı, para. 127 örnekleri verilmiştir.

sağlanması adına 3 numaralı taahhüde yer verildiği belirtilmiştir.

- (196) İşlemin tek taraflı etkileri bakımından ortaya çıkabilecek diğer rekabetçi endişe ise müşteri kısıtlamasıdır. Birleşik teşebbüs alt pazarda da faaliyetine devam edeceği için, üst pazarda faaliyet gösteren rakip teşebbüslerin kayda değer müşteri tabanına ulaşımını kısıtlayabilecektir. İşlem sonrasında ESSI-LUX'un alt pazardaki payının %(.....)'den %(.....) seviyesine geleceği ve ATASUN'un perakende seviyesinde Türkiye'de faaliyet gösteren en güçlü zincir optisyen olduğu göz önüne alındığında, ESSI-LUX işlem sonrasında perakende seviyesinde güçlü bir konuma gelebilecektir. Diğer taraftan, işlem sonrasında ATASUN'un alımlarının bir kısmını veya tamamını ESSI-LUX'a yönlendirme ihtimali, ESSI-LUX'un toptan pazarlardaki pozisyonunu da güçlendirebilecektir. Bu noktada ATASUN'un alımlarının içerisinde rakiplerin sahip olduğu payın korunması önem arz etmektedir. ESSI-LUX tarafından sunulan 4 numaralı taahhüdün işlemin müşteri kısıtlaması bakımından ortaya çıkabilecek etkilerini gidermek amacıyla getirildiği belirtilmiştir.
- (197) Taahhüt sürecinde ESSI-LUX tarafından, ATASUN'un üçüncü taraf sağlayıcılardan yaptığı alımların payları, ilgili ürün pazarlarını oluşturan tüm ürün grupları için ve 2016-2020 yıllarını kapsayacak şekilde, alımların değeri ve adedi ayrı ayrı baz alınarak hesaplanmış ve Kuruma iletilmiştir. Bu kapsamda ATASUN'un ilgili pazarlarda 2016-2020 yılları arasında yaptığı alımların değer ve adet bazlı kırılımlarına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir.

Tablo 20- İlgili Ürün Pazarları Bakımından ATASUN Alımlarının Değer ve Miktar Bazında Kırılımı (%)

Markalı Güneş Gözlükleri										
	2016		2017		2018		2019		2020	
	Adet	Değer	Adet	Değer	Adet	Değer	Adet	Değer	Adet	Değer
ESSI-LUX	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Özel Marka	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Rakipler	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Markalı Optik Çerçevesler										
	2016		2017		2018		2019		2020	
	Adet	Değer	Adet	Değer	Adet	Değer	Adet	Değer	Adet	Değer
ESSI-LUX	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Özel Marka	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Rakipler	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
RX Lens										
	2016		2017		2018		2019		2020	
	Adet	Değer	Adet	Değer	Adet	Değer	Adet	Değer	Adet	Değer
ESSI-LUX	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Rakipler	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Stok Lens										
	2016		2017		2018		2019		2020	
	Adet	Değer	Adet	Değer	Adet	Değer	Adet	Değer	Adet	Değer
ESSI-LUX	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Rakipler	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: ESSI-LUX

- (198) Tablodan da görüleceği üzere markalı güneş gözlükleri bakımından ATASUN'un, ESSI-LUX'un rakiplerinden alımlarının payı değer bazında 2017-2019 yılları arasında artış eğilimi göstermiş ve 2019 yılında %(.....)'e ulaşmıştır. Bu oran 2020 yılında ise yaklaşık (.....) puan düşmüştür. Adet bazında da aynı değerlendirmenin geçerli olduğu görülmektedir. Markalı optik çerçevesler bakımından da ATASUN alımları içerisinde, rakiplerin payları 2017-2019 yılları arasında artış eğilimi göstermiş ve 2019 yılında %(.....)'ya ulaşmıştır. 2020 yılında ise bu oranın yaklaşık (.....) puan düştüğü

görülmektedir. Veriler adet bazında incelendiğinde ise rakiplerin payının daha dalgalı bir seyir izlediği görülmektedir. Oftalmik lenslerin toptan satışı pazarı bakımından, diğer ilgili pazarlara kıyasla, daha yüksek oranda alımın ESSI-LUX'ten yapıldığı görülmektedir. Bahsi geçen ilgili pazarın alt kırılımlarından RX lens bakımından, rakiplerin alımlar içerisindeki payı değer bazında 2017-2020 yılları arasında artmış ve 2020 yılında % (.....) olarak gerçekleşmiştir. İlgili yıllar bakımından stok lens alımlarının (.....) ESSI-LUX'ten yapılmıştır.

- (199) Taahhüt metninde ATASUN alımları bakımından değer bazlı verilerin temel alınacağı görülmekte ve bu yaklaşımın daha uygun olduğu değerlendirilmektedir. Zira tarafların hem adet hem de değer bazında taahhütte bulunması bazı teknik zorlukların ortaya çıkmasına neden olabilecektir. Örneğin değer bazında yükümlülüklerle uyan birleşik teşebbüs aynı oranda adet bazında yükümlülüklerine uyamaması işlemin geçerliliğini tehlikeye atabilecektir. Bununla birlikte hem adet bazında hem değer bazında aynı oranların yakalanmaya çalışılması birleşik teşebbüsün sürekli aynı sağlayıcılarla çalışmasına sebep olabilecektir, bu durumsa gerek pazardaki mevcut bağımsız sağlayıcılar gerekse de pazara yeni girişler için rakip ürünlerin ATASUN raflarında bulunamamasına neden olabilecektir. Markalı güneş gözlükleri ve markalı optik çerçeveler bakımından, ilgili pazarlarda çok fazla sayıda marka bulunmakta ve bu ürünler, oldukça geniş bir fiyat aralığında satışa sunulmaktadır. Öte yandan geçmiş tarihli Kurul kararlarında da değer bazlı payların dikkate alındığı görülmektedir.
- (200) Diğer taraftan tabloda yer alan özel marka satırları, GRANDVISION'un kendi üretimi olan markalar ile yalnızca ATASUN için yerel üreticiler tarafından üretilen özel markalı ürünlerin toplamından oluşmaktadır. Başka bir ifadeyle, tarafın sunduğu verilerde yer alan özel markalı ürünler hem ATASUN'un aynı ekonomik bütünlük içerisinde yer aldığı dikey bütünlüğe teşebbüs hem de toptan seviyesinde faaliyet gösteren diğer üreticiler tarafından üretilen ürünleri kapsamaktadır. Bu noktada, özel markalı ürünlerin ne kadarının ESSI-LUX'un rakipleri tarafından üretildiğini ayırtmak gerekmektedir.
- (201) Bu değerlendirmeler sonrasında ATASUN alımları ile ilgili paylar yeniden hesaplanmıştır. Aşağıdaki tabloda, ATASUN'un ilgili pazarlarda 2016-2020 yılları arasında yaptığı alımların değer bazında dağılımına, özel markalı ürünler bakımından da rakiplerin payları korunacak şekilde yer verilmektedir.

Tablo 21- İlgili Ürün Pazarları Bakımından ATASUN Alımlarının Değer Bazında Kırılımı (%)

Markalı Güneş Gözlüğü					
	2016	2017	2018	2019	2020
ESSI-LUX	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Özel Markalar	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ESSI-LUX	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Rakipler	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GRANDVISION	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Rakipler	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Markalı Optik Çerçeve					
	2016	2017	2018	2019	2020
ESSI-LUX	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Özel Markalar	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ESSI-LUX	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Rakipler	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

	GRANDVISION	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Rakipler		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Oftalmik Lens (RX+Stok Lens)						
		2016	2017	2018	2019	2020
ESSI-LUX		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Özel Markalar		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ESSI-LUX	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Rakipler	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	GRANDVISION	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Rakipler		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
RX Lens						
		2016	2017	2018	2019	2020
ESSI-LUX		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Özel Markalar		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ESSI-LUX	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Rakipler	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	GRANDVISION	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Rakipler		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Stok Lens						
		2016	2017	2018	2019	2020
ESSI-LUX		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Özel Markalar		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ESSI-LUX	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Rakipler	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	GRANDVISION	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Rakipler		(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: ESSI-LUX						

- (202) 4 numaralı taahhütte ATASUN'un alımları için baz alınan yılın 2019 olduğu görülmektedir. Daha önce de belirtildiği üzere, markalı güneş gözlükleri ve optik çerçeveler bakımından rakiplerin ATASUN alımları içerisindeki payı 2019 yılına dek artış göstermektedir. 2020 yılında ise bu oranın düştüğü gözlemlenmiştir. Covid-19 salgınının iş modelleri üzerindeki etkileri de göz önünde bulundurulduğunda 2020 yılı yerine 2019 yılının süregelen mevcut ticari ilişkileri değerlendirmek bakımından daha uygun olduğu anlaşılmıştır. ESSI-LUX tarafından da 2019 yılının rekabetçi bir karşılaştırma yapmak için en uygun yıl olduğu belirtilmiştir.
- (203) Rakiplerin ATASUN alımları içerisindeki payları ile ilgili olarak yukarıda yer verilen değerlendirmeler çerçevesinde, 2019 yılı değer bazında hesaplanan veriler kullanılarak ve rakip toptancıların ATASUN alımları içerisindeki payı özel markalı ürünleri de kapsayacak şekilde sadeleştirildiğinde aşağıdaki tablo ortaya çıkmaktadır.

Tablo 22- ATASUN'un Rakip Tedarikçilerden Yaptığı Alımların Değer Bazında Oranı (%)

	2019
Markalı Güneş Gözlüğü	(.....)
Markalı Optik Çerçeve	(.....)
RX Lens	(.....)
Kaynak: ESSI-LUX (Belge-168)	

- (204) Dolayısıyla ESSI-LUX 4 numaralı taahhüt ile ATASUN alımları içerisinde rakiplerin paylarının korunması ve bu sayede işlemin müşteri kısıtlaması bakımından etkilerinin giderilmesi için;

- Yıllık markalı güneş gözlüğü alımlarının değer bazında en az % (.....)'inin,
- Markalı optik çerçeve alımlarının değer bazında en az % (.....)'ünün,
- RX lens alımlarının değer bazında en az % (.....)'sinin

rakip tedarikçilerden yapacağını taahhüt etmektedir.

- (205) Stok lens alımlarının tamamı ESSI-LUX'ten yapıldığı için, söz konusu ilgili ürün grubuna tabloda yer verilmemiştir. ESSI-LUX tarafından, işlem ile birlikte ATASUN'un diğer stok lens sağlayıcıları ile çalışma olasılığının ortadan kalkması ihtimalinin bir endişe yaratmadığı belirtilmiştir. Nitekim hâlihazırda da ATASUN tüm alımlarını ESSI-LUX'tan gerçekleştirmekte, işlemten sonra rakiplere açık olan müşteri tabanının müşteriler aleyhine değişme ihtimali bulunmamaktadır. Birleşme/Devralma İşlemlerinde Rekabet Kurumunca Kabul Edilebilir Çözümlere İlişkin Kılavuz'un (Taahhüt Kılavuzu) 12. paragrafında da belirtildiği üzere, taahhütlerin, rekabetin işlem öncesindeki seviyesinin korunmasına hizmet etmesi beklenmekte olup, taahhütlerin pazarın daha rekabetçi olmasını sağlaması beklenmemektedir. Bu nedenle 4 numaralı taahhüdün stok lens pazarını kapsamaması bir eksiklik olarak değerlendirilmemiştir.
- (206) Yukarıda yapılan açıklamalar çerçevesinde 1, 2, 3 ve 4 numaralı taahhütlerin ilgili rekabetçi endişelerin giderilmesi bakımından yeterli oldukları kanaatine varılmıştır.
- (207) Taahhüt Kılavuzu'nun 19. paragrafına göre çözüm önerisinin işlerliğinden emin olunması adına, etkin bir uygulama ve denetim sisteminin kurulması gerekmektedir. Bu kapsamda getirilen 5 numaralı taahhüdün AEH/Migros kararında kabul edilen taahhütlere benzer bir şekilde tasarlandığı belirtilmiştir. 5 numaralı taahhüt ile ESSI-LUX 1, 2, 3 ve 4 numaralı taahhütlerin uygulanmasını denetlemek ve bunların etkili bir şekilde uygulanmasını sağlamak üzere bir denetçi uzman atamayı taahhüt etmektedir. ESSI-LUX, Kurulun kısa kararının tebliğinden itibaren 30 gün içerisinde denetçi uzman ile yapılacak anlaşmanın genel koşullarını içeren sözleşmeyi Kuruma sunacaktır. Kurul tarafından onaylandıktan sonra atanacak olan denetçi uzman, denetleme sürecinin taahhütlere uygun bir biçimde yürütülüp yürütülmediğine yönelik olarak yıllık raporlar hazırlayarak bunları her yılın sonunda Kuruma sunacaktır<sup>53</sup>. İlgili davranışsal taahhütlerin yıllık alımlar üzerinden veriliyor olması ve ürünlerin satışlarının mevsimsellik arz etmesi gibi hususlar birlikte değerlendirildiğinde, raporların yıllık olarak sunulması yerinde bulunmaktadır.
- (208) ESSI-LUX tarafından getirilen 6 numaralı taahhüt, dosya konusu işlemin koordinasyon doğurucu etkilerini bertaraf edebilmek amacı taşımaktadır. Önerilen taahhüt ile dikey birleşmeden kaynaklanan şeffaflık ve dolayısıyla koordinasyon ile ilgili olarak; mağaza konumları, fiyatlar, fiyat artışları, fiyatlama stratejileri, kar marjları, maliyetler, satış koşulları veya miktarları ve stok veya kaplama bilgilerini içerecek şekilde her türlü bilginin geçişine karşı bariyer olarak işletilecek şekilde, toptan satış ve perakende departmanlarını ayıran tam ve etkili bir bilgi-iletişim duvarı (*Chinese Wall*) tesis edileceği ifade edilmiştir. Burada yer verilen taahhüt uyarınca, hem ESSI-LUX hem ATASUN devam eden ticari ilişkileri kapsamında elde ettikleri rekabete duyarlı bilgileri paylaşmayacaktır. Bu kapsamda ATASUN'un, ESSI-LUX ve iştirakleri ve/veya ilişkili şirketlerindeki operasyonlarından ayrı personel, yönetici ve organizasyon yapısı ile faaliyetlerine devam edeceği taahhüt edilmektedir. Taahhüt kapsamında ESSI-LUX,

<sup>53</sup> Kurulun nihai kararı ile denetçi uzmanın resmi olarak atanması arasındaki ara dönemde ise ESSI-LUX Kuruma aylık raporlar sunacağını taahhüt etmektedir. ESSI-LUX'un işlemin kapanışından önce ATASUN'un operasyonları üzerinde herhangi bir kontrolü bulunmadığından, bahsi geçen raporlamalar işlemin kapanışı ile başlayacaktır.



ticari ilişkileri vasıtasıyla bir toptancı olarak elde ettiği ticari açıdan hassas bilgileri ATASUN ile; ATASUN ise bir perakendeci olarak elde ettiği ticari açıdan hassas bilgileri doğrudan veya dolaylı olarak ESSI-LUX ile paylaşmayacaktır. Bu noktada rakiplere, müşterilere ve benzeri hususlara ilişkin hassas bilgilerin paylaşılacağı taahhüt edilmektedir. İlgili taahhüt *AEH/Migros* kararı kapsamında Kurul tarafından potansiyel koordinasyon risklerine ilişkin endişelerin ortadan kaldırılması için yeterli olarak değerlendirilen taahhütler referans alınarak getirilmiştir. ESSI-LUX tarafından, ticari açıdan hassas bilgi akışının sınırlandırılmasına ilişkin alınan önlemlere yönelik olarak, ilki Kurulun kısa kararının tebliğ edilmesinin ardından olmak üzere, yıllık raporlar sunulacağı ifade edilmiştir. Bahsi geçen rapora ESSI-LUX tarafından yapılacaktır.

- (209) Açıklamalar çerçevesinde koordinasyon riskinin bertaraf edilmesi amacıyla getirilen bu taahhüdün, endişeleri gidermek bakımından yeterli olduğu değerlendirilmiştir.
- (210) Taahhütlerin süresine yönelik olarak getirilen 7 numaralı taahhüt ile davranışsal taahhütlerin süresinin üç yıl olacağı ve Kurulun taahhütlerin geçerli olacağı süreyi en çok üç yıl daha uzatabileceği belirtilmektedir. Davranışsal taahhütler ile bir dikey birleşme sonucunda oluşan piyasanın yapısal değişikliğine, ilgili paydaşların (rakipler, müşteriler veya tedarikçiler) tepki vermesini sağlamanın amaçlandığı ifade edilmiştir. Bu kapsamda belirsiz veya çok uzun süreli davranışsal taahhütlerin, işlem sonucu ortaya çıkması beklenen önemli etkinlik kazanımlarını engelleyebilecek nitelikte olabileceği belirtilmiştir. Diğer taraftan optik ürünlerin perakende satışı, güneş gözlüklerinin toptan satışı, optik çerçevelerin toptan satışı, oftalmik lenslerin toptan satışı ve oftalmik teçhizat ve sarf malzemelerinin üretimi ve dağıtımına yönelik ilgili pazarların güçlü yerel ve uluslararası teşebbüslerin faaliyet gösterdiği dinamik pazarlar olduğu vurgulanmıştır. Bu çerçevede ilgili pazarlar yeni girişlere açık ve dinamik pazarlardır. Dolayısıyla, üç yıllık sürenin, rakiplerin ESSI-LUX üzerinde önemli derecede rekabetçi baskı kurabilecek stratejiler geliştirmeleri ve uygulamaya geçirmeleri için yeterli olduğu belirtilmiştir. Taahhüt metninde geçen bu süreler yeterli bulunmuştur.

### **G.8. Kuruma Yapılan İtirazlar Hakkında Değerlendirme**

- (211) Dosya kapsamında sektörde faaliyet gösteren teşebbüsler ve ilgili dernekler tarafından, işleme ilişkin itiraz dilekçeleri iletilmiştir. Bu kapsamda ELİT OPTİK, HOCAOĞLU, (.....) ve (.....) tarafından gönderilen ve işleme ilgili itirazları içeren yazılar sırasıyla 29.04.2021 tarih, 17563 sayı; 07.05.2021 tarih, 17752 sayı; 24.05.2021 tarih, 18024 sayı; 24.05.2021 tarih, 18027 sayı ve 26.05.2021 tarih, 18110 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. Türk Optisyen-Gözlükçüler Birliği tarafından gönderilen itirazlar ise 17.05.2021 tarih, 17847 sayı ve 10.05.2021 tarih, 17769 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir. Aşağıda bahsi geçen itirazlara ve taahhütlerin bu endişeleri giderip gidermediğine kısaca değinilecektir.
- (212) HOCAOĞLU ve ELİT tarafından yapılan başvuruda özetle;
- ESSI-LUX'un ATASUN'u devralma işlemi neticesinde, ESSI-LUX ve ATASUN'un piyasada hakim duruma geleceği, pazarın tek elden yönetileceği, gözlük camı, gözlük çerçevesi ve güneş gözlüğü fiyatlarının toptan ve perakende seviyesinde artacağı, rakiplerin dışlanabileceği ve piyasada kartel oluşabileceği, sektöre girişlerin ve yeni yatırımların engelleneceği,

- ESSI-LUX'un ticari faaliyet içerisinde bulunduğu perakende mağazalarının alım bilgilerini ATASUN'a aktarabileceği,
- ESSI-LUX'un ATASUN'a uygulayacağı fiyatlandırma politikası sebebiyle ATASUN ile bağımsız optisyenlerin fiyatları arasında farklar oluşabileceği, orta ve küçük ölçekli işletmelerin faaliyetlerini sürdürmeyeceği

hususları ifade edilmiştir.

(213) Türk Optisyen-Gözlükçüler Birliği tarafından yapılan başvurularda özetle;

- ESSI-LUX'un, sektörde faaliyet gösteren optisyenlere güneş gözlüğü, gözlük camı ve çerçevesi gibi optik ürünleri tedarik eden bir firma olduğu ve piyasada lider konumunda bulunduğu,
- ATASUN'un ise perakende seviyesinde faaliyet gösteren güçlü bir optik zincir olduğu,
- ESSI-LUX'un ATASUN'a tedarik ettiği ürünler bakımından diğer bağımsız optisyenlere verdiği fiyatın altında satış yapmasının haksız rekabete yol açtığı,
- ESSI-LUX'un, ATASUN'u devralması durumunda perakende piyasasında da hakim duruma geleceği ve tekelleşeceği

hususları ifade edilmiştir.

(214) Oftalmik lenslerin toptan satışı pazarında faaliyet gösteren (.....) tarafından yapılan gizlilik talepli başvuruda özetle;

- ESSI-LUX'un markalı güneş gözlükleri toptan satışı pazarında hakim durumda olduğu, oftalmik lenslerin toptan satışı ve markalı çerçevelerin toptan satışı pazarlarında lider konumda olduğu, optik perakendecilere satılan diğer birçok üründe ise önemli bir oyuncu olduğu,
- GRANDVISION'un optik perakende sektöründe Türkiye'de lider konumda olduğu,
- İşlemin dikey ve yatay etkilere yol açarak Türkiye'de etkin rekabeti önemli ölçüde engelleyeceği ve nihai kullanıcıların ürünlere yüksek ücret ödemesine yol açacağı,
- ESSI-LUX'un güneş gözlüğü, lens, çerçeve ve diğer ürünleri ATASUN ile rekabet eden optik perakendecilere daha az avantajlı şartlarda tedarik etme kabiliyetine ve motivasyonuna sahip olacağı, rakip perakendecilerin maliyetlerinin önemli ölçüde artacağı ve pazardan dışlanabileceği, ESSI-LUX'un rakip perakendecilere Ray-Ban gibi vazgeçilmez markalarının yeni serilerini sağlamayı reddedebileceği,
- Ürünlerin öncelikli olarak GRANDVISION'a tedarik edilebileceği ve rakip perakendecilere satılan bu ürünlerin fiyatlarının artabileceği,
- ESSI-LUX'un pazar kapama yöntemlerini uygulama motivasyonuna sahip olacağı, ESSI-LUX'un markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı pazarındaki hakim durumunu kaldıraç olarak kullanarak rekabet karşıtı uygulamalarda bulunabileceği, söz konusu değerlendirmelerin Avrupa Komisyonu'nun planlanan işleme yönelik incelemesindeki bulgularıyla tutarlı olduğu,

- Planlanan işlem sonrasında ATASUN'un oftalmik lens alımlarını ESSI-LUX'tan yapacağı, bu durumun rakip toptancıların ticaretlerinde kayba neden olacağı, ve diğer oftalmik lens tedarikçilerinin etkin bir şekilde rekabet etmesinin zorlaşacağı, benzer durumun güneş gözlüğü çerçeve ve diğer ürünler bakımından da yaşanacağı, ATASUN'un ESSI-LUX'un rakiplerinden satın alımlarını önemli ölçüde azaltacağı ve bu ürünleri ESSI-LUX'tan temin edeceği, bu durumunun ESSI-LUX'un oftalmik lenslerin ve markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı pazarındaki pazar payını artıracığı, işlemin oftalmik lenslerin nihai fiyatlarında artışa neden olacağı,
- İşlemin perakende sektöründe örtüşmeye yol açacağı ve rekabetin daha da azalacağı, rakip perakendecilerin maliyetlerinin önemli ölçüde artacağı ve etkin şekilde rekabet etmeleri zorlaşacağı,
- Birleşik Krallık Rekabet ve Piyasalar Kurumu'nun önceki kararlarıyla tutarlı olarak optik perakende pazarları coğrafi kapsamda yerel olarak tanımlanabildiği ve bunların belirli bir mağazanın çerçevesinde genellikle 10 km'den geniş olmayan hizmet alanlarından oluştuğu, bu kapsamda tarafların Türkiye'de önemli birleşik pazar payına sahip olabileceği yerel örtüşmelerin bulunabileceği,

belirtilerek işleme izin verilmemesi veya endişeleri giderecek uygun taahhütlerin alınması gerektiği ifade edilmiştir.

(215) İstanbul ilinde optisyen olarak faaliyet gösteren (.....) tarafından yapılan başvuruda özetle;

- ESSILOR ve ATASUN'un 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında birlikte hareket ederek, nihai tüketiciye optisyenlerin alım fiyatının dahi altında gözlük camı satarak haksız rekabet yarattıkları ve hâkim durumlarını kötüye kullandıkları,
- ESSILOR'un dünya gözlük camı pazarında hâkim durumda olan bir gözlük camı üreticisi olduğu, ESSILOR'un, LUXOTTICA ile birleşmesinin ardından GRANDVISION'u da satın alarak dünyada hâkim duruma gelmek istediği, bu nedenle söz konusu birleşme işleminin 4054 sayılı Kanun'un 4. ve 7. maddelerine göre yasaklanması gerektiği

ifade edilmiştir.

(216) Optik ürünler sektöründe faaliyet gösteren (.....) tarafından yapılan başvuruda özetle;

- AB Komisyonu'nda ilgili işlem değerlendirilirken detaylı bir değerlendirme yapıldığı perakende sektöründe faaliyet gösteren optisyenlerden görüş alındığı ve birleşmeden kaynaklı rekabetçi endişelerin giderilmesine odaklanıldığı,
- AB Komisyonu tarafından devralma işleminin tüketici tercihlerini sınırlandıracağı ve fiyatlarda artışa yol açacağı tespit edildiği,
- AB Komisyonu'nun işleme elden çıkarmaları içeren taahhütlerle izin verdiği dile getirilerek, benzer inceleme yöntemlerinin Türkiye'de de uygulanmasının fayda sağlayacağı

ifade edilmiştir.

(217) Yukarıda belirtildiği üzere ESSI-LUX 2019 yılında değer bazında;

- Markalı güneş gözlüklerinin toptan satışında %(.....),

- Markalı reçeteli optik çerçevelerin toptan satışında %(. . . . .),
- Stok lenslerin toptan satışında %(. . . . .),
- RX lenslerin toptan satışında %(. . . . .)

pazar payı elde etmiştir. Perakende seviyesinde ise tarafların toplam pazar payı (SUNGLASSHUT ve ATASUN) 2019 için %(. . . . .) olmaktadır. Dolayısıyla, dosya kapsamında yatay örtüşmenin rekabeti olumsuz etkileme ihtimali bu dosya bakımından düşük görülmüş ve işlemin yol açabileceği dikey rekabet sorunlarının giderilmesi hedeflenmiştir.

- (218) Taahhüt paketi kapsamında hem ESSI-LUX'un toptan seviyede sahip olduğu pazar gücünü zarar teorileri kapsamında kötüye kullanmamasına, hem de perakende seviyesindeki müşterilerine ayrımcılık yapmamasına yönelik taahhütler öngörülmektedir. Ek olarak tarafların sahip olduğu hassas bilgileri birbirleri ile paylaşmamaları taahhüt edilmektedir. Dolayısıyla, itirazlarda dile getirilen endişelerin taahhütler ile giderilebileceği kanaatine varılmıştır.

### G.9. Genel Değerlendirme

- (219) Yukarıda yer verilen tüm bu tespit ve değerlendirmeler ışığında;

- Devralan konumunda bulunan ESSI-LUX'un "stok lenslerin toptan satışı", "yarı işlenmiş lenslerin (RX lenslerin) toptan satışı" ve "markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı" pazarlarında hâkim durumda olduğu, "markalı ve reçeteli optik gözlük çerçevelerinin toptan satışı" ve "oftalmik makine, teçhizat ve sarf malzemelerinin üretimi ve dağıtımı" pazarları bakımından doğrudan bir hâkim durum tespiti yapılamadığı, ancak ESSI-LUX'un bu pazarlarda da ciddi paya ve önemli derecede pazar gücüne sahip olduğu,
- Optik ürünlerin perakende satışı pazarında rakip olarak faaliyet gösteren SUNGLASS HUT ve ATASUN'un aynı ekonomik bütünlük içinde yer almasının, perakende seviyesindeki yoğunlaşmayı, rekabetçi endişe ortaya çıkaracak seviyede artırmayacağı,
- Bununla birlikte, devralma işlemi sonucunda ilgili toptan satış pazarlarında lider konumunda olan ve markalı güneş gözlükleri ile lens pazarlarında pazar gücü bariz yüksek olan ESSI-LUX'un, perakende seviyesinin tüm kanallarında da güçlü ve lider konumda olacağı bir dikey bütünlük yapı oluşacağı, ESSI-LUX'un söz konusu bu portföy gücünü rakipleri aleyhine pazar kapama yoluyla kötüye kullanma ihtimalinin doğabileceği,
- Tüm bu hususlar göz önünde bulundurulduğunda, dosya konusu devralma işleminin kısa vadede toptan satış seviyesinde, daha sonra ise uzun vadede perakende satış seviyesinde rekabeti önemli ölçüde kısıtlayacak nitelikte etkiler doğurabileceği

kanaatine varılmıştır. Ortaya çıkabilecek dikey rekabetçi endişelerin ESSI-LUX tarafından sunulan ve olası rekabet sorunlarını gidermek bakımından yeterli olduğu değerlendirilen davranışsal taahhütler ile giderildiği, dolayısıyla sunulan taahhütler çerçevesinde işleme koşullu izin verilebileceği sonucuna ulaşılmıştır.

### G.10. Birinci Yazılı Savunma ve Değerlendirilmesi

- (220) ESSI-LUX tarafından 07.08.2020 tarih ve 8285 sayılı Kurum kayıtlarına intikal ettirilen yazılı savunmalarına aşağıda özet olarak yer verilmektedir.

- İlgili ürün pazarı ve coğrafi pazar tanımlamalarının yanlış yapıldığı, bu durumun Komisyonun ve Kurulun güncel kararları ile çeliştiği,
- “Oftalmik lenslerin üretimi ve toptan satışı” pazarında *EssilorLuxottica* birleşmesinde sunulan taahhütlerin potansiyel bir pazara giriş engeli riskini ortadan kaldırdığı, pazar paylarının ESSI-LUX’un üzerinde rekabetçi baskının bulunmadığına ilişkin delil olarak kullanılamayacağı, dolayısıyla ilgili pazarda hâkim durumda bulunulmadığı,
- “Markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı” pazarında adet bazlı pazar payının son yıllarda sürekli olarak azaldığı, pazar paylarının değer bazlı olarak dikkate alınmasının pazar gücünün ortaya konulmasında hatalı çıkarımlara neden olacağı, müşterilerin pazar gücünü kısıtlayacak kadar önemli düzeyde pazarlık gücüne sahip olduğu, alıcı gücü analizinde perakende zincirleri, departman mağazaları ve alıcı grupların mevcudiyetinin hesaba katılmadığı, pazarda giriş engeli bulunmadığı, Ray-Ban markasına özel güç atfedilemeyeceği, dolayısıyla ilgili pazarda hâkim durumda bulunulmadığı,
- “Markalı reçeteli optik gözlük çerçevelerinin toptan satışı” pazarında faaliyet gösteren çok sayıda rakip olduğu, alıcı gücünün diğer pazarlara kıyasla daha güçlü olduğu,
- “Oftalmik makine teçhizat ve sarf malzemelerin üretimi ve dağıtımı” pazarında küresel ölçekte rekabet eden çok sayıda uluslararası şirketin bulunduğu, ESSI-LUX’un müşteriler üzerinde pazar gücünü dayatmasının mümkün olmadığı,
- ATASUN ve SUNGLASS HUT’ın rakiplerinin hâlihazırda uygulamakta olduğu rekabetçi baskının işlem sonrasında da devam edeceği, işlem sonrasında yoğunlaşma oranının 1.000’in altında, değişimin ise 250’nin altında olacağı, HHI seviyelerinden dolayı işlemin yatay örtüşmeden kaynaklanan herhangi bir endişeye yol açmasının mümkün olmadığı,
- Perakende satış pazarında binlerce optisyen ve diğer pazar katılımcılarının bulunduğu, RBB analizlerine göre koordinasyon etkisi olasılığını gösterecek yoğunlaşma seviyesinin söz konusu olmadığı, binlerce farklı ürünün bulunduğu pazarda koordinasyonun mümkün olmadığı, ayrıca pazarda fiyatların takibinin son derece zor olduğu,
- *Essilor/Luxottica* birleşmesi kapsamında sunulan taahhütler dikkate alındığında birleşik teşebbüsün herhangi bir girdi kısıtlaması uygulayamayacağı, bununla birlikte birleşik teşebbüsün girdi kısıtlaması imkânının da bulunmadığı, perakendecilerin birleşik teşebbüsün girdilerine bağımlı olmadığı, Ray-Ban pazar payının birleşik teşebbüsün diğer toptan satış faaliyetlerine ve perakende satışlarına katkıda bulunacağına ileri sürülmesinin hatalı olduğu, MERVE OPTİK’in birleşik teşebbüs üzerinde önemli ölçüde rekabetçi baskı yarattığı,
- Oftalmik lenslerin toptan satışı pazarına ilişkin olarak optisyenlerin ortalama 4-5 reçete laboratuvarıyla çalıştığı, tedarikçiler arası geçişin yaygın olduğu, ESSI-LUX’un oftalmik teçhizatlar pazarındaki konumunun, girdi kısıtlaması kapsamında ortaya çıkabilecek endişeler bakımından ilave güç sağladığı değerlendirilmesinin kabul edilemeyeceği,
- Girdi kısıtlaması stratejisinin karlı olmayacağı, *Essilor/Luxottica* kararı kapsamında sunulan taahhütlere aykırı davranmaksızın girdi kısıtlamasına yönelik bir strateji

izlemesinin mümkün olmadığı, sunulan taahhütlerin perakende seviyesinde herhangi bir girdi kısıtlaması uygulaması ihtimalini zayıflattığı,

- Alt pazardaki pazar payının birleşik teşebbüse müşteri kısıtlama imkanı bahşetmek için çok düşük olduğu, ATASUN'un alt pazardaki konumunun değerlendirilmesinin zincir mağazaların yanı sıra departman/çevrimiçi satışları da kapsayan optik ürünlerin perakende satışı olarak tanımlanan ilgili pazar dahilinde yapılması gerektiği, üst pazardaki teşebbüslerin alt pazarda satış yapabilecekleri binlerce farklı mağaza olduğu,
- Diğer perakendecilerin satışlarının alt pazardaki satışların % (.....)'ünü oluşturduğu, dolayısıyla rakipler açısından pazarın büyük bir kısmının elde edilmeye müsait olduğu, üst pazardaki rakiplerin müşteri geçişlerinde herhangi bir yasal engelle karşılaşmadığı, bununla birlikte ESSI-LUX'un müşteri kısıtlama güdüsü ve imkânı bulunmadığı,
- Üst pazarlarda ölçek ekonomilerinin bulunmadığı, pazara giriş yapan herhangi bir teşebbüsün ölçeğinden bağımsız olarak kolaylıkla ve etkin bir şekilde önemli bir rakibe dönüşebileceği, pazardaki rekabetin oldukça güçlü olduğu,
- İşlemin çifte teknelci fiyatlamayı ortadan kaldıracığı, lojistik zincirinin ve üretim sürecinin optimizasyonu yoluyla maliyet tasarrufu sağlayacağı, nihai tüketicilere daha iyi hizmetler, teklifler ve genel bir deneyim olarak yansıtacağı, ESSI-LUX'un yatırım yapma güdüsünü artıracığı ve endüstrideki genel kalite seviyesine olumlu bir etki yaratacağı,
- ESSI-LUX'un erişebileceği bilgilerin hassas bilgi olarak sınıflandırılmaması gerektiği, erişilebilecek tek bilginin üst pazardaki rakiplerin ATASUN'a teklif ettiği toptan fiyatlar olacağı, ATASUN'dan ESSI-LUX'e uzanan bir bilgi hattı ihtimalinin pazarın yapısı sebebiyle üst pazarda koordinasyon riskini artırmayacağı, alt pazarlar açısından ATASUN'un, rakiplerine sunulan toptan fiyatlara erişebilmesinin alt pazardaki koordinasyonu kolaylaştırabilecek herhangi bir özellik taşımadığı.

(221) Kararın "G.5. İlgili Pazar" ve "G.6. Değerlendirme" bölümlerinde yer verilen bilgi, bulgu ve değerlendirmeler ile savunmalarda yer alan iddialara cevap verilmiştir.

## H. SONUÇ

(222) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre,

- Bildirim konusu işlemin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında 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,
- İşlem sonucunda aynı Kanun maddesi çerçevesinde etkin rekabetin önemli ölçüde kısıtlanması ihtimalinin söz konusu olduğuna,
- Bununla birlikte, EssilorLuxottica S.A. tarafından sunulan ve Rekabet Kurumu kayıtlarına nihai olarak 09.06.2021 tarih, 18474 sayı ile intikal eden;
  1. "EssilorLuxottica, Türkiye'deki mevcut veya potansiyel müşterilere markalı güneş gözlükleri, markalı optik çerçeveler, oftalmik lens ve oftalmik teçhizat

ürünlerini (ilgili sarf malzemeleri ile birlikte) ayrı ayrı tedarik etmeyi reddetmemek de dahil olmak üzere, söz konusu ürünlerin bağlı satışını gerçekleştirmeyeceğini taahhüt eder.

2. EssilorLuxottica, markalı güneş gözlükleri, markalı optik çerçeveler, oftalmik lensler ve oftalmik teçhizatlara (ilgili sarf malzemeleri ile birlikte) ilişkin olarak eşit koşullarda bulunan müşterilere yönelik yapılan satışlarda ayırıcı şartlar uygulamayacağını ve her halükârda makul şartlar sunacağını taahhüt eder.
3. EssilorLuxottica, markalı güneş gözlükleri, markalı optik çerçeveler, oftalmik lensler ve oftalmik teçhizat ürünlerine (ilgili sarf malzemeleri ile birlikte) ilişkin olarak tüm müşterilerine, EssilorLuxottica'nın perakendeci iştiraklerine (Atasun dahil) uygulayacağı satış koşulları ve şartlarının aynısını uygulayacağını taahhüt eder.
4. EssilorLuxottica; markalı güneş gözlükleri, markalı optik çerçeveler ve RX lensler bakımından, Atasun'un üçüncü taraf sağlayıcılardan yaptığı alımların değer bakımından toplam payının, 2019 yılında gerçekleşen alımları ile en az aynı oranda olacağını taahhüt eder.
5. Yukarıdaki 1, 2, 3 ve 4 no.lu taahhütlerin uygulanmasının takip edilmesi ve raporlanması konusunda ise EssilorLuxottica tarafından, İşlem akabinde taahhütler sürecinde aşağıdaki gözetim ve raporlama sistematığının tesisi taahhüt edilmektedir:
  - a. EssilorLuxottica, Rekabet Kurulu'nun kısa kararının tebellüğ edilmesinden itibaren 45 gün içerisinde, bağımsız üçüncü kişi bir firma ("Denetçi Uzman") ile anlaşacaktır.
  - b. Denetçi Uzman, EssilorLuxottica'nın 1,2 ve 3 no'lu taahhütlere uyumuna ilişkin görüşlerini içeren yıllık raporu, aşağıda belirtilen taahhüt dönemi süresince her yıl sonuna kadar Rekabet Kurumu'na ve eşzamanlı olarak EssilorLuxottica'ya sunacaktır. Denetçi uzman, Rekabet Kurumu'nun talebi üzerine veya gerekli gördüğü takdirde resen, yukarıda bahsi geçen yıllık rapor dışında ara rapor sunabilecektir.
  - c. EssilorLuxottica, Rekabet Kurulu'nun kısa kararının tebliğinden itibaren 30 gün içerisinde Denetçi Uzman ile yapılacak anlaşmanın genel koşullarını içeren bir şartnameyi Rekabet Kurumu'na sunacaktır.
  - d. EssilorLuxottica, ilgili raporlamanın gerçekleşmesi için dürüstlük kuralı çerçevesinde, Denetçi Uzman'dan her türlü gizlilik taahhüdü alınması kaydı ile sunulması gerekli her türlü bilgiyi ve desteği Denetçi Uzman'a sağlayacaktır.
  - e. İşlem'in kapanışı ile Denetçi Uzman'ın atması arasındaki dönemde, EssilorLuxottica ara döneme ilişkin olarak Rekabet Kurumu'na aylık raporlar sunacaktır.
6. Koordinasyon hususu kapsamında ortaya çıkabilecek çekinceleri gidermek üzere, İşlem sonrasında;
  - a. EssilorLuxottica, perakende seviyesindeki ticari ilişkileri vasıtasıyla bir toptancı olarak elde ettiği ticari açıdan hassas bilgileri (Atasun'un rakiplerine ilişkin) doğrudan veya dolaylı olarak Atasun ile paylaşmayacaktır.

- b. Atasun, toptan satış seviyesindeki ticari ilişkileri vasıtasıyla bir perakendeci olarak elde ettiği ticari açıdan hassas bilgileri (EssilorLuxottica'nın rakiplerine ilişkin) doğrudan veya dolaylı olarak EssilorLuxottica ile paylaşmayacağını taahhüt etmektedir.
- c. Ayrıca yukarıda belirtilen amaçlar doğrultusunda, EssilorLuxottica, Atasun ile EssilorLuxottica arasında hassas bilgilere erişim hususunda sınırlama uygulayacağını taahhüt etmektedir.
- d. Ek olarak, Atasun'un operasyonel yönetimi, personel ve organizasyon yapısı itibariyle EssilorLuxottica'nın toptancı seviyedeki iştiraklerinden ayrı yapılmasına devam edeceğini taahhüt etmektedir. Bu kapsamda, Atasun operasyonel yönetiminde yer alan yöneticiler, aynı anda EssilorLuxottica'nın kendi bünyesinde ya da toptan satış seviyesindeki iştiraklerinde görev almayacaktır. Aynı bağlamda EssilorLuxottica'nın kendi bünyesinde ya da toptan satış seviyesindeki iştiraklerinde operasyonel yönetiminde yer alan yöneticiler aynı zamanda Atasun bünyesinde görev almayacaklardır (Operasyonel yönetim, günlük işlerin yönetimi ve idaresi anlamında tanımlanmakta olup, işlerin günlük yönetimi ile ilgili sorumlu olmayan yönetim kurulu üyeleri, bu kapsamda değerlendirilmeyecektir. Bununla birlikte, yukarıda ifade edilen operasyonel ayrıştırma, söz konusu ticari ilişkilerin genel müdür yardımcısı seviyesine kadar ayrı kişi ve ekiplerin sorumluluğunda takip edilmesini kapsamaktadır).
- e. İlaveten, yine Rekabet Kurulu'nun AEH/Migros Kararı'nda yer alan değerlendirmeleri ile paralel olarak, Rekabet Kurulu'nun ilgili taahhütlerin uygulanmasına ilişkin potansiyel endişelerini ortadan kaldırmak adına, EssilorLuxottica ile Atasun arasındaki ticari açıdan hassas bilgi akışının sınırlandırılmasına ilişkin alınan etkili önlemlere yönelik olarak EssilorLuxottica tarafından, ilki Rekabet Kurulu'nun İşlem'in kapanışı akabinde olmak üzere, yıllık raporlar sunulacaktır.
7. İşbu davranışsal taahhütlerin süresi İşlem'in kapanış tarihinden itibaren üç yıl olacak ve Rekabet Kurulu tarafından gerekli görülmesi halinde sürenin sonunda en çok üç yıl daha uzatılabilecektir.”

şeklindeki davranışsal çözümleri içeren taahhüt metninin işlemin yol açacağı rekabet sorunlarını gidermede yeterli bulunduğu, dolayısıyla işleme EssilorLuxottica S.A. tarafından sunulan bu taahhütler çerçevesinde koşullu izin verilmesine,

- İzin kararı bakımından getirilen davranışsal taahhütlerin yükümlülük teşkil edeceğine, yükümlülüklerin ihlal edilmesi durumunda diğer tedbirlerle birlikte taraflar hakkında 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 17. maddesinde öngörülen idari para cezasının uygulanmasına

gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 60 gün içinde Ankara İdare Mahkemelerinde yargı yolu açık olmak üzere, OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.