

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2021-6-018 (Devralma)
Karar Sayısı : 21-33/449-224
Karar Tarihi : 01.07.2021

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Birol KÜLE
Üyeler : Arslan NARİN (İkinci Başkan), Şükran KODALAK,
Hasan Hüseyin ÜNLÜ, Cengiz ÇOLAK

B. RAPORTÖRLER: Elif Sıdika SARI YILDIZ, Sebahat Gözde BİRCAN,
Gizem HEKİM, Yavuz Mahmut ŞİMŞEK

C. BİLDİRİMDE

BULUNAN : - Obilet Bilişim Sistemleri A.Ş.
Temsilcileri: Metin PEKTAŞ, İdil Gizay DOĞAN,
Av. Deniz KIVANÇ, Av. Derviş Boran BEYSÜLEN
19 Mayıs Mah. Dr. Hüsnü İsmet Öztürk Sk. No:5, 34360
Şişli / İstanbul

- (1) **D. DOSYA KONUSU: Biletal İç ve Dış Ticaret A.Ş.'nin tek kontrolünün Obilet Bilişim Sistemleri A.Ş. tarafından devralınması işlemi.**
- (2) **E. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına 12.05.2021 tarih ve 17827 sayı ile intikal eden ve en son 28.06.2021 tarihli ve 19035 sayılı yazı ile tamamlanan bildirim üzerine düzenlenen 01.07.2021 tarih ve 2021-6-018/Ö sayılı Ön İnceleme Raporu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (3) **F. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda;
 - Bildirim konusu devralma işleminin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 7. maddesi ve 2010/4 sayılı Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ (2010/4 sayılı Tebliğ) kapsamında bir devralma işlemi olduğu ve izne tabi olduğu,
 - İşlem taraflarının; (i) Biletal İç ve Dış Ticaret A.Ş. (BİLETAL) tarafından hâlihazırda sağlanan, çevrim içi fiyat karşılaştırma ve satış platformlarına yönelik altyapı hizmet sunumunun, bildirilen işlemin gerçekleşmesi sonrasında da mevcuttakine benzer çerçevede üç yıl boyunca sürdürüleceği, (ii) uçak ve otobüsle yolcu taşımacılığı yapan firmalarla olan sözleşmelerde ve fiili uygulamalarda bu firmalara ait seferlerin rakip çevrim içi platformlarda listelenememesine yönelik münhasırlık yaratan herhangi bir unsura işlem sonrasında yer verilmeyeceği yönündeki taahhütleri dikkate alındığında; söz konusu işlem sonucunda, 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi kapsamında etkin rekabetin önemli ölçüde azaltılmasının söz konusu olmadığı, dolayısıyla işleme izin verilebileceği

ifade edilmiştir.

G. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

G.1. Taraflar

G.1.1. Devralan: Obilet Bilişim Sistemleri A.Ş. (OBİLET)

- (4) Çevrim içi otobüs ve uçak bileti karşılaştırma ve satışı alanında faaliyet gösteren OBİLET, kendi bünyesinde hazırladığı web sitesi ve mobil uygulamaları kanalıyla; kullanıcıların kendilerine en uygun yolculuk seçeneğini bulmalarını sağlamak amacıyla sefer sorgulama, karşılaştırma, canlı destek ve bilet satın alma hizmetlerini tek bir platform üzerinden bütüncül olarak sunan, İstanbul merkezli bir teşebbüstür. OBİLET, 2012 yılında Ali YILMAZ ve Yiğit GÜROCAK tarafından kurulmuş olup hâlihazırda gerçek kişiler Ali YILMAZ, Yiğit GÜROCAK ile Digital East Fund 2013 SCA SICAR (DEF) ve European Bank for Reconstruction and Development'in (EBRD) ortak kontrolü altındadır.
- (5) DEF ve EBRD, Avrupa'da ve dünya genelinde farklı alanlarda faaliyet gösteren çok sayıda şirkete fon sağlayan yatırımcı kurumlardır. 2012 yılında kurulan DEF, Avrupa'da teknoloji alanında faaliyet gösteren şirketlere risk sermayesi kapsamında azınlık yatırımları gerçekleştirmektedir. 1991 yılında kurulan EBRD ise, yatırımlarına Doğu Bloku ülkelerinde yeni pazar ekonomilerinin oluşmasına yardım etmek için başlamış olup zamanla yatırımlarını üç kıtaya genişleterek, hâlihazırda bu kıtalarda 38 farklı pazarın kalkınmasında aktif rol oynamaktadır. EBRD, bir yandan projelere fon sağlarken, bir yandan da hükümetlere, uluslararası finansal kurumlara ve yatırımcı şirketlere teknik asistanlık sağlamaktadır. EBRD kurum ve kuruluşlara doğrudan finansman, küçük işletmelere destek, danışmanlık ve rehberlik gibi hizmetler de sağlamaktadır.
- (6) Aşağıdaki tabloda EBRD ve DEF'in Türkiye'de kontrol yetkisinin bulunduğu şirketlere ve faaliyet alanlarına ilişkin bilgiler yer almaktadır:

Tablo-1: DEF ve EBRD'nin Türkiye'de Kontrol Ettikleri Şirketler ve Faaliyet Alanları

Tüzel Kişi	Şirket	Faaliyet Alanı
DEF	Tapucom Teknoloji Paz. ve Tic. A.Ş.	İnternet üzerinden platform yoluyla gayrimenkul satışı
DEF	Apsiyon Bil. Sis. San. ve Tic. A.Ş.	Site ve apartman yönetimi yazılımı
EBRD	Modanisa Elektronik Mağazacılık ve Tic. A.Ş.	Hazır giyim online alışveriş sitesi
EBRD	Onedio Bilişim Yazılım Medya Tkn. San. Tic. A.Ş.	Sosyal içerik platformu

Kaynak: Cevabi Yazı

- (7) Yukarıda yer verilen bilgilerden hareketle, OBİLET'in tüzel kişi hissedarları DEF ve EBRD'nin, OBİLET'in faaliyet gösterdiği pazarda veya bu pazarın alt ve üst pazarlarında faaliyet gösteren, %5 ve üzeri hisseye sahip olduğu herhangi bir iştiraki ya da tam veya ortak kontrol hakkına sahip olduğu başka bir teşebbüsün bulunmadığı görülmektedir.

G.1.2. Devre Konu: Biletal İç ve Dış Ticaret A.Ş. (BİLETAL)

- (8) 2006 yılında çevrim içi seyahat bileti tedariki amacıyla kurulan BİLETAL, yerli-yabancı hava yolu firmalarının ve 150'den fazla yerli şehirlerarası otobüs firmasının seferlerinin elektronik ortamda listelenmesini sağlayan ve bir pazaryeri işlevi görerek bu biletlerin satışına aracılık eden bir teşebbüstür. BİLETAL'ın yurt içinde yerli hava yolu şirketlerine doğrudan sistem entegrasyonu bulunmakta olup yabancı hava yolu firmalarına entegrasyonu ise küresel dağıtım sistemleri üzerinden sağlanmaktadır. BİLETAL, geçmiş yıllarda küçük ölçekte deniz otobüsü ve tren bileti satışı faaliyeti yürütmüş olsa da, şu an itibarıyla çevrim içi uçak ve otobüs bileti satışı dışında bir

faaliyeti bulunmamaktadır.

- (9) BİLETAL'ın hâlihazırda %(.) oranında hissesine gerçek kişi hissedarlar (Sabri ÇELİK, Yaşar ÇELİK, Vedat ÇAVUŞOĞLU, Fatih ŞAHİN, Salim SABAZ) sahiptir. Kalan %(.) oranında hisse ise Turk Ticket Sarl'a (TURK TICKET) ait olup TURK TICKET'in BİLETAL haricinde başka herhangi bir pay sahipliği bulunmamaktadır.

G.2. İlgili Pazar

G.2.1. İlgili Ürün Pazarı

- (10) OBİLET tarafından öncelikli olarak, şehirlerarası toplu taşıma araçlarıyla seyahat sektörü çevrim içi bilet satış pazarının; otobüs, uçak, tren ve deniz otobüsü/feribottan oluşan bir bütün olduğu, ancak, başvuru kapsamında, demir yolu ve deniz yolu üzerinden yapılan şehirlerarası yolcu taşımacılığı faaliyetlerinin hem boyut olarak küçük olması, hem de operatörlerin genellikle sadece kendi satış kanalları üzerinden satış yapmayı tercih etmelerinden ötürü olgun bir çevrim içi pazarın bulunmaması nedeniyle ilgili ürünlerin otobüs ve uçak biletleri ile sınırlamanın daha doğru olacağı görüşüne yer verilmektedir.
- (11) Ek olarak, söz konusu ürün tanımı çerçevesinde, talep ikamesi ve arz ikamesi bağlamında bir pazar analizi gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda ilk olarak, somut olay bakımından çevrim içi uçak bileti satışlarıyla, çevrim içi otobüs bileti satışlarının tüketici gözünde "birbirinin yerine geçip geçmediği" değerlendirilmiştir. Teşebbüs tarafından, son yıllarda uçak ve otobüs bileti fiyatlarının birbirlerine yakınsaması sebebiyle, özellikle yoğun güzergâhlarda her iki seçeneğin de bulunduğu ve sefer saatlerinin uygun olduğu durumlarda tüketici gözünde otobüs ve uçak yolculuğu arasında pazarı ayırıştırarak düzeyde bir farklılığın söz konusu olmadığı ifade edilmiştir. Bilet fiyatlarının yanında, havaalanlarına ulaşım süresi, havaalanlarındaki kontroller, beklemler, uçak taksi süreleri ve rötalar nedeniyle kaybedilen süreler sebebiyle, tüketiciler açısından, "toplam yolculuk süresi"nin görece uzadığı, bununla birlikte son yıllarda karayollarına yapılan ilave yatırımlar ve şehirlerarası hız limitlerinin artırılması ile şehirlerarası otobüs yolculuklarının süresinde ciddi düzeyde kısalmanın meydana geldiği, dolayısıyla hava yolu ve kara yolu ile yapılan yolculuk sürelerinin de birbirlerine yaklaştığı, özellikle trafiğin yoğun olduğu güzergâhlarda, toplam yolculuk süresi açısından otobüs ve uçak yolculuklarının tüketici açısından ikame edilebilir hale geldiği ifade edilmiştir.
- (12) OBİLET'in cevabi yazısında, son yıllarda hemen hemen her ile yapılan havaalanı yatırımları nedeniyle bölgesel veya yöresel bazda bir uçak kitlesi - otobüs kitlesi ayrımının ortadan kalktığı, bu doğrultuda, şehirlerarası otobüs ve uçak yolculuklarına yönelik tüketici kitlesinin de, birebir aynı olmasa dahi, giderek homojenleştiği, bunun sonucu olarak da tüketicilerin karar aşamalarında her iki seçeneği de değerlendirdiği; dolayısıyla yolculuk için yapılan araştırmalarda tüketici gözünde uçak ve otobüs biletlerinin bir arada kıyaslandığı ifade edilmiştir. Özellikle sezon etkisi, koltuk kapasitesi yetersizliği, sefer saatleri uyumsuzluğu, fiyat değişimi esneklikleri gibi etkenlerin bu iki ürünü rakip haline getirdiği belirtilmiştir. Söz konusu durum, OBİLET tarafından sayısal verilerle de desteklenmiş olup OBİLET'in son üç aylık verilerine bakıldığında, uçak ve otobüs biletlerinin ortak yer aldığı rotalarda OBİLET uygulamalarından en az bir kere hem otobüs hem de uçak bileti sorgulanan cihaz sayısının toplam cihaz sayısına oranının %32,5 gibi yüksek bir orana tekabül ettiği, bu durumun da kullanıcıların uçak ve otobüs biletlerini karşılaştırarak kendilerine en uygun olan seçeneğe geçiş yaptıklarını gösterdiği ifade olunmaktadır.

- (13) Yukarıda yer verilen bilgilere ek olarak, teşebbüs tarafından arz ikamesi kapsamında ilk olarak tedarikçilerin ürün ve hizmet sunumları arasında kolaylıkla geçiş yapabilmesi hususu değerlendirilmiştir. Bu çerçevede, çevrim içi otobüs bileti satışı faaliyeti gösteren teşebbüsler ile çevrim içi uçak bileti satışı faaliyeti gösteren teşebbüslerin diğer ürün ve hizmetleri sağlamaya başlamasındaki kolaylık derecesinin önem arz ettiği, sektörde faaliyet gösteren teşebbüslerin geçiş yapma kabiliyeti açısından, katlanılması gereken ilave maliyet, yatırım ve dönüşüm ihtiyacının oldukça düşük olması sebebiyle, çevrim içi uçak ve otobüs bileti satış faaliyetinin arz yönünden ikame edilebilirliğinin yüksek olduğu ifade edilmiştir. Nitekim ilgili cevabi yazıda, OBİLET'in faaliyetlerine yalnızca çevrim içi otobüs bileti satışları ile başladığı, 2017 yılında çok küçük maliyetlere katlanarak, genel iş yapış tarzını değiştirmeksizin, uçak bileti satışlarını da kolaylıkla faaliyet alanlarına eklediği belirtilmektedir. Bunun yanında BİLETAL, Enuygun Com İnternet Bilgi Hizmetleri Teknoloji ve Ticaret A.Ş. (ENUYGUN) vb. gibi Türkiye'nin önde gelen diğer birçok satış platformunun da hem uçak hem de otobüs bileti satışları gerçekleştirdiği, bu noktada geçiş bakımından yerine getirilmesi gereken esas unsurun firmalar ile anlaşmaktan ibaret olduğu vurgulanmaktadır. Bu kapsamda OBİLET tarafından otobüs ve uçak biletlerinin kullanıcı kitlesinin birebir aynı olduğu ve her iki ürünün de birbirlerinin hem arz hem de talep yönünden doğrudan ikamesi olduğu ifade edilmiştir.
- (14) İşlem taraflarınca iletilen bilgiler ve sektörün işleyişi incelendiğinde, tarafların faaliyette bulunduğu pazarda yer alan rakiplerinin de tıpkı işlem tarafları gibi hem uçak hem de otobüs bileti satışları gerçekleştirdikleri görülmektedir. Bu itibarla, çevrim içi uçak ve otobüs bileti satış pazarlarının tek bir ilgili ürün pazarı şeklinde tanımlanması gerektiği değerlendirilmektedir.
- (15) OBİLET tarafından değinilen bir başka nokta ise, çevrim içi fiyat karşılaştırma ve bilet satışı hizmeti sunan teşebbüslerin, taşımacılık faaliyeti ile birlikte kendi biletlerinin satışını gerçekleştiren teşebbüslerden ayrışmadığı, bu iki kanalın birbirine ikame olacak şekilde aynı ilgili ürün pazarında kabul edilmesi gerektiğidir. Öyle ki OBİLET tarafından;
- Çevrim içi bilet satışı hizmeti faaliyetlerinin diğer çevrim içi hizmetlerden ürün çeşitliği, kalite, içerik vb. gibi etkenler nedeniyle farklılaştığı; diğer bir deyişle, diğer mal/hizmetlerin çevrim içi satışlarında farklı ürün seçenekleri ve özgün değer önerileri bulunması nedeniyle tüketicilerin tüm seçenekler arasından karar vererek mal/hizmet alımı gerçekleştirdiği; öte yandan bilet satışının doğası gereği standart ve ürünün homojen olmasından ötürü, kullanıcının arama sonucunda farklı bir ürün seçeneği ile karşılaşmasının mümkün olmadığı,
 - Diğer e-ticaret pazaryerlerinin aksine çevrim içi bilet satış hizmeti veren pazaryerlerinde operatör firmalardan önemli derecede ayrılan bir ürün çeşitliliği bulunmadığı,
 - Çevrim içi seyahat bileti pazarında en büyük trafik kaynağı olan "Google" gibi arama motoru reklamlarında operatör firmaların¹ çevrim içi seyahat pazaryerleri ile aynı arama sözcüklerine reklam vermesi ve çok daha geniş reklam bütçelerine sahip olması sebebiyle, arama sonuçlarında üst sıralarda yer alarak çevrim içi seyahat pazaryerleri ile doğrudan rekabete girdikleri, bahsi geçen firmaların marka gücü, bilinirlik ve sadık kullanıcı kitlesinden faydalanarak

¹ "Operatör firma" kavramı teşebbüs tarafından, yolcu taşımacılığı yapan THY, PEGASUS, KAMİL KOÇ vb. gibi firmalara karşılık gelecek şekilde kullanılmıştır.

çevrim içi bilet satış hizmeti veren platformlar karşısında rekabet avantajı elde edebildikleri, dolayısıyla, sektörü, çevrim içi kanallarda aktif durumda olan taşıyıcı firmaları dahil etmeksizin çevrim içi fiyat karşılaştırma ve bilet satışı faaliyetinde bulunan platformlar ile sınırlamanın doğru sonuç vermeyeceği,

- Tedarikçi konumundaki operatör firmaların kendi internet siteleri ve/veya mobil uygulamaları üzerinden gerçekleştirdikleri satışlarında çevrim içi fiyat karşılaştırması ve bilet satışı hizmeti sunan platformlara göre daha ucuz satış yapmak suretiyle çevrim içi platformları, kendi çevrim içi satış kanallarına göre daha yüksek fiyatlar listelemek durumunda bırakabildikleri ya da uzun süreli kampanya dönemlerinde kendi mobil uygulamaları üzerinden biletleri daha avantajlı fiyatlara satabildikleri, çevrim içi bilet platformlarından kendi çevrim içi satış kanallarını pozitif yönde ayrıştırabildikleri ve böylece rekabet avantajı ve pazar payı elde ettikleri,
- Mevcut durumda Türkiye’de satılan şehirlerarası otobüs biletlerinin %75’inin geleneksel kanallar üzerinden, kalan %25’lik kısmının ise çevrim içi kanallar üzerinden satın alındığının tahmin edildiği, bahse konu %25 orana sahip çevrim içi bilet satışlarının %35-40’lık bölümünün ise şehirlerarası otobüs taşımacılığı yapan teşebbüsler tarafından kendi çevrim içi internet siteleri ve/veya mobil uygulamalarından satıldığı

ifade edilerek her iki kanalın da birbirine alternatif olduğu hususu vurgulanmıştır.

(16) OBİLET tarafından ayrıca, firmaların kendi internet satış kanalı ile çevrim içi platformların birbirinden ayrışıp ayrışmadığı hususu ile ilgili olarak;

- Otobüs/uçak bileti satışı pazarında tüketicilerin mobil uygulama kullanma oranının diğer pazarlara göre oldukça düşük olduğu, nitekim OBİLET’in mobil uygulama üzerinden gerçekleştirdiği satış oranının son dört yılda %15-20 düzeyinde kalarak durağan bir seyir izlediği,
- Mobil uygulamadan yapılan bilet satışı oranının otobüs ve uçak bileti satışı pazarında oldukça düşük paya sahip olması doğrultusunda tüketicilerin bilet araştırmasında genellikle arama motorlarını kullandıkları böylelikle mobil uygulamalarda kısıtlı kalmayarak platformların internet siteleri ile operatör firmaların internet siteleri arasında serbest bir şekilde dolaşabildikleri,
- Tüketicilerin mobil uygulamalara ve dolayısıyla OBİLET gibi e-platformlara bağlı kalmamasının yanında, hava yolu ile yolcu taşımacılığı faaliyetinde bulunan teşebbüslerin mobil uygulamalarının ve internet kanallarının oldukça güçlü olduğu,
- Otobüs ve uçak taşımacılığı yapan teşebbüslere yönelik yıllar içerisinde oluşan sadakat ve bu teşebbüslerin bilinirliği nedeniyle çoğu tüketicinin, fiziki kanalların yanında, bu teşebbüslerin mobil uygulamalarını telefonlarında taşıdıkları ya da internet sitelerinden yaygın bir şekilde alışveriş yaptıkları,
- Ürün/marka çeşitliliği açısından bakıldığında, operatör firmaların internet sitelerinde yalnızca kendi biletlerini sattıkları bununla birlikte çevrim içi platformların her bir hatta yönelik genellikle 3-4 seçenek sunabildikleri, dolayısıyla platformların, ilgili pazar bakımından farklılaşacak düzeyde bir çeşitlilik ve karşılaştırma olanağı yaratmadıkları,

- Teşebbüs sadakati veya marka bağlılığı olan tüketicilerin genellikle, sağlanan yeni imkanları ve kampanyaları da görmek isteyeceğinden ilk olarak söz konusu teşebbüslerin çevrim içi kanallarında arama yaptıkları

ifade edilerek firmaların kendi internet satış kanalı ile çevrim içi platformların tüketici taleplerini çok benzer şekilde karşıladığı ve her iki kanalın birbirine rakip olduğu değerlendirilmesine yer verilmiştir.

- (17) Aşağıda OBİLET satışlarının yıllar itibarıyla satış kanalına göre dağılımı ile OBİLET'ten bilet alan tüketicilerin ürün araştırma aşamasında tercih ettikleri kaynakların dağılımına yer verilmektedir:

Tablo-2: OBİLET Satışlarının Yıllar İtibarıyla Satış Kanalına Göre Dağılımı (%)

Satış Kanalı	2017	2018	2019	2020
Masaüstü	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mobil Web Sitesi	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mobil Uygulama	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100,00	100,00	~100,00	100,00

Kaynak: Cevabi Yazı

Tablo-3: OBİLET'ten Bilet Alan Tüketicilerin Ürün Araştırma Aşamasında Tercih Ettikleri Kaynakların Dağılımı (%)

Satış Kanalı	2017	2018	2019	2020
Arama Motoru	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Mobil Uygulama	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Doğrudan	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer Web	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100,00	~100,00	100,00	~100,00

Kaynak: Cevabi Yazı

- (18) Çevrim içi otobüs ve/veya uçak bileti satışı yapan teşebbüslerden, hava yolu veya kara yolu taşımacılığı faaliyetinde bulunan ve kendi resmi internet sitesinde çevrim içi bilet satışı yapan teşebbüsler ile OBİLET ve BİLETAL gibi birden fazla teşebbüse ait bilet fiyatlarının karşılaştırılması ve çevrim içi bilet satışı hizmeti sağlayan teşebbüsler arasındaki rakiplik ilişkisi ve bunların aynı ilgili ürün pazarında değerlendirip değerlendirilmeyeceğine yönelik görüşleri sorulmuştur.
- (19) Bu kapsamda Metro Turizm Seyahat Organizasyon ve Ticaret A.Ş. (METRO TURİZM) tarafından gönderilen cevabi yazıda; taşımacılık faaliyetinde bulunan ve kendi resmi internet sitesi üzerinden çevrim içi bilet satışı yapan firmalar ile birden fazla teşebbüse ait fiyatların karşılaştırılması suretiyle çevrim içi bilet satış hizmeti sağlayan teşebbüsler arasındaki ilişkinin doğrudan bir rakiplik ilişkisi olarak adlandırılmayacağı, METRO TURİZM gibi yolcu taşımacılığı yapan firmalara, hâlihazırda D1 yetki belgesi sahibi olan ve hava yolu, tren yolu vb. gibi farklı metotlarda taşımacılık yapan şirketlerin rakip olabileceği, öte yandan doğrudan yolcu taşımacılığı yapmamakla birlikte, birden fazla teşebbüse ait fiyatların karşılaştırılması metoduyla çevrim içi bilet satışı gerçekleştiren platform/yazılım şirketlerinin ise söz konusu rakiplik ilişkisine dâhil edilemeyeceği ifade edilmektedir. Bununla birlikte, nihai tüketicilerin sıklıkla fiyat karşılaştırmasının yapıldığı internet sitelerini tercih etmeleri sebebiyle, nihai olarak tüketicilerin METRO TURİZM de dahil olmak üzere diğer yolcu taşımacılığı yapan teşebbüslerin biletlerini satın almaları durumunda dahi, bu durumun yolcu taşımacılığı şirketlerinin fiyat karşılaştırması metodu ile bilet satışı yapan platformlarla çalışma zorunluluğunu ortaya çıkardığı ifade olunmaktadır. Bu kapsamda METRO TURİZM tarafından, kara yolu, hava yolu, demir yolu yolcu

taşımacılığı yapan teşebbüsler ile birden fazla teşebbüse ait fiyatların karşılaştırılması yoluyla çevrim içi bilet satışıyla e-ticaret yapan platform/yazılım şirketleri arasında doğrudan bir rakiplik ilişkisinin bulunmadığı, dolayısıyla bu teşebbüslerin doğrudan aynı ürün pazarında yer alamayacağı değerlendirilmesine yer verilmiştir.

- (20) Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş. (PEGASUS)² tarafından gönderilen cevabi yazıda; PEGASUS'un ürün ve hizmetlerinin tüketiciye satışını doğrudan satış kanalları üzerinden gerçekleştirmenin yanı sıra bu ürün ve hizmetleri, anlaşmalı seyahat acenteleri aracılığıyla da satışa sunduğu³, bu kapsamda BİLETAL ve OBİLET ile PEGASUS arasında "XML"⁴ ağ erişim yöntemiyle satış anlaşmasının mevcut olduğu, satış yönteminden bağımsız olarak PEGASUS ile seyahat acenteleri arasında 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu ve 1618 sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu düzenlemeleri çerçevesinde bir acentelik ilişkisinin söz konusu olduğu, bu kapsamda seyahat acentelerinin uçak bileti satışlarını acente sıfatıyla gerçekleştirdikleri, yolcu adına düzenlenen elektronik biletlerin doğrudan PEGASUS tarafından düzenlendiği ifade olunmaktadır.
- (21) PEGASUS tarafından bu kapsamda, fiyat karşılaştırması ve satış hizmeti sunan çevrim içi seyahat acentelerinin doğrudan kendi ürün ve hizmetlerini sunan hava yolu işletmeleri ile aynı ürün pazarında değerlendirilmesinin mümkün olmadığı, öyle ki hava yolu işletmelerinin belirli bir mevzuat çerçevesinde ruhsata tabi bir hizmet sunduğu, yasal mevzuatın yanı sıra operasyonel gereklilikler, organizasyon yapısı, planlama ve sermaye ihtiyaçları açısından seyahat acentelerine oranla büyük farklar gösterdikleri; bunun yanında, satışa konu ürün ve hizmetlerin hava yolu işletmeleri tarafından üretildiği, acentelerin ise farklı hava yolu işletmelerine ait içerikler bakımından aracılık rolü üstlendiği de dikkate alındığında, tarafların aynı ilgili ürün pazarında yer almasının olası olmadığı belirtilmiştir.
- (22) Türk Hava Yolları A.O. (THY) tarafından gönderilen cevabi yazıda; THY ile hem BİLETAL hem de OBİLET arasında "*Websagent Protokolü*"⁵nün mevcut olduğu, anılan protokol kapsamında belirlenen şartlar çerçevesinde, acentelere sunulan bir web-servis hizmeti ile acentelere kendi internet siteleri üzerinden, uçuş noktalarına rezervasyon yapabilmeye ve bilet satabilmeye imkânının sağlandığı, bu kapsamda, THY ile anılan acenteler arasında bir rakiplik ilişkisinin olmadığına düşünüldüğü ifade edilmiştir. Teşebbüs tarafından ayrıca, kullanıcılara doğrudan bilet satışı yapılmayıp yalnızca fiyat karşılaştırması yoluyla üçüncü taraf internet sitelerine yönlendirme

² PEGASUS, 2920 sayılı Türk Sivil Havacılık Kanunu çerçevesinde T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı Sivil Havacılık Genel Müdürlüğünden almış olduğu işletme ruhsatına istinaden hava yolu ile yolcu ve yük taşımacılığı alanında faaliyet göstermektedir.

³ PEGASUS tarafından, hava yolu işletmelerinin başta uçak bileti olmak üzere ürün ve hizmetlerini kendileri tarafından işletilen internet sitesi ve mobil uygulamalar gibi doğrudan satış kanalları üzerinden satışa sunabildiği gibi, Türkiye'de 1618 sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu çerçevesine yetkilendirilmiş seyahat acenteleri üzerinden de satışa sunabileceği ifade edilmiştir.

⁴ "eXtensible Markup Language - Genişletilebilir İşaretleme Dili". PEGASUS, seyahat acenteleri tarafından söz konusu satışların PEGASUS'un rezervasyon ve satış sisteminin acente ara yüzü üzerinden acentelerin satış ofislerinde gerçekleştirilebildiğini, acentelerin ayrıca XML ağ erişim yöntemiyle sistem entegrasyonu sağlayarak kendilerine ait çevrim içi ortamlar üzerinden de satış yapabildiğini ifade etmiştir.

⁵ Websagent Protokolü; THY ile acenteleri arasında akdedilen bir protokol türü olup içeriğinde taraflar arasındaki ticari ilişkinin sınırlarını çizen genel hüküm ve düzenlemeler yer almaktadır.

yapan teŖebbüsler ile kendi internet sitesinden satıŖ yapan teŖebbüslerin aynı ürün pazarında değerlendirilmemesi gerektiği; ancak fiyat karŖılaŖtırması yapıp kendi internet sitesinden satıŖ yapan teŖebbüsler ile doğrudan kendi internet sitesi üzerinden satıŖ yapan teŖebbüslerin aynı ürün pazarında değerlendirilebileceği ifadelerine yer verilmiŖtir.

- (23) ENUYGUN tarafından, fiyatlama politikası, ürünlerin kalite farklılıkları, ürünlerin sunulma Ŗekli, pazar dinamikleri, sektörel rekabet koŖulları, pazarlama faaliyetleri, tâbi oldukları mevzuat ve kullanılan satıŖ yöntemlerinin farklılık göstermesi sebebiyle; fiyat karŖılaŖtırma ve satıŖ hizmeti sunan çevrim içi seyahat acenteleriyle, klasik giŖe satıŖının yanı sıra kendi resmi internet sitelerinde de bilet satıŖı yapan otobüs firmaları için pazarların ayrı ayrı değerlendirilmesi gerektiği ifade edilmiŖtir.
- (24) ETS Ersoy Turistik Servisleri A.Ŗ. (UCUZABİLET) tarafından, hava yolu taŖımacılıęı faaliyetinde bulunan ve kendi resmi internet sitesinde çevrim içi bilet satıŖı yapan THY, PEGASUS, Kamil Koç Otobüsleri A.Ŗ. (KAMİL KOÇ), METRO TURİZM vb. teŖebbüsler ile BİLETAL, OBİLET, ENUYGUN vb. gibi birden fazla teŖebbüse ait bilet fiyatlarının karŖılaŖtırılması ve çevrim içi bilet satıŖı hizmeti sağlayan teŖebbüslerin "yurt içi ve yurt dıŖı yolcu taŖımacılıęı biletlerinin çevrim içi ortamda listelenmesi ve satılması" iŖlemlerini gerçekteŖtiriyor olması sebebiyle birbirlerine rakip olduğunun düşünöldüğü ifade edilmiŖtir.
- (25) Yukarıda yer verilen bilgilerin yanı sıra, sektöre iliŖkin yapılan araŖtırmalar sonucu, otobüs veya uçak bileti satın almak isteyen tüketicilerin, bu hizmeti sunan hava yolu veya kara yolu ile yolcu taŖımacılıęı yapan teŖebbüslerin internet siteleri, mobil uygulamaları, geleneksel kanallar olan bilet satıŖ noktaları veya bilet fiyatı karŖılaŖtırma ve satıŖı hizmeti sunan e-platformlar gibi çeŖitli alternatiflerinin olduğu görölmektedir. Bu çerçevede, OBİLET ve BİLETAL'ın sahip oldukları çevrim içi platformlar üzerinden otobüs ve uçak biletlerinin fiyatlarının karŖılaŖtırılması ve satıŖı hizmeti verdikleri, bu bakımdan tüketiciler ile kara veya hava yolu taŖımacılıęı hizmeti sunan teŖebbüsleri bir araya getirdikleri ve söz konusu biletleri belli bir komisyon ekleyerek tüketicilere sattıkları anlaŖılmaktadır. Öte yandan Ŗehirlerarası kara yolu veya hava yolu taŖımacılıęı hizmeti veren teŖebbüslerin çevrim içi kanallarından yalnızca kendi bilet satıŖlarını gerçekteŖtirdikleri görölmektedir. Bu kapsamda söz konusu iki bilet satıŖ kanalının ürün fiyatı, çeŖitlilięi, sunulan karŖılaŖtırma hizmeti açısından farklılık arz ettiği anlaŖılmaktadır.
- (26) Bununla birlikte, son yıllarda deęiŖen tüketici davranıŖları göz önüne alındığında; tüketicilerin ürün fiyatlarının karŖılaŖtırılabildięi trendyol.com, hepsiburada.com, çiçeksepeti.com, tr.hotels.com gibi platformlar üzerinden alıŖveriŖ yapma alışkanlığı edindikleri değerlendirilmektedir. Nitekim Google arama motorunda "otobüs bileti" araması yapıldıęında⁶ tıklanma sayısına göre oluŖturulan listede (bir baŖka ifade ile organik sonuçlarda) çıkan ilk beŖ arama sonucunun tamamının çevrim içi karŖılaŖtırmalı bilet satıŖı yapan teŖebbüsler olduğu görölmektedir.
- (27) Yukarıda yer verilen tüm bilgi ve değerlendirmeler iŖıęında, "seyahat bilet satıŖı

⁶ Google arama motorunda 01.07.2021 tarihinde gerçekteŖtirilen "otobüs bileti" araması sonuçları baz alınmıŖtır.

hizmetleri” olarak isimlendirilebilecek üst pazar kendi içinde “geleneksel kanallardan sunulan bilet satış hizmetleri” ve “çevrim içi bilet satışı platform hizmetleri” olmak üzere iki alt pazara ayrılabilir, “çevrim içi bilet satışı platform hizmetleri” pazarının altında ise “çevrim içi karşılaştırmalı otobüs ve uçak bileti satışı” pazar tanımı yapılabilecek olmakla birlikte; İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz’un 20. paragrafı da dikkate alınarak, olası alternatif pazar tanımlarının ulaşılabilecek sonucu etkilememesi nedeniyle kesin bir ilgili ürün pazarı tanımlamasına gerek görülmemektedir.

- (28) 2010/4 sayılı Tebliğ uyarınca, bildirim konusu işlemde etkilenme ihtimali olan ve taraflardan iki veya daha fazlasının aynı ürün pazarında faaliyette bulunduğu ya da taraflardan en az bir tanesinin bir diğerinin faaliyet gösterdiği herhangi bir ürün pazarının alt veya üst pazarında ticari faaliyette bulunduğu ilgili ürün pazarları etkilenen pazarları oluşturmaktadır. Tarafların faaliyetlerinin, her ikisinin de sahip oldukları çevrim içi kanal vasıtasıyla uçak ve otobüs bileti satışı gerçekleştirmeleri ve tüketicilere birden fazla teşebbüse ait bilet içeriklerinin aynı anda sunumunu sağlayıp fiyat karşılaştırma imkânı yaratmaları itibarıyla, çevrim içi karşılaştırmalı otobüs ve uçak bileti satışı pazarında yatay olarak örtüştüğü anlaşılmaktadır.

G.2.2. İlgili Coğrafi Pazar

- (29) Dosya kapsamında yapılacak olan değerlendirmeleri etkilemeyeceğinden hareketle coğrafi pazar tanımı yapılmasına gerek olmadığı sonucuna varılmıştır.

G.3. DEĞERLENDİRME

- (30) Bildirime konu işlem ile OBİLET, BİLETAL’ın hisselerinin tamamına sahip olacak ve bu yolla tek kontrolünü elde edecektir. Dolayısıyla bildirim konusu işlem, BİLETAL’in kontrolünde kalıcı bir değişikliğe yol açacağından, 2010/4 sayılı Tebliğ’in 5. maddesi çerçevesinde bir devralmadır. Tarafların cirolarının 2010/4 sayılı Tebliğ’in birinci fıkrasında öngörülen eşikleri aşması nedeniyle, işlem izne tabidir.
- (31) İşlem taraflarının her ikisinin de faaliyet gösterdiği çevrim içi karşılaştırmalı otobüs ve uçak bileti satışı pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin 2018, 2019 ve 2020 yıllarına ait tahmini pazar payı verileri aşağıda yer almaktadır.

Tablo-4: Çevrim İçi Karşılaştırmalı Otobüs ve Uçak Bileti Satışı Pazarında Paylar (%)⁷

Site Adı	2018	2019	2020
OBİLET	(....)	(....)	(....)
ENUYGUN	(....)	(....)	(....)
UCUZABİLET	(....)	(....)	(....)
BİLETAL	(....)	(....)	(....)
BİLETBAYİSİ	(....)	(....)	(....)
BİLET.COM	(....)	(....)	(....)
NEREDENNEREYE	(....)	(....)	(....)
SKYSCANNER TÜRKİYE	(....)	(....)	(....)
TURNA	(....)	(....)	(....)
ONLINEBİLET	(....)	(....)	(....)
BİLETBAYİ	(....)	(....)	(....)

⁷ Teşebbüs tarafından, resmi kurumların veya araştırma kuruluşlarının bu yönde bir çalışmasının bulunmaması sebebiyle, pazar payı tahminlerinin, ilgili sitelerin internet trafiği (ziyaretçi ve sayfa görüntüleme sayısı) istatistiklerine dayandığı ifade edilmiştir. Bunun yanında, çevrim içi seyahat bileti pazarı açısından bağımsız ve tarafsız bir kuruluş olan Dijital Pazarlama Ajansı ZEO Agency’nin, 2020 yılının her bir çeyreğinde Dijital Pazarlama Sektör Raporları hazırladığı, raporda, ulaşım sektöründe faaliyet gösteren internet şirketlerinin 2020 yılı aylık ortalama ziyaretçi sayılarına da yer verildiği, söz konusu pazar payı tablosunun bunlar arasından, çevrim içi bilet satışı hizmeti sunanların ayıklanarak hazırlandığı açıklamasına yer verilmiştir.

Tablo-4'ün devamı:			
Site Adı	2018	2019	2020
GOVEGO	(.....)	(.....)	(.....)
BİLET11	(.....)	(.....)	(.....)
BİLETEVİNİZ	(.....)	(.....)	(.....)
AEROBİLET	(.....)	(.....)	(.....)
ONLINE-OTOBÜSBİLETİ	(.....)	(.....)	(.....)
FULLTRIP	(.....)	(.....)	(.....)
TRİPOKI	(.....)	(.....)	(.....)
VALİZ	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	~100,00	~100,00	~100,00
Kaynak: Cevabi Yazı			

- (32) Yukarıdaki tablo incelendiğinde, OBİLET'in 2018'den bu yana pazar payındaki artışla birlikte pazar lideri konumuna geldiği görülmektedir. BİLETAL ise %(.....) pay ile pazarda dördüncü büyük teşebbüs olarak yerini almaktadır. İlâveten pazarın çok oyunculu bir yapıda olduğu dikkat çekmekle birlikte yaklaşık %(.....)'lik bir pazar payının ilk beş oyuncuda yoğunlaştığı görülmektedir. Bu itibarla pazardaki oyuncu sayısı fazla görünmekle birlikte, birçok oyuncunun %(.....)'in altında pazar payına sahip olduğu dikkate alındığında, bu teşebbüslerin büyük oyuncular üzerindeki rekabetçi baskısının sınırlı kaldığı anlaşılmaktadır.
- (33) OBİLET'in pazardaki lider konumu ve işlem sonrasında üçüncü en büyük rakibini devralarak bu konumunu daha da güçlendireceği dikkate alındığında, bildirim konu işlemin gerçekleşmesinin ardından pazarda meydana gelebilecek muhtemel rekabetçi endişelere ilişkin sektör oyuncularından görüşler alınmıştır. Sektör oyuncularının iletmiş oldukları yazılarda özetle;
- Tüketici tercihlerinin yolcu taşımacılığı yapan teşebbüslerden ziyade BİLETAL, OBİLET gibi fiyat karşılaştırma metodu kullanan firmalara yönelmesi hasebiyle yolcu taşımacılığı yapan firmaların söz konusu teşebbüslere bilet satışı entegrasyonu vermesinin kaçınılmaz olduğu, bu durumda anılan devralma işleminin gerçekleşmesi halinde hâlihazırda karşılaştırma siteleri üzerinden satın alınan biletlerin önemli bir kısmının satışının doğrudan OBİLET tarafından gerçekleştirileceği,
 - OBİLET'in hâlihazırda fiyat karşılaştırması ve satış hizmeti sunan teşebbüsler arasında güçlü bir konuma sahip olduğu; devralma taraflarından BİLETAL'ın da sektörün öncü şirketlerinden biri niteliğini haiz olduğu, OBİLET ve BİLETAL'ın birleşmesi ile piyasa yapısının kontrol altına alınabileceği ve bu kapsamda rekabetin kısıtlanabileceği,
 - Fiyat karşılaştırması ve satış hizmeti sunan teşebbüslerin, bu hizmetlerinin karşılığı olarak seferlerine internet siteleri üzerinde yer verdikleri ulaşım ve seyahat şirketlerinden komisyon ücreti tahsil ettikleri, bu çerçevede OBİLET'in, BİLETAL'ı devralmak suretiyle pazardaki lider konumunu daha da güçlendireceği; bu durumun ilgili pazarda yeni kapasite yaratılmadan var olan kapasitenin el değiştirmesi ve rakip sayısının azalmasına yol açarak, ulaşım/seyahat şirketlerinden tahsil edilen komisyon ücretlerinin artmasına neden olacağı, söz konusu ücret artışının ulaşım/seyahat şirketlerinin sunmuş olduğu hizmet ücretlerine yansması ile de tüketicilerin bu hizmetlere erişiminin zorlaşacağı, bu durumun ulaşım ve seyahat piyasasında faaliyet gösteren şirketleri de olumsuz etkileyeceği,

ifade edilmiştir. İlâveten (.....) tarafından gönderilen cevabi yazıda;

- Birçok otobüs firmasının, çevrim içi bilet satışı için gerekli olan teknolojik altyapıya sahip olmaması sebebiyle, çevrim içi bilet satış teknolojisini dış kaynak kullanımı ile temin ettiği, altyapı sağlayıcılarının aynı zamanda çevrim içi seyahat acentesi olarak da hizmet verdikleri için kendileri dışındaki bir şirketin ilgili otobüs şirketlerinin biletlerini satmalarına imkân tanımak istemedikleri, (.....) otobüs bileti satışında ilgili içeriğin büyük bir bölümünü BİLETAL'ın sağladığı altyapı üzerinden temin ettiği, bunun dışında, teknolojik altyapıya sahip olan az sayıda otobüs firması ile de doğrudan sözleşme yaparak biletleri satma ve karşılaştırma imkanı sağladığı, söz konusu devralmanın gerçekleşmesi durumunda, (.....) olarak içerik alabilecekleri en büyük ve tek kaynağın sadece OBİLET olacağı, bu durumun subjektif ve kendi satış kanallarını önceliklendiren uygulamaların varlığı sebebiyle bazı çekincelere sebep olduğu, devralmaya izin verilmesi halinde pazarda rekabetin önemli ölçüde azalma riskinin doğacağı

ifade edilmiştir.

- (34) Üçüncü tarafların bildirimine konu işleme ilişkin görüşleri ve tarafların pazar payları birlikte ele alındığında devralma işleminin ardından pazarda gerçekleşmesi muhtemel görülen birtakım rekabetçi endişeler gündeme gelmektedir. Nitekim OBİLET ve/veya BİLETAL'ın, çevrim içi bilet satışı pazarında faaliyet gösterirken, aynı zamanda çevrim içi bilet satışı hizmetinin sunulabilmesi için gereken teknik altyapının oluşturulması bakımından biletleme altyapı yazılım desteği sağlamaları nedeniyle, kendi çevrim içi kanallarındaki satışları artırma amacıyla altyapı hizmeti verdikleri otobüs ve uçak firmaları ile münhasıran satış ilişkisi kurmaları, böylelikle pazardaki rakiplerin dışlanmasına sebep olacak şekilde pazarı kapatmaları endişesi doğmaktadır. Bu kapsamda işlem taraflarından ilgili teknik altyapı teminine ilişkin bilgi alınmıştır.

- (35) Taraflar,

- BİLETAL'ın diğer çevrim içi fiyat karşılaştırma sitelerine hava yollarına ait verileri sağlamak üzere geliştirdiği bir altyapı ürününün mevcut olduğunu, ancak BİLETAL'ın bu kapsamda uçak bileti verisi sağladığı çevrim içi sitelerin Türkiye'deki çevrim içi uçak bileti satışlarındaki payının %(.....) düzeyinde olduğunu,
- OBİLET ve BİLETAL'ın otobüs firmalarının bilet satışı için kullandığı teknik altyapı yazılımlarına ilişkin hizmet sağladığını, ancak sektörde bu hizmeti sağlayan birçok farklı teşebbüsün olduğunu, ilaveten otobüs biletleri bakımından satılan biletlerin yaklaşık %50-55'lik kısmı için altyapı yazılımının doğrudan taşımacılık firmalarının bünyesinde bulunduğunu, dolayısıyla OBİLET ve benzeri firmaların altyapı hizmet sunumunun geriye kalan %45-50 oranındaki bilet satışları için söz konusu olduğunu,
- Çevrim içi fiyat karşılaştırma sitelerinin; ayrı ayrı sistemlere entegre olmalarının getireceği zaman ve kaynak ihtiyacı, satış tarafında çıkan teknik sorunların (bazı seferlerin listelenmemesi, koltuk veya fiyat bilgilerinin hatalı gösterilmesi, müşterilerin aldığı hata mesajları) çözümünün aracı veri sağlayıcılarca takip edilmesinin ve çözüme kavuşturulmasının birçok çevrim içi karşılaştırma sitesince çok daha efektif bir yol olarak görülmesi gibi faktörlerin getirdiği zorlukları aşabilmek amacıyla, tek tek otobüs firmalarına entegre olmak yerine, aracı veri sağlayıcıların sistemlerine entegre olarak toplu veri sağlamayı tercih edebildiklerini, bu bağlamda çevrim içi fiyat karşılaştırma ve satış sitelerinin

sefer ve bilet bilgilerini temin ettiği veri kaynaklarının arasında OBİLET ve BİLETAL'a ait yazılımların da olduğunu, bununla birlikte bu hizmetin temin edilmesine ilişkin taraflar haricinde birçok kaynağın bulunduğunu

belirtmiştir.

(36) Elde edilen bilgiler doğrultusunda, çevrim içi karşılaştırmalı bilet satışı gerçekleştiren teşebbüslerin ve uçak ve otobüs firmalarının temin ettikleri altyapı yazılımı için sektörde birçok teşebbüsün hizmet verdiği, dolayısıyla OBİLET ve BİLETAL'ın bu hizmetin tedarik edilmesine ilişkin tek alternatif olmadığı görülmektedir. Ayrıca taraflar, OBİLET ve BİLETAL'ın kara yolu veya hava yolu ile yolcu taşımacılığı sektöründe faaliyet gösteren taşıyıcı teşebbüsler ile yaptıkları sözleşmelerde çevrim içi satışta münhasırlık hakkı tanıyan bir hüküm bulunmadığını, zira pazar yapısından da anlaşılacağı üzere fiiliyatta çevrim içi fiyat karşılaştırma sitelerinde listelenmekte olan her bir hava yolu ve otobüs firmasının biletlerinin birden fazla sitede satışa sunulduğunu bildirmiştir.

(37) Diğer yandan taraflar,

- BİLETAL'ın hâlihazırda gerçekleştirdiği çevrim içi fiyat karşılaştırma ve satış platformlarına yönelik altyapı hizmet sunumunu, bildirilen işlemin gerçekleşmesi sonrasında da mevcuttakine benzer çerçevede üç yıl boyunca sürdüreceğini,
- Uçak ve otobüsle yolcu taşımacılığı yapan firmalarla olan sözleşmelerde ve fiili uygulamalarda bu firmalara ait seferlerin rakip çevrim içi platformlarda listelenmemesine yönelik münhasırlık yaratan herhangi bir unsura işlem sonrasında da işlem öncesindeki gibi yer verilmeyeceğini

taahhüt etmişlerdir.

(38) Dosya kapsamında elde edilen bilgiler ve taraflarca sunulan taahhütler incelendiğinde; tarafların Türkiye'de faaliyetlerinin yatay olarak örtüştüğü çevrim içi karşılaştırmalı uçak ve otobüs bileti satışı pazarında işlem sonrasında gerçekleşebilecek olası rekabetçi endişelerin, tarafların işlemin gerçekleşmesinin ardından pazarın rakiplere kapanması ve oyuncu sayısının azalmasına sebep olacak şekilde münhasırlık doğuracak herhangi bir uygulamadan kaçınacakları yönündeki taahhütleri doğrultusunda giderildiği sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla taahhütler çerçevesinde bildirim konusu işlemin ilgili pazarda etkin rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğurmayacağı kanaatine varılmıştır.

H. SONUÇ

(39) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre,

- a) Bildirim konusu işlemin 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi ve 2010/4 sayılı Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ kapsamında izne tabi olduğuna,
- b) İşlem sonucunda aynı Kanun maddesi çerçevesinde etkin rekabetin önemli ölçüde kısıtlanması ihtimalinin söz konusu olduğuna,
- c) Bununla birlikte, işlem taraflarınca sunulan;
 - (i) BİLETAL tarafından hâlihazırda sağlanan, çevrim içi fiyat karşılaştırma ve satış platformlarına yönelik altyapı hizmet sunumunun, bildirilen işlemin gerçekleşmesi sonrasında da mevcuttakine benzer çerçevede 3 yıl boyunca sürdürüleceği,

(ii) Uçak ve otobüsle yolcu taşımacılığı yapan firmalarla olan sözleşmelerde ve fiili uygulamalarda bu firmalara ait seferlerin rakip çevrim içi platformlarda listelenememesine yönelik münhasırlık yaratan herhangi bir unsurun işlem sonrasında yer verilmeyeceği

yönündeki taahhütlerin işlemin yol açacağı rekabet sorunlarını gidermede yeterli bulunduğu, dolayısıyla işleme anılan taahhütler çerçevesinde koşullu izin verilmesine,

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

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