



# **REKABET BÜLTENİ**

## Nisan 2019

**Dış İlişkiler, Eğitim ve Rekabet  
Savunuculuğu Dairesi**

**Bu Sayıya Katkıda Bulunanlar**

Osman Tan ÇATALCALI

Mehmet Mete BAŞBUĞ

Beyza ERBAYAT

Ömer Faruk ÇELİK

Tuba YEŞİL

Bilge TANRISEVEN

Betül GÜLSERDİ

Derya ERFİDAN

Dr. Mehmet ÖZKUL

**İletişim**

[bulten@rekabet.gov.tr](mailto:bulten@rekabet.gov.tr)

Rekabet Kurumu

2019 - Ankara

GİRİŞ	1
SEÇİLMİŞ GEREKÇELİ KARARLAR	2
DÜNYADAN HABERLER	15
SEÇİLMİŞ İDARİ YARGI KARARLARI	21
EKONOMİK ARAŞTIRMALAR	27

2019 yılının ilk üç ayında rekabet hukuku, iktisadı ve politikası alanlarındaki gelişmelere ilişkin haberlerin yer aldığı Rekabet Bülteni ile karşınızdayız.

Bu sayımızın "Seçilmiş Gerekçeli Kararlar" başlıklı bölümünde sonuçlanan iki soruşturma kararına, bir nihai incelemeye alınan işleme, bir menfi tespit kararına ve bir muafiyet kararına yer verilmiştir.

Rekabet Bülteni'nin "Dünyadan Haberler" başlıklı bölümünde ise Danimarka, Avrupa Birliği, Almanya ve Birleşik Krallık'tan haberlere yer verilmiştir.

"Seçilmiş İdari Yargı Kararları" başlıklı bölümünde Danıştay ve Ankara İdare Mahkemeleri tarafından Rekabet Kurulu'nun almış olduğu bazı kararlar hakkında alınan kararlara değinilmiştir.

En son bölüm olan "Ekonomik Araştırmalar" bölümünde ise *OECD Economics Department* tarafından yayımlanan "*Dijitalleşme ve Verimlilik: Kutsal Kase Arayışında- Avrupa ülkelerinden Firma Düzeyinde Ampirik Bulgular*" başlıklı makale ile *Open-Assessment E-Journal* tarafından yayımlanan "*Sınır Ötesi Devralmalarda Çok Uluslu Rekabette Kazanımlar*" başlıklı makalenin özetlerine yer verilmektedir.

Son olarak, her zaman olduğu gibi Rekabet Bülteni'ne ilişkin görüş ve önerilerinizi bizlere ulaştırmak için [bulten@rekabet.gov.tr](mailto:bulten@rekabet.gov.tr) adresini kullanabileceğinizi hatırlatmak istiyoruz.

Herkese iyi çalışmalar dileriz.

Dış İlişkiler, Eğitim ve Rekabet Savunuculuğu Dairesi

▪ **Google LLC, Google International LLC ve Google Reklamcılık ve Pazarlama Ltd. Şti.'den Oluşan Ekonomik Bütünlük (GOOGLE) Hakkındaki Soruşturma**

**Karar Tarihi:**  
**19.09.2018**

**Karar Sayısı:**  
**18-33/555-273**

**Türü:**  
**Soruşturma**

İlgili karar, GOOGLE'ın mobil işletim sistemi ve mobil uygulama ve hizmetlerin sunumuna ilişkin davranışlarının ve GOOGLE ile cihaz üreticileri arasında imzalanan sözleşmelerin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'u (4054 sayılı Kanun) ihlal edip etmediğinin tespiti hakkında yürütülen soruşturmaya ilişkindir. Bu bağlamda dosya kapsamında temel olarak; GOOGLE'ın mobil işletim sisteminin sağlanmasına yönelik cihaz üreticileriyle akdettiği Mobil Uygulama Dağıtım Sözleşmesi (Mobile Application Distribution Agreement-MADA) kapsamında; Google arama (Google search) ve Google arama parçacığı ile içeriği GOOGLE tarafından belirlenen zorunlu uygulama paketinin (Google Mobil Sistemi-GMS) önceden birlikte yüklenmiş olmasını şart koştuğu, Google arama bakımından münhasırlık uyguladığı ve Android'in parçalara ayrılmamasına ilişkin muğlak hükümler vasıtasıyla rakiplerinin faaliyetlerini zorlaştırdığı iddiaları ele alınmıştır.

İlgili kararda öncelikle, MADA sözleşmeleri ile getirilen yükümlülüklerin rekabet hukuku kapsamında bağlama uygulamaları başlığı altında irdelenmesine gidilmiş, 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi uyarınca bir bağlama ihlali oluşup oluşmadığının tespiti için ise; iki ayrı ürünün varlığı, iki ayrı ürünün bir arada sunuluyor olması, bağlayan ürün pazarında teşebbüsün hâkim durumda bulunması, bağlanan ürün pazarında fiili veya muhtemel kapama etkisinin oluşması, tüketicinin uygulamadan zarar görmesi ve uygulamanın haklı bir gerekçeye dayanmaması unsurlarından oluşan altı aşamalı bir test uygulanmıştır. Bu doğrultuda ilk planda; lisanslanabilir mobil işletim sistemleri pazarında sunulan TAİS ürünü ile mobil arama hizmetleri ve mobil internet tarayıcılarının ayrı ürün ve hizmetler niteliği taşıdığına tespiti yoluyla birinci unsurun; TAİS kullanmak isteyen üreticilere Google arama parçacığının önyüklenmesi ve Google aramanın cihazların mobil arama hizmetlerine erişim noktalarında varsayılan olarak atanması yükümlülüğünü getirilmesi suretiyle de iki ayrı ürünün bir arada sunulmasını öngören ikinci unsurun somut vakada gerçekleştiği sonucuna ulaşılmıştır.

GOOGLE'ın bağlayan ürün pazarı olarak nitelendirilen "lisanslanabilir mobil işletim sistemleri" pazarında hâkim durumda olup olmadığına yönelik

üçüncü unsur dairesinde ise; Türkiye pazarında üretilen mobil cihazların oldukça önemli bir bölümü Android işletim sistemine sahip cihazlar iken söz konusu cihazların neredeyse tamamında TAİS kullanıldığı görülmüştür, Android cihazlarda TAİS'in mütemmim cüzü olarak nitelendirilebilecek Google Play uygulama mağazasına alternatif teşkil edebilecek uygulama mağazaları içeren mobil işletim sistemlerinin hiç kullanılmadığı ya da bunların kullanımının piyasa dinamikleri içinde oldukça sınırlı kaldığının anlaşılması, cihaz üreticilerinin tüm üretimlerini henüz Google Play uygulama mağazası kadar gelişmemiş üçüncü parti uygulama mağazaları ile yine tüketicilerin alışık olduğu Google uygulamalarını desteklemeyen bir işletim sistemine geçmelerinin de ticari olarak mümkün olmaması ışığında GOOGLE'ın, TAİS ile lisanslanabilir mobil işletim sistemleri pazarında hâkim durumda bulunduğu sonucuna varılmıştır.

Bağlanan ürün pazarında fiili veya muhtemel kapama etkisinin oluşmasına ilişkin dördüncü bağlama unsuru ekseninde kararda öncelikle, Google aramanın varsayılan olarak yüklenmesi uygulamasının rakip faaliyetleri üzerinde zorlaştırıcı etkiye yol açıp açmadığı üzerinde durulmuştur. Bu minvalde ilk etapta, adı geçen uygulamanın rakipler üzerinde iki etkisinin bulunduğu, bunlardan birincisinin; arama hizmetlerinin tek başlarına cihazlara varsayılan arama hizmeti olarak atanmasının mümkün olmaması, ikinci etkinin ise söz konusu uygulama nedeniyle cihaz üreticilerinin, son kullanıcıların en fazla etkileşim halinde bulunduğu ana ekrana, Google arama parçacığı dışında alternatif arama parçacıklarını yükleme güdüsünü azaltması şeklinde ortaya çıktığı belirtilmiştir.

Bahse konu durumun, internet arama hizmetlerinin mobil sunumu pazarındaki alternatif teşebbüslerin son kullanıcılara erişimi bakımından oldukça önemli bir kanal olan cihaz üreticileri kanalında MADA hükümleri vasıtasıyla özetle şu yönleriyle bir kapama etkisi yaratılabileceğine işaret edilmektedir: Google'ın mobil arama hizmetlerinin dağıtımında reklam kanalı gibi yöntemleri yerine doğrudan üretici kanallarını (cihaz üreticileri ve tarayıcı geliştiricileri) kullanmasının, diğer kanalların etkin ikame niteliğini açık biçimde ortadan kaldırması, cihazlara önyüklü olarak gelen uygulamalarda kullanılan mobil arama hizmetlerinin varsayılan olarak tayin edilmesinin son kullanıcıların tercihlerini esaslı biçimde yönlendirmek suretiyle Google mobil arama hizmetini kullanması amacına hizmet etmesi, MADA sözleşmelerindeki varsayılan veya münhasır olarak atanmaya ilişkin hükümlerin rakiplerin bu pazarlara erişimini önemli ölçüde engellemesi. Aktarılan değerlendirmeler sonucunda GOOGLE'ın bağlamaya ilişkin faaliyetlerinin, lisanslanabilir mobil işletim sistemleri pazarında alternatifi neredeyse bulunmayan TAİS'in hâkim gücünün internet arama

hizmetlerinin mobil sunumu pazarına da taşınmasına yol açtığı ve rakipler açısından fiili ve potansiyel kapama etkisi yarattığı sonucuna ulaşılmıştır.

Bağlama analizinin tüketicinin uygulamadan zarar görmesi kriteri özelinde ise; GOOGLE'ın bağlama uygulamalarının Google arama hizmetlerinin masaüstü bilgisayarlarda olduğu gibi mobil cihazlarda da en fazla kullanılan arama motoru olmasına yol açtığı, rakiplerin etkin biçimde yer alamadıkları böyle bir pazarda son kullanıcıların, sadece GOOGLE'ın reklam alanındaki algoritmalarına tabi olduğu, tüm kişisel verisini, hem genel hem de mobil arama alanında sadece GOOGLE ile paylaşmak durumunda kalan nihai kullanıcıların, karşılığında GOOGLE'ın istediği miktarda reklam almak zorunda bırakıldığı, rakip oyuncuların tüketici değerlemesine maruz bile kalamadan, MADA anlaşmalarındaki bağlama hükümleri ile internet arama hizmetlerinin mobil sunumu pazarında kurulan duvarlar nedeniyle pazar dışında kaldığı, bunun yanı sıra tüketicilere daha uygun maliyetli ya da daha donanımlı cihazlar üretilmesi adına kullanılabilir ve rakip kanallardan gelecek bu tarz kaynakların GOOGLE'ın uygulamaları neticesinde önlediği, son olarak pazardaki azalan rekabetin GOOGLE ve muhtemel rakiplerinin yatırım güdülerini azaltacağı değerlendirilmiştir. Netice itibarıyla GOOGLE'ın inceleme konusu eylemlerinin tüketici zararına yol açma koşulunu da sağladığı kanaatine varılmıştır. Haklı gerekçe şartı bakımından ise soruşturma konusu uygulamaların GOOGLE tarafından sağlandığı ileri sürülen etkinlik kazanımları için zorunlu olmadığı ayrıntılarıyla ortaya konulmuştur.

MADA'larda yer alan hükümlerin 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında ihlal olarak değerlendirilen bağlama uygulamasının tüm koşullarını sağladığının kesinleştirilmesi akabinde GOOGLE'ın cihaz üreticileriyle imzaladığı sözleşmelerde yer verilen ve Google aramanın cihazlarda münhasıran yüklenmesini temin eden hükümlerin 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiği, ilaveten mezkûr bağlama uygulamasının ortaya çıkardığı rekabet karşıtı etkiyi güçlendirdiği ve kalıcı hale getirdiği tespit edilmiştir. İhlali sonlandırmak ve pazardaki etkin rekabetin tesis edilmesini sağlamak adına ayrıca lisanslamaya koşul olarak sunulan sözleşme hükümlerinin kaldırılması hususunda GOOGLE'a yükümlülükler getirilmiştir. MADA'larda yer alan diğer Google uygulamalarına ilişkin yükümlülüklerin ise 4054 sayılı Kanun kapsamında ihlal teşkil etmemekle birlikte, sözleşme tarafı cihaz üreticileri bakımından aleniyet sağlamak ve gelecekte oluşabilecek rekabetçi kaygıları önlemek için tüm sözleşmelere GOOGLE uygulamaları ile birlikte rakip uygulamaların cihaza önyüklenmesinin engellenmediğine ilişkin açık bir hükmün eklenmesine yönelik görüş yazısı gönderilmesine hükmedilmiştir.

▪ **Türk Henkel Kimya Sanayi ve Ticaret A.Ş. (HENKEL) Hakkında, Ürünlerinin Yeniden Satış Fiyatını Tespit Ettiği İddiasına Dair Yürütülen Soruşturma**

**Karar Tarihi:**  
**19.09.2018**

**Karar Sayısı:**  
**18-33/556-274**

**Türü:**  
**Soruşturma**

Adı geçen soruşturmaya konu iddialar, HENKEL'in ürünlerinin yeniden satış fiyatını tespit etmek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ikinci fıkrasının (a) bendini ihlal edip etmediği temeline dayanmaktadır. Bu paralelde dosya kapsamında ilgili ürün pazarları olarak belirlenen "güzellik ve kişisel bakım ürünleri" ile "çamaşır ve ev bakımı ürünleri" pazarlarında faaliyet gösteren HENKEL'in satış ve fiyatlandırma stratejisi genel itibarıyla ortaya konularak soruşturma dairesinde elde edilen somut bilgi ve belgeler çerçevesinde HENKEL'in uygulamaları değerlendirilmiştir.

Kararda HENKEL ürünlerinin satışı ve dağıtımının; doğrudan satış yapılan büyük hacimli perakendeciler" (BHP) ile distribütör kanalından teşekkül ettiği, BHP'lerin "önemli müşteri" (key account) olarak adlandırıldığı ve HENKEL'in kestiği fatura karşılığında mal alarak, HENKEL'in deposundan kendi depolarına ve/veya mağazalarına sevkiyat yaptığı belirtildikten sonra anılan kanallarda geçerli olan satış ve fiyatlandırma stratejisi aktarılmıştır. Bunlardan BHP kanalında; HENKEL'in BHP'ler ile yaptığı sözleşmelerin standart nitelikte olmayıp genellikle her bir müşteri özelinde hazırlanarak imzalandığı, sözleşmede karşılıklı mutabakat sağlanan fiyatlar üzerinden sipariş ile sevkiyat oluşturulduğu ve müşterinin tercihinin göre belirlenen noktaya gerçekleştirildiği ifade edildikten sonra anılan sözleşmelerde yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik herhangi bir hüküm bulunmamasıyla birlikte HENKEL'in tüm müşterilerine tavsiye niteliğinde raf fiyatı, raf konumu, ürünlerin hangi mağazalarda, hangi sürelerde, hangi günlerde listeleneceği gibi şartlar önerdiğinin anlaşıldığı belirtilmiştir.

Soruşturma sürecinde elde edilen bilgilere göre; sözleşme hükümleri uyarınca BHP'ler ile mutabık kalınan alış fiyatı ve tavsiye edilen satış fiyatı sene başında veya özel durumlarda (koltuk altı deodorantı kategorisinde ÖTV artışı, petrol bazlı hammadde fiyat artışının maliyeti artırdığı durumlar gibi) güncellenmekte ve HENKEL'in BHP'lere yaptığı satış fiyatına zam yaparak ürünün fiyatını güncellemesi "fiyat geçişi olarak adlandırılmaktadır. Bu tür fiyat geçişlerinde ise BHP'lerin yeni satış fiyatını uygulayabilmesi için zamana ihtiyaç duyduğu ve fiyat geçişleri hususunda bir takvim belirlenebilmesi için karşılıklı görüşmeler yapıldığı belirtilmektedir.



Kararda HENKEL ürünlerinin satışı ve dağıtımının yapıldığı distribütör kanalında ise HENKEL'in, güzellik ve bakım ile çamaşır ve ev bakımı grupları grupları için genellikle ayrı ayrı distribütörlerle çalıştığı, HENKEL ile distribütörleri arasında akdedilen sözleşmelerde yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik herhangi bir hüküm bulunmadığı ve sözleşmelerin de münhasır dağıtım sözleşmeleri olmadığı, distribütörlerin yalnızca HENKEL tarafından sağlanan stokların kayıtlarını tutma ve lojistik destek sağlama hususlarında yardım ettiği, HENKEL ürünlerini talep eden mağazaların takibini ise teşebbüsün kendi satış elemanlarının yaptığı ifade edilmiştir. Öte yandan, HENKEL'in gerek BHP gerekse distribütörlerle indirimler, promosyonlar, çekilişler, hediye setleri, insertler gibi pazarlama aktiviteleri (dönemsel aktiviteler) planlayabildiği, bu aktivitelerin maliyetlerine genellikle HENKEL'in katlandığı, dönemsel aktivitelerin, müşteri bazında yapılan bütçe planlarına uygun şekilde gerçekleştirildiği ve anılan bütçelerin, müşterilerin kendi müşterilerine indirim olarak yansıtması için aktivite kapsamında sunduğu belirtilmiştir. HENKEL'in ayrıca satışa sunduğu tüm ürünler için Star Store (SS) adı verilen bir iç raporlama da yaptığı, aylık olarak yapılan bu raporlamada, HENKEL tarafından satışı yapılan her ürünün ilgili satış noktasında; rafta bulunup bulunmadığı, fiyatının aksiyon fiyatı veya üzerinde olup olmadığı, rafta belli bir ürünün yanında bulunup bulunmadığı, ürünün ayrı bir standının olup olmadığı kriterleri üzerinden bir analizi yapıldığı, mezkûr raporda her bir ürün için belli bir aksiyon fiyatı belirtilerek ürünün bu fiyatta veya üzerinde olup olmadığının raporlandığı aktarılmıştır.

Uygulamaya bakıldığında ise dosya mevcudu bilgi ve belgelerden; HENKEL'in satış yaptığı ürünlerin fiyatlarını yakinen takip ettiği anlaşılmış, ilgili alıcının satış fiyatının HENKEL'in aksiyon fiyatının altında gerçekleştiğinin belirlendiği durumlarda fiyatların artırılması için HENKEL tarafından çeşitli girişimlerde bulunulduğu tespit edilmiştir. Buna göre, SS raporunda yer verilen fiyatların, bir HENKEL çalışanı tarafından bilgisayar programı vasıtasıyla alıcının gerçekleşen satış fiyatları ile karşılaştırıldığı, farklı fiyat çıkması halinde HENKEL çalışanının ilgili alıcıdan sorumlu saha çalışanına e-posta yoluyla ulaşarak, bu durumu düzeltmek için ne gibi aksiyonlar alınması gerektiğine dair sorular yönelttiği belirlenmiştir.

Yapılan tüm inceleme ve değerlendirmeler ışığında; HENKEL'in, ürünlerinin piyasadaki fiyatının takip edilmesinin ve yeniden satış fiyatının tavsiye edilmesinin ötesinde, alıcıların bağımsız ticari kararları doğrultusunda belirlemeleri gereken perakende satış fiyatına doğrudan müdahalede bulunduğu ve yeniden satış fiyatının serbest rekabet koşulları çerçevesinde

belirlenmesini engellediği, dolayısıyla HENKEL'in 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin birinci fıkrasının (a) bendini ihlal ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Kararda ayrıca rekabetin en önemli unsurlarından fiyatın yeniden satış fiyatının tespiti yoluyla belirlenmesinin çoğunlukla amaç bakımından bir rekabet kısıtı teşkil etmesi hasebiyle HENKEL'in inceleme konusu uygulamalarının 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi kapsamında muafiyet almasının da mümkün görünmediği dile getirilmektedir. Gerekçe olarak ise; yeniden satış fiyatının belirlenmesinin HENKEL ürünlerinin dağıtımında ve alıcıların sunduğu ürün ve hizmetlerde gelişme ve iyileşme oluşturmayacağı ve yeniden satış fiyatının belirlenmesi neticesinde HENKEL markalı ürün almak isteyen tüketicilerin marka içi rekabetin sınırlanması nedeniyle daha yüksek fiyatlarla karşılaşacağı, marka içi fiyat rekabetinin ortadan kalkmasının da tüketici refahını önemli ölçüde olumsuz etkileyebileceği gösterilmiş, bu itibarla Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (a) ve (b) bendindeki koşulların somut olayda karşılanmadığı kanaatine varılmıştır. Son tahlilde teşebbüs hakkında 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi uyarınca idari para cezası uygulanmıştır.

▪ **Luxottica Group S.p.A. (LUXOTTICA) ile Essilor International S.A.'nın (ESSILOR) Birleşmesi İşlemine Yönelik Karar**

**Karar Tarihi:**  
**01.10.2018**

**Karar Sayısı:**  
**18-36/585-286**

**Türü:**  
**Nihai İnceleme**

Söz konusu nihai inceleme, Luxottica Group S.p.A. (LUXOTTICA) ile Essilor International S.A.'nın (ESSILOR) birleşmesi işlemine izin verilmesi talebini konu edinmektedir.

Karar çerçevesinde öncelikle LUXOTTICA ve ESSILOR'un faaliyetlerinin Türkiye'de markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı ile markalı reçeteli optik çerçevelerin toptan satışı pazarlarında yatay olarak örtüştüğü tespit edilmiş, diğer ilgili pazar olan oftalmik lenslerin toptan satışı pazarında ise taraflardan yalnızca ESSILOR'un bulunduğu, LUXOTTICA'nın aynı zamanda, üst ve alt pazarlar olan oftalmik makinelerin, teçhizatın ve sarf malzemelerinin üretimi ve satışı ile markalı güneş gözlüklerinin perakende satışı pazarlarında da faaliyet gösterdiği belirtilmiştir. İşlemin 4054 sayılı Kanun ve Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ (2010/4 sayılı Tebliğ) kapsamında değerlendirilmesi aşamasında ise ilk etapta mezkûr yatay örtüşmenin ilgili ürün pazarları bakımından olası etkileri ele alınmış, daha sonra, tarafların birbirlerini tamamlayıcı nitelikte ve optisyenlerin ihtiyaçlarının tamamına

yakınıni karşılayabilecek genişlikte ürün yelpazelerine sahip olduğu dikkate alınarak işlemin olası konglomera etkileri üzerinde durulmuştur.

Yukarıda aktarılan sistemik dairesinde kararda markalı reçeteli optik gözlük çerçevelerinin toptan satışı pazarında 2014-2017 dönemine ait adet ve tutar bazında olmak üzere ilk on teşebbüsün pazar payları incelenmiş; tutar bakımından LUXOTTICA'nın en yüksek pazar payı ile pazar lideri konumunda olduğu, ESSILOR'un ise pazarın ikinci sırasında yer aldığı görülmüştür. Mevcut pazar bakımından adet bazında rekabetçi kaygılar oluşma ihtimalinin düşük kaldığı söylenebilecek olmakla birlikte, tutar bazında HHI endeksindeki değişimin 250 eşiğini aşması ışığında, pazar şartlarına göre rekabetçi endişelerin doğabileceği kanaati ifade edilerek daha geniş kapsamlı analize gidilmiştir. Bu paralelde markaların 2014-2017 yıllarına ait payları bu kez ilk on beş marka için irdelenmiş ve bahse konu pazarda, marka paylarının güneş gözlüklerinde olandan farklı bir şekilde oluştuğu, bu durumun, optik gözlük çerçeveleri bakımından marka bilinirliğinin sınırlı olmasıyla açıklanabileceği, işlem sonrasında birleşmiş teşebbüsün ilk on beş sırada bulunan markadan yedisine sahip olacağı tespit edilmiştir.

Öte yandan, markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı pazarında yoğunlaşmanın hesaplanabilmesi için ise ilk dokuz teşebbüsün bu pazardaki 2014-2017 dönemine ait adet ve tutar bazında pazar payları incelenmiş ve LUXOTTICA'nın pazar lideri konumunda olduğu, LUXOTTICA'yı ESSILOR'un ikinci teşebbüs olarak takip ettiği, ESSILOR'dan sonra pazardaki en büyük oyuncunun ise 2016 yılında bu pazara giren SAFİLO olduğu görülmüştür. Çok sayıda oyuncunun faaliyet gösterdiği pazarda geriye kalan rakiplerin paylarının ise çok düşük olduğu, paylarının toplamının pazarın yarısı dahi etmediği ve bu rakiplerin birleşmiş teşebbüse rekabetçi baskı uygulamaktan bir hayli uzak olduğu belirlenmiştir. Yoğunlaşma seviyesinin HHI endeksi merkezinde ölçümlenmesine de yer verilen kararda, bu paralelde elde edilen değerlerin, anti rekabetçi etkilerin oluşabileceği ve yüksek seviyede yoğunlaşmış bir pazar yapısına işaret ettiği neticesine ulaşılmıştır. Netice itibarıyla yatay örtüşmenin meydana geldiği mezkûr iki pazarda işlemi takiben ortaya çıkacak gücü ve yoğunlaşma seviyesini tüketiciler lehine dengeleyebilecek/sınırlayabilecek diğer unsurlara bakılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Sözü edilen unsurlardan dengeleyici alıcı gücü bağlamında, optik sektörünün perakende satış seviyesinde bulunan optisyenler arasında yer alan zincir mağazaların kendi aralarında perakende seviyesinde sahip olduğu pazar payları ilgili pazarlar özelinde irdelenmiştir. İlaveten anılan pazarların yapısal özellikleri bağlamında; her iki pazarın çok büyük bir kısmını bağımsız optikçilerin oluşturduğu, genel olarak dağınık bir yapı arz

eden perakende seviyesi bakımından, yatay örtüşmenin söz konusu olduğu pazarlarda birleşmiş teşebbüse karşı dengeleyici alıcı gücünün varlığından söz etmenin mümkün olmadığı, birleşmiş teşebbüsün çok daha yüksek paya sahip olacağı ve marka gücünün belirgin bir şekilde öne çıktığı tespitine yer verilmiş, markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı pazarında ise bu tespitin daha güçlü bir şekilde geçerli olduğu ortaya konulmuştur.

Bahse konu unsurlardan pazara muhtemel girişler başlığı altında ise özetle; geçmiş dönem verileri özelinde pazara muhtemel girişlerin, bilhassa markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı pazarında birleşmiş teşebbüs üzerinde ciddi düzeyde rekabet baskısı yaratmayacağı kanaatine varılmıştır.

Nihai inceleme kapsamında, birleşmeyle birlikte meydana gelebilecek yatay etkilerin yanı sıra, birleşmiş teşebbüsün sahip olacağı bütünleşik ürün portföyünden kaynaklanan konglomera etkiler bağlamında da bir analize yer verilmiştir. Bu çerçevede işlemin gerçekleşmesiyle beraber, birleşmiş teşebbüsün optisyenlerin ihtiyacının tamamına yakınına karşılayabileceği bir ürün yelpazesine sahip olacağı, oftalmik makine ve teçhizat ile markalı güneş gözlüklerinin perakende satışı alanlarındaki varlığının bu teşebbüsün aynı zamanda dikey bütünleşmiş yapıda olacağına işaret ettiği, birleşmiş teşebbüsün markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı pazarında hâkim durumda olacağı ve çok güçlü markaları ürün portföyünde bulunduracağı, birleşmiş teşebbüsün özellikle güneş gözlüğü alanındaki pazar gücünü diğer ilgili pazarlarda kaldıraç olarak kullanmasının muhtemel olduğu değerlendirilmiştir.

Mevcut tespitler ışığında kararda, işlem sonucunda birleşmiş teşebbüsün yatay örtüşmenin söz konusu olduğu ilgili pazarlarda LUXOTTICA'nın tek başına sahip olduğu lider konumdan daha güçlü bir pozisyonda olacağı, bunlardan markalı reçeteli optik çerçevelerin toptan satışı pazarında, birleşmiş teşebbüsün payı, uygulamada kabul gören hâkim durum eşliğinin altında kaldığı, üstelik bu pazarda marka gücünün güneş gözlüğünde olduğu kadar belirleyici olmadığı, markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı pazarında ise, hâlihazırda hâkim durumdaki LUXOTTICA'yı bünyesine alacak olan birleşmiş teşebbüs, bu konuma çok daha güçlü bir şekilde sahip olacağı, bunun karşısında, dengeleyici alıcı gücü ve etkili bir pazara giriş tehdidinin de söz konusu olmadığı, dolayısıyla işlem sonucunda, markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı pazarında mevcut hâkim durumun güçlendirileceği ve böylece rekabetin önemli ölçüde azaltılacağı, bu nedenle işleme izin verilemeyeceği sonucuna ulaşılmıştır.

Bununla birlikte; tarafların sunduğu yapısal taahhütlerin, işlem sonrasında ortaya çıkabilecek yatay örtüşmeleri bütünüyle ortadan kaldırdığı, Merve

Optik Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin (MERVE OPTİK) elden çıkarılmasını öngören davranışsal taahhütler de dikkate alındığında konglomera etkiler cephesindeki endişelerin de giderildiği kanaatine varılmıştır. Sonuç olarak; nihai inceleme bakımından MERVE OPTİK'in elden çıkarılmasının şart, taahhütte yer verilen diğer davranışsal unsurların yükümlülük teşkil edeceği, şartın ihlalinin verilecek izni kendiliğinden geçersiz hale getireceği yönünde karar tesis edilerek işleme koşullu izin verilmiştir.

▪ **"Sertifikalı Firma Performans Değerlendirmesi Tablosu"nun İnternet Sayfasında Paylaşılması Uygulamasına Yönelik Karar**

**Karar Tarihi:**  
**27.12.2018**

**Karar Sayısı:**  
**18-49/759-366**

**Türü:**  
**Menfi Tespit**

İlgili karar, Eskişehir Şehir İçi Doğalgaz Dağıtım Ticaret ve Taahhüt A.Ş. (ESGAZ) tarafından Rekabet Kurumuna (Kurum) yapılan "Sertifikalı Firma Performans Değerlendirmesi Tablosu"nun internet sayfasında paylaşılması işlemine menfi tespit belgesi ya da muafiyet verilmesi talebine ilişkindir. Başvuruya konu tablo temel olarak; ESGAZ'ın sertifikalandırdığı firmalar hakkında mevcutta ESGAZ bünyesinde bulunan bilgilerin, belirli bir puanlama sistemine tabi tutulmak suretiyle firmaların derecelendirilmesi esasına dayanmaktadır.

ESGAZ, doğal gaz dağıtım pazarında hukuki tekel olarak faaliyet göstermekte ve ilgili mevzuat uyarınca iç tesisat projelerinin hazırlanması ve yapımı pazarlarında da yine ilgili mevzuat tarafından kendisine devredilmiş, olan bir tür düzenleme ve gözetim yetkisini kullanmaktadır. Kararda Rekabet Kurulunun konuyla ilgili içtihadı da dikkate alınarak, başvuru konusu uygulamanın yalnızca ESGAZ'ın sertifikalandırdığı başkaca firmaların iç tesisat ve servis hatları yapım, bakım-onarım faaliyetlerine yönelik olmasından hareketle ilgili ürün pazarı "doğal gaz iç tesisatlarının proje ve yapımı hizmetleri pazarı" şeklinde belirlenmiştir. İlgili coğrafi pazar ise bahsi geçen uygulamanın Eskişehir ilinde faaliyet gösteren ESGAZ'ın sertifikalandırdığı teşebbüsleri ilgilendirmesi ve proje uygulayıcılarının da Eskişehir ili sınırlarında faaliyet göstermesine istinaden Eskişehir ili olarak tayin edilmiştir.

ESGAZ tarafından sertifika verilen firmaların belirli kriterlere göre değerlendirildiği tablonun kamuya paylaşılması uygulamasına dair Kuruma iki başvuru yapılmış, bunlardan ilk başvuruya konu tablonun; proje sayısı, hatasız proje sayısı gibi somut verilerin yanı sıra firmaların sınıflandırılması ve katsayılara göre puanlandırılması bölümleri içermesi yönüyle söz konusu

firmalar arasındaki rekabeti kısıtlayabileceği değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda güncellenerek gönderilen ikinci başvuru kapsamında ise bir önceki başvuru bakımından rekabetçi endişe arz eden mezkûr kriterler çıkarılmış; firmaların proje onay ve tesisat kontrol oranlarının ağırlıklı ortalaması (proje onay başarıları %30 ve tesisat kontrol süreçlerindeki tesisat kabul başarıları %70 oranında) alınarak "Firma Genel Başarı Performansı"nın ölçümlendiği bir sütuna yer verilmiştir. Tabloda proje onay ve tesisat kontrol oranlarının ağırlıklı ortalamalarının alınarak bir başarı puanı yazılmasının sebebi ESGAZ tarafından; tüketicilerin söz konusu oranların anlamlarını bilmemeleri ve oranların bu şekilde yazılmasının tüketicileri daha doğru yönlendirmek suretiyle tüketici faydasına hizmet edeceği şeklinde açıklanmıştır.

Bununla birlikte kararda, başvuruya konu tablonun "Firma Genel Başarı Performansı"ni gösteren bir sütun içermesinin, firmalar arasında ayrımcılığa yol açabileceği değerlendirilmiştir. Konuyla alakalı, uygulamaya muhatap olan sertifikalı firmalarla görüşmeler yapılmış ve söz konusu görüşmelerden; ilgili tablonun yayınlanmasının, firmaların iş kalitesini artırması ve tek sefere mahsus bir hizmet olan proje ve yapım konusunda tüketiciler açısından asimetric bilginin ortadan kalkması gibi faydalı amaçlara hizmet ettiği, bununla birlikte bu uygulamanın pazara yeni girişlerin engellenmesine de yol açabileceği endişesinin ortaya çıktığı belirtilmiştir. Güncellenmiş başvurudaki tabloda ise, birinci başvuruda olduğu gibi firmalar arasında herhangi bir sınıflandırma bulunmadığı, fakat firmalar arasında ayrımcılığa yol açabilecek ağırlıklandırılmış ortalamaların yer aldığı görülmüştür. Sözü edilen ağırlıklandırmanın yer aldığı "Firma Genel Başarı Performansı" sütununun ilave bir sübjektif değerlendirme ihtiva ettiği belirtilen kararda, bu sütunun tabloda yer almasının firmalar nezdinde rekabeti bozucu etkiler doğurabileceği belirtilmiştir.

Nihayet kararda, ESGAZ tarafından tüketici yararını öncelediği iddia edilen "Sertifikalı Firma Performans Değerlendirmesi Tablosu"nun yayımlanmasına yönelik uygulamanın "Firma Genel Başarı Performansı"na ilişkin sütun hariç tutulduğu takdirde tüketicilere daha daraltılmış ve net bir bilgi sunacağı ve asimetric bilgiyi giderme konusunda daha başarılı olabileceği, ayrıca anılan uygulamayla beraber uzun vadede işlem maliyetleri azalacağı gibi piyasaya yeni giren ve/veya nispeten daha küçük iç tesisat firmalarının da varlık gösterebileceği bir platform oluşturacağı kanaatine varılmıştır. Sonuç olarak, incelemeye konu uygulamaya, "Firma Genel Başarı Performansı" kriteri hariç bırakılmak koşuluyla 4054 sayılı Kanun'un 8. maddesi uyarınca menfi tespit belgesi verilmesi yönünde karar tesis edilmiştir. İlâveten, dağıtım şirketlerinin dosya konusuna benzer nitelikteki düzenlemelerinin

İlgili pazarda rekabeti etkileyebileceği ve sair hususlar dikkate alınarak, Enerji Piyasası Düzenleme Kurumuna konuyla ilgili görüş gönderilmesine karar verilmiştir.

▪ **Satış Sonrası Hizmetlerde Niteliksel Dağıtım Sisteminden Niceliksel Dağıtım Sistemine Geçme İşlemine Yönelik Karar**

**Karar Tarihi:**  
**01.11.2018**

**Karar Sayısı:**  
**18-41/658-322**

**Türü:**  
**Muafiyet**

İlgili karar; Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş'nin (TOFAŞ) Fiat markalı ve LARJ Grubu (Alfa Romeo, Jeep ve Lancia) markalı araçlara ilişkin satış sonrası hizmetlerde uyguladığı niteliksel seçici dağıtım sistemine son vererek niceliksel dağıtım sistemine geçmesi işlemine muafiyet tanınması talebine ilişkindir. Dosya çerçevesinde ilgili ürün pazarları, adı geçen her bir marka bazında olmak üzere ilgili markalı araçlara yönelik "bakım ve onarım hizmetleri pazarı" şeklinde tayin edilmiştir.

TOFAŞ ile yetkili bayileri ve servisleri arasında imzalanması planlanan "Fiat Markalı Motorlu Araçların Satışı ve/veya Servis ve/veya Yedek Parçaların Dağıtımı için Bayilik Sözleşmesi ve Alfa Romeo ve Jeep Markalı Motorlu Araçların Satışı ve/veya Servis ve/veya Yedek Parçaların Dağıtımı için Bayilik Sözleşmesi (ikisi birlikte Sözleşme); motorlu araçların satış, bakım onarım hizmetleri ile yedek parça pazarlarında nicel seçici dağıtım sisteminin uygulanmasını amaçlamaktadır. Kararda; asgari ya da azami satış miktarı şartı ya da satıcıların sayısının doğrudan tespit edilmesi gibi doğrudan satıcıların potansiyel sayısını sınırlayan bir takım kriterler öngören nicel dağıtım sistemini içermesi yönüyle Sözleşme'nin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamına girdiği tespit edilmiştir. Bu paralelde öncelikle Sözleşme'nin motorlu taşıtlara yönelik bakım ve onarım hizmetlerinin sağlanması konulu dikey anlaşmaları düzenleyen 2017/3 sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği (2017/3 sayılı Tebliğ) hükümleri ışığında grup muafiyetinden faydalanıp faydalanamayacağı mercek altına alınmıştır.

Öncelikle, kapsamına giren herhangi bir anlaşmanın grup muafiyetinden yararlanabilmesi için pazar payı eşiklerine bağlı olarak uygun dağıtım sisteminin benimsenmesini öngören 2017/3 sayılı Tebliğ'in 5. maddesi uyarınca; TOFAŞ'ın ilgili ürün pazarlarındaki payları 2014-2017 dönemi açısından incelenmiştir. Teşebbüsün Fiat ve Alfa Romeo marka araçların satış sonrası bakım-onarım ve yedek parça pazarlarındaki payının 2017 yılında Tebliğ'de getirilen %30'luk pazar payı eşiğini aşmamasının yanı sıra;

Tebliğ'in 6. maddesinde yer verilen ağır rekabet sınırlamalarına Sözleşme'de yer verilmemesi ve yine Tebliğ'e aykırı rekabet etmeme yükümlülüğü barındırmaması da göz önüne alınarak adı geçen markalar bakımından Sözleşme'nin grup muafiyetinden yararlandırılmasına karar verilmiştir.

LARJ Grubu araçların bakım-onarım hizmetleri ve yedek parça dağıtımı pazarlarında ise Alfa Romeo markası bakımından 2017 yılı pazar payı her iki pazarda da %30 eşiğinin altında iken; Jeep ve Lancia markalarının pazar paylarının yine iki pazarda da %30'luk eşiğin üzerinde seyrettiği belirlenmiştir. Dolayısıyla Lancia ve Jeep marka araçlar bakımından Tebliğ ile düzenlenen eşiklerin aşılması hasebiyle bakım-onarım hizmetleri ve yedek parça satışı pazarları yönünden Sözleşme'nin grup muafiyetinden yararlanma imkanı bulunmadığı, söz konusu markalar nezdinde 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi karşısında bireysel muafiyet analizine gidilmesi gerektiği değerlendirilmiştir.

Sözleşme kapsamında Jeep ve Lancia marka araçların bakım-onarım hizmetleri ve yedek parça dağıtımının nicel seçici dağıtım sistemi çerçevesinde yapılmasına muafiyet tanınmasının; yatırımların geri dönüşü açısından etkinlik kazanımları sağlayabileceği, hizmet kalitesinde artışa, maliyetlerde ise düşüğe yol açabileceği, bu çerçevede muafiyetin ilk koşulunun yerine getirildiği tespit edilmiştir.

Başvuruya konu sistem değişikliğiyle amaçlanan etkinlik kazanımlarından tüketicinin yarar sağlaması yönündeki ikinci muafiyet şartı bakımından ise halihazırda araç parkı oldukça küçük olan LARJ Grubu markaların servis sayılarının da araç parkına paralel olarak sınırlı sayıda olduğu, bu minvalde LARJ Grubu araçlar açısından nicel seçici dağıtım sistemine geçilerek servis sayısının azaltılması halinde zaten az sayıda servis alternatifi olan tüketicinin seçeneklerinin daha da azalması riskinin bulunduğu değerlendirilerek mevcut muafiyet koşulunun karşılanmadığı belirlenmiştir.

Diğer taraftan, ilgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkıp kalkmadığına dair üçüncü muafiyet koşulu çerçevesinde öncelikle TOFAŞ'ın Jeep ve Lancia marka araçlara ilişkin bakım-onarım hizmetlerindeki payı tahlil edilmiş; bu doğrultuda genel olarak ilgili pazar paylarının piyasanın önemli bir bölümünde rekabeti ortadan kaldıracak düzeyde olmadığı anlaşılmıştır. Diğer yandan, bildirim formunda ve cevabi yazılarda LARJ marka araçlara hizmet veren yetkili servislerin çok markalı olmaya devam edeceğinin vurgulanması, ayrıca Sözleşme'nin ilgili maddeleri kapsamında yetkili servislerin TOFAŞ'tan veya dağıtım sisteminden temin ettiği ürünleri bağımsız tamircilere, tüketicilere ve TOFAŞ'ın nicel dağıtım sisteminde bulunan diğer yetkili servislere



satmasının da engellenmemesi de göz önünde LARJ Grubu araçlara yönelik uygulanacak nicel seçici dağıtım sisteminin pazarın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmasına yol açmayacağına kanaat getirilmiştir.

Son olarak, rekabetin zorunlu olandan fazla kısıtlanmaması şeklindeki son muafiyet koşulunda, uygulanacak sistemle elde edilmesi öngörülen faydalara rekabeti daha az sınırlayıcı bir yöntemle erişimin mümkün olup olmadığı araştırılmıştır. Bu paralelde ilk olarak; daha önce TOFAŞ'a LARJ Grubu markalara yönelik araçlar için servis olarak atanmak üzere yapılmış bir başvurunun olmadığı ve bu bağlamda nicel seçici dağıtım sisteminin mevcut durumdan farklılık arz etmeyeceği yönünde TOFAŞ tarafından ileri sürülen argümanın, LARJ marka araçlar için niceliksel dağıtım sisteminin uygulanmasının esasen bir gereklilik arz etmediğini ortaya koyduğu değerlendirilmiştir. İlâveten kararda, teşebbüsün bir yandan diğer Premium marka araçlarla da karşılaştırmalı olarak servis yatırımlarının geri dönüşü için servis sayısının kısıtlanması gereğinden bahsetmesi, diğer yandan 2005/4 sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin yayımından bu yana TOFAŞ'a LARJ Grubu servisi olarak atanmak üzere başvuruda bulunan bir aday olmadığından bahisle nicel seçici dağıtım sisteminin mevcut durumdan farklılık arz etmeyeceğini, hatta ihtiyaç halinde yeni servislerin açılmasının da mümkün olduğunun belirtilmesinin birbiriyle çeliştiği ifade edilmiştir. LARJ Grubu araçların bakım-onarım ve yedek parça dağıtımının tek bir sözleşme ve bayilik teşkilatı çerçevesinde yapılması itibarıyla, tek bir marka için (Alfa Romeo) geçerli olup diğerlerini kapsamayan (Jeep ve Lancia) bir muafiyetin, sistemin dönüşümüne engel olacağı yönünde TOFAŞ'ın ileri sürdüğü bir diğer argümanın da bu muafiyet şartının yerine getirilmesini sağlamayacağına karar verilmiştir.

Netice itibarıyla kararda; TOFAŞ'ın bayileriyle akdettiği karara konu Sözleşme'nin Fiat ve Alfa Romeo markalı araçlarının yedek parça ve bakım onarım hizmetlerinin nicel dağıtım sistemi esaslarına göre yürütülmesine ilişkin hükümlerinin 2017/3 sayılı Tebliğ karşısında grup muafiyetinden yararlandığına, anılan Sözleşme'nin Jeep ve Lancia markalarıyla ilgili hükümlerinin ise mezkûr markalar bakımından pazar payı eşiklerinin aşılması hasebiyle Tebliğ korumasından faydalanmadığına, LARJ Grubu söz konusu markalara yukarıda aktarılan gerekçelerle bireysel muafiyet de tanınamayacağına hükmedilmiştir.

- **Danimarka Rekabet Otoritesi FALCK'ın rakibi BIOS'u ambulans hizmetleri pazarından dışlamak amacıyla BIOS hakkında olumsuz hikâyeler yayarak ve sağlık görevlilerinin BIOS'a iş başvurusunda bulunmasını önleyerek hâkim durumunu kötüye kullandığına karar verdi**

Danimarka Rekabet Kurumu 30 Ocak 2019 tarihinde haksız rekabet ile rekabet ihlali ilişki üzerine düşündürecek bir karar aldı. İlgili kararda Danimarka'nın en büyük ambulans hizmeti sağlayıcısı olan FALCK'ın rakibi BIOS'u piyasa dışına itmek amacıyla bir strateji belirlemek ve bunu uygulamak suretiyle hakim durumunu kötüye kullandığına hükmedildi.

Ağustos 2014 tarihinde Güney Danimarka Bölgesinde bir kamu ihalesi kazanarak FALCK'ın en önemli rakibi haline gelen BIOS'un sözleşme konusu hizmetini yerine getirmek için FALCK'tan paramedik personel transfer etmesi gerektiği, zira paramediklerin çok önemli ve aynı zamanda kısıtlı bir kaynak olduğu belirtilen kararda, FALCK'ın buna karşın kasıtlı olarak dışlayıcı strateji izlediği belirtildi. Flack's'ın dışlayıcı stratejisi BIOS hakkında basına ve FALCK'ın çalışanlarına gizlice olumsuz hikâyeler sızdırmak ve BIOS ile çalışmayı düşünen paramedik personelinin BIOS'a iş başvurusu yapmaması için kasıtlı olarak etkilemek davranışlarını içeriyordu. Kararda, bu stratejinin amacının bir hizmet sağlayıcısı ve işveren olarak BIOS hakkında belirsizlik ve endişe yaratmak olduğu, böylece BIOS'un güney Danimarka bölgesinde faaliyet göstermek üzere paramedik personel istihdam etmesinin engellenmesi olduğu, nitekim bu strateji sonucunda 2016 Temmuz ayında BIOS'un iflas ederek piyasadan çekildiği ifade edildi.

**Kaynak:**

<https://www.en.kfst.dk/nyheder/kfst/english/decisions/20190130-falck-has-abused-its-dominant-position-by-excluding-bios-from-the-danish-market-for-ambulance-services/>

- **AB Komisyonu Siemens/Alstom Birleşmesine izin vermedi**

Avrupa Birliği (AB) Komisyonu 6 Şubat 2019 tarihinde sonucu uzun zamandır beklenen Siemens'in Alstom'u devralması işlemine demiryolu sinyalizasyon sistemleri ve çok hızlı trenler pazarlarında rekabete zarar vereceği gerekçesi ile izin vermediğini duyurdu.

İncelemeye konu işlem demiryolu ve metro sinyalizasyonu sistemleri ve demiryolu araçları (vagon, lokomotif v.b.) bakımından Avrupa'daki en

büyük iki sağlayıcının bir araya gelmesini öngörüyordu. Duyuruda, söz konusu işleme ilişkin paydaşlardan (rakipler, müşteriler, sektör birlikleri, sendikalar ve ulusal rekabet kurumları) işlemin rekabete önemli derecede zarar vereceği, yeniliği azaltacağı, küçük rakiplerin ve tüketicilerin önündeki seçenekleri sınırlandıracağı yönünde olumsuz bildirimler alındığı ifade edildi. Komisyon da esas olarak iki ilgili ürün pazarında işleme dair rekabetçi endişe duyduğunu açıkladı:

- *Sinyalizasyon sistemleri:* Komisyona göre işlem sonrası oluşacak teşebbüs ana hat sinyalizasyon pazarlarında, özellikle European Train Control System'in (ETCS) otomatik tren koruma sisteminde, tartışmasız lider haline gelecekti. Duyuruda ETCS standardına uyumlu sinyalizasyon sistemlerinin üye ülkeleri birbirine bağlayan tren seferlerinin işletilmesi açısından son derece önemli olduğu vurgulandı. Zira bu sistem, üye ülke sistemlerini birbirine bağlayan tek sistem konumundadır.

Ayrıca, işlem sonrası oluşacak teşebbüs, metro sistemlerinin temel unsurlarından olan en güncel Communication-Based Train Control sinyalizasyon sisteminde de Komisyon'un değerlendirmesine göre pazar lideri konumuna gelecekti.

- *Çok hızlı trenler:* İncelemeye konu işlem, çok hızlı trenlerin vagon, lokomotif gibi yürüten parçalarının imalatında Avrupa'daki en büyük iki üreticinin birleşmesini öngörüyordu. Komisyon oluşacak teşebbüsün sadece Avrupa'da değil rekabete kapalı pazarlar olan Japonya, Kore ve Çin haricinde dünya genelinde de çok yüksek pazar paylarına sahip olacağını belirtti.

İncelemeye konu işlem Alman ve Fransız hükümet üyelerince desteklenmiş, özellikle de Çin'in söz konusu pazardaki güçlü teşebbüsleri karşısında aynı derecede güçlü bir Avrupa şirketinin bulunmasının önemi vurgulanmıştı. Duyuruda Komisyon'un rekabet ortamının da (özellikle Çinli sağlayıcılarından kaynaklanabilecek muhtemel küresel rekabettin) dikkatle incelendiği, sinyalizasyon sistemleri açısından Çinli sağlayıcıların Avrupa Ekonomik Alanı'nda faaliyet göstermediği, an itibarıyla ihaleye girme teşebbüsünde dahi bulunmadıkları bu nedenle güvenilir bir sağlayıcı konumuna gelmelerinin uzun süre alacağı; çok yüksek hızlı tren araçları bakımından ise öngörülebilir gelecekte Çin'den yapılacak yeni girişlerin işlem sonrası oluşacak teşebbüsü dengeleyecek rekabetçi baskıyı uygulamasının büyük olasılıkla mümkün olmadığı ifade edildi.

Duyuruda ayrıca, tarafların Komisyon'un endişelerini tamamen gideren uzun soluklu taahhütler sunmadığı belirtildi. Doğrudan rekabetin ortadan

kalmasından kaynaklanan endişelerin giderilmesinde yapısal çözümlerin tercih edileceği, ancak bu dosyada sinyalizasyon açısından önerilen yapısal çözümün ileride tek başına varlığını sürdürebilecek bir iş kanıtı sunmadığı, çok hızlı trenler açısından ise çözüm önerisinin sadece hızlı trenlerle ilgili olduğu ve lisansların çeşitli kısıtlar nedeniyle alıcıya işlem sonunda oluşacak teşebbüsler rekabet edecek bir teşebbüs kurma güdüsünü sağlayamayacağı ifade edildi.

Duyuruda ayrıca tarafların işleme özgü etkinlikleri göstermede başarısız olduğu, tren ulaşımının tüketicilerin konforu ve doğanın korunması açısından önemli olduğuna da değinildi.

**Kaynak:**

[http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-19-881\\_en.pdf](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-19-881_en.pdf)

- **Alman Rekabet Kurumu Facebook'un farklı kaynaklardan derlediği veriyi birleştirmesini yasakladı**

Alman Rekabet Kurumu 6 Şubat 2019 tarihinde aldığı kararla, Facebook'un diğer ticari ürünlerini (WhatsApp, Oculus, Masquerade, Instagram) de kullanan Almanya'da kain özel kullanıcıların Facebook.com sosyal ağı kullanımını kullanıcı ve cihaz verilerinin toplanması ve bu verinin kullanıcının rızası olmadan Facebook.com kullanıcı hesapları ile ilişkilendirilmesini şartına bağlamasını yasakladı. Karar ayrıca Facebook.com'un özel kullanımının Facebook hesabında kayıtlı bilgilerin kullanıcı rızası olmadan, ziyaret edilen siteler ve Facebook Business Tools programlama arayüzünü kullanan üçüncü taraf uygulamalar ile veri toplanması ve iki grup verinin birleşmesini de yasakladı.

Karara ilişkin basın duyurusunda, kullanıcıların Facebook.com'u ancak Facebook'un Facebook.com dışındaki internet sayfalarından ya da uygulamalardan veri toplayabilmesi ve bu verinin Facebook.com hesabı ile ilişkilendirilmesi şartına bağlı olduğu; bu karar ile Facebook'un verisinin iç ayrıştırması (*internal divestiture*) olarak görülebileceği ifade edildi.

Kararda, ilgili ürün pazarı sosyal ağlar pazarı olarak tanımlanırken, Facebook.com'un günlük aktif kullanıcı sayısı bakımından %95, aylık aktif kullanıcı sayısı bakımından %80 pazar payına sahip olduğu, Snapchar, Youtube, LinkedIn ve Twitter gibi ağların sadece sosyal ağ hizmetlerinin bir kısmını sağladığı ve Facebook'un rakibi Google+'nın ise Nisan 2019 tarihinde hizmetine son vereceği değerlendirildiğinde Facebook'un hakim durumda olduğu sonucuna varıldı.

İncelemenin devamında Facebook'un kendi sitesi üzerinden veri toplayarak bunu işlemesi sosyal ağ ve onun veri tabanlı iş modelinin esaslı unsuru olduğuna yer verilirken, kullanıcıların farkında olmadığı hususun özel amaçla kullanımda Facebook'un üçüncü taraf kaynaklardan (WhatsApp ve Instagram gibi iştirakler ve "beğen" ve "paylaş" gibi Facebook butonları içeren siteler/uygulamalar) neredeyse sınırsız miktarda kullanıcı verisi toplayarak bunu Facebook hesapları ile eşleştirdiği olduğu vurgulandı. Üçüncü taraf kaynaklardan Facebook'a veri akışının başlaması için ilgili sitenin ziyaretinin yeterli olduğu, kullanıcının butona tıklamasının veya sayfayı aşağı kaydırmasının gerekmediği, facebook'un bu şekilde kullanıcılarının çok detaylı profillerini çıkararak çevrimiçi dünyada ne yaptığını bildiği belirtildi.

Karar, Facebook'un bu davranışının makul olmayan anlaşma şartı öne sürülmesi yoluyla sömürücü kötüye kullanma çerçevesinde değerlendirilirken kişisel verilerin korunmasına ilişkin kurallar ile rekabet hukuku arasındaki ilişkiye de dikkat çekti. Kararda, veri koruma kurallarının kötüye kullanma denetimini engellemeyeceği, hâkim durumdaki teşebbüslerin davranışlarının rekabet hukuku çerçevesinde değerlendirilirken veri işleme usullerine ilişkin şartların incelenmesinin vazgeçilmez olduğu, özellikle çevrimiçi firmalar için bu bakış açısının rekabet hukuku için çok önemli olduğu, içtihat dikkate alındığında veri işleme şartlarının rekabet hukuku kapsamında incelenebileceğini veya incelenmesi gerektiğini ifade edildi.

Devamında Facebook'un veri toplama ve işlemeye ilişkin şartlarının kişisel verilerin korunmasına ilişkin kuralları ihlal ettiği, bunun pazar gücünün bir yansıması olduğu, kullanıcıların verilerinin pek çok farklı kaynaktan toplanarak işlenmekten koruyamadığı, sağlayıcının hakim durumda olduğu ve tüketicinin rekabetçi kontrol kuramadığı durumda piyasanın her iki tarafının da çıkarlarının yeterli ölçüde korunması gerektiği, kullanıcıların internete bağlandıkları her an verilerinin toplanmasının uygunsuz (*inappropriate*) olduğu bu nedenle davranışın ihlal teşkil ettiği değerlendirilmiştir.

**Kaynaklar:**

[https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilung/2019/07\\_02\\_2019\\_Facebook.html](https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilung/2019/07_02_2019_Facebook.html)

<https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/EN/Fallberichte/Missbrauchsaufsicht/2019/B6-22-16.pdf?blob=publicationFile&v=4>

- **Temyiz Mahkemesi Birleşik Krallık Rekabet Otoritesi'nin bir çelik su tankı üreticisinin diğer iki rakibi ile rekabet açısından hassas bilgileri paylaşması nedeniyle verdiği cezayı onadı**

Birleşik Krallık Rekabet Otoritesi'nin (CMA) 2016 Aralık ayında çekil su tankı sağlayıcısı olan Balmoral'a fiyatlandırma ve fiyatlandırma niyeti gibi rekabete duyarlı bilgilerini iki rakibiyle paylaştığı için para cezası vermişti. Bilgi değişimi 2012 yılında Balmoral'ın uzun süredir devam etmekte olan bir kartele davet edilmesi için yapılan toplantıda gerçekleşmiş, Balmoral Pazar paylaşımı ve fiyat sabitlemesini içeren kartele katılmayı reddederken hassas bilgilerini paylaşmış, bu toplantıda CMA tarafından gizlice kaydedilmişti.

Balmoral temyize taşıdığı kararda üç iddia öne sürerek kararın bozulmasını talep etti. Birinci iddia ilgili toplantının ve bilgi paylaşımının devam eden tek bir anlaşma teorisi çerçevesinde kartelin parçası olarak değerlendirilmesi gerektiği, Balmoral'ın söz konusu kartelin üyesi olmadığını başka bir kararla kesinleştiği, bu çerçevede ihlalden bahsedilemeyeceği idi. Mahkeme, Balmoral'ın masumiyet iddiası yerine davranışından (bilgi paylaşımı) daha ağır bir ihlal (kartel) çerçevesinde değerlendirilmesi gerektiği savını ileri sürmesini garip bularak, Rekabet Mahkemesi'nin (CAT) bu şekilde bir değerlendirme yapmasının absürd olacağına karar verdi.

Balmoral ikinci olarak CMA'nın amaç bakımından ihlaller için çok sıkı bir yasal test kullandığını, söz konusu testin herhangi bir bilgi değişimini amaç yönünden ihlal olarak niteleyecek kadar sıkı olduğunu ileri sürdü. Mahkeme, CAT'ın ihlale konu toplantıdaki bilgi değişiminin neden rekabete zarar vereceğini açıkladığı bu nedenle Balmoral'ın iddiasının temelsiz olduğuna karar verdi.

Son olarak Balmoral, karara konu bilgi değişiminin belirsizliği azaltıp azaltmadığının tespit edilmesi imkansız olduğunu, CAT'ın tarafların toplantıdan önceki ve sonraki bilgi durumunun karşılaştırmadığını, bir tek toplantının ihlal için yeterli olmadığı yönünde sav ileri sürdü. Mahkeme, içtihadı<sup>1</sup> göre bir toplantının uyumlu eylemin doğması için yeterli olduğunu belirterek bu savı da geçersiz buldu ve CMA'nın kararını onadı.

#### **Kaynaklar:**

[https://www.gov.uk/government/news/cma-welcomes-court-ruling-to-uphold-fine-in-steel-tanks-case?utm\\_source=634bc982-1bfa-407d-a7c8-](https://www.gov.uk/government/news/cma-welcomes-court-ruling-to-uphold-fine-in-steel-tanks-case?utm_source=634bc982-1bfa-407d-a7c8-)

<sup>1</sup> Case C-8/08 *T-Mobile Netherlands BV v Raad van bestuur van de Nederlandse Mededingingsautoriteit* [2010]

[115a8f01eaf5&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=govuk-notifications&utm\\_content=immediate](https://www.bailii.org/ew/cases/EWCA/Civ/2019/162.html)

<http://www.bailii.org/ew/cases/EWCA/Civ/2019/162.html>

○ **Enerjisa Soruşturması kapsamında elde edilen avukat – müvekkil yazışmalarının hukuki durumuna ilişkin Rekabet Kurulu kararını iptal eden ilk derece mahkemesi kararını kaldıran istinaf mahkemesi kararı.**

- Dava, Rekabet Kurulunca yürütülen Enerjisa Soruşturması kapsamında yapılan yerinde incelemeler sonucunda elde edilen Enerjisa ile avukatlarının aralarında yaptıkları görüşmelere ilişkin belgelerin, “avukat – müvekkil yazışmalarının gizli kalması gerektiği ve söz konusu belgelerin inceleme yapılmaksızın iade edilmesi” gereğiyle Kurula başvuran Enerjisa’nın talebinin Kurul tarafından reddedilmesi üzerine açılmıştır.
- İlk derece mahkemesi olarak görev yapan Ankara 15. İdare Mahkemesi Enerjisa’nın talebini yerinde görerek söz konusu Kurul kararını iptal etmesi üzerine Kurum avukatları tarafından dava, istinaf merciine taşınmıştır.
- Kurul, Enerjisa’nın talebini reddederken gerekçesini, elde edilen belgelerin Enerjisa’nın dosya konusu soruşturmaya ilişkin savunma hakkının doğrudan kullanılması ile ilgili olmadığı argümanına dayandırmıştır.
- İlk derece yargı yeri olan 15. İdare Mahkemesi ise Kurul kararını, söz konusu belgelerin savunma hakkı kapsamında olduğu ve avukat-müvekkil gizliliği imtiyazından yararlanması gerektiği değerlendirmesiyle iptal etmiştir.
- İstinaf mahkemesi olan 8. İdari Dava Dairesi şu gerekçelerle ilk derece mahkemesi kararını kaldırarak Kurul kararına hukuka âleminde yeniden hayat vermiştir:
  - Mahkeme öncelikle avukat-müvekkil gizliliğine ilişkin imtiyazın gizlilik iddiasında bulunulan belgelerin;
    - teşebbüs nezdinde bordrolu olarak çalışmayan, bir diğer ifade ile bağımsız çalışan bir avukat ile teşebbüs arasındaki ilişkiye ait olması ve
    - avukat-müvekkil gizliliği kapsamında olduğu iddia edilen bu belgelerin savunma hakkının kullanılması ile ilgili olması

halinde kabulü gerekir diyerek söz konusu belgelere karşı teorik duruşu ortaya koymuştur.



- Daha sonra söz konusu belgelerin bağımsız bir avukat eliyle hazırlandığını tespit ederek Enerjisa'nın ilk koşulu sağladığını belirlemiştir.
- Belgelerin soruşturma konusu ile ilgili bir savunma hakkı kapsamında olup olmadığı koşuluna yönelik olarak ise söz konusu belgelerin Enerjisa'ya yönelik herhangi bir soruşturma başlatılmadan önce hazırlanmış olduğunu, bunun olsa olsa hukuki bir danışmanlığa ilişkin bir belge olabileceğini bu nedenlerle de Kanun ihlali sonucunu doğuracak ifadeler yahut değerlendirmeler ihtiva edebileceğini bu nedenle bu belgelerin de raporörlerce incelenebilecek belgeler arasında yer alması gerektiğini belirterek yürütülen soruşturma kapsamında bir savunma hakkından bahsedilmeyeceğine karar vermiştir.

Belgelerin ikinci koşulda istenilen şartlara uymaması nedeniyle istinaf merci olan 8. İdari Dava Dairesi ilk derece mahkemesi kararının hukuka aykırı olduğuna hükmederek söz konusu kararı hukuk âleminde kaldırmıştır. Böylelikle, Kurul kararı yeniden hukuka âleminde canlanmıştır.

#### **Erişim:**

<https://www.rekabet.gov.tr/Safahat?safahatId=3ef5a0b5-f925-4eb3-8deb-850d75ea41b2>

#### **○ Ankara Bölge İdare Mahkemesinin Rekabet Kurulunun Ege Bölgesi Çimento Kararı'nı iptal eden ilk derece mahkemesi kararını kaldıran ve Kurul kararını yeniden hukuk âleminde geçerli kılan kararı.**

- Dava konusu istinaf kararı, Rekabet Kurulunun 14.1.2016 tarih ve 16-02/44-14 sayı ile Ege Bölgesinde faaliyet gösteren çimento şirketlerinin uyumlu eylemle bölge paylaşımı yaparak ve çimento fiyatlarını yükselterek 4054 sayılı Kanunun 4. maddesinde ihlal etmeleri sonucunda tesis ettiği idari para cezalarına ilişkin kararın Ankara 10. İdare Mahkemesince iptal edilmesi üzerine istinaf merci olarak Ankara 8. İdari Dava Dairesince kaldırılmasına ilişkin karardır.
- İlk derece yargı yeri olan 10. İdare Mahkemesi gerekçesinde;
  - Dava konusu Kurul kararına taraf olan Göltaş, As Çimento, Denizli Çimento, Batıçim ve Çimentaş'ın bölge paylaşımı yaptıklarına ilişkin olarak Kurulca ortaya konulan

değerlendirmelerin, hayatın olağan akışına uygun ve iktisadi gerçeklere ters olmayan rasyonel davranışlar olduğunu,

- Bu davranışların teşebbüslerin bölge paylaşımı yaptıklarına ilişkin yeterli kanaati yerine getirmediğini,
- Bölge paylaşımına ilişkin analizlerin daha derinlemesine ve ayrıntılı olarak incelenmesi gerektiği

sonucuna vararak dava konusu Kurul kararını iptal etmiştir.

- İstinaf merci olan Ankara 8. İdari Dava Dairesi ise gerekçesinde;
  - Kurulun teşebbüslerin bölge paylaşımına ilişkin analizinde ihlalin konu edildiği Ocak/Mart 2013 ila Ekim/Aralık 2014 dönemi ile bu dönemin öncesi ve sonrası şeklinde üç dönem belirlediğini,
  - Söz konusu dönemde çimento fiyatlarının dönem öncesi ve sonrasına göre ciddi oranlarda artış gösterdiğini, bu artışa yönelik maliyet ya da talep artışı gibi makul ve rasyonel bir açıklama yapılamadığını,
  - Yine ihlal döneminde şirketlerin fabrikalarının kurulu oldukları il ve yakınlarında yaptıkları satışlarda artış yaşandığını, daha öncesinde bu bölgelerde ciddi oranda pazar payına sahip olan diğer teşebbüslerin bu dönemde ya pazardan çekildiğinin ya da pazar paylarının çok ciddi oranlarda düşüş yaşadığının görüldüğünü,

ifade ederek söz konusu teşebbüslerin ihlal döneminde sergiledikleri davranışların ve pazar performanslarının, rekabetin engellendiği, bozulduğu yahut kısıtlandığı pazarlardaki durumlara benzerlik gösterdiğini, bunun da teşebbüslerin uyumlu eylemle Kanunun 4. Maddesini ihlal ettiğini göstermeye yeterli olduğu sonucuna vararak, ilk derece yargı yerinin verdiği iptal kararını kaldırarak dava konusu Kurul kararını hukuka uygun bulmuştur.

**Erişim:**

<https://www.rekabet.gov.tr/Safahat?safahatId=e5d7a3a2-ae75-47f8-a543-2f9fba022038>

○ **Ankara 6. İdare Mahkemesinin, Rekabet Kurulunun tüketici elektroniği pazarında 4054 sayılı Kanunun 4. Maddesini ihlal eden Media Markt, LG ve Teknosa hakkında tesis ettiği para cezasını hukuka uygun bulan kararı. (Esas No: 2017/2848, Karar No: 2018/2071)**

- Dava, Rekabet Kurulunun 7.11.2016 tarih ve 16-37/628-279 sayılı kararı ile tüketici elektroniği pazarında perakende fiyatların tespiti konusunda anlaşma içinde bulunan Media Markt, LG ve Teknosa'nın Kanunun 4. Maddesini ihlal etmesi üzerine tatbik edilen idari para cezasının iptali istemi ile açılmıştır.
- Mahkeme kararında;
  - Bilgisayar ve oyun konsolu pazarında açılmış olan soruşturma kapsamında yapılan yerinde incelemelerde bazı teşebbüslerde tüketici elektroniği pazarında da rekabeti ihlal eder deliller bulunduğunu ve davaya taraf teşebbüslere de bu noktada soruşturma açıldığını,
  - Davacıların kararda dayanılan delillerin temelsiz olduğu ve rekabeti açıkça ihlal eder bir içeriklerinin bulunmadığı, Kurulun ispat külfetini yerine getirmediği ve eksik inceleme sonucu kararını tesis ettiği, Kurulun vardığı sonuçların somut olmadığı, yoruma ve varsayıma dayandığı yönündeki iddialarının, davacıların rekabeti bozmaya yönelik perakende fiyatların tespiti konusunda anlaşma içinde oldukları sonucunu değiştirmemesi nedeniyle,  
söz konusu iddialara itibar etmeyerek dava konusu Kurul kararını hukuka uygun bulmuştur.

**Erişim:**

<https://www.rekabet.gov.tr/Safahat?safahatId=be3c859d-a64f-4af8-b301-a4c244cc8ba5>

○ **Ankara 13. İdare Mahkemesinin, Rekabet Kurulunun Türkiye Sualtı Sporları Federasyonunun (TSSF) 4054 sayılı Kanununun 6. Maddesini ihlal ettiği yolundaki şikâyetleri reddetmesini hukuka aykırı bularak iptal etmesi kararı.**

- Dava, Ankara 13. İdare Mahkemesinin 2014 yılında dava konusu 2012 tarihli Kurul kararını iptal etmesi kararının Danıştay 13. Dairesince kararın davaya konu TSSF'ye ihbar edilmeden alınmasını hukuka aykırı bularak bozması üzerine söz konusu mahkemece yeniden görülmesinden ibarettir.
- Davaya konu Kurul kararı, davacının SSI dalış sistemleri Türkiye temsilcisi olduğu, TSSF'nin ise SSI dalış sistemleri ekolüne yönelik uygulamada zorluklar çıkardığı ve aynı piyasada faaliyet gösterdikleri CMAS dışındaki ekollere ek yükümlülükler getirdiği, CMAS ekolü eğitimlerini veren TSSF'nin bu uygulamaları ile hâkim durumunu kötüye kullandığı iddiasına yönelik tesis edilmiştir.
- Kurul yaptığı incelemede TSSF'nin bir teşebbüs olamayacağını değerlendirerek, Kanunun 6. Maddesini ihlal etmesinin bu yönüyle mümkün olmadığı sonucuna varmış ve şikâyeti reddetmiştir.
- İlk derece yargı yeri olan Ankara 13. İdare Mahkemesi kararını TSSF'nin 4054 sayılı Kanun anlamında teşebbüs olup olmadığı ve teşebbüs ise aynı kanunun 6. Maddesini ihlal edip etmediği üzerine kurgulamıştır. Mahkeme kararına ilişkin gerekçesini inşa ederken şu tespitlerde bulunmuştur:
  - Dünyada ve Türkiye'de dalış sistemlerine ilişkin çeşitli ekoller bulunduğunu, bunlardan bazılarının CMAS, SSI, PADI olduğunu ve söz konusu kursları tamamlayana dalıcılara bu ekoller tarafından dalış yeterlik sertifikası verildiği,
  - TSSF'nin CMAS dışındaki ekollerden sertifikasını alan profesyonel dalıcılara Türkiye'de dalış yapabilmeleri için CMAS denklik belgesi verirken, amatör olarak bu sporla ilgilenen dalıcılara aynı denkliği vermediğinin görüldüğü,
  - Bu sporculara bir üst eğitim olarak CMAS eğitimi lama zorunluluğu getirdiği,
  - CMAS eğitimi almak istemeyenlere ise belirli bir ücret karşılığında "dalıcı izin kimliği" vererek Türkiye'de dalış yapmalarını onayladığı,
  - TSSF'nin CMAS ekolü vasıtasıyla eğitmen/dalıcı sertifikaları pazarında hem düzenleyici olduğu hem de SSI, PADI gibi diğer ekollerle rekabet halinde bulunduğu,

- o TSSF ve CMAS'ın mevzuat gereği rakiplerinin pazarda tabi olacağı şartları belirleyebildiği, bu hukuki avantajı ile CMAS ekolünün pazarda %95 oranında bir paya sahip olduğu, dolayısıyla da ilgili ürün pazarında hâkim durumda olduğunun açık olduğu,
- o Rakip ekollerin hukuksal dezavantaj nedeniyle pazar paylarının çok küçük olduğu ve pazara etkin girişlerin kısıtlandığı, yine rakiplerin ek yükümlülüklerle pazarda faaliyet göstermelerinin zorlaştırıldığı, bu eylemlerle TSSF'nin rekabeti kısıtladığının açık olduğunu

tespit etmiştir.

Sayılan nedenlerle Mahkeme, TSSF'nin piyasada bir oyuncu olduğunu, 4054 sayılı Kanun anlamında bir teşebbüs olarak değerlendirilmesi gerektiğini ve zikredilen rekabeti bozucu faaliyetleri ile de Kanunun 6. Maddesini ihlal ettiğini tespit ederek dava konusu Kurul kararını hukuka aykırı bularak iptal etmiştir.

**Erişim:**

<https://www.rekabet.gov.tr/Safahat?safahatId=2ca6824a-8f0e-46df-800f-9c6e2d861a02>

○ **Dijitalleşme ve Verimlilik: Kutsal Kase Arayışında- Avrupa ülkelerinden Firma Düzeyinde Ampirik Bulgular**

*(Digitalisation and Productivity: In Search of the Holy Grail – Firm-Level Empirical Evidence from EU Countries)*

Yayımcı: OECD Economics Department Working Papers No. 1533

Yazarlar: Peter Gal, Giuseppe Nicoletti, Theodore Renault ve Stéphane Sorbe

Bu makalede firma düzeyinde verimlilik verileri ile endüstri düzeyinde dijital teknolojilerin kullanılmasıyla ilgili veriler birleştirilerek, ampirik bir çerçevede dijital teknolojinin benimsenmesinin firma verimliliğini nasıl etkilediği ortaya konulmaya çalışılmaktadır. Ayrıca çalışmada, dijitalleşmiş bir ortamda faaliyet gösteren firmalar ve endüstriler bazında dijitalleşmenin verimlilik üstündeki etkisinin kayda değer biçimde farklılaşmasının nedenleri sorgulanmaktadır. Bu farklılaşmayla bazı firmaların rekabet gücünü belirgin bir biçimde arttırarak ilgili endüstrideki piyasa yapısını olumsuz yönde değiştirmesi de ortaya konulmaktadır.

Eserdeki ampirik model, neo-Schumpeterian teknolojik yayılma ile ilgili büyüme yaklaşımına ve Aghion&Howitt tarafından ortaya atılan inovasyon modellerine dayanmaktadır. Söz konusu yaklaşımlar çerçevesinde oluşturulan çok değişkenli model, en küçük kareler yöntemi ile tahmin edilmektedir. Ampirik çalışma için şu veri kaynaklarından yararlanılmaktadır: Eurostat Dijital Ekonomi ve Toplum Veri Tabanı<sup>2</sup> ile Orbis Veri Tabanı ve firma düzeyinde verimlilik verileri. Çalışma, 19 AB ülkesinde ve Türkiye'deki beş büyük dijital teknolojiyi (yüksek hızlı geniş bant internet, basit ve karmaşık bulut bilişim hizmetleri, kurumsal kaynak planlama ve müşteri ilişkileri yönetimi yazılımları) kapsamaktadır.

Sonuçlar bir sektördeki dijital kullanımının firma düzeyinde verimlilik artışına neden olduğuna dair sağlam kanıtlar sunmaktadır. Dijitalleşmenin etkileri imalat sanayiinde ve özellikle de otomasyonla gerçekleşen faaliyetlerde daha net gözükmemektedir. Ayrıca dijitalleşmenin sonuçları, dijital teknolojileri kullanmakta yeterli alt yapısı olan etkin şirketler için daha güçlü; dijital teknolojileri kullanmakta yeterli kapasitesi olmayan şirketlerde daha zayıf olma eğilimindedir. Bu nedenle benzer dijital teknolojiler, şirketler arasında verimlilik performansında farklılaşmaya yol

<sup>2</sup> Eurostat veri tabanından alınan veriler 2010-2015 dönemindeki dijitalleşme oranlarını içermektedir.

açabilmektedir. Bu açıdan günümüzde dijitalleşmeden elde edilen katma değer geçmiş teknoloji dalgalarından önemli biçimde ayrılmaktadır. Geçmişteki teknoloji ataklarından farklı olarak günümüzde sınırlı alt yapıya sahip düşük teknoloji yoğun firmaların, dijitalleşmenin getirilerinden yararlanma şansı son derece düşüktür. Firmaların dijitalleşmeden yararlanabilmeleri için istihdam ettikleri personelinin beşeri sermayeyi oluşturan bilişsel ve kişisel becerilerinin<sup>3</sup> yeterli olması gerekmektedir. Bu nedenle, dijital teknolojiyi destekleyen politikalar, özellikle söz konusu becerilere erişimi kolaylaştıracak politikalar ile birlikte yürütülmelidir. Aksi takdirde dijitalleşmeden yararlanan firmaların piyasa paylarındaki artış, ilgili endüstrilerdeki piyasaya yapısının bozulmasına ve tekelleşme eğilimlerinin ortaya çıkmasına yol açacaktır.

**Erişim:**

[https://www.oecd-ilibrary.org/economics/digitalisation-and-productivity-in-search-of-the-holy-grail-firm-level-empirical-evidence-from-eu-countries\\_5080f4b6-en](https://www.oecd-ilibrary.org/economics/digitalisation-and-productivity-in-search-of-the-holy-grail-firm-level-empirical-evidence-from-eu-countries_5080f4b6-en)

**Sınır Ötesi Devralmalarda Çok Uluslu Rekabette Kazanımlar**

*(Gains from Multinational Competition for Cross-border Firm Acquisition)*

Yayımcı: The Open-Access, Open-Assessment E-Journal Vol: 13

Yazarlar: Koska, Onur A.

Günümüzde çok uluslu firmalar, ekonomik entegrasyonda çok önemli rol oynamaktadırlar. Öyle ki artan devralma dalgasıyla birlikte devralmalara ilişkin işlem bedellerinin de arttığı, bu rakamların ihracat rakamlarını bile aştığı görülmektedir.

Bu çalışma ile Cournot Modeli çerçevesinde, yerel bir firmanın alımı için yarışan potansiyel iki yabancı çok uluslu firmanın davranışlarına odaklanılıp sınır ötesi firma satın alımları için üretim şartı getirilmesinin refah üzerindeki etkileri incelenmektedir. Modelde öncelikle olarak çok uluslu şirketlerin dış piyasaya giriş biçimleri sıralanmaktadır. Doğrudan yabancı yatırımlarını, yapılan yatırımın mülkiyet durumuna, yapılan yatırımın yeni istihdam yaratmasına, yapılan yatırımın amacına ve farklı diğer değişkenlere göre

<sup>3</sup> Bilişsel beceriler, farklı kaynaklardan (algı, tecrübe, inanç vs.) bildirimleri bilgiye çevirme ve işleme kabiliyetini ölçer. Bilişsel olmayan beceriler ise sosyal ya da kişilik özellikleri olarak bilinmekte, zekâyı bilişsel becerilerden daha dolaylı ve daha az bilinçli bir biçimde kullanmayı içermektedirler.

sınıflandırmak mümkündür. Yeşil alan yatırımları (Greenfield Investments)<sup>4</sup>, kahverengi alan yatırımları (Brownfield Investments)<sup>5</sup>, devralma ve birleşmeler. Devralmalar, yeşil alan yatırımları ve dış ticaretin alternatifi olarak dış piyasaya giriş biçimi olarak kullanılmaktadır.

Kurulan modelde Cournot oligopol piyasası çerçevesinde homojen ürün için firmaların sabit marjinal üretim maliyetlerine sahip olduğu ve çıktı kararlarını benzer şekilde aldıkları, doğrusal ters talep fonksiyonu ile karşı karşıya oldukları varsayılmaktadır. Model çerçevesinde yerli firmanın maksimum satış fiyatı ile yabancı firmaların karları hesaplanmaktadır. Sonuçlar, çok uluslu firmaların birleşme-devralma işlemleri ile piyasaya girişlerinin düzenlenmesinde minimum üretim miktarı şartı getiren ülkelerin, rekabet ortamı da sağladıklarında refah açısından önemli kazanımlar elde edebildiklerini göstermektedir. Pazara girişin düzenlenmesinde üretim şartı ile tüketici refahı argümanını stratejik olarak kullanarak çok uluslu şirketleri rekabet etmeye teşvik eden ev sahibi ülkeler, refah artışının yanı sıra yüksek satış gelirleri de elde etmektedirler. Bununla birlikte yoğun rekabet ortamının, yabancı firmaların optimal olmayan kararlar almasına da yol açtığı çalışmada istatistiki olarak işaret edilmektedir. Söz konusu faydaların elde edilebilmesinde, düzenleyici kuruluşların minimum üretim miktarı konusunda aldıkları kararların objektif olması belirleyici rol oynamaktadır. Son olarak çalışmada, alternatif ticaret şekilleri ve yatırım maliyetleri modele dâhil edildiğinde çok uluslu firmaların yatırım kararlarını mesafenin ve yoğunlaşma kriterlerinin etkilerini karşılaştırarak belirledikleri ifade edilmektedir. Yatırım yapılan pazarın uzaklığı, çok uluslu firmaların operasyonel maliyetlerini; ev sahibi ülke tarafından yüksek piyasa paylarına izin verilmesi de söz konusu firmaların karlılığını arttırmaktadır.

**Erişim:**

<http://hdl.handle.net/10419/193914>

<sup>4</sup> Yeşil Saha Yatırımı, yabancı yatırımcının, yeni bir üretim, dağıtım, ya da araştırma faaliyeti yaparak yatırım yaptığı ülkede, fiziksel sermayeyi arttırdığında söz konusu olur. Bu yatırım türü uzun süreli yeni istihdam olanakları yaratır.

<sup>5</sup> Kahverengi Saha yatırımı, yabancı yatırımcının, fiziksel sermayede sınırlı bir artış yaratarak kendi iştiraki üzerinde genişleme ya da yenileme yatırımı yapmasıdır.





[www.rekabet.gov.tr](http://www.rekabet.gov.tr)



Üniversiteler Mahallesi 1597. Cadde No:9 Bilkent Çankaya 06800 / ANKARA

Tel: (0312) 291 44 44

Faks: (0312) 266 79 20

Rekabet Bülteni'ndeki tüm fikir ve görüşler sadece yazarına ait olup, Rekabet Kurumu'nun resmi görüşünü yansıtmaz. Rekabet Kurumu, Rekabet Bülteni'nin içeriği ile ilgili olarak hiçbir hukuksal sorumluluk taşımaz ve kabul etmez.

The information and views set out in the Competition Bulletin belong to the writer and do not reflect the official position of the Turkish Competition Authority. The Authority, neither bears nor accepts any legal liability in regard to the Competition Bulletin.