

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2017-3-36 (Birleşme)
Karar Sayısı : **18-36/585-286**
Karar Tarihi : 01.10.2018

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Prof. Dr. Ömer TORLAK
Üyeler : Arslan NARİN, Adem BİRCAN, Ahmet ALGAN,
Hasan Hüseyin ÜNLÜ, Şükran KODALAK

B. RAPORTÖRLER: Emin Cenk GÜLERGÜN, Nimet KAVAK, İbrahim Hilmi KOÇAK,
Çiğdem Gizem OKKAOĞLU, Ebru ÖZYURT

**C. BİLDİRİMDE
BULUNAN**

BULUNAN :- Luxottica Group S.p.A.
Temsilcileri: Av. Gönenç GÜRKAYNAK, Av. Öznur İNANILIR,
Av. Bulut GİRGİN
Çitlenbik Sokak No: 12 Yıldız Mah. Beşiktaş/34349 İstanbul
- Essilor Optica International Holding SL
Temsilcileri: Dr. M. Fevzi TOKSOY, Bahadır BALKI,
Firdevs Sera ERZENE YILDIZ, Ertuğrul Can CANBOLAT
Çamlıca Köşkü Francalacı Sok. 28 Arnavutköy/Beşiktaş/İstanbul

- (1) **D. DOSYA KONUSU: Luxottica Group S.p.A. ile Essilor International S.A.'nın birleşmesi işlemine izin verilmesi talebi.**
- (2) **E. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına 22.05.2017 tarih ve 3573 sayılı giren bildirim üzerine düzenlenen 21.09.2017 tarih ve 2017-3-36/Öİ sayılı Öninceleme Raporu, Rekabet Kurulunun (Kurul) 10.10.2017 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 17-31/523-M sayılı kararla işlem nihai incelemeye alınmıştır.
- (3) Nihai inceleme bildirimi, 24.10.2017 tarih ve 13240 sayılı ile taraflara tebliğ edilmiş ve teşebbüsler tarafından yapılan ortak yazılı savunma 27.11.2017 tarih ve 8726 sayılı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (4) Bunun üzerine hazırlanan 07.03.2018 tarih ve 3019 sayılı Bilgi Notu 15.03.2018 tarihli Kurul toplantısında görüşülmüş ve 18-08/141-M sayılı ile nihai incelemenin süresi üç ay uzatılmıştır. Daha sonra 08.06.2018 tarih ve 7464 sayılı Bilgi Notu, 12.06.2018 tarihli Kurul toplantısında görüşülerek 18-19/347-M sayılı karar ile dosya konusu incelemenin süresi, üç aylık ek süresinin tamamlanacağı 10.07.2018 tarihinden itibaren üç ay uzatılmıştır.
- (5) Taraflarca rekabetçi endişelerin ortadan kaldırılması amacıyla oluşturulan taahhüt paketini içeren Taahhüt Metni Rekabet Kurumu kayıtlarına 14.09.2018 tarih ve 6709 sayılı ile intikal etmiştir.
- (6) Bu gelişmeler üzerine hazırlanan 24.09.2018 tarih ve 2017-3-36/Nİ sayılı Nihai İnceleme Raporu, Kurulun 26.09.2018 tarihli toplantısında görüşülmüş ve 18-34/565-Mİ sayılı ek çalışma yapılmak üzere incelemeye alınmıştır.
- (7) Süreç sonunda 24.09.2018 tarih ve 2017-3-36/Nİ sayılı Nihai İnceleme Raporu ile 28.09.2018 tarih ve 2017-3-36/BN-3 sayılı Bilgi Notu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (8)

- (9) **F. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda özetle; başvuru konusu işleme Rekabet Kurumu kayıtlarına 14.09.2018 tarih ve 6709 sayı ile intikal eden taahhüt paketi çerçevesinde koşullu izin verilebileceği ifade edilmiştir.

G. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

- (10) Kurum kayıtlarına intikal eden başvuruda, Luxottica Group S.p.A.'nın (LUXOTTICA) kontrol sahibi hissedarı olan Delfin S.a.r.l. (DELFIN) ile Essilor International Compagnie Générale d'Optique S.A. (ESSILOR) arasında, ESSILOR ve LUXOTTICA'nın faaliyetlerini birleştirmek ve ortak bir holding şirketi olan EssilorLuxottica'yı (HOLDCO) oluşturmak amacıyla yapılan birleşme işlemine izin verilmesi talep edilmiştir.
- (11) Nihai inceleme aşamasında T.C. Ticaret Bakanlığı (Ticaret Bakanlığı), Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu (TİTCK), Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) ve Türkiye İstatistik Kurumundan (TÜİK) bilgi istenmiştir.
- (12) ESSILOR ve LUXOTTICA'dan ve bunların rakipleri konumundaki oftalmik lens toptan satışı faaliyetinde bulunan Merve Gözlük Camı Sanayi ve Ticaret A.Ş. (MERVE CAM), Opa Optik Camları San. Tic. Ltd. Şti. (OPSA), Beta Optik San. Tic. Ltd. Şti. (BETA), Opa Lens San. ve Tic. A.Ş. (OPAK), Opticon Optik San. Tic. Ltd. Şti. (OPTİKON), Seiko Optical Europe GmbH (SEİKO), Hazel Optik San. ve Dış Tic. Ltd. Şti. (HAZEL), Sedat Çil NEŞE OPTİK (NEŞE), Cemfa Gözlük San. ve Tic. A.Ş. (CEMFA), Adellens Optik Sanayi ve Ticaret A.Ş. (ADELLENS), Hoya Turkey Optik Lens Sanayi ve Ticaret A.Ş. (HOYA), Cihan Medikal San. ve Tic. A.Ş. (CİHAN), Akay Optik Sanayi ve Ticaret A.Ş. (AKAY), Koza Optik Sanayi ve Dış Ticaret Ltd. Şti. (KOZA), Turkuaz General Optik Pazarlama Ltd. Şti. (TURKUAZ CAM), Leyla Yaman Ercamsa Optik (ERCAMSA), Derya Optik Dış Ticaret Ltd. Şti. (DERYA), Tahir Ülger Color Optik (COLOR), Zarif Optik İnşaat Gıda Tarım ve Hayvancılık Ltd. Şti. (ZARİF), Fgs Optik Gözlük Cam San. İth. İhr. Tic. Ltd. Şti. (FGS), Şanlı Optik Bilg. İnş. Tur. Gıda San. A.Ş. (ŞANLI), Aysan Optik Cam ve Medikal San. Tic. Ltd. Şti. (AYSAN), Sar Optik Cam San. Tic. Ltd. Şti. (SAR), Gözsan Gözlük San. ve Tic. A.Ş. (GÖZSAN), Safir Göz Lens Optik Malzemeleri San. Tic. Ltd. Şti. (SAFİR) başta olmak üzere 53 teşebbüsten bilgi talebinde bulunulmuştur.
- (13) Ek olarak güneş gözlüğü ve optik çerçeve toptan satışı faaliyetinde bulunan Turkuaz Optik San. ve Tic. A.Ş. (TURKUAZ), Safilo Optik Tic. Ltd. Şti. (SAFİLO), Derigo ve Opmar Optik Tic. A.Ş. Derigo Gözlük Sanayi ve Ticaret A.Ş. (DERİGO), Prestij Optik Gözlük San. ve Tic. Ltd. Şti. (PRESTİJ), Doğan Optik San. ve Tic. Ltd. Şti. (DOĞAN), Kayatur Optik San. ve Tic. Ltd. Şti. (KAYATUR), Opto-Mod Optik San ve Tic. A.Ş. (OPTOMOD), Hipo Dış Tic. Ltd. Şti. (HİPO), Enternasyonal Gözlük San. ve Tic. A.Ş. (ENTERNASYONAL), Center Gözlük San. Tic. A.Ş. (CENTER), Mercan Optik İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti. (MERCAN), Ser Optik San. ve Tic. Ltd. Şti. (SER), Optikal Metal Gözlük San. Ltd. Şti. (OPTİKAL), Ekol Optik Grup San. ve Tic. Ltd. Şti (EKOL), Arıkan Saat A.Ş. (ARIKAN), Roi Optik San. ve Tic. Ltd. Şti. (ROİ) ve Efor Optik Gözlük San. ve Tic. Ltd. Şti. (EFOR) başta olmak üzere 65 teşebbüsten bilgi talebinde bulunulmuştur.
- (14) Diğer yandan, LUXOTTICA'nın ve ESSILOR'un müşterisi konumunda bulunan Magrabi Optical Optik Tic. A.Ş. (MAGRABİ), Mert Optik Gözlükçülük Tic. ve San. Ltd. Şti. (MERT), Gözgrup Optik Ür. San. ve Tic. A.Ş. (GÖZ GRUP), Kent Optik Tic. A.Ş. (KENT), DERİGO OPMAR, Optik Galeri Gözlük San. ve Tic. Ltd. Şti. (OPTİK GALERİ), Elegance Optik San. ve Tic. A.Ş. (ELEGANCE), Emo Optik Tic. ve San. Ltd. Şti. (EMO), Optik Elit İth. İhr. Paz. Tic. Ltd. Şti. (ELİT), Anlam Optik Medikal Özel Sağlık Turizm ve Tic. Ltd. Şti. (ANLAM), Erke Gözlük ve Saat Ticaret A.Ş. (ERKE), Gaye Optik Ediz Demir (GAYE), Keskin Optik Saat Tic. Ltd. Şti. (KESKİN) ve Atasun Optik Per. Tic. A.Ş. (ATASUN)

başta olmak üzere 15 zincir optik mağazasından bilgi talebinde bulunulmuştur. Gelen cevabi yazılar Kurum kayıtlarına intikal etmiştir¹.

G.1. Taraflar

G.1.1. Essilor International SA (ESSILOR)

- (15) Halka açık bir şirket olan ve merkezi Fransa'da bulunan ESSILOR, Essilor Grubunun ana şirketi olup oftalmik lenslerin tasarımı, üretimi ve ticaretini yapan uluslararası bir teşebbüstür. Dünya genelinde 34 üretim sahası bulunan ESSILOR'un ayrıca 481 reçete laboratuvarı bulunmaktadır. ESSILOR ayrıca göz sağlığı alanında çalışan profesyonellere yönelik makine ve teçhizat üretip pazarlamakta, bu alanda çeşitli hizmetler sunmaktadır. ESSILOR'un güneş gözlüğü üretimi ve internet kanalıyla perakende satışı faaliyeti de bulunmaktadır. Ancak bu faaliyetlerinin çoğu Avrupa dışında gerçekleşmektedir.
- (16) Ana faaliyet alanı oftalmik lenslerin imalatı, üretimi ve ticareti olan ESSILOR, aynı zamanda endüstriyel optik teçhizat² ve ticari optik teçhizat³ üretimiyle optik teçhizat pazarında da faaliyet göstermektedir.
- (17) ESSILOR'un hissedarlık yapısına aşağıda yer verilmiştir.

Tablo 1- ESSILOR'un 31 Aralık 2017 İtibarıyla Yatırımcı Tipi Bazında Hissedarlık Yapısı

Hissedar	Hissedarlık
Fransız Olmayan Yerleşik Kurumsal Yatırımcılar	(.....)
Fransız Yerleşik Kurumsal Yatırımcılar	(.....)
Çalışan, Emekli ve Ortak Hissedarlar	(.....)
Bireysel Yatırımcılar	(.....)
Öz Hisseler	(.....)
TOPLAM	100,0

Kaynak: Teşebbüsten gelen bilgiler

- (18) ESSILOR Türkiye'de aşağıda yer verilen iştirakleri aracılığıyla faaliyet göstermektedir.

G.1.1.1. Essilor Turkey Yönetim Hizmetleri Ltd. Şti. (ESSILOR TÜRKİYE)

- (19) ESSILOR TÜRKİYE, ESSILOR'un Türkiye pazarında faaliyet gösteren iştiraklerinin yönetiminden sorumlu iştiraki olup, herhangi bir ticari faaliyeti yoktur.

G.1.1.2. İpek Optik Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş. (İPEK OPTİK)

- (20) ESSILOR, İPEK OPTİK'in hisselerinin %(.....)'üne sahiptir. İPEK OPTİK, ithal stok lenslerin toptan satışı, yarı tamamlanmış lenslerin tamamlanmış hale getirilmesi ve bunların toptan satışına ilişkin olarak faaliyet göstermekte, ayrıca oftalmik teçhizat ve kontakt lens satışı yapmaktadır.

G.1.1.3. Opak Optik ve Ticaret A.Ş. (OPAK OPTİK)

- (21) ESSILOR, OPAK OPTİK hisselerinin %(.....)'ine ve (.....) sahiptir. OPAK OPTİK, ithal tamamlanmış lenslerin toptan satışı, yarı tamamlanmış oftalmik lenslerin tamamlanmış hale getirilmesi ve bunların toptan satışına ilişkin faaliyet göstermekte, ayrıca oftalmik lenslerin yabancı toptancılara ihracatını gerçekleştirmektedir. OPAK OPTİK; Essilor, Crizal, Varilux, Transitions, Xperio, E-SPF, Airwear, Orma, Ormix, Ormex, Stylis, Lineis, Anti-Fatigue ve Interview'in de dâhil olduğu Essilor Grubu markaları ile Çin, Hong Kong,

¹ İlgili kısımlarda oftalmik lens toptan satışı, güneş gözlüğü ve optik çerçeve toptan satışı alanlarında faaliyet gösteren teşebbüslerden ve zincir mağaza olarak faaliyet gösteren teşebbüslerden sırasıyla 53, 118 ve 15'inden bilgi istenmiştir. Bunların bir kısmının ilgili pazarlarda faaliyet göstermediği anlaşıldığından, yapılan değerlendirmelerde daha az sayıda teşebbüsün bilgisi dikkate alınmıştır.

² Reçete laboratuvarlarında lens üretimi için kullanılan teçhizat.

³ Optisyenlerin ilgili ürünlerin üretimi için kullandığı cam kesme ve ölçüm aletleri gibi teçhizat.

Kore, Tayvan, Tayland, Hindistan ve Çek Cumhuriyeti'nde yerleşik şirketler tarafından tedarik edilen lenslerin satışını gerçekleştirmektedir. Şirketin ayrıca oftalmik teçhizat ve kontakt lens satışı da mevcuttur.

G.1.1.4. İşbir Optik Sanayi A.Ş. (İŞBİR OPTİK)

- (22) ESSILOR, İŞBİR OPTİK hisselerinin %(.....)'sine sahiptir. İŞBİR OPTİK, ithal tamamlanmış oftalmik lenslerin toptan satışı, yarı tamamlanmış oftalmik lenslerin tamamlanmış hale getirilmesi ve bunların toptan satışına ilişkin faaliyet göstermektedir. İŞBİR OPTİK, Nikon-Essilor tarafından tedarik edilen Nikon markalı lenslerin ve Fransız menşeli bir lens üreticisi olan BBGR firması tarafından üretilen lenslerin Türkiye'de münhasır dağıtımını yapmaktadır. İŞBİR OPTİK, BBGR lenslerini kendi reçete laboratuvarında tamamlanmış hale getirdikten sonra Visionart markası altında satmaktadır.

G.1.1.5. Merve Optik Sanayi ve Ticaret A.Ş. (MERVE OPTİK)

- (23) ESSILOR, MERVE OPTİK hisselerinin %(.....)'ine ve şirketin tek kontrolüne sahiptir. MERVE OPTİK Optelli, Osse, Mustang, Hawk, Orselli ve Soleil de dâhil olmak üzere çeşitli güneş gözlüğü ve optik gözlük çerçevesi markalarının dağıtımını yapmaktadır.

G.1.1.6. Altra Optik Sanayi ve Ticaret A.Ş. (ALTRA OPTİK)

- (24) ESSILOR, İsrail menşeli olan ve Türkiye'de ALTRA OPTİK unvanlı bir iştiraki bulunan oftalmik lens üreticisi Shamir Optical Industry Ltd.'nin hisselerinin %(.....)'sine (.....) sahiptir. ALTRA OPTİK, ithal tamamlanmış oftalmik lenslerin toptan satışı, yarı tamamlanmış oftalmik lenslerin tamamlanmış hale getirilmesi ve toptan satışına ilişkin olarak faaliyet göstermektedir.

G.1.1.7. Esel Optik Makinaları İthalat İhracat Pazarlama ve Ticaret A.Ş. (ESEL OPTİK)

- (25) ESSILOR'un hisselerinin %(.....)'ine sahip olduğu ESEL OPTİK, ESSILOR tarafından üretilen oftalmik teçhizatların satışını yapmaktadır.

G.1.1.8. ESSILOR'un Faaliyet Alanları

- Oftalmik Lenslerin ve Optik Araçların Üretimi ve Pazarlanması

- (26) ESSILOR global düzeyde miyopi, hipermetropi, astigmatizm ve presbiyopi gibi görme problemlerini düzeltmede kullanılan tek odaklı, iki odaklı ve aşamalı (*progressive*) lenslerin imalatını yapmaktadır. Essilor Grubunun başlıca lens markaları; Varilux, Crizal, Essilor, Optifog, Xperio, ESPF (Gözü Güneşten Koruma Etmeni), Eyezen, Airwear, Anateo, Myopilux ile birlikte Nikon ve Kodak gibi sektör dışında kalan markaların oftalmik lens kullanımı için gerekli lisanslarından oluşmaktadır.

- Optik Makinelerin, Teçhizatın ve Sarf Malzemelerinin Üretimi ve Satışı

- (27) Bildirim Formunda, bu faaliyet alanının ESSILOR'un 2017 yılındaki cirosunun %(.....)'ini temsil ettiği belirtilmektedir. Bu bölümdeki faaliyetler üç ayrı koldan yürütülmektedir.

i- Görme bozukluklarının teşhisinde kullanılan ekipmanlar: Bu ekipmanlar okullarda, göz muayenahanelerinde ve göz bozukluklarına ilişkin olarak çalışılan alanlarda kullanılmaktadır.

ii- Oftalmik lenslerin üretiminde kullanılan makineler: Essilor Grubu daha önce ticari alanda kullanılan ekipman tasarımı ve üretimi yapmakta iken (ticari kesiciler), endüstriyel kullanım için oftalmik teçhizat üretiminde (kaplama makineleri, anti-reflektif ve endüstriyel kesiciler) uzmanlaşmış olan Satisloh Holding AG (SATISLOH)'yi devralarak endüstriyel alanda da faaliyet göstermeye başlamıştır.

iii- *Optik imalat endüstrisi için sarf malzemeleri dağıtımı*: Bu ürünler hem reçete laboratuvarları hem de gözlükçüler tarafından lens imalatında kullanılan ve kullanıldığı alana bağlı olarak da cam boyaları, cam temizleme spreyi, kalıplar gibi⁴ çok sayıda çeşidi olan ürünlerdir.

- (28) Dosya içeriğinden, söz konusu sarf malzemelerinin dağıtım faaliyetinin SATISLOH'un satın alınmasıyla başladığı anlaşılmaktadır. SATISLOH ise bu ürünlerin üretimini gerçekleştirmemekte, yeniden satış amacıyla sağlayıcı teşebbüslerden temin etmektedir.

- Güneş Gözlükleri ve Okuma Gözlükleri

- (29) Essilor Grubu; FGX International ve Costa şirketleri vasıtasıyla Amerika'da, özellikle Çin yerel pazarındaki şirketler aracılığıyla da Asya'da faaliyetlerini sürdürmektedir. Essilor Grubunun, sahip olduğu güneş gözlüğü ve optik çerçeve markaları Foster Grant, Freedom Polarised, Gargoyles, Magnivision, Corinne McCormack, Monkey Monkey, Ryders Eyewear, SolarShield, Suuna, Costa, Bolon, Molsion ve Prosun'dır.
- (30) Yukarıda sayılan markalarla birlikte ESSILOR, MERVE OPTİK dolayısıyla, Optelli, Osse, Mustang, Hawk, Orsell ve Soleil dâhil olmak üzere çeşitli güneş gözlüğü ve optik gözlük çerçevesi markalarının da dağıtımını yapmaktadır.
- (31) ESSILOR Türkiye'de oftalmik lens, oftalmik teçhizat, kontakt lens, güneş gözlüğü ve optik çerçeve alanlarındaki faaliyetlerinden ciro elde etmektedir. ESSILOR'un 2017 yılı Türkiye cirosunun faaliyet alanlarına göre dağılımına aşağıda yer verilmiştir:

Tablo 2- ESSILOR'un 2017 Yılı Türkiye Cirounun Faaliyet Alanı Bazında Dağılımı

Faaliyet Alanı	Cirodaki Pay (%)
Oftalmik lens	(.....)
Güneş gözlüğü	(.....)
Oftalmik Makine ve Teçhizatlar	(.....)
Optik çerçeve	(.....)
Kontakt Lensler	(.....)
Diğerleri	(.....)
Toplam	100,0

Kaynak: Teşebbüsten gelen bilgiler

- (32) 2017 yılı Türkiye cirosunun dağılımı, ESSILOR'un ana faaliyet alanlarının optik lensler ile optik araçların üretimi ve pazarlanması olduğunu göstermektedir. ESSILOR, bu alanda dünyada lider konumundadır. ESSILOR, optisyenler ve reçete laboratuvarları⁵ için üretilen optik lens teçhizatı ile görüş tarama cihazlarının üretimi ve pazarlanması alanlarında da dünyada en güçlü teşebbüstür.

G.1.2. Luxottica Group S.p.A. (LUXOTTICA)

- (33) LUXOTTICA, optik gözlük çerçevesi ve güneş gözlüğü üretimi ve tasarlanması faaliyetlerini yürütmektedir. LUXOTTICA'nın İtalya, Çin, Amerika Birleşik Devletleri, Brezilya, Japonya, Hindistan, Şili ve Peru'da olmak üzere toplam (.....) fabrikası bulunmaktadır. LUXOTTICA'nın portföyü Ray-Ban, Oakley, Vogue, Persol, Oliver Peoples ve Alain Mikli gibi tescilli markaları ve Giorgio Armani, Burberry, Bulgari, Chanel, Coach, Dolce&Gabbana, Michael Kors, Prada, Ralph Lauren, Tiffany ve Versace gibi lisanslı markaları içermektedir. Global toptan dağıtım ağı (.....) ülkeyi kapsayan LUXOTTICA'nın perakende ağı ise yaklaşık (.....) mağazadan oluşmaktadır. Bu mağazalardan (.....)'nin sahibi LUXOTTICA olup, (.....)'i ise *franchise* sözleşmesi

⁴ <http://www.uguroptik.com/ugur-optik/tr/sarf-malzemeler>. Erişim Tarihi: 20.09.2018.

⁵ Spesifik hastalıklar için verilen reçete bilgileri doğrultusunda optik lenslerin üretimini gerçekleştiren teşebbüsler.

kapsamında işletilmektedir. LUXOTTICA'nın 2017 yılı dünya cirosunun %(.)'ü toptan satışlardan, %(.)'si perakende satışlardan elde edilmektedir. LUXOTTICA'nın Türkiye'deki iştiraklerine aşağıda yer verilmiştir.

G.1.2.1. Luxottica Gözlük Endüstri ve Ticaret A.Ş. (LUXOTTICA TÜRKİYE)

- (34) LUXOTTICA'nın, hisselerinin %(.)'ini⁶ elinde bulundurduğu iştiraki LUXOTTICA TÜRKİYE, güneş gözlüklerinin ve optik gözlük çerçevelerinin toptan dağıtım alanlarında faaliyet göstermektedir. LUXOTTICA TÜRKİYE, aynı zamanda www.ray-ban.com/turkey internet sitesi aracılığıyla Ray-Ban markalı güneş gözlüklerinin perakende satışı ile iştirak etmektedir.

G.1.2.2. Sunglass Hut Turkey Gözlük Ticaret A.Ş. (SUNGLASS TÜRKİYE)⁷

- (35) LUXOTTICA'nın %(.) hissesine sahip olduğu iştiraki SUNGLASS TÜRKİYE, LUXOTTICA TÜRKİYE'nin dağıtımını yaptığı bazı güneş gözlüklerinin perakende satışıyla iştirak etmektedir. Türkiye'de 08.06.2018 tarihi itibarıyla (.)'ü şube olmak üzere toplam (.) satış noktası bulunan SUNGLASS TÜRKİYE; Arnette, Burberry, Bulgari, Coach, Dolce&Gabbana, Emperio Armani, Giorgio Armani, Italia Independent, Miu Miu, Oakley, Oliver Peoples, Persol, Polo Ralph Lauren, Prada, Ralph, Ralph Lauren, Ray-Ban, Stella McCartney, Tiffany&Co., Tom Ford, Tory Bruch, Versace markalı güneş gözlüklerinin Türkiye'de perakende satışını gerçekleştirmektedir⁸.

G.1.2.3. LUXOTTICA'nın Faaliyet Alanları

- Güneş Gözlüklerinin Üretim ve Satışı

- (36) Gözleri güneşin zararlı ışınlarından korumak için tasarlanan güneş gözlükleri, çeşitli materyallerden yapılan çerçeveler ve gölgeli plano lenslerden⁹ oluşmaktadır. Bunlar gölgeli plano lensler, polikarbonat ya da kristalden imal edilmektedir. Güneş gözlüğü üretimi süreci, plano lenslerinin üretimi, çerçevenin üretimi ve lens ile çerçevenin birleştirilmesi aşamalarından oluşmaktadır. Güneş gözlüğü üreticileri, kendileri üretmek yerine lens ve çerçeveleri genellikle Asya'da bulunan farklı üreticilerden almakta ve kendi tesislerinde birleştirmektedir. LUXOTTICA ise, plano lensi ve çerçeveyi kendisi üretmekte, yalnızca güneş gözlüklerinin belirli modelleri için gerekli olan cam lensleri uzmanlaşmış tedarikçilerden temin etmekte ve ürettiği güneş gözlüklerini hem toptan hem perakende kanalında satmaktadır.

- Optik Çerçevelerin Üretim ve Satışı

- (37) Miyop, hipermetrop ve astigmat gibi görüş problemlerini düzeltmek amaçlı üretilen oftalmik lensler, optik çerçeveler ile birleştirilerek satılmaktadır. Türkiye'de optikçiler, optik gözlük çerçevelerinin tek dağıtıcısı konumundadır. LUXOTTICA, güneş gözlükleri üretim ve satışının yanı sıra optik gözlük çerçevesi üretimi ve satışı alanında da faaliyet göstermektedir.
- (38) LUXOTTICA'dan gelen cevabi yazıya göre; LUXOTTICA'nın hisselerinin %3'ten fazlasına sahip olan hissedarlarına aşağıda yer verilmiştir.

⁶ Geri kalan %(.)'lik hisselerine Sunglass Hut Netherland BV sahiptir.

⁷ LUXOTTICA tarafından gönderilen cevabi yazıda; SUNGLASS TÜRKİYE dahil olmak üzere, Sunglass Hut zincirlerinin tüm dünyadaki küresel iş modelinin mağazalarında yalnızca güneş gözlüğü satmak üzerine kurulduğu, ancak Sunglass Hut'ın global düzeyde, mağazalarında yakın gelecekte sembolik düzeyde Ray-Ban lensleri ve optik aksesuar satışı yapmayı planladığı, SUNGLASS TÜRKİYE'nin Türkiye pazarında optik çerçeve satmak gibi bir planı bulunmadığı, nitekim optik çerçeve satışı ile iştirak edebilmek için gerekli lisansa sahip olmadığı ifade edilmiştir.

⁸ Marka listesi www.sunglasshut.com.tr adresinden alınmıştır. Erişim Tarihi: 11.09.2018.

⁹ Plano lens, derecesiz/numarasız lens anlamına gelmektedir.

Tablo 3-LUXOTTICA'nın %3'ten Fazla Hisse Sahipleri

Hisse Sahibi	Hisse Oranı (%)
Leonardo Del Vecchio	(.....)
Giorgio Armani	(.....)

- (39) LUXOTTICA TÜRKİYE'nin 2017 yılı Türkiye'deki toplam cirosunun faaliyet alanlarına göre dağılımına aşağıda yer verilmiştir.

Tablo 4- LUXOTTICA TÜRKİYE'nin 2017 Yılı Türkiye Cirosunun Faaliyet Alanı Bazında Dağılımı

Ürün Grubu	Cirodaki Pay (%)
Güneş gözlüğü	(.....)
Optik çerçeve	(.....)
Yedek/Ek Parçalar	(.....)
Toplam	100,0

Kaynak: Teşebbüsten gelen bilgiler

- (40) LUXOTTICA, Türkiye cirosunun önemli bir kısmını güneş gözlüğü satışlarından elde etmektedir. Ayrıca LUXOTTICA'nın 2017 yılı dünya cirosunun %(.....)'ünü güneş gözlükleri ve optik gözlük çerçevelerinin toptan satışı, %(.....)'sini ise perakende satışların oluşturduğu dosya içeriğinden anlaşılmaktadır.

G.2. İlgili Pazar

G.2.1. Sektöre İlişkin Bilgiler

- (41) LUXOTTICA ve ESSILOR optik piyasasında faaliyet göstermektedir. LUXOTTICA güneş gözlükleri ile optik gözlük çerçeveleri; ESSILOR ise güneş gözlükleri, oftalmik lensler ve oftalmik makine teçhizat alanlarında etkinlikte bulunmaktadır. Bununla birlikte LUXOTTICA, SUNGLASS TÜRKİYE aracılığıyla güneş gözlüklerinin perakende satışını da gerçekleştirmektedir.

G.2.1.1. Oftalmik Lens Piyasasına İlişkin Bilgiler

- (42) Oftalmik (optik) lensler görme kusurlarının düzeltilmesi için kullanılmaktadır. Oftalmik lens terimi, gözle ilgili anlamına gelen oftalmik ve gözlük camı için kullanılan lens terimlerinden türetilmiştir¹⁰.
- (43) Lensler kullanılan malzemeye göre cam ve plastik, düzeltici tasarımlarına göre tek odaklı, iki/üç odaklı ve aşamalı, üretim süreci aşamalarına göre stok lensler ve yarı tamamlanmış lensler olarak sınıflandırılmaktadır. Bir defada sadece bir veya birden fazla görme bozukluğunu giderecek şekilde üretilebilen lenslerin, görme kusurlarının giderilmesi açısından, kullanılan malzemeye göre aralarında önemli farklılıklar bulunmamaktadır.
- (44) Bu noktada, Türkiye'de hastaların numaralı gözlük camlarına ulaşım yollarına kısaca yer vermek gerekmektedir. Görme kusuru bulunan tüketici göz hastalıkları uzmanı doktor tarafından yazılan reçete ile optisyene başvurmaktadır. 5193 sayılı Optisyenlik Hakkında Kanun'un 4. maddesine göre, "Numaralı (mihraklı) 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 olmak gerekir." Yine aynı Kanun'un 6. maddesinde yer alan "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, otorefroktometre ve keratometre gibi bilgisayarlı aletler ile olanlar da dahil

¹⁰ 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.

olmak üzere her nevi göz ve görme muayene ve testleri yapmaları veya müesseselerinde bu işlere yarayan her türlü aletleri ve cihazları bulundurmaları yasaktır." hükmü uyarınca optisyenlik uygulamaları yürütülmektedir.

- (45) Reçetede belirtilen görme kusuru toplumda yaygın olarak görülmeğe ve optisyen de stoklarında ilgili lensi bulduruyorsa, talebi hemen o anda stoklarından karşılamaktadır. Bu şekilde yaygın görülen 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.
- (46) Küresel ölçekte faaliyet gösteren ve ESSILOR'un da 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 üretilip dağıtıldığından, stok lenslerin maliyetleri ve fiyatları düşük olmaktadır.
- (47) Optisyenler, kendilerine hazır halde gelen lenslere tüketiciye özgü bir takım işlemler 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 buldurmaktadır.
- (48) 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. Bunun nedeni yaygın bir biçimde görülmeyen kusurların düzeltilmesi için gerekli lenslerin, karlı olmaması nedeniyle büyük miktarlarda üretilmemesidir.
- (49) 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 getirmektedir.
- (50) Bu süreçte hammadde olarak kullanılan RX (reçete (*receipt*) X) olarak da ifade edilen yarı tamamlanmış lensler, belirli bir dereceye kadar işlenmiş, 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 üretebilmektedir¹¹.
- (51) 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.

¹¹ Geleneksel teknoloji ile tek odaklı bir yarı tamamlanmış lensten tek odaklı bir tamamlanmış (mamul) lens üretilibiliyorken (benzer şekilde çok odaklı bir yarı tamamlanmış lensten çok odaklı bir tamamlanmış lens; aşamalı bir yarı tamamlanmış lensten aşamalı bir tamamlanmış lens üretilibiliyorken) çift yüzey işleme teknolojisi olarak anılan *free-form* makinalar ile herhangi bir çeşit yarı tamamlanmış lensten istenilen tamamlanmış lens üretilmektedir.

- (52) 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.
- (53) Optisyenler çoğunlukla birden fazla reçete laboratuvarıyla çalışmakta ve farklı marka ürünleri tüketicilere sunmaktadır. Bu durum, marka çeşitliliğinin yanı sıra tedarik güvenliği de sağlamaktadır.
- (54) ESSILOR dünya genelinde oftalmik lenslerin üretimi ve toptan dağıtım alanlarında faaliyet gösteren bütünleşik yapıya sahip bir teşebbüstür. ESSILOR devraldığı OPAK OPTİK, İŞBİR OPTİK, İPEK OPTİK ve ALTRA OPTİK aracılığıyla Türkiye’de reçete laboratuvarları seviyesinde de faaliyette bulunmaktadır.
- (55) Öte yandan stok veya yarı tamamlanmış lenslerin üretimi, yarı tamamlanmış lenslerin reçete laboratuvarlarında tamamlanması ve optisyenlere gelen lenslerin ölçümlenmelerinin ve çerçeveye monte edilmesi aşamalarının tamamında oftalmik makine ve teçhizat kullanılmaktadır. ESSILOR, reçete laboratuvarlarının ihtiyaç duyduğu endüstriyel optik teçhizatın ve optisyenler için ticari optik teçhizatın satışlarını da gerçekleştirmektedir.

G.2.1.2. Güneş Gözlüğü Piyasasına İlişkin Bilgiler

- (56) Güneş gözlükleri, gözlerin güneşin zararlı ışınlarından korunması için kullanılmaktadır. Tüketiciler güneş gözlüğü satın alırken fiyatı, kaliteyi ve markayı olduğu kadar tasarımı, rengi, modeli ve üretim yılını da dikkate almaktadır. Çok fazla sayıda markanın bulunduğu bu pazarda, güneş gözlükleri çok geniş bir fiyat aralığında tüketicilerle buluşmaktadır.
- (57) Ülkemizde güneş gözlüğü üretimi yapılmakla birlikte, bu ürünler çoğunlukla ithal edilmektedir. İthal edilen güneş gözlüklerinin büyük bir kısmı Çin’de üretilmektedir. Pazarda en büyük tedarikçi konumunda olan LUXOTTICA’nın yanı sıra ESSILOR (MERVE OPTİK), SAFİLO, DERİGO, PRESTİJ, DOĞAN, KAYATUR, OPTOMOD, ENTERNASYONEL, MERCAN, SER OPTİKAL ve EFOR önemli güneş gözlüğü ithalatçıları arasındadır.
- (58) Piyasada, tedarikçilerin ithal ettiği ürünlerin markaları üzerindeki haklarına göre üçlü bir ayırmadan söz etmek mümkündür. Birinci gruba, ithalatçının ilgili tescilleri yaptırdığı ve belirlediği kriterler çerçevesinde genellikle yurt dışında ürettirdiği, kendisine ait markalar oluşturmaktadır. İkinci grupta, marka hakkının bir lisans sözleşmesi çerçevesinde ithalatçıya verildiği ve ithalatçının bu sözleşme çerçevesinde üretimini gerçekleştirdiği (veya ürettirdiği) markalar bulunmaktadır. Üçüncü grup ise, ithalatçıların üçüncü kişilerden tamamlanmış bir biçimde alıp yeniden sattığı güneş gözlüklerini içermektedir.
- (59) İthal edilen gözlüklerin büyük kısmı, optikçilere ve çok katlı mağazalara tedarik edilmektedir. Optikçiler, özellikle de zincir optikçiler, ithalatçılardan temin ettiği ürünlerin yanı sıra kendileri de doğrudan güneş gözlüğü ithal edebilmektedir. Buna ek olarak LUXOTTICA-SUNGLASS TÜRKİYE, CENTER-GÖZ GRUP, OPSA-DERİGO OPMAR, DERİGO- DERİGO OPMAR, DOĞAN-OPTİK GALERİ ve SAFİLO-ATASUN gibi hem toptan hem de perakende seviyede faaliyet gösteren dikey bütünleşik teşebbüsler de mevcuttur.
- (60) Toptancılar ve optik mağazaları dışında güneş gözlüğü ithal eden bir diğer kesim de giyim mağazalarıdır. Özellikle zincir giyim mağazaları, mağazalarında satışa sunmak

üzere güneş gözlüğü ithal etmekte veya aracı şirketlere ithal ettirmektedir. Bunun yanında piyasada, düşük fiyatlı ve kaliteli güneş gözlükleri de bulunmaktadır.

G.2.2. İlgili Ürün ve Coğrafi Pazar

- (61) Tüketiciler tarafından kullanılan gözlükler iki gruba ayrılmaktadır: Güneş gözlükleri ve reçeteli optik gözlükler. Birleşmeye taraf LUXOTTICA ve ESSILOR her iki grupta yer alan ürünleri, yedek parçaları ve aksesuar gibi yan ürünleri tedarik etmektedir.
- (62) Talep açısından bakıldığında, her iki gözlük türünün farklı fonksiyonları olduğu, güneş gözlüklerinin görüş ve göz sağlığını korumaya yönelik olarak, reçeteli optik gözlüklerin ise gözdeki hataları düzeltme amacıyla kullanıldığı söylenebilecektir.
- (63) Kullanım amaçları ve satın alınma biçimlerindeki temel farklılıklar nedeniyle, söz konusu ürünler belirgin bir şekilde ayrılmaktadır. Dolayısıyla güneş gözlükleri ve optik gözlüklerin aynı pazarda olduğu ileri sürülemez.
- (64) Türkiye piyasasına, birçok güneş gözlüğü markası sunulmuştur. 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. Dolayısıyla iki temel grupta ele alınabilecek güneş gözlüklerinin tek bir pazar altında incelenmesi fiyat ve marka gücü değişkenleriyle açıklanamayacaktır.
- (65) Bunun yanında, ATASUN, MERT ve KENT gibi zincir optikçilerin yalnızca perakende satışları için doğrudan güneş gözlüğü ithal ettiği bilinmektedir. H&M, Zara, LC Waikiki ve De Facto gibi esas faaliyet alanı giyim perakendeciliği olan mağazalar da aynı amaçla ürün ithalatında bulunmaktadır. Son olarak Boyner ve YKM gibi çok katlı mağazalarda da güneş gözlüğü satışı yapılmaktadır. Ancak bunların, güneş gözlüğü ithalatı ve/veya satışı gerçekleştiriyor olması, piyasanın toptan satış seviyesinde faaliyette bulunduğunu göstermemektedir. Zira bu teşebbüsler, ithal ettiği ürünlerin perakende satışlarını kendi mağazalarında gerçekleştirmekte, toptan ürün satışı yapmamaktadır. Dolayısıyla sayılan teşebbüslerin, LUXOTTICA ve ESSILOR gibi toptancıların rakibi konumunda olmadığı açıktır.
- (66) Dosya içeriği bilgiler çerçevesinde, mevcut dosya bakımından ilgili ürün pazarları;
- “markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı”,
 - “markalı reçeteli optik gözlük çerçevelerinin toptan satışı” ve
 - “oftalmik lenslerin toptan satışı”

pazarları şeklinde, ilgili coğrafi pazar ise “Türkiye” olarak belirlenmiştir.

G.3. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

G.3.1. İşlemin Niteliği

- (67) Bildirim konusu işlem ile LUXOTTICA'nın kontrol sahibi hissedarı olan DELFIN ile ESSILOR, ESSILOR ve LUXOTTICA'nın faaliyetlerini birleştirmeyi ve ortak bir holding şirketi olan HOLDCO'yu oluşturmayı amaçlamaktadır.
- (68) İlgili işlem kapsamında öncelikle DELFIN, LUXOTTICA'da bulunan tüm hisselerini (yaklaşık %(...)) ESSILOR'a devredecek ve karşılığında her bir LUXOTTICA hissesi için (...)) oranında sabitlenmiş değişim oranı üzerinden yeni çıkarılacak ESSILOR hisselerini devralacaktır. Ardından, ESSILOR zorunlu kamu alım-satım teklif sürecini başlatarak LUXOTTICA'yı borsa kotundan çıkarmak amacıyla LUXOTTICA'nın geriye kalan ihraç edilmiş hisselerini aynı oran üzerinden satın alacaktır. Akabinde ESSILOR, hâlihazırdaki işletme faaliyetlerini Yeni Essilor unvanlı iştirakine devrederek yeni unvanı HOLDCO olan

bir holding şirketi haline gelecektir. İşlemin gerçekleşmesi neticesinde HOLDCO, LUXOTTICA ve Yeni Essilor iştiraklerini kontrol edecektir.

- (69) LUXOTTICA'yı kontrol eden hissedar olan DELFIN ile ESSILOR arasında 15.01.2017 tarihinde yapılan Birleşme Sözleşmesi ile hedeflenen, DELFIN'in birleşik teşebbüste kontrol gücü olmayan azınlık hisselerine sahip olmasıyla birlikte ESSILOR ve LUXOTTICA tarafından işletilen teşebbüslerin kalıcı tek bir iktisadi yönetim olarak birleşmesini sağlamaktır.
- (70) Yukarıdaki açıklamalar ışığında; ESSILOR ve LUXOTTICA'nın kendi tüzel kişiliklerine son vererek yeni bir teşebbüse dönüşecek şekilde bir araya gelmesi, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 7. maddesi ve 2010/4 sayılı Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ'in 5. maddesi (2010/4 sayılı Tebliğ) çerçevesinde bir birleşme işlemidir.
- (71) Dosya içeriğinden, işlem taraflarının 2017 yılı cirolarının 2010/4 sayılı Tebliğ'in 7. maddesinin birinci fıkrasında öngörülen ciro eşiklerini aştığı anlaşıldığından, bildirim konu işlem izne tabidir.

G.3.2. Geçmiş Tarihli Kurul Kararları

G.3.2.1. ESSILOR Hakkında Alınan Kurul Kararları

- (72) 04.03.2012 tarih ve 12-11/371-106 sayılı Kurul kararı ile ESSILOR'un, Yeda Tora Optik Sanayi ve Ticaret A.Ş. (YEDA TORA) ile İPEK OPTİK'in her birinin hisselerinin %70'ini devralmasına izin verilmiştir. Kararda, YEDA TORA'nın, yarı işlenmiş gözlük camlarını işleyen bir reçete laboratuvarı olduğu, İPEK OPTİK'in ise oftalmik lenslerin pazarlanması alanında faaliyet gösterdiği vurgulanmış ve "*oftalmik lenslerin toptan satışı pazarı*" diye etiketlenen pazar olarak tanımlanmıştır.
- (73) Kararda, ESSILOR'un Türkiye'de dikey bütünleşik yapı kurmayı planladığı, başvuru konusu işlem sonucunda rekabetçi endişeye sebebiyet verecek düzeyde pazar payına sahip olmayacağı, ilgili pazarda İŞBİR OPTİK, MERVE OPTİK ve ALTRA OPTİK gibi görece yüksek pazar payına sahip teşebbüslerin bulunduğu ifade edilmiştir.
- (74) 26.06.2012 tarih ve 12-35/990-304 sayılı Kurul kararı sonrasında, ESSILOR bu kez OPAK OPTİK'in %(.) oranındaki hissesini devralmıştır. Kararda, OPAK OPTİK'in faaliyetlerinin, oftalmik lenslerin Türkiye'de toptan satışı ile ihracatından oluştuğu dile getirilmiştir. Ayrıca OPAK OPTİK'in 2008 yılından itibaren Essilor Grubunun münhasır olmayan bayisi olarak faaliyet gösterdiği, bu kapsamda aralarında Essilor, Crizal, Varilux, Transitions, Xperio, Airwear, Orma, Ormix, Ormex, Stylis, Lineis, Anti-Fatigue, Interview markalarının da bulunduğu markaların dağıtımını gerçekleştirdiği ve bunların yanında Çin Halk Cumhuriyeti, Hong Kong, Kore, Tayland, Hindistan ve Çek Cumhuriyetinde kurulu bulunan teşebbüslerden temin ettiği Opk Elegance, Transitions, Platinum, Ultra, Weber, Drivewear and Elapor markalı oftalmik lenslerin satışını da yürüttüğü belirtilmiştir. Dosya kapsamında, etkilenen pazarlar "*oftalmik lenslerin üretimi ve toptan dağıtım pazarı*" ve "*oftalmik makine, teçhizat ve sarf malzemelerinin üretimi ve dağıtım pazarı*" olarak belirlenmiştir. Oftalmik makine, teçhizat ve sarf malzemeleri pazarında; yerel piyasadaki oyuncuların ürünleri önemli navlun maliyetlerine katlanmaksızın tedarik edebildiği, OPAK OPTİK'in uluslararası teşebbüslere nazaran küçük ölçekli bir firma olduğu ve yalnızca optik odaklama makinesi temini ile iştigal ettiği gerekçeleriyle, söz konusu işlemin bu pazar yönüyle detaylı incelenmesine gerek olmadığı vurgulanmıştır. Oftalmik lenslerin üretimi ve toptan dağıtım pazarında ise işlem taraflarının elde edeceği pazar payı seviyesinin rekabetçi endişeye sebebiyet vermeyeceği değerlendirilmiştir.

- (75) İŞBİR OPTİK'in %72,93 oranındaki hissesinin Essilor International S.A. ve Essilor Optica International Holding tarafından devralınması konulu 17.04.2013 tarih ve 13-22/305-142 sayılı Kurul kararında; ESSILOR'un elde edeceği pazar payının bu teşebbüsün hâkim duruma geçebileceği endişesini doğurduğu, devralma öncesi ve sonrası HHI verileri incelendiğinde indeks değişiminin 150 birimin üzerinde olması nedeniyle mevcut dosyanın detaylı değerlendirmeye tabi tutulması gerektiği vurgulanmıştır. Kararda ayrıca, pazardaki lider firmanın ikinci teşebbüs tarafından devralınması sonrasında birleşmiş teşebbüsün en yakın rakibinin dört katı kadar pazar payına sahip olacağına altı çizilmiştir.
- (76) Diğer yandan, kararda, İŞBİR OPTİK'in son üç yılda pazar payı kaybettiği ve AKLENS dışındaki tüm teşebbüslerin satış miktarlarını artırdığı vurgulanmıştır. Sonuç olarak, ESSILOR'un Hoya, Zeiss, Danyang ve Chengye gibi rakiplerinin bulunması nedeniyle işlem sonucunda herhangi bir rekabet sorununun oluşmayacağı değerlendirilmiştir.
- (77) ESSILOR'un güneş gözlükleri ile gözlük çerçeveleri üretim ve satışı alanlarında faaliyet gösteren MERVE OPTİK'i devralması işlemine izin verilmesi talep edilmiştir. 4054 sayılı Kanun'un 10. maddesi ikinci fıkrası hükmü uyarınca, işlem 28.05.2015 tarihi itibarıyla hukuki geçerlilik kazanmıştır.
- (78) Öte yandan, Merve Gözlük Camı San. ve Tic. A.Ş.'nin (MERVE CAM) %65 oranındaki hissesinin ESSILOR tarafından devralınması, 10.11.2015 tarihli Kurul toplantısında görüşülmüş ve işlemin nihai incelemeye alınmasına karar verilmiştir. Nihai inceleme raporunun görüşülmesi sonrasında, işlem kapsamında Kuruma sunulan taahhütlerin, işlemde kaynaklı rekabetçi endişeleri gidermekte yeterli olmadığına, bu nedenle nihai inceleme sürecinin devamına karar verilmiştir.
- (79) ESSILOR, ikinci yazılı savunma süresi içinde, tarafların ilgili devralma işleminden karşılıklı rızaları ile vazgeçtiklerini, Kuruma sundukları izin başvurusunu geri çekmek istediklerini belirtmiş ve gereğinin yapılmasını talep etmiştir. Bunun üzerine Kurul 23.09.2016 tarih ve 16-31/520-234 sayılı kararıyla, nihai incelemenin sonlandırılmasına ve herhangi bir işlem tesis edilmesine gerek olmadığına hükmetmiştir.

G.3.2.2. LUXOTTICA Hakkında Alınan Kurul Kararları

- (80) LUXOTTICA'nın satış politikaları ve diğer uygulamaları ile 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiği iddialarına yönelik olarak başlatılan soruşturma sonunda Kurul, 23.02.2017 tarih ve 17-08/99-42 sayılı kararıyla, LUXOTTICA'nın, markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı pazarında hâkim durumda olduğuna, rakiplerinin pazardaki faaliyetlerini zorlaştırıcı uygulamalar ile hâkim durumunu kötüye kullandığına ve 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiğine, bu nedenle anılan teşebbüs hakkında idari para cezası uygulanmasına hükmetmiştir.

G.3.3. Başvuru Konusu İşlemin Değerlendirilmesi

- (81) Türkiye'de LUXOTTICA ve ESSILOR'un faaliyetleri, markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı ile markalı reçeteli optik çerçevelerin toptan satışı pazarlarında örtüşmektedir. Diğer ilgili pazar olan oftalmik lenslerin toptan satışı pazarında ise taraflardan yalnızca ESSILOR bulunmaktadır. LUXOTTICA aynı zamanda, üst ve alt pazarlar olan oftalmik makinelerin, teçhizatın ve sarf malzemelerinin üretimi ve satışı ile markalı güneş gözlüklerinin perakende satışı pazarlarında da faaldir. Öncelikle, işlemin yatay örtüşmenin söz konusu olduğu ilgili ürün pazarları bakımından olası etkileri, ardından tarafların birbirlerini tamamlayıcı nitelikte ve optisyenlerin ihtiyaçlarının tamamına yakınına karşılayabilecek genişlikte ürün yelpazelerine sahip olduğu dikkate alınarak, olası konglomera etkileri incelenecektir.

- (82) Oftalmik makinelerin, teçhizatın ve sarf malzemelerinin üretimi ve satışı pazarı küresel ölçekte ve görece rekabetçi yapıdadır. Tarafların Türkiye’de bu alanda üretim faaliyeti bulunmamakta olup işlemin bu pazar üzerindeki etkisinin sınırlı olacağı değerlendirilmiştir. Güneş gözlüklerinin perakende satışları alanında ise SUNGLASS TÜRKİYE’nin gerek mağaza sayısı gerekse satışları itibarıyla çok güçlü bir konumda olmadığı tespit edilmiştir. Nitekim LUXOTTICA’nın dünya cirosunun %(.....)’sini perakende satışlar oluşturuyorken, Türkiye’de bu oran yaklaşık olarak %(.....)’e düşmektedir. 08.06.2018 tarihi itibarıyla SUNGLASS TÜRKİYE’nin toplamda (.....) satış mağazası bulunduğu ifade edilse de sektörde zincir mağaza olarak faaliyet gösteren güçlü rakiplerinin mevcut olduğu dosya içeriğinden anlaşılmaktadır. Dolayısıyla bu pazarlar özelinde hâkim durum analizi yapılmamıştır.

G.3.3.1. Yatay Etkiler

G.3.3.1.1. Pazar Payı ve HHI Seviyeleri

- (83) Pazar payları; ciro, satılan ürün adedi, kapasite, vb. gibi farklı veriler üzerinden ölçülebilmektedir. Ürünün homojen/farklılaşmamış olduğu ve pazarın tam kapasiteye yakın noktada faaliyet gösterdiği durumlarda bu üç verinin yakın sonuçlar vermesi beklenmektedir. İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz’un 43. paragrafında pazar paylarının hesaplanmasında kural olarak, hem hacim cinsinden, hem de değer cinsinden satış rakamlarının yararlı bilgiler sağlayacağı bununla birlikte farklılaştırılmış ürünler söz konusu olduğunda, çoğu zaman değer cinsinden satış rakamları ve bunlara bağlı pazar paylarının, tedarikçilerin birbirlerine kıyasla durumlarını ve pazar güçlerini daha iyi yansıttığının kabul edileceği ifade edilmektedir. Nitekim markalı güneş gözlüğü pazarında güneş gözlüğü fiyatları çok geniş bir aralıkta seyretmekte, toptan seviyede 10 TL’den başlayarak 1.000 TL’nin üzerinde fiyatlara kadar çıkabilmektedir. Bu durum ürünlerin taşıdıkları markaların tüketici nezdindeki bilinirliği ve imajı, ürünün yapımında kullanılan malzemenin kalitesi ve üründe kullanılan taş, işleme vb. unsurlar neticesinde ürünlerin firmalar tarafından farklılaştırılmasından kaynaklanmaktadır. Bu açıdan, satış tutarları üzerinden hesaplanan pazar payları pazar açısından teşebbüslerin pazar güçlerini daha iyi yansıtacaktır.
- (84) Markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı pazarında, 2014-2017 dönemine ait adet ve tutar bazında pazar paylarına, 2017 yılındaki satış tutarına göre ilk dokuz teşebbüs için aşağıda yer verilmiştir.

Tablo 5- Teşebbüslerin Markalı Güneş Gözlüklerinin Toptan Satışı Pazarındaki Payları (% , 2014-2017)

	2014		2015		2016		2017	
	Adet	Tutar	Adet	Tutar	Adet	Tutar	Adet	Tutar
LUXOTTICA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ESSILOR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SAFİLO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DERİGO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ENTERNASYONAL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TURKUAZ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PRESTİJ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HİPO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden gelen bilgiler

- (85) LUXOTTICA, 2014-2017 yılları arasında markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı pazarında adet ve tutar bazında pazar lideri olup, LUXOTTICA’yı adet bazında %(.....) ve tutar bazında %(.....) pazar payıyla ESSILOR takip etmektedir. ESSILOR’dan sonra

söz konusu pazardaki en büyük oyuncu ise 2016 yılında bu pazara giren ve tutar bazında yaklaşık % (.....) pazar payına sahip olan SAFİLO'dur.

- (86) Rakiplerin pazardaki konumuna bakıldığında, birleşmiş teşebbüsün en yakın rakibinin yaklaşık (.....) katı büyüklüğe ulaşmış olacağı görülmektedir. Bununla birlikte pazarda çok sayıda rakibin faaliyet gösterdiği dikkate alındığında geriye kalan rakiplerin paylarının çok düşük olduğu, paylarının toplamının pazarın yarısı dahi etmediği ve birleşmiş teşebbüse rekabetçi baskı uygulamaktan bir hayli uzak olduğu değerlendirilmektedir.
- (87) İşlem öncesinde markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı pazarındaki yoğunlaşma düzeyini görebilmek ve pazarın rekabetçi yapısı hakkında bilgi edinebilmek için Herfindahl Hirschman Endeksi (HHI) hesaplanmıştır. HHI, pazardaki her bir teşebbüsün paylarının karelerinin toplamı alınarak hesaplanmaktadır. Tablo 5'te pazardaki payı % (.....)'nin üzerinde olan teşebbüsler sıralanmış ancak bahse konu pazarda aslında 65 teşebbüsten veri toplanmıştır. HHI endeksi, pazarın yoğunlaşma düzeyinin daha iyi yansıtılabilmesi açısından bilgi toplanan 65 teşebbüsün tamamının 2017 yılı adet ve tutar bazında pazar paylarının kareleri toplanarak sırasıyla 1.174 ve 2.314 olarak hesaplanmıştır.
- (88) İşlem sonrasında HHI endeksleri, adet ve tutar bazında 2.168 ve 3.382'ye ulaşacak ve HHI endekslerindeki değişim 994 ve 1.067 olacaktır. Yatay Birleşme ve Devralmaların Değerlendirilmesi Hakkında Kılavuz'un 19. ve 20. paragraflarına göre, söz konusu pazarda HHI endeksindeki değişim 250'nin üzerinde ve işlem sonrasında HHI endeksi 2000'in üzerinde olduğu için, bildirim konusu işlem mevcut haliyle rekabetçi kaygıların gündeme geldiği bir işlem niteliğindedir.
- (89) Yine aynı pazarda markaların 2014-2017 yıllarına ait paylarına ilk 20 marka için aşağıda yer verilmiştir.

Tablo 6- Markalı Güneş Gözlüklerinin Toptan Satışı Pazarında Marka Bazında Payları (% , 2014-2017)

Toptancı	Marka	2014		2015		2016		2017	
		Adet	Tutar	Adet	Tutar	Adet	Tutar	Adet	Tutar
LUXOTTICA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ESSILOR (MERVE OPTİK)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ESSILOR (MERVE OPTİK)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ENTERNASYONEL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
LUXOTTICA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
LUXOTTICA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TURKUAZ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
LUXOTTICA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
LUXOTTICA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ESSILOR (MERVE OPTİK)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
LUXOTTICA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ESSILOR (MERVE OPTİK)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
LUXOTTICA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SAFİLO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DERİGO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
LUXOTTICA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ROİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PRESTİJ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DERİGO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden gelen bilgiler

- (90) LUXOTTICA'nın sahibi olduğu Ray-Ban, markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı pazarında %(.....) ile en yüksek paya sahip markadır. Bu noktada, yalnızca Ray-Ban markasının payının piyasadaki tüm oyuncuların paylarından önemli derecede yüksek olması dikkat çekmektedir. Söz konusu pazarda ikinci en büyük marka konumunda olan ve birleşme işleminin diğer tarafı olan ESSILOR bünyesinde bulunan (.....) ise %(.....) ile Ray-Ban'a kıyasla düşük pazar payına sahip bir markadır. %(.....) üzerinde pazar payına sahip olan markalar olan Ray-Ban, (.....)'den yalnızca (.....), ENTERNASYONAL bünyesinde bulunduğu ve Ray-Ban'ın yaklaşık %(.....) büyüklüğe sahip olduğu dikkate alındığında, birleşmiş teşebbüs üzerinde herhangi bir rekabetçi baskı oluşturamayacağı anlaşılmaktadır.
- (91) Öte yandan üçüncü kişilerin bildirdiği dosya içeriğinde yer alan görüşlerden, Ray-Ban'ın pazar payıyla ilgili yapılan tespitlere paralel olarak, tüketici nezdinde bilinirlik bakımından da yine bu markanın yüksek bir yüzdeyle pazarda lider konumunda olduğu anlaşılmaktadır. Bu kapsamda (.....), güneş gözlüğü kullanma alışkanlığı konusunda bir pazar araştırması yaptırmış olup, söz konusu araştırmada ankete katılanlar arasında büyük şehirlerde yaşayan 18-24 yaş arası grubun %(.....)'sinden fazlasının Ray-Ban kullandığı, bu oranın (.....) satışları içerisinde %(.....) oranında gerçekleştiğinin tespit edildiği anlaşılmıştır.
- (92) Yukarıda yer verilen tabloya göre, birleşmiş teşebbüs işlem sonrasında, pazar payı açısından en yüksek pazar payına sahip 20 markadan (.....)'sini içerecektir. Ayrıca birleşmiş teşebbüs ilk 50 markadan (.....)'ünü bünyesinde barındıracaktır. Yapılan değerlendirmeler çerçevesinde, birleşmiş teşebbüsün markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı pazarında güçlü bir hâkim duruma işaret eden bir paya sahip olacağı, bu konunun başta Ray-Ban olmak üzere tarafların güçlü markalarıyla da besleneceği kanaati oluşmuştur.
- (93) Markalı reçeteli optik gözlük çerçevelerinin toptan satışı pazarında, 2014-2017 dönemine ait adet ve tutar bazında pazar paylarına, 2017 yılı TL bazında ilk 10 teşebbüs için aşağıda yer verilmiştir.

Tablo 7- Markalı Reçeteli Optik Gözlük Çerçevelerinin Toptan Satışı Pazarında Payları (% , 2014-2017)

	2014		2015		2016		2017	
	Adet	Tutar	Adet	Tutar	Adet	Tutar	Adet	Tutar
LUXOTTICA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ESSILOR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERCAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SER	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EFOR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ARIKAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KAYATUR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ENTERNASYONAL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PRESTİJ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden gelen bilgiler

- (94) Tablodan görüldüğü üzere, 2017 yılında markalı reçeteli optik gözlük çerçevelerinin toptan satışı pazarında adet bazında (.....) %(.....); (.....) %(.....) ve (.....) %(.....) pay ile pazarın ilk üç oyuncusu konumundayken; tutar bazında LUXOTTICA %(.....) pay ile pazar lideri konumunda olup, ESSILOR ise %(.....) pay ile pazarda ikinci sıradadır.
- (95) Bahse konu pazarda 26 teşebbüsten bilgi toplanmış, ancak Tablo 7'de pazardaki payı %(.....)'in üzerinde olan 10 teşebbüse yer verilmiştir. Markalı reçeteli optik gözlük çerçevelerinin toptan satışı pazarında, söz konusu pazarda faaliyet gösteren ve mevcut

dosya kapsamında bilgi edinilen 26 teşebbüsün tamamının 2017 yılı adet ve tutar bazında HHI endeksleri sırasıyla 1.289 ve 686 olarak hesaplanmıştır.

- (96) İşlem sonrasında HHI endeksleri, 2017 yılı adet ve tutar bazında 1.391 ve 1.178'e ulaşacak ve HHI endekslerindeki değişim sırasıyla 101 ve 491 olacaktır. Yatay Birleşme ve Devralmaların Değerlendirilmesi Hakkında Kılavuz'un 20. paragrafına göre, birleşme sonrası pazardaki HHI endeksi 1.000 ile 2.000 arasında olan ve işlem neticesinde HHI endeksindeki değişim 250'nin altında kalan işlemlerde bazı istisnalar hariç olmak üzere rekabetçi kaygıların oluşması 2017 yılı için adet bazında düşük olmakla birlikte, tutar bazında HHI endeksindeki değişim 250'nin üzerinde olduğundan, pazar şartlarına göre rekabetçi endişelerin gündeme geldiği anlaşılmaktadır.
- (97) Yine aynı pazarda bu kez markaların 2014-2017 yıllarına ait paylarına, ciro bazında ilk 15 marka için aşağıda yer verilmiştir.

Tablo 8- Markalı Reçeteli Optik Gözlük Çerçevelerinin Marka Bazında Payları (% , 2014-2017)

Toptancı	Marka	2014		2015		2016		2017	
		Adet	Tutar	Adet	Tutar	Adet	Tutar	Adet	Tutar
LUXOTTICA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERCAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ESSILOR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ESSILOR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
LUXOTTICA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ARIKAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EFOR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
LUXOTTICA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ENTERNASYONAL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ESSILOR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PRESTIGE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ESSILOR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EKOL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EFOR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden gelen bilgiler

- (98) İşlem sonrasında, birleşmiş teşebbüs ilk 15 sırada bulunan markalardan yedisine sahip olacaktır. Ayrıca 2017 yılında önde gelen 15 markanın toplam pazar payı adet bazında % (.....) ve tutar bazında % (.....) şeklindeyken, geriye kalan 640 markanın toplam pazar payı adet bazında % (.....) ve tutar bazında % (.....) oranında gerçekleşmiştir.
- (99) Özetle, gerek birleşmiş teşebbüsün pazar payına gerekse bu teşebbüsün yelpazesinde bulunan markaların paylarına bakıldığında, tarafların faaliyetlerinin örtüştüğü ikinci ürün pazarında işlem sonrasında hâkim durum yaratılacağını gösterir nitelikte tespitlerde bulunulamamıştır.
- (100) Yatay örtüşmenin söz konusu olduğu pazarlarda oluşacak gücün ve yoğunlaşma seviyesinin karşısında, bunları tüketiciler lehine dengeleyebilecek/sınırlayabilecek diğer unsurların da değerlendirilmesi gerekmektedir.

G.3.3.1.2. Dengeleyici Alıcı Gücü

- (101) Optik sektörünün perakende satış seviyesinde bulunan optisyenler arasında ATASUN, DERİGO-OPMAR, SUNGLASS TÜRKİYE, GÖZ GRUP, KENT ve MAGRABİ gibi zincir mağazalar da vardır. Zincir mağazalar dosya kapsamındaki üç ilgili ürün pazarında da faaliyet göstermektedir. Perakende satışların toplam büyüklüğüne ve bunun satış noktalarına dağılımına dair resmi bir veriye ulaşılamamıştır. Ancak nihai inceleme döneminde bildirilen görüşlere göre, perakende sektörünün yaklaşık olarak (.....) TL büyüklüğünde olduğu, zincir mağazalarının payının ciro bazında yaklaşık % (.....),

mağaza adedi bazında yaklaşık % (.....) düzeyinde olduğunun tahmin edildiği dosya içeriğinden anlaşılmaktadır. Bu pay, bütünüyle bağımsız zincirleri temsil etmemektedir. Zira bunun içine LUXOTTICA'nın iştiraki SUNGLASS TÜRKİYE'nin payı da bulunmaktadır. Aşağıda zincir mağazaların, kendi aralarında perakende seviyesinde sahip olduğu pazar paylarına, ilgili pazarlar özelinde yer verilmiştir.

Tablo 9- Markalı Güneş Gözlüklerinin Zincir Mağazalarda Perakende Satışları (2014-2017)

Güneş Gözlüğü								
	2014		2015		2016		2017	
	Adet	Tutar	Adet	Tutar	Adet	Tutar	Adet	Tutar
ATASUN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SUNGLASS TÜRKİYE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DERİGO OPMAR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GÖZ GRUP	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EMO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KENT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ERKE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MAGRABİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ELEGANCE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ELİT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ANLAM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
OPTİK GALERİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GAYE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KESKİN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Tablo 10- Markalı Reçeteli Optik Gözlük Çerçeveslerinin Zincir Mağazalarda Perakende Satışları (2014-2017)

Gözlük Çerçevesi								
	2014		2015		2016		2017	
	Adet	Tutar	Adet	Tutar	Adet	Tutar	Adet	Tutar
ATASUN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GÖZ GRUP	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DERİGO OPMAR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ELİT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EMO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KENT	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ELEGANCE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MAGRABİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
OPTİK GALERİ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GAYE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ANLAM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ERKE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KESKİN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SUNGLASS TÜRKİYE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Teşebbüslerden gelen bilgiler

- (102) Pazarın çok büyük bir kısmını bağımsız optikçiler oluşturmaktadır. Genel olarak dağınık bir yapı arz eden perakende seviyesi bakımından, yatay örtüşmenin söz konusu olduğu pazarlarda birleşmiş teşebbüse karşı dengeleyici alıcı gücünün varlığından söz etmek mümkün değildir. Birleşmiş teşebbüsün çok daha yüksek paya sahip olacağı ve marka gücünün belirgin bir şekilde öne çıktığı markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı pazarında ise, bu tespit in daha güçlü bir şekilde geçerli olduğu kanaati oluşmuştur.

G.3.3.1.3. Pazara Muhtemel Girişler

- (103) 2014-2017 döneminde gerçekleştirilen satışlara, satışların markalara göre dağılımına, teşebbüs ve marka seviyesinde hesaplanan pazar paylarına bakıldığında ve ayrıca piyasa oyuncularının açıklamaları incelendiğinde, piyasaya muhtemel girişlerle ilgili öngörülerde bulunmak mümkündür. Şöyle ki, yatay örtüşmenin söz konusu olduğu iki pazara son yıllarda giren ve az sayıda olmayan teşebbüslerin ve yeni markaların varlığı dikkat çekmektedir. Satışların ve pazar paylarının seyrine bakıldığında, bu girişlerin yerleşik oyuncularından ve markalardan belirli ölçüde pay çaldığı da eklenmelidir. Ancak bu girişler sonucunda, birleşmiş teşebbüs üzerinde ciddi düzeyde rekabetçi baskı yaratıldığını söylemek mümkün değildir. Nitekim 2014-2017 döneminde tarafların toplam pazar payları bir miktar düşmekle birlikte, birleşik teşebbüsün pazar payının 2017 yılında hala markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı ve markalı reçeteli optik çerçevelerinin toptan satışı pazarlarında en büyük rakiplerinin sırasıyla (.....) ve (.....) katı büyüklüğünde olduğu vurgulanmalıdır.
- (104) Marka gücünün belirleyici olduğu güneş gözlükleri bakımından, pazara girişlerin aşındırıcı olması potansiyeli daha düşüktür. Zira Ray-Ban'ın 2017 yılı pazar payı %(.....)'dir ve bunu %(.....) pay ile ESSILOR'un (.....) markası izlemektedir. (.....)'den sonra %(.....) üzerinde pazar payına sahip olan markalar (.....), (.....), (.....)'dir. Kaldı ki, bunlar arasında yalnızca (.....) markası işlem taraflarının rakibi ENTERNASYONEL tarafından tedarik edilmektedir.
- (105) Özetle, geçmiş dönem verilerine bakıldığında, pazara muhtemel girişlerin, özellikle markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı pazarında birleşmiş teşebbüs üzerinde ciddi düzeyde rekabet baskısı yaratmayacağı kanaatine ulaşılmıştır.

G.3.3.2. Konglomera Etkiler

- (106) Yatay Olmayan Birleşme ve Devralmaların Değerlendirilmesi Hakkında Kılavuz'da (Kılavuz); tek taraflı etkilerin, yatay olmayan birleşmelerin pazar kapamaya yol açabileceği durumlarda ortaya çıkabileceği belirtilmiştir. Bunun sonucu olarak da birleşmiş teşebbüs fiyatları karlı bir şekilde yükseltebilecektir. Kılavuz'da buna ek olarak; birbirleriyle ilişkili ürün ve hizmetlerin aynı teşebbüs tarafından sağlanacak olmasının, birleşmiş teşebbüse bağlama, paket satış veya diğer dışlayıcı davranışlar yoluyla bir pazardaki güçlü konumu diğer pazarlarda kaldıraç olarak kullanma olanağını sağlayabileceği açıklaması yapılmıştır.
- (107) Başvuru konusu işlem sonrasında birleşmiş teşebbüs optisyenlerin ihtiyacının tamamına yakınına karşılayabileceği bir ürün yelpazesine sahip olacaktır. Oftalmik makine ve teçhizat ile markalı güneş gözlüklerinin perakende satışı alanlarındaki varlığı, bu teşebbüsün aynı zamanda dikey bütünleşmiş yapıda olacağını göstermektedir. Birleşmiş teşebbüs markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı pazarında hâkim durumda olacak ve aynı zamanda Ray-Ban başta olmak üzere çok güçlü markaları ürün portföyünde bulunduracaktır. Tarafların faaliyetlerinde örtüşme olmayan oftalmik lens pazarında da hâlihazırda ESSILOR %(.....) oranındaki payla pazar lideridir.
- (108) Birleşmiş teşebbüsün özellikle güneş gözlüğü alanındaki pazar gücünü diğer ilgili pazarlarda kaldıraç olarak kullanması muhtemeldir. 07.06.2011 tarih ve 27957 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Tıbbi Cihaz Yönetmeliği kapsamında değerlendirilen optik çerçeve ve gözlük camı tanıtımına yönelik kısıtlamaların bulunması, dolayısıyla tanıtımın serbest olduğu güneş gözlüğü alanındaki marka gücünün diğer iki grubun satışlarına ekstra katkı sağlayabilecek olması bu tespiti desteklemektedir. Nitekim bazı ülkelerde, güneş gözlüklerinde olduğu gibi okuma gözlüklerinin camları üzerinde de Ray-Ban

logosuna yer vermeye başlanmıştır. Buradaki amaç, güneş gözlüğü pazarındaki marka gücünün komşu pazarlara aktarılmasıdır.

- (109) Bu noktada, Türkiye’de taraflardan yalnızca ESSILOR’un faaliyet gösterdiği oftalmik lenslerin toptan satışı pazarında 2014-2017 dönemine ait adet ve ciro bazında pazar payları incelenecektir.

Tablo 11- Oftalmik Lenslerin Toptan Satışı Pazarında Payları (% , 2014-2017)

	2014		2015		2016		2017	
	Adet	Tutar	Adet	Tutar	Adet	Tutar	Adet	Tutar
OPAK OPTİK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İŞBİR OPTİK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İPEK OPTİK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ALTRA OPTİK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ESSILOR TOPLAM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERVE CAM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BETA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
OPAK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
OPTİKON	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SEİKO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HAZEL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
NEŞE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
CEMFA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ADELLENS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HOYA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
CİHAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
AKAY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KOZA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TURKUVAZ CAM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
OPSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ERCAMSA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DERYA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
COLOR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ZARİF	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
FGS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ŞANLI	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
AYSAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SAR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
GÖZSAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SAFİR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Teşebbüslerden gelen bilgiler

- (110) Tablodan görüldüğü üzere, oftalmik lenslerin toptan satışı pazarında OPAK OPTİK, İŞBİR OPTİK, İPEK OPTİK ve ALTRA OPTİK’i kontrolünde bulunduran ESSILOR, 2017 yılında tutar bazında % (.....) payıyla pazarın lideridir. ESSILOR’u % (.....) ile MERVE CAM, % (.....) ile BETA, % (.....) ile OPAK takip etmektedir.
- (111) Aşağıdaki tablolarda, 2017 yılı tutar bazında stok lens pazar payı en yüksek olanlar sıralamasına göre, oftalmik lenslerin toptan satışı pazarındaki payları, stok lens ve RX kırılımında sunulmaktadır. Tabloda pazar payı %1’in üzerinde olan teşebbüslerin bilgilerine yer verilmektedir.

Tablo 12- Oftalmik Lenslerin Toptan Satışı Pazarında Payların Stok Lens Kırılımı (% , 2014-2017)

	Stok							
	2014		2015		2016		2017	
	Adet	Tutar	Adet	Tutar	Adet	Tutar	Adet	Tutar
ESSILOR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERVE CAM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BETA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
OPAK LENS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
OPTİKON	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SEİKO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HAZEL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
NEŞE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
CEMFA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ADELLENS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HOYA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
CİHAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
AKAY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KOZA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Tablo 13- Oftalmik Lenslerin Toptan Satışı Pazarında Payların RX Lens Kırılımı (% , 2014-2017)

	RX							
	2014		2015		2016		2017	
	Adet	Tutar	Adet	Tutar	Adet	Tutar	Adet	Tutar
ESSILOR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERVE CAM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BETA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
OPAK LENS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
OPTİKON	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SEİKO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HAZEL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
NEŞE	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
CEMFA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ADELLENS	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
HOYA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
CİHAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
AKAY	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
KOZA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DİĞER	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Teşebbüslerden gelen bilgiler

- (112) Mevcut dosyada stok lens/yarı tamamlanmış lens ayırımına göre pazar tanımı yapılmamış, ancak bu ayırım değerlendirilmede dikkate alınmıştır. Zira bu lensler hitap ettikleri görme bozukluklarının sıklığı, üretim/işlenme şekilleri, bu aşamalarda eklenen katma değerler ve fiyatları bakımından önemli ölçüde farklılaşmaktadır.
- (113) ESSILOR'un, oftalmik lenslerin toptan satışı pazarındaki payıyla karşılaştırıldığında, bu pazarın yarı tamamlanmış lens kısmındaki payı kayda değer ölçüde yüksektir. Şöyle ki, 2017 yılında bu değer adet ve tutar bazında yaklaşık %(.....) ve %(.....) olarak hesaplanmıştır. Dolayısıyla optisyenlerin reçete laboratuvarların yapmış oldukları alımlar bakımından ESSILOR'un vazgeçilmez bir tedarikçi olduğu anlaşılmaktadır.
- (114) Birleşmiş teşebbüsün ve büyük rakiplerinin üç ilgili ürün pazarındaki paylarına aşağıda yer verilmiştir.

Tablo 14- Birleşmiş Teşebbüsün ve Büyük Rakiplerinin Pazar Payları (% , 2014-2017)

İlgili Pazar	Teşebbüs	Pazar Payları (Tutar)			
		2014	2015	2016	2017
Markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı	LUXOTTICA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ESSILOR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	SAFİLO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	DERİGO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	INTERNASYONAL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Markalı reçeteli optik gözlük çerçevelerinin toptan satışı	LUXOTTICA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	ESSILOR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	MERCAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	SER	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	EFOR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Ofthalmik lenslerin toptan satışı	ESSILOR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	BETA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	OPAK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	OPTİKON	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden gelen bilgiler

- (115) Birleşmiş teşebbüs, incelenen üç pazarda da oldukça yüksek paylarla lider konumda olacaktır. Yukarıda LUXOTTICA'nın hâlihazırda markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı pazarında hâkim durumda olduğu ve işlem sonrasında bu hâkim durumun daha da güçleneceği tespitinde bulunulmuştur. Mevcut dosyada, oftalmik lenslerin toptan satışı pazarı özelinde hâkim durum analizi yapılmasına ihtiyaç duyulmamıştır. Güneş gözlüklerinde olduğu gibi çok yüksek paylı bir markadan ve tüketicinin marka farkındalığından söz edilemeyecekse de, birleşmiş teşebbüsün oftalmik lenslerin toptan satışı pazarında 2014-2017 döneminde %(.....) düzeyindeki payıyla hâkim durum eşiğinde olacağı açıktır. Bu durumda, birleşmiş teşebbüsün kaldıraç olarak kullanabileceği güneş gözlüğü pazarındaki gücünün yanında, biri bariz olmak üzere iki pazarda da oldukça güçlü konuma gelecek olması, işlemin konglomera etkilere yol açabileceği endişesini güçlendirmektedir.
- (116) Öte yandan bir optisyenin temel faaliyet alanlarının güneş gözlüklerinin perakende satışı, reçeteli optik çerçevelerin toptan satışı ve oftalmik lenslerin perakende satışından oluştuğu dikkate alındığında, birleşmiş teşebbüsün ilgili pazarlarda önemli pazar gücü elde ederek bir optisyenin ihtiyaçlarının çok büyük bir kısmını karşılayabiliyor olması, rakipler aleyhine kullanılacak önemli bir portföy gücünü de desteklemektedir.
- (117) Bununla birlikte birleşmiş teşebbüsün bağlama ve paket satış uygulamalarında bulunması, rekabet kuralları karşısında risk arz edecektir. Nitekim LUXOTTICA'nın güneş gözlüğü alanındaki benzer uygulamaları, soruşturma konusu olmuş ve 23.02.2017 tarih ve 17-08/99-42 sayılı Kurul kararı ile 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında bulunmuştur.
- (118) Yukarıda yer verilen tespitlere göre, işlem sonucunda birleşmiş teşebbüs, yatay örtüşmenin söz konusu olduğu ilgili pazarlarda LUXOTTICA'nın tek başına sahip olduğu lider konumdan daha güçlü bir pozisyonda olacaktır. Bunlardan markalı reçeteli optik çerçevelerin toptan satışı pazarında, birleşmiş teşebbüsün payı, uygulamada kabul gören hâkim durum eşiğinin altındadır. Üstelik bu pazarda marka gücü güneş gözlüğünde olduğu kadar belirleyici değildir. 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 olacaktır. Bunun karşısında, dengeleyici alıcı gücü ve etkili bir pazara giriş tehdidi de söz konusu değildir.

- (119) Dolayısıyla başvuru konusu işlem sonucunda, markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı pazarında mevcut hâkim durumun güçlendirileceği ve böylece rekabetin önemli ölçüde azaltılacağından hareketle, bildirim konusu işleme mevcut haliyle izin verilemeyecektir.

G.3.3.3. Yazılı Savunmalar

- (120) Tarafların ortak yazılı savunmasında gündeme getirilen itirazlara ve bunlara dair yapılan değerlendirmelere aşağıda yer verilmiştir.

- Nihai inceleme bildiriminde eksik veri seti kullanıldığı, TÜİK ve Euromonitor verilerinin dikkate alınması gerektiği, söz konusu verilere bakıldığında pazar büyüklüklerinin oldukça düşük seviyelerde gösterildiği, buna bağlı olarak da tarafların pazar paylarının yüksek olarak hesaplandığı iddiası:

- (121) TÜİK tarafından gönderilen ve Kurum kayıtlarına intikal eden yazıda, dış ticaret istatistiklerinin metodolojisi anlatılmıştır. Buna göre, söz konusu istatistiklerin veri kaynağını, ihracatçıların ve ithalatçıların Gümrük İdarelerine sunduğu gümrük beyannameleri oluşturmaktadır. Dış ticaret verileri Ticaret Bakanlığında alınmaktadır. Bu ham veriler üzerinde belirli istatistiksel teknikler kullanılarak miktar düzeltmeleri yapılmaktadır. Ayrıca 100 Amerikan Doları istatistiksel eşik olarak uygulanmaktadır.

- (122) Özetle, savunmada bahsi geçen TÜİK istatistikleri Ticaret Bakanlığı verilerinden üretilmektedir. Mevcut dosyada da, üzerinde analizler gerçekleştirilen veri setinin oluşturulmasının ilk aşamasında anılan Bakanlığın verileri kullanılmıştır. Ayrıca bu veriler, ilgili pazarlarda faaliyet gösteren toptancılardan elde edilen bilgilerin doğrulanması amacıyla da değerlendirilmiştir.

- (123) Bu noktada, referans olarak gösterilen TÜİK veri setinin belirli bir eşik altındaki ithalat işlemlerini ve ayrıca üretim değerlerini içermediği belirtilmelidir. Oysa nihai inceleme döneminde toptancılardan temin edilen veriler, büyüklüğünden ve kaynağından bağımsız olarak tüm satışları yansıtmaktadır. Diğer yandan, Ticaret Bakanlığında temin edilen veri seti incelendiğinde, mevcut dosyada belirlenen ilgili ürün pazarları dâhilinde yer alamayan teşebbüslerin ve ürünlerin de bu listenin ilgili kalemleri altında yer bulunduğu görülmektedir. Dosyada ise, doğrudan piyasanın incelenen seviyesinde faaliyet gösteren oyuncuların ilgili ürünlerine yönelik bilgi temin edilmiştir.

- (124) Euromonitor verileri perakende seviyedeki satışları yansıtmaktadır. İşlem tarafları ise ilgili ürünlerin toptan satışlarıyla iştigal etmektedir. Bunun tek istisnası, güneş gözlüklerinin perakende satışı alanında faaliyet gösteren SUNGLASS TÜRKİYE'dir. Dolayısıyla Euromonitor verileri, tarafların rakibi konumunda olmayan perakendecilerin satışlarından oluşan çok daha büyük bir setini temsil etmektedir. Optisyenlerin kar marjları da dikkate alındığında, Euromonitor tahminlerinin ilgili pazarları olandan çok daha büyük göstereceği anlaşılmaktadır.

- ATASUN, MERT ve KENT gibi perakendeciler ile YKM ve Boyner gibi çok katlı mağazaların, ayrıca H&M ve Zara gibi markalı gözlüklerin güneş gözlüklerinin toptan satışı pazarı dışında kabul edilmemesi gerektiği, ayrıca optikçilerin doğrudan ithal ettiği markaların da rekabetçi baskı yarattığı iddiası:

- (125) Mevcut dosya kapsamında esas olarak incelenen, ilgili ürünlerin toptan satışı pazarlarıdır. Savunmada gönderme yapılan ATASUN, MERT ve KENT gibi oyuncular ise sektörün perakende seviyesinde faaliyet gösteren zincirlerdir. Dolayısıyla belirtilen zincirlerin satışlarının ilgili pazarlar dâhilinde değerlendirilmesi mümkün değildir.

(126) YKM, Boyner, H&M ve Zara gibi mağazaların esas faaliyet alanı giyim perakendeciliğidir. Bunlar esas faaliyetlerinin yanında, "aksesuar" kategorisi altında güneş gözlüğü satışı da gerçekleştirmektedir. Ticaret Bakanlığından temin edilen bilgiler söz konusu teşebbüslerin ilgili ürünleri ithalat ettiğini göstermekle birlikte, esas işi optisyenlik olmayan bu mağazaların güneş gözlüklerinin toptan satışları faaliyeti ile herhangi bir ilgisi bulunmamaktadır.

- 2016 yılında optikçilerin %60'ının Ray-Ban markalı ürünleri satmadan pazarda tutunabildiği, dolayısıyla Ray-Ban'ın vazgeçilmez bir ürün olmadığı iddiası:

(127) Güneş gözlüklerinin toptan satışlarının markalara dağılımına bakıldığında, 2017 yılında Ray-Ban'ın %(.....) pay ile açık ara önde olduğu görülmektedir. Ray-Ban'i %(.....) pay ile ESSILOR'un (.....) markası izlemektedir. (.....)'den sonra %(.....) üzerinde pazar payına sahip olan markalar (.....)'dir. Bu markaların da (.....)hariç olmak üzere yine işlem taraflarına ait olması dikkat çekmektedir. Piyasa oyuncularının pazar araştırmalarında Ray-Ban markasının gücüne ve bilinirliğine dair yer verilen tespitler de bu durumu desteklemektedir.

(128) Güneş gözlüğü toptan satıcılarından, bunların çalıştığı perakende nokta sayısı bilgisi istenmiştir. Bu bilgi toptancı seviyesindeki pazar paylarıyla birlikte değerlendirildiğinde, özellikle LUXOTTICA'nın satış yaptığı nokta sayısına göre yüksek pazar payına sahip olduğu anlaşılmaktadır.

(129) Savunmada, Ray-Ban'ın 2016 yılında kaç noktada satıldığına dair bilgi verilmiştir. Ancak Ray-Ban'ın kaç noktada satışa sunulduğundan ziyade, Ray-Ban'ın satıldığı noktaların toplam perakende ticaretinin ne kadarını temsil ettiği daha değerli bir bilgi olup, böylece söz konusu noktaların temsil ettiği satış potansiyeli gösterilmiş olabilecektir. Kaldı ki, satış noktalarının alım kararları, kendi tasarruflarının yanında LUXOTTICA'nın tercihlerinin de bir sonucudur.

- Pazara girişin kolay olduğu iddiası:

(130) Öncelikle, etkilenen pazarlarda az sayıda teşebbüsün bulunmadığı ve teşebbüs veya marka seviyesinde yeni girişlerin gözlemlendiği belirtilmelidir. Ancak yeni oyuncuların incelenen dönem sonunda pazarda edindiği konum da önem arz etmektedir. Zira yapılacak analizde, pazara girişler birleşmiş teşebbüs üzerinde yaratabileceği rekabetçi baskı ölçüsünde dikkate alınmaktadır. Yalnızca piyasada bulunan rakiplerin ve markaların sayılarına bakmak yanıltıcı sonuçlara ulaşmaya neden olabilecektir.

- Perakende zincirlerinin alıcı gücü oluşturduğu iddiası:

(131) TİTCK'dan gönderilen cevabi yazıya göre 20.02.2018 tarihi itibarıyla sektörün perakende seviyesinde 6.000 civarında optikçi faaliyet göstermektedir. Bu satış noktalarının bazıları perakende zincirlerine aittir. Zincir mağazaların toplam perakende satışlar içindeki payının %(.....) aralığında olduğu tahmin edilmektedir. Buna göre, pazarın %(.....)'ini bağımsız optikçiler temsil etmektedir.

(132) Sektörde ayrıca optikçilerin üye olduğu bazı dernekler ve kooperatifler de faaliyet göstermektedir. Ancak bu örgütlerin de alıcı gücü oluşturduğunu söylemek mümkün değildir. Örneğin Türkiye Gözlük Sanayicileri Derneği'nin yalnızca 81 üyesi bulunmaktadır. S.S. Tüm Optisyenler ve Gözlükçüler Temin Tevzi Kooperatifinin (GÖZKOOP) üyeleri adına toplu alım anlaşmalarına taraf olduğu bilinse de toplu alımlar yoluyla üye optikçilerin ihtiyacının çok az bir kısmının karşılandığı tahmin edilmektedir. Nitekim 2016 yılı itibarıyla (.....) üyesi bulunan GÖZKOOP alımları, yine 2016 yılı itibarıyla (.....) mağazası bulunan (.....) %(.....)'si seviyelerindedir. Bir üyenin birden fazla mağazasının olabileceği akıld tutularak her ne kadar GÖZKOOP üyesi mağazalar ile

(.....) mağazalarının aynı büyüklükte olmadığı kabul edilebilecekse de alımlar arasındaki büyük farklılığın optisyenlerin kooperatif dışı kanallardan da önemli ölçüde alım yaptığını gösterdiği değerlendirilmektedir. Bunun yanında, kendi markalarını ithal eden zincirlerden (.....) alımları içinde birleşmiş teşebbüsün payının 2017 yılı tutar bazında markalı güneş gözlükleri için %(.....) (%(.....)'sı LUXOTTICA, %(.....)'ü MERVE OPTİK olmak üzere) düzeyinde, oftalmik lens için %(.....) (ESSILOR ve iştiraklerinden) olması dikkat çekmektedir. Diğer taraftan LUXOTTICA ve ESSILOR'un satışları incelenerek, zincir mağaza alanında en güçlü teşebbüs konumunda olan (.....) alımlarının tarafların toplam satışlarındaki payı incelenmiştir.

Tablo 15- (.....) Alım Miktarının LUXOTTICA ve ESSILOR Satışlarındaki Payı (% TL Bazında)

	2014	2015	2016	2017
LUXOTTICA*	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ESSILOR**	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Teşebbüslerden gelen bilgiler

*markalı güneş gözlüğü satışları

**oftalmik lens satışları

- (133) Bu çerçevede, büyük ölçüde parçalı bir yapıda olan perakende seviyesinde dengeleyici alıcı gücünün varlığından söz etmek mümkün değildir.

- Optikçiler için ürün çeşitliliği önemli olduğundan bunların farklı tedarikçilerle çalışmayı tercih ettiği, SUNGLASS TÜRKİYE'nin bile LUXOTTICA dışındaki tedarikçilerden ürün temin ettiği iddiası:

- (134) Nihai inceleme döneminde optikçi zincirlerinden temin edilen bilgiler arasında bunların alımlarının dağılımı da bulunmaktadır. 2017 verileri güneş gözlüğü bakımından incelendiğinde, söz konusu perakendecilerin az sayıda tedarikçiyle çalışmadığı teyit edilmektedir. Ancak aynı yılda bunların toplam alımlarının %(.....)'inden fazlasını temsil eden 6 zincirin alımları içinde ilk 3 tedarikçinin payı %(.....), ilk 5 tedarikçinin payı ise %(.....) aralığında olmuştur. İşlem taraflarının, bunların 2017 yılı alımlarının %(.....)'inden fazlasını temsil eden 6 zincirin alımları içindeki toplam payı ise %(.....) aralığında seyretmiştir. Optikçilerin kaç tedarikçiyle çalıştığı yanı sıra, bunların alımlarının ne şekilde dağıldığı da önemlidir. Zira güneş gözlüğü örneğinden anlaşılacağı üzere, savunmada belirttiği gibi farklı kaynaklardan ürün tedarik etseler de, zincir perakendecilerin tekil alımları az sayıda tedarikçi üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bunların başında da işlem tarafları gelmektedir.

- (135) Luxottica Grubu dâhilinde faaliyet gösteren SUNGLASS TÜRKİYE, 2017 yılı güneş gözlüğü alımlarının tamamına yakınına yakınını ana teşebbüsünden yapmıştır. Dolayısıyla farklı tedarikçilerle çalışma ihtiyacı bakımından SUNGLASS TÜRKİYE iyi bir örnek değildir.

- LUXOTTICA'nın fiyat bandının en üstüne hitap ettiği ve ESSILOR'un yakın rakibi olmadığı iddiası:

- (136) Yazılı savunmada gündeme getirilen temel itirazlardan biri, ilgili pazarın olması gerekenden dar tanımlandığı yönündedir. Bu çerçevede, markalı/markasız ürün ayırımına itibar edilmemesi gerektiği, güneş gözlüğü satışında bulunan giyim perakendecileri ve çok katlı mağazaların da ilgili pazar kapsamında değerlendirilmesi gerektiği ileri sürülmüştür. Bir yandan pazarın daha geniş tanımlanması gerektiği savunulurken, diğer yandan işlem taraflarının farklı fiyat segmentlerine hitap ettiğinin ve yakın rakip olmadığının belirtilmesi tutarlı değildir.

- Optisyenlerin lens talebini bir tedarikçiden diğerine kolayca kaydırabileceği iddiası:

(137) Optisyenlerin güneş gözlüğü tedarik kaynaklarına dair yapılan değerlendirme, ana hatlarıyla oftalmik lens temini bakımından da geçerlidir. Perakende zincirlerinin oftalmik lens alımlarının az sayıda tedarikçiyle çalışmadığı doğrudur. Ancak zincirlerin alımlarının dağılımına bakıldığında, bunların her biri için yine az sayıda tedarikçinin öne çıktığı görülmektedir. Bu manzara karşısında, alımların dağılımından ziyade yalnızca kaç tedarikçiden alım yapıldığına bakılarak optisyenlerin talebi bir lens tedarikçisinden diğerine kolayca kaydırabileceğini söylemek mümkün olmamalıdır.

- Bir optik çerçeve tedarikçisinin kolaylıkla lens de tedarik edebileceği (örneğin bir laboratuvar ile birleşerek) iddiası:

(138) Nihai inceleme döneminde bilgi istenen teşebbüslerden KOZA ve DERİGO/OPSA'nın¹² hem güneş gözlüğü ve optik çerçeve hem de oftalmik lens toptan satışı pazarlarında faaliyet gösterdiği görülmüştür. 2017 yılı TL bazında satışlarına göre, ilgili pazarlarda sırasıyla,

- KOZA'nın payları %(.....), %(.....) ve %(.....),
- DERİGO ve OPSA'nın payları %(.....), %(.....) ve %(.....)

olmuştur. Birleşik teşebbüsün aynı yıla ait güneş gözlüğü, optik çerçeve ve oftalmik lens toptan satışları pazarlarındaki payları ise sırasıyla %(.....), %(.....) ve %(.....) olarak gerçekleşmiştir. Bu durumda, söz konusu teşebbüslerin ilgili pazarlardaki ağırlığının birleşmiş teşebbüs üzerinde rekabetçi baskı oluşturabilecek düzeyde olmadığı açıktır.

(139) Diğer yandan, Avrupa Birliği Komisyonu LUXOTTICA/ESSILOR işleminin Avrupa Birliğinde ciddi düzeyde konglomera etkilere yol açmayacağı sonucuna varırken, komşu piyasalarda faaliyet gösteren firmaların birleşik teşebbüse karşı alternatif paketler sunabilme kapasitelerini de değerlendirmiştir. Mevcut dosya kapsamında görüşüne başvuru piyasa oyuncuları, geçmişte bu yönde stratejilerin yaşama geçirilemediğini, işleme izin verilmesi durumunda birleşmiş teşebbüse karşı bunun uygulanamayacağını, böyle bir yoğunlaşma ya da işbirliği gerçekleştirilse bile birleşmiş teşebbüse karşı rekabetçi baskı yaratılmayacağını belirtmişlerdir. Buna göre, birleşmiş teşebbüse karşı rekabetçi paketler sunulabileceği ve bunun dengeleyici unsur teşkil edeceği öngörüsü desteksiz kalmaktadır.

G.3.4. Taahhüt Metni Çerçevesinde İşlemin Değerlendirilmesi

(140) Mevcut dosya kapsamında, LUXOTTICA ve ESSILOR'un faal olduğu "markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı" ve "markalı optik çerçevelerin toptan satışı" pazarlarında yatay örtüşmenin bulunduğu ve aynı zamanda oftalmik lensler de dikkate alındığında birleşmiş teşebbüsün sahip olacağı bütünleşik ürün portföyünden kaynaklanan konglomera etkilerin de meydana gelebileceği yönündeki rekabetçi endişeler hakkında, taraflar raportörlerce bilgilendirilmiştir. Bu çerçevede taraflarca "Birleşme/Devralma İşlemlerinde Rekabet Kurumunca Kabul Edilebilir Çözümlere İlişkin Kılavuz" (Taahhüt Kılavuzu) esas alınarak bir taahhüt paketi oluşturulmuştur. Kurum kayıtlarına 14.09.2018 tarih ve 6709 sayı ile intikal eden metinle, işlemin yatay ve konglomera etkilerine ilişkin olarak birtakım yapısal ve davranışsal taahhütler sunulmuştur. Taahhütlere ilişkin değerlendirmelere geçmeden önce dikey ve yatay birleşme ve devralmalara yönelik

¹² DERİGO ve OPSA aynı grupta bulunmaktadır. DERİGO markalı güneş gözlüklerinin ve optik çerçevelerin toptan satışı pazarlarında, OPSA oftalmik lenslerin toptan satışı pazarında faaliyet göstermektedir.

taahhüt mekanizmasının ne şekilde işlediğine yönelik kısa bilgilere aşağıda yer verilmiştir.

G.3.4.1. Dikey ve Yatay Devralmalarda Taahhüt Mekanizması

- (141) Rekabet hukukunda, antirekabetçi etkileri bertaraf etmek için kullanılan başlıca iki yöntem, yapısal çözümler ve davranışsal çözümlerdir. Bir üçüncü seçenek ise söz konusu iki yöntemin bir arada kullanıldığı çözümlerdir.
- (142) Taahhüt Kılavuzu'nda, işleme ilişkin rekabet sorunlarını gidermede sürdürülebilir ve en etkili yöntemin özellikle bir iş biriminin elden çıkarılması gibi pazarda yapısal değişiklikler yaratan çözümler olduğu belirtilmektedir. Davranışsal çözümlerin tek başına rekabet sorununu gidermedeki yeterliliğinin tespitinde, uygulama ve denetimden kaynaklanacak maliyet ve risklerin dikkate alınacağı, yapısal taahhütlerin ise uygulandıktan sonra denetim gerektirmemesi sebebiyle amaca daha uygun olduğu ifade edilmektedir.
- (143) Taahhüt Kılavuzu'nda, Kurulun çözümlerin sınırlı bir süre ile uygulanmasını kabul edebileceği ve süre tespitinin somut olayın özellikleri çerçevesinde incelenerek karara bağlanacağı belirtilmektedir.
- (144) Uygun çözüm yöntemi seçildikten sonra, çözümün etkili bir şekilde uygulanıp uygulanmadığının takip edilmesi gerekmektedir. Bu noktada rekabet otoritelerinin iş yükleri de dikkate alınarak üçüncü kişilerden yardım alınabilmektedir.
- (145) Taahhüt Kılavuzu'nda, gerek ön inceleme gerekse de nihai inceleme aşamasında, yoğunlaşma işleminin ilgili pazarda hâkim durum yaratılması ya da hâkim durumun güçlendirilmesi yoluyla rekabetin önemli ölçüde azalacağı endişesinin taşınması durumunda bu endişenin taraflara iletileceği, rekabet sorunlarını gidermeye yönelik çözüm önerip önermemenin tarafların takdirinde olduğu belirtilmiştir. Ardından, bir yoğunlaşmanın çözüm önerisiyle birlikte 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesinin ihlaline yol açıp açmadığının değerlendirilmesinin yine Kurulun yetki ve görev alanında olduğu ifade edilmiştir. Bu noktada sunulan çözüm önerilerinin Kurulun izin kararına temel oluşturabilmesi için, taraflarca üstlenilen esasa ve uygulamaya ilişkin hususların tam ve ayrıntılı olarak belirlenmesi gerektiği belirtilmiştir. Ayrıca, Kurulun uygun görmesi halinde konuyla ilgili üçüncü kişilerin görüşlerini alabileceği ifade edilmiştir. Bu bağlamda çözüm önerilerinin rekabetçi endişeleri tereddüde yer bırakmayacak şekilde ve sürdürülebilir bir biçimde gidermesi ve her açıdan anlaşılabilir olması gerektiği vurgulanmıştır. Ayrıca, pazar koşulları çözüm önerisinin hayata geçirilmesine kadar aynı şekilde kalmayabileceğinden, çözüm önerilerinin mümkün olan en kısa zamanda ve etkili bir şekilde uygulanabilir olması gerektiğine dikkat çekilmiştir.
- (146) Taahhüt Kılavuzu'nda, bu konuda en etkili çözüm yolu olarak nitelendirilen bir iş biriminin elden çıkarılması şeklindeki yapısal taahhüde ve bu süreci takip edip raporlamak üzere atanacak olan elden çıkarma uzmanına ilişkin detaylı bilgi verilmiştir. Taahhüt Kılavuzu'nda, Kurum tarafından elden çıkarma işlemlerine ilişkin tüm aşamalarda tarafların taahhütlere uyumunun sürekli bir biçimde denetlenmesi mümkün olmadığından bu denetimi Kurum adına yapacak bir elden çıkarma uzmanı atanacağı ve taraflarca yapılacak bu atamanın Kurul tarafından onaylanması gerektiği belirtilmiştir. Bu kapsamda, elden çıkarma uzmanının taraflara tüm tedbirleri önerebileceği, bununla birlikte tarafların Kurumun onayı olmaksızın elden çıkarma uzmanına emir ve talimat veremeyeceği belirtilmiş, bu suretle elden çıkarma uzmanının bağımsız çalışabilmesi koruma altına alınmıştır. Ayrıca Taahhüt Kılavuzu'nda elden çıkarma uzmanının Kurum gözetiminde yürüteceği temel görevler ve sahip olması gereken başlıca yetkiler sayılmıştır.

(147) Taahhüt Kılavuzu'nda, elden çıkarma uzmanı aday/adaylarının taraflarca Kurulun şartlı izin kararını izleyen en kısa sürede belirlenerek, Kurulun onayına sunulması ve söz konusu sürenin gecikmeyi haklı kılacak herhangi bir neden olmadıkça kısa kararın tebliğinden itibaren otuz günü geçmemesi gerektiği ifade edilmiştir.

G.3.4.2. Taahhüt Paketi

(148) Kurum kayıtlarına 14.09.2018 tarih ve 6709 sayı ile intikal eden yazıda özetle;

- tarafların işlemin esaslı bir rekabetçi endişe yaratacağına yönelik iddialara katılmadıkları, ancak işlemin ertelenmiş olmasından kaynaklanan zaman baskısı sebebiyle bir taahhüt paketinin sunulmasına karar verildiği, taahhütlerin işlemde kaynaklanan yatay örtüşmeyi tamamen ortadan kaldıran bir elden çıkarma işlemi içerdiği,
- elden çıkarma işlemi neticesinde, nihai inceleme bildiriminde yer verilen rekabet hukuku endişelerinin giderildiği görüşünde oldukları, ancak özellikle rekabet karşıtı konglomera endişeleri giderebilmek adına davranışsal bazı taahhütler de sunulduğu

ifade edilmiştir.

G.3.4.2.1. Yapısal Taahhüt

(149) Aşağıda Taahhüt Metninde işlemin yatay boyutuna yönelik olarak sunulan taahhütlere yer verilmiştir.

“İşbu dilekçe ile Taraflar, Rekabet Kurumu'nun İşleme ilişkin endişelerini ortadan kaldırmak için, İşlem'in kapanışına bağlı olarak, Rekabet Kurumu'nun gerekçeli kararının tebliğini takip eden (.....) Essilor'un Merve Optik Sanayi ve Ticaret A.Ş.'de (“Merve Optik”) sahip olduğu hisselerinin tamamını elden çıkararak Merve Optik'in tek kontrolünü uygun bir alıcıya devredeceğini taahhüt etmektedir.

İşbu taahhüt kapsamında, Taraflar, Essilor'un Merve Optik üzerinde tek kontrolünü sağlayan hisselerinin tümünü elden çıkarmayı taahhüt etmektedir. (.....).

(150) Merve Optik'in İşlem öncesindeki güncel ortaklık yapısı aşağıda dikkatinize sunulmaktadır:

Merve Optik'in Hissedarlık Yapısı	Hisse Sayısı	Hisselerin Nominal Değerlerinin Toplamı	Hisse Oranı (%)
Essilor Optica International Holding	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	(.....)	(.....)	100

Merve Optik'in sahibi olduğu ve Türkiye'de dağıtımını gerçekleştirdiği markalar aşağıdaki gibidir:

1. OSSE
2. HAWK
3. OPTELLI
4. MUSTANG
5. ORSELLI

6. SOLEIL

7. LAGONDA

Merve Optik'in ayrıca Marcolin S.p.A. ile aşağıda belirtilen ve Merve Optik'in gelirinin yaklaşık (.....)'sini oluşturan (.....) markayı¹³ içeren güneş gözlüklerinin ve çerçevelerin dağıtımını için bir lisans anlaşması vardır:

...

(.....).”

- (151) Taahhüt Kılavuzu'nun 28. paragrafına göre, teşebbüs bünyesinden ayrılan iş birimi, uygun bir alıcı tarafından işletildiğinde uzun vadede taraflarla etkili bir biçimde rekabet edebilmelidir. Tarafların bağımsız olmayan bir iş birimini elden çıkarması durumunda, bu bağımlılığın olası bir alıcının rekabet etme yeteneğini olumsuz yönde etkilememesi için, elden çıkarılacak iş biriminin üretim ve dağıtım gibi işlevlerin etkin biçimde yürütülmesini sağlayacak asgari varlıkları içermesi gerekmektedir. Bu nedenle, hâlihazırda pazarda tek başına faal bir iş biriminin elden çıkarılması öncelikli kabul edilebilir çözümdür.
- (152) MERVE OPTİK'in 1986 yılından itibaren güneş gözlüğü alanında, 2006 yılından itibaren ise optik çerçeve alanında faaliyet gösterdiği ifade edilmiştir. 2015 yılında MERVE OPTİK'in %(.....) oranında hissesi ve tek kontrolü ESSILOR tarafından devralınmıştır¹⁴. Taahhüt Metninde MERVE OPTİK'in, ESSILOR tarafından devralınmadan önce sahip olduğu yeterli kaynak, müşteri, kendine yeten marka portföyü ve pazar gücü ile ilgili pazarda bağımsız bir biçimde faaliyet gösterebilen ayrı bir tüzel kişilik olduğu vurgulanmıştır. Bu kapsamda MERVE OPTİK'in, ESSILOR'dan doğrudan (.....) desteği almadığı, ESSILOR veya iştirakleri ile (.....) bulunmadığı, ortaklaşa yürüttüğü (.....) ve (.....) ifade edilmiştir. MERVE OPTİK'in devralma sonrasında ESSILOR'a (.....), dolayısıyla tek başına yaşayabilir ve güçlü bir oyuncu olduğu vurgulanmıştır.
- (153) Potansiyel alıcının, MERVE OPTİK'in tek kontrolüne sahip olması ile birlikte, MERVE OPTİK'in kullandığı tüm varlıkları ve markaları devralacağı, ilgili pazarlarda derhal ve etkili bir şekilde rekabet edebileceği ifade edilmiştir. MERVE OPTİK'in 2017 yılında (.....)'den fazla müşteriye güneş gözlüğü ve optik çerçeve satışı gerçekleştirdiği, potansiyel alıcının pazarda yeni bir müşteri tabanı geliştirmesinin gerekmeyeceği ve birleşmiş teşebbüs karşısında güçlü bir rakip konumuna geleceği, nitekim MERVE OPTİK'in 2017 yılındaki hacim bazlı pazar payının, optik çerçeveler için (.....), güneş gözlükleri için (.....).
- (154) Ayrıca oftalmik lens pazarına giriş maliyetlerinin düşük olması da dikkate alındığında, potansiyel alıcının Türkiye'deki lens üreticileri/dağıtıcıları ile ortaklık kurmak için güvenilir bir konumda olacağı, bu sayede birleşmiş teşebbüsün benimseyebileceği herhangi bir kaldıraç stratejisine cevap verebileceği ifade edilmiştir.
- (155) (.....) 20.09.2018 tarih ve 6779 sayı ile intikal etmiştir. MERVE OPTİK ve (.....) ifade edilmiştir.
- (156) Birleşmiş teşebbüs tarafından MERVE OPTİK'in elden çıkarılması sonrasında Türkiye'de MARCOLIN markalı güneş gözlüklerinin distribütörü haline gelmeyecekleri ve mevcut elden çıkarma taahhüdünün aynı zamanda MERVE OPTİK'in MARCOLIN markalarının distribütörü konumunun devralınmaması taahhüdünü de kapsadığı vurgulanmış, ilgili

¹³ Bunlar (.....) markaları olmakla birlikte; (.....) markalarının dağıtım anlaşmasının sona erdiği, yalnızca stoklarda yer alan ürünlerin satıldığı ifade edilmiştir.

¹⁴ 24.04.2015 tarihinde Kurum kayıtlarına intikal eden izin talebi üzerine 4054 sayılı Kanun'un 10. maddesinde düzenlenen 30 günlük hukuki inceleme süresinin dolması ile 28.05.2015 tarihinde işlem hukuki geçerlilik kazanmıştır.

markaların hiçbir şekilde birleşmiş teşebbüs portföyüne dâhil edilmeyeceği taahhüt edilmiştir. Dolayısıyla MARCOLIN ve MERVE OPTİK arasındaki ticari ilişki sona erse dahi hem MERVE OPTİK'in hem de MARCOLIN markalarının yeni dağıtıcısının birleşmiş teşebbüs karşısında derhal geçerli rakipler olacakları ve uzun vadede bu şekilde kalacakları belirtilmiştir.

- (157) Taahhüt Metninde MERVE OPTİK'in elden çıkarılmasının, yatay ve konglomera rekabetçi endişeleri tamamen gidereceği, LUXOTTICA'nın güneş gözlüğü ve optik çerçeve pazarlarındaki birleşme işleminden kaynaklanacak olan pazar payı artışının ve marka portföyündeki büyümenin ortadan kalkacağı, pazardaki rekabetçi yapının muhafaza edileceği ve birleşmiş teşebbüsün herhangi bir pazar kapama stratejisi uygulayabilecek konumda olmayacağı vurgulanmıştır.

G.3.4.2.2. Davranışsal Taahhütler

- (158) Birleşmiş teşebbüsün ürün portföyünden kaynaklanan konglomera etkileri gidermek amacıyla sunulan davranışsal taahhütlere aşağıda yer verilmektedir:

“Yapısal olmayan taahhütlerin pazar kapamaya odaklanan konglomera etkileri gidermek için yeterli olabileceği Avrupa Komisyonu tarafından da birçok halde kabul edilmiştir. Bu itibarla Taraflar Merve Optik'in elden çıkarılması taahhüdünün yanı sıra, herhangi bir muhtemel konglomera endişesinin tamamen giderildiğini daha da fazla temin edebilmek adına aşağıda açıklanan davranışsal taahhütleri sunmaktadırlar:

i. Taraflar ve Birleşik Teşebbüs, Türkiye'deki optikçilere oftalmik lens, optik çerçeve ve güneş gözlüğü ürünlerinin birbirlerinden ayrı satılmasını önermeyi reddetmeyecek olması dahil olmak üzere, oftalmik lens, optik çerçeve ve güneş gözlüğü ürünlerinin bağlı satışını gerçekleştirmemeyi taahhüt etmektedirler.

ii. Taraflar ve Birleşik Teşebbüs, optikçilere Tarafların rakiplerinin oftalmik lens, optik çerçeve ve güneş gözlüğü ürünlerini satın almalarını yasaklayan veya sınırlayan sözleşmesel veya fiili münhasırlık hükümleri uygulamayacaklarını taahhüt ederler.

iii. İşbu davranışsal taahhütlerin süresi İşlemin kapandığı günden itibaren üç yıl olacaktır.

... yukarıda belirtilmiş olan bağlamaya ilişkin davranışsal taahhütlerden bağımsız olarak, Taraflar optikçiler tarafından talep edildiği takdirde farklı ürünlerin bağlı satışını gerçekleştirebilmekte özgür olacaklardır. Benzer şekilde münhasırlığa ilişkin davranışsal taahhüdün ifade edilışinden açıkça anlaşıldığı üzere, Taraflar bir optikçinin, münhasıran Taraflardan ürün tedarik etme yönünde bir talebi olduğu takdirde (örneğin alımlarım veya envanterini düzene koymak adına), münhasırlığın Taraflar tarafından dayatılmaması şartıyla, söz konusu talebe cevap verebilme özgürlüğünü haiz olmalıdırlar.

Taraflar birinci davranışsal taahhüt kapsamında, Birleşik Teşebbüs'ün tedarik ettiği herhangi bir ürünü (oftalmik lens, optik çerçeve ve güneş gözlüğü) müşterilere tek başlarına temin etmeyi açıkça veya zımnen reddetmeyeceğini taahhüt ettiklerini vurgulamak istemektedirler. Birinci davranışsal taahhüt, Tarafların hâlihazırda müşterilerine sundukları her ürün kategorisinin (oftalmik lensler, optik çerçeveler ve güneş gözlükleri), İşlem sonrasında her durumda makul ve adil şartlarla, bağımsız ve ayrı bir şekilde de ulaşılabilir olacağını ve eşit konumdaki müşterilere ayrımcılık içeren koşulların uygulanmayacağını garanti altına almaktadır.

Taraflar, ikinci davranışsal taahhüdün kapsamının yalnız sözleşmesel (de jure) münhasırlık ile sınırlı olmadığını ve Birleşik Teşebbüs'ün fiili (de-facto) münhasırlığa yol açacak hiçbir uygulamada (optisyenlerin rakip ürünlerini dağıtmasını engellemek gibi) bulunmayacağını belirtmektedir. Bununla beraber, bu davranışsal taahhütler, Birleşik

Teşebbüs'ü, Birleşik Teşebbüs'ün birden fazla farklı ürününü satın alan müşterilerine yönelik indirim, avantaj vs. sağlamaktan alıkoymayacaktır.”

- (159) Davranışsal taahhütlerin üç yıl süre ile geçerli olmasının, potansiyel konglomera etki endişelerinin giderilmesi açısından yeterli olduğunun düşünüldüğü, zira ilgili ürün pazarlarının, güçlü yerli ve uluslararası rakiplerin faaliyet gösterdiği dinamik pazarlar olduğu ifade edilmiştir. Ayrıca tüm ilgili pazarlarda faaliyet göstermeyen rakiplerin, güneş gözlüğü, optik çerçeve ve oftalmik lensleri içeren bir portföye sahip olmanın rekabetçi avantaj getireceğini değerlendirmesi durumunda, üç yıl içinde, yeni pazarlara giriş yaparak ya da başkaca teşebbüsler ile ortaklık kurarak ürün portföyünü genişletebileceği vurgulanmıştır. Ek olarak, yakın gelecekte e-ticaretin özellikle güneş gözlüğü satışlarında daha ön plana çıkacağı ve yeni güçlü markaların pazara girmesinin beklendiği ifade edilmiştir.
- (160) Birleşmiş teşebbüsün gelecekteki pazar dinamiklerini ve sektörün koşullarını üç yılı aşan bir süre için öngöremediği, dolayısıyla davranışsal taahhütlerin süresinin daha uzun olmasının teşebbüsün iç işleyişi ve sektörün doğal işleyişi ile çelişki içinde olacağı; nitekim üç yılı aşan bir süre için satış hacimleri, teşebbüsün pazardaki konumu ve başka herhangi bir parametreyi öngöremedikleri belirtilmiştir.
- (161) Davranışsal taahhütlerin yürürlükte kalacağı üç yıl boyunca optik sektörünü etkileyen esaslı bir değişiklik meydana gelmesi halinde, ESSILOR ve LUXOTTICA'nın Kuruma davranışsal taahhütlerin revize edilmesi ya da sonlandırılması yönünde yazılı başvuruda bulunabileceği ifade edilmiştir.

G.3.4.2.3. Elden Çıkarma Süreci

- (162) Elden çıkarma süreci kapsamında, Taahhüt Metninde yer alan ifadeler aşağıda yer verilmektedir:

“Taraflar, elden çıkarılacak teşebbüsün satışının, İşlemin kapanışına bağlı olduğunu ve İşlemin kapanış tarihini takiben gerçekleştirileceğini ibraz etmektedir.

(i) Taraflar, Kurulun kısa karar tebliğini takip eden (.....) ay içerisinde, elden çıkarma süreci boyunca taahhütlere uyulup uyulmadığının izlenmesi adına bir elden çıkarma uzmanı atamayı teklif edeceklerdir. (“Elden Çıkarma Uzmanı”)

(ii) Tarafların teklifi, Elden Çıkarma Uzmanı ile imzalanacak anlaşmayı içerecektir.

(iii) Elden Çıkarma Uzmanı, Taraflarca, Kurulun Tarafların taahhüt teklifini kabul etmesi ardından (.....) görevlendirilecektir.

...

- Taraflar, Taahhütlere İlişkin Kılavuz doğrultusunda, Merve Optik için uygun bir alıcı arayışında bulunacaklarım ve gerekçeli kararın tebellüğ edildiği tarihten itibaren (.....) bu alıcı ile bağlayıcı bir satış sözleşmesi imzalayacaklarını saygıyla arz etmektedir.*
- Elden Çıkarma Uzmanı, Tarafların Merve Optik'i elden çıkarma taahhüdünün yerine getirilmesi ile ilişkili olduğu sürece; taraflara ve elden çıkarılacak iş birimine ait bilgi ve belgelere erişme, taraflardan idari ve yönetsel destek isteme ve potansiyel alıcılar dâhil olmak üzere elden çıkarma sürecine dair bilgi talep etme yetkilerini haiz olacaktır.*
- Elden Çıkarma Uzmanı, tarafların uygun alıcı bulma ve iş birimini elden çıkarma yönündeki çabalarını, süreçteki potansiyel alıcıları ve bu potansiyel alıcıların elden çıkarılacak iş birimi üzerinde gerçekleştirileceği “due diligence” çalışmalarını denetleyecektir.*

- *Tarafların, Kurul'a potansiyel bir alıcı sunmaları halinde; Elden Çıkarma Uzmanı, söz konusu potansiyel alıcının Taahhütlere İlişkin Kılavuz'da öngörülen koşulları sağlayıp sağlamadığına dair gerekçeli görüşünü Kurula sunacaktır.*
- *Elden Çıkarma Uzmanı, elden çıkarma döneminin sonunda; elden çıkarılacak iş biriminin hukuki ve fiili devrinin gerçekleşmesini denetleyerek kapanışı onaylayan bir bildirim yazısını Kurula sunacaktır.*
- *Taraflar uygun bir alıcı bulamaz (.....) ise, Elden Çıkarma Uzmanı uygun bir alıcı bulacaktır ve (.....) alıcıyla (.....) bağlayıcı bir satış sözleşmesi imzalayacaktır.*
- *(.....). Elden Çıkarma Uzmanı satış sözleşmesine, uluslararası uygulama çerçevesinde ve makul şekilde bu hakla kullanmak kaydıyla teminat ve tazminat şartları gibi gerekli gördüğü hüküm ve koşulları koymaya yetkilidir.*
- *Potansiyel alıcı ile bağlayıcı satış sözleşmenin akdedilmesinin ardından, Taraflar veya Elden Çıkarma Uzmanı, Rekabet Kurulu'na potansiyel alıcının alıcı koşullarını sağladığı ve iş biriminin taahhütlere uygun bir biçimde elden çıkarılmakta olduğu hususlarında yeterli açıklama içeren bir başvuruda bulunacaktır.*
- *Her halükârda Taraflar, bağlayıcı satış sözleşmesini uygulayacaklarını ve (.....) Essilor'un, Merve Optik'te sahip olduğu tüm hisseyi elden çıkararak süreci sonlandırmayı taahhüt etmektedir."*

(163) Elden çıkarma sürecindeki sürelerin, (.....), tarafların uygun bir alıcı bulması ve bu alıcıyla bağlayıcı bir sözleşme imzalaması için (.....), tarafların uygun bir alıcı bulamaması durumunda uzmanla elden çıkarma dönemi için (.....) ve sözleşmenin uygulanması bakımından (.....) olmak üzere toplamda (.....) oluşacağı ifade edilmiştir. Kurulun onayı ile atanacak olan elden çıkarma uzmanı, işlemin kapanışına kadar Kuruma her ay periyodik raporlar sunacaktır. Birleşmiş teşebbüsün, elden çıkarılacak iş biriminin ayrı ve satılabilir bir ekonomik değer olarak en iyi biçimde yönetilmesini garanti altına almayı ve MERVE OPTİK'in elden çıkarılması için gerekli hazırlıkları mümkün olduğunca hızlı bir şekilde yapacağını taahhüt ettiği vurgulanmıştır. Bu noktada MERVE OPTİK'in bağımsız şirket yapısının ekonomik yaşayabilirlik, satılabilirlik ve rekabet edilebilirlik açısından avantaj sağladığının düşünüldüğü belirtilmiştir.

(164) İşlemin Taahhüt Metni çerçevesinde yatay ve konglomera etkileri bakımından değerlendirilmesine aşağıda yer verilmiştir.

G.3.4.3. Yatay Etkilerin Değerlendirilmesi

(165) Bahsi geçen yapısal taahhüt kapsamında, ESSILOR'un Merve Optik Sanayi ve Ticaret A.Ş. (MERVE OPTİK) üzerinde tek kontrolünü sağlayan %(.....) oranındaki hisselerinin tümünün elden çıkarılması öngörülmektedir. (.....). Buna göre, başvuru konusu işlemin Taahhüt Metni ile revize edilmiş halinde, tarafların faaliyetleri bakımından herhangi bir yatay örtüşme gerçekleşmeyecektir. Dolayısıyla markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı pazarında mevcut hâkim durumun güçlendirilmesi veya markalı reçeteli optik çerçevelerinin toptan satışı pazarında hâkim durum yaratılması söz konusu olmayacaktır.

(166) Yapısal taahhüdün konusunu tüzel kişiliği haiz bir iş birimi oluşturmaktadır. Bu işletmenin, hâlihazırda olduğu gibi gelecekte de bağımsız bir şekilde faaliyetlerini sürdürebilecek ve pazarda tutunabilecek yapıda ve yeterlilikte olacağı kanaati oluşmuştur. Dolayısıyla taraflarca, geçiş döneminde, Taahhüt Kılavuzu'nda belirlenen esaslara uygun hareket edilmesi durumunda, MERVE OPTİK'in tek başına yaşayabilir ve diğer oyuncularla rekabet edebilir bir teşebbüs olacağı öngörülmektedir.

- (167) MERVE OPTİK tescilli markalarının yanı sıra MARCOLIN ile akdettiği lisans anlaşması uyarınca markalı güneş gözlükleri ve markalı reçeteli optik gözlük çerçeveleri alanındaki (.....) markanın da toptan satışı ile iştirak etmektedir. ESSILOR'un MERVE OPTİK'te sahip olduğu hisselerin tamamının elden çıkarılmasına ilişkin verilen taahhüt, aynı zamanda MERVE OPTİK'in MARCOLIN ile arasındaki lisans anlaşması uyarınca ilgili markaların dağıtımına ilişkin sahip olduğu hakların ileri bir tarihte birleşmiş teşebbüs tarafından devralınmamasını da kapsamaktadır.
- (168) Hâlihazırda MERVE OPTİK'in temsil ettiği pazar gücünün bir kısmı MARCOLIN lisanslı ürünlerin satışlarından gelmektedir. Dolayısıyla MERVE OPTİK'in elden çıkarılması ile giderilmek istenen yatay endişelerin bertaraf edilmesi bakımından, bu açıklama oldukça önemlidir. Zira MARCOLIN'in ilgili markalarının, işlem sonrasında birleşmiş teşebbüs tarafından Türkiye'de dağıtılması durumunda, yapısal taahhüt işlevsiz kalmış olacaktır. Dolayısıyla taraflarca yapılmış olan bu açıklamanın, yapısal taahhüdün ayrılmaz bir parçası olduğu değerlendirilmektedir.
- (169) Öte yandan MERVE OPTİK'in elden çıkarılması sonrasında tek başına yaşayabilir ve güçlü bir oyuncu olup olmadığı hususunda, şirketin azınlık hissedarlarının görüş ve bilgilerine başvurma gereği hâsıl olmuştur. Bu kapsamda MERVE OPTİK kurucusu, ESSILOR'un hisseleri dışında kalan %(.....) paya sahip olan Demirel Ailesi'nin üyesi, ilgili teşebbüste %(.....) oranında hisse sahibi ve bahsi geçen teşebbüsün İcra Kurulu Başkanı (CEO) Ali DEMİREL ile 27.09.2018 tarihinde Kurum binasında bir toplantı gerçekleştirilmiş olup bahsi geçen toplantıda Ali DEMİREL tarafından;
- Birleşme işlemi kapsamında, 14.09.2018 tarihinde sunulan taahhüt doğrultusunda ESSILOR tarafından elden çıkarılması düşünülen MERVE OPTİK ile ilgili tüm aşamaların kendisinin bilgisi dâhilinde yürüdüğü, bununla birlikte daha önceki görüşme ile gündeme getirilen ve resmileştirilmeyen öneri ile dosya kapsamında ileri sürülen endişelerin giderileceği kanaatinde olduğu,
 - Başvuru ve Taahhüt Metni ile dosya kapsamında yapılan diğer yazışmaların içeriklerine kendisinin de katkıda bulunduğu, ESSILOR tarafından talep edilen bilgileri sağladığı,
 - Taahhüt Metninde yer alan ESSILOR'un MERVE OPTİK'te sahip olduğu %(.....) oranındaki hisseyi elden çıkarma yönündeki taahhüdüne kendisinin iştirak etmeme gibi bir yetkisi olmadığı, bu konunun tamamen ESSILOR'un takdirinde olduğu, ancak kişisel ve bağlayıcı olmayan isteğinin ESSILOR'la olan ticari ilişkilerinin devam etmesi yönünde olduğu, bunun dışında ESSILOR'un almış olduğu karara katıldığı ve taahhütlerin arkasında olduğu,
 - Hâlihazırda MERVE OPTİK'in gözlük sektöründe uzun yıllardır faaliyet gösteren bir teşebbüs olduğu, kendisinin 1989 yılından itibaren MERVE OPTİK'te faal olarak çalıştığı,
 - ESSILOR ile ilişkilerinin *soft management* denilen bir boyutta ilerlediği, ESSILOR'a yalnızca dönemsel raporlama yapıldığı, bunun dışında satış politikaları ve alımlar gibi günlük yönetim işlerini MERVE OPTİK'in yürüttüğü,
 - MARCOLIN'in Türkiye piyasasına girmek isteyen bir teşebbüs olduğu ve bir süredir de Türkiye piyasasına kendi markalarını satmaya başladığı, taahhüt doğrultusunda elden çıkarmanın gerçekleştirilmesi durumunda MARCOLIN'in Türkiye'de dağıtımını yapılan ürünlerin akıbetinin ne olacağı konusunun birleşme işleminden bağımsız olduğu,

- MARCOLIN'in başarısının ESSILOR ile bir ilgisinin bulunmadığı, MARCOLIN'in MERVE OPTİK ile olan ticari ilişkisinin çok daha eskiye dayandığı,
- MERVE OPTİK'in elden çıkarılması sonrasında, MERVE OPTİK'in rekabet edebileceğine ve bağımsız bir şekilde piyasadaki faaliyetlerini sürdürebileceğine inandığı,
- (.....), başka bir deyişle ESSILOR'un hisselerinin elden çıkarılmasına itirazı olmadığı, daha önce de söylediği gibi bu konunun ESSILOR'un takdirinde olduğunu düşündüğü,
- İşlemin kapanışının bir an önce gerçekleşmesinin gerek taraflar gerekse piyasa bakımından belirlilik sağlayacağı

ifade edilmiştir.

(170) Bu çerçevede, 14.09.2018 tarihinde Kurum kayıtlarına giren metinde yer verilen yapısal taahhülle yatay örtüşmeden kaynaklanabilecek rekabet endişelerinin bütünüyle ortadan kaldırıldığı kanaati oluşmuştur.

(171) Yapısal taahhüt kapsamında özetle,

- kısa kararın tebliğinden itibaren (.....) içinde elden çıkarma uzmanının Kurulun onayına sunulacağı ve Kurulun onaylaması durumunda bu uzmanın (.....) içinde görevlendirileceği,
- gerekçeli kararın tebellüğünden itibaren (.....) içinde tarafların MERVE OPTİK için uygun bir alıcı bulacağı ve bununla bağlayıcı satış sözleşmesi imzalayacağı,
- taraflarca (.....) içinde uygun alıcı bulunması mümkün olmazsa, elden çıkarma uzmanının (.....) uygun bir alıcı bularak bağlayıcı satış sözleşmesi imzalayacağı,
- bunu izleyen (.....) içinde de ESSILOR'un MERVE OPTİK'te sahip olduğu tüm hisseleri elden çıkararak sürecin tamamlanacağı

belirtilmektedir.

(172) (... **TİCARİ SIR** ...) Taahhüt Metninde ayrıca elden çıkarma uzmanının görevleri ve sorumlulukları ile diğer konulara ilişkin bilgi sunulmuş olup, konuya ilişkin Taahhüt Kılavuzu'nda belirlenen esas, usul ve sürelerin gözetilmesi gerekmektedir.

G.3.4.4. Konglomera Etkilerin Değerlendirilmesi

(173) Yapısal taahhüt kapsamında MERVE OPTİK'in elden çıkarılması, konglomera etkiler cephesindeki endişeleri de görece azaltmaktadır. Zira kaldıraç teşkil edebileceği değerlendirilen, güneş gözlüğü toptan satışı pazarındaki hâkim durum güçlendirilmemiş olacaktır. Ancak bu durumda dahi, LUXOTTICA'nın optik çerçeve ve özellikle güneş gözlüğü pazarlarındaki gücü ile ESSILOR'un oftalmik lens pazarındaki belirgin gücü bir araya gelerek önemli bir portföy gücü elde edilmiş olacaktır. Bu noktada, MERVE OPTİK'in elden çıkarılması sonrasında birleşmiş teşebbüsün ilgili pazarlardaki paylarının hangi düzeylerde oluşacağına yer vermek gerekmektedir. Taahhüt doğrultusunda MERVE OPTİK'in elden çıkarılması durumunda, üç ilgili ürün pazarında 2014-2017 dönemine ait pazar paylarına aşağıda yer verilmiştir.

Tablo 16- MERVE OPTİK'in Elden Çıkarılması Sonrası Markalı Güneş Gözlüklerinin Toptan Satışı Pazarındaki Payları (%)

	2014		2015		2016		2017	
	Adet	Tutar	Adet	Tutar	Adet	Tutar	Adet	Tutar
LUXOTTICA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERVE OPTİK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SAFILO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DERİGO	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ENTERNASYONAL	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TURKUAZ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
PRESTİJ	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer ¹⁵	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Tablo 17- MERVE OPTİK'in Elden Çıkarılması Sonrası Markalı Reçeteli Optik Gözlük Çerçeveslerinin Toptan Satışı Pazarında Payları (%)

	2014		2015		2016		2017	
	Adet	Tutar	Adet	Tutar	Adet	Tutar	Adet	Tutar
LUXOTTICA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERVE OPTİK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
MERCAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
SER	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
EFOR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ARIKAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
DOĞAN	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer ¹⁶	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Tablo 18- MERVE OPTİK'in Elden Çıkarılması Sonrası Oftalmik Lenslerin Toptan Satışı Pazar Payları (%)

	2014		2015		2016		2017	
	Adet	Tutar	Adet	Tutar	Adet	Tutar	Adet	Tutar
OPAK OPTİK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İŞBİR OPTİK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
İPEK OPTİK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ALTRA OPTİK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ESSILOR	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
TOPLAM								
MERVE CAM	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
BETA	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
OPAK	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
OPTİKON	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer ¹⁷	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Kaynak: Teşebbüslerden gelen bilgiler

- (174) Tablo 16 ve Tablo 17'den de görüldüğü üzere, MERVE OPTİK'in elden çıkarılması ile markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı ve reçeteli optik çerçevelerin toptan satışı pazarlarındaki yatay örtüşme tamamen ortadan kalkacak, MERVE OPTİK ESSILOR'UN yerini alarak bahsi geçen pazarlarda ikinci en büyük oyuncu olacaktır.
- (175) Yukarıda da belirtildiği üzere, MERVE OPTİK'in payı eklenmeyecek olsa dahi, hâlihazırda LUXOTTICA markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı pazarında hâkim

¹⁵ Pazar payı %2'den küçük teşebbüsler 'Diğer' şeklinde gruplandırılmıştır.

¹⁶ Pazar payı %3 ve daha az olan teşebbüsler 'Diğer' şeklinde gruplandırılmıştır.

¹⁷ Pazar payı %3'ten küçük teşebbüsler, 'Diğer' şeklinde gruplandırılmıştır.

durumdadır. LUXOTTICA'nın başta Ray-Ban olmak üzere önemli güneş gözlüğü markaları vardır ve bunlar marka payları sıralamasında yer alan ilk 20 markadan (.....)'sini, 50 markadan ise (.....)'ünü oluşturmaktadır. Dolayısıyla MERVE OPTİK'in ayrıştırılmasından sonra dahi birleşmiş teşebbüsün, güneş gözlüğü pazarındaki gücünü paketleme ve bağlama uygulamaları yoluyla, diğer iki pazarda kötüye kullanması ve kendisine rekabet karşıtı avantaj sağlaması mümkün olabilecektir. Üç optik ürününün de aynı müşteri grubuna (optisyenlere) satılıyor olması ve söz konusu ürünlerin dağıtım sistemlerinin benzer olması, bu endişeyi derinleştirmektedir. Nihai inceleme döneminde üçüncü kişilerin bildirdiği görüşler de bu riske işaret etmektedir. Nitekim yapılan görüşmelerde ürünsel karlılık açısından oftalmik lenslerin %(.....) oranında karlı olduğu, güneş gözlüğünde bu oranın %(.....)'lere düştüğü, diğer taraftan Ray-Ban'ın karlılık oranlarının çok düşük olduğu ancak buna rağmen tüketicilerin talep etmesi sebebiyle optikçinin portföyünde bulunması gereken bir ürün olduğu ifade edilmiştir. Bu vesileyle birleşmiş teşebbüs elde ettiği önemli derecedeki portföy gücünü rakipler aleyhine ve müşterilerine zorlayarak kötüye kullanabilecektir.

(176) Taraflar özellikle konglomera etkiler cephesindeki endişelerin ortadan kaldırılmasına yönelik olarak ek davranışsal taahhütlerde bulunmuştur. Bu kapsamda, birleşmiş teşebbüsün, işlemin kapanışından itibaren üç yıl süreyle;

- güneş gözlüğü, optik çerçeve ve oftalmik lens ürünlerinin bağlı satışını yapmaması,
- optikçilere rakiplerin bu ürünlerini satın almalarını yasaklayan veya sınırlayan sözleşmesel ve fiili münhasırlık uygulamaması

öngörülmüştür.

(177) Bağlı satışların yapılmaması yönündeki taahhüt ile, birleşmiş teşebbüsün özellikle güneş gözlüğü pazarındaki gücünü kaldıraç olarak kullanarak ilgili pazarlardaki rekabetin kısıtlanmasına yönelik bağlama ve paket satış gibi araçlara başvurulmayacağı iradesi ortaya konmaktadır. Bu yükümlülüğe uygun hareket edilmesi durumunda, markalı güneş gözlüklerinin toptan satışı pazarındaki hâkim durumun rekabet karşıtı yollarla diğer ilgili pazarlara taşınması riski bertaraf edilmiş olacaktır. Metinde ayrıca; birinci davranışsal taahhüdün, ilgili üç ürün grubunda da eşit konumdaki müşterilere ayrımcılık içeren koşulların uygulanmayacağını güvence altına aldığı açıklaması yapılmıştır. Luxottica Grubu'nun Türkiye'de markalı güneş gözlüklerinin perakende satışları seviyesinde de faal olduğu dikkate alındığında, yukarıda sözü edilen pazar gücünün ilgili ürün pazarları yanında bu seviyede de kötüye kullanılmaması iradesinin tarif edildiği anlaşılmaktadır.

(178) İkinci davranışsal taahhüde göre, birleşmiş teşebbüs optikçilere karşı hukuki veya fiili münhasırlık uygulamasında bulunmayacaktır. Diğer bir ifade ile, optikçilerin tarafların rakiplerinden ürün temin edebilmesi olanağı sınırlandırılmamaktadır. Hâlihazırda optisyenlerin birden fazla kaynaktan ürün temin ettiği/edebildiği bilinmekle birlikte, ikinci davranışsal taahhüdün geleceğe yönelik hukuki belirlilik sağladığı kanaati oluşmuştur.

(179) Taahhüt Metninde ilk iki davranışsal taahhüt bakımından, optikçilerin olası taleplerine dikkat çekilmiştir. Şöyle ki, ürünlerin bağlı satışının ve münhasırlığın müşteriler tarafından talep edilmesi halinde, birleşmiş teşebbüs bu talebe uygun yanıt verebilecektir. Bu noktada rekabetçi endişeye esas teşkil eden, birleşmiş teşebbüsün bağlı satış ve münhasırlık iradelerini optisyenlere dayatabilecek olmasıdır. Dolayısıyla bu açıklamanın lafzının, böyle bir dayatmaya cevaz vermeyeceğinden emin olunması ve uygulamada bağlı satış yapmama ve münhasırlık uygulamama taahhütlerinin zayıflatılmaması ya da işlevsiz hale getirilmemesi adına, Rekabet Kurumu kayıtlarına 14.09.2018 tarihinde 6709 sayıyla giren Taahhüt Metninin 9. sayfasının ilk paragrafında yer alan "*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 gerektiği kanaatine varılmıştır.

- (180) Metinde son olarak, davranışsal taahhütlerin süresinin işlemin kapanışından itibaren üç yıl olacağı belirtilmiştir. Metinde süreyle ilgili yapılan açıklamalar makul bulunmuştur. Diğer yandan davranışsal taahhütlerin üç yılın sonunda Rekabet Kurulu tarafından yeniden değerlendirilmesinin uygun olacağı sonucuna varılmıştır.

G.3.4.5. Taahhüt Metni Çerçevesinde İşlemin Değerlendirilmesinin Sonucu

- (181) Tarafların sunduğu yapısal taahhüt, başvuru konusu işlem sonrasında ortaya çıkabilecek yatay örtüşmeleri bütünüyle ortadan kaldırmaktadır. MERVE OPTİK'in elden çıkarılması davranışsal taahhütlerle birlikte dikkate alındığında ise, konglomera etkiler cephesindeki endişelerin de giderildiği kanaatine varılmıştır.
- (182) İzne tabi olan bildirim konusu işlem ile ilgili olarak yukarıda yer verilen değerlendirmeler ışığında özetle; Kurum kayıtlarına 14.09.2018 tarih ve 6709 sayıyla giren ve
- MERVE OPTİK'in elden çıkarılması (MERVE OPTİK'in MARCOLİN ile arasındaki lisans anlaşması uyarınca ilgili markaların dağıtımına ilişkin sahip olduğu hakların birleşmiş teşebbüs tarafından devralınmamasını da kapsayacak şekilde),
 - Bu süreç dahilinde, kısa kararın tebliğinden itibaren otuz gün içinde elden çıkarma uzmanının Kurulun onayına sunulması ve Kurulun onaylaması durumunda bu uzmanın bir hafta içinde görevlendirilmesi,
 - Gerekseli kararın tebellüğünden itibaren (.....) içinde tarafların MERVE OPTİK için uygun bir alıcı bulması ve bununla bağlayıcı satış sözleşmesi imzalaması,
 - Taraflarca (.....) içinde uygun alıcı bulunması mümkün olmazsa, elden çıkarma uzmanının (.....) uygun bir alıcı bularak bağlayıcı satış sözleşmesi imzalaması,
 - Bunu izleyen (.....) içinde de ESSİLOR'un MERVE OPTİK'de sahip olduğu tüm hisseleri elden çıkararak sürecin tamamlanması,
 - Diğer yandan, işlemin kapanışından itibaren üç yıl süreyle, birleşmiş teşebbüsün güneş gözlüğü, optik çerçeve ve oftalmik lens ürünlerinin bağlı satışını yapmaması, optikçilere rakiplerin bu ürünlerini satın almalarını yasaklayan veya sınırlayan sözleşmesel ve fiili münhasırlık uygulamaması

şeklindeki yapısal ve davranışsal unsurları içeren Taahhüt Metninin işlemin yol açacağı rekabet sorunlarını gidermede yeterli bulunduğu, dolayısıyla işleme taraflarca sunulan taahhüt çerçevesinde koşullu izin verilebileceği kanaatine varılmıştır.

H. SONUÇ

- (183) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;
1. Bildirim konusu işlemin 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi ve bu maddeye dayanılarak çıkarılan 2010/4 sayılı Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ kapsamında izne tabi bir devralma işlemi olduğuna,
 2. Söz konusu işlem sonucunda 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi anlamında hâkim durum yaratılması veya mevcut bir hâkim durumun güçlendirilmesi ve böylece ilgili pazarda rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucu doğacağından 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi uyarınca işleme izin verilemeyeceğine,

3. Bununla birlikte, Rekabet Kurumu kayıtlarına 14.09.2018 tarihinde 6709 sayıyla giren ve Merve Optik Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin elden çıkarılması (Merve Optik Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin Marcolin S.p.A. ile arasındaki lisans anlaşması uyarınca ilgili markaların dağıtımına ilişkin sahip olduğu hakların birleşmiş teşebbüs tarafından devralınmamasını da kapsayacak şekilde) yapısal taahhüdü ile davranışsal taahhütleri içeren taahhüt paketi çerçevesinde, ancak Taahhüt Metninin 9. sayfasının ilk paragrafında yer alan *“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,
4. Davranışsal taahhütlerin üç yılın sonunda Rekabet Kurulu tarafından yeniden değerlendirilmesine,
5. İzin kararı bakımından Merve Optik Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin elden çıkarılmasının şart; taahhütte yer verilen diğer davranışsal unsurların yükümlülük olduğuna, şartın süresi içinde hiç veya gereği gibi yerine getirilmemesi halinde verilen iznin geçersiz sayılacağına ve 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesi hükümlerinin uygulanabileceğine, yükümlülüklerin ihlal edilmesi durumunda ise taraflar hakkında aynı Kanun'un 17. maddesinde öngörülen idari para cezasının uygulanabileceğine,

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