

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2008-2-141 (Muafiyet)
Karar Sayısı : 08-58/924-371
Karar Tarihi : 16.10.2008

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI
Üyeler : Tuncay SONGÖR, M. Sıraç ASLAN, Süreyya ÇAKIN,
10 Mehmet Akif ERSİN, İsmail Hakkı KARAKELLE
B. RAPORTÖRLER : Remzi Özge ARITÜRK, Ümit Nevruz ÖZDEMİR,
Nur Seda KÖKTÜRK

**C. BİLDİRİMDE
BULUNAN**

: - Doğan Dağıtım Satış Pazarlama ve Matbaacılık A.Ş.
Temsilcileri: Dr. Kemal Tahir SU, Av. Zeynep ÜNALAN
Turan Güneş Bulvarı, 63/1, Yıldız/Ankara

D. TARAFLAR

: - Doğan Dağıtım Satış Pazarlama ve Matbaacılık A.Ş.
Doğan Medya Tesisleri Hoşdere Yolu
20 Esenyurt/İstanbul

- Fırat Dağıtım Gazete ve Mecmua Paz. İnş. ve San.
Tic. Ltd. Şti.
Beylikdüzü San. Sitesi, Tuna Sok. No: 289-290
B.Çekmece/İstanbul

E. DOSYA KONUSU

: **Doğan Dağıtım Satış ve Pazarlama ve Matbaacılık
A.Ş. (Doğan Dağıtım) ile başbayii Fırat Dağıtım
Gazete ve Mecmua Paz. İnş. ve San. Tic. Ltd. Şti.
30 (Fırat Dağıtım) arasında imzalanan ve gazete,
dergi, medya dışı ürünlerin dağıtımına esas teşkil
eden tip sözleşme niteliğindeki sözleşmeye
bireysel muafiyet tanınması talebi.**

F. DOSYA EVRELERİ

: Kurum kayıtlarına 8.7.2008 tarih ve 4348 sayı ile giren
ve en son 25.9.2008 tarih ve 6433 sayı ile eksiklikleri tamamlanan bildirim üzerine,
4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4., 5. ve 8. maddelerinin
ilgili hükümleri uyarınca yapılan inceleme sonucu düzenlenen 7.10.2008 tarih
2008-2-141/MM-08-RÖA sayılı Menfi Tespit/Muafiyet Ön İnceleme Raporu,
10.10.2008 tarih ve REK.0.06.00.00-130/313 sayılı Başkanlık Önergisi ile 08-58
sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

G. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili raporda;

- Doğan Dağıtım ve Fırat Dağıtım arasında imzalanan “Bayilik Sözleşmesi”ne ve diğer başbayilerle de imzalanacak aynı hükümleri içeren tip sözleşmelere 4054 sayılı Kanun’un 8. maddesi kapsamında menfi tespit belgesi verilemeyeceğine,
- Bildirim konusu sözleşmenin, medya dışı ürün pazarı bakımından 2002/2 sayılı Tebliğ’de belirtilen koşulları taşıdığı ve bu nedenle 2002/2 sayılı Tebliğ’in tanıdığı grup muafiyetinin kapsamında olduğu,
- Doğan Dağıtım’ın gazete ve dergi dağıtım pazarında %40’ın üzerinde pazar payına sahip olması nedeniyle bildirim konusu sözleşmenin gazete ve dergi dağıtım ilgili ürün pazarı itibarıyla 2002/2 sayılı Tebliğ’in sağladığı grup muafiyetinden yararlanmadığı,
- Ancak söz konusu sözleşmenin 4054 sayılı Kanun’un 5. maddesinde sayılan koşulların tamamını karşılaması nedeniyle ilgili sözleşmeye bireysel muafiyet tanınabileceği

ifade edilmiştir.

H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

Doğan Dağıtım’ın başbayileri ile arasında imzalanacak olan sözleşme, söz konusu bayilere belirlenen coğrafi alan içerisinde dağıtım, pazarlama ve satış yetkisinin verilmesine ilişkindir. Başbayiler, tanımlanan bölge içerisinde kendilerine bağlı tali bayilere ve varsa kendilerine ait satış yerlerine yayın ve sair medya dışı ürünlerin toptan satışını gerçekleştireceklerdir. Söz konusu sözleşme ile, Doğan Dağıtım’ın dağıtımını üstlendiği;

- süreli/süresiz yayınlar (gazete, dergi vs.) ile
- çeşitli medya dışı ürünlerin (günlük tüketim ürünleri, telefon kontör kartları, CD, kırtasiye ürünleri vs.)

okur kitlesine ve nihai tüketiciye istenilen zamanda, istenilen miktarda ve düzenli olarak ulaştırılmasının amaçlandığı ifade edilmektedir.

5 yıllık süreyle geçerli olan Sözleşme’nin, Doğan Dağıtım’ın başbayisi olarak faaliyet göstermekte olan8 (...) firma ile imzalandığı belirtilmektedir.

2002/2 sayılı Tebliğ’in 2. maddesinde üretim ve dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren iki ya da daha fazla teşebbüs arasında belirli mal veya hizmetin alımı, satımı veya yeniden satımı amacıyla yapılan anlaşmalar dikey anlaşma olarak tanımlanmaktadır. Bu açıdan, Doğan Dağıtım’ın başbayileri ile imzaladığı Sözleşme bir dikey anlaşma niteliğindedir.

H.1. Taraflar

H.1.1. Doğan Dağıtım

Yayınevlerinden tedarik edilen medya ürünleri ve bazı medya dışı ürünleri bayilerine ulaştırmayı amaçlayan Doğan Dağıtım, hisselerinin %99,92’sine Doğan Yayın Holding A.Ş. (Doğan Yayın)’nin sahip olduğu bir dağıtım şirkettir.

80 Doğan Yayın'ın ortaklık yapısı ise şu şekildedir:

Tablo 1: Doğan Yayın Ortaklık Yapısı

Pay Sahibi	Ortaklık Oranı (%)
Doğan Şirketler Grubu Holding A.Ş.	63,02
Halka Açık	34,01
Doğan Ailesi	2,30
Aydın Doğan Vakfı	0,67
Toplam	100

Doğan Yayın'ın büyük ortağı olan Doğan Şirketler Grubu Holding A.Ş. (Doğan Şirketler Grubu)'nin ortaklık yapısı ise şu şekildedir:

Tablo 2: Doğan Şirketler Grubu Ortaklık Yapısı

Pay Sahibi	Ortaklık Oranı (%)
Adil Bey Holding A.Ş.	52,00
Aydın Doğan ve Doğan Ailesi	13,52
Aydın Doğan Vakfı	0,19
Halka Açık	34,29
Toplam	100

Doğan Şirketler Grubu'nun büyük ortağı Adil Bey Holding A.Ş. (Adil Bey Holding)'nin ortaklık yapısı şu şekildedir:

Tablo 3: Adil Bey Holding Ortaklık Yapısı

Pay Sahibi	Ortaklık Oranı (%)
Aydın Doğan	26,00
Işıl Doğan	14,80
Arzuhan Yalçındağ	14,80
Vuslat Sabancı	14,80
Hanzade V. Doğan Boyner	14,80
Y. Begümhan Doğan	14,80
Toplam	100

90 27 Mayıs 2001 tarihinde kurulan Doğan Dağıtım, daha öncesinde Yaysat Yayın Satış Pazarlama A.Ş. (Yaysat) tarafından yerine getirilen pazarlama ve mali konular ile ilgili faaliyetleri yürütmeye başlamıştır. Doğan Dağıtım'dan alınan bilgiye göre Haziran 2001 itibarıyla yayınevleri, Ocak 2004 itibarıyla ise nakliye faaliyetleri devralınmış, hâlihazırda Yaysat bir marka olarak kalmıştır. Yapılan bildirimde kamuoyunda yüksek bilinirliğe sahip olmasından dolayı Yaysat isminin halen kullanıldığı ifade edilmiştir.

H.1.2. Yetkili Ana/Başbayiler

100 Doğan Dağıtım'ın dağıtıcılığını gerçekleştirdiği medya ve medya dışı ürünleri okurlara/nihai tüketicilere satacak tali bayilere ulaştıracak toplam 211 başbayi bulunmaktadır. Söz konusu bayiler Türkiye'nin birçok bölgesinde Doğan Dağıtım tarafından bildirimde konu olan sözleşme aracılığıyla yetkili başbayi olarak atanacaktır. Söz konusu tek tip yetkili dağıtıcılık sözleşmesi işbu dosya kapsamında Fırat Dağıtım ile imzalanmıştır.

H.2. İlgili Pazar

H.2.1. İlgili Ürün Pazarı

Başvuru sahibinin işlettiği dağıtım sistemi gazete, dergi ve medya dışı ürünlerin dağıtımında kullanılmaktadır. Dolayısıyla ilgili ürün pazarının belirlenmesinde, dağıtım sisteminde yer alan ürünlerin dağıtım faaliyetlerinin aynı pazarda yer alıp almadığı incelenmelidir. Yapılan incelemede, dağıtım sisteminde yer alan ürünlerin dağıtım faaliyetlerinin özellikleri, dağıtım sistemine karşı görece durumları ve Rekabet Kurulu'nun daha önce aldığı kararlar göz önüne alınmıştır.

Gazete ve dergiler dağıtım açısından dayanıksız tüketim malları özelliği göstermektedir. Özellikle günlük gazeteler, iktisadi açıdan en kısa yaşam süresine sahip mallar arasındadır. Tüketicilerin gazetelere olan talebinin en yoğun olduğu zaman diliminin günün ilk saatlerine denk geldiği de göz önüne alındığında, bir gazetenin mümkün olan en erken saatte son satıcıya ulaştırılmış olmasının önemi ortaya çıkmaktadır. Benzer bir durum gazeteler için olduğu kadar katı olmamakla beraber dergiler için de söz konusudur. Öte yandan, dağıtım sisteminde yer alan medya dışı ürünler gazete ve dergilere göre daha dayanıklıdır ve talepleri günün belirli bir saatine yoğunlaşmış ürünler değildir. Bu bağlamda, medya dışı ürünlerin talebin yapısı bakımından gazete ve dergilerden farklılık taşıdığı görülmektedir.

Temel olarak, gazete ve dergilerin dağıtımlarının gerçekleştirilebildiği, birisi Doğan Grubu diğeri Turkuvaz Grubu tarafından kontrol edilen iki ayrı dağıtım ağı bulunmaktadır. Oysa medya dışı ürünler açısından, anılan dağıtım kanalları gazete ve dergiler için taşıdığı kadar bir öneme sahip değildir. Örneğin, işbu rapor kapsamında, medya dışı ürünler olarak adlandırılan ürünler içinde ciro bakımından en büyük paya sahip olan kontör, gazete ve dergi dağıtım ağı dışında da birçok noktada ve daha yaygın olarak satılabilmektedir. Bunun yanında bir dağıtım kanalı tarafından, kanalda bulunan ürünler için talep edilen dağıtım hizmet bedelinin küçük fakat önemli ve geçişli olmayan bir biçimde artırılması durumuna, medya dışı ürünlere ilişkin dağıtım talebi çok daha hızlı ve etkili karşılık verebilecektir. Aynı ya da benzer bir durumun gazete ve dergiler için söz konusu olduğunu söyleyebilmek olanaklı değildir. Bu bağlamda, dağıtım ağının medya ve medya dışı ürünler bakımından farklı talep esnekliklerine sahip olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla, gazete ve dergi dağıtım sistemi, gerektirdiği özgün nitelikleri itibarıyla medya dışı ürünlere yönelik herhangi bir dağıtım sisteminden farklılaşmaktadır.

Son olarak, Rekabet Kurulu, sektöre yönelik olarak daha önce gerçekleştirdiği incelemelerinde ilgili pazarı "gazete ve dergi dağıtım pazarı" olarak belirlemiş ve medya dışı ürünleri ayrıca bu pazarda değerlendirmemiştir.

Tüm bu unsurlar birlikte göz önüne alındığında, dosya konusu işlem bakımından "gazete ve dergi dağıtım pazarı¹" ve "medya dışı ürünler dağıtım pazarı" olmak üzere iki ayrı ürün pazarı belirlenmiştir.

¹ İncelenen bildirim bakımından gazete dağıtım alt pazarından ve dergi dağıtım alt pazarından bahsedilebilecektir.

H.2.2. İlgili Coğrafi Pazar

Dağıtım faaliyetinin yurt çapında gerçekleştirildiği ve ilgili hizmetler bakımından rekabet şartlarının farklılaşmasına neden olacak bir unsur bulunmaması nedeniyle coğrafi pazar olarak “Türkiye” kabul edilmiştir.

H.3. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

H.3.1. Sözleşmenin Kanun’un 4. Maddesi Kapsamında Değerlendirilmesi

150 Rekabet hukuku anlamında dikey bir sözleşme niteliğinde olan Sözleşme’nin “(.....TİCARİ SIR.....)” hükmünün yer aldığı 3. maddesinde bayiye, Doğan Dağıtım tarafından temin edilen ürünleri dağıtmakla ve pazarlamakla yükümlü olduğu bir coğrafi alan (münhasır bölge) tahsis edilmiştir.

Sözleşme’nin 4.5. maddesinde ise ““(.....TİCARİ SIR.....)” hükmü ile başbayiye tek elden satın alma ve rekabet etmeme yükümlülükleri getirilmiştir. Böylece başbayinin, başka dağıtım şirketlerinin dağıtımını üstlendiği ürün ve hizmetlerin (Doğan Dağıtım’ın dağıtımını üstlendiği yayınların dışındaki yayınların ve/veya medya dışı ürünlerin) dağıtımını ve pazarlamasını yapamayacağı ve ayrıca sözleşme konusu ürün ve hizmetlerin temin edilmesini de Doğan Dağıtım tarafından belirlenen bir noktadan gerçekleştireceği hükme bağlanmıştır. Ayrıca Sözleşme’nin 7.2. maddesinde, ““(.....TİCARİ SIR.....)” şeklinde yer alan ifade ile başbayilere Sözleşme süresince faaliyet gösterdiği işyeri ile sınırlı olmak üzere anlaşmanın sona ermesinden sonraki 1 yıl için rekabet etmeme yükümlülüğü getirilmiştir.

Ayrıca Sözleşme’nin 6.5. maddesinde; ““(.....TİCARİ SIR.....)” şeklinde yer alan hüküm ile başbayiye azami satış fiyatı sınırlaması getirilmiştir.

Bu çerçevede, Sözleşme, yukarıda yer verilen söz konusu sınırlamaları içermesi nedeniyle, 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesi kapsamında rekabeti sınırlamaktadır.

H.3.2. Sözleşmenin 2002/2 sayılı Tebliğ Bakımından Değerlendirilmesi

Teşebbüsler arası dikey anlaşmaların 2003/3 ve 2007/2 sayılı Rekabet Kurulu Tebliğleri ile Değişik 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği (2002/2 sayılı Tebliğ)’nin 2. maddesi uyarınca, bir sözleşmeye söz konusu Tebliğ ile sağlanan muafiyetin uygulanabilmesi için, “sağlayıcı konumundaki teşebbüsün dikey anlaşma konusu mal veya hizmetleri sağladığı ilgili pazardaki pazar payının %40’ı aşmaması” gerekmektedir. Söz konusu pazar payı aşılmadığı takdirde, Tebliğ’de belirtilen muafiyetten yaralanma koşullarının sağlanıp sağlanmadığı incelenecektir.

180 Dosya kapsamında yer alan bilgilere göre, Doğan Dağıtım’ın gazete ve dergi dağıtım pazarında net satış rakamları ve ciroya göre 2007 yılındaki pazar payları aşağıda verilmektedir:

Tablo 4: 2007 Yılı Satış Adedi ve Cirolarına Göre Hesaplanmış Pazar Payı Bilgileri

2007	Ciro (YTL)		Pazar Payı (%)		Satış Adedi		Pazar Payı (%)	
	Doğan Dağıtım	Turkuvaz Dağıtım	Doğan Dağıtım	Turku vaz Dağıtı m	Doğan Dağıtım	Turkuvaz Dağıtım	Doğan Dağıtım	Turkuv az Dağıtım
Gazete	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Dergi	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Gazete ve Dergi	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

190 Yukarıdaki tabloda yer alan pazar payı verilerinden hareketle, Doğan Dağıtım'ın gazete ve dergi dağıtım pazarında %40'ın üzerinde pazar payına sahip olduğu ve bu sebeple bildirim konusu sözleşmenin gazete ve dergi dağıtım pazarı itibarıyla 2002/2 sayılı Tebliğ'in sağladığı grup muafiyetinden yararlanamadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Medya dışı ürünler kapsamında bulunan günlük tüketim ürünleri (sakız, şekerleme, kuruyemiş vb) , CD, kırtasiye ürünleri (kitap, defter, kalem vb.) gibi ürünlerin Doğan Dağıtım tarafından satılan miktarlarının düşük olması, bunların market, bakkal, tekel bayi, kitapçı vs. gibi birçok noktada satılması ve bayilerin ana faaliyetinin söz konusu ürünleri satmak olmadığı göz önüne alındığında, anılan ürünlerin dağıtım bakımından %40'lık eşiğin aşılmadığını söylemek yanlış olmayacaktır.

200 Medya dışı ürünlerin dağıtım konusunda en yüksek gelir kalemini oluşturan "Telekom-GSM kontör" satışlarından ise 2007 yılında toplam (.....) YTL elde edilmiştir.² Yalnızca GSM operatörlerinin kontör kartlarından oluşan pazarın büyüklüğünün aynı yılda (.....) YTL olduğu göz önüne alındığında Doğan Dağıtım'ın başbayilerince yapılan kontör satışları bu pazarın yaklaşık %(...)'ünü oluşturmaktadır. Dolayısıyla medya dışı ürünler dağıtım pazarında 2002/2 sayılı Tebliğ'deki %40'lık eşiğin altında kaldığından Sözleşme'nin Tebliğ kapsamında değerlendirilebilecek bir sözleşme olduğu anlaşılmaktadır.

210 Bu noktada Sözleşme'nin, medya dışı ürünler dağıtım pazarı bakımından grup muafiyetinden yararlanabilmesi için Tebliğ'de belirtilen koşulları taşıyıp taşımadığı incelenmelidir. Sözleşme'nin 3. maddesinde bayinin faaliyet göstereceği "Bayilik Bölgesi"nin coğrafi alan sınırları belirlenmekte ve de "(.....TİCARİ SİR.....)" ifadesi yer almaktadır. Söz konusu hüküm ile bayii münhasır bir bölge atandığı ve kendisine tahsis edilen bu bölge dışına aktif satışlarının yasaklandığı anlaşılmaktadır.

Dikey anlaşmalarda bulunan, sağlayıcının alıcıya münhasır bölge ve/veya müşteri grubu tahsis etmesi ve alıcının söz konusu münhasır bölge ve/veya müşteri grubu

² Söz konusu rakam Doğan Dağıtım'ın medya dışı ürünlerden elde ettiği gelirin yaklaşık %(...)'una denk gelmektedir.

dışına aktif satışlarının kısıtlanması 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında izin verilen bir rekabet kısıtıdır.³

4.5. numaralı maddede “(.....*TİCARİ SİR*.....).” ifadesi yer almaktadır. Bu maddenin medya dışı ürünleri de kapsadığı ve bayiye bir rekabet etmeme yükümlülüğü ile tek elden satın alma yükümlülüğü getirdiği görülmektedir.

220 Tebliğ'in 5. maddesi ile 5 yılı aşan rekabet etmeme yükümlülüğünün sözleşmeyi grup muafiyeti kapsamında çıkaracağı hükme bağlanmıştır. Doğan Dağıtım'ın başbayileri ile yaptığı dosya konusu sözleşmenin süresinin 5 yıl olması ve tarafların yazılı muvafakati olmadan yenilenememesi sebebiyle grup muafiyeti sınırları içerisinde kaldığı görülmektedir. Ayrıca medya dışı ürünler açısından bayiye yeniden satış fiyatını belirleme konusunda herhangi bir kısıt getirilmediği anlaşılmaktadır.

230 Yukarıda yer verilen inceleme sonucunda, dosya konusu sözleşmenin *medya dışı ürünler dağıtım pazarı* bakımından 2002/2 sayılı Tebliğ'de belirtilen koşulları taşıdığı ve bu sebeple anılan Tebliğ'in sağladığı grup muafiyetinden yararlanabileceği anlaşılmıştır.

H.3.3. Bireysel Muafiyet Değerlendirmesi

Doğan Dağıtım'ın gazete ve dergi dağıtım pazarında %40'ın üzerinde pazar payına sahip olması nedeniyle bildirim konusu sözleşme gazete ve dergi dağıtım ilgili ürün pazarı itibarıyla 2002/2 sayılı Tebliğ'in sağladığı grup muafiyetinden yararlanamamaktadır.

4054 sayılı Kanun'un muafiyet koşullarını düzenleyen 5. maddesinde iki olumlu ve iki olumsuz koşul sayılarak muafiyet tanınacak anlaşmaların bu dört koşulu birden sağlaması gerektiği hükme bağlanmıştır. Bildirim konusu sözleşmenin, bu koşullar bağlamında değerlendirilmesine aşağıda yer verilmektedir.

240 a. Malların üretim veya dağıtım ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması

250 Medya ürünlerinin dağıtım, satış, planlama ve pazarlama faaliyetleri diğer sektörlere göre farklılıklar gösteren ve oldukça yüksek maliyetler içeren bir süreç sahiptir. Yüksek iade oranları hem basın işletmeleri hem de dağıtım şirketleri açısından maliyetleri artırıcı niteliktedir. Dağıtım ağına giren bir yayının ortalama dağıtım maliyeti, sadece bu yayınların dağıtım şirketinden nihai tüketiciye ulaştırılmasından ibaret değildir. Zira tali bayiler tarafından satılamayan yayınlar, iade mekanizması aracılığıyla dağıtım zincirinin tersi istikametinde taşınmaktadır. Bu çerçevede dağıtım lojistiğinin ve toplam iade miktarının asgari düzeye çekilmesi sürecinin tek bir merkezden ve güçlü bir teknik altyapı ile yönetilmesi gerekmektedir. Bu nedenle bir sonraki sayının tirajının doğru şekilde belirlenebilmesi açısından günlük net satış adetlerinin oldukça hızlı bir şekilde

³ Tebliğ'in 4. maddesinin (b) bendinde “*alıcının sözleşme konusu mal veya hizmetleri satacağı bölge veya müşterilere ilişkin kısıtlamalar getirilmesi*” yasaklanmış ancak yine aynı madde ve bendin 1. fıkrası ile “*alıcının müşterilerince yapılacak satışları kapsamaması kaydıyla, sağlayıcı tarafından kendisine veya bir alıcıya tahsis edilmiş münhasır bir bölgeye ya da münhasır müşteri grubuna yapılacak aktif satışların kısıtlanması*” muafiyet kapsamında tutulmuştur.

tespit edilmesi ve bu bilgilerin en kısa sürede yayınevlerine ulaştırılabilmesi dağıtım şirketinin kritik nitelikteki bir görevidir. Dolayısıyla dağıtım süreci açısından doğru planlama ile doğru ve hızlı dağıtım, yayınların birim dağıtım maliyetlerinin azaltılması (minimum iade) ve tüketicilere mümkün olan en kısa sürede ulaştırılması (maksimum satış) itibarıyla kaynakların etkin kullanılması bakımından zorunludur. Bu amacın sağlıklı bir şekilde gerçekleştirilmesi ise yayınların yurt genelinde bulunan yaklaşık (.....) adet son satış noktasına çok hızlı bir şekilde ulaştırılmasını gerektirmektedir. Bu durum ise dağıtım ağına bulunan yayınevi-
260 dağıtım şirketi-başbayı-tali bayi ile nakliyeciler arasında hatasız bir eşgüdümün dağıtım şirketi tarafından kurulmasına bağlıdır.

Bu çerçevede başbayilere, Sözleşme'nin 3. maddesi ile münhasır bölgeler tahsis edilmesi, gazete ve dergi dağıtım sisteminin sağlıklı olarak işleyişi bakımından zorunludur. Bayilerin kendilerine tahsis edilen bölge dışında aktif satış yapamamaları nedeniyle her bir anabayi kendi sorumluluk bölgesine odaklanmakta ve dağıtım faaliyetlerini en etkin ve hızlı biçimde gerçekleştirilmektedir. Bunun yanında, münhasır dağıtım sisteminin benimsenmesi,
270 yüksek maliyetler içeren ve ölçek ekonomisi özelliği gösteren gazete ve dergi dağıtım faaliyetinin sınırlı sayıda anabayi eliyle yürütülmesi yoluyla dağıtım maliyetlerinin düşürülmesine olanak vermektedir. Dağıtımda tektiplik ve belirli bir kalite standardizasyonunun gerçekleştirilmesi de münhasır bayilik sistemi ile daha kolay tesis edilebilecektir. Böylelikle dağıtım zincirinin ilk aşamalarında/toptancı düzeyinde yaşanması olası marka içi rekabet düzeyindeki bir azalış, lojistik ve ürün destekleme-tutundurma başta olmak üzere dağıtımın unsurlarında elde edilecek etkinliklerle kolaylıkla telafi edilebilecektir.

Sözleşme'nin 4.5. maddesiyle bayilere rekabet etme yükümlülüğü getirilmiştir. Sözleşme'nin 7.2. maddesinde ise başbayinin, bayilik süresi boyunca Doğan Dağıtım'dan elde ettiği yöntem bilgisi ve ticari itibarın korunmasına yönelik olarak
280 aynı işyeri ile sınırlı kalmak üzere, anlaşmanın sona ermesinden sonraki 1 yıl için rekabet yasağı getirilmiştir.

Medya ürünleri ve özellikle günlük gazeteler açısından, bir gazetenin rakip bir gazeteden önce satış noktalarına ulaştırılması, o gazetenin günlük satışını önemli ölçüde etkilemektedir. Dolayısıyla bir dağıtım şirketi, dağıtımını üstlendiği yayınların son satış noktalarına, rakip dağıtım şirketlerinin dağıtımını üstlendiği yayınlardan daha önce-mümkün olan en kısa süre içerisinde ulaştırılmasından sorumludur. Bu nedenle bir dağıtım şirketi, markalar arası rekabetin de bir gereği olarak, dağıtımını üstlendiği yayınların en süratli ve doğru şekilde son satış noktalarına dağıtımının yapılmasını teminen, söz konusu yayınları tali bayilere
290 ulaştıracak başbayilere rekabet etmeme yükümlülüğü getirebilecektir. Aksi halde başbayiler tüm olanaklarını yalnızca belli bir dağıtım şirketinin sorumluluğu altındaki yayınların dağıtımına yoğunlaştırmayacaklar ve bu yayınların dağıtımında ciddi aksamalar, lojistik problemleri yaşanabilecektir. Ayrıca başbayilere getirilen rekabet etmeme yükümlülüğü, belli düzeyde yöntem bilgisinin söz konusu olduğu gazete ve dergi dağıtım pazarında, olası bedavacılık sorunlarının doğmasına da engel olabilecektir. Nitekim dağıtım faaliyetlerinde etkinliğin sağlanmasında anahtar role sahip doğru planlama yapmanın başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesi

300 için gerekli olan iade mekanizmasının ve net satış rakamlarına ilişkin bilgi aktarımının sağlıklı bir şekilde çalışabilmesine yönelik yöntem bilgisinin dağıtım şirketi tarafından başbayilerle paylaşılması ancak, anılan başbayilerin rekabet etmeme yükümlülüğü altına girmelerine bağlı olacaktır. Ayrıca, özellikle dağıtım zincirinin toptan seviyesinde, pazarın kapatılmasına ilişkin önemli ölçüde bir etkinin yokluğunda, münhasır dağıtım sistemi ile rekabet etmeme yükümlülüğünün birlikte benimsenmesi, münhasır dağıtıcının bütün çabasını ve tüm olanaklarını yalnızca belli bir ürüne/ürün grubuna odaklaması yönünde teşvik ederek rekabeti artırıcı bir nitelik arz edebilecektir.

310 Yine Sözleşme'nin 4.5. maddesiyle, bayilere tek elden satın alma yükümlülüğünün getirilmesinin, dağıtım hizmetlerinin organizasyonunun yapılması ve lojistiğinin düzenlenmesi bakımından zorunlu olduğu düşünülmektedir. Böylelikle başbayiler, bütün alımlarını tek noktadan yaparak münhasıran sorumlu oldukları bölgede dağıtım faaliyetlerini hızlı bir şekilde gerçekleştirebilecekler ve dağıtım şirketleri de, tek elden satın alma yükümlülüğüne dayanarak iade mekanizmaları ve net satış bilgilerinin aktarımı aracılığıyla başbayinin sorumluluğundaki hangi tali bayinin ne kadar net satış yaptığını hesaplayarak dağıtım faaliyetlerine yönelik doğru planlama yapabileceklerdir.

320 Sözleşme'nin 6.5. maddesinde ise, başbayiye azami satış fiyatı getirilmiştir. Bu fiyat, dağıtım hizmetlerinin sağlıklı işleyişi açısından gereklidir. Çünkü medya ürünlerinin sahibi olan yayinevleri, ürünlerin üzerinde yazılı fiyatın daha yukarısında bir seviyede satılmasını kabul etmemektedir. Dolayısıyla tali bayilerin tabi olduğu bir fiyat kısıtı bulunmaktadır. Hal böyle iken, tali bayilerin sağlayıcısı pozisyonundaki bayilerin satış fiyatına azami bir sınır konmaması durumunda, tali bayiler üzerinde güçlü bir pozisyonun sahibi olan başbayiler, tali bayilerin faaliyetlerini imkansız kılacak bir marj bırakarak satış yapabilirler. Bu durum ise dağıtım hizmetlerinin aksamasına, tüketicilerin söz konusu sorunların yaşandığı bölgelerde pek çok yayını bulamamasına neden olabilecektir.

b. Tüketicinin bundan yarar sağlaması

330 Bildirim formunda, sistemin doğası gereği bütün faaliyetlerinin tüketici odaklı olduğu, Sözleşme ile getirilen kısıtlamaların da bizzat tüketicinin azami faydayı sağlamasına yönelik olduğu, bu bakımdan Sözleşme'de başbayiye getirilen kısıtlamalar ile hizmetlerin sunulmasında gerçekleşen iyileşmeden tüketicinin yarar sağlayacağına açık olduğu belirtilmiştir.

340 Dağıtım faaliyetinde, doğru planlama ile doğru ve hızlı dağıtım, kaynakların etkin kullanılması bakımından kritik bir öneme sahiptir. Bu çerçevede, Sözleşme'de yer verilen münhasır dağıtım sistemi ve rekabet etmeme yükümlülükleri sonucunda, her bir dağıtım şirketinin sorumlu olduğu yayınlar, en hızlı ve düşük maliyetle son satış noktalarına ulaştırılmaktadır. Dağıtım zincirinde yaşanan bu iyileşme ile maliyetlerin düşmesinin sağlanabileceği ve böylece nihai satış fiyatı üzerindeki maliyet baskısının azaltılarak tüketicinin bu durumdan yararlanabileceği ve markalar arası rekabet düzeyinin artması ile tüketicilerin yayınlara son satış noktalarında herhangi bir aksama olmadan kolaylıkla ve en erken zamanda ulaşabileceği anlaşılmaktadır.

Bunun yanında tek elden satın alma yükümlülüğü ile dağıtım faaliyetlerinin doğru bir şekilde planlanması ve lojistiğinin düzenlenmesi gerçekleştirilerek hangi tali bayiye ne kadar yayının gitmesi gerektiğine yanıt bulan doğru bir dağıtım sistemi tesis edilebilecek ve böylece okuyucuların yayın taleplerine uygun ürün yelpazesinin dağıtımını gerçekleştirilebilecektir.

Ayrıca azami satış fiyatı düzenlemesi ile de münhasır dağıtım sistemi ile tek elden satın alma yükümlülüğünü yol açabileceği fiyat farklılaştırmasına bağlı olası fiyat artışlarının önüne geçilebilecektir.

350 Bunun yanında, anılan sınırlamalar, dağıtım hizmetlerinde tektiplik ve belirli bir kalite standardizasyonunun tutturulmasını sağlayarak farklı bölgelerdeki tüketicilerin aynı nitelikte hizmetten yararlanmalarına imkân tanıyacaktır.

Son olarak nihai mallar açısından başbaya getirilen rekabet etmeme yükümlülükleri tek başına, tali bayi seviyesinde bir münhasırlık olmadığı sürece, tüketici tercihlerini azaltıcı bir etki de doğurmayacaktır.

c. İlgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması

360 Bildirim formunda, Sözleşme vasıtasıyla Doğan Dağıtım tarafından kurulan sistemin, ilgili pazarda rekabeti önemli bir biçimde azaltmadığı, nitekim 2007/2 sayılı Tebliğ'in yürürlüğe girdiği ve geçiş sürecinin tamamlandığı tarihe kadar, ilgili pazarda dikey anlaşmalar yoluyla rekabetin kısıtlanmış olduğuna dair herhangi bir bulgunun olmamasının da bunun kanıtı olduğu ifade edilmiştir.

Öncelikle, tali bayi olarak adlandırılan son satış noktalarında, doğrudan veya dolaylı ya da tam veya kısmi rekabet etmeme yükümlülükleri bulunmadığı için, farklı yayınevlerine ait ve/veya dağıtım şirketleri tarafından dağıtımını üstlenilen medya ürünlerinin nihai tüketiciye ulaştırılması mümkün olmakta, bu suretle pazarın kapanması gibi rekabeti önemli ölçüde olumsuz etkileyebilecek bir durum söz konusu olmamaktadır. Zira dağıtım zincirinin üst basamaklarında, örneğin bir sağlayıcı ile toptancı arasında düzenlenen rekabet etmeme yükümlülüğü, söz konusu toptancının diğer sağlayıcılara kapatılması sonucunu doğursa da, mağaza içi markalar arası rekabetin azalması sonucunun doğması olası değildir. Ancak aynı düzenlemenin bir toptancı ile son satıcı arasında düzenlenmesi halinde, perakende düzeyinde, mağaza-içi markalar arası rekabet önemli ölçüde sınırlandırılacak ve yeni markaların nihai tüketicilere ulaşması engellenecektir.

370 Daha önce belirtildiği üzere, Doğan Dağıtım düopol niteliğindeki ilgili pazarda, pazar lideri konumundadır. Ancak münhasır bölge yoluyla aktif satışların sınırlandırılması tek başına ilgili pazarın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmasına neden olmayacaktır. İlgili pazardaki diğer oyuncu Turkuvaz Dağıtım da dağıtım sözleşmelerinde aynı sınırlandırmalara yer vermektedir. Bu durum ise marka içi rekabeti sınırlandırmakla birlikte markalar arası rekabeti artırıcı bir nitelik arz etmektedir. Bunun yanında, toptan düzeyinde marka içi rekabette yaşanacak bir azalma çok daha az önem taşıyacaktır.

380 Doğan Dağıtım tarafından Sözleşme ile başbayilere getirilen rekabet etmeme yükümlülükleri ise dağıtım ağının toptan seviyesine ilişkindir. Sözleşmeler ile ilgili pazarda faaliyet gösteren/gösterebilecek teşebbüslerin sadece belli bir kısmı

390 rekabet etmeme yükümlülüğü altına sokulmakta, ancak bu düzenleme ile mevcut veya potansiyel dağıtıcıların, dağıtım zincirinin Sözleşme'ye konu düzeyine erişebilmeleri üzerinde sınırlı bir etki doğurmaktadır. Buna örnek olarak, söz konusu sistemin yıllardır uygulanmakta olması ve bilhassa son yıllarda Turkuvaz Dağıtım'ın yaşadığı sorunlara karşın pazarda sahip olduğu konumda önemli bir kayba uğramamış olmasının verilebileceği, dolayısıyla ilgili pazarda rekabetin önemli ölçüde ortadan kaldırılmadığı düşünülmektedir.

Ayrıca tek elden satın alma yükümlülüğü, münhasır dağıtım sistemi ile birlikte her ne kadar marka içi rekabetin azaltılmasına ve ilgili pazarın bölümlendirilmesi yoluyla fiyat farklılaştırmasına bağlı olası fiyat artışlarına zemin hazırlayabilecek bir nitelikte olsa da, Sözleşme'de yer verilen azami satış fiyatı düzenlemesi, söz konusu fiyat farklılaştırması ile amaçlanabilecek olası fiyat artışlarını önleyerek marka içi rekabetin bu bağlamda azaltılmasını engelleyebilecektir.

400 Rekabet hukukunda rekabet etmeme yükümlülüğü içeren dikey sözleşmelerden 1 yıldan daha kısa süreli olanların genel olarak kayda değer bir anti-rekabetçi etkilerinin veya net olumsuz etkilerinin olmadığı varsayılırken, süresi 1 ila 5 yıl arasında olanların rekabet karşıtı ve yanlısı etkilerinin en azından birbirlerini tam olarak dengelemesi koşulu getirilmekte, süresi 5 yıldan fazla olanların ise öne sürülen etkinlik kazanımları için gerekli olmadığı ya da söz konusu etkinliklerin pazarı kapama etkilerini telafi etmek için yeterli olmayacağı kabul edilmektedir. Bu bağlamda 5 yıllık bir süreyi kapsayan bildirim konusu sözleşmenin geçerli olduğu süre itibarıyla da ilgili pazarın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kaldırılmasına yol açmadığı anlaşılmıştır.

d. Rekabetin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlanmaması

410 Üretim ve dağıtım faaliyetlerinin çeşitli alanlarında etkinlik sağlamak amacıyla getirilen farklı dikey kısıtlamalar arasında ikame edilebilirlik büyük ölçüde geçerlidir. Aynı etkinsizlik sorununun farklı dikey kısıtlamalardan herhangi biri veya çeşitli kısıtlamaların farklı bileşenleri aracılığıyla çözümlenebileceğine işaret eden böyle bir durum, birbirinin yerine kullanılacak söz konusu kısıtlamaların rekabet üzerindeki olumsuz etkilerinin farklılaşabileceği anlamına gelmektedir. Dikey kısıtlamalar arasındaki bu ikame özelliği, anılan kısıtlamaların, kazanılması bahse konu etkinlikler için zorunlu olup olmadıklarının değerlendirilmesi bakımından belirleyici olacaktır. Nitekim 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde öngörülen son koşul gereği, 5.maddenin (a) ve (b) bentlerindeki faydaların elde edilebilmesinde 420 rekabeti daha az sınırlayan bir yöntem mevcut ise, söz konusu anlaşmaya muafiyet tanınması mümkün değildir.

Sözleşme ile başbayilere münhasır bölgeler tahsis edilerek belirlenen bölgeler dışına aktif satış yapılması yasaklanmış, tek elden satın alma yükümlülüğü ile dağıtımı üstlenilen yayınların Doğan Dağıtım tarafından belirlenen tek bir noktadan temin edilmesi zorunluluğu getirilmiş ve rekabet etmeme yükümlülüğü ile de diğer dağıtım şirketlerinin dağıtımından sorumlu olduğu yayınların dağıtılamayacağı hükme bağlanmıştır. Toptan düzeyde marka içi rekabette yaşanacak bir azalmanın rekabet üzerindeki olumsuz etkisinin çok daha sınırlı olduğu göz önünde

430 bulundurulduğunda; daha önce de belirtildiği üzere, tali bayi olarak adlandırılan son satış noktalarında, doğrudan veya dolaylı ya da tam veya kısmi rekabet etmeme yükümlülükleri bulunmadığı için, farklı yayınevlerine ait ve/veya dağıtım şirketleri tarafından dağıtımı üstlenilen medya ürünlerinin nihai tüketiciye ulaştırılması mümkün olmakta, bu suretle pazarın kapanması gibi rekabeti önemli ölçüde olumsuz etkileyebilecek bir durum söz konusu olmamaktadır.

Bunun yanında gazete ve dergi piyasası ile gazete ve dergi dağıtım piyasasına özgü olarak yayınların üzerlerinde yazan satış fiyatı üzerinden satılmalarının alışlageldik bir uygulama olduğu, dağıtım şirketi, anabayi ve tali bayilerin yayının satış fiyatını serbestçe belirlemelerinin mümkün olmadığı, söz konusu düzenlemenin yukarıda belirtilen sakıncaları da giderdiği dikkate alınmalıdır.

440 Ayrıca birtakım dikey sınırlamalar açısından, ürünün özellikleri, dikey sınırlamanın olası anti-rekabetçi etkilerinin değerlendirilmesinde belirleyici olmamakla birlikte söz konusu anti-rekabetçi etkileri ortaya çıkarması olası aynı dikey sınırlamaların, birtakım etkinliklerin sağlanması açısından gerekliliğinin saptanmasında belirleyici olabilecektir. Nitekim Sözleşme'ye konu medya ürünlerinin ayrıt edici özellikleri, söz konusu dikey sınırlamaların gazete ve dergi dağıtım pazarında elde edilmesi beklenen etkinliklerin sağlanması açısından gerekliliklerini ortaya koymaktadır.

Bu çerçevede söz konusu hükümlerin rekabeti, yukarıda (a) ve (b) bölümlerinde sayılan faydaların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlamadığı anlaşılmaktadır.

450 I. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre,

- 1- Doğan Dağıtım Satış Pazarlama ve Matbaacılık A.Ş. ve Fırat Dağıtım Gazete ve Mecmua Paz. İnş. ve San. Tic. Ltd. Şti. arasında imzalanan ve tip sözleşme niteliğinde bulunan sözleşmeye; rekabeti kısıtlayıcı hükümler içermesi nedeniyle 4054 sayılı Kanun'un 8. maddesi çerçevesinde menfi tespit belgesi verilemeyeceğine,
- 2- Bildirim konusu sözleşmenin, "medya dışı ürünler dağıtım pazarı" bakımından 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nde belirtilen koşulları taşıdığına ve bu nedenle 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında grup muafiyetinden yararlandığına,
- 3- Doğan Dağıtım Satış Pazarlama ve Matbaacılık A.Ş.'nin gazete ve dergi dağıtım pazarında % 40'ın üzerinde pazar payına sahip olması nedeniyle, sözleşmenin 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği kapsamında grup muafiyetinden yararlanmadığına,
- 4- 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan şartların tamamını karşılaması nedeniyle, bildirim konusu sözleşmeye "gazete ve dergi dağıtım pazarı" bakımından bireysel muafiyet tanınmasına

OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.