

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2024-1-069
Karar Sayısı : 25-04/99-56
Karar Tarihi : 06.02.2025

(Devralma)

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Birol KÜLE
Üyeler : Ahmet ALGAN (İkinci Başkan), Şükran KODALAK,
Hasan Hüseyin ÜNLÜ, Ayşe ERGEZEN,
Cengiz ÇOLAK, Rıdvan DURAN

B. RAPORTÖRLER: Melisa AĞYÜZ AYDOĞDU, Habil Arda KEL, Cihan ARIK,
Harun BAYFİDAN, Fatih BOZBIYIK, Müslüm YILMAZ

C. BİLDİRİMDE

BULUNAN : - Apple Distribution International Ltd.
Temsilcileri: Av. Gönenç GÜRKAYNAK, Harun GÜNDÜZ,
Av. İsmail Baran Can YILDIRIM, Av. Ceren DURAK
Yıldız Mah. Çitlenbik Sok. No:12 Beşiktaş/İstanbul

- (1) **D. DOSYA KONUSU:** UAB Pixelmator Team'in tek kontrolünün Apple Distribution International Ltd. aracılığıyla Apple Inc. tarafından devralınması işlemi.
- (2) **E. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına 05.11.2024 tarih ve 58590 sayı ile giren ve son olarak 23.01.2025 tarih ve 61731 sayılı yazı ile eksiklikleri tamamlanan bildirim üzerine düzenlenen 31.01.2025 tarih ve 2024-1-069/Öİ sayılı Devralma Ön İnceleme Raporu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (3) **F. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda, dosya konusu işleme izin verilmesinde sakınca bulunmadığı ifade edilmiştir.

G. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

G.1. Bildirim Konusu İşleme İlişkin Bilgiler

- (4) Bildirim konusu işlem, UAB Pixelmator Team'in (PIXELMATOR) tek kontrolünün Apple Distribution International Ltd. (ADI) aracılığıyla Apple Inc. (APPLE) tarafından devralınmasına ilişkindir. Bildirim konusu işlemin temelini (.....) tarihinde imzalanmış olan Hisse Alım Sözleşmesi (Sözleşme) oluşturmaktadır.
- (5) Bildirim konusu işlem öncesinde PIXELMATOR herhangi bir gerçek ya da tüzel kişi tarafından kontrol edilmemekte olup PIXELMATOR'ın işlem öncesindeki ve işlem sonrası oluşacak hissedarlık yapısına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

Tablo 1: PIXELMATOR'ın Bildirilen İşlem Öncesi ve Sonrası Hissedarlık Yapısı

İşlem Öncesi Hissedarlık Yapısı		İşlem Sonrası Hissedarlık Yapısı	
Hissedarlar	Hisse Oranı (%)	Hissedarlar	Hisse Oranı (%)
(.....)	(.....)	ADI	(.....)
(.....)	(.....)		
(.....)	(.....)		
(.....)	(.....)		
TOPLAM	100,0	TOPLAM	100,0

Kaynak: Bildirim Formu.

- (6) Tablo 1'den görüleceği üzere, hâlihazırda PIXELMATOR hisselerinin %(.....)'sini (.....), %(.....)'ünü (.....), %(.....)'sini (.....) ve %(.....)'ünü (.....) elinde bulundurmaktadır. Daha

önce de belirtildiği üzere hâlihazırda PIXELMATOR herhangi bir kişi veya kuruluşça kontrol edilmemekte (.....). İşlem sonrasında ise PIXELMATOR'ın tek kontrolünün, hisselerinin tamamının ADI tarafından satın alınmasıyla dolaylı olarak APPLE'a geçeceği belirtilmektedir.

- (7) Bildirim Formu'nda işlemin ekonomik gerekçesi olarak PIXELMATOR'ın hâlihazırda Mac, iPhone, iPad ve Vision Pro¹ için görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları geliştirdiği ve APPLE'ın, PIXELMATOR'ın bu konudaki teknolojisini ve *know-how*'ını müşterilerine sunduğu ürün yelpazesini geliştirmek için kullanmayı amaçladığı belirtilmiştir.

G.2. Taraflara İlişkin Bilgiler

G.2.1. Devralan Taraf: ADI

- (8) Devralan ilgili teşebbüs ADI, APPLE'ın dolaylı olarak tamamına sahip olduğu ve merkezi İrlanda'da bulunan bir şirket olup APPLE ürünlerinin ve hizmetlerinin Avrupa, Orta Doğu, Afrika ve Hindistan (EMEIA) bölgesinde satış ve dağıtımını gerçekleştirmektedir. Ayrıca (.....). Türkiye'de ise (.....).
- (9) ADI'yı dolaylı olarak kontrol eden ve somut işlem bakımından devralan işlem tarafı sıfatını haiz APPLE ise Nasdaq Stock Market LLC'de listelenen bir Amerika Birleşik Devletleri (ABD) şirketi olup hiçbir gerçek ya da tüzel kişinin kontrolü altında değildir. Temel olarak akıllı telefon, tablet, kişisel bilgisayar ve giyilebilir teknoloji ürünlerinin tasarlanması, üretilmesi ve pazarlanması faaliyetlerini gerçekleştiren APPLE'ın Türkiye'de sunduğu ürünlere ve hizmetlere aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

Tablo 2: APPLE Tarafından Türkiye'de Sunulan Ürün ve Hizmetler

Donanım Ürünleri	Hizmetler
<i>iPhone</i> : APPLE'ın kendi işletim sistemi olan iOS'u temel alan akıllı telefon serisidir.	<i>AppleCare</i> : APPLE'ın ücretli servis ve destek ürünlerinden oluşan bir portföy hizmetidir. <i>AppleCare</i> kapsamında, ülkelere ve ürün türlerine bağlı olarak teknik desteğe öncelikli erişim, tamir ve değişim hizmetleri, kaza sonucu hasar ve/veya çalınma ve kaybolma durumları için ek teminat sağlanmaktadır. (.....).
<i>Mac</i> : APPLE'ın kendi işletim sistemi olan MacOS'u temel alan kişisel bilgisayar serisidir.	
<i>iPad</i> : APPLE'ın kendi işletim sistemi olan iPadOS işletim sistemini temel alan çok amaçlı tablet serisidir.	
<i>AirPods</i> : AirPods, AirPods Pro, ve AirPods Max dâhil olmak üzere APPLE'ın kendi kablosuz kulaklık serisidir.	Bulut Hizmetleri: APPLE'ın bulut hizmetleri, kullanıcıların cihazlarındaki içeriklerini birden fazla APPLE markalı cihazda ve Windows tabanlı kişisel bilgisayarlarda depolayarak güncel ve erişilebilir tutmayı sağladığı bir hizmettir. (.....).
<i>Apple TV</i> : APPLE'ın kendi işletim sistemi olan tvOS işletim sistemini temel alan medya, yayın ve oyun cihazıdır.	
<i>Beats</i> : APPLE'ın tüketici kulaklıkları, kulak içi kulaklıklar ve hoparlörlerden oluşan marka serisidir.	

¹ Vision Pro, APPLE tarafından geliştirilen karma gerçeklik başlığıdır. Vision Pro, MacOS'taki, iOS'taki ve iPadOS'taki mühendislik inovasyonunun temelleri üzerine inşa edilen VisionOS tarafından desteklenmektedir. VisionOS, işte ve evde güçlü mekânsal deneyimler sunmakta olup tamamen kullanıcının gözleri, elleri ve sesi tarafından kontrol edilen üç boyutlu bir kullanıcı arayüzü ve giriş sistemine sahiptir. Bkz. <https://www.apple.com/newsroom/2024/01/apple-vision-pro-available-in-the-us-on-february-2/>, Erişim Tarihi: 09.12.2024.

HomePod: APPLE'in HomePod ve HomePod mini'yi de içeren akıllı hoparlör serisidir.	Dijital İçerikler ² : APPLE tarafından, kullanıcıların uygulamalar ile kitap, müzik, video, oyun ve podcast gibi dijital içeriklere erişebilmelerine olanak sağlayan App Store da dâhil olmak üzere çeşitli platformlar sunulmaktadır. APPLE'in Türkiye'de satışını gerçekleştirdiği dijital hizmetler yalnızca (.....) aracılığıyla sunulan içeriklerden ibarettir.
Kaynak: Bildirim Formu.	

(10) Diğer yandan, (.....)³.

G.2.2. Devre Konu Teşebbüs: PIXELMATOR

(11) PIXELMATOR, 2009 yılında kurulan Litvanya merkezli bir teknoloji şirkettir. PIXELMATOR tarafından Mac bilgisayarlar, iPhone, iPad ve Vision Pro için görüntü düzenleme, tasarım ve fotoğraf editörü işlevselliklerini sunan uygulamalar geliştirilmektedir. PIXELMATOR tarafından sunulan ürünlerin (aşağıda detayları yer alan üç uygulama birlikte "PIXELMATOR Uygulamaları" olarak anılacaktır) detaylarına aşağıda yer verilmektedir:

- Pixelmator Pro, profesyonel görüntü düzenleme araçlarını herkese erişilebilir kılmak amacıyla Mac bilgisayarlarda sunulmak üzere tasarlanan katman tabanlı (layer-based) bir görüntü editörüdür. Bu uygulama vasıtasıyla, fotoğrafların düzenlenmesi, fotoğraflar üzerinde iyileştirme işlemlerinin yapılması, grafik tasarım ürünlerinin yaratılması, boyama işlemleri, vektör grafiklerinin çizilmesi ve efektlerin eklenmesi gibi kapsamlı araç koleksiyonları sunulmaktadır. Bunun yanında, uygulama ile profesyonel görünen düzenlemeler için basit ve yapay zekâ destekli araçlar da sunulmaktadır. Pixelmator Pro, tek seferlik satın alma vasıtasıyla erişilebilen ücretli bir uygulama olup kullanıcılar yedi günlük deneme süresi boyunca uygulamadan ücretsiz yararlanabilmektedir.
- Photomator, Mac bilgisayarlar, iPhone, iPad ve Vision Pro'da kullanılmak üzere sunulan fotoğraf editörü uygulamasıdır. Renk ayarlama, 750'den fazla RAW görüntü formatı⁴ desteği ve istenmeyen objeleri kaldırmak amacıyla kullanılan onarım araçları gibi fotoğraf düzenleme özelliklerine sahiptir. Photomator, App Store üzerinden başta ücretsiz olarak edinilebilmekte, bu yolla kullanıcılar uygulamayı en fazla üç düzenlemeye kadar ücretsiz bir şekilde deneyebilmektedir. Bu doğrultuda, (.....). Üçüncü düzenleme hakkının kullanılmasından sonra sınırsız içerik düzenleme imkânına ve uygulamanın sunduğu tüm özelliklere erişebilmek için aylık veya yıllık ücret karşılığında üye olunması ya da süresiz lisans satın alınması gerekmektedir. (.....).
- Pixelmator, Pixelmator Pro uygulamasının iOS ve iPadOS işletim sistemine uyumlu küçültülmüş bir versiyonu olup iPhone ve iPad mobil cihazlar için görüntü oluşturulmasına, düzenlenmesine ve geliştirilmesine imkân

² APPLE, kendisinin sahibi olduğu ve yönettiği çevrim içi uygulama mağazası olan App Store vasıtasıyla uygulamaların dağıtımını gerçekleştirmekte ve bu yolla dijital ürün ve hizmetlerin satışından komisyon geliri elde etmektedir. Ayrıca, Apple Music ve Apple Arcade'in aylık olarak tahsil ettiği abonelik paketleri aracılığıyla ve iTunes Store ve Apple TV uygulamalarıyla müzik, film ve zil seslerinin tekil satışını gerçekleştirmektedir. Diğer yandan Apple Search Ads (Apple Arama Reklamı) ile uygulama geliştiricilere uygulamalarının reklamını yapabileceği seçenekler sunulmaktadır.

³ (.....).

⁴ Bir RAW dosyası adından da anlaşılacağı gibi ham, işlenmemiş verilerdir. Görüntü verilerini kamera sensöründe yakalandığı şekliyle içermektedir. Bkz. <https://www.canon.ge/pro/infobank/image-file-types/> Erişim Tarihi: 17.12.2024.

tanımlanmaktadır. Ücretsiz bir deneme sürümü bulunmayan uygulamaya erişmek için tek seferlik ödeme yapılması gerekmektedir.

- (12) PIXELMATOR Uygulamaları'nın deneme sürümleri de dâhil olmak üzere, PIXELMATOR'ın hâlihazırda dağıtımını yaptığı ve/veya aktif olarak destek hizmeti sunduğu ürünler toplu olarak aşağıdaki tabloda belirtilmektedir:

Tablo 3: PIXELMATOR Ürünleri

Ürün İsmi	Versiyon/Sürüm Numarası
Mac için <i>Photomator</i>	3.4.2
iPhone/iPad/Vision Pro için <i>Photomator</i>	3.4.1
Mac için <i>Pixelmator Pro</i>	3.6.11
iPhone/iPad için <i>Pixelmator</i>	3.1.9
Mac için <i>Pixelmator Pro</i> deneme sürümü	3.6.11
<i>Pixelmator Pro</i> perakende satış deneme sürümü	3.6.12
iPhone/iPad için <i>Photomator</i> perakende satış deneme sürümü	3.4.2
iPhone/iPad için <i>Pixelmator</i> perakende satış deneme sürümü	3.1.10
Kaynak: Cevabi Yazı.	

- (13) PIXELMATOR, Türkiye'ye özgülenmiş herhangi bir ticari faaliyete, yerel bir iştirake veya bağlı kuruluşa sahip olmadığı gibi PIXELMATOR Uygulamaları'nın Türkiye'deki pazarlama, satış ve destek hizmetleri için de herhangi bir yerel ortaklığın ya da perakende şirketin aracılığına başvurmamaktadır. PIXELMATOR Uygulamaları'nın Türkiye'deki dağıtımını, App Store aracılığıyla dijital olarak gerçekleştirilmektedir⁵.

G.3. Uygulamalar ve Uygulama Dağıtım Faaliyetlerine İlişkin Bilgi

- (14) Yapılacak değerlendirmelere ışık tutması açısından, PIXELMATOR Uygulamaları'nın APPLE'ın sahibi olduğu işletim sistemleri üzerinde çalışan görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları olması nedeniyle, uygulamalar ile uygulamaların dağıtım faaliyetlerine yönelik daha detaylı bilgiye yer verilmesinde yarar görülmüştür.
- (15) Uygulamalar, belirli ihtiyaçların giderilmesi amacıyla ortaya çıkan çözümlerin, yazılım dilleri vasıtasıyla kodlanması sonucu kullanıma sunulan programlar olarak tanımlanabilmektedir. Algoritmalar ve kodlar sayesinde çalışan uygulamalar, kullanıcı ile cihaz arasında aracı görevi görerek sağladığı arayüzle kullanıcıların, cihazlarıyla kolaylıkla etkileşime girmesine olanak tanımaktadır.
- (16) Bununla birlikte uygulamalar; çalışabilmek için kişisel bilgisayarlar, akıllı telefonlar ve tabletler gibi çeşitli donanım platformlarında yer alan işletim sistemlerine ihtiyaç duymaktadır. Avrupa Komisyonu (Komisyon), Dijital Piyasalar Yasası'nın (*Digital Market Act – DMA*) 2. maddesinin on beşinci bendinde uygulamaları “*bir işletim sistemi üzerinde çalışan herhangi bir dijital ürün veya hizmet,*” olarak; aynı maddenin onuncu bendindeyse işletim sistemini “*donanımın veya yazılımın temel işlevlerini kontrol eden ve uygulamaların çalışmasını sağlayan sistem yazılımı*” olarak tanımlamaktadır⁶.

⁵ Başvuru sahibi tarafından PIXELMATOR Uygulamaları'nın hiçbirinin bir “internet uygulaması” sürümü bulunmadığı, sadece App Store uygulama mağazalarından ilgili APPLE cihazına indirilerek kullanılabildiği ve (.....) ifade edilmiştir. Bununla birlikte *Pixelmator Pro*'nun yedi günlük deneme sürümünün, ücretsiz deneme sürümlerinin App Store aracılığıyla sunulamaması nedeniyle PIXELMATOR'ın resmi internet sitesinden ZIP dosyası olarak indirilebildiği, deneme süresi bittikten sonra tüketicilerin satın alım için MacOS'ta yer alan App Store'a yönlendirildiği belirtilmektedir.

⁶ Regulation (EU) 2022/1925 of the European Parliament and of the Council of 14 September 2022 on contestable and fair markets in the digital sector and amending Directives (EU) 2019/1937 and (EU) 2020/1828 (Digital Markets Act) (Text with EEA relevance), <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/1925/oj>, Erişim Tarihi: 09.12.2024.

- (17) Uygulamalar çeşitli türlere ayrılabilmeyle birlikte temel olarak (i) Android ve iOS gibi mobil işletim sistemlerinde çalışan “mobil uygulamalar”, (ii) tarayıcı üzerinde çalışan “internet uygulamaları (*web apps*)” ve (iii) bilgisayar üzerinde çalışan “masaüstü uygulamalar” şeklinde kategorize edilebilecektir. Ayrıca, işletmeler için özel olarak geliştirilen ve yukarıda belirtilen üç kategoriden herhangi birine dâhil olabilen “kurumsal uygulamalar” da mevcuttur.
- (18) Kullanıma hazır halde bulunan bir uygulama, çeşitli dağıtım yöntemleri kullanılarak kullanıcıya ulaştırılabilmektedir. Uygulamanın türü, hedef kitle, bütçe, güncelleme sıklığı ile güvenlik gereksinimleri gibi parametrelere göre uygulama geliştiricinin dağıtım yöntemi tercihi değişebilmektedir. Örneğin mobil uygulamaları geniş kullanıcı kitlesine ulaştırmak isteyen bir geliştirici, genellikle App Store ve Google Play gibi mağazalar aracılığıyla dağıtımını seçerken; internet uygulamalarına uygulamaların kendi internet siteleri⁷ üzerinden de erişilebilmektedir. Masaüstü uygulamalar ise bir uygulama mağazası aracılığıyla cihaza indirilebileceği gibi uygulama geliştiricisinin internet sitesinden doğrudan cihaza da indirilebilmektedir. Kurumsal uygulamalar için tercih edilen yöntemin ise genellikle kurum içi ağlar olduğu anlaşılmaktadır.
- (19) Başlıca uygulama dağıtım yöntemi olarak nitelendirilebilecek olan “uygulama mağazaları,” DMA’nın 2. maddesinin on dördüncü bendinde “*aracılık edilen ürün veya hizmet olarak uygulamaları odağına alan bir tür çevrim içi aracılık hizmeti*” şeklinde tanımlanmaktadır. Bu çerçevede uygulama geliştiriciler ile cihaz kullanıcıları arasında köprü işlevi gören uygulama mağazaları; kullanıcıların belirli amaca matuf olarak geliştirilen uygulamalara göz atabildiği ve ücretli uygulamaları satın alım sonrası veya ücretsiz olanları doğrudan indirebildiği çevrim içi mağazalar olarak nitelenebilecektir⁸. Uygulama mağazalarının en bilinen örnekleri, mobil cihazlara yönelik olarak Android için yayımlanan Google Play ile iOS/iPadOS için yayımlanan App Store’dur.
- (20) Şekil 1’den görüleceği üzere pazarın iki tarafı olan kullanıcılar ile uygulama geliştiricilerin⁹ taleplerini buluşturmayı amaçlayan uygulama mağazaları, kullanıcılar ve uygulama geliştiriciler arasında “ağ etkileri” ortaya çıkararak rekabet hukuku ve iktisadı nezdinde de “platform” teşkil etmektedir. Ek olarak uygulama mağazaları, temel uygulama dağıtım yöntemi olarak benimsendiği işletim sistemleri için önemli bir başarı parametresi olarak nitelendirilmektedir¹⁰. Bunun bilincinde olan uygulama mağazaları, pazarın kullanıcı tarafını genişletmek için kural olarak kullanıcılara ücretsiz hizmet sunmakta, sadece ücretli uygulama indirilmek ya da uygulama içi satın alım yapılmak istenirse kullanıcıdan ücret talep etmektedir. Bununla birlikte pazarın diğer tarafını teşkil eden uygulama geliştiriciler, uygulama yayımlamak için belirli giriş maliyetlerine katlanmak zorundadır.

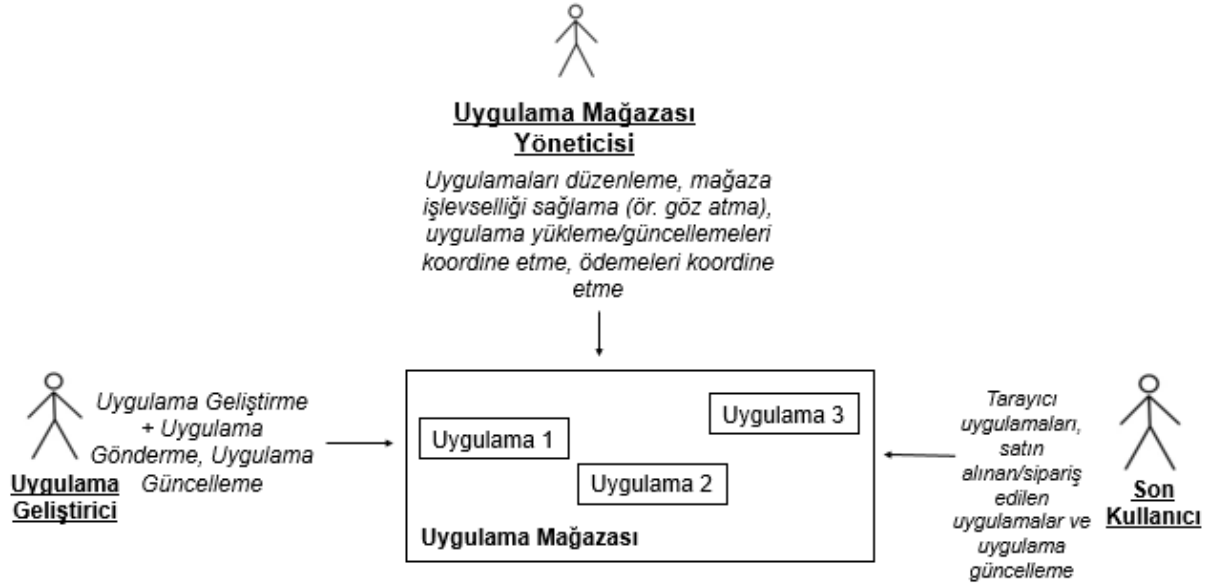
⁷ Uygulama geliştiricileri, üçüncü taraf bir aracı mağaza olmaksızın, uygulamalarını kullanıcılara doğrudan da (örneğin internet üzerinden) dağıtabilmektedir.

⁸ CMA (2022), *Mobile Ecosystems: Market Study Final Report*, London, s. 11; Zhu, W., Proksch, S., German, DM., Godfrey, MW., Li, L., McIntosh, S. (2024), “What is an app store? The software engineering perspective,” *Empirical Software Engineering*, C. 29, <https://doi.org/10.1007/s10664-023-10362-3>, s. 1; 19.09.2018 tarihli ve 18-33/555-273 sayılı Kurul kararı, para. 31.

⁹ Uygulama mağazalarının çok taraflı pazar yapısı gösterdiği dikkate alındığında, rekabet hukuku ve iktisadı uyarınca, işbu karar kapsamında “tüketici” kavramı ile hem kullanıcılar hem de uygulama geliştiriciler kastedilmektedir.

¹⁰ 19.09.2018 tarihli ve 18-33/555-273 sayılı Kurul kararı, para. 31.

Şekil 1: Çoğu Uygulama Mağazasının Üç Büyük Paydaşı



Kaynak: <https://arxiv.org/html/2401.04287v1#:~:text=%E2%80%9CApp%20stores%E2%80%9D%20are%20online%20software,Apple's%20App%20Store%20for%20iOS>, Erişim Tarihi: 09.12.2024.

G.4. İlgili Pazar

G.4.1. İlgili Ürün Pazarı

- (21) Devre konu PIXELMATOR tarafından geliştirilen PIXELMATOR Uygulamaları; iPhone, iPad, Mac bilgisayarlar ve Vision Pro cihazlarında yer alan App Store aracılığıyla kullanıcılara sunulmaktadır. Bu cihazların tamamı devralan APPLE tarafından üretilmekle ve aynı isimli uygulama mağazasını kullanmakla birlikte her biri, yine APPLE tarafından geliştirilen farklı işletim sistemlerine sahiptir; iPhone'da iOS, iPad'de iPadOS, Mac bilgisayarlarda MacOS ve Vision Pro'da VisionOS¹¹ işletim sistemi yer almaktadır.
- (22) Bu noktada ilgili ürün pazarının tanımlanmasından önce devre konu PIXELMATOR'ın faaliyetlerini oluşturan görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları ile APPLE cihazlarında kullanıcılara ön yüklü olarak sunulan *Fotoğraflar* uygulaması arasındaki ilişkiye yönelik birtakım açıklamaların yapılması faydalı olacaktır.
- (23) Bildirim Formu'nda da belirtildiği üzere devre konu PIXELMATOR; *Adobe Photoshop*, *Affinity Photo*, *Adobe Lightroom*, *Capture One* ve *Darkroom* gibi uygulamalara alternatif teşkil edecek şekilde (i) Mac için katman-tabanlı bir görüntü düzenleme ve tasarım uygulaması olan *Pixelmator Pro*, (ii) Mac, iPhone ve iPad için bir fotoğraf editörü olan *Photomator* ve (iii) *Pixelmator Pro* uygulamasının iOS/iPadOS işletim sistemine uyumlu küçültülmüş bir versiyonu olan *Pixelmator* olmak üzere üç adet uygulama geliştirmektedir. Devralan APPLE ise cihazlarında ön yüklü olan *Fotoğraflar* adlı bir uygulamayı kullanıcılara sunmaktadır.

¹¹ Vision Pro, hâlihazırda Türkiye'de kullanıma sunulmadığından dosya kapsamında yapılan değerlendirmelere konu edilmemiştir.

- (24) Bu noktada işlem taraflarının faaliyetlerinin en geniş şekilde yorumlanması halinde ilk bakışta APPLE'ın *Fotoğraflar* uygulamasının PIXELMATOR'ın faaliyetlerini oluşturan görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları ile aynı pazar içerisinde yer aldığı düşünülebilecektir¹². Bununla birlikte, devre konu PIXELMATOR'ın sunduğu uygulamalar dikkate alınarak daha dar bir pazar tanımına gitmenin mümkün olup olmadığı sorgulanmalıdır. Bu noktada *Fotoğraflar* uygulaması ile PIXELMATOR Uygulamaları'nın birbirlerine ikame olup olmadığı diğer bir deyişle, bu iki tip faaliyetin aynı ilgili ürün pazarında yer alıp almadığı değerlendirilmiştir.
- (25) Başvuru sahibi tarafından PIXELMATOR Uygulamaları ile *Fotoğraflar* uygulamasının fonksiyonellik bakımından farklılaştığı, *Fotoğraflar* uygulamasında bazı görsel düzenleme özellikleri bulunsa da söz konusu uygulamanın esasen bir fotoğraf/görüntü (video içerikleri de dâhil olmak üzere) yönetim sistemi olduğu, hâlbuki PIXELMATOR Uygulamaları'nın, *Fotoğraflar* uygulamasının sunduğu işlevlerin ve araçların ötesine geçerek görüntü düzenleme ve tasarım uygulaması niteliğinde olduğu, ayrıca APPLE tarafından Türkiye özelinde veya küresel ölçekte PIXELMATOR Uygulamaları ile rekabet halinde kabul edilebilecek bir görüntü düzenleme ve tasarım uygulamasının kullanıma sunulmadığı belirtilmektedir.
- (26) Yine başvuru sahibi, PIXELMATOR Uygulamaları¹³ ile APPLE'ın *Fotoğraflar* uygulamasına ilişkin olarak;
- PIXELMATOR Uygulamaları'nın, bir görselin seçili bölümlerinde değişiklik yapılmasına imkân tanıyarak daha detaylı düzenleme yapmaya olanak sağladığını, bu seçimlerin doğrusal gradyanlar (*linear gradients*), radyal gradyanlar (*radial gradients*), özelleşmiş seçimler (*custom selections*), otomatik özne seçimi (*auto-subject selection*) ve otomatik gökyüzü seçimi (*auto sky selection*) yahut bunların birlikte kullanılması şeklinde olabileceğini,
 - PIXELMATOR Uygulamaları'nın, bir görselin doygunluk tonunu, doygunluğunu ve parlaklığını değiştirirken ince ayarlı renk tonlamasına imkân tanıdığını, PIXELMATOR Uygulamaları'nın, renk paletlerinin veya seviyelerinin/eğrilerinin kullanılmasına imkân tanımanın yanı sıra tarama tablosundaki formüle göre bir renk derecesinin genel olarak dönüştürülmesine imkân veren özelleştirilmiş tarama tablolarından yararlandığını,
 - PIXELMATOR Uygulamaları'nın kullanıcıların birden fazla görseli birleştirerek, harmanlayarak ya da pikselleri değiştirerek bir görseli tamamen değiştirmelerine olanak tanıdığını,
 - PIXELMATOR Uygulamaları'nın görüntü düzenlemenin üzerine inşa edildiğini ve kullanıcılara, dizgi kontrolleri ile metin ekleme yahut belgelerde vektör çizimleri oluşturma ve kullanma olanağı verdiğini,
 - Kullanıcılar, *Fotoğraflar* uygulamasını PIXELMATOR Uygulamaları'nın kullanıldığı bazı hallerde kullanabilse de PIXELMATOR Uygulamaları'nın daha gelişmiş işlevlere sahip olduğunu,

¹² Bahse konu ihtimal hâlihazırda dışlanmamış olup ilgili ihtimale binaen yapılan değerlendirmeler "(Olası) Yatay İlişkiye Dair Değerlendirme" başlığı altında ele alınmıştır.

¹³ PIXELMATOR Uygulamaları'nın ücretsiz versiyonları, kullanıcıların satın almadan önce uygulamayı test edebilmesi için ücretli olan versiyon ile aynı özellikleri kapsadığından, sunulan açıklamalar PIXELMATOR Uygulamaları'nın hem ücretsiz hem de ücretli versiyonları bakımından geçerlidir.

- *Photomator* ve *Pixelmator Pro*'nun, MacOS işletim sisteminde yer alan *Fotoğraflar* uygulamasının doğrudan rakibi olmadığını, aksine, birbirlerinin özellikleri üzerine inşa edildiklerini,
- *Pixelmator Pro*, *Fotoğraflar* uygulamasındaki özel bir uzantıyla daha gelişmiş düzenleme araçları sunarken, *Photomator*'ın fotoğraf düzenleme ve yönetim özelliklerini genişletmek için PhotoKit'i¹⁴ kullandığını,
- Her iki aracın da *Fotoğraflar* uygulaması ile birlikte çalıştığını ve onun yerini almak yerine işlevselliğini artırdığını, benzer nedenlerle, iOS için yayımlanmış olan *Photomator* ve *Pixelmator* uygulamalarının da bir rakipten ziyade *Fotoğraflar* uygulamasının bir uzantısı olarak görülmesi gerektiğini

ifade ederek iki uygulamanın tamamlayıcı nitelik taşıdığını belirtmektedir.

- (27) Dosya kapsamında gerçekleştirilen incelemelerden de anlaşıldığı üzere, işlem tarafının beyanlarına paralel bir şekilde PIXELMATOR Uygulamaları'nın kullanıcılara sunmuş olduğu düzenleme ve tasarım araçları, *Fotoğraflar* uygulamasında yer alan filtreler ve renk değişikliğinin ötesine geçmektedir. Tarafın sunduğu açıklamalarla birlikte değerlendirildiğinde; fotoğraf/görüntü yönetim sistemi olan APPLE'a ait *Fotoğraflar* uygulaması ile görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları niteliğindeki PIXELMATOR Uygulamaları arasında ikame ilişkisinden ziyade tamamlayıcılık ilişkisinin var olabileceği, söz konusu uygulamaların birbirleri ile rekabet halinde olmadığı ve dolayısıyla aynı ilgili ürün pazarında yer almadıkları söylenebilecektir.
- (28) İlgili ürün pazarının PIXELMATOR Uygulamalarına özgü görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları pazarı olduğu kabul edildiğinde dahi ayırtırmayı gerekli kılabilen diğer bir başlık kişisel ve profesyonel kullanımdır. Bu kapsamda, başvuru sahibine görüntü düzenleme ve tasarım uygulamalarının kullanım amacı bakımından kişisel ve profesyonel olarak iki gruba ayrılıp ayrılamayacağı sorulmuş olup başvuru sahibi tarafından iletilen yanıtlarda;
- PIXELMATOR Uygulamaları'nın kullanıcı deneyimini kolaylaştırdığı ve böylelikle PIXELMATOR Uygulamaları'nı kullanmak için belirli bir uzmanlık seviyesinin gerekmediği, basit işlemler yapmak ya da kendisini bu alanda geliştirmek isteyen kişisel kullanıcılar ile ileri düzeyde işlevselliğe ihtiyaç duyan ve iş akışlarındaki diğer araçlarla bu uygulamaları birleştiren profesyonel kullanıcılar arasında ayırım yapılmaksızın her seviyede kullanıcı tarafından kullanılabilirdiği, ayrıca profesyonel kullanıcılara ek olarak PIXELMATOR Uygulamaları'nı kişisel amaçlarla kullanan istekli kullanıcılar ile profesyonel olmayı hedefleyen kullanıcıların da "kişisel kullanıcı" dışında değerlendirilmesi gerektiği,
 - Ayrıca daha gelişmiş özelliklere ihtiyaç duyan kullanıcıların birden fazla uygulamayı aynı anda kullanma eğiliminde olduğu, zira farklı uygulamaların iş akışları bakımından farklı işlevsellikler sunduğu, görüntü düzenleme ve tasarım uygulamalarının birbirleri ile doğrudan rekabet içerisinde olduğu,
 - PIXELMATOR farklı özellikler içeren farklı uygulamalar sunuyor olsa da bu farklılıkların PIXELMATOR'ın farklı müşteri gruplarını hedeflediğini

¹⁴ PhotoKit; üçüncü taraf uygulama geliştiricilerin, iCloud Fotoğrafları ile Canlı Fotoğraflar dâhil olmak üzere kullanıcının cihazında ve iCloud hesabında bulunup *Fotoğraflar* uygulaması aracılığıyla yönetilen fotoğraf ve videolara erişmesini sağlayan bir Uygulama Programlama Arayüzü (*Application Programming Interface - API*) setidir. Bkz. <https://developer.apple.com/documentation/photokit>, Erişim Tarihi: 16.12.2024.

göstermediği, PIXELMATOR'ın ürün portföyünü artırmayı hedeflediği ve bu hedefin farklı uygulamalar sunmayı da içerdiği, bu amacın, esasen farklı müşteri gruplarını hedeflemekten değil, bir pazarlama stratejisi olarak farklı uygulamalar sunmaktan kaynaklandığı,

- PIXELMATOR'ın her bir uygulama için tasarımının, kullanıcıların yetkinliklerinden bağımsız olarak, uygulamanın uyumlu olduğu cihaz türü ile uygulamanın kullanım amacına göre farklılık gösterebildiği ancak esas olarak PIXELMATOR'ın uygulamalarını her seviyeden kullanıcıya uygun olarak tasarladığı ve kullanıcıların zaman içinde uygulamanın tüm özelliklerine uyum sağlamalarına olanak tanıdığı,
- Dolayısıyla PIXELMATOR Uygulamaları'nın farklı özellikler sunmasının, uygulamaların farklı müşteri kitlelerini hedeflediğini göstermediği, aksine, PIXELMATOR Uygulamaları'nın sunduğu özellikler açısından bu tür ayrışmaların, yetkinlikleri ne olursa olsun farklı müşteri gereksinimlerini karşılamayı hedeflediği

belirtilerek kişisel ve profesyonel kullanım bazında yapılacak bir pazar ayrımının yanıltıcı olabileceği ifade edilmiştir.

- (29) Bununla birlikte kamuya açık kaynaklar incelendiğinde ise görüntü düzenleme ve tasarım uygulamalarının kişisel ve profesyonel amaçla kullanımına ilişkin olarak:

- *Kişisel Amaçlı Kullanım* kapsamında kullanıcıların genellikle sezgisel ve kolayca erişilebilir uygulamaları tercih ettiği, *Adobe Photoshop Express* ve *Paint.NET* gibi araçların hızlı düzenlemeler, sosyal medya görsellerinin oluşturulması ve temel fotoğraf geliştirmeleri için kullanıldığı¹⁵, kişisel kullanım amaçlı uygulamaların geniş bir kitleye hitaben genellikle ücretsiz veya düşük maliyetli şekilde sunulduğu ve kullanımının kolay olduğu, sosyal medya entegrasyonu ve mobil uyumluluk gibi faktörlere göre pazarın daha da daraltılabileceği,
- *Profesyonel Amaçlı Kullanım* kapsamındaysa kullanıcıların daha karmaşık ve detaylı araçlara ihtiyaç duyduğu, *Adobe Photoshop* ve *Lightroom* gibi yazılımların katman yönetimi, renk kalibrasyonu ve içerik duyarlı düzenleme vb. gelişmiş özellikler nedeniyle profesyonel kullanıcılar açısından vazgeçilmez nitelik taşıdığı, yüksek çözünürlükte baskıya uygun sonuçlar üretebilmeleri ve iş akışlarını optimize etmeleri sebebiyle profesyonel kullanımda bu uygulamaların tercih edilebildiği, bu uygulamaların daha küçük bir kitleye hitaben yüksek performanslı ve yüksek maliyetli sunulduğu

hususlarına yer verildiği görülmektedir.

- (30) Öte yandan, her ne kadar kişisel kullanım için profesyonel görüntü düzenleme ve tasarım uygulamalarına başvurulması mümkün olsa da profesyonel amaç güden bir kullanıcının, kişisel kullanıma yönelik geliştirilmiş ve kısıtlı işlevselliğe sahip görüntü düzenleme ve tasarım uygulamalarını kullanması makul görünmemektedir. Kişisel kullanım amacı taşıyan görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları, yaratıcılıklarını keşfetmek ve temel yetkinlik seviyesine erişmek isteyen kullanıcılar için bir başlangıç noktası olabilirken profesyonel kullanım ihtiyaçlarını karşılamada yetersiz kalabilecektir. Örneğin; *Adobe Photoshop Express*'in, ücretli muadillerinin aksine,

¹⁵ Bkz. <https://tr.wix.com/blog/makale/en-iyi-uccretsiz-fotograf-duzenleme-programi>, Erişim Tarihi: 10.12.2024.

sunduğu özellikler ve erişim kolaylığı ile profesyonel kullanım amacı taşıyan tüketicilerden ziyade hızlıca düzenleme yapmak isteyen ve bu alanda tecrübesiz olan kullanıcıları hedeflediği anlaşılmaktadır¹⁶.

- (31) Ayrıca profesyonel kullanım amacı taşıyan uygulamalar belirli bir öğrenme eğrisi gerektirirken kişisel kullanıma yönelik uygulamalarda daha kolay şekilde ve kısa sürede sonuç elde edilebilmektedir. Bu çerçevede kişisel ve profesyonel kullanım amacı taşıyan görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları arasında kısmi ikame ilişkisi bulunduğu, dolayısıyla söz konusu uygulamaların aynı pazarda yer almadıkları söylenebilecektir¹⁷.
- (32) Sonuç olarak; inceleme konusu işlem bakımından ilgili ürün pazarlarının, APPLE'a ait *Fotoğraflar* uygulaması gibi fotoğraf/görüntü yönetim sistemlerini içeren pazar tanımından daha dar olacak şekilde "kişisel kullanım amacı taşıyan görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları" ve "profesyonel kullanım amacı taşıyan görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları" şeklinde tanımlanabileceği değerlendirilmektedir.
- (33) Ancak İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz'un 20. paragrafında inceleme konusu işlemin olası alternatif pazar tanımları çerçevesinde rekabeti bozucu endişeler yaratmaması halinde pazar tanımı yapılmayabileceği ifade edilmiştir. Bu doğrultuda, yapılacak olan değerlendirmeleri değiştirmeyecek nitelikte olması nedeniyle, dosya kapsamında görüntü düzenleme ve tasarım uygulamalarına dair kesin bir ilgili ürün pazar tanımı yapılmasına gerek görülmemiştir. Bununla birlikte, dosya kapsamında yapılan değerlendirmeler, işlemin etki doğuracağı değerlendirilen "görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları" varsayımsal pazarı dikkate alınarak gerçekleştirilmiştir.

G.4.2. İlgili Coğrafi Pazar

- (34) Mevcut dosyada, işlemin etki doğuracağı düşünülen görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları pazarına tüketicilerin ve diğer paydaşların ülke genelinden erişim sağlamasının mümkün olması ve ilgili ürün pazarının coğrafi bölgelere göre farklılık göstermemesi nedeniyle ilgili coğrafi pazar "Türkiye" olarak belirlenmiştir.

G.5. Değerlendirme

G.5.1. Bildirim Konusu İşlemin Niteliği ve Bildirim Yükümlülüğü Açısından Yapılan Değerlendirme

- (35) Bildirim Formu'nda yer verilen bilgilere göre, devre konu PIXELMATOR üzerinde hâlihazırda hiçbir kişinin veya şirketin kontrolü bulunmamaktadır. Taraflar arasında akdedilen Sözleşme uyarınca PIXELMATOR'ın hisselerinin tamamı ve dolayısıyla tek kontrolü ADI aracılığıyla nihai olarak APPLE'a geçecektir. Bu çerçevede, Tablo 1'den de görüleceği üzere bildirilen işlem neticesinde PIXELMATOR'ın kontrolünde kalıcı değişiklik meydana geleceğinden başvuru konusu işlem, 2010/4 sayılı Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ'in (2010/4 sayılı Tebliğ) 5. maddesinin birinci fıkrası kapsamında bir devralmadır.
- (36) Bildirime konu işlemin 2010/4 sayılı Tebliğ kapsamında bir devralma işlemi olduğunun tespiti akabinde; söz konusu işlemin ciro eşikleri yönünden Kurulun iznine tabi olup olmadığı incelenmiş olup devralan işlem tarafı APPLE'ın 2010/4 sayılı Tebliğ'in 7. maddesinin birinci fıkrasında belirtilen eşikleri aştığı, ancak devre konu

¹⁶ Kişisel/amatör kullanıma ilişkin görüntü düzenleme ve tasarım uygulamalarına örnekler için bkz. <https://tr.wix.com/blog/makale/en-iyi-ucretsiz-fotograf-duzenleme-programi>, Erişim Tarihi: 09.12.2024.

¹⁷ Teşebbüsler, ürünlerinin görünümünü geliştirmek için profesyonel kullanım amacı taşıyan görüntü düzenleme ve tasarım uygulamalarını tercih etmektedir.

PIXELMATOR'ın aynı maddede belirtilen eşikleri aşmadığı görülmektedir. Öte yandan 2010/4 sayılı Tebliğ'in 7. maddesinin ikinci fıkrasında yer alan *"Türkiye coğrafi pazarında faaliyet gösteren veya ar-ge faaliyeti olan ya da Türkiye'deki kullanıcılara hizmet sunan teknoloji teşebbüslerinin devralınmasına ilişkin işlemlerde; birinci fıkranın (a) ve (b) bentlerinde yer alan iki yüz elli milyon TL eşikleri aranmaz"* hükmü ile teknoloji teşebbüslerinin devralınmasına ilişkin işlemlerde, belirtilen ciro eşikleri aranmaksızın, bu nitelikteki işlemlerin Kurulun iznine tabi olduğu düzenlenmiştir. 2010/4 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinin birinci fıkrasının (e) bendinde ise teknoloji teşebbüsleri, *"Dijital platformlar, yazılım ve oyun yazılımı, finansal teknolojiler, biyoteknoloji, farmakoloji, tarım kimyasalları ve sağlık teknolojileri alanlarında faaliyet gösteren teşebbüsler veya bunlara ilişkin varlıklar"* şeklinde tanımlanmıştır.

- (37) Bildirim konusu işlem bakımından, ciro bilgileri incelendiğinde, 2010/4 sayılı Tebliğ'in 7. maddesinin birinci fıkrasında yer alan ciro eşiklerinin aşılmadığı, ancak devre konu teşebbüs konumundaki PIXELMATOR'ın görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları alanında faaliyet göstermesi nedeniyle 2010/4 sayılı Tebliğ'in 4. maddesinde yer alan *"teknoloji teşebbüsü"* niteliğinde olduğu, dolayısıyla aynı Tebliğ'in 7. maddesinin ikinci fıkrası kapsamına dâhil olacağı anlaşılmıştır. Bu çerçevede, 2010/4 sayılı Tebliğ'in 7. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca, teknoloji teşebbüslerinin devralınmasına ilişkin işlemlerde devre konu teşebbüs bakımından aynı maddenin birinci fıkrasında düzenlenen ciro eşikleri aranmayacağından bildirim konusu işlemin Tebliğ'in 7. maddesinin birinci fıkrasının hem (a) hem de (b) bendi kapsamında izne tabi¹⁸ olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

G.5.2. Yoğunlaşma Değerlendirmesi

- (38) 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 7. maddesinde *"bir ya da birden fazla teşebbüsün başta hâkim durum yaratılması ya da mevcut bir hâkim durumun güçlendirilmesi olmak üzere ülkenin bütünü yahut bir kısmında herhangi bir mal veya hizmet piyasasındaki etkin rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğuracak şekilde birleşmeleri veya herhangi bir teşebbüsün ya da kişinin diğer bir teşebbüsün mal varlığını yahut ortaklık paylarının tümünü veya bir kısmını ya da kendisine yönetimde hak sahibi olma yetkisi veren araçları, miras yoluyla iktisap durumu hariç olmak üzere, devralması hukuka aykırı ve yasaktır."* hükmü yer almaktadır. Hâkim durum kavramı ise, 4054 sayılı Kanun'un 3. maddesinde, *"Belirli bir piyasadaki bir veya birden fazla teşebbüsün, rakipleri ve müşterilerinden bağımsız hareket ederek fiyat, arz, üretim ve dağıtım miktarı gibi ekonomik parametreleri belirleyebilme gücü"* olarak tanımlanmaktadır. Hâkim durumun; teşebbüslere fiyatları artırma ve üretim miktarını, ürün çeşitliliğini ya da kalitesini azaltma imkânı verdiği ve hâkim durumdaki teşebbüslerin bu davranışlarının tüketici refahını azalttığı kabul edilmektedir.
- (39) 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi uyarınca yapılacak bir değerlendirme, işlemten etkilenen pazarlar dikkate alınarak yapılmaktadır. 2010/4 sayılı Tebliğ uyarınca etkilenen pazarlar ise *"Türkiye'de, a) Taraflardan ikisinin veya daha fazlasının aynı ürün pazarında ticari faaliyette bulunduğu (yatay ilişki), b) Taraflardan en az bir tanesinin bir diğerinin faaliyet gösterdiği herhangi bir ilgili pazarın alt veya üst pazarında ticari faaliyette bulunduğu (dikey ilişki), tüm ilgili ürün pazarlarından ve ilgili coğrafi pazarlardan oluşmaktadır."* şeklinde tanımlanmaktadır. Bu noktada işlem

¹⁸ Bildirim konusu işlemin, rekabet hukuku kapsamında yalnızca Türkiye'de bildirime tabi olduğu ifade edilmektedir. Kuruma yapılan bildirimin yanı sıra işlem ayrıca Litvanya'daki doğrudan yabancı yatırım otoritelerine (FDI) de bildirilmiş ve 08.11.2024 tarihinde Bildirilen İşlem'e izin verilmiştir.

taraflarının faaliyetleri arasında yatay ve/veya dikey bir ilişkinin olup olmadığının ele alınması gerekmektedir. Mevcut veya potansiyel rakipler arasındaki, başka bir ifadeyle yatay ilişkinin bulunduğu birleşme ve devralma işlemlerinin değerlendirilmesinde dikkate alınacak genel ilkeler Yatay Birleşme ve Devralmaların Değerlendirilmesi Hakkında Kılavuz'da (Yatay Kılavuz); farklı ilgili ürün pazarında faaliyet gösteren teşebbüsler arasında gerçekleşen, yani dikey veya çok pazarlı (konglomera) ilişkinin olduğu birleşme ve devralma işlemlerinde göz önünde bulundurulacak ilkeler ise Yatay Olmayan Birleşme Devralmaların Değerlendirilmesi Hakkında Kılavuz'da (Dikey Kılavuz) açıklanmaktadır.

- (40) Devralan işlem tarafı APPLE tarafından sunulan hizmetlerin temel olarak akıllı telefon, tablet, kişisel bilgisayar ve giyilebilir teknoloji ürünlerinin tasarlanması, üretilmesi ve pazarlanması faaliyetlerini içerdiği görülmektedir. Devre konu teşebbüs PIXELMATOR tarafından ise iPhone'lara, iPad'lere ve Mac bilgisayarlara yönelik görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları geliştirilmektedir.
- (41) İlk bakışta APPLE'ın ilgili ürün pazarı olarak tanımlanabileceği varsayılan görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları pazarında faaliyeti bulunmadığı görülmekte olup işlem taraflarının arasında rakiplik ilişkisi bulunmadığı ve bildirim konu işlem ile görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları pazarında yatay örtüşmenin ortaya çıkmayacağı değerlendirilmektedir. Ancak yine de her ihtimale karşı APPLE'a ait *Fotoğraflar* uygulaması gibi fotoğraf/görüntü yönetim sistemlerini de içerecek şekilde alternatif bir pazar tanımına gidilmesi durumunda ortaya çıkabilecek olası yatay örtüşme de dosya kapsamında dışlanmamış olup söz konusu ilişki bir sonraki başlık altında öldürücü devralma teorisi temelinde ele alınmıştır.
- (42) Bununla birlikte Bildirim Formu'nda yer verildiği üzere APPLE'ın (i) akıllı telefon serisi iPhone'da kullanılan iOS, (ii) çok amaçlı tablet serisi iPad'de kullanılan iPadOS ve (iii) kişisel bilgisayar serisi Mac'te kullanılan MacOS işletim sistemleri aracılığıyla PIXELMATOR Uygulamaları kullanılabilmektedir. Bu noktada devralan konumundaki APPLE'ın farklı cihazlar üzerinden kullanıma sunduğu işletim sistemlerinde görüntü düzenleme ve tasarım uygulamalarının dağıtımını gerçekleştirebildiğinden görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları pazarı ile APPLE'ın faaliyet gösterdiği (i) iOS (ii) iPadOS ve (iii) MacOS işletim sistemleri arasında dikey bir ilişkinin mevcut olduğu da değerlendirilmektedir.
- (43) Dolayısıyla bildirim konu işlem bakımından APPLE'ın (i) iOS (ii) iPadOS ve (iii) MacOS işletim sistemleri kapsamında gerçekleştirdiği faaliyetler¹⁹ üst pazar olarak, bu faaliyet ile ilişkili olarak görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları pazarı kapsamında yürütülen faaliyetler ise alt pazar olarak ele alınabilmektedir. Bu noktada APPLE ile PIXELMATOR Uygulamaları'nın faaliyette bulunduğu pazarlar arasında dikey örtüşmenin olduğu anlaşılmaktadır.

G.5.2.1. (Olası) Yatay İlişkiye Dair Değerlendirme

- (44) Yatay Kılavuz'da da belirtildiği üzere yatay birleşme ve devralmalar temelde iki şekilde rekabeti önemli ölçüde azaltabilmektedir. Bunlardan ilki, tek taraflı etkiler bağlamında, işlem neticesinde ortaya çıkan teşebbüsün hâkim duruma gelmesi veya hâkim durumunu güçlendirmesi; ikincisi ise aralarında daha önce koordinasyon bulunmayan

¹⁹ APPLE'ın iOS, iPadOS ve MacOS işletim sistemine özgü uygulama dağıtım faaliyetlerinin birbirlerine ikame görülüp görülemeyeceği ve dolayısıyla ayrı birer etkilenen pazar oluşturup oluşturmayacağına ilişkin ayrıntılı bilgiye "Girdi Kısıtlaması" başlığı altında yer verilmiştir.

teşebbüslerin, koordinasyon içinde bulunmaları suretiyle rekabeti önemli ölçüde engellemeleridir.

- (45) Tek taraflı rekabet karşıtı etkilerin değerlendirilmesinde tarafların sahip olduğu pazar payı, yakın rakip olup olmadıkları, müşterilerin sağlayıcı değiştirme olanakları, rakiplerin rekabetçi baskı kurup kuramayacakları ve işlemin önemli bir rekabetçi gücü ortadan kaldırıp kaldırmadığı gibi kriterler belirleyici olmaktadır. Bir devralmanın, ilgili pazarda hâkim durum yaratarak rekabeti önemli ölçüde engelleyecek nitelikte tek taraflı etkilere yol açıp açmayacağını belirleyen bu faktörlerin hepsinin birden mevcut olması gerekmemekle birlikte işlemin yarattığı etkiler bütüncül olarak değerlendirilmektedir.
- (46) Bir birleşme ya da devralma işlemi yoluyla ilgili pazarda faaliyet gösteren teşebbüs sayısının azalması, pazardaki oyuncuların koordineli davranışlarda bulunma ve fiyatları yükseltme potansiyelini artırmaktadır. Bu bağlamda bir risk doğup doğmadığının değerlendirilmesi amacıyla pazardaki yoğunlaşma düzeyleri ile pazar yapısının ortaya konulması gerekmektedir. Koordinasyon oluşmasını kolaylaştıran pazar koşulları ve koordinasyonun sürdürülebilir olmasını destekleyen faktörler bu alandaki değerlendirmede öne çıkmaktadır. Yatay Kılavuz'da az sayıda teşebbüsün faaliyet gösterdiği yoğunlaşmış pazarlarda koordinasyon olasılığının daha yüksek olduğu açıklamasına yer verilmiştir.
- (47) Yatay Kılavuz'da belirtildiği üzere rekabet karşıtı etkilerin tespiti için pazar payları ve yoğunlaşma seviyeleri gibi öncül göstergeler kullanılabilen ancak bu faktörlerin yanı sıra rakiplerin durumu, alıcı gücü, giriş engelleri, işlemin sağlayacağı muhtemel etkinlikler gibi dengeleyici unsurların da dikkate alınması gerekmektedir.
- (48) Yatay ilişkinin gözlemlendiği birleşme ve devralma işlemlerinde, yukarıda özetlenen geleneksel değerlendirme süreçleri yürütülmektedir. Fakat somut dosyada işlem taraflarının dijital piyasalarda²⁰ faaliyet göstermesi nedeniyle, geleneksel değerlendirmelere ek olarak, gelişmekte olan teşebbüslerin devralınmasına ilişkin rekabet karşıtı endişelere de değinilmesinde fayda görülmektedir²¹. Bu nedenle (olası) yatay etkilenen pazara ilişkin nihai değerlendirme öncesinde bahse konu teorilere değinilmiştir.

G.5.2.1.1. Gelişmekte Olan Teşebbüsün Devralınması: Öldürücü Devralmalar ve Potansiyel Rekabet

- (49) Yatay Kılavuz'un 69. paragrafında belirtildiği üzere özellikle büyük ölçekli yerleşik firmalarca, yeni kurulan veya gelişmekte olan teşebbüslerin (*nascent/start-ups*) devralındığı durumlarda olası rekabeti kısıtlayıcı etkilerin daha dikkatli incelenmesi önem arz etmektedir. Bu tür işlemler sonucunda rekabete aykırı veri birleşmeleri, artan fiyatlar, azalan inovasyon seviyesi²² ve giriş fırsatları nedeniyle tüketicinin zarar görmesi riski oluşabilecektir. Öte yandan, bu tarz işlemlerin her zaman tüketici zararı

²⁰ Gelişmekte olan teşebbüslerin devralınmasına ilişkin endişelerin yaygın olarak ilaç sektörü, kimyasallar ve teknoloji pazarlarında görüldüğüne dair bkz. Yatay Kılavuz, para. 75.

²¹ Ayrıca APPLE, 2020-2024 yılları arasında en çok gelişmekte olan teşebbüs devralanlar listesinde beşinci sırada yer almaktadır; <https://www.visualcapitalist.com/ranked-the-companies-acquiring-the-most-startups-2000-2024/>, Erişim Tarihi: 01.01.2024.

²² Dijital pazarlarda inovasyon temelli rekabet karşıtı endişe uygulamaları için bkz. FTC'nin (i) META'nın Within'i devralması ve (ii) NVIDIA'nın Arm'ı devralması işlemlerine itirazları.

oluşturduğu da ileri sürülemeyecektir. Gerçekten de bu tarz devralmaların, gelişmekte olan teşebbüsleri inovasyon noktasında teşvik ettiği söylenebilecektir²³.

- (50) Bu çerçevede, gelişmekte olan teşebbüslerin konu olduğu işlemler açısından piyasadaki inovasyon dürtüsünün zedelenip zedelenmeyeceği dikkat edilmesi gereken temel unsur olarak karşımıza çıkmaktadır²⁴. Dolayısıyla devralınan ürünün sahiplenilmemesi, geliştirilmemesi ya da ihmal edilmesi veya pazardan çıkarılması hallerinde rekabet karşıtı endişenin olduğu kabul edilmelidir. Bu tür devralmalardan ürünü ortadan kaldıranlar, öldürücü devralma (*killer acquisitions*) olarak literatüre geçmiştir. Bir diğer deyişle öldürücü devralmalar, yerleşik teşebbüsün, yenilikçiliğiyle gelecekte kendisine rakip olabilecek küçük ölçekli bir girişimi satın alarak bu girişimin sunduğu ürünü ya da hizmeti piyasadan çekmesini ifade etmektedir²⁵.
- (51) Yatay Kılavuz'un 70. paragrafına göre öldürücü devralma teorisinin tanımlayıcı özellikleri, endişelerin doğası gereği fiili ya da potansiyel olarak yatay seviyede olması ve sonucunda ürün geliştirmenin bitmesidir. Bir diğer deyişle, devralmanın ardındaki asıl niyet rekabeti engellemek olmalıdır. Bununla birlikte ilk bakışta teşebbüslerin tamamlayıcı veya ilişkisiz bir ürün ürettiği düşünülse bile yatay seviyede öldürücü devralma endişesi tespit edilebilecektir²⁶. Örneğin, iki taraflı bir pazarda ürünler bir tarafta birbirinin ikamesi olmazken (örneğin sosyal ağ ve resimli mesajlaşma ya da yemek dağıtımı ve kargo dağıtımı) pazarın diğer tarafında ikame addedilebilecektir (örneğin reklamcılık, kuryeler)²⁷. Dolayısıyla rekabet otoritelerinin pazarın sadece bir tarafına (örneğin kullanıcının bakış açısından ikame edilebilirliğe) odaklanmaktan kaçınması gerekir. Aksi bir tutum, çok taraflı pazar perspektifinde yatayda rekabet eden teşebbüslerden yerleşik olanın, tamamlayıcı ürün ve dikey ilişki tanımının arkasına gizlenerek gelişmekte olan teşebbüsü devralmasıyla sonuçlanabilir²⁸.
- (52) Literatürde bir birleşmenin/devralmanın öldürücü olarak nitelenebilmesi için en azından işlem sonrası şu üç değişikliğe yol açması gerektiği belirtilmektedir: (i) hedefin ürünlerinin ortadan kalkması, (ii) rakip firmaların zayıflaması ve (iii) birleşme sonrası pazara girişin ve pazardaki inovasyonun azalması veya yok olması²⁹. Bununla birlikte öldürücü devralma teorisi, gelişmekte olan firmaların devralınması bakımından geçerli olan zarar teorilerinden yalnızca biridir. Bu devralmalar bakımından girdi kısıtlaması ya da bağlama gibi dikey veya çok pazarlı birleşmelere ilişkin zarar teorilerinin de geçerli olabileceği açıktır. Değerlendirme noktasında önem arz eden husus, çok taraflı pazarlarda pazarın yalnızca bir tarafına odaklanılmamasıdır. Bu kapsamda potansiyel rekabet zarar teorisi, Yatay Kılavuz'un 72 ve 73. paragraflarında değinilen ve öldürücü

²³ Letina, I., Schmutzler, A. ve R. Seibel, R. (2020), "*Killer acquisitions and beyond: Policy effects on innovation strategies*", Working Paper Series University of Zurich, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3673150>, s. 14.

²⁴ Şentürk, A. (2022), *Rekabet Hukuku Perspektifinden Yok Edici Devralmalar*, Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, s. 11; OECD (2020), *Start-ups, Killer Acquisitions and Merger Control*, <http://www.oecd.org/daf/competition/start-ups-killer-acquisitions-and-merger-control-2020.pdf>, Erişim Tarihi: 29.12.2024.

²⁵ Şentürk (2022), s. 6; Cunningham, C., S. Ma Ve F. Ederer (2018), *Killer Acquisitions*, s. 1, <https://economics.sas.upenn.edu/system/files/2019-07/SSRN-id3241707.pdf>, Erişim Tarihi: 29.12.2024.

²⁶ Yatay Kılavuz, para. 70; Şentürk (2022), s. 12; OECD (2020), s. 9.

²⁷ OECD (2020), s. 9.

²⁸ OECD (2020), s. 9.

²⁹ Ivaldi, M., Nicolas P., ve Selçukhan Ü. (2024), "Killer Acquisitions: Evidence from European Merger Cases", *Antitrust Law Journal* 86.2, Toulouse School of Economics, s. 4, https://www.tse-fr.eu/sites/default/files/TSE/documents/doc/wp/2023/wp_tse_1420.pdf, Erişim Tarihi: 29.12.2024.

devralma zarar teorisindeki endişeyle yakından ilgili olan alternatif bir müdahale yöntemidir.

- (53) Gelişmekte olan teşebbüslerin kural olarak piyasaya henüz girmemiş veya piyasaya yeni girmiş ancak henüz olgunlaşmamış olduğu değerlendirilmektedir. Dolayısıyla gelişmekte olan bir teşebbüsü devralan yerleşik teşebbüs, aslında piyasadaki potansiyeli belirsiz olan ürünleri satın almaktadır. Bu nedenledir ki; bu tarz işlemlerde piyasanın sadece statik analizinin yapılmasının yeterli olmayacağı ve işlemin potansiyel rekabet üzerindeki etkisinin de incelenmesi gerektiği değerlendirilmektedir. Potansiyel rekabet zarar teorisindeki endişe, birleşme/devralma yoluyla elde edilen ve yerleşik teşebbüse rakip olma potansiyeli taşıyan ürünün, piyasadaki çekilmek yerine kontrol altında tutularak rekabet tehdidinin ortadan kaldırılmasıdır. Başka bir ifadeyle potansiyel rekabet teorisinde sadece rekabet engellenirken öldürücü devralmalarda rekabetin yanı sıra ürün de ortadan kaldırılmaktadır³⁰.
- (54) Gelişmekte olan teşebbüslerin konu olduğu devralma işlemlerinden kaynaklanan endişeler tanımlandıktan sonra bu işlemlerin ortaya çıkaracağı etkinin nasıl ortaya konulacağı ele alınmalıdır. Yatay Kılavuz'un 76. ilâ 82. paragrafları, etkinin ortaya konulması noktasında karşı olgusal analize başvurulmasını salık vermektedir.
- (55) Bu çerçevede devre konu teşebbüs, devralan teşebbüs ve devre konu ürün perspektifinden işlemin gerçekleşmemesi ihtimali detaylıca ele alınmalı ve piyasadaki rekabet açısından etkin yolun tercih edilmesi gerekmektedir. Ek olarak, işlemin gerekçesi ile devralan teşebbüsün niyeti de karşı olgusal analize katkı sunacaktır. Ayrıca kısa vadeli yaklaşımlar, bu tarz devralmaların uzun vadede ortaya çıkarabileceği endişeleri göz ardı edebileceği için analizde dikkate alınan zaman dilimi de oldukça önemlidir. Yine uzun vadenin getirdiği belirsizlikler nedeniyle bu tarz işlemlerde yapılan pazar tanımları ile tespit edilen pazar paylarının yanıltıcı olabileceği göz ardı edilmemelidir. Son olarak, işlemin ortaya çıkaracağı etkinliklerin de analize dâhil edilmesi ve sonrasında bir sonuca ulaşılması elzemdir.

G.5.2.1.2. Bildirim Konusu İşlemin (Olası) Yatay Örtüşme Bağlamında Değerlendirilmesi

- (56) Daha önce de ifade edildiği üzere, APPLE tarafından kullanıcılara ön yüklü sunulan *Fotoğraflar* uygulaması ile PIXELMATOR Uygulamaları'nın birbirine ikame görülmediği ve birbirleri ile rekabet etmediği, dolayısıyla işlem taraflarının faaliyetleri arasında yatay bir ilişki ya da örtüşmenin hâsıl olmadığı değerlendirilmektedir. Bununla birlikte, Yatay Kılavuz'da da belirtildiği üzere gelişmekte olan teşebbüslerin konu olduğu işlemlerde pazar tanımı yanıltıcı olabileceğinden, dosya kapsamında görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları pazarı şeklinde öngörülen varsayımsal pazar tanımının yanıltıcı olması riskini bertaraf etmek için APPLE tarafından kullanıcılara ön yüklü sunulan *Fotoğraflar* uygulaması ile PIXELMATOR Uygulamaları'nın aynı pazarda yer alabileceği senaryonun da incelenmesinde fayda görülmektedir.
- (57) Bildirim konusu işlemin meydana getirebileceği rekabet karşıtı etkilerin sağlıklı şekilde değerlendirilebilmesi için öncelikle pazardaki mevcut rekabet ortamına, devralan teşebbüsün güdüsüne ve işlem ile ortaya çıkacak etkinliklere ilişkin bilgilere yer verilmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda, APPLE tarafından işlem sonrasında (.....) belirtilmektedir. Ayrıca, APPLE'in genel planları arasında (.....) ifade edilmektedir.

³⁰ Yatay Kılavuz, para. 74.

- (58) Bununla birlikte, yine APPLE tarafından (.....) belirtilmektedir. Bu kapsamda, APPLE tarafından sunulan taslak plan kapsamında:

(.....TİCARİ SIR.....)³¹

ifade edilmektedir.

- (59) Yukarıda yer verilen bilgilerden hareketle geleneksel analiz yöntemine başvurulduğunda; öncelikle bildirim konusu işlem sonrasında pazardaki rekabetin ortadan kalkmayacağı, zira -bir sonraki başlıkta detaylı şekilde aktarıldığı üzere- pazarda hâlihazırda PIXELMATOR Uygulamaları'ndan daha gelişmiş ve kullanıcı nezdinde itibarı yüksek olan Adobe ve Canva gibi rakiplerinin de mevcut olduğu anlaşılmaktadır. İşlem sonrasında ortaya çıkacak birleşik teşebbüsün, varsayımsal görüntü düzenleme ve tasarım uygulamalarını da içine alacak daha geniş bir pazar tanımındaki toplam payının da Yatay Kılavuz'un 18. paragrafında öngörülen %20 eşiğini aşmayacağı, bu eşik aşılsa dahi PIXELMATOR Uygulamaları'nın işlem öncesindeki payının (.....) altında olması nedeniyle işlem sonucunda pazardaki rekabet dinamiklerinin ciddi bir şekilde değişmeyeceği kanaatine ulaşılmıştır.
- (60) Somut dosya bakımından ortaya çıkma potansiyeli taşıması nedeniyle gelişmekte olan bir teşebbüsün devralınmasına özgü endişelerin de ayrıca ele alınması gerekmektedir. İnceleme konusu işlem akabinde APPLE tarafından devre konu PIXELMATOR Uygulamaları'nın geliştirilmeye devam edileceği, buna yönelik gerekli maddi ve finansal desteklerin sağlanacağı ve söz konusu ürünlerin geliştirilmesi suretiyle pazarda kullanıcıların ihtiyaç ve isteklerine hitap eden daha yenilikçi ürünlerin sunulacağı görülmektedir. Ayrıca, işlem sonrasında mevcut PIXELMATOR Uygulamaları'ndan (.....) pazarın rekabetçi yapısının daha dinamik hale gelebileceği, böylelikle geliştirilmiş ürünlerle inovasyonun korunacağı ve pazarda daha rekabetçi bir ortamın meydana gelebileceği değerlendirilmektedir. Dolayısıyla devralan işlem tarafı APPLE'in, öldürücü devralma ya da potansiyel rekabeti engelleme motivasyonu taşımadığı, bunun yerine, sinerjilere sahip tamamlayıcı teknolojilerin birleştirilmesini amaçlayan bir motivasyonda olduğu değerlendirilmektedir.
- (61) Sonuç olarak, bildirim konu işlem kapsamında yatay bir örtüşme tespit edilse dahi işlemin hem tek taraflı etkiler hem de koordinasyon doğurucu etkiler bakımından rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğuracak nitelikte olmayacağı kanaatine ulaşılmıştır.

G.5.2.2. Dikey Etkilenen Pazarlara İlişkin Değerlendirme

- (62) Devralan taraf olan APPLE, (i) akıllı telefon serisi iPhone'da kullanılan iOS, (ii) çok amaçlı tablet serisi iPad'de kullanılan iPadOS ve (iii) kişisel bilgisayar serisi Mac'te kullanılan MacOS işletim sistemlerini sunmaktadır. APPLE'in farklı cihazlar üzerinden kullanıma sunduğu işletim sistemlerinde görüntü düzenleme ve tasarım uygulamalarının dağıtımı gerçekleştirilebildiğinden görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları pazarı ile APPLE'in faaliyet gösterdiği (i) iOS (ii) iPadOS ve (iii) MacOS işletim sistemleri arasında dikey bir örtüşme bulunmaktadır. Bu kapsamda, söz konusu

³¹ Cevabi yazıda APPLE'in, (.....) belirtilmektedir.

devralma işlemi Dikey Kılavuz kapsamında ele alınmış ve olası rekabet karşıtı etkiler bu bağlamda irdelenmiştir.

- (63) Dikey birleşme ve devralmalar, tedarik zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren teşebbüsler arasında gerçekleştirilen işlemleri ifade etmektedir. Bu tür işlemlerin değerlendirilmesinde birleşme tarafı olan teşebbüslerin faaliyet gösterdikleri pazarlar genel olarak alt pazar ve üst pazar olarak ayrıma tabi tutulmakta; üst pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerin, alt pazarda faaliyet gösteren teşebbüslere girdi sağladıkları kabul edilmektedir.
- (64) Devre konu PIXELMATOR'ın faaliyet gösterdiği varsayımsal görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları pazarındaki oyuncular, tüketiciye ulaşabilmek için dağıtım kanallarına ihtiyaç duymaktadır. Benzer şekilde, APPLE'ın faaliyet gösterdiği (i) iOS (ii) iPadOS ve (iii) MacOS işletim sistemleri de faaliyet gösterebilmek için uygulamalara ihtiyaç duymaktadır. Bu karşılıklı ihtiyaç durumu, ağ etkilerinin gözlemlendiği çok taraflı pazarlarda, klasik pazarlarda olduğu kadar açık ve net şekilde dikey ilişkinin ve alt/üst pazar ayrımının ortaya konulamadığını göstermektedir. Gerçekten de APPLE'ın yürüttüğü faaliyetler açısından PIXELMATOR Uygulamaları bir girdi niteliğindeki PIXELMATOR perspektifinden bakıldığında nihai tüketiciye erişim noktasında uygulama dağıtım faaliyetleri girdi sıfatını haizdir. Bununla birlikte, somut işlem bakımından dikey ilişkinin yönü ile hangi ürünün alt ve üst pazar olarak nitelendiği, dosya kapsamında yapılacak değerlendirme sonucunu değiştirmeyecektir. Bu nedenle dosya kapsamında, APPLE'ın iOS, iPadOS ve MacOS işletim sistemleri kapsamında yürütmüş olduğu faaliyetlerin "üst pazar", PIXELMATOR Uygulamaları'nın faaliyette bulunduğu varsayımsal görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları pazarının ise "alt pazar" teşkil ettiği bir dikey ilişki benimsenerek değerlendirmeler yapılmıştır.
- (65) Dikey devralmalar, yatay devralmalara kıyasla daha düşük ihtimalle de olsa, üst ya da alt pazardaki rakiplerin birbirleri için ciddi potansiyel rakipler olabileceği göz önünde bulundurulduğunda, bazı durumlarda hâkim durum yaratma veya mevcut bir hâkim durumu güçlendirme ve bunun sonucunda rekabeti önemli ölçüde azaltma potansiyeline sahiptir.
- (66) Yatay olmayan birleşme/devralma işlemleri sonucunda ortaya çıkan birleşik teşebbüs, birleşme sonrasında ilgili pazarlardan en az birinde hâkim durumda olmadıkça birleşme işleminin rekabeti olumsuz şekilde etkilemeyeceği kabul edilmektedir. Kurulun birçok kararında da ortaya konulduğu üzere, bir teşebbüsün hâkim durumda olup olmadığının tespit edilmesindeki önemli unsurlardan biri pazar payları ve yoğunlaşma seviyeleridir. Dikey Kılavuz'da, HHI değerinin 2500 seviyesinin altında olması ve birleşik teşebbüsün her bir pazardaki payının %25'in altında olması halinde, yatay olmayan birleşmenin rekabet bakımından olumsuz etkilerinin, incelemenin derinleştirilmesini ve birleşmenin yasaklanmasını gerektirecek düzeyde olmadığı varsayılmaktadır. Ancak uygulamada hangi büyüklükteki pazar payının hâkim durum oluşturabilecek bir pazar gücü olarak değerlendirileceğine ilişkin rekabet hukuku doktrini ve içtihadında kesin bir ölçüt bulunmamaktadır.
- (67) Yatay olmayan devralmaların rekabet üzerinde iki tür olumsuz etkisi bulunmaktadır. Bunlardan ilki, devralma nedeniyle mevcut ve potansiyel rakiplerin tedarik kaynaklarına ya da pazarlara erişiminin güçleştirilmesi veya engellenmesi ve bu yolla söz konusu rakiplerin rekabet edebilme imkânının ve/veya güdüsünün azaltılması şeklinde ifade edilen ve pazar kapama etkisi olarak da kabul edilen tek taraflı etkilerdir. İkincisi ise birleşme öncesinde davranışlarını uyumlaştırmadan faaliyet gösteren teşebbüslerin birleşme sonrasında ortaya çıkacak olan koordinasyon yoluyla fiyatları yükseltme ya

da rekabeti azaltma ihtimallerinin önemli ölçüde artması şeklinde ifade edilen koordinasyon doğurucu etkilerdir.

- (68) Pazar kapama etkisinin varlığından söz edebilmek için rakiplerin devralma sonrasında mutlaka pazardan çıkmış olmaları şartı aranmamakta; işlemin, rakipleri dezavantajlı konuma getirerek etkin şekilde rekabet edemeyecek olmalarına yol açması da yeterli görülmektedir. Pazarı kapama etkisinin girdi ve müşteri kısıtlaması olarak iki farklı türü bulunmaktadır. Girdi kısıtlaması, birleşme sonrasında birleşik teşebbüsün, alt pazardaki rakiplerin ihtiyacı olan önemli girdilere erişimini kısıtlaması ve bu yolla rakiplerin maliyetlerini artırması; müşteri kısıtlaması ise birleşme sonrasında birleşik teşebbüsün, üst pazardaki rakiplerin yeterli müşteri tabanına erişimini kısıtlaması olarak ifade edilebilmektedir. Girdi kısıtlaması, alt pazardaki mevcut ve potansiyel rakiplere girdi sağlanmasının tamamen durdurulması, girdi miktarının sınırlandırılması, satış fiyatının yükseltilmesi veya arz koşullarının birleşme öncesi duruma kıyasla dezavantajlı hale getirilmesi gibi çeşitli şekillerde ortaya çıkabilmektedir. Girdi kısıtlamasındaki temel rekabetçi endişe, girdi kısıtlaması sonucu rakiplerin artan girdi maliyetleri ile birlikte birleşik teşebbüsün tüketiciye uyguladığı fiyatları kârlı bir şekilde artırması ve böylelikle ortaya çıkan pazar kapama etkisinin tüketici zararına yol açmasıdır.

G.5.2.2.1 Tek Taraflı Etkiler

G.5.2.2.1.1. Girdi Kısıtlaması

- (69) Girdi kısıtlamasının pazarı kapamaya yol açma olasılığı değerlendirilirken öncelikle pazar kapamanın mümkün olup olmadığı incelenmelidir. Bu kapsamda söz konusu girdinin alt pazardaki ürün bakımından önemli bir girdi olup olmadığı dikkate alınmalıdır. Alt pazardaki ürün için önemli bir maliyet kalemi oluşturması, anılan girdi olmaksızın alt pazarda üretimin ya da etkin satışın gerçekleştirilememesi, girdinin alt pazardaki ürün için önemli bir ürün farklılaştırması unsuru olması veya alternatif girdilere geçiş maliyetinin yüksek olması hallerinde girdi önemli kabul edilebilmektedir. Girdi kısıtlaması yoluyla pazarı kapama etkisinin ortaya çıkabilmesi, dikey bütünleşik teşebbüsün üst pazarda belli bir pazar gücüne sahip olmasına bağlı olup ilaveten alt pazarın genelinde girdinin fiyat ve kalite bakımından erişilebilirliği, birleşik teşebbüsün birleşme öncesinde bağımsız girdi sağlayıcılarından yaptığı alımları birleşme sonrasında durdurarak ihtiyacı olan girdileri kendi bünyesinde karşılama ihtimali ve bu hallerde rakip teşebbüslerce karşı stratejilerin geliştirilmesi ihtimali gibi faktörler de değerlendirmede dikkate alınmalıdır.
- (70) Girdi kısıtlamasına ilişkin olarak birleşik teşebbüsün kısıtlama güdüsü de bir unsur olarak değerlendirilmelidir. Bu unsurun değerlendirilmesinde dikkate alınacak husus, rakiplere uygulanan girdi kısıtlaması sonucu gerçekleşecek kâr kaybının kısa ya da uzun vadede alt pazardaki satışları artırmak ve tüketicilere uygulanan fiyatları yükseltmek suretiyle telafisinin mümkün olup olmadığıdır. Dolayısıyla, üst pazardaki kâr kaybı ile alt pazardaki telafi imkânının karşılaştırılması gerekmektedir. Bu kapsamda girdi temininin hem üst hem de alt pazarda elde edilecek kârları nasıl etkileyeceği, alt pazardaki güdünün hangi oranda dışlanan rakiplerden birleşik teşebbüse akacağı ve birleşik teşebbüsün alt pazardaki yüksek fiyat seviyelerinden ne ölçüde faydalanacağı gibi farklı hususlar dikkate alınmalıdır. Söz konusu girdinin alt pazardaki ürünlerin önemli bir parçası olması ve alt pazardaki rakipler için maliyetin önemli bir kısmını oluşturması halinde, girdi kısıtlamasının alt pazardaki olumsuz etkisinin artması beklenmektedir. Öte yandan, birleşik teşebbüsün alt pazarda sahip

olduğu pazar payı ne kadar büyükse artan kâr marjını yansıtacağı satışların miktarı ve böylece girdi kısıtlama güdüsünün o kadar yüksek olacağı kabul edilmektedir.

- (71) Özetle Dikey Kılavuz'a göre girdi kısıtlamasına ilişkin değerlendirmede öncelikle birleşik teşebbüsün alt pazarda girdilere erişimi önemli ölçüde kısıtlama imkânı olup olmadığı incelenmelidir. İkinci olarak ise, birleşik teşebbüsün bu yönde bir güdüsü olup olmadığı dikkate alınmalıdır. Son olarak, bu yöndeki bir pazar kapama uygulamasının alt pazardaki rekabeti önemli ölçüde bozup bozmayacağı göz önünde bulundurulmalıdır. Dikey Kılavuz'da bu üç kıstas çoğunlukla iç içe geçmiş olduğundan birlikte değerlendirmenin de yapılabileceği belirtilmektedir. Bu çerçevede bu başlık altında APPLE'ın işlem sonrasında rakip görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları sunan teşebbüslere pazarı kapama imkânına ve güdüsüne sahip olup olmadığı incelenmiştir.
- (72) Dosya konusu işlemde APPLE ve PIXELMATOR Uygulamaları tarafından sağlanan hizmetler bakımından dikey anlamda ortaya çıkan örtüşmenin rekabet karşıtı etkilerinin değerlendirilebilmesi için öncelikle üst pazar olarak nitelendirilen APPLE'ın iOS, iPadOS ve MacOS işletim sistemine özgü faaliyetlerinin dâhil olduğu pazar yapısının ve büyüklüğünün incelenmesi gerekmektedir. Bunun için aşağıda ilk olarak uygulama dağıtım faaliyetleri ile işletim sistemleri arasındaki ilişki Komisyon'un APPLE hakkında almış olduğu kararlar temelinde sorgulanmış olup ardından her bir işletim sistemi özelinde açıklamalar yapılarak APPLE'ın pazardaki konumu ortaya konmaya çalışılmıştır.

Uygulama Dağıtım Faaliyetleri ve İşletim Sistemleri Arasındaki İlişki Hakkında Bilgi

- (73) PIXELMATOR Uygulamaları, daha önce de ifade edildiği üzere, Türkiye'de ve küresel ölçekte, farklı işletim sistemleri kullanan APPLE cihazlarında yer alan App Store uygulama mağazası üzerinden dijital olarak dağıtılmakta ve internet uygulaması gibi alternatif dağıtım kanallarında yer almamaktadır. Bununla birlikte genel anlamda uygulamaların dağıtılabileceği tek kanal uygulama mağazaları olmayıp internet uygulamaları ve geliştiricinin sitesinden indirme gibi alternatif dağıtım yöntemleri de bulunmaktadır. Dolayısıyla etkilenen pazarların doğru tespiti için bu dağıtım kanalları arasındaki ikame ilişkisinin incelenmesi ve APPLE ile rekabet eden hizmetlerin/rakiplerin belirlenmesi gerekmektedir. Fakat bu değerlendirmelere geçmeden evvel, devralan işlem tarafı APPLE'ın konu olduğu Komisyon kararlarına değinmekte fayda görülmektedir.
- (74) DMA uyarınca APPLE hakkında alınan ilk karar kapsamında APPLE;
- iPhone'lardaki App Store (iOS App Store);
 - iPad'lerdeki App Store (iPadOS App Store);
 - Mac bilgisayarlardaki App Store (MacOS App Store);
 - Apple TV'lerdeki App Store (tvOS App Store); ve
 - Apple Watch'lardaki App Store (watchOS App Store)

olmak üzere işletim sistemleri özelinde tasarlanmış beş farklı uygulama mağazası işlettiğini beyan etmiştir³². Fakat APPLE'ın görüşlerine katılmayan Komisyon; uygulamalar ile uygulama mağazalarının işletim sistemi bazında ayrıştırılmasının

³² Komisyonun 05.09.2023 tarihli ve DMA.100013, DMA.100025 ve DMA.100027 sayılı kararı (DMA.100013), para. 30-34.

zorunluluk arz etmediğini, tüm App Store'lar için tek destek ve analiz hizmeti bulunduğunu, kullanıcıların ve uygulama geliştiricilerin tek hesap ile bütün App Store'lara erişim sağladığını, bir APPLE cihaz için geliştirilen uygulamaları diğer APPLE cihazlarda da kullanma imkânının bulunduğunu belirterek bütün App Store'ları tek bir "temel platform hizmeti" olarak kabul etmiştir³³. İnceleme sonucunda Komisyon, APPLE'in çevrim içi aracılık hizmeti "App Store," işletim sistemi "iOS" ve internet tarayıcısı "Safari" açısından geçit bekçisi olduğuna hükmetmiştir.

- (75) DMA uyarınca APPLE hakkında alınan ikinci karardaysa Komisyon; ağ etkilerinden ve ölçek ekonomilerinden faydalanması, kullanıcıları ve uygulama geliştiricileri kilitlemesi (*lock-in effect*) ve yüksek tüketici sayısı nedeniyle APPLE'in "iPadOS" bakımından da geçit bekçisi olduğuna hükmetmiştir³⁴.
- (76) Öncelikle her bir App Store'un ilgili işletim sistemiyle entegre olduğu, başka bir işletim sisteminde çalışmadığı gibi sadece o işletim sistemine göre geliştirilmiş uygulamaların dağıtımına hasredildiği³⁵ göz önüne alındığında Komisyonun App Store uygulama mağazalarına ilişkin değerlendirmelerine katılmak mümkün görünmemektedir. İkinci olarak iPadOS kararında yapılan kilitleme değerlendirmeleri APPLE'a ait diğer işletim sistemleri için de geçerlidir. Üçüncü olarak ise bir işletim sisteminin başarısının, benimsediği uygulama dağıtım yöntemlerinin başarısından bağımsız olarak düşünülmemesi gerekmektedir. Bu noktada, uygulama dağıtım yöntemlerinin her bir işletim sistemi bazında ayrıştırılmasının gerekli olup olmadığı problemi ile karşılaşmakta ve rekabet hukukunda yerleşik olan ardıl pazar (*aftermarkets*) doktrininin, bu problem açısından yol gösterici olacağı değerlendirilmektedir.
- (77) Genel olarak ardıl pazar kavramı, hâlihazırda satın alınmış bir ana/birincil ürünün (*primary product*) niteliğini belirleyen işlevlerinin tam olarak yerine getirilmesi amacıyla ihtiyaç duyulan tamir, servis, yedek parça vb. tamamlayıcı/ikincil ürün ya da hizmetlerin (*secondary product*) tedarikini içeren pazarları ifade etmektedir³⁶. Literatürde birincil ürünlerin satışının gerçekleştirildiği pazarlar birincil pazar (*primary market*) ya da ön pazar (*foremarket*) olarak, ikincil ürünlerin satışının gerçekleştirildiği pazarlar ise ikincil pazar (*secondary market*) ya da ardıl pazar (*aftermarket*) olarak tanımlanmaktadır³⁷.
- (78) Satın alım öncesi var olan öncül (*ex-ante*) ikame yerine satın alım sonrası var olmayan ardıl (*ex-post*) seçeneklerin eksikliğine dayanan³⁸ ardıl pazar doktrini, esasen ikincil pazarlardaki rekabetçi dinamiklere odaklanarak ürün sahibi teşebbüsün meşru menfaatleri ile tüketici refahı arasında bir denge kurmaya çalışmaktadır. Dolayısıyla bir

³³ DMA.100013, para. 49-55.

³⁴ Komisyonun 29.04.2024 tarihli ve DMA.100047 sayılı kararı.

³⁵ Bir uygulamanın farklı APPLE cihazlarında çalışmasını sağlayan "uyumluluk modu" olmakla birlikte bu modda çalışan uygulamaların, idealin altında bir kullanım sağladığı belirtilmektedir, DMA.100013, para. 79.

³⁶ Sağduyu, A. (2022), *Rekabet Hukuku Perspektifinden Tıbbi Cihaz Sektöründe Ardıl Pazarlar*, Uzmanlık Tezi Serisi, Rekabet Kurumu, s. 18.

³⁷ Sağduyu (2022), s. 18. Ayrıca, 22.02.2024 tarihinde yayınlanan "İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Komisyon Bildirimi"nde ardıl pazarlar ele alınmış ve dayanıklı bir ürünün (birincil ürün) tüketimiyle bağlantılı başka bir ürünün (ikincil ürün) tüketilmesi durumunda ardıl pazarların söz konusu olabileceği ifade edilmiştir. Bu hallerde ilgili ürün pazarlarını tanımlamanın genel olarak üç olası yolu vardır: (a) hem birincil hem de ikincil ürünü içeren bir sistem pazarı olarak, (b) çoklu pazarlar olarak, yani birincil ürün için bir pazar ve birincil ürünün her bir markasıyla ilişkili ikincil ürünler için ayrı pazarlar olarak veya (c) ikili piyasalar olarak, yani bir yandan birincil ürün piyasası ve diğer yandan ikincil ürün piyasası. Bkz. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:C_202401645, Erişim Tarihi: 22.12.2024.

³⁸ Burhan, U. B. (2022), *Mobil Uygulama Mağazaları Pazarına Rekabet Hukuku Perspektifinden Bakış*, Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, s. 19.

ardıl pazardan bahsedilebilmesi için tüketicilerin birincil ürünle uyumlu satış sonrası ürün veya hizmetleri de satın almaları gerekmektedir. Birincil ürünün dayanıklı/uzun ömürlü ve yüksek fiyatlı olması halinde alternatif birincil ürünlere geçişin maliyetli olması nedeniyle tüketicilerin satış sonrası pazarda belirli tedarikçi(ler)e “kilitli” kalarak savunmasız hale geleceği³⁹ ve böylelikle ardıl pazar gerekliliğinin sağlanacağı değerlendirilmektedir.

- (79) Birincil ürünün sahibi olan teşebbüs; ikincil ürünlerin ikame edilebilirlik derecesine, birincil ürünün değeri ile kullanım ömrüne ve birincil pazardaki rekabetin yoğunluğuna bağlı olarak ikincil pazarda pazar gücüne sahip olabilir⁴⁰. Bununla birlikte bir teşebbüs, birincil ürün pazarında pazar gücüne sahip olmasa bile ardıl pazarda hâkim durumda olarak nitelenebilir. Ardıl pazar doktrininin ortaya çıktığı *Eastman Kodak Co. v. Image Technical Services, Inc.*⁴¹ kararında ABD Yüksek Mahkemesi, birincil fotokopi makinaları pazarındaki %2’lik düşük pazar payına rağmen yedek parça ve satış sonrası hizmetlere ilişkin ardıl pazarlarda Kodak’ın hâkim durumda olduğuna ve bunu kötüye kullandığına hükmetmiştir.
- (80) Bahse konu husus dijital pazarlar özelinde incelendiğinde ise dijital ekosistemden ayrılması zor olan ve tüketicilere karşı başarılı kilitleme stratejileri uygulayan bir teşebbüsün, ilgili ekosisteme özgü ardıl pazar oluşturabileceği değerlendirilmektedir⁴². Bu ihtimalde tüketicilerin, kilitli kaldıkları dijital ekosistemi işlevsel şekilde kullanabilmek için gerekli tamamlayıcı mal ve hizmetler konusunda *ex post* fırsatçılığa maruz kalabilecekleri kabul edilmektedir⁴³.
- (81) Bildirim Formu’nda yer verildiği üzere APPLE’ın (i) akıllı telefon serisi iPhone’da kullanılan iOS, (ii) çok amaçlı tablet serisi iPad’de kullanılan iPadOS ve (iii) kişisel bilgisayar serisi Mac’te kullanılan MacOS işletim sistemleri aracılığıyla PIXELMATOR Uygulamaları kullanılabilmektedir. Bu noktaya kadar sunulan teorik çerçeve kapsamında uygulama dağıtım faaliyetlerine ilişkin etkilenen pazarların tespiti için öncelikle mezkûr işletim sistemleri temelinde ardıl pazar tanımlanıp tanımlanamayacağı, ardından da farklı uygulama dağıtım faaliyetlerinin birbirlerine ikame olup olmadığı irdelenmiştir.

iOS İşletim Sistemine Özgü Uygulama Mağazaları Pazarı

- (82) Mobil işletim sistemleri en temel haliyle, akıllı telefon ve tablet bilgisayar gibi mobil cihazlarda programların ve uygulamaların çalışmasını sağlayan ve bu cihazlara önceden yüklenmiş olan sistem yazılımları olarak tanımlanmaktadır⁴⁴. Geçmiş Kurul kararlarında da mobil işletim sistemlerinin, masaüstü ya da dizüstü bilgisayarları kontrol eden Linux veya Windows işletim sistemlerine benzer şekilde mobil telefonlar, akıllı telefonlar, tablet bilgisayarlar ve diğer taşınabilir cihazlar gibi mobil cihazların

³⁹OECD(2017), *Competition Issues In Aftermarkets*, DAF/COMP, <https://web.archive.oecd.org/temp/2018-10-25/428061-aftermarkets-competition-issues.htm>, Erişim Tarihi: 22.12.2024, para. 3.

⁴⁰ OECD (2017), para. 3.

⁴¹*Eastman Kodak Co. v. Image Technical Services, Inc.*, 504 U.S. 451 (1992), <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/504/451/case.html>, Erişim Tarihi: 22.12.2024.

⁴² Crémer, J., Montjoye, Y., Schweitzer, H. (2019), *Competition Policy for the digital era: Final Report*, Brüksel, <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/21dc175c-7b76-11e9-9f05-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-311676665>, Erişim Tarihi: 26.12.2024, s. 56.

⁴³ Yun, J. M. (2021), “App Stores, Aftermarkets & Antitrust”, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=%203942570, Erişim Tarihi: 26.12.2024, s. 1291.

⁴⁴ CMA (2022), s.14.

çalıştırılması amacıyla tasarlanan işletim sistemleri olduğu değerlendirilmiştir⁴⁵. Mobil işletim sistemleri, mobil cihazların kamera, GPS, internet gibi özelliklerine erişim yoluyla cihazın donanım ve yazılım özelliklerini kontrol etmekte⁴⁶ ve kullanıcıların mobil cihazları kullanmalarını sağlamaktadır.

- (83) Herhangi bir işletim sistemini üçüncü taraflara lisanslamayan APPLE, iPad ve Mac bilgisayarlar da yer alan iPadOS ile MacOS'un yanı sıra akıllı telefon markası iPhone'da kullanılan iOS mobil işletim sisteminin de sahibidir. Bu nedenle etkilenen pazarın belirlenmesi noktasında öncelikle APPLE'in farklı cihazlar için geliştirdiği işletim sistemlerinde kullanılan uygulama dağıtım yöntemlerinin, iOS nezdindeki dağıtım faaliyetleri üzerinde rekabetçi baskı oluşturup oluşturamadığı ele alınmalıdır. Komisyonun DMA uyarınca aldığı kararlarda ortaya konulduğu üzere hepsi APPLE'a ait olsa bile her bir işletim sistemi, farklı amaçlara hizmet etmektedir. İşletim sistemlerini ayırtıran farklılıklar aşağıdaki şekilde sınıflandırılabilir:

- *Cihaz Özellikleri:* Bilgisayarlar, tabletler ve akıllı telefonlar; işlemci gücü, ekran büyüklüğü ve donanım çeşitliği bakımından ayrışabilmektedir. Bilgisayarlar güç ve büyüklüğü odağına alırken mobil cihazlardaki öncelikler taşınabilirlik ve dokunmatik ekran işlevselliğidir. Bu nedenle bilgisayar uygulamaları daha karmaşık işlevler sunabilirken, mobil uygulamalar daha basit arayüzlere ve dokunmatik etkileşime odaklanır. Bununla birlikte cihazlar arasındaki farklılıklar, bu cihazlarda sunulan uygulamaları da ayırtırmaktadır.
- *Kullanım Senaryoları:* Bilgisayarlar; iş, eğitim, eğlence gibi çeşitli amaçlarla kullanılırken mobil cihazlar daha çok kişisel kullanıma yöneliktir. Bu nedenle, bilgisayar uygulamaları daha geniş bir işlev yelpazesi sunarken, mobil uygulamalar daha çok iletişim, sosyal medya ve oyun gibi alanlara odaklanmaktadır.

- (84) Değinilen ayrımlara ek olarak bu işletim sistemleri, farklı bir APPLE cihaza yüklenememekte ve sadece geliştirildiği APPLE cihazı ile sınırlı bir kullanım imkânı sunmaktadır. Başka bir deyişle, bir iPhone'a ya da iPad'e MacOS yüklenerek bu cihazlar kullanılamamaktadır. Benzer şekilde, her bir işletim sistemi için geliştirilen uygulamalar da sadece ilgili işletim sisteminde tam verimle kullanılabilir. Bu nedenle APPLE'in diğer cihazlara yönelik sunduğu işletim sistemlerinde gerçekleştirilen dağıtım faaliyetlerinin, iOS nezdinde rekabetçi bir baskı oluşturamayacağı değerlendirilmektedir.

- (85) İşlem taraflarına göre APPLE, diğer akıllı telefonlarda bulunan uygulama dağıtım mağazaları (Google Play Store ve Microsoft Store, ve diğer Android tabanlı mağazalar) ile oyun konsollarında (örneğin Nintendo eShop) ya da kablolu TV'ler ile akış (*stream*) cihazlarında (örneğin Xiaomi TV Stick) sunulan uygulama mağazalarıyla rekabet içerisinde. APPLE'in kendi ekosisteminde yer alan farklı işletim sistemlerindeki dağıtım kanallarının dahi iOS üzerinde rekabetçi baskı oluşturamadığı dikkate alındığında, akıllı telefonlar dışında çalışan uygulama mağazalarının bu husus özelinde ayrıca ele alınmasına gerek bulunmamaktadır. Dolayısıyla değerlendirilmesi

⁴⁵ 28.12.2015 tarihli ve 15-46/766-281 sayılı Kurul kararı, para. 19; 19.09.2018 tarihli ve 18-33/555-273 sayılı Kurul kararı para. 31.

⁴⁶ ACCC (2021), *Digital Platform Services Inquiry, Interim Report No.2 – App Marketplaces*, <https://www.accc.gov.au/about-us/publications/serial-publications/digital-platform-services-inquiry-2020-25-reports/digital-platform-services-inquiry-march-2021-interim-report>, Erişim Tarihi: 27.12.2024, s.19.

gereken ikinci husus, akıllı telefonlarda kullanılan işletim sistemlerindeki uygulama dağıtım faaliyetlerinin iOS üzerinde rekabetçi baskı oluşturup oluşturmadığıdır.

- (86) Ülkemizde hâlihazırda en yaygın kullanılan mobil işletim sistemlerinin APPLE tarafından geliştirilen iOS ve Google tarafından geliştirilen Android olduğu, bunlara ilaveten HUAWEI tarafından geliştirilen HarmonyOS'un da ufak bir payla pazarda yer aldığı görülmektedir. Mezkûr mobil işletim sistemleri farklı iş modellerine sahip olsa da ilgili uygulama mağazaları ile diğer dağıtım yöntemleri, her bir mobil işletim sistemine sıkı şekilde entegre edilmiştir⁴⁷. Örneğin iOS işletim sistemi kullanan cihazlara yönelik geliştirilmiş olan App Store uygulama mağazası veya uygulama, Android ve HarmonyOS işletim sistemlerini kullanan bir cihazda çalıştırılmamaktadır.
- (87) Tüketiciler, akıllı bir mobil cihaz satın almak istediğinde ülkemizde mevcut olan mobil işletim sistemlerinden birini tercih edebilmektedir. Fakat işletim sistemi tercihi sonrasında bunu değiştirmek isteyen tüketicilerin çeşitli geçiş maliyetlerine katlanması gerekmektedir. Bu maliyetlerden ilki, farklı işletim sistemine geçmek isteyen bir tüketicinin kural olarak yeni bir mobil cihaz almak zorunda olmasıdır⁴⁸. Örneğin, iOS kullanan bir tüketici, farklı bir işletim sistemine geçiş yapmak istediğinde APPLE markası dışında farklı bir mobil cihaz satın almak zorundadır. Diğer maliyetler ise yeni işletim sistemine geçiş sonrası karşılaşılan öğrenme maliyetleri, işletim sistemi değişikliği sonrasında kulaklık gibi tamamlayıcı donanım ürünlerindeki işlevselliklerde azalma, farklı işletim sistemleri arasında veri taşımaya ilişkin zorluklar ve satın alınan ücretli mobil uygulamaların yeni işletim sistemine taşınamaması şeklinde örneklendirilebilecektir⁴⁹. Bu geçiş maliyetleri, işletim sistemi seçerek belirli bir ekosistem tercihinde bulunan tüketicinin seçtiği ekosistemde kilitli kalmasına sebep olabilecektir. Anılan kilitlenme etkisinin, APPLE'ın iOS işletim sisteminde olduğu gibi işletim sistemini geliştiren teşebbüs tarafından üretilen cihazlara yönelik marka bağımlılığı halinde artacağı öngörülmektedir.
- (88) Bu çerçevede, iOS işletim sistemini kullanan APPLE marka akıllı telefon satın alan bir tüketicinin ilgili işletim sisteminde kilitli kaldığı, dolayısıyla iOS işletim sisteminde erişebildiği uygulama dağıtım yöntemlerini kullanmak zorunda olduğu görülmektedir. Bu nedenle, APPLE marka mobil cihaz satın alan tüketiciler açısından iOS işletim sistemindeki uygulama dağıtım yöntemlerine özgü bir ardıl pazar tanımlanabileceği değerlendirilmektedir⁵⁰. Bu görüşe paralel şekilde Komisyon da *Android* kararında SSNIP⁵¹ ve SSNQD⁵² testlerini uygulayarak farklı işletim sistemleri için geliştirilen

⁴⁷ Burhan (2022), s. 7.

⁴⁸ Android haricindeki işletim sistemleri, sadece işletim sistemi sahibi teşebbüs tarafından piyasaya sürülen mobil cihazlarda kullanılabilmektedir. Dolayısıyla iOS veya HarmonyOS işletim sistemlerinden birisine geçmek ya da bu işletim sistemlerinden çıkmak isteyen bir tüketicinin ilk yapması gereken, bu işletim sistemlerine uygun bir mobil cihaz satın almaktır.

⁴⁹ Burhan (2022), s. 20; Yun (2021), s. 1292.

⁵⁰ Benzer yönde bkz. Burhan (2022), s. 21; Cabral, L., Haucap, J., Parken, G., Petropoulos, G., Valletti, T. ve Aylstne, M. V. (2021), "The EU Digital Markets Act," Publications Office of the European Union, <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC122910>, Erişim Tarihi: 27.12.2024, s. 18; Jacobides, M. G. (2021), *What Drives and Defines Digital Platform Power? A framework, with an illustration of App dynamics in the Apple Ecosystem*, https://0b15b1ba-b409-4bee-904c-2a804d95a4b1.usrfiles.com/ugd/0b15b1_965c04480db84c3eab4eb2fe4b23087c.pdf, Erişim Tarihi: 27.12.2024, s. 18.

⁵¹ SSNIP (*Small But Significant and Non-Transitory Increase in Price* - Küçük Ama Önemli ve Kalıcı Fiyat Artışı) Testi. Bkz. <https://www.rekabet.gov.tr/tr/Sayfa/Yayinlar/rekabet-terimleri-sozlugu/terimler-listesi?icerik=51ce2135-d5d4-4067-a59b-6e3927e23023>, Erişim Tarihi: 27.12.2024.

⁵² SSNQD (*Small but Significant and Non-transitory Decrease in Quality* - Kalitede Küçük ama Önemli ve Kalıcı Azalış) Testi.

uygulama mağazalarının aynı pazarda yer almadığı sonucuna ulaşmıştır⁵³. Yine Kurulun yakın tarihli bir kararında yoğunlaşma değerlendirmesi “*uygulama mağazaları*” pazarında değil, işletim sistemi ile sınırlandırılmış şekilde “*Android uygulama mağazası hizmetleri*” pazarında yapmıştır⁵⁴.

- (89) Yukarıdaki açıklamalar kapsamında iOS'ta gerçekleştirilen uygulama dağıtım faaliyetlerinin, APPLE'in diğer işletim sistemlerinden veya üçüncü taraf işletim sistemlerinden yana herhangi bir rekabetçi baskıyla karşılaşmadığı anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, iOS işletim sisteminde kilitli kalan tüketicilerin başvurabileceği çeşitli dağıtım yöntemleri de bulunmaktadır. iOS uygulamaları için en çok başvuru alan dağıtım yöntemi App Store uygulama mağazası olmakla birlikte yan yükleme (*sideloading*), ön yükleme (*pre-installing*) ya da internet uygulamaları gibi alternatif yöntemlerle de uygulamalara erişim mümkündür. İşlem tarafları da uygulama geliştiricilerin, App Store'a başvurmaksızın üçüncü taraf araçlarla ya da doğrudan kullanıcılara uygulama dağıtabileceğini ifade etmektedir. Dolayısıyla, etkilenen pazarları belirlerken netleştirilmesi gereken son husus, App Store uygulama mağazası ile diğer dağıtım yöntemlerinin ikame olup olmadığıdır.

(i) Yan Yükleme

- (90) Yan yükleme, tüketicilerin herhangi bir uygulama mağazasına başvurmaksızın, doğrudan mobil tarayıcıları üzerinden bir uygulamayı indirmelerini ifade etmektedir. Yan yükleme yapmak isteyen bir tüketicinin başvurabileceği uygulama mağazası benzeri merkezi bir dağıtım platformu bulunmamaktadır⁵⁵. Bu nedenle, yan yüklemeyi kullanmak isteyen bir tüketici, hangi uygulamayı indirmek istediğini bilerek ve hedefe yönelik bir internet araması gerçekleştirerek uygulamaya erişebilecektir⁵⁶. Öte yandan tüketicilerin büyük bir çoğunluğunun uygulama mağazasında jenerik ifadelerle arama yaparak uygulamaları keşfettiği⁵⁷ dikkate alındığında, özellikle piyasaya yeni sürülen bir uygulama açısından yan yüklemenin uygulama mağazalarına alternatif/ikame olarak görülemeyeceği⁵⁸ değerlendirilmektedir. Keşfedilebilirlik noktasında karşılaşılan zorlukların yanı sıra yan yükleme ile uygulamayı indirmek isteyen bir tüketicinin, indirme işlemi öncesinde karşılaştığı caydırıcı nitelikteki birçok uyarıyı aşması ve telefon ayarlarından çok adımlı ve karmaşık izinler vermesi gerekmektedir⁵⁹.
- (91) Görüldüğü üzere yan yükleme, tüketiciler nezdinde App Store uygulama mağazasına ikame olmaktan uzaktır. İşlevsellik eksikliğinin yanı sıra kullanım koşullarını ihlal etmeksizin ve iPhone'un garanti dışı kalması riskini göze almaksızın yan yükleme yapılmasına APPLE tarafından ülkemizde⁶⁰ izin verilmediği belirtilmelidir. Bu doğrultuda, ikame analizi ve APPLE tarafından getirilen teknik engeller nedeniyle App

⁵³ Komisyonun 18.07.2018 tarihli ve AT.40099 sayılı *Google Android* kararı, para. 286-306.

⁵⁴ 28.04.2023 tarihli ve 23-19/354-121 sayılı Kurul kararı, para.39 vd.

⁵⁵ Burhan (2022), s. 16.

⁵⁶ ACM (2019), *Market Study Into Mobile App Stores*, The Netherlands Authority for Consumers and Markets, <https://www.acm.nl/sites/default/files/documents/marketstudy-into-mobile-app-stores.pdf>, Erişim Tarihi: 27.12.2024, s. 48.

⁵⁷ ACCC (2021), s. 93.

⁵⁸ Burhan (2022), s. 16.

⁵⁹ ACCC (2021), s. 29; Subcommittee on Antitrust, Commercial and Administrative Law of The Committee on the Judiciary (2020), *Investigation of Competition In Digital Markets: Majority Staff Report and Recommendations*, <https://www.govinfo.gov/content/pkg/CPRT-117HPRT47832/pdf/CPRT-117HPRT47832.pdf>, Erişim Tarihi: 27.12.2024, s. 97.

⁶⁰ DMA'ya uyum süreci kapsamında APPLE, Avrupa Birliği'ndeki tüketicilerin yan yükleme yoluyla uygulama indirmesine müsaade etmiştir, bkz. <https://developer.apple.com/support/web-distribution-eu/>, Erişim Tarihi: 27.12.2024.

Store uygulama mağazasının, yan yükleme dağıtım yönteminin rekabetçi baskısı ile karşılaşmadığı sonucuna ulaşılabilecektir⁶¹.

(ii) Ön Yükleme

- (92) Tüketicilerin uygulamalara erişebileceği bir diğer alternatif, uygulamaların satın alınan mobil cihazda ön yüklü olarak sunulmasıdır. Fakat bu yöntem için gerekli olan mali güce ve cihaz üreticileri ile güçlü ilişkiye sahip uygulama sayısının oldukça az olduğu değerlendirilmektedir. Ayrıca çok fazla sayıda ön yüklü uygulamanın tüketiciler nezdindeki potansiyel olumsuz etkisini dikkate alan cihaz üreticilerinin de bu yöntemle başvurmadan imtina ettiği belirtilmelidir⁶².
- (93) APPLE özelinde incelendiğindeyse APPLE'ın üçüncü taraf uygulamalara hâlihazırda iPhone'larda ön yüklü olarak yer vermediği, bunun geçmişteki tek istisnasının kendi harita uygulamasını piyasaya sürene kadar ön yüklediği *Google Haritalar* uygulaması olduğu bilinmektedir⁶³. Bu çerçevede, ön yükleme yönteminin iOS nezdinde bir alternatif teşkil etmediği ve APPLE'ın uygulama mağazası App Store üzerinde rekabetçi baskı yaratmadığı sonucuna ulaşılmaktadır.

(iii) İnternet Uygulamaları

- (94) Tüketicilerin uygulamalara erişim için başvurabileceği başka bir alternatif yöntem ise internet uygulamalarıdır. İnternet uygulamaları, açık internet tabanlı ortak standartlar kullanılarak oluşturulmuş ve bir tarayıcı üzerinden çalışacak şekilde tasarlanmış uygulamalardır⁶⁴. Çevrim dışı çalışma ve bildirim gönderme gibi standart internet sitelerinin ötesinde işlevselliğe sahip⁶⁵ internet uygulamalarının tarayıcı üzerinde çalışmaları nedeniyle farklı işletim sistemlerine göre uyarlanma gerekliliği bulunmamaktadır ve bu nedenle ilave bir geliştirme maliyetine yol açmamaktadır⁶⁶.
- (95) Tüketiciler, internet uygulamalarını yer imlerine ekleyerek veya cihazlarının ana ekranına kaydederek tıpkı bir mobil uygulama gibi kullanabilmektedir⁶⁷. Bununla birlikte, mobil uygulamaların aksine internet uygulamalarının mobil cihazların kamera, mikrofon ve sensör gibi donanım işlevselliklerine sınırlı erişimi söz konusudur⁶⁸. Bu nedenle bir internet uygulaması ile mobil uygulamanın ikame niteliği, tüketicinin uygulamadan beklentisine göre değişiklik göstermektedir. Örneğin sadece haberleri okumak isteyen bir tüketici nezdinde mobil uygulama ile internet uygulaması farklılaşan işlevsellik sunmayacak iken mobil cihazın kamerasını kullanmak isteyen bir kullanıcı nezdinde ya da kullanıcı verisine dayalı iş modeline sahip bir uygulama geliştiricisi perspektifinden internet uygulaması işlevsiz hale gelecektir⁶⁹. Cevabi yazı kapsamında işlem tarafları; (.....) beyan ederek yerel uygulamalar ile internet uygulamalarının işlev farklılığını kabul etmiştir.
- (96) Ek olarak, yan yüklemede olduğu gibi, internet uygulamalarına erişimi mümkün kılan uygulama mağazaları benzeri merkezi bir yapı bulunmamaktadır. Dolayısıyla tüketicilerin her bir internet uygulamasına tekil olarak erişmesi gerekmekte ve internet

⁶¹ Burhan (2022), s. 15-16; CMA (2022), s. 110.

⁶² Burhan (2022), s. 17; ACCC (2021), s. 29; ACM (2019), s. 43.

⁶³ Burhan (2022), s. 16-17; CMA (2022), s. 100.

⁶⁴ Burhan (2022), s. 17; Jobe, W. (2016), "Native Apps vs. Mobile Web Apps," *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, C. 7, s. 27-32.

⁶⁵ ACCC (2021), s. 30; ACM (2019), s. 34.

⁶⁶ Burhan (2022), s. 17; CMA (2022), s. 115.

⁶⁷ ACM (2019), s. 42.

⁶⁸ CMA (2022), s. 117; Jobe (2016), s. 28.

⁶⁹ Burhan (2022), s. 18.

uygulamalarının keşfi zorlaşmaktadır⁷⁰. Ayrıca, işlem taraflarının aksi yöndeki beyanlarına rağmen mobil uygulama geliştirme noktasında uygulama geliştiricilere sunulan desteğin internet uygulamaları için mevcut olmadığı görülmektedir⁷¹. Sunulan desteğin ötesinde APPLE, App Store İnceleme Yönergesi'nde uygulama mağazasında yer alacak bir uygulamanın, tarayıcı üzerinden sunulabilecek işlevselliğin ötesine geçmesi gerektiğini ifade ederek⁷² iki yöntemin benzer işlevselliğe sahip olamayacağını kabul etmektedir.

- (97) Sonuç olarak, iOS işletim sistemine entegre olarak sunulan App Store uygulama mağazası, internet uygulamalarının da rekabetçi baskısı ile karşılaşmamaktadır⁷³. *Mozilla* tarafından geliştirilen ve uygulama mağazası yerine internet uygulamalarını merkezine alan *Firefox OS* işletim sisteminin de başarısız olarak piyasadan çekilmesi, iki ürün arasında tam bir ikame ilişkisi bulunmadığı hususunu desteklemektedir⁷⁴.
- (98) Sonuç olarak, mobil cihaz satın alımı sonrasında tüketicilerin bir işletim sisteminde ve bu işletim sisteminde mevcut olan uygulama dağıtım yöntemlerinde kilitli kaldığı, hem aynı ya da farklı teşebbüslerin farklı cihazlar (iPad ve Mac bilgisayar ya da oyun konsolu ve akış cihazı gibi) için hem de üçüncü tarafların mobil cihazlar (Android ve HarmonyOS gibi) için geliştirdiği işletim sistemlerinde bulunan uygulama dağıtım yöntemlerinin birbirlerine ikame olmadığı ve alternatif dağıtım yöntemlerinin de uygulama mağazasından ayrıştığı dikkate alındığında somut dosya bakımından dikey etkilenen pazarlardan ilkinin "*iOS İşletim Sistemine Özgü Uygulama Mağazaları*" olduğu değerlendirilmektedir.

iPadOS İşletim Sistemine Özgü Uygulama Mağazaları Pazarı

- (99) Kullanıcılar, mobil uygulamalara iPhone gibi akıllı telefonların yanı sıra iPad gibi tabletler aracılığıyla da erişebilmektedir. Bu kapsamda, başta iPad markasıyla APPLE olmak üzere ülkemizde faaliyet gösteren akıllı telefon üreticilerinin birçoğu tarafından tablet üretimi ve satışı da gerçekleştirilmektedir. Akıllı telefonlara benzer şekilde tabletler de önceden bir işletim sistemi yüklenmiş olarak sunulmakta ve işletim sistemleri aracılığıyla kullanılmaktadır.
- (100) APPLE, iPad cihazlarda da iOS işletim sistemini kullanmaktayken 2019 yılında, temeli iOS olmakla birlikte iPad'in büyük ekranına daha uygun bir arayüze sahip olan ve *Apple Pencil* gibi aksesuarlarla uyumlu çalışan iPadOS'u piyasaya sürmüştür⁷⁵. Bu geçiş sonrasında iPadOS'a yönelik uygulama geliştirme süreçleri farklılaşmış olsa da geliştiricilere sunulan *Xcode*, *Swift* ve *Test Flight* gibi uygulama geliştirme araçları⁷⁶ hala iOS ve iPadOS tarafından birlikte kullanılmaktadır. Dolayısıyla iOS işletim sisteminden iPadOS işletim sistemine geçiş sürecinin, uygulama geliştiriciler açısından nispeten daha kolay gerçekleştiği değerlendirilmektedir. Ancak bu durum, iOS ile iPadOS'un aynı pazarda yer aldığı şeklinde yorumlanamayacaktır. Öyle ki, bir önceki başlıkta iOS ile diğer cihazlar için geliştirilmiş işletim sistemlerine ve bu işletim sistemlerinde yürütülen uygulama dağıtım faaliyetlerine ilişkin yapılan tüm değerlendirmelerin iPadOS açısından da geçerliliğini koruduğu değerlendirilmektedir.

⁷⁰ Burhan (2022), s. 18; CMA (2022), s. 115.

⁷¹ ACM (2019), s. 44.

⁷² App Store İnceleme Yönergeleri, Bölüm 4.2, <https://developer.apple.com/app-store/review/guidelines/#design>, Erişim Tarihi: 27.12.2024.

⁷³ Burhan (2022), s. 18; CMA (2022).

⁷⁴ Burhan (2022), s. 18-19; CMA (2022), s. 115.

⁷⁵ Bkz. <https://www.apple.com/tr/newsroom/2019/06/the-new-ipados-powers-unique-experiences-designed-for-ipad/>, Erişim Tarihi: 29.12.2024.

⁷⁶ Bkz. <https://developer.apple.com/develop/>, Erişim Tarihi: 29.12.2024.

Dolayısıyla APPLE'a ya da üçüncü bir tarafa ait olup farklı segmentte cihazlar için geliştirilmiş işletim sistemlerinde gerçekleştirilen dağıtım faaliyetlerinin, iPadOS nezdinde rekabetçi bir baskı oluşturmayaacağı değerlendirilmektedir.

- (101) Bu noktada incelenmesi gereken bir diğer husus ise tabletlerde kullanılan işletim sistemlerindeki uygulama dağıtım faaliyetlerinin iPadOS üzerinde rekabetçi baskı oluşturup oluşturmadığıdır. Ülkemizde hâlihazırda en yaygın kullanılan tablet işletim sistemleri APPLE tarafından geliştirilen iPadOS ve Google tarafından geliştirilen Android'dir. Bir önceki başlıkta iOS ile üçüncü taraf akıllı telefon işletim sistemlerine ve bu işletim sistemlerinde yürütülen uygulama dağıtım faaliyetlerine ilişkin yapılan değerlendirmeler iPadOS ve üçüncü taraf işletim sistemleri açısından da geçerliliğini koruduğundan, iPadOS işletim sistemindeki uygulama dağıtım yöntemlerine özgü bir ardıl pazar tanımlanabilecektir.
- (102) Son olarak, iPadOS nezdinde App Store uygulama mağazasına alternatif olabilecek dağıtım yöntemlerinin, iOS'a dair yapılan değerlendirmelere paralel şekilde ikame teşkil etmediği kanaatine ulaşılmaktadır. Bu çerçevede, somut dosya bakımından etkilenen pazarlardan ikincisinin "*iPadOS İşletim Sistemine Özgü Uygulama Mağazaları*" olduğu değerlendirilmektedir.

MacOS İşletim Sistemine Özgü Uygulama Dağıtım Kanalları

- (103) Kişisel bilgisayarlar; donanım bileşenleri ile uygulamalar arasında bir köprü görevindeki temel yazılım olan işletim sistemleri sayesinde donanım kaynaklarını yönetmekte, kullanıcı arabirimi sunmakta ve diğer yazılımların çalışmasını sağlamaktadır.
- (104) Mac bilgisayarlarda kullanılan MacOS işletim sisteminin sahibi olan APPLE, iOS ve iPadOS için kullanılabilen *Xcode*, *Swift* ve *Test Flight* gibi uygulama geliştirme araçlarını MacOS için de kullanıma sunmuş⁷⁷ ve böylelikle kendi ekosistemi içerisinde uyumluluğu en üst düzeye çıkarmıştır. Fakat bu durum, MacOS'un iOS ve iPadOS ile aynı pazarda olduğu şeklinde değerlendirilemeyecektir. Önceki başlıklarda APPLE veya üçüncü taraflara ait farklı segment cihazlarda kullanılan işletim sistemleri ile bu işletim sistemlerinde yürütülen uygulama dağıtım faaliyetlerine ilişkin yapılan ikame analizlerinin MacOS açısından da geçerli olduğu ve bu işletim sistemlerinde gerçekleştirilen dağıtım faaliyetlerinin, MacOS nezdinde rekabetçi bir baskı oluşturmayaacağı değerlendirilmektedir.
- (105) Bu noktada incelenmesi gereken ikinci husus ise kişisel bilgisayarlarda kullanılan işletim sistemlerindeki uygulama dağıtım faaliyetlerinin MacOS üzerinde rekabetçi baskı oluşturup oluşturmadığıdır. Kişisel bilgisayarlarda en yaygın kullanılan işletim sistemleri APPLE'a ait olan ve üçüncü kişilere lisanslanmayan MacOS, Microsoft'a ait ve bilgisayar üreticilerine lisanslanan Windows ve açık kaynak kodlu olup ücretsiz kullanılabilen Linux'tur⁷⁸. Önceki başlıklarda APPLE'a ait işletim sistemi ile üçüncü taraf işletim sistemlerine ve bu işletim sistemlerinde yürütülen uygulama dağıtım faaliyetlerine ilişkin yapılan değerlendirmeler MacOS ve üçüncü taraf bilgisayar işletim sistemleri açısından da geçerliliğini koruduğundan MacOS işletim sistemindeki uygulama dağıtım faaliyetlerine özgü bir ardıl pazar tanımlanabilecektir.
- (106) Son olarak, MacOS nezdinde App Store uygulama mağazasına alternatif olabilecek dağıtım yöntemlerine değinilmesi gerekmektedir. Başvuru sahibi tarafından iletilen

⁷⁷ Bkz. <https://developer.apple.com/develop/>, Erişim Tarihi: 26.12.2024.

⁷⁸ Bkz. <https://www.statista.com/statistics/268237/global-market-share-held-by-operating-systems-since-2009/>, Erişim Tarihi: 29.12.2024.

cevabi yazıda, App Store dışında alternatif dağıtım metotları bulunduğu, örneğin uygulama geliştiricilerin MacOS işletim sistemlerine yönelik bir internet uygulaması oluşturabildiği ve bir yerel uygulamayı, uygulama mağazası dışında MacOS'ta dağıtabildiği veya dijital içerik satabildiği⁷⁹ ve mevcut durumda, bu dağıtım metotları üzerinden erişilebilir görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları bulunduğu ifade edilmektedir⁸⁰.

- (107) Benzer şekilde, MacOS Kullanma Kılavuzu'na bakıldığında “*İnternette indirilen uygulamalar için: İndirilenler klasöründe disk görüntüsünü veya paket dosyasını (açık bir kutuya benzer) çift tıklayın. Sağlanan yükleyici otomatik olarak açılmazsa, uygulamayı açın, daha sonra ekrandaki yönergeleri izleyin.*” şeklindeki komutlarla internet tarayıcısı üzerinden yan yükleme yoluyla Mac bilgisayarlara uygulama indirilmesine izin verildiği görülmektedir⁸¹. Dolayısıyla MacOS işletim sisteminde, iOS ve iPadOS işletim sistemlerindeki gibi kullanım koşullarını ihlal ve garanti dışı kalma riski olmaksızın ve ciddi işlevsellik kaybı yaşamaksızın uygulama mağazaları haricindeki alternatif dağıtım yöntemlerine başvurulabileceği sonucuna varılmaktadır.
- (108) Sonuç olarak, bilgisayar satın alımı sonrasında bir işletim sisteminde ve bu işletim sisteminde mevcut uygulama dağıtım yöntemlerinde kilitli kalan tüketici, iOS ile iPadOS'un aksine uygulama mağazaları dışındaki alternatif dağıtım yöntemlerine işlevsel şekilde başvurabilmektedir. Bu nedenle, somut dosya bakımından etkilenen pazarlardan sonuncusu “*MacOS İşletim Sistemine Özgü Uygulama Dağıtımı*” olarak değerlendirilmiştir.
- (109) Yukarıda aktarılan ve dikey etkilenen pazarların doğru tanımlanabilmesine hizmet eden tüm bilgilerin akabinde işlem sonrasında ortaya çıkabilecek girdi kısıtlaması endişelerinden ilki, rakip görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları sağlayıcılarının dikey etkilenen pazarlar olduğu tespit edilen iOS ve iPadOS işletim sistemine özgü uygulama mağazaları ile MacOS işletim sistemine özgü dağıtım kanallarına erişiminin kısıtlanması, engellenmesi veya işlem öncesine kıyasla daha dezavantajlı hale getirilmesi yoluyla pazar kapama etkisinin ortaya çıkıp çıkmayacağıdır.
- (110) Dosya kapsamında sorgulanması gereken bir diğer husus ise işlem sonrasında PIXELMATOR Uygulamaları'nın APPLE cihazlarında ön yüklü ya da varsayılan uygulama olarak sunulması veya *Fotoğraflar*, *Pages*, *Keynote* ve *Freeform* gibi birinci taraf APPLE uygulamalarına avantaj sağlayacak şekilde entegre edilmesi sonucunda rakip görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları sağlayıcılarına yönelik bir pazar kapama etkisinin ortaya çıkıp çıkmayacağıdır.

⁷⁹ Cevabi yazı kapsamında “*uygulamalarının nereden dağıtıldığından bağımsız olarak uygulamalara ilişkin aboneliklerin internet üzerinden satılabilmesi*” hali alternatif dağıtım yöntemi olarak örneklendirilmiştir. Fakat uygulama dağıtımı, uygulamanın tüketicinin eline ne şekilde geçtiğiyle ilgilienmektedir. Dolayısıyla bir uygulamanın abonelik veya tek seferlik ödeme karşılığında ya da ücretsiz şekilde tüketiciye sunulması dağıtım faaliyeti ile ilgili görülmemekte, aynı kategoride rekabet eden uygulamalar arasındaki fiyata ilişkin rekabet unsuru olarak değerlendirilmektedir.

⁸⁰ Cevabi yazı kapsamında, ABD'de görülen 4:20-cv-05640-YGR sayılı *Epic Games/Apple* davasına referans verilerek App Store'un tekel olmadığı ve pazarın farklı platformları da içerecek şekilde geniş tanımlanması gerektiği ifade edilmiştir. Bununla birlikte tarafların itirazlarını inceleyen üst mahkeme, ilk derece mahkemesinin pazar tanımı noktasında hatalı yorumda bulunduğunu ifade etmiş ancak davacının ispat yükünü her hâlükârda yerine getiremediğini belirterek kararı bozmamıştır (Dokuzuncu Yargı Bölgesi İstinaf Mahkemesinin 24.04.2023 tarihli ve 21-16506 sayılı *Epic Games/Apple* kararı). Aynı iddialarla Epic Games tarafından Google aleyhine açılan davada ise jüri, “*Android uygulama dağıtım*” ve “*dijital ürün ve hizmet işlemleri için Android uygulama içi satın alım hizmetleri*” şeklinde pazar tanımlamıştır (3:21-md-02981-JD sayılı *Epic Games/Google* davası).

⁸¹ Bkz. <https://support.apple.com/tr-tr/guide/mac-help/mh35835/mac>, Erişim Tarihi: 29.12.2024.

- (111) Bu çerçevede, işlem sonrasında ortaya çıkabilecek pazar kapama etkisi bakımından endişelere yönelik değerlendirmelere, her bir dikey etkilenen pazar bakımından aşağıda yer verilmektedir.

Görüntü Düzenleme ve Tasarım Uygulamaları Pazarı ile (i) iOS ve (ii) iPadOS İşletim Sistemlerine Özgü Uygulama Mağazaları Pazarları Arasındaki Dikey Örtüşmeye Yönelik Değerlendirme

- (112) Dikey Kılavuz'da, girdi kısıtlaması yoluyla pazar kapama etkisinin ortaya çıkabilmesi için devralma sonrası oluşacak dikey bütünleşik teşebbüsün üst pazarda belli bir pazar gücüne sahip olması gerektiği belirtilmektedir. İşlem sonrasında dikey bütünleşik hale gelecek APPLE'ın, PIXELMATOR'ın rakibi olan görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları sağlayıcılarının iOS ve iPadOS işletim sistemlerine özgü uygulama mağazalarına erişim imkânını ortadan kaldırması, sınırlaması veya daha dezavantajlı koşullarda erişim sağlaması yoluyla pazar kapama etkisini ortaya çıkarması ihtimali kapsamında, alternatif arz kaynaklarının incelenmesi önem arz etmektedir. iOS ve iPadOS kapsamında yapılacak değerlendirmeler ve bu değerlendirmelere esas olan piyasa şartları paralellik gösterdiği için her iki dikey etkilenen pazara ilişkin analiz birlikte yürütülmüştür.
- (113) Daha önce de belirtildiği üzere, hâlihazırda hem iOS hem de iPadOS işletim sistemine özgü uygulama mağazaları pazarındaki tek oyuncunun, ilgili işletim sistemlerine özgü olan App Store uygulama mağazaları ile APPLE olduğu ve bu nedenle APPLE'ın, %100'lük pazar payı ile hâlihazırda her iki etkilenen pazarda da tek el konumunda olduğu görülmektedir.
- (114) Dolayısıyla rakip görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları sağlayıcıları açısından iOS ve iPadOS işletim sistemine sahip cihazlar için alternatif uygulama dağıtım yöntemi ve arz kaynağı bulunmadığı anlaşılmaktadır. Bu bakımdan uygulama dağıtım kanalı olarak App Store uygulama mağazasının, iOS ve iPadOS işletim sistemine yönelik sunulan görüntü düzenleme ve tasarım uygulamalarının tüketicilere etkin sunumu için vazgeçilmez bir nitelik taşıdığı değerlendirilmektedir. Bu vazgeçilmezliğe ek olarak APPLE'ın, App Store uygulama mağazasını tek başına yönettiği, uygulama geliştiriciler karşısında yüksek pazarlık gücüne sahip olduğu ve APPLE üzerinde rekabetçi baskı uygulayabilecek güce sahip herhangi bir rakibin olmadığı da dikkate alındığında APPLE'ın girdi kısıtlaması imkânına sahip olduğu kanaatine ulaşılmıştır.
- (115) Bunun yanında, işlem bakımından APPLE'ın girdi kısıtlaması yönünde bir güdüsünün bulunup bulunmadığının, diğer bir deyişle rakip görüntü düzenleme ve tasarım uygulamalarına pazarı kapama stratejisinin APPLE için ne ölçüde kârlı olacağının değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda, APPLE tarafından pazar kapama güdüsüne ilişkin olarak;
- APPLE'ın kendi uygulamalarıyla rekabet edip etmediklerine bakmaksızın App Store'u her uygulama geliştiricisinin kullanımına açmayı öngören açık platform prensiplerine ilişkin taahhütlere sahip olduğu, kendi uygulamalarıyla rekabet eden pek çok uygulamaya (örneğin *Apple Music*'e alternatif olan *Spotify*, *YouTube Music*; *Apple Maps*'e alternatif olan *Google Maps*, *Yandex Maps*, *Waze* ve *TomTom GO* gibi uygulamalar) App Store'da yer vermesinin bu durumu ortaya koyduğu,
 - App Store'un rakiplere kapatılmasının App Store'un değerini önemli ölçüde düşüreceği, zira kullanıcıların App Store'a geniş bir uygulama yelpazesi sunmasından dolayı değer verdiği, pazarın rakiplere kapatılmasının mevcut

APPLE kullanıcılarının başka yazılım dağıtım noktalarına yönelmeye motive edeceği,

- APPLE'in; (i) App Store'da bulunan uygulama sayısını en üst düzeye çıkarmak, (ii) uygulama geliştiricilerin uygulamalarını, kullanıcıların App Store deneyimlerini optimize edecek şekilde tasarlamasını sağlamak ve (iii) APPLE'in altyapı, kullanım kolaylığı, güvenlik, gizlilik ve kullanıcılarla geliştiricileri APPLE ürünlerine yönelten diğer tüm niteliklere yaptığı büyük yatırımı karşılamak suretiyle App Store ile APPLE ekosistemini sürdürmek ve büyütmek için son derece büyük bir ticari teşvike sahip olduğu, bunun da APPLE'in uygulama geliştiricilerine yönelik dışlayıcı veya sömürücü faaliyetlerde bulunma yönünde herhangi bir teşvikten yoksun olduğu anlamına geldiği,
- APPLE'in diğer platformlarla rekabet edebilmesinin de temelde ekosistemindeki ve bu ekosistem içindeki App Store'un genel başarısına bağlı olduğu için bu durumun tüm uygulama kategorileri için geçerli olduğu,
- APPLE'in iş modelinin, müşterilerin APPLE ürünleriyle entegre edebilecekleri yüksek kaliteli üçüncü taraf uygulamalarının bulunmasına bağlı olduğu, bu nedenle APPLE'in olabildiğince çok sayıda kaliteli uygulama içeren dayanıklı bir uygulama ekosistemi yaratma teşvikine sahip olduğu, bu ekosistemin sağlığının ve çeşitliliğinin APPLE'in başarısında kritik öneme sahip olduğu, zira bu durumun APPLE'in donanım satışını da artırdığı,
- Mevcut uygulama sayısının, APPLE'in diğer uygulama mağazalarıyla rekabet etme kabiliyetini doğrudan etkilediği ve bunun da kullanıcıların mobil cihaz tercihlerini doğrudan etkilediği,
- App Store'un, APPLE kullanıcılarının kullanmak isteyeceği yeni, çeşitli ve yenilikçi uygulamaların geliştirilmesiyle daha değerli hale geldiği,
- APPLE'in kurduğu ekosistem, App Store komisyonları aracılığıyla doğrudan ya da kullanıcıların APPLE cihazlarından elde ettikleri katma değer arttıkça dolaylı olarak genişleyip büyüdüğünde APPLE'in bundan fayda sağladığı,
- App Store'daki uygulamaların %99,99'undan fazlasının üçüncü taraflarca geliştirildiği ve kullanıcılara farklı ilgili alanlarında ve türlerde birçok hizmet ve içerik sunduğu,
- APPLE kullanıcılarının bazı durumlarda aynı kategorideki birden fazla uygulamayı kullandığı ve aynı zamanda bunlar arasında düzenli olarak geçiş yaptığı,
- Rakip görüntü düzenleme ve tasarım uygulamalarının engellenmesi ya da dezavantajlı duruma düşürülmesinin, görüntü düzenleme alanı dışındaki uygulamaların geliştiricileri tarafından ilişkilerin kesilmesi gibi daha geniş çaplı bir risk doğuracağı ve aynı zamanda bu durum kullanıcılara sunulan uygulama sayısını azaltacağı için hizmet kalitesini düşüreceği, bunun da uygulama gelirlerinin düşmesine ve dolayısıyla APPLE'in App Store'dan elde ettiği gelirlerin azalmasına yol açacağı,
- Mevcut durumda, Türkiye'deki kullanıcılar için App Store'da 90'dan fazla tüm özelliklere sahip görüntü düzenleme ve tasarım uygulamasının mevcut olduğu, bu uygulamaların neredeyse tamamının, kullanıcıların etkileşimine bağlı olarak ilk indirmeler ya da uygulama içi satın alımlar yoluyla APPLE için gelir potansiyeli taşıdığı, dolayısıyla APPLE'in işlem sonrasında bu uygulamaların

App Store üzerinden dağıtılmasını engellemek ve bu şekilde elde ettiği gelirden vazgeçmek için herhangi bir güdüsü bulunmadığı

ifade edilmiştir.

- (116) Ayrıca APPLE tarafından iletilen cevabi yazıda, hâlihazırda App Store’da erişilebilir olan sınırlı sayıdaki görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları dikkate alınarak hesaplama yapılması durumunda ve hatta APPLE cihazları kırımında profesyonel ve kişisel kullanıma yönelik görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları için farklı ürün pazarlarının var olduğu varsayımı altında dahi PIXELMATOR Uygulamaları’nın pazar payının hem Türkiye’de hem dünya çapında %(.....) az olacağı, pazarın %(.....) oluşturan görüntü düzenleme ve tasarım uygulamalarına pazarın kapatılmasının, geniş yelpazede birçok uygulamaya erişmek isteyen kullanıcılar bakımından App Store’un değerini düşüreceği gibi APPLE’ı da ciddi komisyon gelirinden mahrum bırakacağı hususlarına yer verilmiştir.
- (117) Bu noktada 2018-2023 dönemi için Türkiye’deki App Store uygulama mağazasının, PIXELMATOR Uygulamaları ile görüntü düzenleme ve tasarımı uygulamaları pazarındaki önemli rakiplerden olan Adobe Inc. tarafından sunulan uygulamalardan (ADOBE Uygulamaları) elde ettiği tahmini komisyon gelirlerine farklı cihaz türleri kırımında (iPhone ve iPad) yer vermenin faydalı olacağı değerlendirilmektedir:

Tablo 4: Türkiye’deki App Store’un PIXELMATOR ve ADOBE Uygulamalarından Elde Ettiği Komisyon Geliri (TL, iPhone ve iPad Cihazlar Bakımından) (2018-2023)

Geliştirici	Cihaz Türü	2018	2019	2020	2021	2022	2023
PIXELMATOR Uygulamaları	iPad	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	iPhone	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ADOBE Uygulamaları	iPad	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	iPhone	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi Yazı.

- (118) Tablo 4’ten görüldüğü üzere, iPhone ve iPad cihazlar bakımından 2018 yılında App Store’un ADOBE Uygulamaları üzerinden elde ettiği toplam komisyon geliri, PIXELMATOR Uygulamaları’ndan elde ettiği toplam gelirin yaklaşık (.....) katıdır. 2023 yılına gelindiğinde ise ADOBE Uygulamaları üzerinden elde edilen toplam komisyon geliri, PIXELMATOR Uygulamaları’ndan elde edilen toplam gelirin yaklaşık (.....) katı olmuştur.
- (119) Bununla beraber 2018-2023 dönemi bakımından PIXELMATOR Uygulamaları ve ADOBE Uygulamaları’ndan elde edilen komisyon gelirlerinin Türkiye’deki App Store uygulama mağazasında yer alan tüm görüntü düzenleme ve tasarım uygulamalarından elde edilen toplam tahmini komisyon gelirleri içerisindeki payına ilişkin bilgilere ise sırasıyla aşağıda yer verilmiştir. Tablodan da görüleceği üzere ADOBE Uygulamaları’ndan elde edilen komisyon geliri, iPhone ve iPad cihazlar bakımından Türkiye’deki App Store uygulama mağazasında yer alan tüm görüntü düzenleme ve tasarım uygulamalarından elde edilen toplam komisyon geliri içinde, PIXELMATOR Uygulamaları’na nazaran daha fazla yer kaplamaktadır.

Tablo 5: Türkiye'deki App Store'un PIXELMATOR ve ADOBE Uygulamalarından Elde Ettiği Komisyon Gelirinin Tüm Görüntü Düzenleme ve Tasarım Uygulamalarından Elde Ettiği Komisyon Geliri İçerisindeki Payı (% , iPhone ve iPad Cihazlar Bakımından) (2018-2023)

Geliştirici	Cihaz Türü	2018	2019	2020	2021	2022	2023
PIXELMATOR Uygulamaları	iPad	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	iPhone	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ADOBE Uygulamaları	iPad	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	iPhone	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
	Toplam	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi Yazı.

- (120) Tablodan görüleceği üzere, APPLE'ın iPhone ve iPad cihazlar bakımından Türkiye'deki App Store uygulama mağazası aracılığıyla devre konu PIXELMATOR Uygulamaları'ndan elde ettiği komisyon geliri, tüm görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları pazarındaki rakip uygulamalara kıyasla oldukça düşük oranda kalmaktadır. Dolayısıyla, işlem sonrasında APPLE'ın görüntü düzenleme ve tasarım uygulamalarının App Store uygulama mağazasına erişimlerini engellemek, kısıtlamak ya da zorlaştırmak suretiyle girdi kısıtlaması uygulama güdüsünün zayıf bir ihtimal olduğu değerlendirilmektedir.
- (121) İlaveten mümkün olan en muhafazakâr yaklaşımla pazarın değerlendirilebilmesi için PIXELMATOR Uygulamaları ile rakip görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları kişisel ve profesyonel kullanım bakımından ayrıştırılarak da ele alınabilecektir. Bu çerçevede APPLE tarafından iletilen cevabi yazıda, iOS ve iPadOS işletim sistemlerinde sunulan PIXELMATOR Uygulamaları'nın profesyonel kullanım amacı altında değerlendirilemeyeceği belirtilmiş ve bu işletim sistemlerinde bulunan App Store uygulama mağazaları üzerinden ilk kez indirilme sayılarına göre kişisel kullanım amacı taşıyan PIXELMATOR Uygulamaları ile rakiplerinin pazar paylarına Türkiye ve küresel ölçekte ayrı ayrı yer verilmiştir⁸²:

Tablo 6: PIXELMATOR Uygulamaları ile Rakip Görüntü Düzenleme ve Tasarım Uygulamalarının Türkiye'deki iOS Cihazlar Nezdinde Pazar Payları (Kişisel Kullanım) (%)

Uygulama	2021	2022	2023
Remini – AI Photo Enhancer	(.....)	(.....)	(.....)
Canva: AI Photo & Video Editor	(.....)	(.....)	(.....)
FaceApp: Perfect Face Editor	(.....)	(.....)	(.....)
Photoroom: AI Photo Editor	(.....)	(.....)	(.....)
Facetune AI Photo/Video Editor	(.....)	(.....)	(.....)
Adobe Express: Graphic Design	(.....)	(.....)	(.....)
Darkroom	(.....)	(.....)	(.....)
PIXELMATOR Uygulamaları	(.....)	(.....)	(.....)
Pixelmator	(.....)	(.....)	(.....)
Photomator	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi Yazı.

⁸² Cevabi yazıda, sunulmuş olan verilerin, App Store'daki ilk defa indirme sayısına dayalı tahmini payları gösterdiği, dolayısıyla, bu tahminlerin, diğer uygulama mağazalarında mevcut olanlar da dâhil olmak üzere tüm görüntü düzenleme ve tasarım uygulamalarını yansıtmadığı için PIXELMATOR Uygulamaları'nın payının olduğundan fazla görünebileceği; ayrıca, verilerin App Store'da şu anda mevcut olan uygulamaları yansıttığı ifade edilmiştir.

Tablo 7: PIXELMATOR Uygulamaları ile Rakip Görüntü Düzenleme ve Tasarım Uygulamalarının Türkiye'deki iPadOS Cihazlar Nezdinde Pazar Payları (Kişisel Kullanım) (%)

Uygulama	2021	2022	2023
Canva: AI Photo & Video Editor	(.....)	(.....)	(.....)
Remini – AI Photo Enhancer	(.....)	(.....)	(.....)
FaceApp: Perfect Face Editor	(.....)	(.....)	(.....)
Adobe Express: Graphic Design	(.....)	(.....)	(.....)
Photoroom: AI Photo Editor	(.....)	(.....)	(.....)
Facetune AI Photo/Video Editor	(.....)	(.....)	(.....)
Darkroom	(.....)	(.....)	(.....)
PIXELMATOR Uygulamaları	(.....)	(.....)	(.....)
Pixelmator	(.....)	(.....)	(.....)
Photomator	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: Cevabi Yazı.			

Tablo 8: PIXELMATOR Uygulamaları ile Rakip Görüntü Düzenleme ve Tasarım Uygulamalarının Küresel Ölçekteki iOS Cihazlar Nezdinde Pazar Payları (Kişisel Kullanım) (%)

Uygulama	2021	2022	2023
Canva: AI Photo & Video Editor	(.....)	(.....)	(.....)
Remini – AI Photo Enhancer	(.....)	(.....)	(.....)
FaceApp: Perfect Face Editor	(.....)	(.....)	(.....)
Photoroom: AI Photo Editor	(.....)	(.....)	(.....)
Facetune AI Photo/Video Editor	(.....)	(.....)	(.....)
Adobe Express: Graphic Design	(.....)	(.....)	(.....)
Darkroom	(.....)	(.....)	(.....)
PIXELMATOR Uygulamaları	(.....)	(.....)	(.....)
Pixelmator	(.....)	(.....)	(.....)
Photomator	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: Cevabi Yazı.			

Tablo 9: PIXELMATOR Uygulamaları ile Rakip Görüntü Düzenleme ve Tasarım Uygulamalarının Küresel Ölçekteki iPadOS Cihazlar Nezdinde Pazar Payları (Kişisel Kullanım) (%)

Uygulama	Pazar Payları		
	2021	2022	2023
Canva: AI Photo & Video Editor	(.....)	(.....)	(.....)
Adobe Express: Graphic Design	(.....)	(.....)	(.....)
Remini – AI Photo Enhancer	(.....)	(.....)	(.....)
FaceApp: Perfect Face Editor	(.....)	(.....)	(.....)
Facetune AI Photo/Video Editor	(.....)	(.....)	(.....)
Photoroom: AI Photo Editor	(.....)	(.....)	(.....)
PIXELMATOR Uygulamaları	(.....)	(.....)	(.....)
Pixelmator	(.....)	(.....)	(.....)
Photomator	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: Cevabi Yazı.			

(122) Tablo 6-9'da yer alan bilgilerden hareketle, 2023 yılında kişisel kullanım amacı taşıyan görüntü düzenleme ve tasarım uygulamalarına ilişkin olarak;

- iOS cihazlar için Türkiye'deki ilk üç oyuncunun sırasıyla; %(.....) pazar payı ile Remini, %(.....) pazar payı ile Canva ve %(.....) pazar payı ile FaceApp olduğu; küresel ölçekte ise ilk üç oyuncunun sırasıyla; %(.....) pazar payı ile Canva, %(.....) pazar payı ile Remini ve %(.....) pazar payı ile FaceApp olduğu,
- iPadOS cihazlar içinse Türkiye'deki ilk üç oyuncunun sırasıyla; %(.....) pazar payı ile Canva, %(.....) pazar payı ile Remini ve %(.....) pazar payı ile FaceApp olduğu; küresel ölçekte ise ilk üç oyuncunun sırasıyla; %(.....) pazar payı ile Canva, %(.....) pazar payı ile Adobe Express ve %(.....) pazar payı ile Remini olduğu,

- PIXELMATOR Uygulamaları'nın ise herhangi bir sınıflandırma açısından %(.....) pazar payını aşmadığı

görülmektedir. Bununla birlikte PIXELMATOR 2021, 2022 ve 2023 yıllarında Türkiye'de sırasıyla yaklaşık (.....)TL, (.....)TL ve (.....) TL satış gerçekleştirmiştir. Bu satışlar 2021, 2022 ve 2023 yıllarında yaklaşık %(.....) bir tahmini pazar payına tekabül etmektedir. Söz konusu veriler göz önünde bulundurulduğunda gerek Türkiye'de gerekse küresel ölçekte PIXELMATOR Uygulamaları'nın çok sayıda güçlü rakibinin bulunduğu anlaşılmaktadır.

- (123) Buna ilaveten, PIXELMATOR Uygulamaları'nın iOS ve iPadOS cihazlarda Türkiye'deki ve küresel ölçekteki kullanıcı sayılarına ise aşağıdaki tablolarda yer verilmektedir:

Tablo 10: iOS Cihazlar Bakımından PIXELMATOR Uygulamaları'nın Türkiye'de Yıllık Kullanıcı Sayısı

Uygulama	2021	2022	2023
Pixelmator	(.....)	(.....)	(.....)
Photomator	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi Yazı.

Tablo 11: iPadOS Cihazlar Bakımından PIXELMATOR Uygulamaları'nın Türkiye'de Yıllık Kullanıcı Sayısı

Uygulama	2021	2022	2023
Pixelmator	(.....)	(.....)	(.....)
Photomator	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi Yazı.

Tablo 12: iOS Cihazlar Bakımından PIXELMATOR Uygulamaları'nın Küresel Ölçekteki Yıllık Kullanıcı Sayısı

Uygulama	2021	2022	2023
Pixelmator	(.....)	(.....)	(.....)
Photomator	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi Yazı.

Tablo 13: iPadOS Cihazlar Bakımından PIXELMATOR Uygulamaları'nın Küresel Ölçekteki Yıllık Kullanıcı Sayısı

Uygulama	2021	2022	2023
Pixelmator	(.....)	(.....)	(.....)
Photomator	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi Yazı.

- (124) Tablo 10-13'te yer alan veriler değerlendirildiğinde;

- iOS cihazlar için hem Türkiye'de hem küresel ölçekte, PIXELMATOR'ın *Pixelmator* uygulaması bakımından yıllık kullanıcı sayıları azalırken *Photomator* uygulamasının kullanıcı sayılarında yaşanan artış sayesinde toplam kullanıcı sayısının yükseliş eğiliminde olduğu,
- iPadOS cihazlar içinse PIXELMATOR Uygulamaları'nın Türkiye'deki ve küresel ölçekteki kullanıcı sayılarının düşüş eğiliminde olduğu,
- Öte yandan PIXELMATOR Uygulamaları'nın Türkiye'deki kullanıcı sayılarının, hem iOS hem de iPadOS cihazların küresel çaptaki kullanıcı sayılarına kıyasla oldukça düşük kaldığı

anlaşılmaktadır.

- (125) 2021-2023 yılları boyunca Türkiye’de PIXELMATOR Uygulamaları’nı ilk defa indirmiş olan toplam tekil kullanıcı sayıları ile bu uygulamaları kullanan toplam tekil kullanıcı sayısı için bir gösterge olarak sunulan⁸³ PIXELMATOR Uygulamaları’nda işlem yapan kullanıcı (*transactor*)⁸⁴ sayılarına ise aşağıdaki tablolarda yer verilmektedir:

Tablo 14: iOS Cihazlar Bakımından PIXELMATOR Uygulamaları’nı Türkiye’de İlk Defa İndirmiş Olan Toplam Tekil Kullanıcı Sayısı

Uygulama	2021	2022	2023
Pixelmator	(.....)	(.....)	(.....)
Photomator	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi Yazı.

Tablo 15: iPadOS Cihazlar Bakımından PIXELMATOR Uygulamaları’nı Türkiye’de İlk Defa İndirmiş Olan Toplam Tekil Kullanıcı Sayısı

Uygulama	2021	2022	2023
Pixelmator	(.....)	(.....)	(.....)
Photomator	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi Yazı.

Tablo 16: iOS Cihazlar Bakımından Türkiye’de PIXELMATOR Uygulamaları’nda İşlem Yapan Kullanıcı Sayısı

Uygulama	2021	2022	2023
Pixelmator	(.....)	(.....)	(.....)
Photomator	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi Yazı.

Tablo 17: iPadOS Cihazlar Bakımından Türkiye’de PIXELMATOR Uygulamaları’nda İşlem Yapan Kullanıcı Sayısı

Uygulama	2021	2022	2023
Pixelmator	(.....)	(.....)	(.....)
Photomator	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi Yazı.

- (126) Tablo 14-17 incelendiğinde iOS ve iPadOS cihazlar açısından PIXELMATOR’ın *Pixelmator* uygulamasını ilk defa indiren ve bu uygulamada işlem yapan tekil kullanıcı sayıları oldukça düşük ve azalma eğilimindeyken *Photomator* uygulamasında bahse konu sayıların giderek yükselen bir ivmeyle arttığı görülmektedir.

- (127) Yukarıda aktarılan tüm bilgilerin yanı sıra başvuru sahibi tarafından, görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları pazarının tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de büyümeye devam ettiği ve pazara yeni girişler olmasının beklendiği, Kurulun emsal kararlarında da vurgulandığı üzere, yazılım pazarlarının niteliği gereği, yenilikçi çözümlerle ortaya çıkan teşebbüslerin pazarda çok hızlı bir şekilde güç kazanmasının

⁸³ Başvuru sahibinden esas olarak ilgili yıllarda PIXELMATOR Uygulamaları’nı kullanan toplam tekil kullanıcı sayısına ilişkin verilerin sağlanması istenmiştir. Kuruma sunulan cevap dilekçesinde, tarafların söz konusu veriyi sağlayamadığı, bununla birlikte, Kurumun incelemesine yardımcı olmak amacıyla, tekil kullanıcı sayısı için bir gösterge olması adına, PIXELMATOR Uygulamaları’na ilişkin işlem yapan kullanıcı sayısı verisi sunulmuştur.

⁸⁴ Cevabi yazıda yer verilen bilgilere göre, işlem yapan kullanıcılar (*transactors*), en az bir işlem (ücretsiz veya ücretli bir uygulamanın ilk defa indirilmesi, abonelik kaydı oluşturulması veya uygulama içi satın alımları kapsamakta, ancak bir uygulamanın yeniden indirilmesini kapsamamaktadır) yapmış herhangi bir kullanıcı hesabı anlamına gelmektedir. Yalnızca kimi faaliyetlerin işlem olarak değerlendirilmesi sebebiyle, sunulan veriler tam kapsayıcı nitelikte olmayabilecektir. Bir başka deyişle tekil kullanıcı sayısı sunulan verilerden yüksek olabilecektir.

mümkün olduğu, bu bağlamda pazarın, arz açısından büyük bir dinamizm sergilediği, *Cognitive Market Research*'e göre, küresel görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları pazar büyüklüğünün 321,2 milyon ABD doları olduğu ve 2024'ten 2031'e kadar %2,7'lik bir yıllık bileşik büyüme oranında büyüme göstereceğinin tahmin edildiği, Türkiye'deki görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları pazarının ise, 2024 yılında 0,55 milyon ABD doları pazar büyüklüğü ile tahmin dönemi süresince (2024-2031) %3,7'lik bir yıllık bileşik büyüme oranı ile büyüme göstereceğinin öngörüldüğü ifade edilmektedir.

- (128) Bu bilgiler ışığında, PIXELMATOR Uygulamaları'nın görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları pazarında hem Türkiye'de hem de küresel ölçekte düşük pazar paylarına ve kullanıcı sayılarına sahip olduğu, pazarda daha güçlü çok sayıda rakibin faaliyet gösterdiği göz önüne alındığında, pazarın büyük bir bölümünü oluşturan rakip uygulamaların App Store uygulama mağazasına erişim imkânını ortadan kaldıran, sınırlayan veya daha dezavantajlı koşullar sunan bir tutumun, APPLE'ın iş modeli, ticari teşvikleri ve geçmiş stratejileri ile uyumlu olmayacağı ve APPLE için kârlı olmayacağı değerlendirilmektedir.
- (129) Bununla birlikte dosya kapsamında girdi kısıtlaması bakımından ele alınması gereken bir diğer endişe⁸⁵, işlem sonrasında PIXELMATOR Uygulamaları'nın APPLE cihazlarında ön yüklü ya da varsayılan fotoğraf/görüntü düzenleme uygulaması olarak sunulması veya *Fotoğraflar* uygulaması gibi APPLE'ın kendi uygulamalarına entegrasyon sağlanması sonucunda rakip görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları sağlayıcılarına yönelik bir pazar kapama etkisinin ortaya çıkıp çıkmayacağıdır.
- (130) Bu endişelere ilişkin olarak APPLE tarafından; işlem sonrasında (.....) ve (.....) ifade edilmiştir.
- (131) Öte yandan, PIXELMATOR Uygulamaları ile APPLE'ın *Fotoğraflar* uygulaması arasındaki entegrasyona ilişkin olarak uygulamalar arasında hâlihazırda PhotoKit⁸⁶ aracılığıyla bir entegrasyon bulunduğu ve *Darkroom* gibi üçüncü taraf görüntü düzenleme uygulamalarının da PhotoKit aracılığıyla *Fotoğraflar* uygulamasına erişim sağlayabildiği belirtilmiştir. Bununla birlikte, işlem sonrasında;

(.....TİCARİ SIR.....)

ifade edilmiştir. Bu kapsamda görüntü düzenleme ve tasarımı uygulamaları sunan üçüncü taraf geliştiricilerin PhotoKit Uygulama Programlama Arayüzü (*Application Programming Interface* - API) setine ne ölçüde erişim sağlayabildikleri de sorgulanmıştır. APPLE tarafından iletildiği üzere, PhotoKit, bir geliştiricinin

⁸⁵ Söz konusu endişe bakımından birleşik teşebbüsün üst pazardaki pazar gücü değerlendirmeleri tekraren ele alınmamış, ilk girdi kısıtlaması endişesi kapsamında dile getirilen ifadelerin muhafaza edilmesiyle yetinilmiştir. Dolayısıyla ikinci girdi kısıtlaması endişesi bakımından da pazar kapama imkânının bulunduğu kabul edilmiş, devamında pazar kapama güdüsünün olup olmayacağına dair açıklama yapılmıştır.

⁸⁶ PhotoKit, geliştiricilerin, kullanıcının fotoğraf kütüphanesiyle (kullanıcının izniyle) doğrudan etkileşime girmesine imkân tanıyan geniş kapsamlı ve kamuya açık bir API setidir. Bkz. <https://developer.apple.com/documentation/photokit>, Erişim Tarihi: 09.01.2025.

uygulamasının, *Fotoğraflar* uygulamasında yönetilen video ve görsel içeriklere erişim sağlamasına imkân sağlamak amacıyla tasarlanmış olmakla birlikte, bu durum uygulamanın *Fotoğraflar* uygulamasına mutlaka erişim sağladığı anlamına gelmemektedir. Ancak yine de 21.12.2024 tarihi itibarıyla App Store Türkiye vitrininde en az bir uygulaması bulunan ve PhotoKit'ten yararlanabilecek geliştirici sayısı esas alındığında, 2023 yılında iOS işletim sisteminde (.....) adet üçüncü taraf geliştiricinin yer aldığı görülmektedir.

(132) PIXELMATOR Uygulamaları'nın ve üçüncü taraf görüntü düzenleme ve tasarım uygulamalarının hâlihazırda erişebildiği veri türleri sorgulandığında ise;

- PIXELMATOR Uygulamaları'nın, uygulama içinde düzenleme yapılması için sistem API'leri aracılığıyla kullanıcıların fotoğraflarına ve dosyalarına erişebildiği,
- PIXELMATOR Uygulamaları'nın, kullanıcıların fotoğraflarını ya da herhangi bir kişisel verisini toplamadığı,
- PIXELMATOR'ın müşteri desteği sağlama sürecinde ya da kullanıcının bültene kaydolması halinde belirli kullanıcı bilgilerini elde edebildiği,
- Üçüncü taraf görüntü düzenleme ve tasarım uygulamalarının kullanıcının izin vermesi halinde, sistem API'leri aracılığıyla kullanıcıların cihazlarında depolanan ve iCloud dahil olmak üzere bulut platformlarında saklanan fotoğraflarına ve dosyalarına erişebildiği, aynı zamanda uygulamalarını doğrudan kendilerine ait olan bulut ile entegre edebildiği,
- App Store'daki herhangi bir uygulamanın kendi uygulamalarının kullanımı üzerinden analiz, reklam faaliyetleri, uygulama fonksiyonları gibi çeşitli sebeplerle veri toplayabildiği ve toplanan verinin kullanıcının iletişim bilgileri, ödeme bilgisi, ürünle etkileşimine ilişkin bilgiler gibi bilgileri içerebildiği,
- Doğrudan kullanıcılardan veya sistem API'leri aracılığıyla veri toplamayı tercih eden geliştiricilerin, App Store ürün sayfalarında açıklanması gerekli bilgileri sağlaması ve gerekli izinleri alması gerektiği

belirtilmiştir. Ayrıca, söz konusu durumun bildirim konu işlemin gerçekleşmesi akabinde nasıl şekilleneceği sorgulandığında;

(.....TİCARİ SIR.....)

bilgisine yer verilmiştir.

(133) Buna ilaveten dosya kapsamında, yapay zekâ tabanlı bir uygulama olarak duyurulan *Image Playground*'ın⁸⁷ mevcut durumda *Fotoğraflar* uygulaması, PIXELMATOR Uygulamaları veya herhangi bir görüntü düzenleme ve tasarımı uygulaması ile

⁸⁷ Cevabi yazıda *Image Playground*'ın, kullanıcıların *Apple Intelligence* aracılığı ile yapay zekâ tarafından üretilmiş görseller yaratmasına, açıklamaları ya da fotoğraf galerilerindeki fotoğraf konseptlerini özgün ve biçimlendirilmiş dijital çalışmalar haline getirmesine olanak tanıdığı ve kullanıcıların *Freeform* ve *Messages* gibi uygulamalar içerisinde de *Image Playground* özelliklerini kullanarak orijinal görseller yaratabildiği ifade edilmektedir.

entegrasyonu bulunup bulunmadığı da sorgulanmıştır. APPLE tarafından iletilen yanıtta (.....) belirtilmiştir. Bununla beraber;

- Üçüncü taraf geliştiricilerin uygulamalarını *Image Playground* ile entegre ederek kullanıcıların *Image Playground*'ı anında etkileşim gerektiren (*modal*) bir deneyimle başlatmasına ve bu uygulamalarda kullanmak için görüntüler oluşturmaya olanak tanıyan bir API kullanabildiği ve bu entegrasyonu sağlayan (.....) gibi üçüncü taraf uygulamaların bulunduğu,
- Söz konusu API'nin PIXELMATOR Uygulamaları için de kullanıma açık olduğu ancak henüz kullanılmadığı,
- (.....)

ifade edilmektedir.

- (134) Ayrıca, devre konu PIXELMATOR Uygulamaları'nın App Store uygulama mağazasında öne çıkarılması endişesine yönelik olarak daha önce çeşitli listelerde (editörün seçimi vb.) yer alıp almadığı da sorgulanmış olup APPLE tarafından *Pixelmator Photo* uygulamasının 2019 yılında, *Pixelmator*'ın ise 2011 yılında Apple Tasarım Ödülü (*Apple Design Award*) aldığı, *Pixelmator* ile *Photomator* uygulamalarının⁸⁸ hâlihazırda ABD App Store'da Editörün Seçimi (*Editor's Choice*) listesinde yer aldığı belirtilmiştir. Bununla birlikte, *Adobe Lightroom*, *Canva*, *PicsArt* ve *Darkroom* gibi üçüncü taraf görüntü düzenleme ve tasarım uygulamalarının da çeşitli dönemlerde App Store'da benzer listelerde bulunduğu⁸⁹ ifade edilmiştir.
- (135) Bu bilgiler ışığında, işlem sonrasında PIXELMATOR Uygulamaları'nın APPLE cihazlarında (.....), App Store uygulama mağazasında çeşitli listelerde öne çıkarılması ya da rakip uygulamaların PhotoKit API seti ile entegrasyonlarının kısıtlanması veya engellenmesi suretiyle APPLE'in kendi uygulamalarına üçüncü taraf uygulamalar aleyhine haksız avantaj sağlanması güdüsünün söz konusu olmayacağı anlaşılmaktadır.
- (136) Sonuç olarak işlem sonrasında her ne kadar APPLE'in iOS ve iPadOS'taki uygulama dağıtım mağazalarını, alt pazardaki rakiplerine kapatma imkânı bulunduğu değerlendirilse de her iki girdi kısıtlaması endişesi bakımından bu yönde bir güdüsünün bulunmadığı; dolayısıyla PIXELMATOR Uygulamaları'nın rakibi olarak faaliyet gösteren görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları bakımından işlemin herhangi bir pazar kapamaya yol açmayacağı değerlendirilmektedir.

Görüntü Düzenleme ve Tasarım Uygulamaları Pazarı ile MacOS İşletim Sistemine Özgü Uygulama Dağıtım Kanalları Pazarı Arasındaki Dikey İlişkiye Yönelik Değerlendirme

- (137) Dosya kapsamında ele alınması gereken bir diğer durum, işlem sonrasında dikey bütünleşik hale gelecek APPLE'in, PIXELMATOR'a rakip görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları sağlayıcılarının MacOS işletim sistemine özgü uygulama dağıtım kanallarına erişim imkânını ortadan kaldırması, sınırlaması veya daha dezavantajlı

⁸⁸ Bkz. <https://apps.apple.com/us/app/pixelmator/id924695435>, <https://apps.apple.com/us/app/photo-mator-photoeditor/id1444636541?platform=mac>, Erişim Tarihi: 13.01.2025.

⁸⁹Bkz. <https://developer.apple.com/app-store/app-store-awards-2024/>, <https://www.canva.com/newsroom/news/canva-wins-2021-app-store-award/#>, <https://apps.apple.com/us/app/picsart-ai-photo-video-editor/id587366035>, <https://apps.apple.com/us/app/darkroom-photo-video-editor/id953286746>, Erişim Tarihi: 13.01.2025.

koşullarda erişim sağlaması yoluyla pazar kapama etkisini ortaya çıkarıp çıkarmayacağıdır.

- (138) Daha önce de ifade edildiği üzere, işlem kapsamında etkilenen pazarlar arasında yer alan MacOS işletim sistemine özgü uygulama dağıtım kanalları bakımından uygulama geliştiriciler, iOS ve iPadOS işletim sistemlerinin aksine APPLE'a ait App Store uygulama mağazasına mahkûm olmamakta, MacOS cihazlarda üçüncü taraflara ait uygulama mağazaları kullanabildikleri gibi internet uygulamalarına ya da kişisel bilgisayarlarda etkin dağıtım kanalı olarak görülen yan yükleme seçeneğine de başvurabilmektedir. Dolayısıyla APPLE'ın MacOS işletim sistemine özgü uygulama dağıtım kanalları pazarı bakımından tekel konumunda olmadığı ve PIXELMATOR'ın rakibi görüntü düzenleme uygulamalarının App Store dışında farklı arz kaynaklarının mevcut olduğu değerlendirilmektedir.
- (139) MacOS işletim sistemi üzerinde gerçekleştirilen uygulama dağıtım faaliyetlerinin dağılımına ilişkin APPLE, MacOS'ta aktif olan uygulama geliştiricilerin %20'sinin sadece Mac App Store aracılığıyla uygulamalarını dağıttığını, %44'ünün hem Mac App Store üzerinden hem de Mac App Store dışında uygulamalarını dağıttığını ve %37'sinin yalnızca Mac App Store dışındaki dağıtım kanallarına başvurduğunu ve başlıca dağıtım tercihlerinin kendi siteleri olduğunu ifade etmiştir. Bununla birlikte geliştiricilerin gelirlerinin %48'inin App Store üzerinden, %52'sinin ise App Store dışından elde edildiği de belirtilmektedir.
- (140) Devre konu PIXELMATOR'ın da *Pixelmator Pro* uygulamasının deneme sürümünü kendi internet sitesinde dağıttığı göz önüne alındığında uygulama geliştiricilerin, App Store dışındaki dağıtım kanallarına kolaylıkla başvurabildiği anlaşılmaktadır. Bu çerçevede APPLE'ın, MacOS işletim sistemine özgü uygulama dağıtım kanalları pazarını PIXELMATOR'ın rakiplerinin erişimine kapatarak girdi kısıtlaması uygulama imkânına sahip olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.
- (141) Girdi kısıtlamasının ikinci kriteri olan güdüye bakıldığında ise APPLE tarafından 115. paragrafta belirtilen hususların MacOS için de geçerli olduğu ve herhangi bir kırılda PIXELMATOR Uygulamaları'nın pazar payının hem Türkiye'de hem dünya çapında %(.....) az olacağı, bu pazarın %(.....) oluşturan çok sayıdaki görüntü düzenleme ve tasarım uygulamasına erişimin zorlaştırılması halinde App Store'un değer ve komisyon geliri kaybedeceği görülmektedir.
- (142) Bu noktada 2018-2023 dönemi için Türkiye'deki App Store uygulama mağazasının, PIXELMATOR Uygulamaları ile görüntü düzenleme ve tasarımı uygulamaları pazarındaki önemli rakiplerden olan ADOBE Uygulamaları'ndan elde ettiği tahmini komisyon gelirlerine Mac cihaz kırımında yer vermenin faydalı olacağı değerlendirilmektedir:

Tablo 18: Türkiye'deki Mac App Store'un PIXELMATOR ve ADOBE Uygulamalarından Elde Ettiği Komisyon Geliri (TL) (2018-2023)

Geliştirici	Cihaz Türü	2018	2019	2020	2021	2022	2023
PIXELMATOR Uygulamaları	Mac	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ADOBE Uygulamaları	Mac	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi Yazı.

- (143) Tablo 18'den görüldüğü üzere, 2018 yılında App Store'un ADOBE Uygulamaları üzerinden elde ettiği komisyon geliri, PIXELMATOR Uygulamaları'ndan elde ettiği

gelirden daha azdır. Ancak 2023 yılına gelindiğinde ADOBE Uygulamaları üzerinden elde edilen komisyon geliri, PIXELMATOR Uygulamaları'ndan elde edilen gelirin yaklaşık (.....) katı olmuştur.

- (144) Bununla beraber 2018-2023 dönemi bakımından PIXELMATOR Uygulamaları ve ADOBE Uygulamaları'ndan elde edilen komisyon gelirlerinin Türkiye'deki App Store uygulama mağazasında yer alan tüm görüntü düzenleme ve tasarım uygulamalarından elde edilen toplam tahmini komisyon gelirleri içerisindeki payına ilişkin bilgiler ise sırasıyla aşağıda sunulmaktadır. Tablodan da görüleceği gibi, 2018 yılı hariç olmak üzere, ADOBE Uygulamaları'ndan elde edilen komisyon geliri Türkiye'deki Mac App Store uygulama mağazasında yer alan tüm görüntü düzenleme ve tasarım uygulamalarından elde edilen toplam komisyon geliri içinde, PIXELMATOR Uygulamaları'na nazaran daha fazla yer kaplamaktadır.

Tablo 19: Türkiye'deki Mac App Store'un PIXELMATOR ve ADOBE Uygulamaları'ndan Elde Ettiği Komisyon Gelirinin Tüm Görüntü Düzenleme ve Tasarım Uygulamalarından Elde Ettiği Komisyon Geliri İçerisindeki Payı (%) (2018-2023)

Geliştirici	Cihaz Türü	2018	2019	2020	2021	2022	2023
PIXELMATOR Uygulamaları	Mac	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
ADOBE Uygulamaları	Mac	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi Yazı.

- (145) Tablodan görüleceği üzere, 2023 yılında APPLE'ın Türkiye'deki Mac App Store uygulama mağazası aracılığıyla devre konu PIXELMATOR Uygulamaları'ndan elde ettiği komisyon geliri, tüm görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları pazarındaki rakip uygulamalara kıyasla oldukça düşük oranda kalmaktadır. Dolayısıyla, işlem sonrasında APPLE'ın görüntü düzenleme ve tasarım uygulamalarının App Store uygulama mağazasına erişimlerini engellemek, kısıtlamak ya da zorlaştırmak suretiyle girdi kısıtlaması uygulama güdüsü zayıf bir ihtimaldir.
- (146) Bununla birlikte endişeleri minimize etmek için PIXELMATOR Uygulamaları'nın ve rakip görüntü düzenleme ve tasarım uygulamalarının kişisel ve profesyonel kullanım bakımından ayrıştırılarak indirme sayıları üzerinden ele alınabileceği değerlendirilmektedir. Fakat işlem taraflarınca sunulan veriler, sadece MacOS'taki App Store üzerinden dağıtılan uygulamalar ile sınırlı olup yine bu uygulamaların diğer dağıtım kanallarında gerçekleşen indirmelerini içermemektedir. Dolayısıyla verilen pazar paylarının somut durumu yansıtmada noktasında eksik olduğu göz önünde bulundurulmalıdır.

Tablo 20: Pixelmator Pro ile Rakip Görüntü Düzenleme ve Tasarım Uygulamalarının Türkiye'deki MacOS Cihazlar Nezdinde Pazar Payları (Profesyonel Kullanım) (%)

Uygulama	2021	2022	2023
Adobe Lightroom	(.....)	(.....)	(.....)
Corel Draw	(.....)	(.....)	(.....)
Affinity Photo 2: Image Editor	(.....)	(.....)	(.....)
PicsArt AI Photo Video Editor	(.....)	(.....)	(.....)
Pixelmator Pro	(.....)	(.....)	(.....)
Procreate	(.....)	(.....)	(.....)
Acorn 7	(.....)	(.....)	(.....)
Adobe Photoshop	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Cevabi Yazı.

Tablo 21: *Pixelmator Pro* ile Rakip Görüntü Düzenleme ve Tasarım Uygulamalarının Küresel Ölçekteki MacOS Cihazlar Nezdinde Pazar Payları (Profesyonel Kullanım) (%)

Uygulama	2021	2022	2023
Adobe Lightroom	(.....)	(.....)	(.....)
Adobe Photoshop	(.....)	(.....)	(.....)
Affinity Photo 2: Image Editor	(.....)	(.....)	(.....)
PicsArt AI Photo Video Editor	(.....)	(.....)	(.....)
Corel Draw	(.....)	(.....)	(.....)
Procreate	(.....)	(.....)	(.....)
Pixelmator Pro	(.....)	(.....)	(.....)
Acorn 7	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: Cevabi Yazı.			

Tablo 22: *Photomator* ile Rakip Görüntü Düzenleme ve Tasarım Uygulamalarının Türkiye'deki MacOS Cihazlar Nezdinde Pazar Payları (Kişisel Kullanım) (%)

Uygulama	2021	2022	2023
Canva: AI Photo & Video Editor	(.....)	(.....)	(.....)
Photomator	(.....)	(.....)	(.....)
Darkroom	(.....)	(.....)	(.....)
Photoroom: AI Photo Editor	(.....)	(.....)	(.....)
FaceApp: Perfect Face Editor	(.....)	(.....)	(.....)
Facetune AI Photo/Video Editor	(.....)	(.....)	(.....)
Adobe Express: Graphic Design	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: Cevabi Yazı.			

Tablo 23: *Photomator* ile Rakip Görüntü Düzenleme ve Tasarım Uygulamalarının Küresel Ölçekteki MacOS Cihazlar Nezdinde Pazar Payları (Kişisel Kullanım) (%)

Uygulama	2021	2022	2023
Canva: AI Photo & Video Editor	(.....)	(.....)	(.....)
Adobe Express: Graphic Design	(.....)	(.....)	(.....)
Photomator	(.....)	(.....)	(.....)
Darkroom	(.....)	(.....)	(.....)
Photoroom: AI Photo Editor	(.....)	(.....)	(.....)
FaceApp: Perfect Face Editor	(.....)	(.....)	(.....)
Facetune AI Photo/Video Editor	(.....)	(.....)	(.....)
Remini – AI Photo Enhancer	(.....)	(.....)	(.....)
Kaynak: Cevabi Yazı.			

(147) Yukarıda yer verilen pazar paylarına ilişkin bilgilerin tamamı dikkate alındığında, 2023 yılında MacOS işletim sistemindeki görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları pazarına ilişkin;

- Profesyonel kullanım kırılımında Türkiye'deki ilk iki oyuncunun sırasıyla %(.....) pazar payı ile ADOBE (*Lightroom* ve *Photoshop*) ve %(.....) pazar payı ile Corel Draw olduğu; küresel ölçekte ise %(.....) pazar payı ile ADOBE'nin (*Lightroom* ve *Photoshop*) ve %(.....) pazar payı ile Affinity'nin ilk iki sırada yer aldığı,
- Kişisel kullanım kırılımında Türkiye'deki %(.....) pazar payı ile Canva birinci sırada yer alırken devre konu *Photomator* uygulamasının %(.....) pazar payıyla oldukça düşük bir pazar payıyla ikinci sırada olduğu; küresel ölçekte ise %(.....) pazar payı ile Canva'nın ve %(.....) pazar payı ile ADOBE'nin ilk iki sırada yer aldığı,
- PIXELMATOR Uygulamaları'nın ise herhangi bir sınıflandırmada %(.....) pazar payını aşmadığı

görülmektedir. Söz konusu veriler göz önünde bulundurulduğunda gerek Türkiye'de gerekse küresel ölçekte PIXELMATOR'ın çok sayıda güçlü rakibi bulunduğu anlaşılmaktadır.

- (148) Buna ilaveten, PIXELMATOR Uygulamaları'nın MacOS cihazlarda Türkiye'deki ve küresel ölçekteki kullanıcı sayılarına aşağıdaki tablolarda yer verilmektedir:

Tablo 24: MacOS Cihazlar Bakımından PIXELMATOR Uygulamaları'nın Türkiye'deki Yıllık Kullanıcı Sayısı

Uygulama	2021	2022	2023
Pixelmator Pro	(....)	(....)	(....)
Photomator	(....)	(....)	(....)
Toplam	(....)	(....)	(....)

Kaynak: Bildirim Formu.

Tablo 25: MacOS Cihazlar Bakımından PIXELMATOR Uygulamaları'nın Küresel Ölçekteki Yıllık Kullanıcı Sayısı

Uygulama	2021	2022	2023
Pixelmator Pro	(....)	(....)	(....)
Photomator	(....)	(....)	(....)
Toplam	(....)	(....)	(....)

Kaynak: Bildirim Formu.

- (149) Yukarıda yer alan verilerden hareketle PIXELMATOR'ın, *Pixelmator Pro* uygulaması bakımından yıllık toplam kullanıcı sayılarını Türkiye'de ve küresel ölçekte giderek artırdığı, buna karşılık *Photomator* uygulaması 2023 yılından itibaren MacOS cihazlarda da kullanıma sunulduğu⁹⁰ için analiz edilebilir veri olmadığı anlaşılmaktadır. Diğer yandan PIXELMATOR Uygulamaları'nın Türkiye'deki kullanıcı sayılarının, küresel ölçekteki kullanıcı sayılarına göre çok daha düşük olduğu dikkat çekmektedir.
- (150) 2021-2023 yılları boyunca Türkiye'de MacOS cihazlar için PIXELMATOR Uygulamaları'nı ilk defa indirmiş olan toplam tekil kullanıcı sayıları ile bu uygulamaları kullanan toplam tekil kullanıcı sayısı için bir gösterge olarak sunulan PIXELMATOR Uygulamaları'nda işlem yapan kullanıcı sayılarına ise aşağıdaki tablolarda yer verilmektedir:

Tablo 26: MacOS Cihazlar Bakımından PIXELMATOR Uygulamaları'nı Türkiye'de İlk Defa İndirmiş Olan Toplam Tekil Kullanıcı Sayısı

Uygulama	2021	2022	2023
Pixelmator Pro	(....)	(....)	(....)
Photomator	(....)	(....)	(....)
Toplam	(....)	(....)	(....)

Kaynak: Cevabi Yazı.

Tablo 27: MacOS Cihazlar Bakımından Türkiye'de PIXELMATOR Uygulamaları'nda İşlem Yapan Kullanıcı Sayısı

Uygulama	2021	2022	2023
Pixelmator Pro	(....)	(....)	(....)
Photomator	(....)	(....)	(....)
Toplam	(....)	(....)	(....)

Kaynak: Cevabi Yazı.

- (151) Tablo 26 ve Tablo 27 uyarınca her iki metrik açısından da *Pixelmator Pro* uygulamasının 2021-2022 dönemi için bir artış yaşadığı, 2022-2023 döneminde neredeyse kullanıcılarının yarısını kaybettiği fakat *Photomator* uygulamasının 2023 yılı itibarıyla kayda değer kullanıcı sayılarına erişmeye başladığı görülmektedir.
- (152) Bu bilgiler ışığında, PIXELMATOR Uygulamaları'nın görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları pazarında hem Türkiye'de hem de küresel ölçekte düşük pazar paylarına ve kullanıcı sayılarına sahip olduğu, pazarda daha güçlü çok sayıda rakibin faaliyet

⁹⁰ Bkz. <https://www.pixelmator.com/blog/2023/05/16/photomator-for-mac-is-out-now.html>, Erişim Tarihi: 13.01.2025.

gösterdiği göz önüne alındığında pazarın büyük bir bölümünü oluşturan rakip uygulamaların MacOS işletim sistemine özgü dağıtım kanallarına erişim imkânını ortadan kaldıran, sınırlayan veya daha dezavantajlı koşullar sunan bir tutumun, APPLE'in iş modeli, ticari teşvikleri ve geçmiş stratejileri ile uyumlu olmayacağı ve APPLE için kârlı olmayacağı değerlendirilmektedir. Dolayısıyla APPLE'in MacOS'taki uygulama dağıtım kanallarını alt pazardaki rakiplerine kapatma imkânı olmadığı gibi bu yönde bir girdi kısıtlama güdüsünün de bulunmadığı değerlendirilmektedir.

- (153) Öte yandan, başvuru sahibi tarafından işlem sonrasında (.....) belirtilmektedir. Bu bağlamda, söz konusu entegrasyonun *Pixelmator Pro*'nun rakibi konumundaki uygulamalar bakımından dezavantaj yaratarak herhangi bir rekabet karşıtı endişeye sebep olup olmayacağı hususunun ele alınması gerekmektedir. Bu doğrultuda APPLE tarafından (.....), (.....) ve (.....) gibi uygulamaların;

- İşlem öncesinde hâlihazırda görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları ile doğrudan bir iş akışı entegrasyonuna sahip olmadığı, ancak görüntü düzenleme uygulamaları tarafından yaygın olarak kullanılan dosya türlerini desteklediği⁹¹;
- (.....)

belirtilmiştir. Bu hususlardan hareketle, bahse konu entegrasyonun alt pazardaki rekabeti önemli ölçüde kısıtlamayacağı ve pazar kapama endişesine sebep olmayacağı sonucuna ulaşılmıştır.

- (154) Diğer dikey etkilenen pazarlar olan iOS ve iPadOS işletim sistemlerine özgü uygulama mağazaları bakımından yapılan değerlendirmelere benzer şekilde PIXELMATOR Uygulamaları'nın, APPLE'in kendi uygulamaları ile entegre edilmesi, MacOS cihazlarda ön yüklü veya varsayılan uygulama olarak sunulması, App Store uygulama mağazasında çeşitli listelerde öne çıkarılması, üçüncü taraf uygulamaların PhotoKit ile entegrasyonlarının kısıtlanması veya engellenmesi suretiyle rakip uygulamalara kıyasla MacOS işletim sisteminde avantajlı konuma gelmeyeceği ve dolayısıyla pazar kapama etkisinin doğmayacağı değerlendirilmektedir.

- (155) Bu çerçevede dikey etkilenen pazarlardan olan MacOS işletim sistemine özgü uygulama dağıtım kanalları pazarında APPLE'in önemli pazar gücüne sahip olmadığı göz önünde bulundurulduğunda işlem sonrasında ortaya çıkabilecek dikey ilişkinin herhangi bir rekabet karşıtı endişeye sebep olmayacağı değerlendirilmektedir. Dikey Kılavuz'un 25. paragrafında *"Yatay olmayan birleşme işlemleri sonucunda ortaya çıkan birleşik teşebbüs, birleşme sonrasında söz konusu ilgili pazarlardan en az birisinde önemli bir pazar gücüne sahip olmadıkça birleşme işleminin rekabeti olumsuz şekilde etkilemeyeceği kabul edilebilir."* ifadesine yer verilmektedir.

- (156) Sonuç olarak işlem sonrasında APPLE'in MacOS işletim sistemine özgü uygulama dağıtım kanalları ile PIXELMATOR Uygulamaları arasında ortaya çıkabilecek dikey örtüşmenin sınırlı bir düzeyde kalacağı, anılan nedenlerle PIXELMATOR Uygulamaları'nın rakibi olarak faaliyet gösteren görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları bakımından işlemin herhangi bir pazar kapamaya yol açmayacağı değerlendirilmektedir.

⁹¹ Örneğin bu APPLE uygulamalarının, çok sayıda görüntü düzenleme ve tasarım uygulaması (örneğin *Lightroom* ve *Darkroom*) tarafından kullanılan açık standart dosya türlerini (örneğin *JPEG*, *HEIC*, *TIFF*) ve *Photoshop* ile diğer görüntü düzenleme ve tasarım uygulamalarının (örneğin *GIMP*) kullandığı *Photoshop*'un kendi dosya türü olan PSD'yi (*Photoshop Document Format*) desteklemektedir.

G.5.2.2.1.2. Müşteri Kısıtlaması

(157) Dikey birleşmeler sonucu birleşik teşebbüsün alt pazarda da faaliyet gösterecek olması sebebiyle, üst pazardaki mevcut ve potansiyel rakiplerin önemli büyüklükteki müşteri tabanına erişimi kısıtlanabilecektir. Özellikle alt pazarda kayda değer pazar gücü bulunan bir teşebbüsle birleşme durumunda müşteri kısıtlaması yoluyla rekabetin engellenmesi ihtimali bulunmaktadır.

(158) Dikey Kılavuz'da müşteri kısıtlamasına ilişkin olarak;

- Üst pazardaki mevcut ve potansiyel rakiplerin alt pazarda ürünlerini satabilecekleri yeterli alternatiflerinin bulunup bulunmamasına bağlı olarak birleşik teşebbüsün üst pazardaki rakiplerden yapacağı alımları azaltarak onların alt pazarlara erişimi açısından pazarı kapama imkânının,
- Yapılacak kârlılık analizi sonucunda birleşik teşebbüsün üst pazardaki rakiplerden yapacağı alımları azaltması yönünde bir güdüsünün,
- Bu yöndeki bir pazar kapama uygulamasının alt pazardaki tüketiciler üzerinde olumsuz etkileri

olup olmayacağı hususlarının değerlendirilmesi gerektiği ifade edilmiştir.

(159) Müşteri kısıtlamasına ilişkin değerlendirmede öncelikle birleşik teşebbüsün üst pazardaki rakiplerden yapacağı alımları azaltarak onların alt pazarlara erişimi açısından pazarı kapama imkânının olup olmadığı incelenmelidir. Bu kapsamda üst pazardaki mevcut ve potansiyel rakiplerin alt pazarda ürünlerini satabilecekleri yeterli alternatiflerinin bulunup bulunmadığı değerlendirilmelidir. Öte yandan müşteri kısıtlamasının rekabet açısından endişe yaratabilmesi için birleşik teşebbüsün alt pazarda faaliyet gösteren biriminin önemli bir müşteri olması ve alt pazarda ciddi bir pazar gücüne sahip olması gerekmektedir. Aksi durumda, yeteri derecede büyük bir müşteri tabanının alternatif sağlayıcılara yönelme ihtimalinin söz konusu olması halinde, böyle bir dikey birleşmenin rekabet açısından sorun yaratmaması beklenebilecektir.

(160) Dosya kapsamında müşteri kısıtlaması altında değerlendirilmesi gereken endişe, APPLE'ın PIXELMATOR'ı devralması sonucunda, dikey ilişkinin gözlemlendiği etkilenen pazarlarda APPLE'ın rakibi konumundaki teşebbüslerin, önemli büyüklükteki bir müşteri tabanına erişiminin kısıtlanmasıyla üst pazardaki rekabetin azaltılma ihtimalidir. Başka bir deyişle, müşteri kısıtlamasından bahsedilebilmesi için üst pazarda rekabet eden diğer teşebbüslere yönelik bir kısıtın ortaya çıkıyor olması gerekmektedir. Daha önce belirtildiği üzere iOS ve iPadOS işletim sistemlerine özgü uygulama mağazaları pazarlarında tek oyuncu, ilgili işletim sistemlerinde App Store mağazalarını işleten APPLE'dır. Dolayısıyla bu dikey etkilenen pazarlar açısından APPLE'ın bir müşteri kısıtlaması imkânı ve güdüsü olamayacağı, böyle bir eylemde bulunması durumunda dahi tüketici zararının doğmayacağı söylenebilecektir⁹².

⁹² Bununla birlikte en geniş anlamıyla uygulama mağazaları alternatif pazar tanımında dahi devre konu teşebbüs olan PIXELMATOR'ın herhangi bir sınıflandırma açısından %(.....) pazar payını aşmadığı, hâlihazırda yalnızca APPLE'a özgü uygulama mağazalarında kullanıma sunulduğu (.....), pazarda çok sayıda güçlü oyuncunun bulunduğu ve diğer uygulama mağazalarında çok sayıda farklı görüntü düzenleme ve tasarım uygulamasının mevcut olduğu dikkate alındığında, rakip uygulama mağazalarının erişebileceği pek çok alternatif görüntü düzenleme ve tasarım uygulamasının mevcut olacağı dolayısıyla

- (161) Öte yandan daha önce de ifade edildiği üzere, MacOS işletim sistemine özgü dağıtım kanalları pazarında APPLE'in tekel konumunda olmadığı değerlendirilmektedir. APPLE, üçüncü taraf uygulama mağazalarının yanı sıra internet uygulamaları ve bu pazarda etkin dağıtım yöntemi olarak görülen yan yükleme ile de rekabet halindedir. Dolayısıyla bu etkilenen pazar özelinde üst pazardaki rekabetin azaltılma ihtimalinin ayrıca ele alınması gerekmektedir.
- (162) Yukarıda belirtildiği üzere müşteri kısıtlaması girişiminin başarılı olabilmesi için alt pazardaki ürünler olarak ele alınan PIXELMATOR Uygulamaları'nın, hem önemli bir müşteri ve alt pazarda kayda değer bir pazar gücüne sahip olması hem de MacOS'ta mevcut alternatif dağıtım kanallarında sunulmaması sonucunda pazar kapamanın ortaya çıkması gerekmektedir.
- (163) Başka bir deyişle APPLE'in müşteri kısıtlaması yoluyla pazarı kapama imkânının değerlendirilebilmesi adına bildirilen işlem sonrası alt pazar birimi olarak kabul edilecek PIXELMATOR'a ait görüntü düzenleme ve tasarım uygulamalarının, APPLE'in üst pazar birimi olan MacOS işletim sistemine özgü dağıtım kanallarının rakibi konumundaki kanallar için önemli bir müşteri tabanı oluşturup oluşturmadığı ve rakip kanalların alt pazarda hizmet sunabileceği alternatif görüntü düzenleme ve tasarım uygulamalarının bulunup bulunmadığı değerlendirilmelidir.
- (164) Önceki kısımlarda da ifade edildiği üzere, en muhafazakâr pazar tanımlarında dahi PIXELMATOR Uygulamaları'nın pazar paylarının Türkiye'de ve küresel ölçekte (.....) altında kaldığı görülmektedir. Bu anlamda PIXELMATOR Uygulamaları'nın alt pazar olarak nitelendirilen görüntü düzenleme ve tasarım uygulamaları pazarında önemli bir müşteri tabanı oluşturmadığı değerlendirilmektedir. İlâveten daha önce de belirtildiği üzere söz konusu pazarda çok sayıda teşebbüs bulunmakta olup bu pazar parçalı bir yapı arz etmektedir. Dolayısıyla bildirilen işlem sonrasında da MacOS işletim sistemine özgü dağıtım kanallarına alternatif teşkil eden arz kanalları, alt pazarın büyük kısmını oluşturan teşebbüslere hâlâ erişebilir konumda olacaktır.
- (165) Aktarılan nedenlerle, daha katı bir yaklaşımla, PIXELMATOR Uygulamaları'nın işlem sonrasında rakip kanallar üzerinden dağıtılmayacağı varsayılsa dahi⁹³ rakip kanalların erişebileceği pek çok alternatif görüntü düzenleme ve tasarım uygulamasının mevcut olacağı, dolayısıyla böyle bir durumun MacOS işletim sistemine özgü dağıtım kanallarının rakibi konumundaki kanalların rekabet edebilme imkân ve yeteneklerinin azalmasına neden olmayacağı ve dolayısıyla bildirilen işlem sonucunda müşteri kısıtlaması yoluyla etkin rekabetin önemli ölçüde azaltılmasının söz konusu olmayacağı kanaatine ulaşılmıştır.

G.5.2.2.2. Koordinasyon Doğrucu Etkiler

- (166) Dikey Kılavuz'da dikey birleşmelerin, tek taraflı etkilerin yanı sıra birtakım koordinasyon doğurucu etkiler de yaratabileceğine işaret edilmektedir. Bir dikey birleşmenin, pazar kapamaya yol açması halinde pazarda etkin biçimde rekabet eden rakiplerin sayısındaki azalma, pazarda kalan diğer teşebbüslerin koordinasyon kurmalarını kolaylaştırabilmektedir. Ayrıca bu kapsamdaki bir işlem, pazardaki teşebbüsler arası simetriyi ve pazar şeffaflığını da artırabilmektedir.

böyle bir durumun APPLE harici uygulama mağazalarının rekabet edebilme imkân ve yeteneklerinin azalmasına neden olmayacağı değerlendirilmektedir.

⁹³ Hâlihazırda söz konusu uygulamalar sadece APPLE tarafından işletilen App Store aracılığı ile kullanıma sunulmaktadır. Dolayısıyla planlanan işlem sonrasında da söz konusu uygulamaların rakip kanallara sunulmayacak olması, pazarda kayda değer bir değişiklik yaratmayacaktır.

- (167) Bunun yanı sıra Dikey Kılavuz'da dikey birleşmelerin, birleşik teşebbüse alt ve üst pazardaki rakipleri hakkında kritik ticari bilgilere erişim imkânı sağlaması sonucunda, bazı tek taraflı etkilerin ortaya çıkmasına neden olabileceği ifade edilerek, dikey birleşme sonucunda alt pazardaki rakibinin sağlayıcısı olan bir teşebbüsün rakipleri hakkında elde edeceği bilgiler neticesinde alt pazarda fiyatları yüksek tutması ya da dikey bütünleşik teşebbüsün elindeki kritik bilgilere erişim imkânının, rakiplerin pazara girişlerini veya pazar genişletmelerini engelleme ihtimali bu duruma örnek olarak gösterilmiştir.
- (168) Pazarda faaliyet gösteren çok sayıda oyuncunun olması, teşebbüsler arasında koordinasyon oluşturulmasını ve olası bir koordinasyon sonucunda koordinasyondan cayanların disipline edilmesini de güçleştirmektedir. Dosya kapsamında ele alınan varsayımsal ilgili ürün pazarının mevcut yapısı dikkate alındığında, devre konu PIXELMATOR'ın pazar payının hiçbir tasnifte (.....) aşmaması nedeniyle bildirim konu işlemin muhtemel bir koordinasyon etkisine yol açmayacağı değerlendirilmektedir.

H. SONUÇ

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

Rekabet Kurulu'nun 16 Ocak 2025 tarih ve 25-04/99-56 sayılı Devralma Kararına İlişkin Karşı Oy Gerekçesi

UAB Pixelmator Team'in (*Pixelmator*) tek kontrolünün Apple Distribution International Ltd. (ADI) aracılığıyla Apple Inc. (*Apple*) tarafından devralınması işlemine izin verilmesi bakımından çoğunluk görüşüne, aşağıda yer verilen gerekçelerle katılmıyorum.

Dikkati çeken ilk husus, karara dayanak olarak sunulan Öninceleme Raporunun (Öİ Raporu) esas bakımından bazı eksikler içermesidir. Bu kapsamda ekosistem olgusunun ve konglomera etkilerin yeterince ele alınmadığı düşünülmektedir.

Bilindiği üzere dijital pazarlar; yüksek ağ ekonomileri, kazananın hepsini aldığı ve dolayısıyla pazar için rekabet edilen, çok taraflı, genellikle dikey bütünleşik bir ekosistem içerisinde faaliyet gösteren, sürekli veri akışına ihtiyaç duyan pazarlar olarak şekillenmektedir. Dijital pazarlarda faaliyet gösteren bekçi niteliğindeki büyük platformların ilişkili diğer pazarlarda da faaliyetlerinin bulunması pazardaki bu oyuncuların gücünü özellikle arttırmakta, iç içe geçen bu hizmetler pazar tanımlanmasını imkânsız hale getirmektedir. Dolayısıyla geleneksel zarar teorileri ve birleşme devralma değerlendirmeleri işlem sonrasında inovasyonda veya tüketici refahında ortaya çıkacak olası etkileri ölçmekte yetersiz kalabilmektedir. Söz konusu ekosistemlerin büyük ölçüde birleşme devralma işlemleri ile sağlandığı da bilinmektedir.⁹⁴

İşbu işlem kapsamında devralan konumunda olan *Apple*, geliştirilen donanım ve yazılımların birbirleriyle senkronize şekilde çalışmasını sağlayan entegre bir ekosisteme sahiptir. *Apple*'ın 100'ün üzerinde devralma işlemi gerçekleştirdiği görülmektedir.⁹⁵

Devre konu *Pixelmator* ise Litvanya merkezli başarılı bir startup olup işlem potansiyel öldürücü devralma işaretlerini vermektedir. Zira *Reddit* ve *Pixelmator*'ın blog'larından *Pixelmator*'ın kullanıcılar tarafından oldukça beğenildiği de görülmektedir.⁹⁶ Karar'da geleneksel girdi ve müşteri kısıtlaması analizlerine yer verilmiş ve bunları test ederken de ana dayanak olarak *Apple*'ın komisyon gelirleri değerlendirilmiştir. Halbuki ekosistem şekilli işleyiş, birçok farklı hizmetin sunumu vasıtasıyla platforma daha fazla kullanıcı çekmekte ve ağ etkilerinden yararlanmak suretiyle daha sadık bir kullanıcı kitlesi yaratmakta ve pazardaki

⁹⁴ Dijital Dönüşümün Rekabet Hukukuna Yansımaları, Rekabet Kurumu (2023)

⁹⁵ https://tracxn.com/d/acquisitions/acquisitions-by-apple/_GM9xAjmuOKxTTHALMkw2bZiaaw7faMd1rK4UX870gPs#list-of-acquisitions

⁹⁶ https://www.reddit.com/r/pixelmator/comments/1gh7o50/pixelmator_is_being_bought_by_apple_curious_to/

çoklu erişimi zayıflatarak rakipler bakımından giriş veya genişleme engeli oluşturabilmektedir. Bu nedenle satışların adedi veya tutarı üzerinden hesaplanan pazar payları dijital ekonomilerde teşebbüsler bakımından yanıltıcı analizlere neden olabilecektir; bu çerçevede kullanıcı sayıları, ziyaret sayıları, ağ etkileri, sahip olunan ekosistemler ve özellikle sahip olunan verilerin kapsamı ve boyutu pazar gücünün ölçülmesinde önemli parametreler haline gelmektedir.⁹⁷ Bu kapsamda dijital ekosistemler bakımından kapatma imkan ve güdüsünden ibaret teorilerin oldukça zayıf kaldığı görülmektedir.

Dolayısıyla, raporda öldürücü devralma teorisi kapsamında karşıolgusal analizi yapılarak hedefin bağımsız kalmasının mümkün olup olmadığı ve eğer mümkünse, ne kadar güçlü bir rekabetçi baskı ortaya çıkaracağı dikkate alınabilirdi. *Apple*'ın durdurduğu ve satıştan kaldırdığı *Apeture*'e karşılık *Pixelmator*'ı “reverse killer acquisition” yani ters öldürücü devralma olarak satın alıp almadığı, *Apple*'ın *Darksy* gibi yaptığı satın almalar ile *Apple*'ın devralma sürecindeki gelişmelere (*Pixelmator*'ın fonlaması, *Apple*'ın satın almadaki saiki-*Apple*, *Pixelmator*'ı tehdit olarak algılamış mı sorusu; girişim sermayesi bağlantıları gibi) toplu bir analizle yaklaşılarak öldürücü devralma teorisinin tüm yönleri ile test edilmesi sağlanabilirdi. Ayrıca, işlemten sonraki fiyatlandırma ve erişim koşulları ile ekosistemle bağlama durumu daha detaylı olarak ele alınmalıydı. Zira dijital pazarlardaki devralmaların incelenmesinde yatay örtüşme ve dikey örtüşme gibi temel başlıklar kullanılabilse de bu başlıklar altında; çalışabilmesi için birbiriyle iletişim halinde olması gereken dijital ürünler veya bir diğerinden veri girdisi alan ürünlere ilişkin dikey örtüşme olup olmadığı veya örtüşen kullanıcı tabanına sahip tamamlayıcı ürünlerin bir araya getirilip getirilmediğinin incelenmesi gerekmektedir.⁹⁸

Bundan başka, *Pixelmator*'ın görüntü düzenlemede gerçekleştirdiği inovasyonlar ile işlemin mevcut, potansiyel rekabet ve de inovasyon rekabeti bakımından değerlendirilmesine de yer verilmeliydi. Ayrıca, ilgili pazarların alternatif tanımlarındaki olası rekabet zararlarının test edilmesi bakımından, *Adobe* ve *Pixelmator*'ın ne kadar ikame olduğu; kullanım özellikleri ve işlevler çerçevesinde *Pixelmator*'ın pro ve diğer versiyonlarının farkları (örneğin daha basit bir kullanıcı arayüzü gibi); yapay zeka teknolojisi ile diğer teknolojilerin aynı pazarda değerlendirilip değerlendirilemeyeceği; teknoloji temelli görüntü düzenlemenin ayrışması halinde *Pixelmator*'ın pozisyonu gibi değerlendirmeler, üçüncü kişilerden elde edilecek bilgi talepleri ile detaylandırılabilirdi. Son olarak rekabet etmeme ve ayartmama anlaşmalarının “yan sınırlama” olup olmadığı, yetenek satın alması (*acquire/talent acquisition*) yönüyle de irdelenerek analiz edilebilirdi.

Yukarıda yer verilen gerekçelerle *Pixelmator*'un tek kontrolünün *Apple* tarafından devralınması işlemine izin verilmesi bakımından çoğunluk görüşüne katılmam mümkün olmamıştır.

Ahmet ALGAN

II. Başkan

⁹⁷ Yatay Birleşme ve Devralmaların Değerlendirilmesi Hakkında Kılavuz

⁹⁸ Yatay Birleşme ve Devralmaların Değerlendirilmesi Hakkında Kılavuz

