

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2007-2-19 (Önaraştırma)
Karar Sayısı : 07-30/302-115
Karar Tarihi : 5.4.2007

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

10 Başkan : Mustafa PARLAK
Üyeler : Tuncay SONGÖR, Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI,
M. Sıraç ASLAN, Mehmet Akif ERSİN.

B. RAPORTÖRLER : E. Ebru ÖZTÜRK, Remzi Özge ARITÜRK, Ekrem SOLMAZ

C. ŞİKAYET EDEN : - H. Erol HARBİ
Kavacık Mah. Yayabeyi Sok. No:8 Kat:4 Beykoz/İstanbul
- İsra Zeynep HARBİ
Kavacık Mah. Yayabeyi Sok. No:8 Kat:4 Beykoz/İstanbul

20 **D. HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA**
YAPILAN : Bausch&Lomb Sağlık ve Optik Ürünleri Tic. A.Ş.
Değirmenyolu Sok. Şaşmaz Plaza No:4/24 Kozyatağı/İstanbul

E. DOSYA KONUSU : **Bausch&Lomb Sağlık ve Optik Ürünleri Tic. A.Ş.'nin Harbi Optik Tic. ve San. Ltd. Şti'ye mal vermeyi reddettiği iddiası.**

F. İDDİALARIN ÖZETİ : Şikayet dilekçesinde özetle;

- 30 - Harbi Optik Tic. Ve San. Ltd. Şti. (Harbi Optik) olarak 1996 yılından beri Bausch&Lomb markalı kontakt lenslerin satışını gerçekleştirdikleri, 2003 yılının Temmuz ayından itibaren, haklı bir sebep olmamasına, ödemelerin zamanında yapılmasına ve her zaman anlaştıkları miktarda ürün almalarına rağmen kendilerine mal temininin durdurulduğu,
- Kontakt lens pazarında Bausch&Lomb'un %70-80 pazar payına sahip olduğu, talebin yüksek olması nedeniyle büyük maddi zarara uğradıkları, 2003 yılından beri farklı kanallarla bu markalı lensleri temin ettikleri ancak tek yetkili distribütör olan Bausch&Lomb Sağlık ve Optik Ürünleri Tic. A.Ş. (B&L)'nin, bu şekilde kendilerine mal veren optikçileri ve firmaları da mallarını kesmekle tehdit ettiği,
- 40 - Ayrıca distribütör firmanın eski satış temsilcilerinin kendi adlarına Ankara ve İzmir illerinde satış yerleri açtıkları ve bu illerdeki optikçilerin bu şahıslardan alım yapmaya mecbur bırakıldıkları

ifade edilmiştir.

07-30/302-115

50 **G. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 11.1.2007 tarih ve 232 sayı ile giren şikayete ilişkin olarak yapılan inceleme sonucunda düzenlenen 12.2.2007 tarih ve 2007-2-19/İİ-07-EÖ sayılı İlk İnceleme Raporu, Rekabet Kurulu'nun 22.2.2007 tarih ve 07-16/148-M sayılı kararı ile şikayet konusu iddiaların daha detaylı araştırılabilmesi ve soruşturma açılmasına gerek olup olmadığını belirlemek amacıyla B&L hakkında önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. Bunun üzerine yapılan inceleme sonucunda hazırlanan 27.3.2007 tarih ve 2007-2-19/ÖA-07-EÖ sayılı Önaraştırma Raporu, 30.3.2007 tarih ve REK.0.06.00.00-110/112 sayılı Başkanlık önergesi ile 07-30 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili raporda; B&L'nin kontakt lens pazarında hakim durumda olmaması nedeniyle Harbi Optik'e mal vermeyi reddettiği iddiasına ilişkin olarak soruşturma açılmasına gerek olmadığı ifade edilmiştir.

I. YAPILAN İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. Taraflar

60 I.1.1. Harbi Optik Turizm San. ve Tic. Ltd. Şti. (Harbi Optik)

Optik sektöründe faaliyetlerine 1935 yılında başlayan Harbi Optik numaralı gözlük, güneş gözlüğü, kontakt lens ve kontakt lens bakım ürünlerinin satışını yapmaktadır. Şirketin sahibi Erol Harbi'dir. Harbi Optik'in Ortaköy, Bakırköy, Kadıköy ve Sarıyer'de dört şubesi bulunmaktadır. Harbi Optik aynı zamanda Elegance markalı lenslerin Türkiye dağıtıcısıdır.

I.1.2. Bausch&Lomb Sağlık ve Optik Ürünleri Tic. A.Ş. (B&L)

70 Bausch&Lomb Inc., göz sağlığı ürünleri sunan Amerika Birleşik Devletleri merkezli bir şirkettir ve ürünleri dünyada 100'den fazla ülkede pazarlanmaktadır. Bausch&Lomb Inc. kontakt lens, kontakt lens bakım ürünleri, göz farmasötikleri, katarakt cerrahisi ve rekraktif cerrahisi ürünleri sunmaktadır. Türkiye'de 1982-1992 yılları arasında distribütörler aracılığıyla faaliyet gösteren Bausch&Lomb Inc., faaliyetlerine 1992 yılında kendi kurduğu B&L unvanlı şirketi ile devam etmiştir. B&L kontakt lens, kontakt lens bakım ürünleri ve göz farmasötikleri pazarlamaktadır; cerrahi ürünler başka kanallarla pazarlanmaktadır.

B&L, ürünleri nihai satış noktalarına kendisi sunmakta, ara dağıtım kanalları kullanmamaktadır. B&L'nin ortaklık yapısı aşağıdaki gibidir:

Tablo 1: B&L Ortaklık Yapısı

Hissedarlar	Hisse Adedi	Hisse Oranı (%)
Bausch&Lomb Inc.	381.144.496	100
Jean F. Geisel	1	0
Robert Stiles	1	0
Stephen Craig McCluski	1	0
Seda Kaymaz	1	0
Toplam	381.144.500	100

80 **I.2. İlgili Pazar**

I.2.1. İlgili Ürün Pazarı

Dosya konusu bakımından tasarımları ve bu tasarımları dolayısıyla çözüm getirdikleri kırılma kusurlarına göre kozmetik (renkli), sferik ve torik olmak üzere üçe ayrılan kontakt lenslerin talep ve arz ikamesine göre değerlendirilmeleri gerekmektedir.¹

Dosyadaki bilgilere göre, kozmetik lensler estetik amaçlı kullanılan kontakt lenslerken, sferik ve torik lensler her biri farklı kırılma kusurlarına dayanan görme bozukluklarını telafi edici nitelikteki kontakt lenslerdir. Bu bakımdan söz konusu kontakt lenslerin nitelik ve kullanım amacı bakımından birbirlerinin yerine geçmesi, diğer bir deyişle talep açısından birbirlerini ikame etmeleri mümkün değildir.

90 Arz açısından ise 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 göstermektedir.

Yukarıdaki bilgiler doğrultusunda ilgili ürün pazarı, “kontakt lens pazarı” olarak belirlenmiştir. Bununla birlikte dosya konusu olay bakımından “sferik lens pazarı” ve “torik lens pazarı” alt pazarlar niteliğindedir. Talep yönünden ikame edilebilirlik olmaması hususu göz önünde bulundurularak, bu alt pazarlar bakımından da ayrıca değerlendirme yapılacaktır.

I.2.2. İlgili Coğrafi Pazar

100 Türkiye sınırları içinde ilgili pazar açısından rekabet koşullarının farklılık arz ettiği ayrı bölgelerin söz konusu olmaması nedeniyle, ilgili coğrafi pazar “Türkiye Cumhuriyeti sınırları” olarak tespit edilmiştir.

I.3. Öneraştırma Sürecinde Elde Edilen Bilgiler

I.3.1. B&L’de Yapılan Yerde İnceleme

Konuyu inceleyen raportörlerce 1.3.2007 tarihinde B&L’de yerinde incelemede elde edilen belgelerde aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

1. 30.9.2003 tarihinde Lens Dünyası tarafından B&L’a gönderilen yazıda;

110 “26 Eylül Cuma günü Takvim Gazetesi’nde çıkan ilanımızın, Haziran 2003 döneminde yaptığımız kampanya ile içeriği aynıdır. Ancak durumun hassasiyetini idrak etmiş durumdayız. Bu reklam çalışması ve içerdiği metin bir daha hiçbir yazılı basın-dergi-görsel medyada hiçbir şekilde BAUSCH&LOMB A.Ş.’nin izni olmadan tekerrür etmeyecektir.”

2. “Competitors” başlıklı belgede;

“CIBA

Pazar payı: %(...)

Sıra: 2

Güçlü yönleri: Doğrudan faaliyet, ilaç birimiyle birlikte olmanın verdiği güç, güçlü dağıtım, tüketicilere yönelik reklamlar, ...

...

J&J

¹ Bifokal ve monovision lensler kullanım alanı darlığı nedeniyle ayrı bir kategori içinde değerlendirilmeyecektir.

07-30/302-115

120 *Pazar payı: %(...)*

Sıra: 3

Güçlü yönleri: Güçlü marka adı, UV korumalı ürünler, esnek satış koşulları, ..., tüketicilere yönelik promosyonlar”

3. “Lenses Key Observations” başlıklı belgede;

“Başlıca rakiplerimiz Ciba ve J&J’dir. Ciba doğrudan, J&J distribütör aracılığıyla faaliyet göstermektedir. ... J&J distribütör aracılığıyla faaliyet göstermenin dezavantajlarını taşımaktadır ancak distribütör marjını pazar payı kazanma aktiviteleri ile telafi etmektedir. Her ikisi de B&L’ye karşı güçlü, agresif ve acımasız davranışlar/satış taktikleri izlemektedir.”

130 **4.** “Lenses Key Observations” başlıklı belgede;

“B&L %(...)'lik pazar payıyla lens pazarında aslan payını almış durumdadır. B&L kuşkuyla yer vermeyecek şekilde pazar lideridir ve tüketici gözünde B&L markası lense eşittir.

5. “Lenses Key Observations” başlıklı belgede;

“(.....TİCARİ SIR.....):

- (.....)
- (.....)
- (.....)

140 *Optiklere SL Comfort ve renkli lensler sağlanmaktadır ki her ikisi de optiklerin tercih ettikleridir.”*

6. “Lenses Key Observations” başlıklı belgede;

- *“(.....TİCARİ SIR.....):*

Ciba aşağıdaki ürünlere konsantre olmuş durumda:

- (.....)
- (.....)
- (.....)
- (.....)
- (.....)

150 *Ciba lensle uyumak isteyen tüketicilerin taleplerini karşılamaktadır. ... “(.....TİCARİ SIR.....): ”*

7. “Lenses Key Observations” başlıklı belgede;

“Renkli lenslerde Ciba Freshlook tüketicinin ilk tercihi, B&L ikinci tercihi”

8. “Lenses Key Observations” başlıklı belgede;

“Aylık torik segmenti

- *PV torik ilk tercih ve SL66T en iyi alternatif ...*
- *PVT dağıtımını teknik dağıtım ile genişletmek, medikal pazarlama aktiviteleri ile desteklemek”*

9. “2007 Operasyon Planı” başlıklı belgede yer alan tablolara göre;

160 *- B&L’nin 2006 yılı toplam cirosu (.....) Amerikan Dolarıdır. Bu cironun (.....) Amerikan Doları kontakt lens satışlarından, (.....) Amerikan Doları kontakt lens*

07-30/302-115

bakım ürünleri satışlarından, (.....) Amerikan Doları farmasötik ürünlerin satışlarından elde edilmiştir.

- B&L'nin toptancı ve distribütörler hariç doğrudan kontakt lens satışları (.....) Amerikan Doları, Ciba'nın (.....) Amerikan Doları, J&J'in (.....) Amerikan Dolarıdır.

- B&L günlük lens satışlarından 2006 yılında (.....) Amerikan Doları gelir elde etmiştir ve pazar payı % (...)'dir.

- B&L aylık lens satışlarından 2006 yılında (.....) Amerikan Doları gelir elde etmiştir ve pazar payının % (...)'tir.

170 *- B&L'nin aylık torik lens satışlarından 2006 yılında (.....) Amerikan Doları gelir elde etmiştir ve pazar payı % (...)'tir.*

- B&L'nin aylık multifocal lens satışlarından 2006 yılında (.....) Amerikan Doları gelir elde etmiştir ve pazar payı % (...)'tir.

10. "2007 Lens Bakım Ürünleri Operasyon Planı" başlıklı belgede yer alan tabloya göre;

- Çok amaçlı solüsyonlarda B&L'nin pazar payı % (...), hidrojen peroksit solüsyonlarda Ciba'nın pazar payı % (...), RGP solüsyonlarda Ciba'nın pazar payı % (...)'dir.

I.3.2. Piyasa Aktörleri İle Yapılan Görüşmeler

1. Şikayetçi Harbi Optik'in sahibi ile 28.2.2007 tarihinde yapılan görüşmede özetle;

- 180
- B&L'nin Türkiye pazarına 1987 yılında distribütör aracılığıyla girdiği, 1992 yılında ise kendisinin doğrudan girdiği, dünyada kontakt lens pazarında üçüncü olmasına rağmen pazara ilk giren firma olması nedeniyle en büyük firma olduğu,
 - B&L'nin pazar payının %65-70 olduğu, Ciba'nın yaklaşık %20, Johnson & Johnson'un %10 pazar payına sahip olduğu, diğerlerinin kalan pazar payını paylaştıkları,
 - Göz doktorlarının reçetelere marka adı yazmaları nedeniyle başka bir lensi müşterilerine veremedikleri, 5193 sayılı Kanun ile lens satışı yetkisinin sadece optiklere verildiği,
 - B&L'nin sözleşme yapmadan çalıştığı, mal tedarik ettiği her satıcıya farklı fiyat verdikleri için sözleşme yapmayı tercih etmedikleri,
 - 190 • B&L'nin, kendilerine ürün temin eden teşebbüsleri tespit ettiği ve daha sonra oralardan da mal alamadıkları,
 - Yaptıkları bir kampanya çerçevesinde gazeteyle ilan verdikleri, B&L'nin rakip bir optik lehine reklamları kesmelerini istediği,
 - Satış hacmi yüksek alıcıların doğrudan B&L'den ürün alabildikleri, küçük alıcıların B&L ürünlerinin dağıtımını yapan firmalar aracılığıyla mal temin ettikleri, örneğin Lens Club'ın alım maliyetlerinin çok düşük olması nedeniyle bu şekilde dağıtıcılık yapabildiği,
 - Solüsyon açısından bir sıkıntısı olmadığı, Türkiye'de Optifree'nin daha önemli bir marka olduğu, eczacıların da bu ürünü önermesi nedeniyle Renu'yu bulundurma zorunluluğu duymadıkları,
 - 200 • B&L'nin kendilerine mal vermemesi için hiçbir haklı gerekçe bulunmadığı

ifade edilmiştir.

2. Esenler Hayat Hastanesi göz hastalıkları uzmanı ile 2.3.2007 tarihinde yapılan görüşmede özetle;

07-30/302-115

- B&L'nin lens pazarında hakim durumda olmadığını düşündüğü, pazarda B&L'nin çok sayıda kuvvetli alternatifi bulunduğu,
- Özellikle torik lenslerde kendisinin B&L'yi üçüncü alternatif olarak önerdiği, VSY, J&J, Ciba Vision ve Teka'nın B&L'nin güçlü rakipleri olduğu,
- Sferik lenslerde de B&L'nin güçlü rakipleri olduğu, B&L'nin alternatifsiz olduğu tek pazarın aylık kullanılan pediatrik lensler olabileceği, bu tip lenslerin de zaten doktorlar tarafından çok sık yazılmadığı, bunların çok nadir karşılaşılabilecek vakalar olduğu,
- Bazen BC değerine göre piyasada sadece tek bir lens olabildiği, örneğin B&L'nin 8,5 BC torik lensinin pazarda şu anda tek olduğu, ancak 8,6 BC değeri olan lenslerin bu lensleri ikame edebileceği,
- BC değeri 8,5 olan bir hastaya başka markada BC 8,6 lens yazılabileceği, BC değeri ortalamasının toplumumuz için 8,6 ya da 8,7 olduğu, bazı durumlarda 8,5 BC değeri lensin şart olabileceği ama bunun seyrek olduğu,

ifade edilmiştir.

220 3. B&L Genel Müdürü ile 1.3.2007 tarihinde yapılan görüşmede özetle;

- B&L'nin kontakt lensler, solüsyonlar, göz ilaçları ve cerrahi birim (katarakt cerrahisi ve refraktif cerrahi) alanlarında faaliyet gösterdiği, cerrahi ürünlerin ve ilaçların pazarlamasını kendilerinin yapmadığı, lens ve solüsyonları kendilerinin pazarladığı,
- Kozmetik lenslerde pazar paylarının %(...)’nin altında olduğu, Ciba’nın buradaki payının %(...) civarında olduğu; sferik (miyop-hipermetrop) lenslerde pazar paylarının %(...) olduğu, burada J&J'nin payının %(...), Ciba'nın payının %(...) civarında olduğu; torik lenslerde paylarının yaklaşık %(...) olduğu; solüsyonlarda pazar paylarının %(...) civarında olduğu ancak diğer veriler de hesaba katılırsa %(...) 'lere düşeceği,
- Şimdiye kadar müşterileriyle sözleşme yapmadıkları, sipariş usulü çalıştıkları, yeni yeni sözleşme yapmaya başladıkları,
- Dünya çapında J&J'in birinci, Cooper lenslerinin ikinci, Ciba Vision'ın üçüncü, B&L'nin dördüncü sırada yer aldığı,
- Türkiye'deki toplam 4000 optikten 800-900'ünün kontakt lens sattığı, bu lenslerin %70-80'inin kozmetik lensler olduğu,
- Verdikleri reklamlarda lenslerin fiyatlarına yer veren optiklere mal vermedikleri çünkü böyle bir eylemin sektördeki diğer satıcıları (doktor, lens deposu, diğer optikler) rahatsız ettiği ve yoğun şikayet aldıkları, ayrıca optisyenlerin göz sağlığına dikkat etmedikleri,
- Bölge ya da il temsilcilikleri bulundurmadıkları, satışları kendilerinin yaptıkları,
- Şikayetçi firmanın B&L reklamlarında fiyat yayınlamaya müşteri çekmeyi ve pazar lideri olmayı amaçladığı, o tarihten sonra da mal alma konusunda kesinlikle herhangi bir talepleri olmadığı

ifade edilmiştir.

240 4. NİCE Tıbbi Mlz. Kontakt Lens Ltd. Şti. sahibi ile 9.3.2007 tarihinde yapılan görüşmede özetle;

07-30/302-115

- Optik mağazalarının kontakt lensleri hem doğrudan distribütörlerden hem de kontakt lens depolarından temin edebildikleri,
- Kontakt lens pazarında B&L'nin yaklaşık %40'lık pazar payı ile lider konumda olduğu, ikinci sıradaki Ciba Vision'ın %35 paya sahip olduğu,
- Kozmetik lenste Ciba Vision'ın lider konumda olduğu,
- Torik lenslerde firmaların pazar paylarının yaklaşık şu şekilde olduğu: B&L %30-40, Ciba Vision %30, Johnson&Johnson %20,
- B&L markasının tüketiciler nezdinde ciddi bir marka imajı olduğu ve bir optik mağazasının B&L ürünleri satamamasının tüketiciler gözündeki itibarına zarar verebileceği,
- 2004 yılından önce lens merkezi adı altında faaliyet gösteren firmaların gazetelerde fiyat içeren reklamlarının yer aldığı, 2004'den sonra bunun söz konusu olmadığı,

ifade edilmiştir.

5. Lens Dünyası Sağlık Ürünleri Turz. İnş. Tic. Ltd. Şti. ortağı ile 14.3.2007 tarihinde yapılan görüşmede özetle;

- Ankara'da en fazla perakende lens satışı yapan firma oldukları,
- Daha önce B&L ile çalıştıkları ancak şu anda B&L'nin kendileri ile çalışmadığı,
- Tüm lens markalarının satışını yaptıkları, B&L markalı lensleri de başka kanallardan temin ettikleri ancak B&L'nin toplam satışları içindeki payının yaklaşık %(...) olduğu,
- Clearlab'ın Türkiye distribütörü oldukları, satışlarının yaklaşık %(...) 'sini Clearlab'ın, %(...) 'sini Ciba Vision'ın, %(...) 'ini Johnson&Johnson'ın oluşturduğu,
- B&L'nin Ağustos 2004 ve Haziran 2006 olmak üzere iki kez kendilerine ürün vermeyi kestiği ve sektördeki diğer firmalara bunun duyurulduğu,
- B&L'nin alternatifini olan markaları sattıkları, sektördeki markaların pazar paylarının yaklaşık olarak eşit olduğu,
- B&L'nin eski çalışanınin Ankara'da açtığı optik mağazasına çok düşük fiyattan mal verildiği

ifade edilmiştir.

I.4. DEĞERLENDİRME

Herhangi bir teşebbüsün sağladığı imkanlardan yararlanamamak etkin rekabet yapısına sahip bir pazarda alıcıların önemli zararlara uğramasına neden olmayabilir. Ancak pazarda hakim durumda bir teşebbüsün bulunması durumunda alıcıların bu zararları çok büyür. Bu nedenle pazarda hakim durumda olan bir işletme tarafından satış yapmanın reddedilmesi halinde bu durumun ya da satıştan kaçınılmasının ardında yatan nedenlerin incelenmesi gerekir. Bu çerçevede Harbi Optik'e mal vermediği iddiası ile incelenen B&L'nin hakim durumda olup olmadığı ortaya konması gerekmektedir.

Raportörlerce önaraştırma sürecinde kontakt lens üreticisi teşebbüslere bilgi isteme yazıları gönderilerek kontakt lens pazarında toplam ve kozmetik, sferik ve torik kontakt lens pazarlarında ayrı ayrı olmak üzere tahmini pazar paylarının bildirilmesi talep edilmiştir.

07-30/302-115

Yapılan inceleme ve bilgi isteme yazılarına verilen cevaplarda teşebbüslerin belirttikleri pazar payı bilgileri çerçevesinde, kontakt lens pazarında yoğun bir rekabetin bulunduğu, pazar paylarının birbirine yakın olduğu ve B&L'nin hakim durumda olmadığı anlaşılmaktadır.

- Lens Dünyası Sağlık Ürünleri Turz. İnş. Tic. Ltd. Şti. ortağı Turgay Kılıç ile yapılan görüşme tutanağında yer alan;

“Sektördeki markaların pazar payları yaklaşık olarak eşittir.”

- Teka Teknik Cihazlar Sanayi ve Ticaret A.Ş.'ye gönderilen bilgi isteme yazısına cevaben gönderilen yazıda yer alan;

300 *“... Bu firmalar arasında Bausch&Lomb ve Ciba Vision pazar satış adetleri bakımından daha ön planda olan firmalardır. Johnson&Johnson ve Teka hemen onların arkasında yer almaktadır.”*

- Esenler Hayat Hastanesi göz hastalıkları uzmanı ile yapılan görüşme tutanağında yer alan;

“B&L lens pazarında hakim durumda değildir. Lens pazarının alt pazarlarında çok sayıda alternatifi bulunmaktadır.”

ifadeleri de bu tespiti desteklemektedir.

Yukarıda yapılan görüşme tutanağında yer verilen ve B&L markasını doğrudan alamayan, farklı kanallardan aldığı B&L ürünlerinin payı toplam satışlarının %(...)'ini oluşturan Lens Dünyası'nın Ankara'da en fazla perakende lens satışı yapan firma olduğu şirket yetkilileri tarafından ifade edilmiştir. Bu da B&L'nin hakim durumda olmadığını destekler niteliktedir.

Kontakt lens pazarının alt pazarlarına bakıldığında ise kozmetik lenslerde Ciba Vision'ın yaklaşık %(...)'lik pay ile, torik lenslerde B&L'nin yaklaşık %(...-...)'lik pay ile pazar lideri olduğu görülmektedir. Sferik lenslerdeki pazar payları ise birbirine oldukça yakındır. Piyasada en çok satılan lensler sferik lenslerdir. Torik lenslerin pazardaki ağırlığı ise oldukça azdır. Üretici teşebbüslerin 2006 yılındaki (kontakt lens satışından elde edilen) ciroları ve bu cironun içindeki sferik, torik ve kozmetik lens satışlarının oranları aşağıdaki tabloda gösterilmektedir:

Teşebbüs	2006 cirosu	Sferik (%)	Torik (%)	Kozmetik (%)
B&L	(.....)	(...)	(...)	(...)
Ciba Vision	(.....)	(...)	(...)	(...)
J&J	(.....)	(...)	(...)	(...)
Teka	(.....)	(...)	(...)	(...)
VSY	(.....)	(...)	(...)	(...)
Zepa ²	(.....)	(...)	(...)	(...)

320 Yukarıdaki tablodan, B&L'nin “Torik lensler” alt pazarında rakiplerine göre daha güçlü bir pozisyonda olduğu görülmektedir. Ancak bu güç B&L'yi hakim duruma getirecek ölçüde değildir. Pazarda Ciba Vision ve J&J başta olmak üzere B&L'nin güçlü rakipleri bulunmaktadır.

- Esenler Hayat Hastanesi göz hastalıkları uzmanı ile yapılan görüşme tutanağında yer alan;

² Zepa'nın cirosunun kalan %22'sini gaz geçirgen sert lensler oluşturmaktadır.

07-30/302-115

“Özellikle torik lenslerde dört adet kuvvetli rakibi var. Bunlar VSY, J&J, Ciba Vision ve Teka’dır. Örneğin ben torik lenslerde ancak üçüncü alternatif olarak B&L’nin lenslerini öneriyorum.”

- 330 • NİCE Tıbbi Mlz. Kontakt Lens Ltd. Şti. sahibi ile yapılan görüşme tutanağında yer alan;

“Torik lenslerde firmaların pazar payları yaklaşık şu şekildedir: B&L %30-40, Ciba Vision %30, Johnson&Johnson %20.”

- Lens Market’in Kurumumuz kayıtlarına intikal eden yazısında yer alan;

“Torik lenslerin tüm satışlardaki pay oranı %5,8’dir.”

- Lens Club’ın Kurumumuz kayıtlarına intikal eden yazısında yer alan;

“Lens profili %25-30 renkli lens, %55-60 sferik lens, %10-15 torik lens aralığındadır.”

ifadeleri de bu tespiti desteklemektedir.

340 Buraya kadar yapılan açıklamalar ışığında 4054 sayılı Kanun’un 3. maddesinde “... belirli bir piyasadaki bir veya birden fazla teşebbüsün, rakipleri ve müşterilerinden bağımsız hareket ederek fiyat, arz, üretim ve dağıtım miktarı gibi ekonomik parametreleri belirleyebilme gücü ...” şeklinde ifadesini bulan hakim durum tanımına göre mevcut pazar koşulları dikkate alındığında, B&L’nin “kontakt lens” pazarında hakim durumda olmadığı görülmektedir. Bununla birlikte Rekabet Kurulu daha önce mal vermeyi kesme eyleminin 4054 sayılı Kanun kapsamında değerlendirmesinde:

- “Mal vermeyi reddeden teşebbüsün hâkim durumda olması,
- Hâkim durumdaki teşebbüsün uzun süre mal vermekte olduğu müşterisine mal vermeyi reddetmesi ve mal vermeyi kesmenin objektif gerekçelere dayanmaması,
- Teşebbüsün bazı müşterilere mal satarken bazılarına ürün vermeyi reddetmesi,
- Mal vermeyi kesmesinin rekabeti kısıtlayıcı amacı olup olmadığı”

350 kriterlerinin birlikte dikkate alınması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Dosya konusu olay bu kriterler bakımından değerlendirildiğinde, öncelikle vurgulanması gereken husus, Harbi Optik’in 2003 yılından 11.1.2007 tarihine kadar B&L’den –yazılı ya da sözlü- hiçbir şekilde mal talebinde bulunmamış olmasıdır. Yukarıda yer verilen ve mal verilmemesinin gerekçesi olduğu ifade edilen olay 2003 yılında gerçekleşmiştir. Harbi Optik yetkilerinin şikayet dilekçesi ise Kurum kayıtlarına 11.1.2007 tarihinde intikal etmiştir ve bu dört yıl boyunca Harbi Optik’in herhangi bir şekilde mal talebinde bulunmadığı gerek kendileri, gerekse B&L Genel Müdürü tarafından ifade edilmiştir. Dolayısıyla “teşebbüsün bazı müşterilere mal satarken bazılarına ürün vermeyi reddetmesi” kriterinin gerçekleştiğine dair hiçbir belge ya da bulgu bulunmamaktadır.

360 Mal vermeyi reddetme eyleminin hakim durumun kötüye kullanılması olarak değerlendirilmesi için, ilgili piyasadaki rekabetin azalmasının amaçlanması ve mal vermeyi kesmek için makul bir sebebin olmaması gerekmektedir.

Harbi Optik’in 2006 yılı cirosu (.....) YTL’dir ve bu cironun (.....) YTL’lik bölümü kontakt lens satışından elde edilmiştir. Harbi Optik bu ciro rakamına B&L ürünlerini satmadan, tamamen rakip ürünleri satarak ulaşmıştır. Dolayısıyla “mal vermeyi

07-30/302-115

reddetme eylemi ile teşebbüsün faaliyetlerinin imkansız kılınması ya da en azından ciddi miktarda ve kaçınılmaz olarak ekonomik olmaktan çıkarılması” söz konusu değildir. Bu çerçevede B&L'nin “torik lensler” alt pazarında hakim durumda olduğu kabul edilse dahi, mal vermeyi kesme eyleminin 4054 sayılı Kanun kapsamında değerlendirilebilmesi için gerekli koşulların sağlanmadığı görülmektedir.

370

J. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre, şikayet konusu iddia ile ilgili olarak 4054 sayılı Kanun çerçevesinde soruşturma açılmasına gerek olmadığına, şikayetin reddine OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.