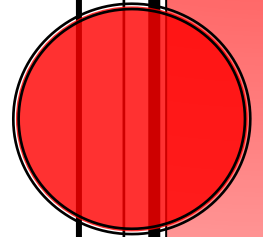


# FUARCILIK SEKTÖR İNCELEMESİ RAPORU

2019



**REKABET KURUMU**

**IV. DENETİM VE UYGULAMA DAİRESİ BAŞKANLIĞI**

## **FUARCILIK SEKTÖR İNCELEMESİ RAPORU**

**ÇİĞDEM TUNÇEL**

**BURAK SAĞLAM**

**MUHAMMED SAFA UYGUR**

**HATİCE CESUR**

**NEZİR FURKAN KIRAN**

© Rekabet Kurumu. Her Hakkı Saklıdır.

Rekabet Kurumunun izni olmaksızın çoğaltılamaz, ancak kaynak gösterilmek şartıyla alıntı yapılabilir. Bu rapor, Rekabet Kurulunun 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun kapsamında vereceği kararlar açısından bağlayıcı bir nitelik taşımamaktadır.

## İÇİNDEKİLER TABLOSU

GİRİŞ .....	1
-------------	---

### BÖLÜM 1

#### FUARCILIK FAALİYETLERİ

1.1. Fuarlar ve Fuarın Bileşenleri Hakkında Genel Bilgi .....	4
1.2. Fuarların Pazarlama İletişimindeki Yeri .....	5
1.3. Fuarların İşlevleri .....	6
1.3.1. Fuarların Ticari İşlevleri .....	6
1.3.2. Fuarların Makroekonomik İşlevleri .....	9
1.3.3. Fuarların Sosyal İşlevleri .....	10
1.4. Fuarların Başarısını Belirleyen Unsurlar .....	11
1.5. Fuarcılık Faaliyetlerini Etkileyen Unsurlar .....	12
1.6. Bölüm Değerlendirmesi .....	14

### BÖLÜM 2

#### DÜNYADA VE AVRUPA'DA FUARCILIK SEKTÖRÜ

2.1. Dünyada Fuarcılık Sektörünün Gelişimi .....	15
2.2. Dünyada Fuarcılık Sektörünün Genel Görünümü .....	16
2.3. Avrupa'da Fuarcılık Sektörünün Genel Görünümü .....	21
2.4. Bölüm Değerlendirmesi .....	26

### BÖLÜM 3

#### TÜRKİYE'DE FUARCILIK SEKTÖRÜ

3.1. Türkiye'de Fuarcılık Sektörünün Gelişimi .....	27
3.2. Fuarcılık Sektörünü Düzenleyen Mevzuat ve İlgili Kurumlar .....	28
3.3. Fuarcılık Sektörünün Yapısı ve Görünümü .....	32
3.3.1. Fuarlara İlişkin Genel Bilgiler .....	32
3.3.2. Fuarların Konularına İlişkin Bilgiler .....	44
3.3.3. Fuar Düzenlenebilir Alanlara İlişkin Bilgiler .....	46
3.3.4. Fuarların Coğrafi Dağılımına İlişkin Bilgiler .....	54
3.3.5. Fuar Düzenleyicilerine İlişkin Bilgiler .....	57
3.3.6. Fuarların Yıl İçindeki Dağılımına İlişkin Bilgiler .....	62
3.4. Bölüm Değerlendirmesi .....	63

### BÖLÜM 4

#### TÜRKİYE'DE FUARCILIK SEKTÖRÜNÜN SORUNLARI VE BU SORUNLARIN PAZARIN REKABETÇİ YAPISINA ETKİLERİ ÜZERİNE DEĞERLENDİRMELER

4.1. Aynı Konuda Çok Sayıda Fuar Düzenlenmesi ve Bunu Önlemeye Yönelik Uygulamalar .....	65
4.2. Rekabet Etmeme ve Tek Alıcıya Sağlama Yükümlülükleri .....	66
4.3. Ortaklaşa Fuarlar .....	68
4.4. Teşebbüs Birliklerinin Karar ve Eylemleri .....	69
4.5. Fuar Alanlarının Yetersizliği .....	70
4.6. Dikey Bütünleşme .....	73
4.7. Yoğunlaşmalar .....	81
4.8. Yan Hizmetlerle İlgili Yükümlülükler .....	83
4.9. Fuarlar Komitesinin ve Fuarcılık Sektör Meclisinin Yapısı .....	84
4.10. Sektörel Desteklerin ve Teşviklerin Tasarımı .....	85

4.11. Sektörel Düzenlemelerin ve Denetimlerin Yetersizliği.....	86
4.12. Kamuya Açık Sektörel Bilgilerin Yetersiz ve Sağlıksız Olması.....	87
4.13. Türkiye'nin Uluslararası Rekabet Edebilirliğinin Yetersiz Olması .....	89
4.14. Bölüm Değerlendirmesi.....	91

## BÖLÜM 5

### TÜRKİYE'DE FUARCILIK SEKTÖRÜNÜN SORUNLARINA REKABET HUKUKU ARAÇLARIYLA MÜDAHALE İMKÂNI VE ALTERNATİF ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

5.1. İlgili Pazarın Tanımlanması .....	94
5.1.1. İlgili Ürün Pazarının Tanımlanması .....	95
5.1.1.1. Fuar Alanı İşletmeciliği Faaliyetleri Bakımından İlgili Ürün Pazarı .....	95
5.1.1.2. Fuar Düzenleyiciliği Faaliyetleri Bakımından İlgili Ürün Pazarı .....	99
5.1.2. İlgili Coğrafi Pazarın Tanımlanması.....	101
5.1.2.1. Fuar Alanı İşletmeciliği Faaliyetleri Bakımından İlgili Coğrafi Pazar.....	101
5.1.2.2. Fuar Düzenleyiciliği Faaliyetleri Bakımından İlgili Coğrafi Pazar.....	103
5.2. Teşebbüs Davranışlarından Kaynaklanan Sorunlar .....	103
5.2.1. Aynı Konuda Çok Sayıda Fuar Düzenlenmesi ve Bunu Önlemeye Yönelik Uygulamalar .....	103
5.2.2. Rekabet Etmeme ve Tek Alıcıya Sağlama Yükümlülükleri .....	106
5.2.3. Ortaklaşa Fuarlar .....	108
5.2.4. Teşebbüs Birliklerinin Karar ve Eylemleri .....	110
5.2.5. Dikey Bütünleşme .....	111
5.2.6. Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışları .....	112
5.2.6.1. Sözleşme Yapmanın Reddi .....	112
5.2.6.2. Ayrımcılık Uygulamaları .....	119
5.2.7. Yan Hizmetlere İlişkin Yükümlülükler .....	122
5.2.8. Yoğunlaşmalar .....	123
5.3. Fuarçılık Sektöründeki Diğer Sorunlar ve Çözüm Önerileri .....	126
5.3.1. Fuar Alanlarının Yetersizliği .....	126
5.3.2. Fuarlar Komitesinin ve Fuarçılık Sektör Meclisinin Yapısı .....	127
5.3.3. Sektörel Desteklerin ve Teşviklerin Tasarımı.....	128
5.3.4. Sektörel Düzenlemelerin ve Denetimlerin Yetersizliği.....	129
5.3.5. Kamuya Açık Sektörel Bilgilerin Yetersiz ve Sağlıksız Olması.....	130
5.3.6. Türkiye'nin Uluslararası Rekabet Edebilirliğinin Yetersiz Olması .....	130
5.4. Bölüm Değerlendirmesi.....	132
<b>SONUÇ .....</b>	<b>135</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>142</b>
<b>EKLER .....</b>	<b>147</b>
EK-1: Toplam Maliyet İçinde Alan Maliyetinin Payını Gösteren Tablo .....	147
EK-2: Katılımcılardan Elde Edilen Birim Stant Kiralama Gelirini Gösteren Tablo.....	148
EK-3: Fuarçılık Sektörüne İlişkin Rekabet Kurulu Karar Özetleri .....	149
EK-4: Katılımcıların Coğrafi Dağılımını İl ve Konu Bazında Gösteren Tablolar.....	171
EK-5: Fuarların İl ve Konu Bazında Dağılımını Gösteren Tablo .....	175
EK-6: Fuarların Alan Türleri İçinde Konu Kodlarına Göre Dağılımlarını Gösteren Tablo..	176

## TABLO DİZİNİ

Tablo 1: Dünyadaki Fuar Alanı Sayısı ve Toplam Alan Büyüklüğü (2006, 2011, 2017).....	17
Tablo 2: Bölgeler Bazında Fuar Alanı Sayısı ve Büyüklüğü (2006, 2011, 2017).....	17
Tablo 3: Büyüklüklerine Göre Fuar Alanlarının Dağılımı (2017) .....	18
Tablo 4: Fuar Alanlarının Ülkeler Bazında Dağılımı (2017) .....	19
Tablo 5: Kiralanan Stant Alanı Büyüklüğünün Bölgesel Dağılımı (2008, 2010, 2012).....	20
Tablo 6: Ülke Bazında Kiralanan Stant Alanı (2012) .....	20
Tablo 7: Avrupa'daki Fuar Alanlarının Ülke Bazında Dağılımı (2017).....	21
Tablo 8: Avrupa'da Fuarlara İlişkin Temel Parametreler (2012-2016) .....	22
Tablo 9: Avrupa'daki Ülkelerde Düzenlenen Fuar Sayıları (2012-2016).....	23
Tablo 10: Avrupa'da Uluslararası Fuarların Yeri (2013).....	25
Tablo 11: Türkiye'deki Fuarların Türlerine ve Niteliklerine Göre Dağılımı (2006-2017) .....	34
Tablo 12: Türkiye'deki Fuarların Gelişimi (2008-2017).....	37
Tablo 13: Türkiye'deki Fuarlar İçinde Uluslararası Fuarların Payı (2008-2017) .....	40
Tablo 14: Tüm Fuarlardaki Yabancı Katılımcı ve Ziyaretçi Sayısı ile Yabancılara Kiralanan Stant Alanlarının İçerisinde Uluslararası Fuarların Payı (%) (2008-2017) .....	41
Tablo 15: TOBB'un Konu Grup Başlığı Kod Numarası Listesi .....	44
Tablo 16: TOBB Listesi Çerçevesinde Türkiye'deki Fuar Merkezlerine İlişkin Bilgiler (2017) .....	48
Tablo 17: Türkiye'de Düzenlenen Fuarların Alan Türlerine Göre Dağılımı (2008-2017) .....	53
Tablo 18: Türkiye'de Düzenlenen Fuarların Şehirlere Göre Dağılımı (2008-2017).....	54
Tablo 19: Türkiye'de Düzenlenen Uluslararası Fuarların Şehirlere Göre Dağılımı (2008-2017) .....	55
Tablo 20: Fuar Düzenleme Yetki Belgesine Sahip ve Fuar Düzenleyen Şirket Sayısı (2008-2017) .....	58
Tablo 21: Fuar Düzenleyicilerinin Pazar Payları (2015-2017) .....	59
Tablo 22: Türkiye'deki Ortaklaşa Fuarlara İlişkin Bilgiler (2008-2017).....	61
Tablo 23: Türkiye'de Dikey Bütünleşik Yapıda Faaliyet Gösteren Teşebbüsler (2017) .....	74
Tablo 24: Dikey Bütünleşik Teşebbüslerin Fuar Alanı İşletmeciliği Pazar Payları (2012-2016).....	76
Tablo 25: Dikey Bütünleşik Teşebbüslerin Fuar Düzenleyiciliği Pazar Payları (2012-2016) .....	76
Tablo 26: Dikey Bütünleşik Teşebbüslerin İl Bazında Fuar Düzenleyiciliği Pazar Payları (2014-2016) .....	78
Tablo 27: Dikey Bütünleşik (DB) İşletmecilerin İşlettikleri Alanlarda Fuarların Dağılımı (2012-2016).....	80
Tablo 28: Kira Sözleşmeleri İle Dikey Bütünleşik Teşebbüsler Tarafından İşletilen Alanlar (2017) .....	82
Tablo 29: Fuarcılık Verileri Bakımından Avrupa-Türkiye Karşılaştırması (2012-2016).....	90
Tablo 30: Yıllık Ortalama Alan Kirası (2012-2016).....	98

## ŞEKİL DİZİNİ

Şekil 1: Pazarlama Karması İçinde Fuarların Yeri (2017).....	6
Şekil 2: Katılımcıların Fuara Katılım Amaçları (2016).....	8
Şekil 3: Ziyaretçilerin Fuara Katılım Amaçları (2013).....	9
Şekil 4: Fuarcılık Faaliyetlerini Etkileyen Unsurlar (2017-2018).....	13
Şekil 5: Fuar Şirketlerinin Gelirlerinin Artış Seyri (2008-2018) .....	13
Şekil 6: Dünyadaki Fuar Alanı Büyüklüğünün Bölgesel Dağılımı (2006, 2011, 2017) .....	18
Şekil 7: Türkiye ve Almanya'nın Yıllık Fuar Sayısı ve Gelirleri (2012-2016) .....	24
Şekil 8: Türkiye'deki Fuarların Türlerine ve Niteliklerine Göre Dağılımı (2006-2017) .....	35
Şekil 9: Türkiye'deki Fuar Düzenleyici Şirketlerin Gelirleri (2012-2016) .....	36
Şekil 10: Türkiye'deki Fuarlarda Katılımcı Sayısının Gelişimi (2008-2017).....	38
Şekil 11: Türkiye'deki Fuarlarda Kiralanan Stant Alanı Büyüklüğünün Gelişimi (2008-2017) .....	38
Şekil 12: Türkiye'deki Uluslararası Fuarlarda Yabancı Katılımının Gelişimi (2008-2017) .....	42
Şekil 13: Türkiye'deki Uluslararası Fuarlarda Doğrudan-Dolaylı Yabancı Katılımcı Payı (2015-2017).....	43
Şekil 14: En Çok Fuar Düzenlenen İlk 10 Fuar Konu Grubu (2008-2017) .....	46
Şekil 15: Türkiye'deki Fuar Merkezlerinin Kapalı Alan Büyüklüklerinin İllere Göre Dağılımı (2017).....	51
Şekil 16: Fuarların Şehirlere Göre Dağılımı (2015-2017).....	55
Şekil 17: Uluslararası Fuarların Şehirlere Göre Dağılımı (2015-2017) .....	56
Şekil 18: Fiilen Fuar Düzenleyen Yerli-Yabancı Sermayeli Düzenleyicilerin Dağılımı (2008-2017) .....	60
Şekil 19: Türkiye'deki Fuarların Aylara Göre Dağılımı (2008-2017) .....	62

## KISALTMALAR

<b>A.g.k.</b>	: Adı Geçen Kaynak
<b>ABD</b>	: Amerika Birleşik Devletleri
<b>AUMA</b>	: Alman Fuar Endüstrisi Birliği (Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft)
<b>B2B</b>	: Business to Business
<b>B2C</b>	: Business to Consumer
<b>bkz.</b>	: Bakınız
<b>çev.</b>	: Çeviri
<b>EEAA</b>	: Avusturalasya Fuar ve Etkinlik Birliği (Exhibition&Event Association of Australasia)
<b>EFS</b>	: Avrupa Fuar İstatistikleri (Euro Fair Statistics)
<b>GEIS</b>	: Global Fuar Endüstrisi İstatistikleri (Global Exhibition Industry Statistics)
<b>İlgili Pazar Kılavuzu</b>	: İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz
<b>Komisyon</b>	: Avrupa Birliği Komisyonu
<b>KOSGEB</b>	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
<b>Kurul</b>	: Rekabet Kurulu
<b>Kurum</b>	: Rekabet Kurumu
<b>M.Ö.</b>	: Milattan Önce
<b>Özelleştirme Tebliği</b>	: 2013/2 sayılı Özelleştirme Yoluyla Devralmaların Hukuki Geçerlilik Kazanabilmeleri İçin Rekabet Kurumuna Yapılacak Ön Bildirimlerde ve İzin Başvurularında Takip Edilecek Usul ve Esaslar Hakkında Tebliğ
<b>Rapor</b>	: Fuarcılık Sektör İncelemesi Raporu
<b>s.</b>	: Sayfa
<b>TOBB</b>	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

<b>UFI</b>	: Küresel Fuar Endüstrisi Birliği (Union des foires internationales)
<b>UNIMEV</b>	: Fransız Ticaret Etkinlikleri Birliği (Union Française des Métiers de l'Événement)
<b>Usul ve Esaslar</b>	: Yurt İçinde Fuar Düzenlenmesine Dair Usul ve Esaslar
<b>vb.</b>	: ve benzeri
<b>Yönerge</b>	Sektör/Piyasa İncelemelerinde İzlenecek Usul ve Esaslar Hakkında Yönerge
<b>WMEV</b>	: Fuar Alanları Dünya Haritası (World Map of Exhibition Venues)
<b>2014-4 sayılı Karar</b>	: Sektörel Nitelikli Uluslararası Yurt içi Fuarların Desteklenmesine İlişkin 2014-4 sayılı Karar
<b>3143 sayılı Kanun</b>	: 3143 sayılı Sanayi ve Ticaret Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun
<b>4054 sayılı Kanun</b>	: 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun
<b>5174 sayılı Kanun</b>	5174 sayılı Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanunu
<b>635 sayılı KHK</b>	: 635 sayılı Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname
<b>640 sayılı KHK</b>	: 640 sayılı Gümrük ve Ticaret Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname

## GİRİŞ

Fuarcılık sektörü, Rekabet Kurumunun kuruluşundan bugüne çeşitli başvurular kapsamında Rekabet Kurulunun gündemine gelmiş ve bu sektördeki oyuncuların davranışları 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun (4054 sayılı Kanun) kapsamında değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Günümüz itibarıyla gelinen noktada, Türkiye’de düzenlenen yurt içi fuarlar bağlamında fuarcılık sektöründe ortaya çıkan ve çıkması muhtemel olan rekabet sorunlarının neler olduğunun, bu sorunlara rekabet hukuku kuralları çerçevesinde hangi şartlar altında müdahale edilebileceğinin ve mümkün olduğu ölçüde alternatif çözüm önerilerinin sistematik olarak ortaya konulması ihtiyacı hâsıl olmuştur.

Bu ihtiyaç çerçevesinde, Rekabet Kurulu, 06.04.2017 tarihli toplantısında 17-12/149-M sayı ile Türkiye fuarcılık sektöründeki davranışsal ve/veya yapısal rekabet sorunlarının tespit edilmesi ve bu sorunlara yönelik çözüm önerileri geliştirilmesi amacıyla bir sektör incelemesi yapılmasına karar vermiştir. Söz konusu sektör incelemesine ilişkin görevlendirmeler ise Başkanlık Makamının 12.04.2017 tarihli, 4427 sayılı ve 21.09.2017 tarihli, 11792 sayılı onayları ile gerçekleştirilmiştir.

Sektör/Piyasa İncelemelerinde İzlenecek Usul ve Esaslar Hakkında Yönerge’nin (Yönerge) 8. maddesinin ilk fıkrası uyarınca hazırlanan sektör incelemesi planı Başkanlık Makamının 28.04.2017 tarihli ve 5157 sayılı olurlarıyla uygun bulunmuş, 20.03.2018 tarihli ve 3642 sayılı olurlarıyla ise Yönerge’nin 13. maddesi çerçevesinde revize edilmiştir.

Bu plan çerçevesinde sektör incelemesi sürecinin sekiz aşamada gerçekleştirilmesi öngörülmüştür. Sürecin ilk dört aşamasında sırasıyla, sektöre ilişkin Rekabet Kurulu kararları taranmış, literatür ve diğer ülke uygulamaları incelenmiş, fuarcılık mevzuatı ile bu mevzuatın uygulanmasında görev ve yetki sahibi olan kurum ve kuruluşlar hakkında bilgi sahibi olunmuş ve sektör paydaşları belirlenerek bu paydaşlar arasındaki ilişkiler anlaşılmıştır. İnceleme sürecinin beşinci aşamasında, ilk dört aşamadan elde edilen veriler ışığında inceleme kapsamında ihtiyaç duyulacak bilgiler ve bu bilgileri toplamak için kullanılacak araçlar tespit edilmiştir. İncelemenin altıncı aşamasında sektör paydaşlarıyla yapılan görüşmeler ve bilgi isteme yazıları vasıtasıyla gerekli bilgiler sağlanmıştır.

Bilgi edinme aşamasında ilk olarak 04.08.2017 tarihli ve 10019 sayılı yazımızla Türkiye Odalar ve Borsalar Birliğinden (TOBB) bilgi talep edilmiş, ayrıca 09.08.2017 tarihinde TOBB yetkilileriyle bir görüşme gerçekleştirilmiştir. TOBB’un bilgi isteme yazısına ilişkin cevabi yazısı, kendilerinin süre uzatım talebinin IV. Denetim ve Uygulama Dairesi Başkanlığı tarafından kabul edilmesi sonucunda 03.10.2017 tarihinde 6918 sayı ile Kurum kayıtlarına girmiştir. Sürecin devamında TOBB’dan 21.05.2018 tarihli, 6486 sayılı yazımızla ilave birtakım bilgiler istenmiş, bu bilgiler 30.05.2018 tarihinde 4236 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.

2005 yılından itibaren fuarcılık sektörünü düzenleme ve denetleme yetkisini haiz olan ve ayrıca fuarlara ilişkin istatistikleri tutan TOBB tarafından sağlanan bilgiler diğer



sektör paydaşları ile yapılan görüşmeler ve paydaşlardan istenen bilgiler bakımından önemli bir kaynak teşkil etmiştir. Bu çerçevede, 14.11.2017 ilâ 26.02.2018 tarihleri arasında çeşitli tarihlerde toplam 19 sektör paydaşı ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, 28.11.2017 tarihinden itibaren muhtelif tarihli ve sayılı yazılarımızla aralarında fuar merkezi maliklerinin ve/veya işletmecilerinin, fuar düzenleyicilerinin ve kamu kurumlarının bulunduğu toplam 274 sektör paydaşından bilgi, belge, açıklama ve değerlendirmeleri talep edilmiştir. Sonuncusu 30.05.2018 tarihinde Kurum kayıtlarına girmiş olmak üzere, 193 adet sektör paydaşının cevabi yazısı tarafımıza ulaşmıştır.

Sektör incelemesinin yedinci aşamasını bilgilerin toplanması ve analiz edilmesi oluşturmuştur. Bu çerçevede, sektör paydaşlarının sektörün yapısına, işleyişine, sektörün düzenlenmesine ve sektördeki rekabetçi sorunlara ilişkin açıklamalarının ve değerlendirmelerinin yanı sıra 2005-2017 yılları arasında düzenlenen toplam 5.276 adet fuara ilişkin bilgiler (fuarın niteliği, fuarın düzenleyicisi/düzenleyicileri, fuar yeri, zamanı ve süresi, fuarın büyüklüğü, fuara yabancı katılımı gibi) derlenmiş ve analiz edilmiştir. İlaveten, 2012-2016 döneminde düzenlenen 2.067 adet fuara ilişkin fuar gelirleri, net satış gelirleri, maliyet bilgileri gibi parasal büyüklükler derlenmiş ve analiz edilmiştir. Tümünüyle teşebbüslerden gelen bilgilere dayanan bu analizde, ilgili dönemde düzenlenen tüm fuarlara ilişkin bilgilerin sağlanması söz konusu olamamıştır. Ancak, sağlanan bilgilerin anılan dönemde düzenlenen fuarların sayıca %72,37'sini, katılımcı sayısı bakımından %83,01'ini, ziyaretçi sayısı bakımından %83,55'ini ve katılımcılara kiralanan stant alanı büyüklüğü bakımından %85,10'unu oluşturması nedeniyle sektör bakımından gösterge oluşturabileceği değerlendirilmiştir. Sektör incelemesinin son aşamasında ise, inceleme süreci boyunca elde edilen tüm bilgiler değerlendirilerek işbu Sektör İncelemesi Raporu kaleme alınmıştır.

Rapor'un ilk bölümünde fuarcılık faaliyetlerine ilişkin genel bilgiler sunulmuştur. Bu bilgiler kapsamında fuar kavramına ve fuarların bileşenlerine, pazarlama iletişimi araçları içinde fuarların yerine, fuarların işlevlerine, fuarların başarısını belirleyen unsurlara ve fuarcılık faaliyetlerini etkileyen unsurlara değinilmiştir.

İkinci bölümde dünyada ve Avrupa'da fuarcılık sektörünün gelişimine ve genel görünümüne yer verilmiştir. Avrupa'nın özel olarak incelenmesinde Avrupa'nın dünya fuarcılık sektöründen önemli bir pay alması ve fuarcılık faaliyetlerinin küresel boyutta değerlendirilmesinde Türkiye'nin Avrupa içerisinde ele alınması rol oynamıştır. Bu bölümde sunulan bilgilerin Türkiye'nin uluslararası arenadaki yerini değerlendirmek bakımından önem arz ettiği düşünülmektedir.

Rapor'un 'Türkiye'de Fuarcılık Sektörü' başlıklı üçüncü bölümünde, sektörün ülkemizdeki tarihsel gelişimi, fuarcılık sektörünü düzenleyen mevzuat ve ilgili kurumlar hakkında açıklamalarda bulunulmasını takiben fuarcılık sektörünün yapısı, genel görünümü ve zaman içinde gösterdiği gelişime ilişkin detaylı bilgiler aktarılmıştır. Bu kapsamda, fuarlara ilişkin genel bilgiler ile fuarların konularına göre dağılımına, fuar düzenlenebilir alanlara, fuarların coğrafi dağılımına, fuar düzenleyicilerine ve fuarların yıl içindeki dağılımına ilişkin bilgiler ilgili görüldüğü ölçüde, mevzuatta yer alan hükümleri de içerecek şekilde ayrı alt başlıklar halinde sunulmuştur. Bölüm

kapsamında değinilmesinde fayda olduğu değerlendirilen kısımlarda sektörün rekabetçi yapısına ilişkin tespitlere de yer verilmiştir.

Rapor'un dördüncü bölümünde, daha önceki bölümlerde yapılan tespitler ve sektör incelemesi sürecinde paydaşlardan elde edilen bilgiler çerçevesinde sektör bakımından sorun teşkil eden hususlar ortaya konulmaya çalışılmış ve bunların sektörün rekabetçi yapısı üzerindeki etkilerine ilişkin değerlendirmelerde bulunulmuştur. Bu bölümde amaç, bu sorunlara rekabet hukuku araçlarıyla müdahale imkânlarının ve alternatif çözüm önerilerinin tartışılacağı bir sonraki bölüme zemin hazırlamak olmuştur.

Rapor'un son bölümünde ise dördüncü bölümde ortaya konulmuş olan ve sektör açısından doğrudan veya dolaylı olarak rekabetçi sakıncalar yaratan sorunlara, geçmiş tarihli Rekabet Kurulu kararları da göz önünde bulundurularak rekabet hukuku araçlarıyla müdahale imkânlarına ilişkin açıklamalarda bulunulmuş ve bu sorunları gidermeye yönelik alternatif çözüm önerileri sunulmuştur. Bu noktada temel olarak, fuarcılık sektörünün ülke ekonomisi bakımından taşıdığı önem ve ülkenin uluslararası rekabet edebilirliğinin geliştirilmesi hedefi göz önünde tutularak Türk fuarcılık sektöründe daha rekabetçi bir yapının tesis edilmesine katkıda bulunulması amaçlanmıştır. Bu yapının tesisi ise ancak sektörde söz sahibi olan tüm oyuncuların bu anlayışı benimsemesi ve kararları ile davranışlarını bu çerçevede şekillendirmesi ile mümkün olacaktır. Bu kapsamda elbette ki öncelikli görev sektörde faaliyet gösteren teşebbüslere düşmektedir. Bu amaçla, bölüm kapsamında sektördeki rekabet hukuku uygulamalarına ilişkin teşebbüsleri bilgilendirecek açıklamalara ve rekabet ihlali teşkil edebilecek uygulamalardan kaçınmalarını sağlayacak önerilere yer verilmiştir. İkinci olarak, doğrudan ve dolaylı olarak sektöre ilişkin söz sahibi olan kurumların belirleyeceği bütüncül bir fuarcılık politikasının gerekliliğinden hareketle bu politika oluşturulurken rekabetçi bakış açısının sağlanmasına yönelik öneriler sunulmuştur. Elbette ki, Rekabet Kurumu da denetleme ve savunuculuk faaliyetleriyle sektör üzerinde söz sahibi olan kurumlar arasında yer almaktadır. Bu çerçevede, inceleme sürecinde edinilen bilgi birikiminin ve bütüncül bakış açısının ışığında rekabet hukuku uygulamalarına ilişkin çeşitli değerlendirmeler ve öneriler de Rapor kapsamında yer bulmuştur.

## BÖLÜM 1

### FUARCILIK FAALİYETLERİ

- (1) Çalışmanın ilk bölümünde, okuyucuya fuarcılık sektörüne ilişkin genel bilgileri sunmak ve Rapor'un diğer bölümleri için bir altyapı oluşturmak adına fuarcılık faaliyetlerine ilişkin temel hususlar aktarılacaktır. Bu kapsamda sırasıyla fuarlara ve fuarların bileşenlerine, pazarlama iletişimde fuarların yerine, fuarların işlevlerine, fuarların başarısını belirleyen ve fuarcılık faaliyetlerini etkileyen unsurlara ilişkin bilgilere yer verilecektir.

#### 1.1. Fuarlar ve Fuarın Bileşenleri Hakkında Genel Bilgi

- (2) Fuar kavramına ilişkin olarak değişik kaynaklarda farklı tanımlar sunulmakla birlikte en kapsayıcı şekilde fuar, ticarete konu ürünlerin ya da hizmetlerin, teknolojik gelişmelerin, bilgi ve yeniliklerin tanıtımı, pazarlanması, geleceğe yönelik ticari ilişki ve teknik iş birliği kurulması ve geliştirilmesi için belirli bir takvime bağlı olarak, düzenli aralıklarla genellikle de aynı yerlerde gerçekleştirilen bir tanıtım etkinliği olarak tanımlanabilecektir<sup>1</sup>.
- (3) Fuarı oluşturan temel bileşenler fuar düzenleyicileri, katılımcılar ve ziyaretçilerdir. Bunun yanı sıra, fuarın yapılacağı alan ve dolayısıyla bu alanın işletmecisi ile fuarın gerçekleştirilmesine yönelik olarak alan işletmecisine, düzenleyiciye ya da katılımcıya yan hizmetler sunan teşebbüsler de fuarın bileşenleri olarak kabul edilebilecektir.
- (4) Fuar düzenleyicileri, fuarın niteliğine uygun bir fuar alanını belirlenmiş takvime uygun şekilde fuar alanı işletmecisinden temin eden ve fuarın amacına uygun katılımcılar ile ziyaretçileri bir araya getirip fuarın gerçekleşmesi için gerekli diğer hizmetleri de ilgili kaynaklardan sağlayarak fuarı düzenleyen işletmelerdir. Fuar katılımcıları, ürünlerini, hizmetlerini ve işletmelerini tanıtmak ya da satış yapmak üzere fuar düzenleyicisi ile yapmış oldukları sözleşme çerçevesinde ve düzenleyiciye ödediği katılım bedeli karşılığında fuara katılan ve kendisine tahsis edilmiş alanda ürünlerini sergileyen işletmelerdir. Fuar ziyaretçileri ise fuarda yer alan katılımcılarla ticari ilişki kurmak, geliştirmek isteyen ayrıca sektördeki gelişmeler ve teknolojik yenilikler hakkında bilgi sahibi olmak isteyen kişiler ya da işletmelerdir. Fuar alanı işletmecileri, fuar düzenlenebilmesi amacıyla fuar düzenleyicilerine alan tahsis hizmeti sunan ekonomik birimler olarak tanımlanabilecektir. Yan hizmet sağlayıcısı teşebbüsler ise fuar alanı işletmecisi, fuar düzenleyicisi ya da katılımcılar ile yaptıkları sözleşmeler çerçevesinde doğrudan fuarın gerçekleştirilmesine yönelik olarak fuara hazırlık aşamasında, fuar döneminde ve/veya fuar alanının boşaltılması safhasında hizmet sunan şirketlerdir. Stant tasarımı ve uygulanması, güvenlik, temizlik, nakliye, yeme-içme,

---

<sup>1</sup> TÜTÜNCÜOĞLU, İ. (2009), "Uluslararası Pazarlamada Bir Tutundurma Aracı Olarak Fuar ve Sergilere Katılımın Dış Ticaret Şirketleri Açısından Önemi", Dokuz Eylül Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, s. 11 (<http://acikerisim.deu.edu.tr/xmlui/handle/12345/11009>, Erişim Tarihi: 12.12.2017)

tercüme, danışmanlık, etkinlik organizasyonu gibi hizmetler yan hizmet sağlayıcılarının sundukları hizmetlere örnek olarak verilebilecektir.

## 1.2. Fuarların Pazarlama İletişimindeki Yeri

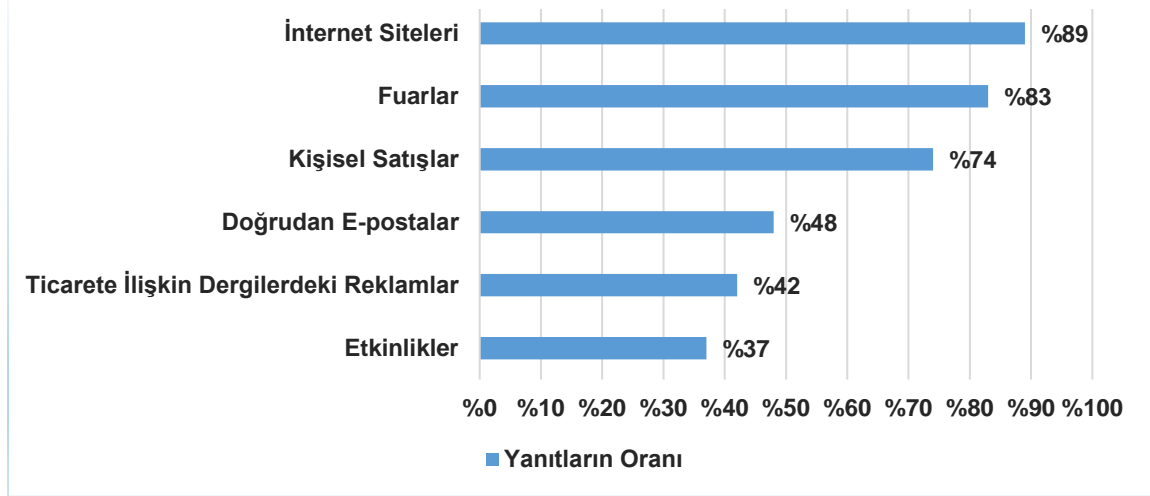
- (5) Farklı şekillerde tanımlanabilmekle beraber ekonomi biliminin standart tanımlamalarından biri, ürün ve hizmetlerin üretimi, dağıtımı ve tüketimi ile ilgilenen sosyal bilim dalı şeklindedir. Ekonomi biliminin bu temel tanımı içinde dahi ekonominin iki aktörü tüketiciler ve üreticiler ile üretimin iki unsuru olan ürünlere ve hizmetlere yapılan vurgu açık olup, günümüz ekonomisinde de bu aktörler ve unsurlar ekonominin temel taşlarını oluşturmaktadır. Nitekim üreticiler tarafından üretilen ürünler ve hizmetler tüketicilere ulaştırılmadığı ya da tüketicilerin ilgisi bu ürünlere çekilemediği sürece söz konusu ürünlere ilişkin bir pazardan söz etmek mümkün olmayacaktır. Bu noktada rekabetçi bir pazar ekonomisinden bahsedilebilmesi için ürün ve hizmetlerin tüketicilere tanıtımının önemi ortaya çıkmakta olup, pazarlama iletişimi araçlarından oluşan pazarlama iletişimi karması devreye girmektedir. Ürün veya hizmet sahibi olan firmaların ürün ve hizmetlerini alıcılara satmak amacıyla tanıtmak için kullandığı etkileşim araçları olarak tanımlanabilecek pazarlama iletişim araçlarının en bilinenleri başta reklamlar olmak üzere halkla ilişkiler, yüz yüze iletişim, kişisel satış, promosyonlar vb. olup 20. yüzyılda bu karmaya bu unsurların tamamını içinde barındıran çok daha kapsamlı ve etkili bir iletişim aracı daha girmiştir<sup>2</sup>: Fuarlar<sup>3</sup>.
- (6) Nitekim fuarların pazarlama iletişimi araçları içindeki yerini belirlemek üzere 2017 yılında Almanya’da fuar katılımcısı firmalara yönelik olarak yapılan bir anket çalışmasında fuarların pazarlama iletişimi araçları arasındaki yeri katılımcıların %83’ü tarafından çok önemli ya da önemli olarak nitelendirilmiş ve fuarlar, firmaların kendi internet sitelerinin ardından ikinci en önemli pazarlama iletişimi aracı olarak belirlenmiştir. Aşağıdaki şekilde söz konusu çalışmanın sonuçlarına yer verilmektedir.

---

<sup>2</sup> ÜNSALDI, M. (2007), “Fuarçılık ve Türkiye’de Fuarçılıkla İlgili Faaliyetler”, Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları, Fırat Üniversitesi Doğu Anadolu Bölgesi Araştırma ve Uygulama Merkezi, s. 153-154; YÜCEL, F. ve A.Y. ATA (2006), “Bölgesel Kalkınma Stratejileri Açısından Fuarçılık: Birinci ve İkinci Çukurova Sanayi ve Ticaret Fuarlarının Değerlendirilmesi”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 15, Sayı 1, s. 508; TORUN, E., A. ÇELİK ve A. BOBAT (2012), “Pazarlamada Fuarların Rolü ve Önemi”, KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi, 15 (2), s. 11.

<sup>3</sup> Fuarlar, pazarlamada sadece iletişim karması bakımından değil, pazarlama karmasının diğer unsurları olan ürün karması, fiyatlama ve satış koşulları karması ile dağıtım karması bakımından da bu karmaların unsurlarının belirlenmesine olan etkisi nedeniyle önem teşkil etmektedir. Ancak işbu Rapor’un kapsamı gereği fuarların pazarlama iletişimi karması içindeki yerine değinilmesi yeterli görülmüştür. Fuarların pazarlama karması içindeki yerine ilişkin detaylı bilgi için bkz. AYCI, A. (2011), “Pazarlama Karması Açısından Yurtdışı Fuarlar: Kosgeb Yurtdışı Fuar Desteklerinden Faydalanan Kobi'lere Yönelik Bir Araştırma”, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 13/3, s. 159-182.

**Şekil 1: Pazarlama Karması İçinde Fuarların Yeri (2017)**



Kaynak: AUMA-Messe Trend 2017, s. 1.

(<http://www.auma.de/en/DownloadsPublications/Seiten/Default.aspx>, Erişim Tarihi: 06.12.2017)

- (7) Fuarların pazarlama iletişimi araçları içerisinde bu kadar önde olmasının en önemli nedenlerinden biri maliyet unsuru olarak görülmektedir. Zira özellikle uluslararası pazarlar bakımından diğer pazarlama iletişimi araçlarının maliyetlerine kıyasla işletmelerin fuara katılım maliyeti oldukça düşük kalmaktadır<sup>4</sup>. Nitekim 2014-2015 yıllarına ilişkin olarak Fransız Ticaret Etkinlikleri Birliği<sup>5</sup> tarafından fuar katılımcılarına yönelik yapılan bir çalışmada fuarlar, katılımcıların elde ettikleri fayda ve katlandıkları maliyet göz önünde bulundurularak pazarlama iletişimi araçları içinde maliyet etkinliği en yüksek araç olarak belirlenmiştir<sup>6</sup>.

### 1.3. Fuarların İşlevleri

- (8) Fuarların öncelikli işlevleri, elbette ki, katılımcılar ve ziyaretçiler bakımından söz konusu olan ticari işlevleridir. Ancak fuarlar ticari işlevlerinin yanı sıra çeşitli makroekonomik ve sosyal işlevler de üstlenmiş bulunmaktadır. Aşağıda fuarların işlevlerine ilişkin açıklamalara yer verilmektedir<sup>7</sup>.

#### 1.3.1. Fuarların Ticari İşlevleri

- (9) Fuarların en temel ticari işlevi arzı ve talebi bir araya getirerek işletmelere ürünlerini pazarlayabilme olanağı sağlamasıdır<sup>8</sup>. Ancak fuarların ticari işlevleri bununla sınırlı olmayıp, özellikle alıcı ile satıcı arasında doğrudan karşılıklı iletişime ve ürünün tasarımı ile işlevlerinin alıcı tarafından bizzat incelenmesine imkân vermesi

<sup>4</sup> YÜCEL, F. ve A.Y. ATA (2006), s. 511.

<sup>5</sup> Union Française des Métiers de l'Événement (UNIMEV)

<sup>6</sup> <https://eeaa.com.au/what-we-do/our-campaigns/the-marketing-power-of-exhibitions/>  
(Erişim Tarihi: 24.05.2018)

<sup>7</sup> Fuarların işlevlerine ilişkin açıklamaların hazırlanmasında büyük ölçüde Alman Fuar Endüstrisi Birliği (AUMA) tarafından yayımlanmış olan "The German trade fair industry: facts, functions, outlook" başlıklı çalışmadan yararlanılmıştır.

(<http://www.auma.de/en/DownloadsPublications/Seiten/TheGermantradefairindustry.aspx>,

Erişim Tarihi: 06.12.2017)

<sup>8</sup> YÜCEL, F. ve A.Y. ATA (2006), s. 509.

nedeniyle diğer pazarlama araçlarının karşılamakta yetersiz kaldığı pek çok fonksiyon fuarlar aracılığıyla sağlanabilmektedir.

(10) Katılımcılar bakımından ele alındığında fuarlar şu işlevlere sahiptir:

- Mevcut müşterilerle düzenli aralıklarla doğrudan iletişim kurulmasını sağlamakta ve bu nedenle güven temeline dayalı uzun süreli müşteri ilişkilerinin tesisine yardımcı olmaktadır.
- Potansiyel müşterilerle yüz yüze iletişim kurulmasına olanak tanıyarak katılımcı şirketlerin yeni müşteriler edinmesine ve yeni pazarlara açılmasına katkıda bulunmaktadır.
- Özellikle inovasyona dayanan yeni ürünlerin ve hizmetlerin sunulması amacıyla oluşturulan platformlar olmaları nedeniyle katılımcıların piyasaya sunmayı tasarladıkları yeni ürünlerini ve tasarımlarını tanıtımalarına ve piyasadan bunlara ilişkin geri bildirimler almalarına olanak tanımaktadır.
- Fuarlar, özgülendiği sektörün tüm paydaşlarını bir araya getiren çekim noktaları olduklarından, özellikle uluslararası pazarlarda faaliyet göstermekte zorlanan küçük ve orta ölçekli işletmelerin yeni ürün ve hizmetlerinin sunumu bakımından diğer mecralardan daha elverişli bir ortam yaratmaktadır<sup>9</sup>.
- Özellikle potansiyel müşterilerle, dağıtım ve satış kanallarıyla iletişim kurmak ve kamuoyuna kendini tanıtmak ihtiyacında olan yeni kurulmuş şirketler bakımından tüm ilgili oyuncuların bir arada bulunduğu fuarlara katılmak yeni iş ilişkileri ve müşteri ilişkileri geliştirilmesine olanak sağlamaktadır.
- Etkili bir kitle iletişim aracı olmaları nedeniyle katılımcı şirketlerin müşterileri ve iş dünyası nezdindeki imajının geliştirilmesine katkı sağlamaktadır.
- Sektörde faaliyet gösteren oyuncuların önemli kısmını bir araya getirmesiyle şirketlerin sektör hakkında bilgi edinmesine<sup>10</sup>, kendi ürün ve hizmetlerini rakiplerin ürün ve hizmetleri ile kıyaslamasına ve pazarda kendini konumlandırmasına olanak vermektedir.
- Şirket amaçlarını gerçekleştirmeye önemli katkı sağlayan kısa süreli etkinlikler olduklarından çalışanlar üzerinde bu amaçlara ulaşmaya yönelik güçlü bir motivasyon sağlamaktadır.
- Yeni çalışan arayışında olan katılımcı şirketlerin o sektörde istihdam edilen insan kaynağını doğrudan iletişim yoluyla tanınmasına imkân vermekte ve şirketlere nitelikli yeni çalışanlar kazandırabilmektedir.

(11) Fuarların katılımcılara yönelik bu işlevlerinin katılımcıların fuara katılma kararlarında oynadığı rol 2016 yılında Almanya'da yapılan bir ankette somutlaşmıştır. Bu ankete göre katılımcıların %83'ü öncelikli fuara katılım amaçlarını yeni müşteriler edinmek ve mevcut müşterilerle iyi ilişkiler geliştirmek olarak ifade etmiştir. Bunu %81 ile şirket hakkındaki farkındalığın artırılması ve

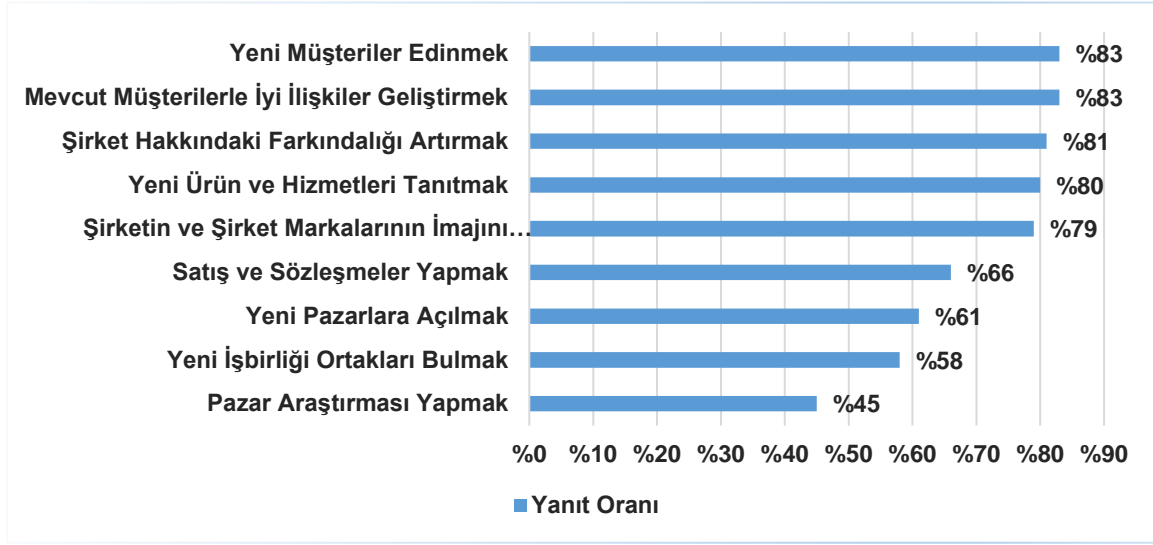
---

<sup>9</sup> BELUSSI, F., S. R. SEDITA, ve M. OMIZZOLO (2008), "The Trade Fair as a Temporary Cluster: A Relational Platform and Knowledge Filter for Firms. First Results of an Exploratory Study", 4th International Conference of the Academy of Wine Business Research, Siena, s. 7.

<sup>10</sup> A.g.k., s. 3.

%80 ile yeni ürün ve hizmetlerin tanıtılması izlenmektedir. Anket çalışmasının sonuçlarına aşağıdaki şekilde yer verilmektedir.

**Şekil 2: Katılımcıların Fuar Katılım Amaçları (2016)**



Kaynak: Successful Participation in Trade Fairs 2017, AUMA, s. 23

(<http://www.auma.de/en/DownloadsPublications/Seiten/SuccessfulParticipationinTradeFairs.aspx>, Erişim Tarihi: 24.05.2018)

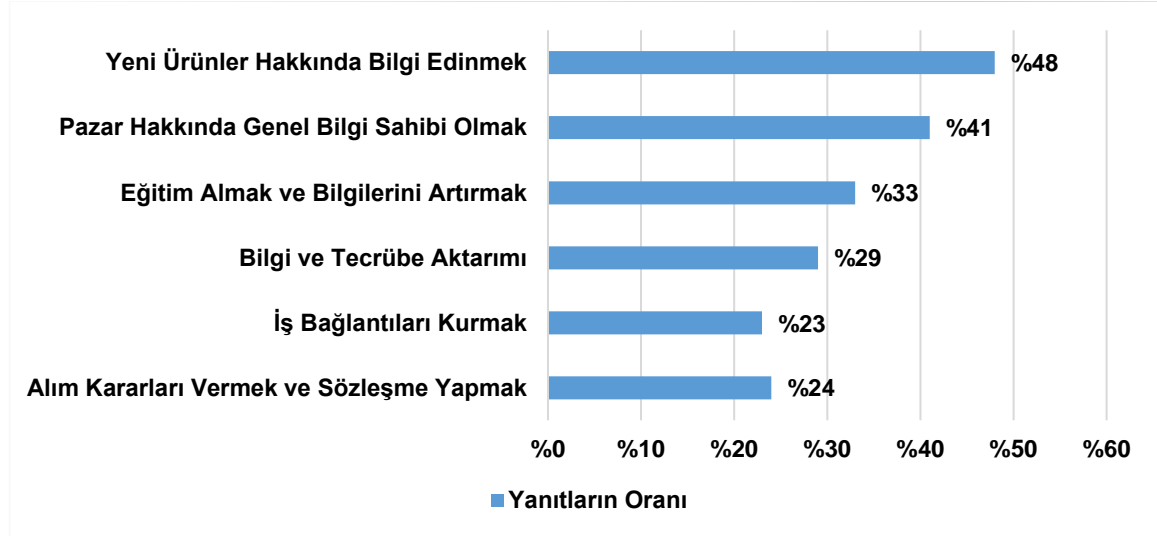
(12) Ziyaretçiler bakımından ele alındığında ise fuarların işlevleri şu şekilde sıralanabilecektir:

- Ürünün tasarımını ve işlevlerini her boyutuyla inceleyip ürün hakkında katılımcıdan doğrudan bilgi alabilme imkânı sayesinde alıcının satıcılarla güvene dayalı ve sürdürülebilir ilişkiler kurmasına yardımcı olmaktadır.
- Alıcıların ürünü tüm duyularıyla değerlendirebilmesi ve satıcıya bireysel ihtiyaçlarını aktarabilmesi sayesinde kişiselleştirilmiş bir satın alma deneyimine imkân sağlamaktadır.
- Sektörde faaliyet gösteren oyuncuların çoğunun bir arada bulunması sayesinde ziyaretçilerin sağlıklı ürün ve fiyat karşılaştırmaları yapabilmelerini sağlamaktadır.
- Yeni iş ilişkileri geliştirilmesine ve mevcut ilişkilerin güçlendirilmesine katkıda bulunmaktadır.
- Fuar kapsamındaki çeşitli konferanslara ve özel gösterilere katılım sağlanması yoluyla bilgi ve deneyimlerin arttırılmasına hizmet etmektedir.
- İlerleyen dönemde katılımcı olarak fuarda yer alma olanaklarına ilişkin değerlendirme yapabileme imkânı sunmaktadır.
- Kişisel ve mesleki bilginin artırılmasını sağlamaktadır.
- Belli ürünler hakkında bilgi edinmeyi, sipariş vermeyi yahut sözleşme yapmayı kolaylaştırmaktadır.

(13) Almanya'da fuar ziyaretçilerinin fuara katılım amaçlarına ilişkin olarak yapılmış bir çalışma çerçevesinde ziyaretçilerin fuar katılımlarında öncelikli amacın bilgi edinmek olduğu ifade edilmektedir. Zira aşağıdaki şekilden de görüleceği üzere, ankete katılan ziyaretçilerin %48'i yeni ürünler hakkında bilgi edinmeyi, %41'i

pazar hakkında genel bilgi sahibi olmayı,%33'ü eğitimlerini ve bilgilerini artırmayı, %29'u ise bilgi ve tecrübe aktarımını fuara katılma amacı olarak göstermiştir. Bu amaçları ticari amaçlar izlemektedir.

**Şekil 3: Ziyaretçilerin Fuara Katılım Amaçları (2013)**



Kaynak: The German trade fair industry: facts, functions, outlook, s. 8.

(<http://www.auma.de/en/DownloadsPublications/Seiten/TheGermantradefairindustry.aspx>,

Erişim Tarihi: 06.12.2017)

### 1.3.2. Fuarların Makroekonomik İşlevleri

(14) Fuarlar, katılımcılara ve ziyaretçilere yönelik ticari işlevleri dışında fuarın gerçekleştirildiği il, bölge ve ülke bakımından da çeşitli işlevlere sahiptir. Bu işlevler şu şekildedir:

- Fuar düzenleyicilerine ve katılımcılarına fuarın gerçekleştirilmesine yönelik olarak stant tasarımı ve yapımı, organizasyon, güvenlik, temizlik, nakliye, tercüme, yeme-içme hizmetleri sunan veya danışma görevlisi, stant görevlisi gibi eleman sağlayan teşebbüsler; katılımcılara ve ziyaretçilere konaklama, ulaşım, yeme-içme hizmetleri ile diğer alışveriş imkânları (hediyelik eşya vs.) sağlayan teşebbüsler ve tüm bu teşebbüslere girdi sağlayan tedarikçiler bakımından iş hacmi ve istihdam artışı yaratmaktadır<sup>11</sup>. Bu durum fuarların çarpan etkisi olarak adlandırılmaktadır. Bu çerçevede, fuardan fuara ve ülkeden ülkeye değişmekle birlikte, özellikle uluslararası fuarların ekonomik etkilerinin fuar düzenleyicileri tarafından elde edilen cironun beş ilâ yedi katına kadar ulaşabildiği ifade edilmektedir<sup>12</sup>.

<sup>11</sup> Fuar katılımcıları ve ziyaretçileri tarafından dünya çapında yapılan toplam yıllık harcamanın yaklaşık yarısının fuarcılık faaliyetlerine ilişkin olduğu, diğer yarısının ise konaklama, ulaşım, yeme-içme ve diğer alışveriş faaliyetlerine ilişkin olduğu tespit edilmiştir.

([http://www.koelnmesse.com/redaktionell/Koelnmesse/downloads\\_10/pdf\\_8/Global-Exhibition-Day-Facts-and-Figures.pdf](http://www.koelnmesse.com/redaktionell/Koelnmesse/downloads_10/pdf_8/Global-Exhibition-Day-Facts-and-Figures.pdf), Erişim tarihi: 31.05.2018)

<sup>12</sup> AUMA (2013), "The German trade fair industry: facts, functions, outlook", s. 12.

(<http://www.auma.de/en/DownloadsPublications/Seiten/TheGermantradefairindustry.aspx>,

Erişim Tarihi: 06.12.2017) Sektör incelemesi kapsamında Türkiye'de fuarların çarpan etkisinin büyüklüğüne ilişkin bir çalışmaya rastlanmamıştır.



- Çarpan etkisi nedeniyle fuarlar, yerel ve/veya ulusal vergi gelirlerinin artmasına olanak sağlamaktadır.
- Fuarlar, özellikle kendi imkânlarıyla uluslararası müşteri potansiyeline ulaşmakta güçlük yaşayacak katılımcılar bakımından ihracat olanakları yaratarak ülkenin ihracatının gelişmesine katkıda bulunmaktadır<sup>13</sup>.
- Fuarlar piyasa oyuncularının düzenli etkileşimini sağlayan bir platform olması nedeniyle sınaî ve ticari faaliyetleri koordine etmekte ve böylece yeni pazarlar oluşmasını ve mevcut pazarların gelişmesini sağlamaktadır.
- Fuarlar alıcıların ilgili sektördeki ürün gamını kapsamlı bir şekilde değerlendirebilmesine, doğrudan karşılaştırmalar yapabilmesine ve kişisel iletişim kurabilmesine imkân vererek piyasa ekonomisinin sağlıklı işlemesini mümkün kılan koşullardan biri olan piyasa şeffaflığını sağlamaktadır.

### 1.3.3. Fuarların Sosyal İşlevleri

(15) Fuarların ticari ve makroekonomik işlevlerinin yanı sıra bazı sosyal işlevleri de bulunmaktadır. Bu işlevlere aşağıda yer verilmektedir:

- Günümüzün bilgi toplumlarında ekonomik aktörler bakımından bilgi belirleyici bir kaynaktır. Fuarlar ve bunlara eşlik eden kongreler; işlenmiş, rafine edilmiş ve doğru konumlandırılmış bilginin ilgili sektör oyuncular arasında aktarımına imkân sağlamaktadır.
- Çok farklı ekonomik aktiviteleri bir yerde toplama kabiliyeti nedeniyle yatay (rakipler, tamamlayıcı sektörlerde faaliyet gösteren oyuncular, birlikler, ilgili kurumlar) ve dikey (tedarikçiler ve müşteriler) boyutta olmak üzere çok geniş bir ilişkiler ağı yaratmaktadır<sup>14</sup>.
- Fuarlar siyasi kurumların ilgisini belli bir sektöre çekmek konusunda etkili araçlar olarak görülmektedir. Zira fuarlar, sektör oyuncularının temsilcileri ile yasama ve yürütme organlarının temsilcilerini bir araya getirebilmekte ve sektörle ilgili finansal, ekonomik ve sosyal sorunların görüşülmesi imkânı sağlamaktadır.
- Fuarlar, fuarın yapıldığı şehrin politik karar mercilerinin dikkatini çekmesini sağlamakta; şehrin fuar katılımcılarının ve ziyaretçilerinin ihtiyaçlarını karşılayacak ve memnuniyetlerini artıracak şekilde yapılandırılması gerektiğinden kentsel gelişime olumlu etki yapmaktadır<sup>15</sup>.
- Uluslararası fuarlar bir sektörün uluslararası oyuncularını bir araya getirmekte, siyasi ve coğrafi engelleri ortadan kaldıran çok uluslu bir etkileşime olanak sağlamaktadır. Ayrıca farklı ülkelerden katılımcıların ve ziyaretçilerin fuar ortamında farklı kültürleri tanımasına ve dostane ilişkiler geliştirmesine yardım etmektedir.

<sup>13</sup> Ülkenin ihracat hacmi ile fuarcılık sektörü arasında birbirini besleyen karşılıklı bir ilişki olduğu kabul edilmektedir. Buna göre, fuarlar ülke ihracatını geliştirmekte, ihracat potansiyeli artan sektörler ise daha çok fuara ihtiyaç duymaktadır.

<sup>14</sup> BELUSSI, F., S. R. SEDITA ve M. OMIZZOLO (2008), s. 3.

<sup>15</sup> Konya Ticaret Odası, "Fuar Organizasyonları ve Fuarcılık Faaliyetleri Türkiye-Konya Araştırması", s.2 (<http://www.kto.org.tr/d/file/fuar-organizasyonlari-ve-fuarcilik-faaliyetleri-turkiye-konya-arastirmasi.pdf>, Erişim tarihi: 07.12.2017)

#### 1.4. Fuarların Başarısını Belirleyen Unsurlar

- (16) Fuarlar; fuar alanının, ilgili yan hizmetlerin, katılımcıların ve ziyaretçilerin fuar düzenleyicileri tarafından ilgili mevzuata uygun şekilde organizasyonunu içeren ve düzenleyiciler bakımından uzun bir hazırlık sürecini ve önemli maliyetlere katlanılmasını gerektiren faaliyetlerdir. Bu nedenle bir fuarın başarılı şekilde gerçekleştirilmesi, öncelikle bu yolda önemli zaman, emek ve para harcayan ve ticari faaliyetleri bunun üzerine kurulu olan fuar düzenleyicileri için önem taşımaktadır. Ancak düzenleyicilerin yanı sıra diğer fuar bileşenleri de fuarların başarısından doğrudan etkilenmektedir. Öncelikle, başarılı bir fuarda yer almak, fuarda bulunmak için zaman ve kaynak ayıran, bunun karşılığında çeşitli ticari ve sosyal amaçlara ulaşmayı arzulayan katılımcıların ve ziyaretçilerin bu amaçlarına ulaşmaları bakımından önemli fayda sağlamaktadır. İkinci olarak, fuarın başarısı kısmen fuarın gerçekleştirilmesine yönelik hizmetler sunan fuar alanı işletmecilerine ve yan hizmet sağlayıcılarına da mal edildiğinden onların ilerleyen dönemdeki ticari faaliyetleri üzerinde doğrudan etkide bulunmaktadır.
- (17) Ancak, başarılı fuarların belki de en olumlu etkisi, fuarların makroekonomik işlevleri nedeniyle fuara ev sahipliği yapan ilin/bölgenin ekonomisi ve ülke ekonomisi üzerinde olacaktır. Başarılı fuarlar ayrıca, ülkenin hem fuarcılık alanındaki hem de başarılı fuarların ilgili olduğu sektörlerdeki uluslararası rekabet gücünün artmasına katkı sağlayacaktır. Bu olumlu etki, özellikle yabancı katılımcıların ve ziyaretçilerin yer aldığı uluslararası fuarlar bakımından daha belirgin olarak ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, fuarların düzenlenmesi sürecinde doğrudan ve dolaylı olarak katkısı olan her oyuncunun fuarların başarısını sağlamaya ve artırmaya yönelik hareket etmesi önem taşımaktadır.
- (18) Sektör incelemesi sürecinde edinilen bilgiler çerçevesinde fuarların başarısını belirleyen unsurların;
- fuara ev sahipliği yapacak ülkenin jeopolitik konumu ve ekonomik koşulları göz önünde bulundurularak fuar konusunun doğru belirlenmesi,
  - fuarın ilgili olduğu sektör ve hitap ettiği coğrafya bakımından doğru katılımcıların ve ziyaretçilerin bir araya getirilmesi,
  - fuarın ilgili olduğu sektöre yönelik düzenleyici ve denetleyici faaliyet yürüten kamu kurumlarının, sivil toplum kuruluşlarının ve akademik kurumların fuara katkısının sağlanması,
  - katılımcıların ve ziyaretçilerin niceliği ve niteliği açısından optimal ölçeğin yakalanması,
  - fuarın, ilgili olduğu sektördeki inovasyon süreçlerine uyum sağlayacak periyotlarla gerçekleştirilmesi,
  - fuarın ulusal ve uluslararası fuar takvimleri bakımından doğru zamanda gerçekleştirilmesi,
  - fuar alanının coğrafi konum ve nitelik bakımından doğru seçilmesi,

- tüm fuar bileşenlerinin planlamalarını zamanında yapabilmeleri adına fuarın zaman, mekân ve gerçekleştirilme periyodu bakımından sürekliliğinin sağlanması,
- hedef kitleye yönelik doğru ve yeterli tanıtım faaliyetleri yürütülmesi,
- fuarın ilerleyen dönemde yerli ve yabancı sektör oyuncularını ile ilgili diğer kurumlar nezdindeki güvenilirliğini sağlamak adına fuar sonrasında fuara ilişkin tam ve doğru bilgi sağlanması

olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

- (19) Bir ülkede bu unsurları karşılayan fuarların sayısı, şüphesiz ki o ülkenin fuarcılık sektöründeki başarısına doğrudan etki etmektedir. Bu nedenle fuarcılık sektörünü geliştirmeyi hedefleyen bir ülkede fuarların başarısını belirleyen unsurları dikkate alan, bunları sağlamaya odaklanan, bütüncül ve uzun vadeli bir fuarcılık politikası geliştirilmesi elzem görülmektedir.

### 1.5. Fuarcılık Faaliyetlerini Etkileyen Unsurlar

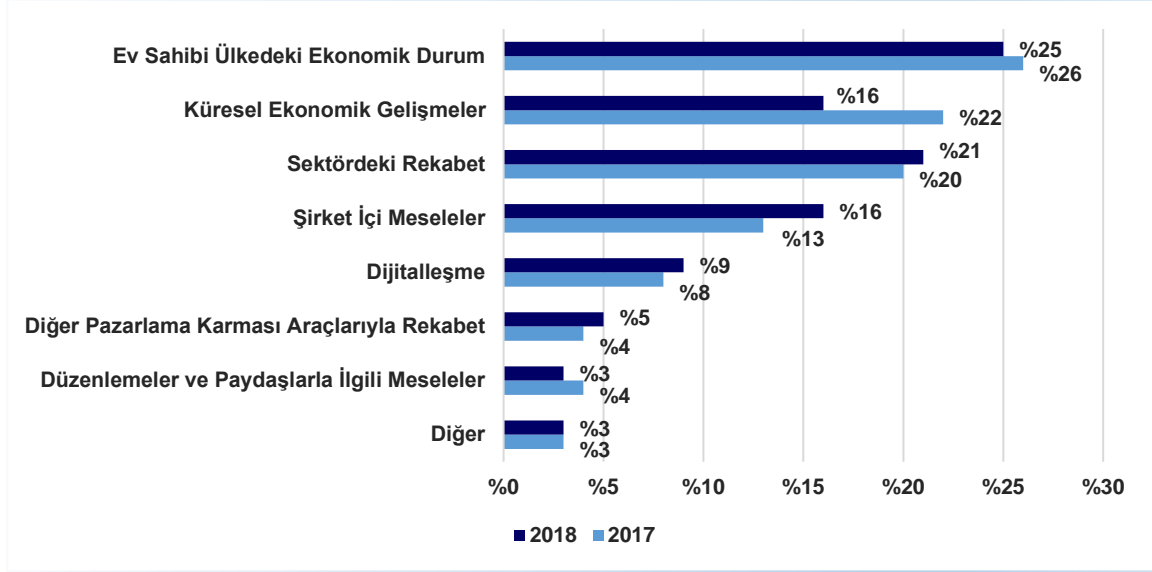
- (20) Fuarcılık sektörünün dinamiklerinin daha iyi anlaşılması bakımından firma ve ülke düzeyinde fuarcılık faaliyetlerini etkileyen unsurlara değinilmesinde fayda görülmektedir.
- (21) 2017 ve 2018 yıllarının başları itibarıyla Küresel Fuar Endüstrisi Birliği<sup>16</sup> (UFI) tarafından dünyanın farklı bölgelerinde fuar düzenleyicileri, fuar alanı işletmecileri ve hizmet sağlayıcılarına yönelik olarak yapılan anket çalışmaları fuarcılık sektörünü etkileyen unsurlar aşağıdaki gibi sıralanmıştır<sup>17</sup>:

---

<sup>16</sup> Orijinal adı: “*Union des foires internationales*”. Kısaca UFI olarak anılan Küresel Fuar Endüstrisi Birliği, fuar endüstrisinin küresel düzeydeki başlıca birliklerinden biri olup, üyeleri arasında fuar düzenleyicileri, fuar alanı işletmecileri, yerel ve uluslararası fuar birlikleri yer almaktadır. Birliğin merkezi Paris’tedir ve 87 ülkede 770 üyesi bulunmaktadır. Resmî internet sitesinde Birliğin ana amacı üyelerini ve fuar endüstrisini temsil etmek, desteklemek ve üyelerinin ve fuar endüstrisinin ticari çıkarlarını geliştirmek olarak belirtilmiştir (<https://www.ufi.org/about/>, Erişim Tarihi: 19.03.2018).

<sup>17</sup> Bölgesel bazda detaylı anket sonuçları için bkz. UFI (2018), “*Global Exhibition Barometer*”, s. 13. ([http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2018/01/UFI\\_Global\\_Exhibition\\_Barometer\\_report20\\_b.pdf](http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2018/01/UFI_Global_Exhibition_Barometer_report20_b.pdf), Erişim Tarihi: 19.03.2018)

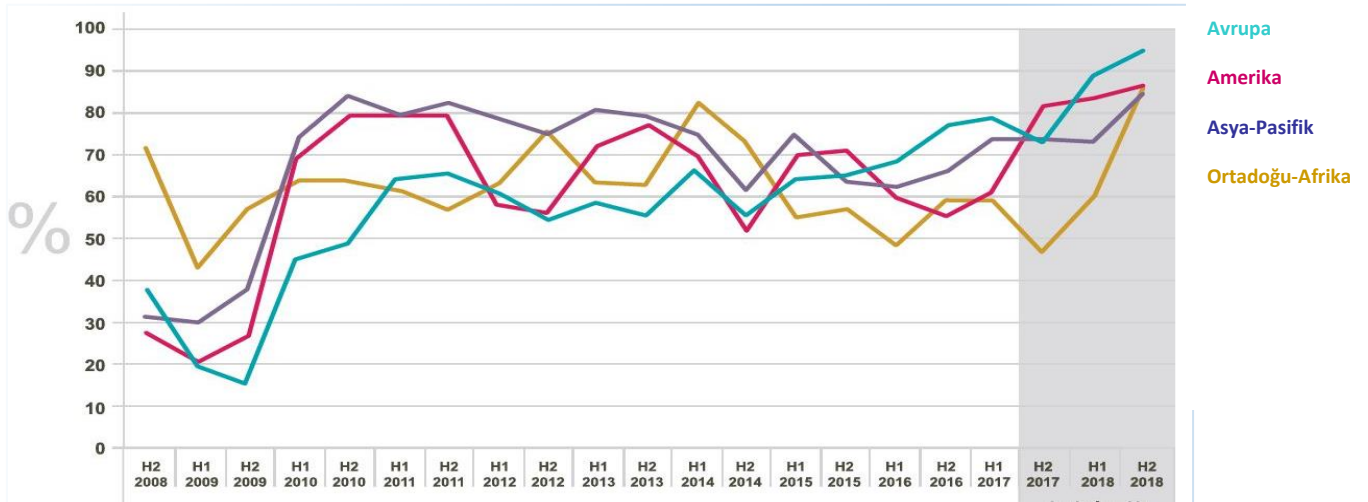
Şekil 4: Fuarcılık Faaliyetlerini Etkileyen Unsurlar (2017-2018)



Kaynak: <https://www.statista.com/statistics/378520/most-important-issues-facing-the-exhibition-industry-worldwide/> (Erişim Tarihi: 08.12.2017 ve 01.06.2018)

- (22) Yukarıdaki şekilden de görüldüğü üzere, fuarcılık sektörünü etkileyen unsurların başında ekonomik koşullar gelmektedir. Ulusal ve küresel ekonomik koşulların sektöre yansımaları UFI tarafından hazırlanan ve 2009 yılından itibaren yılda iki kez yayımlanan 'Global Fuar Barometresi' (*Global Exhibition Barometer*) başlıklı çalışmada da açıkça ortaya çıkmıştır. Fuar düzenleyicisi şirketlerin gelirlerine odaklanan bu çalışmada şirketlerin gelirlerinin bir önceki altı aylık döneme göre değişiminin yönü incelenmiştir. Aşağıdaki şekil belirlenen dört bölge bazında ayrı ayrı gerçekleştirilen bu çalışmanın bulgularını özetlemektedir.

Şekil 5: Fuar Şirketlerinin Gelirlerinin Artış Seyri (2008-2018)



Kaynak: UFI (2018), "Global Exhibition Barometer", s. 5

([http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2018/01/UFI\\_Global\\_Exhibition\\_Barometer\\_report20\\_b.pdf](http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2018/01/UFI_Global_Exhibition_Barometer_report20_b.pdf), Erişim Tarihi: 19.03.2018)

- (23) Bir önceki yılın aynı dönemine göre gelirlerinde artış gerçekleşen fuar düzenleyicisi şirketlerin, fuar şirketlerinin tümü içindeki oranını gösteren yukarıdaki şekilden görüleceği üzere, küresel ekonomik krizin yaşandığı 2008-2009 döneminde bir

önceki yılın aynı dönemine kıyasla gelirlerinde artış gerçekleşen fuar şirketlerinin payında keskin bir düşüş gözlenmiştir. Bu, sektörde dünya çapında bir daralma yaşandığına işaret etmektedir. Nitekim ilerleyen dönemde küresel ekonomik durumun düzelme sürecine girmesiyle bu seyir değişmiş ve yıllar itibarıyla geliri artış eğiliminde olan şirketlerin sektördeki payında istikrarlı olduğu söylenebilecek bir artış gözlenmiştir. Bu çerçevede, ulusal ekonomilerin ve küresel ekonominin genişleme safhasında olduğu zamanlarda fuarcılık sektörünün de bundan olumlu anlamda etkilendiği, resesyon ve kriz dönemlerinde ise buna paralel şekilde küçüldüğü ifade edilebilecektir.

- (24) Ekonomik koşulların ardından, sektördeki rekabet fuarcılık faaliyetlerini en çok etkileyen unsur olarak ön plana çıkmaktadır. Zira aynı sektöre yönelen fuarların sayısının artması sektördeki rekabeti artırmakta, katılımcıların ve ziyaretçilerin bu fuarlar arasında geçişkenliğine neden olmaktadır. Bu nedenle sektördeki rekabet fuarcılık faaliyetlerini etkileyen önemli bir etken olarak kabul edilmektedir.
- (25) İnsan kaynaklarına ya da finansmana ilişkin şirket içi meseleler; müşterilerin dijitalleşme taleplerine cevap verilmesi ihtiyacı, yeni dijital ürünlerin ortaya çıkması ve iş süreçlerinin dijitalleşmesi gibi nedenlerle dijitalleşme; fuarların internet, sosyal medya ve sanal fuarlar gibi diğer pazarlama iletişimi araçlarıyla rekabeti ve sürdürülebilirlik, iş sağlığı ve güvenliği gibi unsurlar bakımından söz konusu olan düzenlemeler ve bu konularla ilgili paydaşlarla olan ilişkiler fuarcılık sektörünü etkileyen diğer unsurlar olarak ortaya çıkmaktadır.

### **1.6. Bölüm Değerlendirmesi**

- (26) Günümüz dünyasında fuarlar giderek önemi artan ve daha yaygın kullanılan bir pazarlama iletişimi aracı haline gelmiştir. Fuarlara yönelik bu gelişimin önemli nedenlerinden biri fuarların diğer iletişim araçlarına kıyasla daha maliyet etkin olması olarak görülmektedir.
- (27) Fuarların ticari işlevlerinin yanı sıra çok sayıda makroekonomik ve sosyal işlevi bulunmaktadır. Özellikle makroekonomik işlevleri nedeniyle fuarcılık sektörünün yerel ve ulusal kalkınmada önemli rol oynadığı düşünülmektedir. Zira fuarlar, fuarın ilgili olduğu sektör başta olmak üzere pek çok sektörde gelir ve istihdam artışına yol açmakta, buna bağlı olarak da vergi gelirlerini artırmaktadır. İlave olarak fuarlar, katılımcıların ve ziyaretçilerin ihtiyacı olan alt ve üst yapı yatırımlarının yapılmasını teşvik etmeleri nedeniyle kentsel gelişime katkıda bulunmaktadır.
- (28) Bu özellikleri nedeniyle fuarcılık sektörünün ihracat, şehircilik, ulaştırma, turizm ve yerel kalkınma üzerindeki etkileri göz önünde bulundurularak merkezi idarenin ve yerel idarelerin katkı sağlayacağı bütüncül ve uzun vadeli bir politika çerçevesinde ele alınarak geliştirilmesinin fayda sağlayacağı düşünülmektedir. Zira fuarcılık sektörünün gelişimi ve fuarların başarısı hem fuarlara konu olan sektörler hem de bizzat fuarcılık sektörü bakımından ülkelerin uluslararası rekabet gücünü artıracaktır.

## BÖLÜM 2

### DÜNYADA VE AVRUPA'DA FUARCILIK SEKTÖRÜ

- (29) Çalışmanın bu bölümünde öncelikle dünyada fuarcılık sektörünün gelişimi hakkında özet bilgilere yer verilecektir. Ardından sektörün küresel görünümü yıllara yayılan bir perspektifle sunulacaktır. Nihayetinde ise dünya fuarcılığındaki yeri ve Türkiye bakımından önemi göz önünde bulundurularak Avrupa'da fuarcılık sektörünün genel görünümü hakkında açıklamalar yapılacaktır.

#### 2.1. Dünyada Fuarcılık Sektörünün Gelişimi

- (30) En genel tanımı itibarıyla belli zamanlarda belli yerlerde ticari mal ve hizmet sergilemek amacıyla açılan büyük sergiler olarak tanımlanan fuar kelimesinin kökeni Latince "bayram, dini tören" anlamına gelen "*Feria*" kelimesi olup, dilimize de Fransızca "*Foire*" kelimesinden geçmiştir. Kelimenin anlamından da anlaşılacağı üzere fuarlar ilk ortaya çıktığı zamanlarda sosyal ve dini bir içeriğe sahip olup, panayır şeklinde düzenlenmekte idi. Zamanla bu panayırların dini içeriği azalmış, dünya genelinde ulaşımın ve ticaretin gelişmesiyle panayırlar belirli ticaret merkezlerinde yoğunlaşarak ticari bir etkinlik halini almış ve günümüz fuarlarına yönelik dönüşüm süreci başlamıştır<sup>18</sup>.
- (31) Fuarların geçmişi M.Ö. 18. yüzyıla kadar dayanmakta olup, Hindistan, Mezopotamya ve Hitit uygarlıklarında düzenlenen panayırlar ve Atina'da düzenlenen olimpiyatlar tarihte bilinen ilk fuar örnekleridir<sup>19</sup>. Günümüz anlamında tarihte bilinen ilk fuar ise Kral Dagobert tarafından Paris yakınlarındaki St. Denis banliyösünde 629 yılında kurulan "Foire de Saint Denis"dir<sup>20</sup>. Bu manada Fransa, fuarların ilk yapıldığı ülke olarak Almanya ve İtalya gibi ülkelerle birlikte fuarcılıkta önde gelen ülkeler arasındadır. Almanya'da düzenlenen ilk fuar 1268 yılındaki Leipzig Fuarı olup, Alman Fuar Endüstrisi Birliğine (Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft-AUMA) göre bugün Almanya'da geçmişten günümüze süregelen 18 fuar bulunmaktadır. İtalya'da fuarcılığın gelişimi ise Akdeniz limanları sayesinde olup Cenova bunun güzel bir örneğini oluşturmaktadır<sup>21</sup>. Öte yandan modern anlamda fuarcılığın başlangıcı ise 1851'de Londra Hyde Park'ta düzenlenen Crystal Palace Fuarı olarak bilinen Grand Fair ya da Great Exhibition adıyla düzenlenen fuardır<sup>22</sup>.
- (32) 18. ve 19. yüzyıllarda, sanayi devrimi ile birlikte fuarlar, malların satıldığı pazarlardan malların sadece sergilendiği ortamlara dönüşmüştür. Artık amaç, aynı ürünlerden bol miktarda getirip, onları fuar süresince satmak değil, çok çeşitli ürünlerden yalnızca birer numune sergileyerek, yapılacak alışverişin ilk adımının

<sup>18</sup> AYMANKUY, Y. (2010), Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları, Detay Yayıncılık, s. 187-188.

<sup>19</sup> A.g.k.

<sup>20</sup> SÜLÜN, U. (2006), "*Ihracatın Geliştirilmesinde Fuar, Sergi ve Panayırlara Yönelik Mali Teşviklerin Etkinliği (1990-2005 Dönemi Analizi)*", Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, s. 73.

<sup>21</sup> AYMANKUY, Y. (2010), s. 187-188.

<sup>22</sup> SÜLÜN, U. (2006), s. 74.

atılması olmuştur<sup>23</sup>. Bu bağlamda sanayi devrimi ile fuarların günümüz fuarlarına daha çok yakınsadığını söylemek yanlış olmayacaktır. Günümüzde ise fuarlar teknoloji ve küreselleşme ile küresel bir nitelik kazanmış hatta Almanya gibi ülkeler bakımından ülkenin lokomotif sektörlerinden biri haline gelmiştir.

## 2.2. Dünyada Fuarcılık Sektörünün Genel Görünümü

- (33) Dünya çapındaki fuarcılık sektörünün görünümüne ilişkin en kapsamlı ve en güncel çalışma 2014 yılında UFI tarafından yayımlanmış olan 'Global Fuar Endüstrisi İstatistikleri' (*Global Exhibition Industry Statistics - GEIS*) başlıklı rapordur<sup>24</sup>. Bunun yanı sıra yine UFI tarafından fuar alanlarına yönelik hazırlanan ve 2011 ile 2017 yıllarında kamuoyuna sunulan 'Fuar Alanları Dünya Haritası' (*World Map of Exhibition Venues - WMEV*) başlıklı raporlar<sup>25</sup> da sektörün görünümü ve gelişimi hakkında bilgi sağlayıcıdır. Aşağıda, bu kaynaklar ışığında dünyadaki fuar alanları ve düzenlenen fuarlar hakkında bilgi verilecektir. Fakat öncelikle fuar endüstrisinin küresel büyüklüğüne kısaca değinmenin yerinde olacağı düşünülmektedir.
- (34) GEIS Raporu'na göre 2012 yılında dünya genelinde yaklaşık 31.000 fuar düzenlenmiş, bu fuarlara 4,4 milyon katılımcı firma iştirak etmiş ve katılımcılara toplam 124 milyon m<sup>2</sup> stant alanı kiralanmıştır. Küresel fuar endüstrisinin parasal büyüklüğü ise Avusturalasya Fuar ve Etkinlik Birliğinin (*Exhibition&Event Association of Australasia - EEAA*) internet sitesinde yıllık 55 milyar \$ olarak belirtilmekte, bu büyüklüğün yanı sıra katılımcıların ve ziyaretçilerin fuar organizasyonlarında yıllık 109 milyar \$ harcadığı ifade edilmektedir. Aynı kaynaktan bu tutarın %50'sinin fuar endüstrisi, diğer %50'sinin ise konaklama, ulaşım, yeme-içme gibi harcamalar yoluyla yerel ve bölgesel ekonomi bakımından katma değer yarattığına işaret edilmektedir<sup>26</sup>. Diğer yandan bir başka veriye göre ise dünya genelinde düzenlenen ticari (*business to business - B2B*)<sup>27</sup> fuarlardan elde edilen gelir 2015 yılında 29,3 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir<sup>28</sup>.
- (35) Fuar endüstrisinin büyüklüğüne ilişkin bu genel açıklamalardan sonra, fuar alanlarına ve düzenlenen fuarlara ilişkin küresel ve bölgesel bilgilere yer

<sup>23</sup> CARRERAS, A. ve L. TORRA (2005), "Why Did Modern Trade Fairs Appear?", s. 6-9.

(<https://econ-papers.upf.edu/papers/874.pdf>, Erişim Tarihi: 07.12.2017); SÜLÜN, U. (2006), s. 73-74.

<sup>24</sup> Global Exhibition Industry Statistics (2014).

([http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2016/01/2014\\_exhibiton\\_industry\\_statistics\\_b.pdf](http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2016/01/2014_exhibiton_industry_statistics_b.pdf),

Erişim

Tarihi: 07.12.2017)

<sup>25</sup> UFI World Map of Exhibition Venues 2017 (2017)

([http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2018/01/UFI\\_World\\_Map\\_of\\_Venues\\_2017\\_revJan18-1.pdf](http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2018/01/UFI_World_Map_of_Venues_2017_revJan18-1.pdf),

Erişim Tarihi: 08.03.2018); World Map of Exhibition Venues 2011 (2012)

([http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2016/01/ufi\\_world\\_map\\_of\\_exhibition\\_venues\\_december\\_2011.pdf](http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2016/01/ufi_world_map_of_exhibition_venues_december_2011.pdf)

Erişim Tarihi: 08.12.2017)

<sup>26</sup> <https://eeaa.com.au/who-we-are/about-the-exhibition-and-event-industry/>, Erişim Tarihi: 08.12.2017

<sup>27</sup> Hedef kitlesine göre fuarlar ticari fuarlar, tüketici fuarları (*business to consumer-B2C*) ve karma (*mixed*) fuarlar olmak üzere üçe ayrılmaktadır.

<sup>28</sup> <https://www.statista.com/statistics/579094/exhibition-industry-revenue/>, Erişim Tarihi: 08.12.2017

verilecektir. Aşağıdaki tabloda 2006, 2011 ve 2017 yılları itibarıyla dünyadaki fuar alanı sayısı ve bunların toplam kapalı alan büyüklükleri sunulmaktadır<sup>29</sup>.

**Tablo 1: Dünyadaki Fuar Alanı Sayısı ve Toplam Alan Büyüklüğü (2006, 2011, 2017)**

Yıl	Fuar Alanı Sayısı	Alan Büyüklüğü (milyon m <sup>2</sup> )
2006	1.140	29,2
2011	1.197	32,3
2017	1.212	34,8

Kaynak: GEIS, WMEV 2011, WMEV 2017

- (36) Tablo 1'den de görüldüğü üzere dünya çapında fuar alanı sayısı ve toplam alan büyüklüğü artış trendindedir. 2006 yılından 2011 yılına kadar olan dönemde fuar alanı sayısı %5, toplam alan büyüklüğü %10,6 oranında artış göstermiştir. 2011 yılından 2017 yılına kadar olan dönemde ise fuar alanı sayısı %1,25 oranında artış gösterirken, toplam alan büyüklüğündeki artış %7,7'ye ulaşmıştır. Kapasitesinin altında fuar alanına sahip olan ülkelerin fuar alanlarındaki artışın yanı sıra, küresel çapta ilgi gören fuarları elde tutmaya yönelik rekabet ve yerel otoritelerin fuarcılık endüstrisinin ekonomiye doğrudan ve dolaylı katkısı hakkında daha bilinçli hale gelmesi bu artış trendinin başlıca nedenleri olarak kabul edilmektedir<sup>30</sup>.
- (37) Tablo 1'de yer alan fuar alanı sayılarının ve büyüklüklerinin bölgesel dağılımı aşağıda sunulmaktadır:

**Tablo 2: Bölgeler Bazında Fuar Alanı Sayısı ve Büyüklüğü (2006, 2011, 2017)**

Bölgeler	2006 <sup>31</sup>	2011		2017	
	Alan Büyüklüğü (milyon m <sup>2</sup> )	Alanı Sayısı	Alan Büyüklüğü (milyon m <sup>2</sup> )	Alan Sayısı	Alan Büyüklüğü (milyon m <sup>2</sup> )
Dünya	29,2	1.172 <sup>32</sup>	32,3	1.212	34,8
Avrupa	14,6	496	15,2	496	15,8
Asya-Pasifik	4,67	184	6,6	203	8,22
Kuzey Amerika	7,59	389	7,9	394	8,17
Orta Doğu- Afrika	1,17	33	1,3	59	1,4
Orta-Güney Amerika	1,17	70	1,2	60	1,2

Kaynak: GEIS, WMEV 2017

<sup>29</sup> Tablo UFI verileri çerçevesinde, kapalı alan büyüklüğü 5.000 m<sup>2</sup> ve üzerinde olan fuar alanları esas alınarak hazırlanmıştır.

<sup>30</sup> WMEV 2011, s. 3.

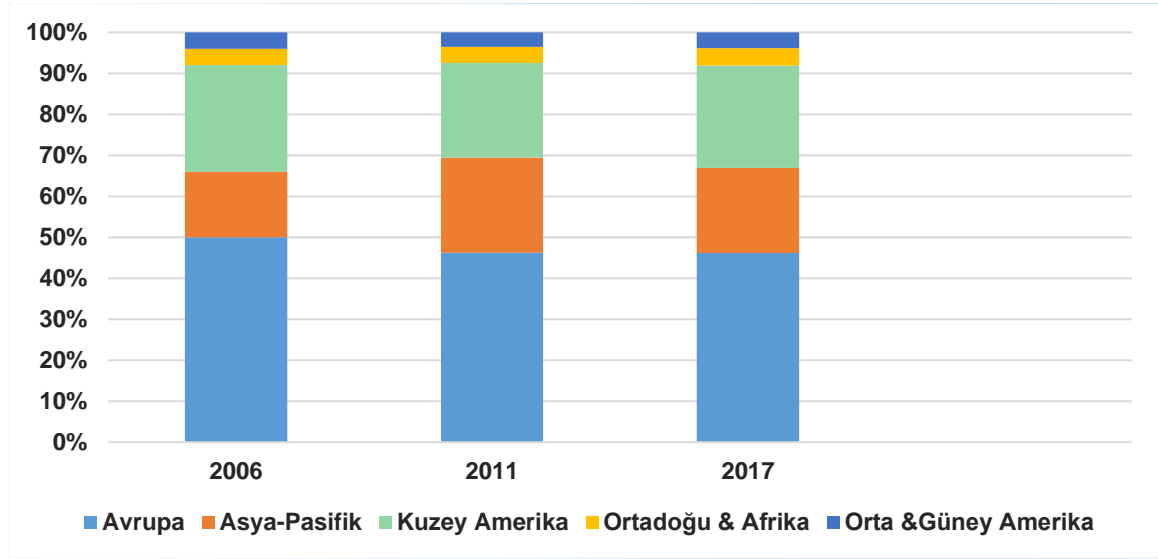
<sup>31</sup> 2006 yılı için fuar alanlarının bölgeler arasındaki sayısal dağılımına ilişkin veri elde edilememiştir.

<sup>32</sup> UFI zaman zaman güncel raporlarında, önceki tarihli raporlarında yer alan verileri revize etmektedir. İşbu Rapor çerçevesinde ilgili kaynaklar baz alınarak mümkün olduğunca güncel veriler yansıtılmaya çalışılmıştır. Bununla birlikte, revizyondan kaynaklanan küçük farklılıklar oluşabilmektedir. Tablo 1 ve Tablo 2'de 2011 yılındaki dünyadaki fuar alanı sayısına ilişkin farklılık da bu revizyondan kaynaklanmaktadır.



- (38) Tablo 2’de belirtilen bölgelerin fuar alanı büyüklüğü bakımından 2006, 2011 ve 2017 yılları itibarıyla dünyadan aldıkları pay aşağıdaki şekilde gösterilmektedir:

**Şekil 6: Dünyadaki Fuar Alanı Büyüklüğünün Bölgesel Dağılımı (2006, 2011, 2017)**



Kaynak: GEIS, WMEV 2017

- (39) Tablo 2 ve Şekil 6 birlikte değerlendirildiğinde, dünyadaki fuar alanlarının yarısına yakın kısmının Avrupa’da bulunduğu söylenebilecektir. Avrupa’daki fuar alanı büyüklüğünde yıllar içinde artış gerçekleşmekle birlikte, Asya-Pasifik bölgesindeki fuar alanı büyüklüğünde özellikle 2006-2011 yılları arasındaki artışın etkisiyle Avrupa’nın dünyadaki payının azalma trendinde olduğu görülmektedir. 2011-2017 yıllarında Asya-Pasifik bölgesindeki fuar alanı büyüklüğü yaklaşık %25 artış göstermesine rağmen Kuzey Amerika’daki alan artışlarıyla bölgenin payı %23,5’ten %20,4’e gerilemiştir. Bu açıklamalar çerçevesinde, dünya genelinde fuar alanları büyüklüğünün artmakta olduğu, bu artışta en büyük paya sahip bölgenin Asya-Pasifik bölgesi olduğu ve Avrupa’nın payı azalmakla birlikte halen lider konumda olduğu ifade edilebilecektir.

- (40) Mevcut fuar alanları büyüklükleri bakımından değerlendirildiğinde ise 2017 yılı için aşağıdaki tablo ortaya çıkmaktadır:

**Tablo 3: Büyüklüklerine Göre Fuar Alanlarının Dağılımı (2017)**

Alan Büyüklüğü (m <sup>2</sup> )	Küçük Ölçekli		Orta Ölçekli		Büyük Ölçekli		Ortalama Alan (m <sup>2</sup> )
	5.000-20.000		20.000-100.000		>100.000		
	Sayı	Pay (%)	Sayı	Pay (%)	Sayı	Pay (%)	
<b>Dünya</b>	736	61,00	415	34,00	62	5,00	28.578
<b>Avrupa</b>	303	61,10	155	31,20	38	7,70	31.771
<b>Asya-Pasifik</b>	75	37,00	112	55,00	16	8,00	40.487
<b>Kuzey Amerika</b>	284	72,10	103	26,10	7	1,80	20.738
<b>Orta Doğu-Afrika</b>	31	52,50	27	45,80	1	1,70	23.863
<b>Orta-Güney Amerika</b>	43	71,70	17	28,30	-	-	20.613

Kaynak: WMEV 2017

- (41) Tablo 3'ten de görüldüğü üzere dünyadaki fuar alanlarının yaklaşık olarak üçte ikisi 20.000 m<sup>2</sup>'den küçük alanlardan, üçte biri ise 20.000-100.000 m<sup>2</sup> arasındaki orta ölçekli alanlardan oluşturmaktadır. Diğer yandan 100.000 m<sup>2</sup>'yi aşan büyük ölçekli fuar alanları tüm fuar alanlarının %5'i kadardır. Bununla birlikte 100.000 m<sup>2</sup>'yi aşan fuar alanları 2011 yılında 48 adet iken 2017 yılında 62'ye yükselerek %29 artış kaydetmiş ve en hızlı büyüyen segment olmuştur. Bu durumun fuarların büyümesinden kaynaklı bir ihtiyaca bağlı olduğu söylenebilecektir.
- (42) Öte yandan fuar alanı büyüklüklerine bölgeler bazında bakıldığında ise, büyük ölçekli fuar alanlarında 38 fuar alanı ile Avrupa'nın başı çekmekte olduğu görülmektedir. Ortalama alan büyüklüğü bakımından ise Asya-Pasifik ülkeleri yaklaşık 40.500 m<sup>2</sup>'lik ortalama fuar alanıyla önde gelmektedir. Fuar alanı yatırımlarının geri dönüşü uzun vadeli ve maliyetli yatırımlar olduğu dikkate alındığında gerek Tablo 1 ile ortaya konulan toplam fuar alanı büyüklüğündeki artış gerekse de büyük ölçekli fuar alanlarına son dönemde yapılan yatırımlar orta-uzun vadede fuar endüstrisine yönelik beklentilerin olumlu yönde olduğunun göstergesi olarak değerlendirilmektedir.
- (43) 2017 yılı itibarıyla dünya üzerinde 200.000 m<sup>2</sup>'den fazla toplam fuar alanına sahip olan 28 ülke bulunmaktadır. Aşağıda bu ülkelerden bir kısmının sahip oldukları fuar alanı sayısı ile toplam alan büyüklüğüne ve alan büyüklüğü bazında dünyadan aldıkları paya yer verilmektedir.

**Tablo 4: Fuar Alanlarının Ülkeler Bazında Dağılımı (2017)**

Ülke	Alan Sayısı	Alan Büyüklüğü (m <sup>2</sup> )	Küresel Payı (%)
<b>ABD</b>	326	6.850.426	19,70
<b>Çin</b>	110	5.573.724	16,50
<b>Almanya</b>	60	3.228.020	9,30
<b>İtalya</b>	43	2.304.748	6,60
<b>Fransa</b>	93	2.245.311	6,50
<b>İspanya</b>	44	1.526.319	4,40
<b>Kanada</b>	34	840.376	2,40
<b>Brezilya</b>	31	788.011	2,30
<b>Rusya</b>	28	768.276	2,20
<b>Hollanda</b>	42	709.701	2,00
<b>İngiltere</b>	31	668.248	1,90
<b>Türkiye</b>	20	602.030	1,70

Kaynak: WMEV 2017

- (44) Tablo 4'ten görüldüğü üzere Amerika Birleşik Devletleri (ABD), Çin, Almanya, İtalya ve Fransa olmak üzere beş ülke dünya çapındaki kapalı fuar alanlarının büyüklük bakımından yaklaşık %60'ına sahip bulunmaktadır. Fuar alanı büyüklüğü bakımından %16,5 pay ile ikinci sırada yer alan Çin küresel pazarda giderek öne çıkan bir oyuncudur. Zira Çin'in sahip olduğu fuar alanlarındaki artış oranı 2011

yılından 2017 yılına kadar olan dönemde %26,5 olarak gerçekleşmiştir<sup>33</sup>. Türkiye ise incelemenin yapıldığı tarih itibarıyla sahip olduğu toplam 602.030 m<sup>2</sup> fuar alanıyla küresel düzeyde %1,7'lik bir paya sahiptir.

- (45) Fuarcılık sektörünün dünyadaki görünümü bakımından en az fuar alanı büyüklüğü kadar önemli bir diğer gösterge de katılımcılara kiralanan net stant alanıdır. Zira kiralanan net stant alanı düzenlenen fuarların büyüklüğünü göstermektedir. GEIS Raporu'na göre fuar organizatörleri tarafından katılımcılara kiralanan fuar alanı 2008 yılında 132,5 milyon m<sup>2</sup> iken 2010 yılında 121,8 milyon m<sup>2</sup>'ye düşerek %8 düzeyinde gerilemiş, 2010 ve 2012 yılları arasında ise %2'lik bir artış gerçekleştirmiştir<sup>34</sup>. Söz konusu veriler 2009 yılındaki küresel krizin fuarcılık sektörüne olan etkisini göstermesi bakımından dikkat çekicidir.
- (46) Tablo 5'ten görüleceği üzere fuar alanı büyüklüğü bakımından olduğu gibi fuar alanı kiralamalarında da Avrupa önde gelen bölgeler arasında olup Kuzey Amerika ile birlikte ilk sıralarda yer almaktadır. Toplam alan büyüklüğü bakımından Avrupa'nın yarısı oranında fuar alanına sahip olan Kuzey Amerika'nın stant alanı kiralamaları konusundaki durumu Kuzey Amerika'da fuar alanlarının daha yüksek bir kapasiteyle kullanıldığına işaret etmektedir. Nitekim Tablo 6'da yer verildiği üzere 2012 yılında ABD, 41,1 milyon m<sup>2</sup> ile kiralanan stant alanında açık ara lider olmuştur.

**Tablo 5: Kiralanan Stant Alanı Büyüklüğünün Bölgesel Dağılımı (2008, 2010, 2012)**

Yıl	Avrupa		Kuzey Amerika		Asya/Pasifik		Orta-Güney Amerika		Orta Doğu		Afrika	
	Alan (milyon m <sup>2</sup> )	Pay (%)	Alan (milyon m <sup>2</sup> )	Pay (%)	Alan (milyon m <sup>2</sup> )	Pay (%)	Alan (milyon m <sup>2</sup> )	Pay (%)	Alan (milyon m <sup>2</sup> )	Pay (%)	Alan (milyon m <sup>2</sup> )	Pay (%)
2008	53,0	40,0	52,3	39,5	19,8	14,9	4,0	3,0	2,4	1,8	1,0	0,8
2010	47,7	39,2	45,6	37,4	20,6	16,9	4,4	3,6	2,5	2,0	1,0	0,8
2012	46,4	37,3	47,8	38,4	21,6	17,4	5,1	4,1	2,6	2,1	1,0	0,8

Kaynak: GEIS

**Tablo 6: Ülke Bazında Kiralanan Stant Alanı (2012)**

Ülke	Kiralanan Stant Alanı (milyon m <sup>2</sup> )
ABD	41,1
Çin	13,7
Almanya	8,7
İtalya	5,9
Fransa	5,7
Japonya	3,2
Brezilya	3,0
Rusya	2,9
İspanya	2,8
İngiltere	2,8

Kaynak: GEIS

<sup>33</sup> WMEV 2017, s. 12.

<sup>34</sup> GEIS, s. 16.

(47) Rapor'un bu bölümüne kadar sunulan istatistiklerden de görüldüğü üzere dünya fuarcılığında Avrupa önemli bir yere sahip bulunmaktadır. Hem bu nedenle hem de Türkiye'nin bu bölgede yer alması nedeniyle sektör incelemesi kapsamında Avrupa fuarcılığına yakından bakmanın yararlı olacağı düşünülmüştür.

### 2.3. Avrupa'da Fuarcılık Sektörünün Genel Görünümü

- (48) Avrupa'da fuarcılık sektörüne ilişkin veriler bağlamında yine 'Dünyada Fuarcılık Sektörünün Genel Görünümü' başlıklı bölümde belirtilen raporlardan faydalanılmıştır. Bu bölümde kullanılan bir diğer veri kaynağı da yine UFI tarafından Avrupa özelinde yıllık bazda hazırlanan 'Avrupa Fuar İstatistikleri' (*Euro Fair Statistics* - EFS) raporlarıdır. Aşağıda, bu kaynaklar ışığında Avrupa'daki fuar alanları ve düzenlenen fuarlar hakkında bilgi verilecektir.
- (49) Aşağıda toplam fuar alanı 200.000 m<sup>2</sup> ve üstünde olan Avrupa ülkelerinin sahip oldukları toplam fuar alanı büyüklükleri ve fuar alanı büyüklüğü bakımından bu ülkelerin payları yer almaktadır:

**Tablo 7: Avrupa'daki Fuar Alanlarının Ülke Bazında Dağılımı (2017)**

Ülke	Alan Büyüklüğü (m <sup>2</sup> )	Pay (%)
Almanya	3.228.020	20,50
İtalya	2.304.748	14,60
Fransa	2.245.311	14,20
İspanya	1.526.319	9,70
Rusya	627.863	4,00
Hollanda	709.701	4,50
İngiltere	668.248	4,20
Türkiye	602.030	3,80
İsviçre	495.798	3,10
Belçika	455.462	2,90
Polonya	449.860	2,90
Avusturya	327.854	2,10
İsveç	232.965	1,50
Yunanistan	223.400	1,40
Danimarka	215.255	1,40
Çek Cumhuriyeti	205.310	1,30

Kaynak: WMEV 2017

- (50) Tablo 7'den görüldüğü üzere, Almanya sahip olduğu %20,50 oranındaki pay ile fuar alanı büyüklüğü bakımından Avrupa'da en önde gelen ülke konumundadır. Almanya'yı yaklaşık %14'lük paylarıyla İtalya ve Fransa izlemektedir. Daha önce de yer verildiği üzere her üç ülke fuarcılığın tarihsel gelişiminde de önde gelen ülkeler olup, istatistiklerin de bu tarihsel eğilimi yansıttığı görülmektedir. Türkiye ise Avrupa ülkeleri içinde sahip olduğu %3,80 oranındaki pay ile sekizinci sırada gelmektedir.

- (51) Fuarlara ilişkin olarak yapılan değerlendirmelerde kullanılan temel parametreler; yıllık fuar sayısı, katılımcı sayısı, ziyaretçi sayısı ve katılımcılara kiralanan net stant alanıdır. Aşağıdaki tabloda 2012-2016 yılları arasında<sup>35</sup> her bir yıl itibarıyla Avrupa'da düzenlenen fuar sayısı, bu fuarlara katılan toplam katılımcı sayısı, fuarları gezen toplam ziyaretçi sayısı ile katılımcılara kiralanan net stant alanı verileri sunulmaktadır.

**Tablo 8: Avrupa'da Fuarlara İlişkin Temel Parametreler (2012-2016)**

Yıl	Fuar Sayısı Toplam	Katılımcı Sayısı		Ziyaretçi Sayısı		Stant Alanı	
		Toplam	Ortalama	Toplam (milyon)	Ortalama	Toplam (milyon m <sup>2</sup> )	Ortalama
2012	2.494	679.789	273	67,2	26.944	24,8	9.944
2013	2.181	601.323	276	60,5	27.740	22,1	10.133
2014	2.321	659.335	284	64,6	27.833	24,7	10.642
2015	2.420	677.146	280	67,3	27.810	24,8	10.248
2016	2.590	724.488	280	71,6	27.645	27,4	10.579

Kaynak: EFS 2012-2013-2014-2015-2016

- (52) Tablo 8 incelendiğinde, her bir parametreye ilişkin verilerin genelde belli değerler çevresinde yoğunlaştığı ve yıllar itibarıyla birbirinden kayda değer şekilde ayrılmadığı görülmektedir. Bu bağlamda, Avrupa'da 2012-2016 döneminde bir takvim yılında düzenlenen fuar sayısının 2.000-2.500 aralığında, fuar başına ortalama katılımcı sayısının 280 civarında, fuar başına ortalama ziyaretçi sayısının 27.000-28.000 aralığında ve fuar başına kiralanan ortalama stant alanının 10.000-10.500 m<sup>2</sup> aralığında olduğu ifade edilebilecektir. Bu çerçevede, ilgili dönemde Avrupa'da fuarcılık sektörünün istikrarlı bir seyir izlediği, parametrelerin dikkate değer değişiklikler göstermediği söylenebilecektir. Bu verilerden hareketle hesaplanabilecek katılımcı başına ortalama stant alanı ise yukarıdaki yıllar itibarıyla sırasıyla 36,4 m<sup>2</sup>, 36,7 m<sup>2</sup>, 37,5 m<sup>2</sup>, 36,6 m<sup>2</sup> ve 37,8 m<sup>2</sup> olup, bu veriler dikkate alınarak anılan beş yıllık dönemde katılımcı başına kiralanan ortalama stant alanının yaklaşık 37 m<sup>2</sup> olduğu ortaya çıkmaktadır.
- (53) Avrupa'daki fuarların çoğu yıllık periyotlarla düzenlenmekte<sup>36</sup> ve üç ilâ dört gün sürmektedir<sup>37</sup>. Avrupa'da düzenlenen fuarların yöneldiği hedef kitle esas alındığında ticari fuarların (B2B), tüketici fuarlarının (B2C) ve karma fuarların 2012-2016 döneminde yıllar itibarıyla küçük farklılıklar göstermekle birlikte her grup için yaklaşık %30 düzeyinde payla dengeli bir dağılım gösterdiği ifade edilebilecektir<sup>38</sup>.

<sup>35</sup> Sektör İncelemesi Raporu'nun kaleme alındığı tarih itibarıyla 2017 yılına ilişkin Avrupa Fuar İstatistikleri Raporu henüz yayımlanmamıştır.

<sup>36</sup> GEIS, s. 41'de 2009-2012 yılları arasında düzenlenen fuarlar esas alınarak fuarların düzenlenme periyotları belirlenmiştir. GEIS Raporu'nda esas alınan dönemde fuarların %79'unun yıllık, %19'unun iki yıllık, %2'sinin ise üç yıllık periyotlarla düzenlendiği tespit edilmiştir.

<sup>37</sup> GEIS, s. 43'te 2009-2012 döneminde Avrupa'da düzenlenen fuarların sürelerine ilişkin bir çalışma yer almaktadır. Bu çalışmaya göre anılan dönemde düzenlenen fuarların %33'ü üç gün, %31'i dört gün, %13'ü iki gün, %10'u ise beş gün sürmüştür. Diğer gün sayılarına sahip fuarların oranı %13 olarak gerçekleşmiştir.

<sup>38</sup> EFS 2012-2013-2014-2015-2016

- (54) Aşağıdaki tabloda ise 2012-2016 döneminde Avrupa ülkelerinde düzenlenen fuar sayıları yer almaktadır:

**Tablo 9: Avrupa'daki Ülkelerde Düzenlenen Fuar Sayıları (2012-2016)**

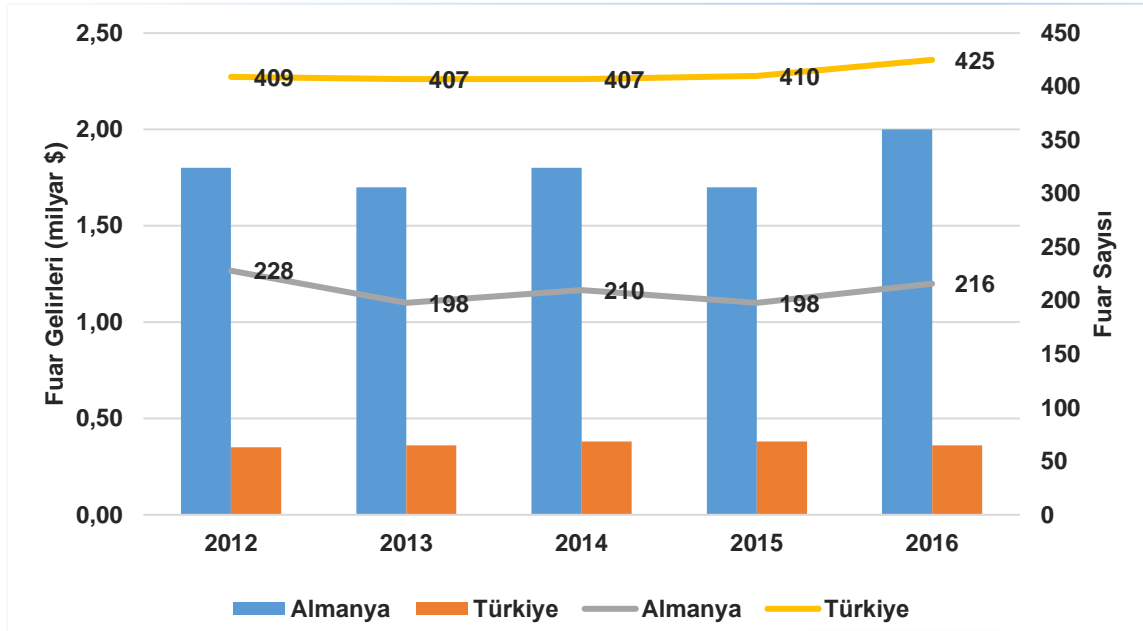
Ülkeler	2012	2013	2014	2015	2016
Avusturya	24	24	25	23	25
Belçika	64	58	44	61	58
Bulgaristan	5	6	5	5	5
Hırvatistan	5	5	3	5	4
Çek Cumhuriyeti	46	33	48	30	32
Finlandiya	85	74	69	66	68
Fransa	756	499	536	579	639
Almanya	228	198	210	198	216
Macaristan	22	20	15	15	15
İtalya	189	177	179	181	183
Lüksemburg	5	5	5	11	6
Moldovya	1	1	-	2	2
Monako	-	-	-	-	1
Karadağ	1	-	1	-	1
Polonya	220	215	212	199	211
Portekiz	26	25	27	31	26
Romanya	6	10	10	12	4
Rusya	85	99	78	150	138
Sırbistan	-	-	-	2	-
Slovenya	1	1	1	1	1
İspanya	178	214	240	261	293
İsveç	61	38	42	32	40
İsviçre	-	-	81	84	118
Hollanda	47	42	62	29	57
Türkiye	409	407	407	410	425
Ukrayna	30	30	21	24	22

Kaynak: EFS 2012-2013-2014-2015-2016

- (55) Tablo 9'dan görüldüğü üzere yıllar itibarıyla en fazla fuar Fransa'da düzenlenmektedir. Fransa'yı Türkiye takip etmekte, İspanya, Polonya, Almanya ve İtalya ise Türkiye'nin ardından gelmektedir. Bununla birlikte, salt fuar sayısının bir ülkenin fuarcılık alanındaki başarısını göstermek bakımından yeterli olmadığı bilinmektedir. Zira fuarların büyüklüğü, niteliği ve kalitesi sayıdan daha önemli olmakta ve ülkenin fuarcılık sektöründen sağladığı gelirden belirleyici rol oynamaktadır. Bu durum Almanya'daki ve Türkiye'deki fuar düzenleyicilerin elde

ettikleri toplam yıllık gelir ile anılan ülkelerdeki yıllık fuar sayısını gösteren Şekil 7'den açıkça görülebilecektir.

Şekil 7: Türkiye ve Almanya'nın Yıllık Fuar Sayısı ve Gelirleri (2012-2016)



**Kaynak:** Tablo 9'dan ve AMR International tarafından hazırlanan "The Global Exhibition Organising Market: Assessment and Forecast to 2021-Individual Country Analysis" (Eylül 2017) Raporu'ndan (AMR Raporu) yararlanılarak raporörlerce oluşturulmuştur.

- (56) Yukarıdaki şekilden görüleceği üzere, 2012-2016 döneminde Türkiye'de düzenlenen fuar sayısı yıllık 400 civarında iken, Almanya'da düzenlenen yıllık fuar sayısı bunun yaklaşık yarısı düzeyinde kalmıştır. Bununla birlikte, Almanya'daki fuar düzenleyicilerinin bu fuarlardan elde ettiği toplam yıllık gelir Türkiye'deki düzenleyicilerin toplam gelirlerinin yaklaşık yedi katı düzeyinde gerçekleşmiştir. Bu bağlamda, fuar sayısının ülkelerin ya da düzenleyici şirketlerin başarısına ilişkin doğru bir gösterge olmadığı, fuarcılık sektörüne ilişkin analizlerde katılımcı sayısı, ziyaretçi sayısı ve stant alanı gibi parametrelerin yanı sıra fuarcılık faaliyetlerinden elde edilen gelirin de dikkate alınması gerektiği ifade edilebilecektir.
- (57) Fuarların niteliğini belirleyen unsurlardan biri fuarların ulusal ya da uluslararası olmasıdır. Uluslararası fuarlar genelde uluslararası katılımcıların ve ziyaretçilerin doğrudan ve yerli katılımcıları motive eden dolaylı etkisiyle ulusal fuarlara kıyasla daha geniş katılımı gerçekleştirilmekte ve düzenleyicilere daha yüksek gelir sağlamaktadır. Avrupa'da uluslararası fuarların payını gösteren tabloya aşağıda yer verilmektedir.

**Tablo 10: Avrupa'da Uluslararası Fuarların Yeri (2013)**

Ülkeler	Uluslararası Fuar Sayısı	Toplam Fuar Sayısı İçinde Uluslararası Fuarların Payı (%)	Uluslararası Fuarlarda Kiralanan Stant Alanı (m <sup>2</sup> )	Toplam Kiralanan Stant Alanı İçerisinde Uluslararası Fuarların Payı (%)
Fransa	253	31,78	3.325.691	59,05
Almanya	209	71,09	9.149.739	91,42
Türkiye	190	46,45	1.657.871	58,98
İtalya	175	77,78	3.943.499	84,70
İspanya	91	42,52	1.234.716	59,61
Rusya	76	85,39	716.041	93,61
Çek Cumhuriyeti	38	67,86	208.967	69,06
Polonya	36	15,45	229.503	28,58
Hollanda	32	60,38	415.013	66,28
Avusturya	28	93,33	381.443	94,66
Belçika	23	35,94	171.427	26,03
Ukrayna	15	50,00	78.308	68,39
Portekiz	12	35,29	100.205	51,47
Macaristan	6	85,71	11.584	72,31
Bulgaristan	5	83,33	45.426	98,04
Hırvatistan	1	3,45	10.263	8,13
Moldova	1	100,00	6.178	100,00
İsveç	-	-	-	-
Finlandiya	-	-	-	-
Lüksemburg	-	-	-	-
Romanya	-	-	-	-
Slovenya	-	-	-	-
Karadağ	-	-	-	-

Kaynak: GEIS

- (58) GEIS kapsamında sunulan<sup>39</sup> ve Tablo 10'un hazırlanmasına esas olan veriler çerçevesinde yapılan hesaplamada, Avrupa genelinde uluslararası fuarların tüm fuarlar içindeki payının ağırlıklı ortalamasının fuar sayısı bakımından yaklaşık %43, stant alanı bakımından ise yaklaşık %58 olduğu görülmüştür. Tablo 10 incelendiğinde ise, Avrupa ülkelerinin 10'unda uluslararası fuarların tüm fuarlar içindeki sayıca payının %50 ve üzerinde olduğu görülmektedir. Uluslararası fuarların stant alanı bakımından payı ise 14 ülkede %50'yi aşmaktadır. Bu çerçevede, uluslararası fuarların ülkelerin fuarcılık sektöründeki payının alan bakımından ele alındığında sayı bakımından incelendiği duruma kıyasen daha yüksek olduğu anlaşılmıştır. Dolayısıyla uluslararası fuarların ulusal fuarlara

<sup>39</sup> GEIS, s. 27.



kıyasen daha geniş katılımlı fuarlar olduğu ve ülke fuarcılığına daha büyük katkı sağladığı söylenebilecektir.

#### **2.4. Bölüm Değerlendirmesi**

- (59) Fuarcılık faaliyeti zaman içinde dünyada büyük değişim ve gelişim göstermiş, fuarlar satış yapılan pazar yerlerinden örneklerin sergilendiği ve sergilenen ürünler üzerinden iş sözleşmelerinin gerçekleştirildiği etkinliklere dönüşmüştür.
- (60) Dünyada fuar alanı sayısının artması, fuar alanlarının giderek genişlemesi ve fuarlarda katılımcılara kiralanan stant alanlarının büyümesi fuarcılık sektörünün gelişim içerisinde olduğunu göstermektedir. Bu gelişim, bölgenin ekonomik gelişimine de bağlı olarak özellikle Asya-Pasifik bölgesinde kendini göstermektedir. Bunun yanı sıra, Kuzey Amerika mevcut fuar alanlarının yüksek kapasiteyle kullanımıyla öne çıkmakta ve bölgelerin sahip olduğu fuar alanı büyüklüklerine ilişkin sıralamanın aksine, kiralanan stant alanı büyüklüğüne ilişkin sıralamada ilk sıralarda yer almaktadır.
- (61) Türkiye'nin de içinde yer aldığı Avrupa hem fuar alanı bakımından sahip olduğu pay ile, hem de fiilen gerçekleştirilen fuarlarda katılımcılara kiralanan stant alanı ile dünyanın önde gelen bölgelerindedir. Avrupa'da yılda ortalama 2.000 civarında fuar gerçekleştirilmektedir. Türkiye yıllık yaklaşık 400 fuar ile düzenlenen fuar sayısı bakımından Avrupa ülkeleri arasında ikinci sırada yer almaktadır. Fuarcılık sektöründe örnek ülke olarak anılan Almanya'da düzenlenen yıllık ortalama fuar sayısı ise Türkiye'nin yaklaşık yarısı kadardır.
- (62) Ancak, Almanya ile Türkiye arasında fuar sayısına ve fuar düzenleme faaliyetinden elde edilen gelir düzeyine ilişkin bir karşılaştırma yapıldığında Almanya'daki fuar düzenleyicilerinin Türkiye ile kıyaslandığında neredeyse yedi katı kadar gelir elde ettiği görülmektedir. Bu durum bir fuar düzenleyicisinin ya da bir ülkenin fuarcılık alanındaki başarısının düzenlenen fuar sayısına değil katılımcı sayısı, ziyaretçi sayısı, stant alanı ve gelir gibi diğer parametrelere bağlı olduğunu gözler önüne sermektedir.
- (63) Tüm bu tespitler sonucunda, fuarcılık sektöründe gelişmek ve uluslararası rekabet gücünü artırmak isteyen bir ülkenin ve o ülkede fuarcılık sektöründe faaliyet gösteren oyuncuların salt fuar alanı büyüklüğüne ve fuar sayısına odaklanmasının yetmediği, fuar alanlarının etkin kullanımına ve fuarların niteliklerinin artırılmasına yönelik politikalar geliştirilmesi gerektiği değerlendirilmektedir.

## BÖLÜM 3

### TÜRKİYE'DE FUARCILIK SEKTÖRÜ

(64) Çalışmanın bu bölümünde Türk fuarcılık sektörüne odaklanılacaktır. Bu çerçevede öncelikle, sektörün Türkiye'deki gelişimine ilişkin kısaca bilgi verilecek, ardından sektörü düzenleyen mevzuata ve ilgili kurumlara ilişkin açıklamalarda bulunulacaktır. Sonrasında ise sektörün yapısı ve genel görünümü, büyük ölçüde 2008-2017 dönemi esas alınarak, incelenecektir. Bölüm kapsamında gerekli görüldükçe sektörün rekabetçi yapısıyla ilgili tespitlerde bulunulacaktır.

#### 3.1. Türkiye'de Fuarcılık Sektörünün Gelişimi

- (65) Türkiye tarihinde bilinen ilk uluslararası fuar "Sergi-i Osman"dır. İstanbul'da 1863 yılında düzenlenen bu fuarda Avrupa ülkelerine ait sanayi ürünleri ile birlikte yerli ve yabancı toprak ürünler sergilenmiştir. Ülkemizin 1920'li yıllarda sanayi ile tanışmaya başlamasıyla birlikte panayır alanlarında küçük çaplı bölgesel sergiler kurulmaya başlanmıştır<sup>40</sup>. Fuarların işletmeler ve ülkeler açısından bir tanıtım aracı olarak kullanılması Türkiye'de 1923 yılına kadar plansız ve programsız olarak düzenlenen panayırarla gerçekleştirilmiştir. Fuarlar konusundaki bu düzensiz uygulamalar, İzmir İktisat Kongresi'ne kadar sürmüştür<sup>41</sup>.
- (66) İzmir İktisat Kongresi ve sonrasında düzenlenen 9 Eylül Sergisi etkinliklerinin ardından ise fuarlar Türkiye'nin diğer illerinde de kurulmaya başlanmıştır. Bununla birlikte Türkiye'de fuarcılık sektörü faaliyetlerini başlatan gelişme 20.08.1936 tarihinde İzmir Enternasyonal Fuarı'nın açılmasıdır. Bu fuar ile Türkiye'de fuarcılık ilk kez uluslararası kimliğe kavuşmuştur<sup>42</sup>. Nitekim İzmir Enternasyonal Fuarı<sup>43</sup> 1947 yılında UFI'ye üye olan ilk fuarımızdır<sup>44</sup>.
- (67) 1960'lı yıllardan itibaren ise fuarcılık konusunda daha ciddi adımlar atılmaya başlanmış ve hem kurulan fuar hem de katılımcı sayısında artış görülmüştür. 1964-1973 yılları arasında Samsun, Bursa, Balıkesir, Kayseri, Trabzon, Erzurum, Tatvan, Konya, Kocaeli ve Gaziantep'te ulusal fuarlar kurulmuştur. 1980'li yıllara gelindiğinde ise fuarlar ithalat-ihracat ilişkilerinin olmazsa olmaz bir parçası hâline gelmiştir. Fuarcılık sektörü ülkemizde özellikle 1990'larda gelişme yolunda önemli bir ilerleme kaydetmiş, düzenlenen fuarların ve kurulan organizatör firmaların sayılarında artış olmuştur<sup>45</sup>.

<sup>40</sup> SÜLÜN, U. (2006), s. 61.

<sup>41</sup> <https://marmarafuar.com.tr/turkiyede-fuarciligin-gelisimi-ve-fuar-sektoru/>, Erişim Tarihi: 04.06.2018

<sup>42</sup> SÜLÜN, U. (2006), s. 62.

<sup>43</sup> İzmir Enternasyonal Fuarı, İzmir'deki fuarcılığın gelişimini sağlamak adına 1990 yılında kurulmuş olan İzfaş İzmir Fuarcılık Hizmetler Kültür ve Sanat İşleri Ticaret A.Ş.'nin (İZFAŞ) bünyesinde yer aldığından UFI'ye üye olan ilk Türk şirketi esasen İZFAŞ'tır.

<sup>44</sup> Rapor'un kaleme alındığı tarih itibarıyla ise UFI'ye Türkiye'den üye olan şirket sayısı 37'ye ulaşmış olup, Türkiye'den UFI'ye katılan son üyenin TG Ekspo Uluslararası Fuarcılık A.Ş. olduğu görülmektedir. (Kaynak:<http://www.ufi.org/membership/ufimembers/search/?chapter=6&country=39&category&company&city>, Erişim Tarihi: 23.05.2018)

<sup>45</sup> <https://marmarafuar.com.tr/turkiyede-fuarciligin-gelisimi-ve-fuar-sektoru/>, Erişim Tarihi: 04.06.2018

(68) Rapor'un ilerleyen bölümlerinde ayrıntılarına yer verileceği üzere, 2017 yılı itibarıyla ülkemizde gerçekleşen yıllık fuar sayısı 475'e, fuar düzenleyicisi şirket sayısı ise 217'ye<sup>46</sup> ulaşmıştır. En uzun soluklu fuar olan İzmir Enternasyonal Fuarı, 2017 yılında 86. kez düzenlenmiştir.

### 3.2. Fuarçılık Sektörünü Düzenleyen Mevzuat ve İlgili Kurumlar

(69) Türkiye'de 2005 yılına kadar fuarların kuruluş ve işleyişine ilişkin düzenleme ve denetim görevi, mülga 3143 sayılı Sanayi ve Ticaret Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun'un (3143 sayılı Kanun) 12. maddesinin (d) bendi<sup>47</sup> uyarınca Sanayi ve Ticaret Bakanlığının görevleri arasında yer almakta idi. Anılan Bakanlığın sektöre ilişkin düzenlemeleri, "Yurt İçinde Fuar, Sergi ve Panayır Düzenlenmesine Dair Yönetmelik" ile hüküm altına alınmıştı.

(70) 3143 sayılı Kanun'un 03.06.2011 tarihli ve 635 sayılı Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname'nin (635 sayılı KHK) 33. maddesiyle yürürlükten kaldırılması üzerine, "Yurtiçi fuarlara ilişkin düzenlemeler yapmak" ve "yurtiçinde düzenlenen fuarların kuruluş ve işleyişi ile ilgili inceleme, denetim ve soruşturma yapmak" görevleri 03.06.2011 tarihli ve 640 sayılı Gümrük ve Ticaret Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında KHK'nın (640 sayılı KHK) 9. ve 16. maddeleri çerçevesinde Gümrük ve Ticaret Bakanlığına verilmiştir<sup>48</sup>. Anılan Bakanlıktan alınan bilgilerden, mezkûr mevzuat çerçevesinde fuarçılık sektörünün düzenlenmesine yönelik çalışmaların Bakanlık bünyesinde devam ettiği anlaşılmaktadır<sup>49</sup>.

---

<sup>46</sup> Düzenleyici sayısına ilişkin veri, 03.08.2017 tarihine aittir. 31.07.2018 tarihi itibarıyla bu sayının 234'e ulaştığı görülmektedir. (Kaynak: <https://www.tobb.org.tr/FuarlarMudurlugu/Sayfalar/Istatistikler.php>, Erişim Tarihi: 22.05.2018)

<sup>47</sup> Anılan bent hükmü "tarım ve sınai ürünlerin sergilenmesi ve tanıtılmasında fayda görülen fuar, sergi ve panayırların modern ve teknik esaslara uygun bir şekilde kurulmasını teşvik etmek ve uygun gördüklerine izin vermek" şeklindedir.

<sup>48</sup> 640 sayılı KHK'nın 9. maddesine "Yurtiçi fuarlara ilişkin düzenlemeler yapmak" hükmünü içeren (h) bendi 29.01.2015 tarihli ve 29251 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 6585 sayılı Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'un 22. maddesi ile; 640 sayılı KHK'nın "yurtiçinde düzenlenen fuarların kuruluş ve işleyişi ile ilgili inceleme, denetim ve soruşturma yapmak" görevini ilgili birime veren "Rehberlik ve Teftiş Başkanlığı" başlıklı 16. maddesi ise 17.08.2011 tarihli ve 28028 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 649 sayılı KHK'nın 24. maddesi ile eklenmiştir.

<sup>49</sup> Bununla birlikte 703 sayılı Anayasada Yapılan Değişikliklere Uyum Sağlanması Amacıyla Bazı Kanun Ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (703 sayılı KHK) ve 1 Nolu Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile Gümrük ve Ticaret Bakanlığı ile Ekonomi Bakanlığı aynı teşkilat altında birleştirilmiş olup yeni bakanlığın ismi Ticaret Bakanlığı olarak belirlenmiştir. Ticaret Bakanlığının bünyesinde bulunan İç Ticaret Genel Müdürlüğü yurt içi fuarlara ilişkin düzenlemeler yapma yetkisini; İhracat Genel Müdürlüğü ise yurt dışı fuar ve sergi düzenlenmesine ilişkin esasları belirleme ve uygulama yetkisi ile yurt içi ve yurt dışı uluslararası fuarlara katılım, organizasyon ve benzeri her türlü destek programlarını hazırlama, uygulama, diğer kurum ve kuruluşlar eliyle uygulanmasını sağlama yetkisini haiz görülmüştür. Bakanlık içerisindeki Serbest Bölgeler, Yurtdışı Yatırım ve Hizmetler Genel Müdürlüğü ise döviz kazandırıcı hizmetlerin desteklenmesine ve hizmetlerin ülke ve pazarlarının çeşitlendirilmesini sağlamaya yönelik olarak uluslararası fuarlara katılım ve benzeri her türlü destek programlarını hazırlama, uygulama ve diğer kurum ve kuruluşlar eliyle uygulanmasını sağlama yetkisine sahiptir. Bu anlamda geçtiğimiz dönemde iki farklı bakanlığın yetki ve görevi altında düzenlenen fuarçılığa ilişkin konuların anılan değişikliklerle Ticaret Bakanlığı bünyesinde toplandığı anlaşılmaktadır.

- (71) Bununla birlikte, 01.06.2004 tarihli ve 25479 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren 5174 sayılı Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanunu (5174 sayılı Kanun) ile birlikte, TOBB’un fuarlarla ilgili düzenleme ve denetim işlemleri bakımından belirleyici kurum olduğu söylenebilecektir<sup>50</sup>.
- (72) Nitekim hâlihazırda fuarcılık sektörü 5174 sayılı Kanun’un 12. maddesinin (v) bendine<sup>51</sup>, 34. maddesinin (I) bendine<sup>52</sup>, 56. maddesinin (g) bendine<sup>53</sup> ve 71. maddesinin (g) bendine<sup>54</sup> dayanılarak çıkarılan ve TOBB Yönetim Kurulunun 03.11.2014 tarihli ve 94 sayılı kararına istinaden, 01.01.2015 tarihinde yürürlüğe giren Yurt İçinde Fuar Düzenlenmesine Dair Usul ve Esaslar (Usul ve Esaslar) çerçevesinde düzenlenmektedir<sup>55</sup>.
- (73) Usul ve Esaslar’ın amacı, yine Usul ve Esaslar’ın ilk maddesinde *“fuarcılık sektörünün Ülke ve sektör genel menfaatlerine uygun biçimde geliştirilmesi, sektörün küresel standartlara ulaştırılması ve bu kapsamda fuar takviminde yer alan fuarların uygun fuar merkezlerinde veya yeterli standartlara sahip geçici alanlarda yetki belgesine sahip şirketler tarafından düzenlenmesini sağlamak”* olarak belirlenmiştir.
- (74) Usul ve Esaslar’ın 21. maddesi ile ise, Usul ve Esaslar’da yer alan hususlara ilişkin talimatlar vermeye, uygulamaya yönelik tedbirler almaya, inceleme ve denetleme kriterlerini belirlemeye ve gerekli düzenlemeleri yapmaya TOBB yetkili kılınmıştır.
- (75) Fuarların Usul ve Esaslar’a uygun biçimde düzenlenip düzenlenmediğine ilişkin denetimin çerçevesinin TOBB tarafından belirleneceği, denetimin esasen ilgili oda ya da borsa tarafından yapılacağı, ancak gerekli görülen hallerde TOBB’un denetimi bizzat ya da yetkilendireceği bir kuruluş marifetiyle gerçekleştirebileceği Usul ve Esaslar’ın 22. maddesi ile düzenlenmiştir.
- (76) 5174 sayılı Kanun ile TOBB’un yurt içinde düzenlenecek fuarlarla ilgili olarak görevlendirilmesi sonrasında TOBB bünyesinde söz konusu görevleri yürütmek üzere Ticaret ve TIR Daire Başkanlığına bağlı olarak "Fuarlar Müdürlüğü" ihdas

---

<sup>50</sup> Mülga 5590 sayılı Ticaret ve Sanayi Odaları, Ticaret Odaları, Sanayi Odaları, Deniz Ticaret Odaları, Ticaret Borsaları ve Türkiye Ticaret, Sanayi, Deniz Ticaret Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği Kanunu’nda fuarlara ilişkin herhangi bir düzenleme bulunmamaktaydı.

<sup>51</sup> 5174 sayılı Kanun’un 12. maddesinin (v) bendi ile odalara, diğer görevlerinin yanı sıra “Yurt içi fuarlar konusunda yapılacak müracaatları değerlendirip Birliğe teklifte bulunmak” görevi verilmiştir.

<sup>52</sup> 5174 sayılı Kanun’un 34. maddesinin (I) bendi ile borsalara, diğer görevlerinin yanı sıra “Yurt içi fuarlar konusunda yapılacak müracaatları değerlendirip Birliğe teklifte bulunmak” görevi verilmiştir.

<sup>53</sup> 5174 sayılı Kanun’un 56. maddesinin (g) bendi ile TOBB’a, diğer görevlerinin yanı sıra “oda ve borsalara yurt içi fuarlar konusunda yapılan ve Birliğe intikal ettirilen müracaatları inceleyip karara bağlamak; fuar şirketlerine yurt içi fuar düzenleme yetki belgesi vermek” görevleri verilmiştir.

<sup>54</sup> 5174 sayılı Kanun’un 71. maddesinin (g) bendinde TOBB tarafından onaylanacak ve verilecek belgeler ve hizmetler arasında “Fuar düzenleme yetki belgeleri” de sayılmıştır.

<sup>55</sup> Usul ve Esaslar ilk defa, TOBB Yönetim Kurulunun 1088 sayılı kararı uyarınca, 25.02.2005 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Daha sonra ihtiyaçlar doğrultusunda Usul ve Esaslar’da çeşitli değişiklikler yapılmıştır. Bu çerçevede, ilk değişiklik 11.10.2005 tarihli ve 158 sayılı TOBB Yönetim Kurulu kararıyla yapılmış ve aynı tarihte yürürlüğe girmiştir. Ardından 27.02.2007 tarihli ve 242 sayılı TOBB Yönetim Kurulu kararıyla değişiklik yapılmış ve 30.03.2007 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Son olarak ise 03.11.2014 tarihli ve 94 sayılı TOBB Yönetim Kurulu kararıyla değişiklik yapılmış ve 01.01.2015 tarihinde yürürlüğe girmiştir.

edilmiştir. Anılan Müdürlük 2010 yılından bu yana Sektörler ve Girişimcilik Daire Başkanlığına bağlı olarak faaliyet göstermektedir. Fuarlar Müdürlüğü'nün amacı, Usul ve Esaslar'ın amacına paralel şekilde *“ülkemiz fuarcılık sektörünün ülke ve sektör genel menfaatlerine uygun biçimde geliştirilmesi, sektörün küresel standartlara ulaştırılması ve bu kapsamda fuar etkinliklerinin uygun alanlarda bir program dâhilinde yetkin şirketler tarafından düzenlenmesini sağlamak”* olarak ifade edilmiştir. Anılan Müdürlüğün görevleri;

- yıl içerisinde, düzenleyiciler tarafından yurt içinde gerçekleştirilmesi planlanan fuarlara ilişkin gerekli bilgilerin yer aldığı fuar takvimini hazırlamak, ekleme, değişiklik ve iptal başvuruları ile fuar şirketlerinin yetki belgesi başvurularını değerlendirmek,
- yurt içinde düzenlenen fuarlara ilişkin, düzenleyiciler tarafından hazırlanan raporları incelemek ve bu incelemeler sonucunda elde edilen verileri raporlamak,
- TOBB tarafından verilen fuar yardımlarının koordinasyonunu sağlamak,
- yurt içinde ve yurt dışında düzenlenmekte olan ulusal ve uluslararası nitelikteki fuarları izlemek ve ilgililere duyurmak,
- dünyada düzenlenen sergi ve fuarlar ile ilgili yayınların yabancı kaynaklardan Türkçe'ye çevrilerek yayımlanmasını sağlamak,
- ülkemiz fuarcılık sektörünün gelişimini ve ülke ekonomisine katkısını izlemek ve bu kapsamda uygulanması gereken politikalar konusunda öngörülerde bulunmak,
- dünya fuarcılık sektöründe meydana gelen değişiklikleri ve gelişmeleri izlemek ve raporlamak

şeklinde sayılmıştır<sup>56</sup>.

(77) TOBB, 5174 sayılı Kanun'un 56. maddesinin (g) bendine istinaden, aşağıda sayılan görevleri yerine getirmek üzere Fuarlar Müdürlüğü bünyesinde bir Fuarlar Komitesi kurulduğunu ifade etmiştir. Fuarlar Komitesi Çalışma Usul ve Esasları'nın 'Üyelik' başlıklı 3. maddesine göre Komite üyeleri Oda ve Borsaların Meclis üyeleri ve/veya sektörde faal kişiler ve/veya fuarlar konusunda bilgi ya da deneyim sahibi kişiler ve/veya sivil toplum-meslek kuruluşlarında yer almış kişiler ve/veya ülke ve dünya ekonomisi bilgisine vakıf kişiler arasından TOBB Başkanı tarafından belirlenmektedir. 2017 yılı itibarıyla Fuarlar Komitesi, Samsun ve Van Ticaret ve Sanayi Odaları, Denizli Ticaret Odası ve Tü yap Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş.'nin (TÜYAP) birer; TOBB'un iki temsilcisinden oluşmaktadır. Fuarlar Komitesinin görevleri;

- Usul ve Esaslar'a istinaden, TOBB'a verilmiş bulunan görevleri Yönetim Kurulu adına izlemek ve gerektiğinde görüş oluşturmak,
- Usul ve Esaslar'da hüküm altına alınmayan işlemler konusunda karar vermek,

<sup>56</sup> <https://tobb.org.tr/FuarlarMudurlugu/Sayfalar/MudurlukHakkinda.php>, Erişim Tarihi: 22.05.2018

- yetki belgesi almak isteyen firmaların başvurularını usulüne göre incelemek ve karara bağlamak,
- fuar organize etmek isteyen düzenleyicilerin müracaatlarını usulüne göre incelemek ve karara bağlamak,
- yetki belgesi almaya hak kazanmış firmaların, bu haklarını ortadan kaldıracak veya bu belgeyi kullanma yetkilerini engelleyecek tutum ve davranışlarını izlemek ve gerekli işlemlerin buna göre yürütülmesine karar vermek,
- düzenleyici tarafından fuar etkinliği sonrasında Birliğe gönderilen raporları ve denetmen tarafından hazırlanan denetim raporlarını incelemek, gerektiğinde düzenlenen fuarlara ilişkin araştırma yaptırmak ve sonuçlarını değerlendirmek

olarak belirlenmiştir.

(78) Ayrıca TOBB bünyesinde, Türkiye Sektör Meclisleri Müdürlüğü altında faaliyet göstermekte olan Türkiye Fuarcılık Sektör Meclisi bulunmaktadır. Fuarcılık Sektör Meclisi, 12.02.2005 tarihli ve 25725 sayılı Resmî Gazete yayınlanan "Türkiye Sektör Meclislerinin Kuruluş, Görev ve Çalışma Yönetmeliği" kapsamında faaliyetlerini yürütmektedir. Sektör Meclisi 40 üyeden oluşmaktadır. 2017 yılı itibarıyla bu üyeler arasında 36 fuar düzenleyici şirketin temsilcileri, Türkiye Fuar Yapımcıları Derneğinin temsilcisi, Avrasya Fuar Yapımcıları Derneğinin temsilcisi, Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü'nün temsilcisi ve T.C. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığının (KOSGEB) temsilcisi bulunmaktadır.

(79) Söz konusu Yönetmelik kapsamında sektör meclislerinin, sektörel gelişmeyi teşvik etmek, sorunları incelemek ve önlemleri tespit etmek amacıyla oluşturulduğu ve istişari nitelikte olduğu belirtilmektedir. Türkiye Sektör Meclisinin görevleri, Yönetmelik'in 9. maddesinde;

- sektöre ilişkin sorunları ve çözüm önerilerini tespit ederek Yönetim Kuruluna sunmak,
- sektör raporları hazırlamak, geleceğe yönelik projeksiyonlar yapmak ve sektörel politika ve stratejileri oluşturmak,
- sektörel gelişmeyi teşvik etmek üzere sempozyum, panel, kongre ve benzeri etkinliklerin yapılması hususunda Yönetim Kuruluna önerilerde bulunmak,
- sektörlerin uluslararası rekabet şartlarına uyum sağlayabilmeleri için gerekli teknik ve bilgi alt yapısı ile ilgili çalışmaları hazırlamak,
- sektörün mevcut rekabet gücünün ölçülmesi ve gelecekte rekabet edebilirliğini artırmak için önerilerde bulunmak,
- uluslararası sektörel dernek ve kuruluşlarla irtibat ve iş birliği sağlamak,
- gerektiğinde pazar veya piyasa araştırmalarına ışık tutacak sektörel bazda ülke raporları hazırlamak,

- uluslararası fuar, kongre ve seminerleri takip ederek bu konuda Yönetim Kurulunu bilgilendirmek ve Yönetim Kurulunca belirlenecek esaslar çerçevesinde bu etkinliklere katılmak,
- gerektiğinde TOBB Başkanının bilgisi dâhilinde Hükümet yetkilileri ve ilgili bürokratlar ile görüşmeler yapmak,
- TOBB tarafından sektör ile ilgili görüş istendiğinde görüş oluşturmak,
- ilgili sektöre ait kanun, tüzük, yönetmelik gibi mevzuat değişiklikleri hakkında görüş oluşturulması veya ilgili mevzuatın değiştirilmesi hususunda çalışmalar yapmak,
- Yönetim Kurulunun talepleri doğrultusunda diğer çalışmaları yapmak

olarak ifade edilmiştir.

- (80) Sunulan bu bilgiler çerçevesinde, özetle, Türkiye'deki fuarların düzenlenmesi ve denetlenmesi hususunda görevli kurumun TOBB olduğu, TOBB'un bu görevini yayımlamış olduğu Usul ve Esaslar çerçevesinde Fuarlar Müdürlüğü ve Fuarlar Komitesi eliyle yürüttüğü, TOBB bünyesinde ayrıca istişari nitelikte olan bir Türkiye Fuarcılık Sektör Meclisinin faaliyet gösterdiği ifade edilebilecektir. Hem Fuarlar Komitesinde hem de Sektör Meclisinde fuar düzenleyicisi şirketlerin temsili söz konusudur. Bu durum bu organlarda temsil edilen fuar düzenleyicisi şirketlerin rakiplerinin ticari faaliyetleri konusunda doğrudan ya da dolaylı olarak belirleyici olmasına yol açmakta ve rekabetçi açıdan riskler barındırmaktadır.
- (81) Usul ve Esaslar ile TOBB'un görevlerinin kapsamı, büyük ölçüde fuar düzenleyiciliği faaliyetlerine ve fuarların işleyişine ilişkin olup, fuar alanı işletmeciliği faaliyetlerinin düzenlenmesine ve denetlenmesine dair hususları kapsamamaktadır. Bu durumun fuarların olmazsa olmaz unsuru olan fuar alanlarının niteliği, işletilmesi ve düzenleyicilere tahsisi noktasında çeşitli aksaklıklara yol açabileceği değerlendirilmektedir.
- (82) Rapor'un izleyen bölümünde Türkiye fuarcılık sektörünün yapısına ve görünümüne Usul ve Esaslar ışığında yer verilecek, Usul ve Esaslar'ın ayrıntılarına da bu kapsamda gerekli görüldüğü ölçüde değinilecektir.

### **3.3. Fuarcılık Sektörünün Yapısı ve Görünümü**

#### **3.3.1. Fuarlara İlişkin Genel Bilgiler**

- (83) Rapor'un "Fuarcılık Sektörünü Düzenleyen Mevzuat ve İlgili Kurumlar" başlıklı bölümünde belirtildiği üzere, Türkiye'de fuarcılık sektörünün yapısı ve işleyişi esas olarak TOBB tarafından yayımlanmış olan Usul ve Esaslar ile belirlenmektedir. Bu Usul ve Esaslar'ın kapsamı, yurt içinde düzenlenecek ulusal ve uluslararası nitelikteki fuarlar ve bunları düzenleyecekler olarak belirlenmiştir. Bu çerçevede, kapsamın netleştirilmesi bakımından, öncelikle 'fuar' kavramının ne şekilde tanımlandığına değinilecek, ardından fuar türlerine ve niteliklerine ilişkin bilgiler sunularak Türkiye'deki fuarların yıllar itibarıyla gelişimi bu bağlamda ele alınacaktır.

(84) Fuar, Usul ve Esaslar'ın "Tanımlar" başlıklı 3. maddesinin (j) bendinde,

*"Standlar kurulması yoluyla, ticarete konu mal ve hizmetlerin, bunlar ile ilgili teknolojik gelişme, bilgi ve yeniliklerin tanıtımını ve aktarımını amaçlayan, ziyaretçi ve katılımcı arasında bilgi alışverişi, işbirliği, pazar büyütmeye ve geleceğe yönelik ticari ilişkilerin kurulması ve geliştirilmesi için bu Esaslarda belirlenen niteliklere uygun alanlarda düzenlenen, konusunu oluşturduğu alanın, sektörün ve toplumun menfaatlerini gözeten, düzenleyicisi, adı, türü, yeri, konusu, tarihi ve süresi önceden belirlenen etkinlikler"*

olarak tanımlanmaktadır.

(85) Fuarlar; Usul ve Esaslar'ın 5. maddesi çerçevesinde genel fuarlar ve ihtisas fuarları olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Bu ayrıma göre genel fuarlar;

*"belirli bir sektörü veya ürün grubunu esas almadan, çeşitli mal ve hizmetlerin birlikte sergilendiği ve bunların ticari tanıtımının yapıldığı, içinde sosyal ve kültürel etkinliklerin de bulunabileceği, en az elli katılımcının yer aldığı, süresi on beş günü geçmeyen etkinlikler"*

olarak tanımlanmaktadır. İhtisas fuarları ise;

*"belirli bir ürün veya hizmet grubu ya da sektörle doğrudan ilgili ve sektöre yönelik mal ve hizmet üreten katılımcıların, teknolojik ve uygulamalı bilgi alışverişinin artırılması ve ticari işbirliğine yönelik bilgi değişimi ortamının yaratılması ile ihtiyaç duyulan ürün siparişlerinin verilmesini amaçlayan, en az yirmi katılımcının yer aldığı, süresi on günü geçmeyen etkinlikler"*

şeklinde tanımlanmaktadır.

(86) Hem genel fuarlar hem de ihtisas fuarları ulusal ya da uluslararası nitelikte olabilmektedir. Usul ve Esaslar'ın 6. maddesinin ilk fıkrasına göre, bir fuarın uluslararası nitelikte olması ve "uluslararası" unvanının kullanılabilmesi için, fuarın aynı düzenleyici tarafından, aynı isim ve konuda son yedi yıl içerisinde en az üç defa düzenlenmiş olması; ayrıca doğrudan veya dolaylı<sup>57</sup> yabancı katılımcı sayısının tüm katılımcı toplamı içerisinde en az yüzde on beşe ulaşması veya yabancı katılımcıya tahsis edilen net metrekaare stant alanı büyüklüğünün toplamın en az yüzde onuna ulaşmış olması veya yabancı ziyaretçi sayısının toplam ziyaretçi sayısı içerisinde en az yüzde iki buçuk bulması gerekmektedir.

(87) 2006-2017 yılları arasında Türkiye'de düzenlenmiş olan fuarların türlerine ve ulusal-uluslararası fuar olma niteliklerine göre dağılımına aşağıdaki tabloda yıllar itibarıyla yer verilmiştir<sup>58</sup>.

<sup>57</sup> Temsilcileri aracılığıyla fuara iştirak eden yabancı katılımcılar dolaylı yabancı katılımcı olarak nitelendirilmektedir.

<sup>58</sup> Fuarların gözetimi ve denetimi fonksiyonu 2005 yılından itibaren TOBB'da olmakla birlikte, TOBB'un istatistiklerinde 2005-2007 döneminde gerçekleşmiş olan fuarlara ilişkin detaylı bilgiler bulunmamaktadır. Bu nedenle bu döneme ilişkin veriler fuar sayısı ile sınırlı kalmıştır. Bu çerçevede Rapor'un ilerleyen bölümlerinde TOBB verilerine istinaden sunulan bilgiler ağırlıklı olarak 2008-2017 dönemini kapsayacak şekilde hazırlanmıştır.



**Tablo 11: Türkiye’deki Fuarların Türlerine ve Niteliklerine Göre Dağılımı (2006-2017)**

Yılı	Ulusal		Uluslararası		Düzenlenen Toplam Fuar
	Genel Fuar	İhtisas Fuarı	Genel Fuar	İhtisas Fuarı	
2006 <sup>59</sup>	44	338	1	65	448
2007	23	377	1	74	482
2008	20	331	1	79	431
2009	16	273	1	77	367
2010	16	265	2	86	369
2011	12	307	2	101	422
2012	9	285	1	114	409
2013	6	275	1	125	407
2014	6	287	1	112	406
2015	7	283	1	128	419
2016	5	297	1	123	426
2017	9	339	1	126	475

Kaynak: TOBB verileri çerçevesinde raportörlerce hazırlanmıştır.

- (88) Tablo 11 incelendiğinde, 2009 ve 2010 yılları haricinde, Türkiye’de yıllık 400’ün üzerinde fuar düzenlendiği, 2009 ve 2010 yıllarında fuar sayısında dikkat çekici bir düşüş yaşandığı, 2015 yılı ile birlikte ise yıllık fuar sayısının yükseliş trendine girdiği görülmektedir. 2009-2010 yıllarında fuar sayısında görülen azalmanın 2008 yılında dünya çapında yaşanan ekonomik krize bağlı olduğu düşünülmektedir<sup>60</sup>.
- (89) Tablo 11 düzenlenen fuarların türleri bakımından ele alındığında, genel fuarların düzenlenen fuarlar içerisinde küçük bir paya sahip olduğu ve gün geçtikte bu payının azaldığı, ihtisas fuarlarının ise %90’larda seyreden payının yıllar itibarıyla düzenli bir şekilde artarak yaklaşık %98’lere ulaştığı görülmektedir. Uluslararası fuarların gelişimi incelendiğinde, özellikle uluslararası ihtisas fuarlarının sayısında önemli bir artış olduğu, sayının on yılda yaklaşık %94 oranında artarak iki katına çıktığı anlaşılmaktadır<sup>61</sup>.

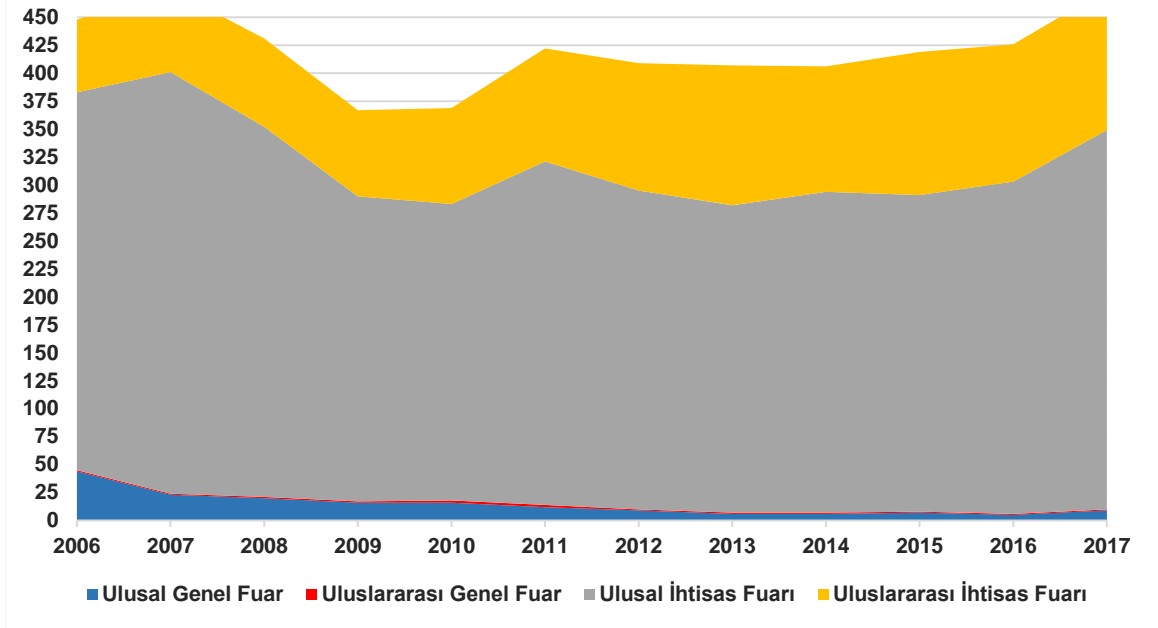
<sup>59</sup> TOBB’un verileri kapsamında, 2005 yılı bakımından fuarların niteliklerine ve türlerine göre dağılımına ilişkin bilgi bulunmamaktadır. Bu nedenle, Tablo 11 2006 yılından başlatılmıştır. TOBB’un 2006 yılına ait verilerinde Tablo’da yer verilen fuar türlerinin yanı sıra tüketici fuarları ayırımına da gidildiği görülmüş; tüketici fuarlarında hedef kitlesi bakımından genel fuarlarla benzer şekilde toplumun geneline yönelik ürünler sergilendiğinden bu yılda düzenlenmiş olan 15 adet tüketici fuarı işbu Tablo’da “Ulusal Genel Fuar” kapsamında değerlendirilmiştir.

<sup>60</sup> Söz konusu krizin dünya çapında fuarcılık sektörüne etkileri Bölüm 1’de yer verilen Şekil 5’te açıkça görülmektedir.

<sup>61</sup> Usul ve Esaslar’ın 6. maddesinin dördüncü fıkrasında “uluslararası” nitelikte olduğu belirtilen bir fuarın, bu niteliğe sahip olabilmesi için gerekli şartlardan herhangi birini taşımadığının tespit edilmesi halinde, bir sonraki yıl “uluslararası” unvanının kullanılamayacağı düzenlenmiştir. Buna istinaden, uluslararası niteliğini kaybeden fuarların fuar istatistiklerine yansımaları ancak bir yıl sonra gerçekleşecektir. Bu nedenle işbu Rapor kapsamında belli bir yıla ilişkin uluslararası fuar sayıları ‘uluslararası’ niteliğini o yıl kaybetmiş olan fuarları da içerebilmektedir.

- (90) Tablo 11'e ilişkin bu açıklamalar Türkiye'de fuarcılık sektöründe farklı türdeki ve nitelikteki fuarların yıllar itibarıyla payını daha net gösterebilmek adına aşağıdaki şekle yansıtılmıştır:

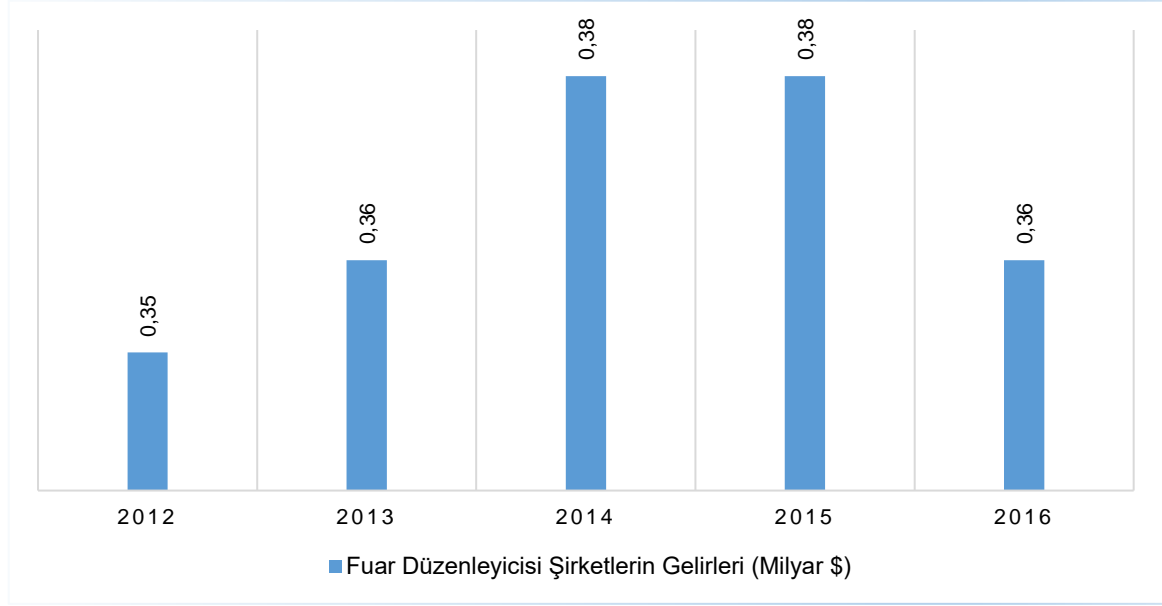
**Şekil 8: Türkiye'deki Fuarların Türlerine ve Niteliklerine Göre Dağılımı (2006-2017)**



Kaynak: TOBB verileri çerçevesinde raportörlerce hazırlanmıştır.

- (91) Yukarıda yer verilen şekilden görülebileceği üzere, zaman içerisinde genel fuarların fuarcılık sektöründeki payı oldukça azalmıştır. Bunun karşısında ihtisas fuarları artış eğilimindedir. Bu artışa yol açan en büyük değişiklik uluslararası ihtisas fuarlarının sayısındaki yükseliş olmuştur. Bu yükseliş Türkiye'de düzenlenen uluslararası ihtisas fuarlarının tüm fuarlar içindeki payını da zaman içinde artırmış ve %15'lerden %30'lara çıkarmıştır.
- (92) Türkiye'deki fuarcılık sektörüne ilişkin olarak yukarıda sunulan ve fuar sayısını esas alan bilgiler sektörün yapısına ve gelişimine ilişkin genel bir görünüm sağlamakla birlikte, sektörün değerlendirilmesi bakımından yeterli görülmemektedir. Zira fuarlardan elde edilen gelir, fuara katılan katılımcı ve ziyaretçi sayıları ve kiralanan net stant alanı gibi parametreler sektörün değerlendirilmesi bakımından daha doğru bilgiler vermektedir. Bu nedenle aşağıda öncelikle, Türkiye'de düzenlenen fuarlardan elde edilen gelire, ardından diğer parametrelere ilişkin bilgilere yer verilecektir.

**Şekil 9: Türkiye'deki Fuar Düzenleyici Şirketlerin Gelirleri (2012-2016)**



Kaynak: AMR Raporu, s. 311.

- (93) 2012-2016 yılları arasında fuar düzenleyicisi şirketlerin gelirlerine bakıldığında, elde edilen toplam gelirin 350 milyon – 380 milyon \$ arasında gerçekleştiği görülmektedir. 2012 yılından 2014 yılına kadar olan dönemde gelirlerin yıllar itibarıyla artış içinde olduğu, ancak 2015 itibarıyla gelirlerde duraklama ve düşüş gözlemlendiği söylenebilecektir. Bu düşüş Türkiye’de ilgili dönemde yaşanan siyasi ve ekonomik gelişmelere bağlanmaktadır<sup>62</sup>. Fuar düzenleyicilerinin elde ettikleri gelirlerin seyri aynı dönemde gerçekleşen fuar sayıları ile bir arada değerlendirildiğinde, tek başına fuar sayısının sektör bakımından yeterli bir gösterge olmadığı argümanı Türkiye bakımından da doğrulanmaktadır.
- (94) Bu çerçevede, Türkiye’de gerçekleşen fuarların gelişimini göstermek adına aşağıdaki tabloda 2008 yılından başlayarak 2017 yılını içine alan dönemde gerçekleştirilen fuarlardaki toplam katılımcı sayısına, toplam ziyaretçi sayısına<sup>63</sup>, katılımcılara tahsis edilen toplam stant alanına ve bunların yıllık ortalama değerlerine yer verilecektir.

<sup>62</sup> AMR Raporu, s. 311.

<sup>63</sup> Sektör incelemesi sürecinde edinilen bilgiler çerçevesinde, Türkiye bakımından ziyaretçi sayısının güvenilir bir gösterge olmadığı anlaşılmıştır. Zira ziyaretçi sayısına ilişkin bilgiler herhangi bir denetime tabi olmaksızın düzenleyiciler tarafından tutulmakta ve TOBB’a aktarılmaktadır. Nitekim düzenleyicilerin ziyaretçi sayısına ilişkin kayıtlarının tahmini verilere dayanabildiği, mükerrerlikler ve hatalar içerebildiği sektör paydaşlarınca da dile getirilmiştir. Bununla birlikte Rapor kapsamında sektöre ilişkin verilerin tam olarak sunulması ve değerlendirmelerde göz önünde bulundurulması amacıyla ziyaretçi bilgilerine de yer verilmiştir.

**Tablo 12: Türkiye’deki Fuarların Gelişimi (2008-2017)**

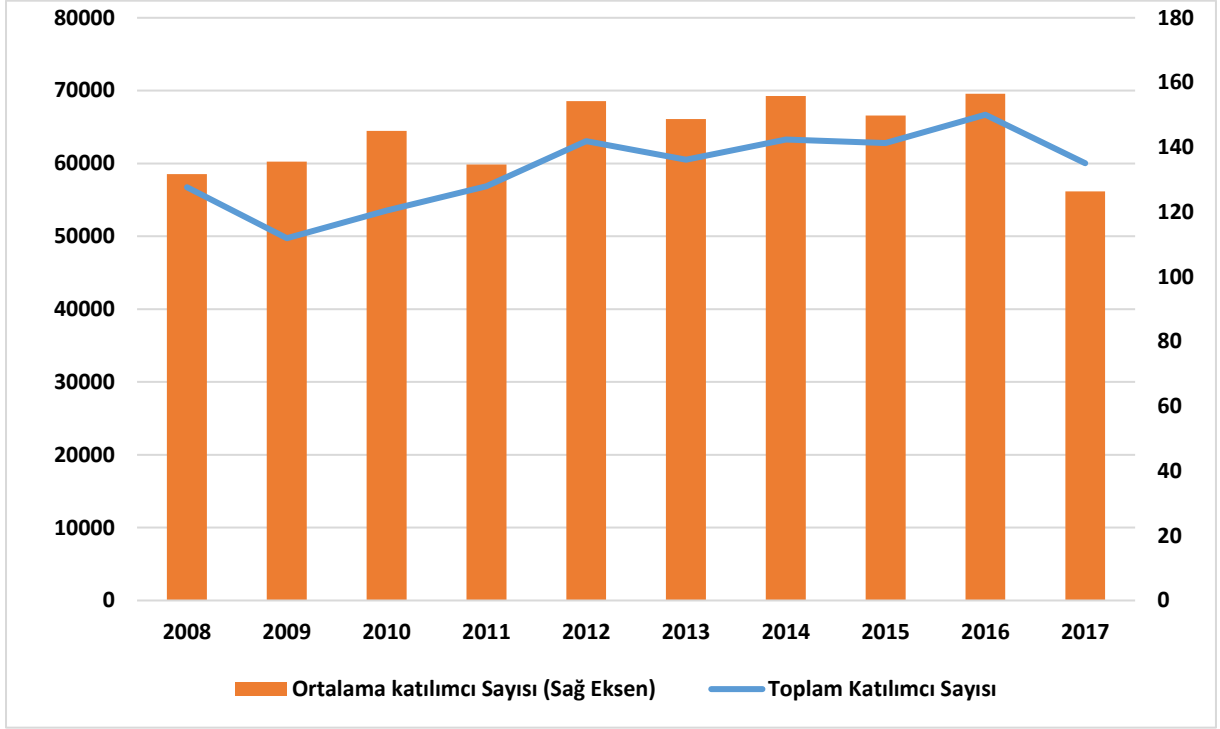
Yılı	Fuar Sayısı	Katılımcı Sayısı		Ziyaretçi Sayısı		Stant Alanı (m <sup>2</sup> )	
		Toplam	Ortalama	Toplam	Ortalama	Toplam	Ortalama
2008	431	56.758	131,69	13.359.387	29.820,06	2.296.877	5.126,96
2009	367	49.739	135,53	11.222.418	23.283,02	1.886.214	3.913,31
2010	369	53.517	145,03	13.619.650	31.600,12	2.241.945	5.201,73
2011	422	56.855	134,73	14.756.896	40.209,53	2.385.536	6.500,10
2012	409	63.076	154,22	15.894.454	43.074,40	2.811.103	7.618,17
2013	407	60.520	148,70	15.500.048	36.729,97	2.835.308	6.718,74
2014	406	63.266	155,83	15.006.518	36.690,75	3.048.108	7.452,59
2015	419	62.786	149,85	16.831.764	41.355,69	3.036.083	7.459,66
2016	426	66.691	156,55	17.841.871	43.945,50	3.256.259	8.020,34
2017	475	60.013	126,34	21.719.714	51.837,03	3.243.919	7.742,05

Kaynak: TOBB verileri çerçevesinde raportörlerce hazırlanmıştır.

- (95) Yukarıdaki tablo yıllar itibarıyla fuar sayısındaki değişim ve diğer parametrelerdeki değişim birlikte göz önünde bulundurularak incelendiğinde göze çarpan ilk husus, 2009 yılında fuar sayısında yaşanan sert düşüşün katılımcı ve ziyaretçi sayısı ile kiralanan stant alanı büyüklüğüne büyük ölçüde yansıdığı olmuştur. Zira 2009 yılında fuar sayısı bir önceki yıla kıyasla yaklaşık %15 oranında azalırken, bunun anılan parametrelerde neden olduğu azalış sırasıyla yaklaşık %12, %16 ve %18 seviyelerinde olmuştur. Fuar sayısı ile parametrelerdeki değişimin farklı oranlarda gerçekleşmesi ise katılımcı sayısının yıllık ortalama değeri bakımından artışa, diğer parametrelerin ortalama değerleri bakımından ise azalışa yol açmıştır. 2010 yılında fuar sayısında kayda değer bir artış yaşanmamakla birlikte, diğer parametreler bakımından bir toparlanma sürecine girildiği söylenebilecektir. Bu durum, ortalama katılımcı sayısı bakımından 2010 yılında çarpıcı bir yükselişe yol açmıştır.
- (96) İncelenen parametrelerdeki değişimin 2010-2016 döneminde büyük oranda istikrarlı bir artış seyrinde olduğu söylenebilecektir. 2017 yılına gelindiğinde ise, fuar sayısında %10 düzeyinde ve diğer yıllara kıyasla yüksek bir artış gözlenmektedir. Ancak bu artış, katılımcı sayısına ve kiralanan stant alanına yansımamış, bilakis 2017 yılında anılan parametrelerde bir önceki yıla kıyasla düşüş gözlenmiştir. Bu durum katılımcı sayısına ve stant alanına ilişkin ortalama değerlerde bir düşüşe yol açmıştır.
- (97) İncelenen parametrelerin değişimi ve birbiri üzerindeki etkisi, toplam ve ortalama katılımcı sayısı ile stant alanı büyüklüklerindeki değişimi yıllar itibarıyla gösteren Şekil 10 ve Şekil 11’de daha net bir şekilde görülebilecektir<sup>64</sup>.

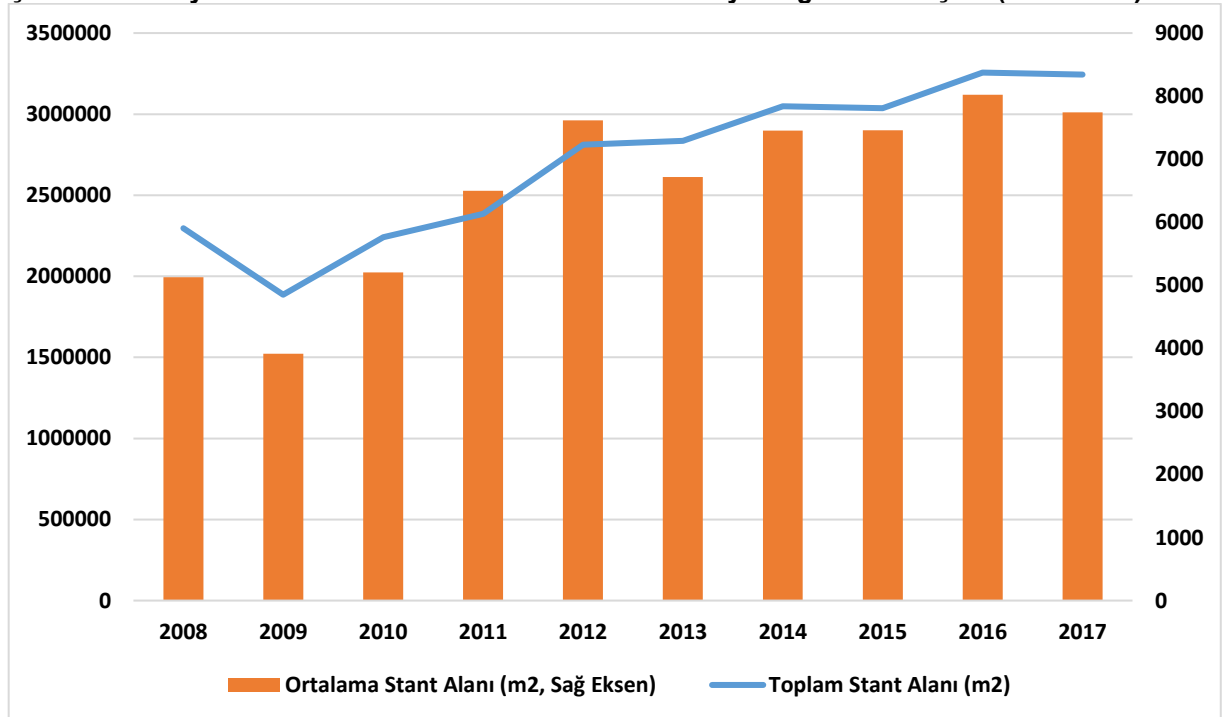
<sup>64</sup> Dipnot 63’te açıklanan tereddütler nedeniyle, ayrıca ziyaretçi sayısını esas alan bir şekle yer verilmesine gerek görülmemiştir.

Şekil 10:Türkiye'deki Fuarlarda Katılımcı Sayısının Gelişimi (2008-2017)



Kaynak: TOBB verileri çerçevesinde raportörlerce hazırlanmıştır.

Şekil 11: Türkiye'deki Fuarlarda Kiralanan Stant Alanı Büyüklüğünün Gelişimi (2008-2017)



Kaynak: TOBB verileri çerçevesinde raportörlerce hazırlanmıştır.

- (98) Tablo 12 ile Şekil 10 ve 11 çerçevesinde, fuarcılık sektörünün başarısının belirlenmesinde fuar sayısının tek başına yeterli bir gösterge olmadığı, sektöre ilişkin diğer parametrelerin de göz önünde bulundurulması gerektiği söylenebilecektir. Bu durum fuarların niteliğini ön plana çıkarmaktadır. Niteliğin belirleyicilerinden biri ise, hedef kitlenin önemli ölçüde fuara katılımının sağlanmasıdır.
- (99) 2008-2017 döneminde Türkiye’de gerçekleştirilen fuarlara ilişkin yıllık ortalama verilerden, katılımcı sayısı bakımından incelenen dönemdeki fuarların<sup>65</sup> yaklaşık %71’i ilâ %75’inin ortalamadan daha düşük katılımcı sayısına; yaklaşık %73’ü ilâ %80’inin ortalamadan daha düşük ziyaretçi sayısına; yaklaşık %69’u ilâ %73’ünün ortalamadan daha düşük stant alanı büyüklüğüne sahip olduğu tespiti yapılmıştır. Bu durum sektördeki fuarların genelde küçük ölçekli olduğuna ve katılımcı ile ziyaretçi sayısı bakımından ortalamanın üzerinde olan fuarların az sayıda olduğuna işaret etmektedir.
- (100) Büyük ölçekli fuarlar, ağırlıklı olarak uluslararası fuarlardır. Zira Türkiye’deki tüm fuarların esas alındığı ortalama değerler ile yalnızca uluslararası fuarların esas alındığı ortalama değerler karşılaştırdığında uluslararası fuarların tüm parametreler bakımından tüm fuarların oldukça üzerinde olduğu görülmektedir. Şöyle ki; Tablo 12 ile Tablo 13 birlikte incelendiğinde anlaşılacağı üzere 2008-2017 döneminde,
- ortalama katılımcı sayısı tüm fuarlarda 131-156 aralığında, uluslararası fuarlarda ise 239-320 aralığında,
  - ortalama ziyaretçi sayısı tüm fuarlarda 23.283-51.837 aralığında, uluslararası fuarlarda ise 50.386-60.704 aralığında,
  - ortalama stant alanı tüm fuarlarda 3.913-8.020 m<sup>2</sup> aralığında, uluslararası fuarlarda ise 11.689-13.928 m<sup>2</sup> aralığında
- gerçekleşmiştir. Bu durum uluslararası fuarların ilgili parametrelere katkısının ulusal fuarlardan oldukça fazla olduğunu göstermektedir. Zira Tablo 13’ten de görüleceği üzere, uluslararası fuarların tüm fuarlar içindeki sayıca payı incelenen dönemde %18 ilâ %31 aralığındayken; katılımcı ve ziyaretçi sayısı ile stant alanı büyüklüğü bakımından sırasıyla %44-%59, %30-%46, %42-%61 aralıklarında olmuştur.

---

<sup>65</sup> Söz konusu dönemdeki fuarlara ilişkin parametrelerin ortalama değerler ile ilişkisi fuarın düzenlendiği yıl esas alınarak saptanmıştır.

**Tablo 13: Türkiye'deki Fuarlar İçinde Uluslararası Fuarların Payı (2008-2017)**

Yıl	Fuar Sayısı		Uluslararası Fuar Katılımcı Sayısı			Uluslararası Fuar Ziyaretçi Sayısı			Uluslararası Fuar Stant Alanı		
	Uluslararası Fuar	Uluslararası Fuar Payı (%)	Toplam	Ortalama	Toplam Fuarlar İçerisinde Payı (%)	Toplam	Ortalama	Toplam Fuarlar İçerisinde Payı (%)	Toplam	Ortalama	Toplam Fuarlar İçerisinde Payı (%)
2008	80	18,56	25.127	314	44,27	4.230.406	52.880	31,67	971.632	12.145	42,30
2009	78	21,25	22.170	284	44,57	3.930.141	50.386	35,02	911.742	11.689	48,34
2010	88	23,85	26.249	298	49,05	5.123.745	58.224	37,62	1.164.167	13.229	51,93
2011	103	24,41	28.820	280	50,69	5.515.590	53.549	37,38	1.213.024	11.777	50,85
2012	115	28,12	35.352	307	56,05	6.981.007	60.704	43,92	1.601.771	13.928	56,98
2013	126	30,96	36.952	293	61,06	7.063.589	56.060	45,57	1.705.120	13.533	60,14
2014	113	27,83	36.211	320	57,24	6.795.254	60.135	45,28	1.695.345	15.003	55,62
2015	129	30,79	36.820	285	58,64	7.141.538	55.361	42,43	1.708.123	13.241	56,26
2016	124	29,11	34.587	279	51,86	7.025.829	56.660	39,38	1.691.704	13.643	51,95
2017	127	26,74	30.304	239	50,50	6.525.564	51.382	30,04	1.580.290	12.443	48,72

Kaynak: TOBB verileri çerçevesinde raportörlerce hazırlanmıştır.

- (101) Yukarıda Tablo 13'e ilişkin tespitler kapsamında uluslararası fuarların fuarla ilgili parametrelere katkısının ulusal fuarların katkısından büyük olduğu belirtilmiştir. Bu durum hem fuarın uluslararası nitelikte olması nedeniyle yerli katılımcıların ve ziyaretçilerin fuara daha çok ilgi göstermesine hem de yabancı katılımcıların ve ziyaretçilerin uluslararası fuarlara katılımının daha yoğun olmasına bağlanabilecektir. Nitekim Tablo 14'te görülebileceği üzere, Türkiye'deki fuarlara iştirak eden yabancı katılımcıların ve ziyaretçilerin önemli bir kısmı uluslararası fuarlara yönelmektedir.

**Tablo 14: Tüm Fuarlardaki Yabancı Katılımcı ve Ziyaretçi Sayısı ile Yabancılara Kiralanan Stant Alanlarının İçerisinde Uluslararası Fuarların Payı (%) (2008-2017)**

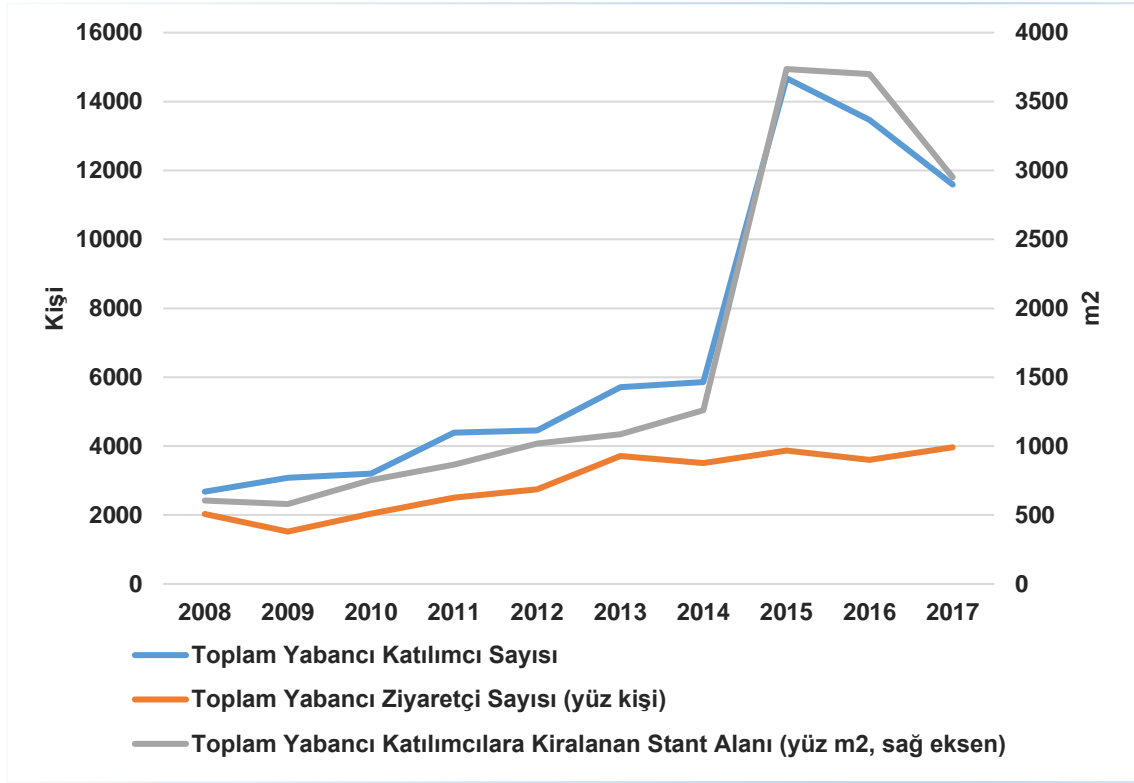
Yıl	Yabancı Katılımcıların Uluslararası Fuarlardaki Payı	Yabancı Ziyaretçilerin Uluslararası Fuarlardaki Payı	Yabancılara Kiralanan Stant Alanlarının Uluslararası Fuarlardaki Payı
2008	50,88	21,75	62,13
2009	52,25	51,67	54,43
2010	54,17	61,60	61,95
2011	61,49	54,41	64,40
2012	53,38	58,82	67,53
2013	63,12	70,28	65,32
2014	60,41	69,98	67,05
2015	71,40	76,97	68,96
2016	70,58	69,51	64,93
2017	67,38	67,56	62,38

Kaynak: TOBB verileri çerçevesinde raportörlerce hazırlanmıştır.

- (102) Bu durum bir ülkede fuarcılık sektörünün gelişimi ve başarısı bakımından uluslararası fuarlara ağırlık verilmesi ve bu fuarlardaki yabancı katılımının artırılması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Zira uluslararası fuarların sayısının ve niteliğinin artması hem o ülkenin fuarcılık sektöründeki ve fuara konu sektörlerdeki uluslararası rekabet edebilirliğine katkı sağlayacak hem de çarpan etkisiyle yerel ve ulusal kalkınmaya olumlu etki yapacaktır. Türkiye'deki uluslararası fuarlardaki yabancı katılımına ilişkin yıllar içindeki gelişim aşağıdaki şekilde yer almaktadır:



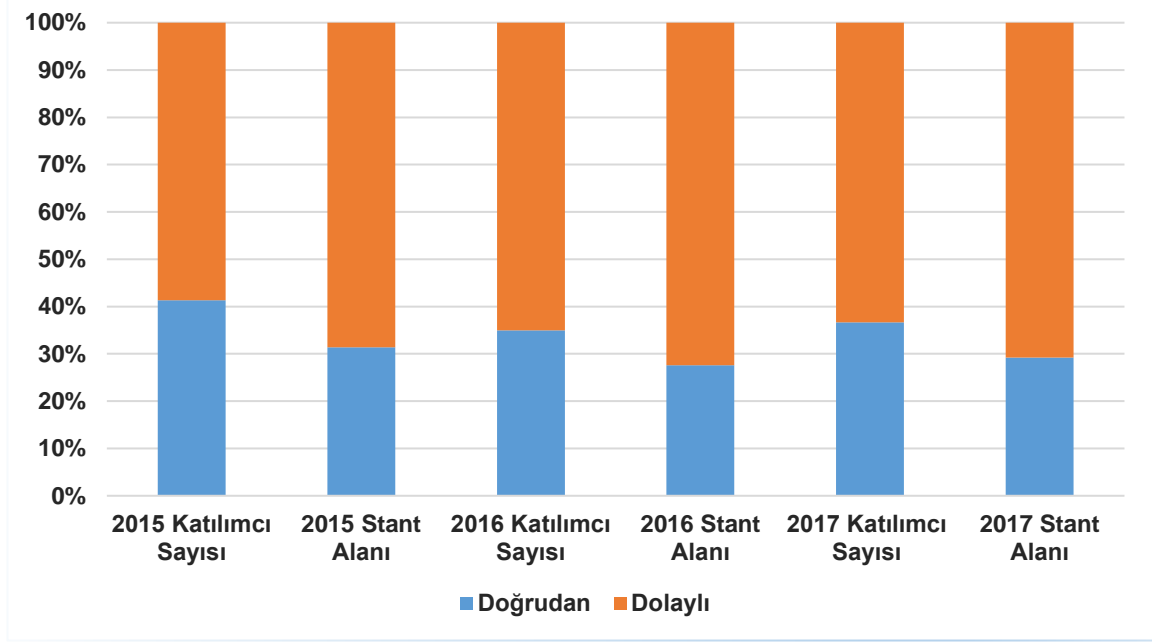
Şekil 12: Türkiye'deki Uluslararası Fuarlarda Yabancı Katılımının Gelişimi (2008-2017)



Kaynak: TOBB verileri çerçevesinde raportörlerce hazırlanmıştır.

- (103) Şekil 12 incelendiğinde, 2008-2014 döneminde Türkiye'deki uluslararası fuarlardaki yabancı katılımcı sayısının ve yabancılara kiralanan stant alanının istikrarlı bir artış seyri izlediği görülmektedir. 2015 yılına gelindiğinde ise katılımcı sayısındaki artış bir önceki yıla kıyasla yaklaşık %150, stant alanındaki artış ise yaklaşık %200 olmuştur. Bir başka deyişle 2015 yılında yabancı katılımında bir sıçrama gerçekleşmiştir. 2016 ve 2017 yıllarında ise kısmi bir azalış göstererek yakın düzeylerde seyretmiştir. Ancak bu noktada, yabancı katılımının uluslararası fuarlardaki payını da ayrıca incelemek gerekmektedir. 2015-2017 dönemine bakıldığında, yabancı katılımcıların toplam katılımcı sayısı içindeki payının yıllık ortalama %39; yabancılara kiralanan stant alanının toplam stant alanı içindeki payının ise yıllık ortalama %21 seviyesinde gerçekleştiği görülmüştür. Bu oranların değerlendirilmesinde doğrudan ve dolaylı yabancı katılımcıların oranının da dikkate alınması gerekmektedir. Aşağıdaki Şekil 13'te son üç yıla ait uluslararası fuarlarda doğrudan ve dolaylı yabancı katılımcıların ve bu yabancı katılımcılara kiralanan stant alanlarının payına yer verilmektedir:

**Şekil 13: Türkiye'deki Uluslararası Fuarlarda Doğrudan-Dolaylı Yabancı Katılımcı Payı**



Kaynak: TOBB verileri çerçevesinde raportörlerce hazırlanmıştır.

- (104) Fuarın başarısı ve ülke ekonomisine katkısı değerlendirilirken doğrudan katılımcı sayısının ve dolayısıyla doğrudan yabancı katılımcılara kiralanan stant alanı büyüklüğünün dolaylı katılıma kıyasla daha fazla olması istenmektedir<sup>66</sup>. Ancak, Şekil 13 ışığında, 2015-2017 döneminde yabancı katılımcıların içinde doğrudan yabancı katılımcıların payının ve bu katılımcılara kiralanan stant alanlarının payının yaklaşık %30-%40 aralığında kaldığı görülmektedir. Bu durum uluslararası fuarlardan beklenen fayda düzeyine erişilmesine engel oluşturabilecektir. Zira dolaylı katılımcılar genellikle yabancı firmaların Türkiye'deki bayileri, acenteleri, temsilcilikleri olup ana firmalar olmaksızın fuara katılımları ana firmanın bütün ürün gamının ve yeniliklerinin fuara taşınamaması ve diğer katılımcıların ana firmanın karar vericileri ile doğrudan temas kuramaması riskini beraberinde getirmektedir.
- (105) Türkiye'deki fuarcılık sektörünün gelişimi ile ilgili olarak, yukarıda yer verilen açıklamalar özetlenecek olursa;
- düzenlenen fuar sayısı, katılımcı sayısı, ziyaretçi sayısı ve katılımcılara kiralanan stant alanı büyüklüğündeki istikrarlı artışa istinaden Türk fuarcılık sektörünün büyümekte olan bir sektör olduğu,
  - bu büyümenin yıllar itibarıyla fuar başına düşen ortalama katılımcı ve ziyaretçi sayısı ile katılımcılara kiralanan ortalama stant alanına yansımış olması nedeniyle fuarların daha çok katılımcıyı ve ziyaretçiyi bir araya getiren ve katılımcıların daha büyük alanlarda daha geniş ürün ve hizmet çeşitliliği sunmasına olanak veren bir niteliğe kavuştuğu,

<sup>66</sup> 2018 Uluslararası Fuarcılık Çalıştayı Taslak Raporu (Çalıştay Raporu). Uluslararası Fuarcılık Çalıştayı Ekonomi Bakanlığının koordinasyonu ile 2-3 Nisan 2018 tarihlerinde Ankara'da düzenlenmiştir. Çalıştayı sektör paydaşları ve ilgili kamu kurumları katılım sağlamıştır.

- ancak, fuarlara ilişkin parametreler bakımından sektör ortalamalarının altında olan fuar sayısı dikkate alındığında, katılımcı ve ziyaretçi portföyü bakımından büyük ölçekli olarak kabul edilebilecek fuarların sektör içerisinde küçük bir paya sahip olduğu, bu nedenle fuar sayısı ile toplam katılımcı ve ziyaretçi sayısındaki artışa rağmen sınırlı sayıda fuarda yeterli niteliksel ve niceliksel büyüklüğe ulaşıldığı,
- uluslararası fuarların Türk fuarcılık sektöründeki payının yıllar itibarıyla arttığı, ancak bu artışın yabancı katılımcı ve ziyaretçi sayıları ile yabancı katılımcılara tahsis edilen alan büyüklüğüne yansımalarının görece sınırlı olduğu ve yabancı katılımcıların büyük ölçüde dolaylı yabancı katılımcılardan oluştuğu, bu nedenle uluslararası fuar sayısındaki artışın fuarların niteliğine yansımalarının yetersiz kaldığı

sonuçlarına ulaşılmıştır.

### 3.3.2. Fuarların Konularına İlişkin Bilgiler

(106) Yukarıda ifade edildiği üzere, ihtisas fuarları belli ürün gruplarına ve sektörler odaklanmaktadır. Türkiye'deki ihtisas fuarlarının sektörler göre ayrımı TOBB Yönetim Kurulunun 27.02.2007 tarihli ve 242 sayılı kararına istinaden 30.03.2007 tarihinde yürürlüğe giren Usul ve Esaslar ile birlikte, "Konu Grup Başlığı Kod Numarası Listesi" çerçevesinde yapılmaktadır. Aşağıdaki tabloda TOBB'un mevcut durumda uyguladığı Konu Grup Başlığı Kod Numarası listesine yer verilmektedir:

**Tablo 15: TOBB'un Konu Grup Başlığı Kod Numarası Listesi**

Kod	Konu Grup Başlığı Kod Numarası Listesi
1	Ağaç endüstrisi, orman ürünleri
2	Altın, mücevherat, saat
3	Ambalaj, etiket
4	Av, silah, doğa sporları
5	Bahçe, bahçe mobilyaları, peyzaj, çiçekçilik, süs bitkileri, evcil hayvanlar
6	Balıkçılık, su ürünleri
7	Bebek, çocuk ihtiyaçları
8	Bilgisayar, bilgi teknolojileri, telekomünikasyon
9	Çevre, geri dönüşüm, atık yönetimi, su teknolojileri, belediye, kent mobilyaları
10	Denizcilik, yelkenli ve motorlu deniz araçları ve su sporları
11	Deri teknolojileri, deri ürünleri, deri konfeksiyon, ayakkabı
12	Doğal ürünler, sağlıklı yaşam
13	Eğitim, eğitim ekipmanları ve teknolojileri
14	Elektrik, elektronik, aydınlatma, otomasyon
15	Gayrimenkul
16	Enerji
17	Ev elektroniği, elektrikli ev eşyaları, dayanıklı tüketim malları
18	Ev tekstili, halı

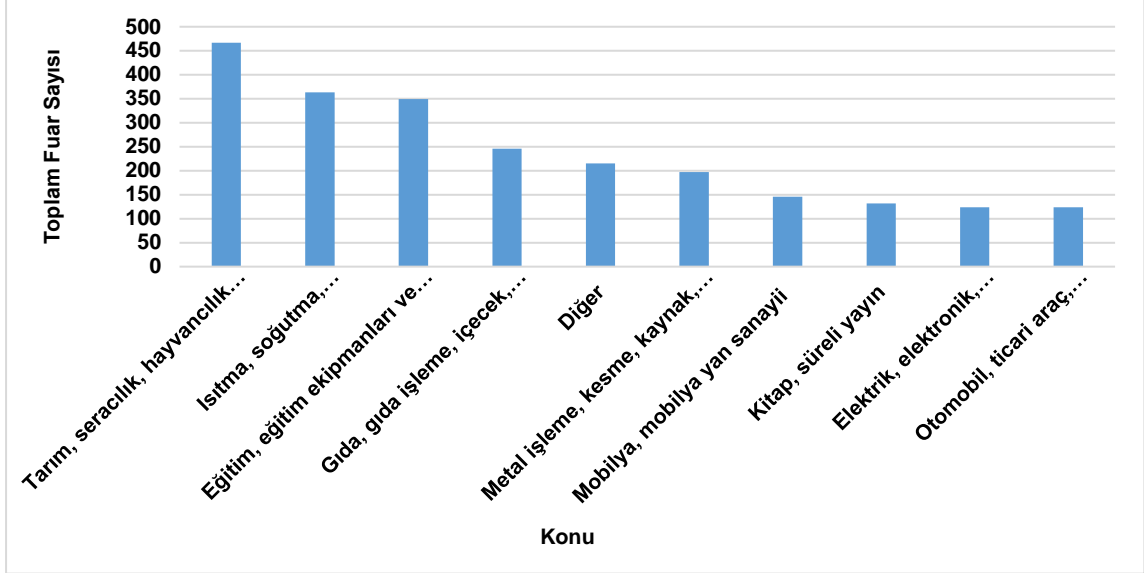
19	Gıda, gıda işleme, içecek, teknoloji ve endüstrileri
20	Güvenlik, yangın
21	Hazır giyim, moda, kumaş, konfeksiyon yan sanayii
22	Hediyelik eşya, el sanatları
23	Isıtma, soğutma, havalandırma, doğalgaz ve sistemleri
23	İnşaat malzemeleri, banyo, mutfak, seramik, nalburiye, hırdavat, tesisat
25	İş ve inşaat makineleri
26	Kalite kontrol ve teknolojileri
27	Kırtasiye, büro malzemeleri
28	Kimya, kimya sanayii, kimyasal ürünler
29	Kitap, süreli yayın
30	Kozmetik, güzellik, estetik, kişisel bakım
31	Lojistik, taşımacılık, depolama, istifleme
32	Maden, madencilik, doğal taşlar, mermer
33	Matbaa makinaları, kağıt ve teknolojileri
34	Metal işleme, kesme, kaynak, akışkan, döküm, kalıp, yan sanayiler
35	Mobilya, mobilya yan sanayii
36	Otel, otel ekipmanları, restoran, havuz, endüstriyel temizlik, bakım/onarım
37	Otomobil, ticari araç, motosiklet, aksesuar, otomotiv yan sanayii, garaj ekipmanları, akaryakıt istasyonları
38	Pazarlama, reklamcılık, bayilik, halkla ilişkiler, promosyon, tasarım, insan kaynakları
39	Perakendecilik, mağaza ekipmanları
40	Sanat
41	Plastik, kauçuk ve endüstrileri
42	Tıp, tıbbi cihazlar, laboratuvar, diş hekimliği, eczacılık, optik
43	Savunma sanayii ve askeri havacılık
44	Sivil havacılık
45	Spor malzemeleri
46	Tarım, seracılık, hayvancılık ve teknolojileri
47	Tekstil, konfeksiyon, örgü, nakış makine ve aksesuarları, iplik
48	Turizm
49	Unlu mamuller ve teknolojileri, dondurma, pasta, şekerleme, değirmen makineleri
50	Züccaciye, porselen, seramik
60	Diğer
62	Genel

Kaynak: TOBB'dan elde edilen bilgi ve belgeler.

- (107) Tablodan da görülebileceği üzere fuarlar ürün ve hizmet türlerine göre 51 farklı konu grubuna ayrılmıştır. Konu grupları sektör açısından özellikle fuar takvimine ekleme ve değişiklik başvurusu aşamasında önem arz etmektedir. Zira ileride açıklanacağı üzere Usul ve Esaslar'ın 15. ve 17. maddeleri uyarınca fuar ekleme ve değişiklik başvurularında aynı konuda yapılan fuarlar arasında belli bir süre

olması öngörülmektedir. Başvuruların aynı konuda olup olmadığının değerlendirilmesinde esas olarak bu liste dikkate alınmaktadır. 2008-2017 döneminde Türkiye’de gerçekleşen fuarlarda öne çıkan ilk on fuar konu grubuna aşağıdaki şekilde yer verilmektedir.

**Şekil 14: En Çok Fuar Düzenlenen İlk 10 Fuar Konu Grubu (2008-2017)**



Kaynak: TOBB verileri çerçevesinde raportörlerce hazırlanmıştır.

- (108) Şekle bakıldığında, 2008-2017 döneminde konu grubuna göre ilk sırada 467 adet fuarla “Tarım, seracılık, hayvancılık ve teknolojileri”nin, ardından 363 adet fuarla “Isıtma, soğutma, havalandırma, doğalgaz ve sistemleri”nin ve 349 adet fuarla “Eğitim, eğitim ekipmanları ve teknolojileri”nin geldiği görülmektedir. İlk üç fuar konu grubu düzenlenen toplam fuarların %26,28’ine; ilk on fuar konu grubu ise %52,66’sına karşılık gelmektedir. Bu veriler çerçevesinde bazı konu gruplarında yıl içerisinde çok sayıda fuar düzenlendiği söylenebilecektir. Rapor’un dördüncü bölümünde ayrıntısına yer verileceği üzere, sektör paydaşlarınca bu durumun bazı sektörler bakımından fuarlardan beklenen faydayı azaltma riski barındırdığı ifade edilmiştir.

### 3.3.3. Fuar Düzenlenebilir Alanlara İlişkin Bilgiler

- (109) Rapor’un ilk bölümünde bahsedildiği üzere, bir fuarın en önemli bileşenlerinden biri fuar alanlarıdır. Türkiye’de fuarcılık sektörüne ilişkin tek düzenleme olan Usul ve Esaslar’da fuar alanlarına yönelik tek hüküm “Fuar Düzenlenebilir Alanlar” başlıklı 7. maddedir. Anılan maddenin ilk fıkrasında fuarların, fuar merkezleri ile aynı maddenin ikinci fıkrasında sayılan özelliklere sahip alanlarda veya fuar düzenlemek amacıyla geçici olarak tanzim edilerek bu özellikleri taşıyor hale getirilecek alanlarda düzenlenebileceği hükme bağlanmıştır. Bu çerçevede fuar merkezi, Usul ve Esaslar’ın ‘Tanımlar’ başlıklı 3. maddesinin (k) bendinde “Uluslararası kabul görmüş fuar merkezlerinin nitelikleri dikkate alınarak, Birlik tarafından belirlenen özelliklere sahip olduğu tespit edilen alanlar” olarak tanımlanmıştır. Fuar merkezlerine ilişkin olarak TOBB tarafından belirlenen özellikler, Usul ve Esaslar’ın 7. maddesinin ikinci fıkrasında yer almaktadır. Buna

göre, fuar düzenlenebilir alanların sahip olması gereken özellikler şöyle sıralanmaktadır<sup>67</sup>:

- a) Ulusal nitelikte fuar düzenlenecek kapalı alanların en az net iki bin, açık alanların en az beş bin metrekare olması,
- b) Uluslararası nitelikte fuar düzenlenecek kapalı alanların en az net üç bin metrekare, açık alanların en az yedi bin metrekare olması,
- c) Kapalı fuar alanlarında taban-tavan mesafesinin en az dört buçuk metre olması,
- ç) Ziyaretçiler için ayrı giriş-çıkış ve acil durum çıkışlarının, sergilenen ürünler için yükleme-boşaltma kapılarının bulunması,
- d) Aydınlatma ve gereğinde güç kullanımı için yeterli kapasitede elektrik donanımının ve temel işlevler için yeterli sayıda jeneratörün bulunması,
- e) Kapalı alanlar için çalışır durumda ısıtma ve havalandırma sistemlerinin bulunması,
- f) İletişim için gerekli araç ve gereçlerle yeterli iletişim alt yapısının bulunması,
- g) Fuar alanına uygun sayıda lavabo ve tuvaletlerin bulunması,
- ğ) İhtiyaç ölçüsünde ibadet alanı, büfe, kafeterya ve lokantanın bulunması,
- h) Düzenleyici ve görevlendireceği personele ait danışma, yönetim, gözetim bürolarının bulunması,
- ı) Güvenlik ve ilk yardım hizmetleri için gerekli ünitelerin bulunması,
- i) Yeterli otopark alanının bulunması,
- j) VIP salonu, konuk ağırlama yerleri, basın odası, seminer salonu gibi yerlerin ve bayrak direklerinin bulunması.

(110) Usul ve Esaslar'ın 7. maddesinin yedinci fıkrası uyarınca fuar merkezlerinin bir liste halinde TOBB'un internet sitesinde duyurulması gerekmektedir. Ayrıca fuar merkezi şartlarına uygun yeni inşa edilmiş alanların da fuar merkezi olarak kabul edilebilmesi için TOBB tarafından değerlendirilmesi, uygun bulunması ve internet sitesinde yayınlanması gerekmektedir<sup>68</sup>. TOBB tarafından uygun bulunan fuar merkezlerinde düzenlenmek üzere yapılan fuar başvurularında, alanın belirtilen şartları taşıyıp taşımadığına ilişkin oda/borsa görüşü aranmamaktadır. TOBB'un sektör incelemesi kapsamında Kurumumuza sunduğu fuar merkezleri listesine<sup>69</sup> göre Türkiye'de 28 ilde "fuar merkezi" niteliğini haiz 52 alan bulunmaktadır. Bu alanlara ilişkin bilgiler aşağıda sunulmaktadır.

---

<sup>67</sup> Usul ve Esaslar'ın 7. maddesinin üçüncü fıkrasında eğitim konulu ihtisas fuarlarının kapalı alanlara ilişkin belirtilen alanların en az yarısı ölçüsündeki alanlarda düzenlenebileceği hüküm altına alınmıştır.

<sup>68</sup> Sektör araştırması kapsamında yapılan incelemelerde TOBB'un internet sitesinde fuar merkezlerine ilişkin bir listeye rastlanmamıştır. Rapor'un devamında sunulacak TOBB fuar merkezleri listesine TOBB ile yapılan yazışmalar sonucunda ulaşılmıştır.

<sup>69</sup> Söz konusu liste Rapor'un devamında 'TOBB Listesi' olarak anılacaktır.

**Tablo 16: TOBB Listesi Çerçevesinde<sup>70</sup> Türkiye'deki Fuar Merkezlerine İlişkin Bilgiler<sup>71</sup> (2017)**

Fuar Merkezi	Bulunduğu İl	Alan Türü <sup>72</sup>	Kapalı Alan (m <sup>2</sup> )	Salon Sayısı-Ort. Yükseklik	Alan Sahibi	Alan İşletmecisi	
<b>100.000 m<sup>2</sup> üzeri</b>							
Tüyap Beylikdüzü Fuar ve Kongre Merkezi	İstanbul	Fuar Merkezi	120.000	14 Salon 7 - 13 m	Tüyap Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş.	Tüyap Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş.	
<b>20.000-100.000 m<sup>2</sup> arası</b>							
İstanbul Fuar Merkezi	1-8 Nolu Salonlar	İstanbul	Fuar Merkezi	81.754	8 Salon 4,6- 9 m	İstanbul Dünya Ticaret Merkezi A.Ş.	CNR Uluslararası Fuarcılık ve Tic. A.Ş.
	9-11 Nolu Salonlar	İstanbul	Fuar Merkezi	15.000	3 Salon 4,6- 9 m	İstanbul Dünya Ticaret Merkezi A.Ş.	İstanbul Dünya Ticaret Merkezi A.Ş.
Fuar İzmir (Gaziemir)	İzmir	Fuar Merkezi	75.126	4 Salon 10 - 14 m	İzmir Büyükşehir Belediyesi	İZFAŞ İzmir Fuarcılık Hizmetleri Kültür ve Sanat İşleri Tic. A.Ş	

<sup>70</sup> Fuar merkezlerine ilişkin TOBB Listesi'nde yer alan 52 alan içerisinde, Usul ve Esaslar'ın 7. maddesindeki "...a) Ulusal nitelikte fuar düzenlenecek kapalı alanların en az net iki bin, açık alanların en az beş bin metrekare olması, b) Uluslararası nitelikte fuar düzenlenecek kapalı alanların en az net üç bin metrekare, açık alanların en az yedi bin metrekare olması..." kriterlerini taşımayan alanların yer alması nedeniyle "Dünyada Fuarcılık Sektörünün Görünümü" başlıklı bölümde yer verilen fuar alanı bilgileriyle tutarlılık arz etmesi amacıyla tabloda yalnızca 5.000 m<sup>2</sup> ve üzeri kapalı alana sahip olan alanlar dikkate alınmıştır. Bu nedenle, TOBB'un fuar merkezleri listesinde yer alan Afyon'da bulunan Afyonkarahisar Belediyesi Fuar Merkezi (3.000 m<sup>2</sup>); Ankara'da bulunan Atatürk Kültür Merkezi (2.400 m<sup>2</sup>); Antalya'da bulunan Cam Piramit Sabancı Kongre ve Fuar Merkezi (3.000 m<sup>2</sup>), Titanic Deluxe Hotel (3.240 m<sup>2</sup>), The Marmara Hotel (1.480 m<sup>2</sup>); Aydın'da bulunan Efes Kongre Merkezi (4.300 m<sup>2</sup>); Çorum'da bulunan Çorum TSO Fuar Alanı (3.950 m<sup>2</sup>); Isparta'da bulunan Süleyman Demirel Kongre ve Sergi Salonu (3.000 m<sup>2</sup>); İstanbul'da bulunan İDTM WOW Kongre ve Sergi Merkezi (3.500 m<sup>2</sup>), Hilton Sergi ve Kongre Merkezi (2.819 m<sup>2</sup>), Grand Cevahir Otel ve Kongre Merkezi (2.500 m<sup>2</sup>), Dedeman Bostancı Hotel ve Convention Center (1.500 m<sup>2</sup>), The Green Park Hotel & Convention Center (3.335 m<sup>2</sup>), Intercontinental İstanbul Hotel (1.217 m<sup>2</sup>); İzmir'de bulunan Tepekule Kongre ve Sergi Merkezi (4.800 m<sup>2</sup>); Kahramanmaraş'ta bulunan Kahramanmaraş Fuar Merkezi (3.208 m<sup>2</sup>); Malatya'da bulunan Mişmişpark Fuar Alanı (3.500 m<sup>2</sup>); Manisa'da bulunan Manisa Belediyesi Fuar Merkezi (3.000 m<sup>2</sup>); Trabzon'da bulunan Trabzon Dünya Ticaret Merkezi (3.750 m<sup>2</sup>) tabloda yer almamıştır. Böylece TOBB listesi çerçevesinde Türkiye'deki fuar merkezi sayısı 33'e, il sayısı ise 20'ye inmiştir.

<sup>71</sup> İnceleme sürecinde TOBB Listesi'nin güncel olmadığı, Liste'de yer alan verilerin paydaşlardan alınan ve uluslararası kaynaklarda yer alan bilgilerle örtüşmediği tespit edilmiştir. Bu nedenle söz konusu tablo hazırlanırken TOBB verilerinin UFI ve fuar alanı malikinin/işletmecisinin verileri ile uyumsuzluğu halinde UFI ve fuar alanı malikinin/işletmecisinin verileri esas alınmıştır.

<sup>72</sup> Mevzuatta alan türüne ilişkin bir ayırım yapılmamış olmakla birlikte, değerlendirmelerde ihtiyaç duyulması nedeniyle raportörler tarafından belirlenmiştir. Özellikle fuar düzenlemek amacıyla inşa edilmiş ve 5.000 m<sup>2</sup> üzeri alanlar fuar merkezi olarak dikkate alınmıştır. Özellikle fuar düzenlemek amacıyla inşa edilmiş ve 5.000 m<sup>2</sup> altındaki alanların türü ise fuar alanı olarak belirlenmiştir. Marina, üniversite, spor tesisi gibi alanlar diğer kategorisinde değerlendirilmiştir. Alan türüne ilişkin bu ayırım kapsamında fuar merkezi olarak nitelendirilen alanların TOBB tarafından fuar merkezi olarak nitelendirilen alanlarla karıştırılmaması gerekmektedir. İşbu Rapor kapsamında TOBB tarafından fuar merkezi olarak nitelendirilen alanlardan bahsedildiğinde TOBB Listesi kavramı esas alınacaktır.

KTO Tüyap Konya Fuar Merkezi	Konya	Fuar Merkezi	66.000	7 Salon 12 m	Konya Ticaret Odası	Tüyap Konya Fuarcılık Yapım A.Ş.
Antalya Fuar Merkezi	Antalya	Fuar Merkezi	40.000	4 Salon 9 m	Anfaş Antalya Fuarcılık İşletme ve Yatırım A.Ş.	Anfaş Antalya Fuarcılık İşletme ve Yatırım A.Ş.
Tüyap Bursa Fuar ve Kongre Merkezi	Bursa	Fuar Merkezi	40.000	6 Salon 8 - 10 m	1-Bursa Büyükşehir Belediyesi 2-Bursa Ticaret ve Sanayi Odası	Tüyap Bursa Fuarcılık A.Ş.
Ortadoğu Fuar Merkezi	Gaziantep	Fuar Merkezi	29.000	3 Salon 11 - 13 m	Gaziantep Ortadoğu Fuarcılık A.Ş.	Gaziantep Ortadoğu Fuarcılık A.Ş.
Kocaeli BB Fuar Merkezi	Kocaeli	Fuar Merkezi	26.000	2 Salon 12,5 m	Kocaeli Büyükşehir Belediyesi	Kocaeli Fuar Müdürlüğü
Uluslararası İzmir Fuar Alanı (Kültürpark) <sup>73</sup>	İzmir	Fuar Merkezi	23.750	5 Salon 6 - 13 m	İzmir Büyükşehir Belediyesi	İZFAŞ İzmir Fuarcılık Hizmetleri Kültür ve Sanat İşleri. Tic. A.Ş
<b>5.000-20.000 m<sup>2</sup> arası</b>						
Pullman Convention Center	İstanbul	Otel	16.000	7 Salon 2,85 - 16 m	Ersa İnş. Proje Turizm San. ve Tic. A.Ş.	Ersa İnş. Proje Turizm San. ve Tic. A.Ş.
İstanbul Kongre Merkezi	İstanbul	Kongre Merkezi	14.576	5 Salon 6 m	İstanbul Büyükşehir Belediyesi	Fine Ekopark Maçka Adi Ortaklığı
Tüyap Adana Fuar ve Kongre Merkezi	Adana	Fuar Merkezi	13.500	2 Salon 13 m	Çukurova Fuarcılık A.Ş.	Tüyap Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş.
ATO Kongre Merkezi Sergi Salonları	Ankara	Kongre Merkezi	10.400	2 Salon 8 m	Ankara Ticaret Odası	GL Events Fuarcılık A.Ş.
Kırşehir Kapalı Teşhir Salonu	Kırşehir	Fuar Alanı	10.000	- 5,5 m	Kırşehir Belediyesi	Kırşehir Ticaret ve Sanayi Odası
Tüyap Diyarbakır Fuar ve Kongre Merkezi	Diyarbakır	Fuar Merkezi	10.000	3 Salon 9 -12 m	Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası	Tüyap Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş.
Sütlüce Haliç Kongre ve Kültür Merkezi	İstanbul	Kongre Merkezi	9.200	7 Salon 3 – 6,5 m	İstanbul Büyükşehir Belediyesi	Haliç Kongre Merkezi İşletmeleri A.Ş.
Kayseri Dünya Ticaret Merkezi	Kayseri	Fuar Merkezi	8.400	2 Salon 6 - 13 m	İstanbul Dünya Ticaret Merkezi A.Ş.	İstanbul Dünya Ticaret Merkezi A.Ş.
Samsun Fuar ve Kongre Merkezi	Samsun	Fuar Merkezi	8.080	2 Salon -	Samsun FKM Samsun Fuar ve Kongre Merkezi İşletme A.Ş.	Tüyap Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş.
Denizli EGS Fuar Merkezi	Denizli	Fuar Merkezi	7.950	2 Salon 8 m	Denizli Büyükşehir Belediyesi	Denizli Büyükşehir Belediyesi

<sup>73</sup> Uluslararası İzmir Fuar Alanı (Kültürpark), Mart 2015'te Fuar İzmir'in faaliyete geçmesiyle birlikte fuar alanı olarak tahsis edilmemektedir. Bu alanda yalnızca İzmir Enternasyonal Fuarı düzenlenmekte olup, alan İzmir Büyükşehir Belediyesi İzmir Kültürpark Çevre Düzenleme Revize Projesi sonrası şekil değiştirecektir.

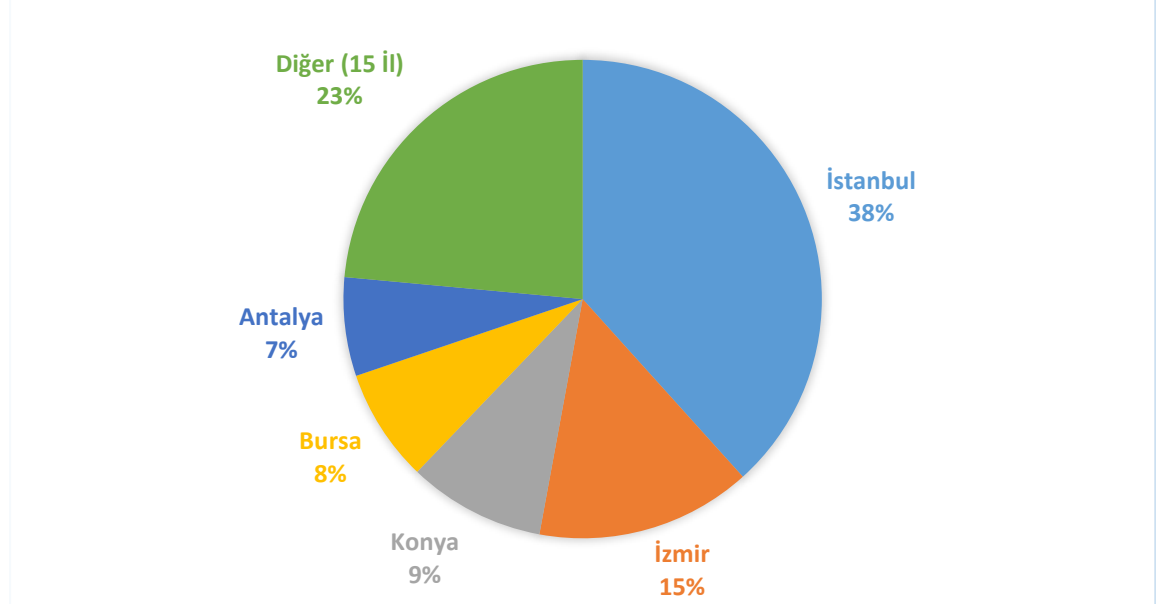


Kırıkkale Kapalı Teşhir Salonu	Kırıkkale	Fuar Alanı	7.818	- 6,5 m	Kırıkkale Ticaret ve Sanayi Odası	Kırıkkale Ticaret ve Sanayi Odası
ANFA Altınpark Fuar Merkezi	Ankara	Fuar Merkezi	7.700	2 Salon 4 – 8,80 m	Ankara Büyükşehir Belediyesi	ANFA Ankara Altınpark İşletmeleri Ltd. Şti.
Merinos Atatürk Kongre ve Kültür Merkezi	Bursa	Kongre Merkezi	7.600	4 Salon 9,2 m	Bursa Büyükşehir Belediyesi	Bursa Büyükşehir Belediyesi
Maritim Pine Beach Antalya	Antalya	Otel	7.520	3 Salon 3,5 - 7 m	Turka Otelcilik Turizm ve Tic. A.Ş.	Turka Otelcilik Turizm ve Tic. A.Ş.
Gökkubbe Fuar Merkezi	Isparta	Fuar Merkezi	7.500	-	Isparta Belediyesi	Isparta Belediyesi
Kültürpark Fuar Alanı	Bursa	Fuar Merkezi	6.870	4 Salon 3 – 11 m	İnegöl Belediyesi	İnegöl Belediyesi
Lütfi Kırdar Kongre Merkezi Rumeli Sergi Salonu	İstanbul	Kongre Merkezi	6.000	2 Salon 3,9 – 6,2 m	UKTAŞ Uluslararası Kongre Sarayı Tesisleri İşletmeciliği Tic. A.Ş.	UKTAŞ Uluslararası Kongre Sarayı Tesisleri İşletmeciliği Tic. A.Ş.
Adıyaman Fuar ve Kongre Merkezi	Adıyaman	Fuar Merkezi	5.650	- 15 m	Adıyaman Ticaret ve Sanayi Odası	Medya Trend Fuarcılık San. ve Tic. Ltd. Şti.
Mersin Yenişehir Belediyesi Fuar Alanı	Mersin	Fuar Merkezi	5.650	3 Salon 11 m	Mersin Yenişehir Belediyesi	Forza Fuarcılık Ve Org. Hiz. A.Ş.
Feshane Fuar Kongre ve Kültür Merkezi	İstanbul	Kongre Merkezi	5.400	2 Salon 5,25 m	İstanbul Büyükşehir Belediyesi	BELTUR A.Ş.
Hilton Bomonti Uluslararası Kongre ve Turizm Merkezi	İstanbul	Otel	5.150	4 Salon 3,5 – 9,5 m	Hilton Bomonti Uluslararası Kongre ve Turizm Yatırımları Tic. A.Ş.	Hilton Bomonti Uluslararası Kongre ve Turizm Yatırımları Tic. A.Ş.
Yozgat TSO Fuar Alanı	Yozgat	Fuar Alanı	5.050	Tek Salon 17 m	Yozgat Ticaret ve Sanayi Odası	Yozgat Ticaret ve Sanayi Odası
Gölpark Menemen Rekreasyon Alanı	İzmir	Diğer	5.000	- 6,5 m	Menemen Belediyesi	Menemen Belediyesi
Kütahya Belediyesi Fuar Alanı	Kütahya	Fuar Alanı	5.000	Tek Salon 6,2 m	Kütahya Belediyesi	Kütahya Belediyesi

Kaynak: TOBB, UFI ve inceleme kapsamında elde edilen bilgiler.

- (111) Tablodan görüldüğü üzere, hâlihazırda Türkiye'deki 20 ilde kapalı alanı 5.000 m<sup>2</sup> üzerinde olan toplam 33 adet fuar merkezi bulunmakta olup bunların alan büyüklüğü toplamı 712.644 m<sup>2</sup>'ye ulaşmaktadır<sup>74</sup>. Mevcut durumda faaliyet göstermeyen İzmir Kültürpark'ın dâhil edilmemesi durumunda Türkiye'deki fuar düzenlenebilen alanlar 688.894 m<sup>2</sup> kapalı alana düşmektedir. Tablodaki fuar merkezlerinin arasında münhasıran fuar ya da benzeri etkinlikler düzenlenmek üzere inşa edilen yapılar olduğu gibi kongre merkezleri ve oteller de bulunmaktadır. TOBB Listesi'ndeki bu fuar merkezleri arasında en büyük kapalı alana sahip olan ilk beş fuar merkezi sırasıyla Tüyap Beylikdüzü Fuar ve Kongre Merkezi, İstanbul Fuar Merkezi, Fuar İzmir, KTO Tüyap Konya Fuar Merkezi ve Antalya Fuar Merkezi/Tüyap Bursa Fuar ve Kongre Merkezi<sup>75</sup> iken bu fuar merkezlerinden sadece Tüyap Beylikdüzü Fuar ve Kongre Merkezi 100.000 m<sup>2</sup> üzeri kapalı alana sahip olup Türkiye'deki toplam fuar alanlarının yaklaşık %17'si kadardır. Orta ölçekli fuar merkezlerine baktığımızda ise, 20.000-100.000 m<sup>2</sup> kapalı alana sahip olan alanlar toplam fuar merkezlerinin %55,66'sı ile yaklaşık yarısını oluşturmaktadır. Diğer yandan 24 fuar merkezi 20.000 m<sup>2</sup>'nin altında alana sahiptir<sup>76</sup>.
- (112) Yukarıdaki tabloda yer verilen fuar merkezlerinin kapalı alanlarının şehirlere göre dağılımına ise aşağıdaki şekilde yer verilmektedir.

Şekil 15: Türkiye'deki Fuar Merkezlerinin Kapalı Alan Büyüklüklerinin İllere Göre Dağılımı (2017)



Kaynak: TOBB verileri çerçevesinde raportörlerce hazırlanmıştır.

<sup>74</sup> Türkiye'deki fuar merkezi sayısına ve fuar alanı büyüklüğüne ilişkin olarak TOBB listesi esas alınarak sunulan bu bilgiler Rapor'un ikinci bölümünde aktarılan UFI verilerinden farklılaşmaktadır. Bu farklılığın nedeni UFI'nin TOBB Listesi'nde yer alan tüm alanları raporlarına dâhil etmemiş olmasıdır.

([http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2018/01/UFI\\_World\\_Map\\_of\\_Venues\\_2017\\_revJan18-1.pdf](http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2018/01/UFI_World_Map_of_Venues_2017_revJan18-1.pdf), Erişim Tarihi: 18.05.2018)

<sup>75</sup> Antalya Fuar Merkezi ve Tüyap Bursa Fuar ve Kongre Merkezi m<sup>2</sup> bazında eşit büyüklükte alana sahip olduğundan listenin beşinci sırasında bu merkezlere birlikte yer verilmiştir.

<sup>76</sup> TOBB tarafından fuar merkezlerinin faaliyete başlama ve faaliyetlerini sona erdirmeye tarihleri ile kapasite artışlarına ilişkin kayıt tutulmadığından Türkiye'deki toplam kapalı alan büyüklüğünün yıllara göre değişimini vermek mümkün olmamıştır.

- (113) Şekil incelendiğinde, fuar merkezine sahip 20 il içerisinde %38'lik pay ile İstanbul'un ilk sırada yer aldığı, ilk beş ilin ise toplam %77'lik paya sahip olduğu görülmektedir. Bu anlamda, fuar alanlarının İstanbul başta olmak üzere beş ilde yoğunlaştığı söylenebilecektir. Şekildeki veriler incelendiğinde bu beş il içerisinde Ankara'nın yer almadığı dikkat çekmektedir.
- (114) Tablo 16 çerçevesinde, fuar merkezlerinin malikleri incelendiğinde oteller ve TÜYAP Beylikdüzü Fuar ve Kongre Merkezi dışında kalan merkezlerin tümünün kamu kurum ve kuruluşları ile kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarına ya da bunların sahip olduğu şirketlere ait olduğu görülmektedir. Fuar merkezi inşa edilebilecek konumdaki ve büyüklükteki arsa maliyetlerinin yüksekliği, gerekli fiziksel ve altyapısal donanımına sahip fuar merkezlerinin inşa maliyetlerinin yüksekliği, fuar merkezi yatırımlarının geri dönüş süresinin uzun olması, bir fuar merkezinin etkin şekilde faaliyet gösterebilmesi için ulaşım, konaklama gibi altyapı imkânları ile diğer sosyal imkânların geliştirilmesinde yerel yönetimlerin koordinasyonuna ihtiyaç duyulması fuar merkezlerinin mülkiyetinin bu şekilde olmasında rol oynayan başlıca etkenler olarak ortaya çıkmaktadır.
- (115) Türkiye'de mevcut fuar merkezlerinin işletmecileri incelendiğinde fuar merkezlerinin bir kısmının malikleri tarafından değil, kira sözleşmeleri, intifa hakkı sözleşmeleri gibi çeşitli uzun süreli sözleşmeler marifetiyle üçüncü kişiler tarafından işletilmekte olduğu görülmektedir. Alan malikleri bu durumun nedenini genel olarak, fuarcılık sektörünün belli bir uzmanlaşma gerektirmesi, fuar alanı işletmeciliğinin sürekli uzman personel istihdam eden fuarcılık alanında ihtisaslaşmış alan işletmecileri tarafından yapılmasının fayda sağlaması, fuar merkezleri bünyesinde yerel yönetimlerin buna yönelik uzman personel istihdam etmesi durumunda fuar merkezinin boş kaldığı zamanlarda bu personelin atılacak olması nedeniyle kaynak israfına yol açması, kiralayan fuarcılık şirketine sözleşmeyle her yıl belli sayıda fuar düzenlemesi yükümlülüğü getirilerek alanın daha etkin kullanımının sağlanması, yatırım ve bakım-onarım giderlerinin kısmen kiralayan şirkete yüklenmesinin yatırımın finansmanını kolaylaştırması olarak açıklamaktadır.
- (116) Fuar düzenlenebilir alanların ikinci kategorisi olan ve TOBB listesinde yer almamakla birlikte yukarıda sayılan özellikleri taşıyan alanlarda düzenlenecek fuarlar bakımından ise fuarın düzenleneceği alanın Usul ve Esaslar'ın 7. maddesinin ikinci fıkrasında belirtilen şartları taşıyıp taşımadığının fuar düzenleme başvurusunu alan oda/borsa tarafından tetkik edilmesi, buna ilişkin oda/borsa görüşünün fuar başvurusu ile birlikte TOBB'a iletilmesi ve TOBB tarafından uygun bulunması şartı aranmaktadır. 2005-2017 döneminde yapılan fuarlara ilişkin bilgiler incelendiğinde bu kategoride yer alan alanların içinde ağırlıklı kongre ve kültür merkezleri ile otellerin bulunduğu anlaşılmıştır.
- (117) Geçici alanlar ise, alan işletmecisi ile anlaşılması ve söz konusu alanlarda TOBB tarafından belirlenen kriterlerin nasıl yerine getirileceğine ilişkin bütün bilgi ve çizimleri ayrıntılı biçimde içeren bir projenin fuar başvurusu belgeleri ekinde sunulması ve TOBB tarafından fuarın niteliği de dikkate alınarak uygun bulunması

koşuluyla fuar düzenlenebilir alan olarak kullanılabilir. Geçici alanlar genel olarak, açık alanların çadır, geçici konstrüksiyon vs. ile kapatılması ve seyyar altyapı unsurlarının kurulmasıyla oluşturulmaktadır. Geçici alanların kullanımına yönelik TOBB izni her bir fuar özelinde alınmaktadır.

- (118) 2008-2017 döneminde yapılan fuarlara ilişkin bilgiler incelendiğinde yapılan fuarların farklı türdeki alanlar arasındaki dağılımının aşağıdaki gibi olduğu görülmektedir.

**Tablo 17: Türkiye’de Düzenlenen Fuarların Alan Türlerine Göre Dağılımı (2008-2017)<sup>77</sup>**

Yıl	Fuar Merkezi	Kongre Merkezi	Kültür Merkezi	Fuar Alanı	Otel	Açık Alan	Diğer	Toplam Fuar
2008	304	32	13	35	23	13	10	431
2009	251	32	10	32	28	10	7	367
2010	244	34	9	37	27	9	12	369
2011	291	42	11	30	34	11	7	422
2012	253	57	14	40	27	14	8	409
2013	250	70	7	33	28	7	11	407
2014	231	77	9	44	31	9	9	406
2015	229	88	9	47	38	9	2	419
2016	232	84	10	56	37	10	6	426
2017	242	81	3	86	44	14	5	475
<b>Toplam</b>	<b>2.527</b>	<b>597</b>	<b>95</b>	<b>440</b>	<b>317</b>	<b>106</b>	<b>80</b>	<b>4.131</b>

Kaynak: TOBB verileri çerçevesinde raportörlerce hazırlanmıştır.

- (119) Yukarıdaki Tablo 17 incelendiğinde, 2008-2017 yılları arasında düzenlenen fuarların önemli bir kısmının fuar merkezlerinde gerçekleştirildiği; ancak, 2008 yılında fuar merkezlerinin payının %70’lerde seyrederken bu yıldan sonra azalış göstermeye başlayarak 2017 yılında yaklaşık %50,95 seviyesine indiği görülmektedir. Bu bakımdan, fuar merkezleri gerçekleştirilen fuarların önemli bir kısmına ev sahipliği yapmaya devam ederken diğer fuar alanlarının da ön plana çıkmaya başladığı söylenebilecektir. Bu durum farklı nitelikteki yeni alanların yapılmasına ya da fiyat, konum, ihtiyaca yanıt verememe gibi diğer nedenlerle fuar merkezlerinin daha az tercih edilir olmasına bağlanabilecektir.
- (120) Fuar düzenlenebilen diğer alanlara bakıldığında ise kongre merkezlerinde gerçekleştirilen fuar sayısındaki artış dikkat çekmektedir. Nitekim 2008 yılında gerçekleştirilen fuarların yaklaşık %7,42’sine ev sahipliği yapan kongre merkezlerinin payı günümüzde yaklaşık %17-%19 seviyesine ulaşmıştır. Kongre merkezlerinin ardından sayısında artış görülen diğer alanların ise fuar alanları ve oteller olduğu görülmektedir. Öte yandan açık alan, marina, spor salonları, üniversiteler gibi diğer alanlarda gerçekleştirilen fuarlar ise oldukça az sayıda kalmaktadır.

<sup>77</sup> Fuar alanlarının türlerine göre ayırımına ilişkin açıklamalar için bkz. Dipnot 72.

### 3.3.4. Fuarların Coğrafi Dağılımına İlişkin Bilgiler

- (121) Türkiye'deki fuar merkezlerinin şehirlere göre dağılımına ilişkin bilgilere bir önceki bölümde yer verilmiş idi. Bununla birlikte, fuar merkezleri dışında kalan diğer fuar düzenlenebilir alanların varlığı ve fuarcılık sektörünün dinamikleri çerçevesinde fuar merkezlerinin şehirlere göre dağılımının fuarların coğrafi dağılımına ilişkin bilgi sağlamak noktasında yetersiz kaldığı değerlendirilmektedir. Bu çerçevede 2008-2017 döneminde Türkiye'de düzenlenen fuarların illere göre dağılımı aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

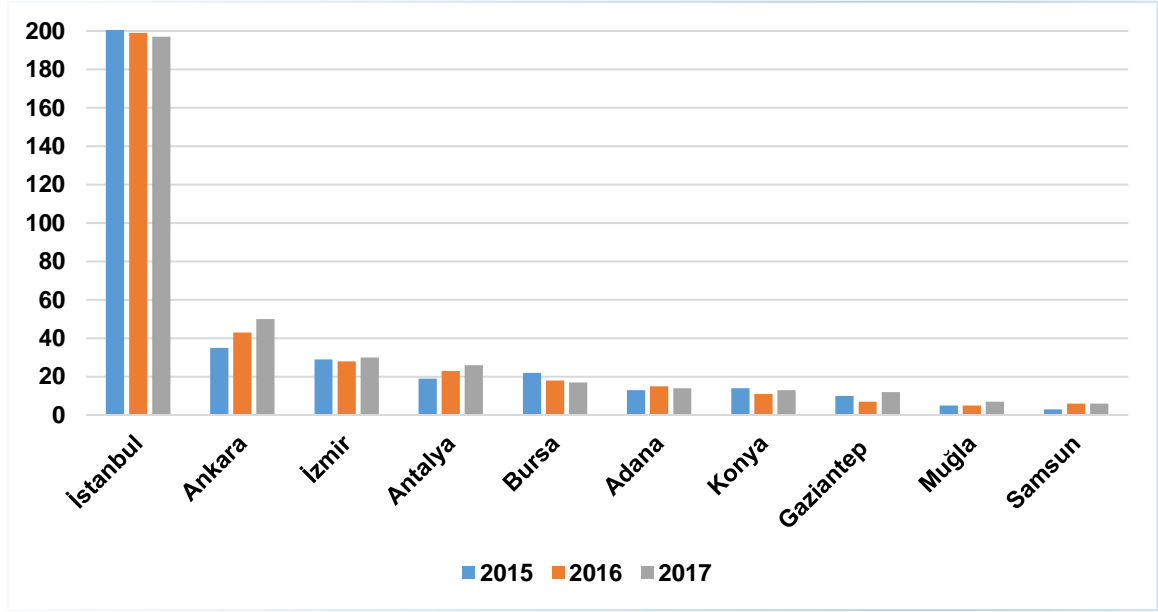
**Tablo 18: Türkiye'de Düzenlenen Fuarların Şehirlere Göre Dağılımı (2008-2017)**

Fuarın Düzenlendiği İl	Fuar Sayısı	Oran (%)	Katılımcı Sayısı	Oran (%)	Ziyaretçi Sayısı	Oran (%)	Kiralanan Toplam Stant (m <sup>2</sup> )	Oran (%)
İstanbul	1.927	46,65	358.333	60,40	53.808.808	34,55	15.130.357	55,95
Ankara	311	7,53	25.864	4,36	5.751.927	3,69	1.293.770	4,78
İzmir	276	6,68	59.498	10,03	22.401.440	14,38	2.405.568	8,90
Bursa	225	5,45	26.620	4,49	13.918.529	8,94	1.347.716	4,98
Antalya	218	5,28	22.273	3,75	5.258.037	3,38	1.036.929	3,83
Adana	148	3,58	11.215	1,89	8.770.164	5,63	444.024	1,64
Konya	131	3,17	12.970	2,19	5.067.055	3,25	578.175	2,14
Gaziantep	98	2,37	11.250	1,90	2.239.623	1,44	726.227	2,69
Muğla	64	1,55	4.255	0,72	1.815.369	1,17	208.131	0,77
Diyarbakır	63	1,53	4.154	0,70	2.742.033	1,76	160.920	0,60
Diğer (48 İl)	673	16,29	56.789	9,57	33.979.735	21,82	3.709.535	13,72
<b>Toplam</b>	<b>4.134</b>	<b>100,00</b>	<b>593.221</b>	<b>100,00</b>	<b>155.752.720</b>	<b>100,00</b>	<b>27.041.352</b>	<b>100,00</b>

Kaynak: TOBB verileri çerçevesinde raporörlerce hazırlanmıştır.

- (122) Yukarıdaki tablodan görüldüğü üzere ilgili dönemde ülkemizde düzenlenen fuarların sayıca %46,65'i, katılımcı sayısı bakımından %60,40'ı, ziyaretçi sayısı bakımından %34,55'i İstanbul'da düzenlenmektedir. Katılımcılara kiralanan toplam stant alanı büyüklüğü bakımından ise, İstanbul'un payı %55,95 olmuştur. İstanbul'dan sonra en çok fuar düzenlenen ve ilk beş içerisinde olan illerin Ankara, İzmir, Bursa ve Antalya olduğu görülmektedir. Ancak bu illerin fuar sayısı bakımından paylarının %5-%8 arasında; katılımcı sayısı bakımından %3-%11 arasında; ziyaretçi sayısı bakımından %3-%15 arasında; kiralanan stant alanı bakımından ise %3-%9 arasında kaldığı görülmektedir. Geriye kalan illerin ise genel olarak payı %5'in altında kalmaktadır. Ankara fuar alanı büyüklüğü bakımından ilk beş il içerisinde yer almazken fuar sayısı, katılımcı sayısı ve kiralanan stant alanı büyüklüğünde ilk beşte yer almaktadır.
- (123) 2008-2017 dönemindeki tüm fuarlar için ortaya konan bu durumu son yıllar bakımından daha ayrıntılı incelemek ve illerin sektörden aldığı payın gelişimini görmek adına Türkiye'de son üç yılda düzenlenen fuarların şehirler arasındaki oransal dağılımını gösteren şekle aşağıda yer verilmektedir:

Şekil 16: Fuarların Şehirlere Göre Dağılımı (2015-2017)



Kaynak: TOBB verileri çerçevesinde raportörlerce hazırlanmıştır.

- (124) Şekilde, yıllar itibarıyla en çok fuar düzenlenen iller sıralamasında değişiklikler gözlenmediği, 2015-2017 döneminde İstanbul ve Bursa'da düzenlenen fuar sayısının azalmaya başladığı, diğer yandan, Ankara'da ve Antalya'da düzenlenen fuar sayısında ise yükseliş olduğu dikkat çekmektedir. Öte yandan ilk on içerisinde yer alan diğer illerdeki fuar sayısında istikrarlı bir artıştan ya da azalıştan veya önemli bir değişiklikten bahsedilememektedir.
- (125) İstanbul'un fuarcılık sektöründe öne çıkan bu konumu, uluslararası fuarlar bakımından daha da çarpıcı hale gelmektedir. Aşağıdaki tabloda 2008-2017 döneminde Türkiye'de düzenlenen uluslararası fuarların illere göre dağılımına yer verilmektedir.

Tablo 19: Türkiye'de Düzenlenen Uluslararası Fuarların Şehirlere Göre Dağılımı (2008-2017)

Fuarın Düzenlendiği İl	Fuar Sayısı	Oran (%)	Katılımcı Sayısı	Oran (%)	Ziyaretçi Sayısı	Oran (%)	Kiralanan Toplam Stant (m <sup>2</sup> )	Oran (%)
İstanbul	804	74,24	245.768	76,93	33.866.710	56,13	10.636.440	74,68
İzmir	63	5,82	30.043	9,40	16.738.238	27,74	1.414.762	9,93
Ankara	61	5,63	7.898	2,47	1.512.676	2,51	634.179	4,45
Antalya	55	5,08	11.689	3,66	1.596.882	2,65	552.986	3,88
Bursa	39	3,60	6.882	2,15	3.799.224	6,30	424.677	2,98
Diğer (10 il) <sup>78</sup>	61	5,63	17.194	5,38	2.818.933	4,67	579.874	4,07
Toplam <sup>79</sup>	1.083	100,00	319.474	100,00	60.332.663	100,00	14.242.918	100,00

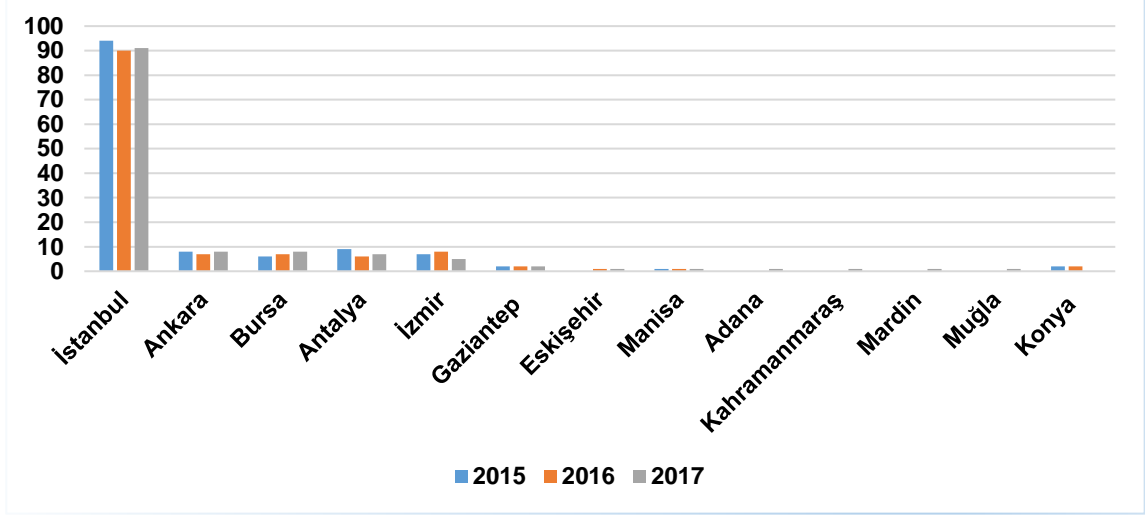
Kaynak: TOBB verileri çerçevesinde raportörlerce hazırlanmıştır.

<sup>78</sup> Diğer 10 il içerisinde fuar sayısı bakımından sırasıyla Gaziantep, Mersin, Konya, Muğla, Trabzon, Manisa, Eskişehir, Adana, Kahramanmaraş ve Mardin yer almaktadır.

<sup>79</sup> 2008-2017 döneminde düzenlenen toplam uluslararası fuar sayısı 1.210 olmasına karşın TOBB'dan elde edilen bilgiler kapsamında fuarın düzenlendiği il verisine ulaşılabilen 1.083 fuar olduğundan toplam fuar sayısı bu tabloda 1.083 olarak ele alınmıştır.

- (126) İnceleme döneminde uluslararası fuarların düzenlendiği il sayısı 15 ile sınırlı kalmıştır. Bu 15 il içerisinde İstanbul'un ziyaretçi sayısı dışındaki diğer parametreler bakımından uluslararası fuarların yaklaşık dörtte üçüne ev sahipliği yaptığı görülmektedir. İstanbul'un ardından genel olarak İzmir, Ankara, Antalya ve Bursa gelmektedir. İlk beş ilde gerçekleştirilen uluslararası fuar sayısı Türkiye'deki tüm uluslararası fuarların yaklaşık %95'i seviyesinde seyretmektedir.
- (127) Uluslararası fuarların coğrafi dağılımında son yıllarda gerçekleşen değişiklikleri göstermek adına Türkiye'de son üç yılda düzenlenen uluslararası fuarların şehirler arasındaki oransal dağılımını gösteren şekle aşağıda yer verilmektedir<sup>80</sup>:

**Şekil 17: Uluslararası Fuarların Şehirlere Göre Dağılımı (2015-2017)**



Kaynak: TOBB verileri çerçevesinde raportörlerce hazırlanmıştır.

- (128) Şekil incelendiğinde ilk göze çarpan husus daha önce uluslararası fuar düzenlenmemiş olan Eskişehir'de 2016 yılından itibaren; Adana, Kahramanmaraş ve Mardin'de ise 2017 yılına gelindiğinde uluslararası fuar düzenlenmiş olmasıdır. Bu anlamda, uluslararası fuar düzenlenen il sayısında artışların yaşandığı söylenebilecektir. Yine Şekil 17'ye bakıldığında, genel olarak, 2015-2017 döneminde istikrarlı bir artış-azalıştan bahsetmenin mümkün olmadığı görülmektedir. Bu durumun ise büyük çaplı fuarların tekrarlanma süresinin iki yıl ve üstü periyotlarda olmasından kaynaklanabileceği düşünülmektedir.
- (129) Sektör incelemesi çerçevesinde edinilen bilgilerden fuar yapılacak il/bölge belirlenirken en önemli kriterin fuarın ilgili olduğu sektörde faaliyet gösteren firmaların coğrafi konumu olduğu anlaşılmıştır. Sektör paydaşları bu bağlamda, İstanbul'un özellikle uluslararası fuarlar bakımından öne çıkan konumunu öncelikle, çevresiyle birlikte İstanbul'un, ekonomik faaliyetlerin en yoğun ve çeşitli olduğu şehir olmasına bağlamaktadır. Bunun yanı sıra, sahip olduğu ticaret hacmi, nüfus yoğunluğu, yurt içi ve yurt dışı ulaşım olanakları, şehir içinde fuar merkezlerine ulaşım ve konaklama imkânları, sosyal, tarihi ve kültürel yapı, ürün

<sup>80</sup> Sektör incelemesi kapsamında yapılan incelemelerde, söz konusu illerde düzenlenen ve TOBB verileri çerçevesinde uluslararası olarak nitelendirilen fuarların bir kısmının Usul ve Esaslar'ın 6. maddesinin ilk fıkrasında yer alan "uluslararası" fuar olma kriterlerini karşılamadığı anlaşılmıştır. Bununla birlikte Rapor kapsamında sektöre ilişkin toplu veri sağlanabilen tek kaynak olan TOBB verileri esas alınmıştır.

taşınmasına yönelik lojistik imkânlar, fuar merkezlerinin büyüklüğü ve niteliği de İstanbul'un Türkiye'nin en önemli fuar şehri olmasında etkili olan unsurlar olarak görülmektedir.

- (130) Yukarıda yapılan açıklamalar çerçevesinde, illerdeki fuar alanı büyüklükleriyle fuar sayısının ve büyüklüklerinin genel olarak uyumlu olduğu söylenebilecektir. Ancak Ankara, fuar alanı büyüklüğü bakımından ilk beş il içerisinde yer almazken fuar sayısı, katılımcı sayısı ve kiralanan stant alanı büyüklüğünde ilk beşte yer aldığından bu duruma istisna teşkil etmektedir. Bu durumun sonucu olarak Ankara'da, nitelikli fuar alanı taleplerinin karşılanması noktasında sorun yaşanabileceği öngörülmektedir.

### 3.3.5. Fuar Düzenleyicilerine İlişkin Bilgiler

- (131) Fuar düzenleyicisi, Usul ve Esasların 3. maddesinin (d) bendinde *“Yurt içinde fuar düzenleme yetki belgesine sahip anonim veya limited şirketler”* olarak tanımlanmıştır. Yetki belgesi ise (f) bendinde *“Birlik tarafından bu Esaslarda öngörülen şartları yerine getiren şirketlere verilen yurt içinde fuar düzenleme yetki belgesi”* olarak tanımlanmıştır.
- (132) Fuar düzenleyicisi yetki belgesi başvurusu yapan firmalarda aranacak şartlar Usul ve Esaslar'ın 8. maddesi çerçevesinde belirlenmiştir. Buna göre, yetki belgesi başvurusunda bulunabilmek için, şirketlerin

- anonim veya limited şirket şeklinde kurulmuş olması,
- şirket ana sözleşmelerinde münhasıran fuarcılık faaliyetinde ve bu faaliyetin tanıtımı amacıyla her türlü yayıncılık, reklamcılık ve organizasyon işleriyle, fuar konusuyla ilgili olması kaydıyla kongre, seminer, sempozyum ve benzeri faaliyetlerde bulunulacağına belirtilmiş olması ve bu faaliyetler dışında kalan iş konularının ana sözleşmelerinde yer almaması,
- en az iki yüz elli bin Türk Lirası ödenmiş sermayeye sahip bulunması ve bu sermayeyi özvarlığı içinde koruması

gerekmektedir. Usul ve Esaslar'ın 10. maddesi uyarınca yetki belgesi başvuruları şirketin üyesi olduğu odaya yapılmakta, TOBB tarafından sonuçlandırılmaktadır. 11. madde kapsamında yetki belgesinin süresi belirlenmiştir. Buna göre, ilk defa verilen yetki belgesinin süresi belgenin düzenlendiği tarih itibarıyla ikinci yılın son gününe kadardır. Süresinin bitimi sonunda yenilenecek yetki belgesinin süresi ise, yenileme tarihi itibarıyla beşinci yılın son gününe kadardır.

- (133) Türkiye'de 2008-2017 döneminde yıllar itibarıyla yetki belgesine sahip bulunan fuar düzenleyicisi sayısına ve ilgili yıllarda fiilen fuar düzenlemiş olan düzenleyici sayısına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir.



**Tablo 20: Fuar Düzenleme Yetki Belgesine Sahip ve Fuar Düzenleyen Şirket Sayısı (2008-2017)**

Yıl	Yetki Belgesi Alan Şirket Sayısı	Yetki Belgesi Geçerliliğini Yitiren Şirket Sayısı	Yetki Belgesine Sahip Olan Toplam Şirket Sayısı	Fuar Düzenleyen Şirket Sayısı	Fuar Düzenleyen Şirket Sayısı/ Yetki Belgesine Sahip Olan Şirket Sayısı (%)
2008	11	16	155	122	78,71
2009	8	16	147	108	73,47
2010	13	18	151	110	72,85
2011	20	7	159	121	76,10
2012	26	6	168	124	73,81
2013	15	6	182	126	69,23
2014	19	12	191	138	72,25
2015	26	12	200	147	73,50
2016	28	15	213	146	68,54
2017	30	14	228	163	71,49

Kaynak: TOBB verileri çerçevesinde raportörlerce hazırlanmıştır.

- (134) Tabloya göre yıllar itibarıyla fuar düzenleme yetki belgesini alan şirket sayısı ve buna paralel olarak toplam yetki belgesine sahip şirket sayısı artış göstermiştir. Bu çerçevede, her yıl pazara yeni girişlerin olduğu ifade edilebilecektir. Bununla birlikte, aynı ekonomik bütünlük çatısı altında birden çok fuar düzenleyicisi şirketin faaliyet gösterebildiğini belirtmekte fayda bulunmaktadır. Yurt içinde fuar düzenleme yetki belgesine sahip fuar düzenleyicisi sayısının yıllar itibarıyla artmasına karşın, her yıl fiilen fuar düzenleyen düzenleyici sayısının bunun altında olduğu görülmektedir. Bu durumun bir nedeni bazı fuarların iki yıl ve üzerinde periyotlarla düzenlenmesi iken diğer nedeni bazı düzenleyicilerin kendilerinden kaynaklanmayan çeşitli nedenlerle fuar düzenleyememesidir. Bu çerçevede, salt yetki belgesine sahip düzenleyici sayısının pazar hakkında doğru bilgi vermekten uzak olduğu, düzenleme kaynaklı pazar giriş engelleri görece düşük iken düzenleyici şirketlerin fiili giriş engelleriyle karşılaşabildiği ifade edilebilecektir.
- (135) Fuar düzenleyen teşebbüslerin 2015-2017 döneminde yıllar itibarıyla pazar payları incelendiğinde, fuar sayısı, katılımcı sayısı ve katılımcılara kiralanan stant alanı esas alınarak yapılan hesaplamalar çerçevesinde bu üç yılda istikrarlı olarak %10'luk pazar payını aşan tek bir teşebbüs olduğu görülmektedir. Bu teşebbüs, 2017 yılı itibarıyla altı şehirde aynı zamanda fuar alanı işletmecisi olarak da faaliyet gösteren TÜYAP'tır. TÜYAP'ın pazar payı 2017 yılında fuar sayısı bakımından %[…], katılımcı sayısı bakımından %[…], stant alanı bakımından ise %[…] olarak gerçekleşmiştir. TÜYAP'ın en yakın takipçisi olan CNR Holding A.Ş.'nin (CNR) pazar payı aynı yılda anılan parametreler bakımından sırasıyla %[…], %[…] ve %[…] olarak hesaplanmıştır. En yüksek pazar payına sahip ilk 20 teşebbüs ise 2017 yılında bu parametreler bakımından sırasıyla pazarın %49,66'sını, %59,78'ini ve %61,94'ünü oluşturmuştur. Pazarın kalan kısmında ise 148 diğer teşebbüs faaliyet göstermektedir. Bu çerçevede, fuar düzenleyiciliği faaliyetleri bakımından pazar payı olarak ilk sırada yer alan teşebbüs ile diğer teşebbüsler arasında önemli pazar payı farklılıkları bulunduğu, sektörde faaliyet gösteren teşebbüslerin önemli

bir kısmının %1'in altında pazar paylarıyla faaliyetlerini sürdürdüğü söylenebilecektir. Anılan dönemde fuar düzenleyici teşebbüslerin pazar payını gösteren tabloya aşağıda yer verilmektedir.

**Tablo 21: Fuar Düzenleyicilerinin Pazar Payları (2015-2017)**

Teşebbüs <sup>81</sup>	Fuar Sayısı (%)			Katılımcı Sayısı (%)			Stant Alanı (%)		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
TÜYAP <sup>82</sup>	13,84	15,49	14,11	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
CNR <sup>83</sup>	5,49	6,10	5,47	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
DEUTSCHE MESSE	3,10	3,29	2,74	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
İINFO	0,48	2,58	2,53	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
İZFAŞ	2,39	1,88	2,32	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
TARSUS	2,39	1,88	2,32	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
AKARE	2,39	1,88	2,11	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
UBM <sup>84</sup>	2,15	1,41	1,89	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
RENKLİ	2,15	2,11	1,68	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
İSTANBUL EĞİTİM	1,91	1,88	1,68	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
AKORT	1,67	1,17	1,47	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ART	0,95	1,88	1,47	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ATLAS	1,43	1,41	1,47	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
START	1,19	0,70	1,47	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
MARMARA TANITIM	1,91	1,88	1,26	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
BOYUT	1,67	1,41	1,26	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ARTKİM	1,19	0,94	1,26	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
VOLİ	1,19	0,94	1,26	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ITE	1,67	2,35	1,05	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
DEMOS	2,39	3,29	0,84	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
DİĞER (148 TEŞEBBÜS)	48,45	46,01	50,32	41,10	39,95	40,22	31,35	33,48	38,07

Kaynak: TOBB verileri çerçevesinde raportörlerce hazırlanmıştır.

<sup>81</sup> Tablodaki sıralama teşebbüslerin 2017 yılında düzenledikleri fuar sayısı üzerinden yapılmıştır. Aynı yıl için katılımcı sayısı üzerinden oluşturulacak bir sıralamada ilk 20 şirket; TÜYAP, CNR, İZFAŞ, DEUTSCHE, ITE, TARSUS, UBM, ATLAS, HKF, AKORT, İSTANBUL, REMZİ, EXPOTİM, AKARE, ART, VOLİ, ORION, ARTKİM, İINFO ve START şeklinde yer alacakken kiralanan stant alanı üzerinden oluşturulacak bir sıralamada ilk 20 şirket; TÜYAP, İZFAŞ, CNR, REMZİ ÇAYIR, ATLAS, RENKLİ, NAP, DEUTSCHE, MALATYA, MEDYA, EGE, KOBİ, AKORT, SNS, EXPOLİNK, ORION, VAV, ANFAŞ, ART ve FRİG sıralamasıyla yer alacaktır.

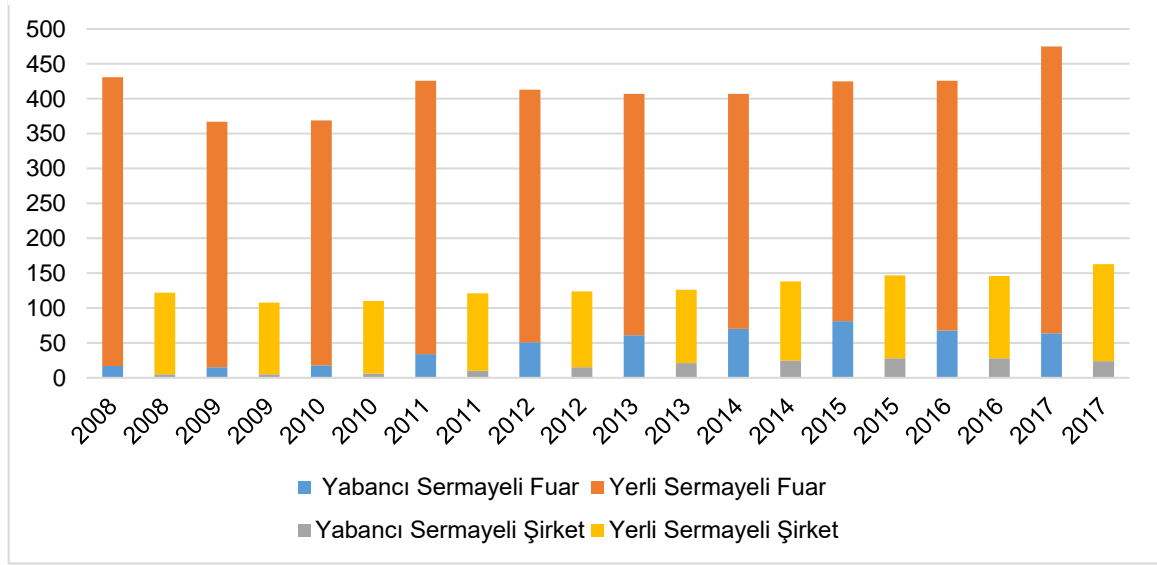
<sup>82</sup> TÜYAP'ın tablodaki parametreler bakımından pazar payı içerisinde Tüyap Tüm Fuarçılık Yapım A.Ş. (TÜYAP) ve Reed CEE GmbH (REED) tarafından kurulan Reed Tüyap Fuarçılık A.Ş. adlı ortak girişimin pazar payı (2015-2017 döneminde fuar sayısı bakımından sırasıyla %2,39, %2,58 ve %1,89; katılımcı sayısı bakımından % [...], % [...] ve % [...]; kiralanan stant alanı bakımından % [...], % [...] ve % [...]) dâhil edilmemiştir.

<sup>83</sup> CNR'nin tablodaki parametreler bakımından pazar payı içerisinde CNR ve Premiere Vision S.A. (PREMIERE) tarafından kurulan International Fashion Fair İstanbul Moda Fuarçılık A.Ş. adlı ortak girişimin pazar payı (2015-2017 döneminde fuar sayısı bakımından %0,48, %0,47 ve %0,42; katılımcı sayısı bakımından % [...], % [...] ve % [...]; kiralanan stant alanı bakımından % [...], % [...] ve % [...]) dâhil edilmemiştir.

<sup>84</sup> UBM'nin tablodaki parametreler bakımından pazar payı içerisinde UBM ve S. CENGİZ tarafından kurulan UBM Rotaforte Uluslararası Fuarçılık A.Ş. adlı ortak girişimin payı (2015-2017 döneminde fuar sayısı bakımından %0,48, %0,47 ve %0,42; katılımcı sayısı bakımından % [...], % [...] ve % [...]; kiralanan stant alanı bakımından % [...], % [...] ve % [...]) dâhil edilmemiştir.

- (136) Diğer yandan fuar alanı işletmecisi ile fuar düzenleyicisi şirketlerin aynı ekonomik bütünlük içerisinde yer aldığı durumlara da rastlanabilmektedir<sup>85</sup>. Dikey bütünleşik yapı anlamına gelen söz konusu durum özellikle bağımsız fuar düzenleyicileri tarafından olmak üzere sektör paydaşları tarafından sektöre ilişkin sıklıkla ifade edilen rekabetçi sorunlardan biri olmuştur.
- (137) Fuar düzenleyicilerine ilişkin olarak bilgi aktarılmasında fayda görülen diğer bir husus da sektörde fiilen fuar düzenleyen şirketleri kontrol eden teşebbüslerin sermaye yapısıdır. Aşağıdaki şekilde 2008-2017 yılları arasındaki her bir yıl için fiilen fuar düzenleyen şirket sayısı ve düzenlenen fuar sayısı itibarıyla yerli ve yabancı sermayeli organizatörlerin dağılımına yer verilmektedir:

**Şekil 18: Fiilen Fuar Düzenleyen Yerli-Yabancı Sermayeli Düzenleyicilerin Dağılımı (2008-2017)**



Kaynak: TOBB verileri ve paydaşlardan alınan veriler çerçevesinde raporörlerce hazırlanmıştır.

- (138) Şekil 18 incelendiğinde, gerek fuar düzenleyicisi şirket sayısı bakımından gerekse düzenlenen fuar sayısı bakımından yabancı sermayeli fuar düzenleyicisi şirketlerin sektördeki payının 2016 yılına kadar genel olarak bir artış eğilimi içinde olduğu görülmektedir. 2016 ve 2017 yıllarında ise yabancı sermayeli şirketlerin faaliyetlerinde bir gerileme görülmektedir. Yabancı sermayeli şirketlerin Türkiye’de faaliyete başlamasının genelde devralmalar yoluyla gerçekleştiği olgusu karşısında yabancıların payındaki bu azalmalar, devralmaya konu olacak yeterli büyüklükte ve nitelikte şirket olmadığı yönündeki algılarına ve ülkede yaşanan siyasi ve ekonomik belirsizliklere bağlanabilecektir<sup>86</sup>.
- (139) Türkiye’de fuarlar bir fuar düzenleyicisi tarafından tek başına düzenlenebileceği gibi, birden çok fuar düzenleyicisi tarafından ortaklaşa da düzenlenebilmektedir. Usul ve Esaslar’da ortaklaşa fuarlara özgü düzenlemeler bulunmamakla birlikte ana fuar takvimi başvurularına ilişkin 14. maddenin ikinci fıkrasında bu husus zımni olarak belirtilmiştir. Sektör incelemesi sürecinde elde edilen bilgiler çerçevesinde fuar düzenleyicisi şirketlerin öncelikle birbirlerinin sektörel bilgi, deneyim ve iş

<sup>85</sup> Türkiye’de dikey bütünleşik yapıda faaliyet gösteren şirketlere ilişkin bilgiler Tablo 23’te yer almaktadır.

<sup>86</sup> AMR Raporu, s. 310.

ağlarından yararlanmak adına ortaklaşa fuar düzenleme yoluna gittikleri anlaşılmaktadır. Buna ilaveten, birbiriyle ilişkili sektörleri tek bir fuar çatısı altında bir araya getirerek fuarın kapsamını genişletmek ve etkinliğini artırmak, fuar düzenleme sürecinde birlikte hareket ederek riskleri ve maliyeti azaltmak ve böylece karlılığı artırmak, uluslararası işbirlikleri ile yurt dışında marka olmuş fuarların Türkiye'ye getirilmesi ve yabancı ortağın uluslararası tecrübesinden, birikiminden ve iş ağından faydalanmak, şirket birleşme ve devralma işlemleri söz konusu olduğunda işlemde önce hedef şirketi yakından tanımak, güçlü fuar düzenleyicilerle ya da fuar alanı işletmecileriyle yapılacak iş birliği neticesinde uygun fuar alanı bulmayı kolaylaştırmak gibi unsurların da ortaklaşa fuar düzenlenmesi için bir neden olabildiği görülmektedir.

- (140) Aşağıdaki tabloda 2008-2017 yıllarında düzenlenmiş olan ortaklaşa fuarlara ilişkin bilgilere yer verilmektedir.

**Tablo 22: Türkiye'deki Ortaklaşa Fuarlara İlişkin Bilgiler (2008-2017)**

Yıl	Ortaklaşa Fuar Sayısı	Tüm Fuarlar İçerisinde Payı (%)	Aynı İktisadi Bütünlük (%)	Farklı İktisadi Bütünlük (%)
2008	14	3,25	0,00	100,00
2009	19	5,18	0,00	100,00
2010	25	6,78	40,00	60,00
2011	33	7,82	45,45	54,55
2012	35	8,56	60,00	40,00
2013	19	4,67	63,16	36,84
2014	12	2,96	41,67	58,33
2015	10	2,39	18,18	81,82
2016	8	1,88	12,50	87,50
2017	11	2,32	10,00	90,00

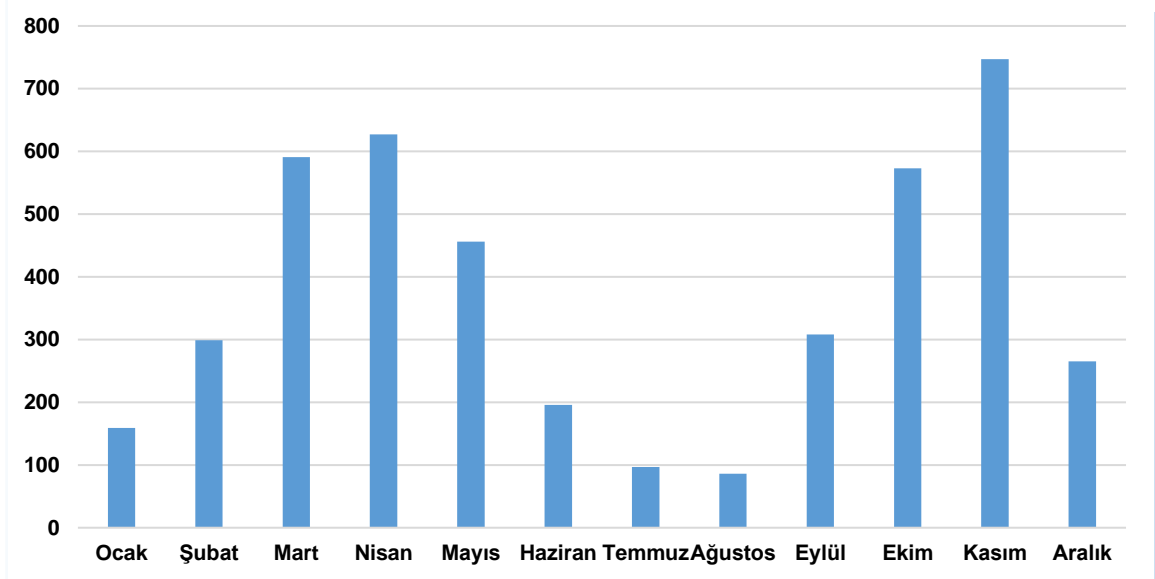
**Kaynak:** TOBB verileri çerçevesinde raporörlerce hazırlanmıştır.

- (141) Tablo 22'den, 2008-2012 yılları arasında ortak düzenlenen fuarların sayısında bir artış olmakla birlikte, sektörde genel olarak ortaklaşa fuarların payının düşük olduğu görülmektedir. Ortaklaşa fuarların farklı teşebbüsler çatısı altında faaliyet gösteren düzenleyici şirketlerin yanı sıra aynı iktisadi bütünlük içinde yer alan şirketler tarafından da düzenlendiği söylenebilecektir. Nitekim ortaklaşa fuarların yaklaşık yarısı aynı iktisadi bütünlük içindeki şirketlerce düzenlenmiştir. Bunun dışında kalan fuarlar ise, yerli-yabancı düzenleyici ortaklığı veya işletmeci-düzenleyici ortaklığı şeklinde gerçekleştirilmiştir.
- (142) Rakip fuar düzenleyicilerini bir araya getiren ortaklaşa fuarlar rekabeti kısıtlayıcı amaç ve etkiye sahip olabilmektedir. Nitekim bu durum çeşitli paydaşlar tarafından da dile getirilmiştir.

### 3.3.6. Fuarların Yıl İçindeki Dağılımına İlişkin Bilgiler

- (143) Türkiye’de fuarcılık sektörünün genel görünümüne ilişkin olarak üzerinde durulması gereken bir diğer husus ise, düzenlenen fuarların yıl içerisindeki dağılımlarıdır. Sektör incelemesi çerçevesinde bilgisine başvuru paydaşlar, fuar zamanlarının tespitinde var ise fuarın ilgili olduğu sektörün mevsimsel özelliklerinin, uluslararası ve yurt içi fuar takvimlerinin, resmî tatil zamanlarının ve fuarın düzenlendiği yerin halkının sosyal ve kültürel alışkanlıklarının (Ramazan ayı, yaz tatili, yılbaşı gibi) göz önünde bulundurulduğunu belirtmiştir. Fuar zamanlarının belirlenmesinde dikkate alınan tüm bu unsurlar fuarcılık faaliyetinin belli zamanlarda yoğunlaşmasına neden olmuştur. Bu durum, 2008-2017 döneminde gerçekleştirilen tüm fuarların aylara göre dağılımını gösteren aşağıdaki şekilde ayrıntılı olarak gösterilmektedir<sup>87</sup>.

**Şekil 19: Türkiye’deki Fuarların Aylara Göre Dağılımı (2008-2017)**



Kaynak: TOBB verileri çerçevesinde raportörlerce hazırlanmıştır.

- (144) Yukarıda yer verilen açıklamalara paralel olarak, şekil incelendiğinde fuarların Mart, Nisan, Mayıs, Ekim ve Kasım aylarında yoğunlaştığı, bir başka ifadeyle ilkbahar ve sonbahar mevsimlerinin fuarcılık sektöründe ön plana çıktığı anlaşılmaktadır. Yaz mevsimine denk gelen Temmuz ve Ağustos aylarının en az fuar düzenlenen aylar olduğu görülmektedir. Fuarlık faaliyetlerinin yılın belli zamanlarında yoğunlaşması, bu dönemlerde fuar alanlarına yönelik talebin artmasına yol açmakta olup, mevcut fuar alanlarının coğrafi dağılımı düşünüldüğünde bu durumun bazı illerde fuar alanı tahsisi konusunda sıkıntılara neden olabileceği değerlendirilmektedir.
- (145) Fuarlara konu olan ürün ve hizmet gruplarına, hedef kitleye, fuarın kapsamına, fuar alanının yoğunluğuna ve nihayetinde düzenleyicinin tercihlerine göre fuarların sıklığı ve süreleri de değişiklik göstermektedir. Sektör incelemesi çerçevesinde

<sup>87</sup> Başlangıç tarihi ve bitiş tarihi farklı aylarda olan fuarlar bakımından, şeklin hazırlanmasında fuarın bitiş tarihi esas alınmıştır.

edinilen bilgilerden Türkiye’de fuarların ağırlıklı olarak yıllık periyotlarla gerçekleştirildiği görülmüştür. Bununla birlikte, bazı konu gruplarına dâhil fuarların daha kısa süreli periyotlarla ya da iki yıl ve üzeri periyotlarla yapılması da söz konusudur. Fuar sürelerine bakıldığında ise, fuarların yaklaşık %80’inin üç ilâ beş gün arasında devam ettiği, dört gün süren fuarların toplam fuarlar içindeki payının yaklaşık %55 olduğu görülmüştür.

### 3.4. Bölüm Değerlendirmesi

- (146) Hâlihazırda Türkiye’de fuarcılık sektörüne ilişkin düzenleme ve denetleme faaliyetlerinden sorumlu kurum TOBB’dur. TOBB bu faaliyetlerini, 2005 yılından itibaren Usul ve Esaslar çerçevesinde Fuarlar Müdürlüğü ve fuar düzenleyicisi şirketlerin temsilcilerinin de üyesi olduğu Fuarlar Komitesi eliyle yürütmektedir. Ayrıca, yine fuar düzenleyicilerin ve bunların kurdukları derneklerin temsilcilerinin oluşturduğu Fuarcılık Sektör Meclisi de TOBB bünyesinde sektörle ilgili istişari görev üstlenmektedir. Fuar düzenleyicisi şirketlerin temsilcilerinin, rakiplerin faaliyetlerine doğrudan ya da dolaylı olarak etki edecek alanlarda görev yapmasının paydaşlar nezdinde anılan kurumların tarafsızlığına ilişkin algıyı zedelediği ve rekabetçi sorunlara yol açma potansiyeli barındırdığı düşünülmektedir.
- (147) Usul ve Esaslar, asıl olarak fuar düzenleyiciliği faaliyetlerine yönelik olup, fuar alanı işletmeciliği bakımından fuar düzenlenebilir alanların niteliklerinin belirlenmesi dışında bir hüküm içermemektedir. Bu düzenleme boşluğunun fuar alanlarının nitelikleri, işletilmesi ve tahsisi bakımından sorunlara yol açabileceği değerlendirilmektedir.
- (148) Türkiye’de fuarcılık sektörünün 2006-2017 yılları arasındaki gelişimi incelendiğinde, sektörün fuar sayısı, katılımcı sayısı, ziyaretçi sayısı ve katılımcılara kiralanan stant alanı gibi parametreler bakımından büyüme trendi içerisinde olduğu söylenebilecektir. Bu büyümeye en büyük katkıyı sağlayan unsurun uluslararası ihtisas fuarları olduğu görülmektedir. Zira uluslararası ihtisas fuarları, bizatihi yabancı katılımcıların ve ziyaretçilerin katılımının yanı sıra fuarın uluslararası niteliği sayesinde yerli katılımcıların ve ziyaretçilerin fuara daha çok ilgi göstermesi nedeniyle ulusal fuarlara kıyasla daha büyük ölçeğe ulaşmaktadır. Ancak, mevcut durumda ülkemizde uluslararası fuarlardaki yabancı katılımcı ve ziyaretçi seviyesinin yeterli düzeyde olmadığı gözlenmektedir. Katılımcıların ağırlıklı bölümünün de dolaylı yabancı katılımcı olduğu düşünüldüğünde, özellikle ülkenin uluslararası rekabet gücünün artırılması bakımından yabancı katılımın niceliğinin ve niteliğinin iyileştirilmesi ihtiyacı gündeme gelmektedir.
- (149) Usul ve Esaslar gereğince, fuarlar TOBB listesine alınmış fuar merkezlerinde ve TOBB tarafından aranan koşulları karşılayan daimi ve geçici alanlarda düzenlenebilmektedir. İncelenen dönemdeki her bir yılda Türkiye’de düzenlenen fuarların yarısından fazlası TOBB listesine alınmış fuar merkezlerinde gerçekleştirilmektedir. Bu listeye göre, Türkiye’de 20 ile dağılmış şekilde, kapalı alan büyüklüğü 5.000 m<sup>2</sup>’nin üzerinde olan toplam 33 adet fuar merkezi

bulunmaktadır. Bu fuar merkezlerinin toplam alan büyüklüğü 712.644 m<sup>2</sup> olup, %38 oranındaki kısmı İstanbul'da yer almaktadır. Bununla birlikte sektör incelemesi sürecinde TOBB'dan elde edilen fuar merkezlerine ilişkin verilerin güncel ve tam olmadığı, bunun yanı sıra Usul ve Esaslar'da belirtilenin aksine TOBB'a ait internet sitesinde de yer almadığı görülmüştür.

- (150) Türkiye fuarcılık sektörü bakımından İstanbul'un yeri ve önemi fuarların coğrafi dağılımı incelendiğinde daha da açık bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Zira ilgili dönemde Türkiye'de gerçekleştirilen tüm fuarlar bakımından İstanbul'un payı fuar sayısı, katılımcı sayısı ve kiralanılan stant alanı bakımından sırasıyla %46,65, %60,40 ve %55,95 olarak gerçekleşmiştir. Uluslararası fuarlar bakımından ise aynı parametreler için İstanbul'un payı %74,24, %76,93, %74,68 olarak gerçekleşmiştir. İstanbul'u fuar alanı büyüklüğü bakımından İzmir, Konya, Bursa ve Antalya; fuar sayısı bakımından Ankara, İzmir, Bursa ve Antalya izlemektedir. Düzenlenen fuar sayısı sıralamasında ilk beş il içerisinde yer alan Ankara'nın fuar alanı büyüklüğünde gerilerde kalmasının Ankara'da fuar alanı talebinin karşılanmasında sorunlara yol açabileceği değerlendirilmektedir.
- (151) Türkiye'deki fuarların yıl içindeki dağılımında ilkbahar ve sonbahar mevsimlerinin önemli ağırlığı görülmektedir. Fuarların ve fuar alanlarının coğrafi dağılımıyla birlikte değerlendirildiğinde, bu durumun özellikle yılın belli dönemlerinde belli şehirlerdeki fuar alanlarına yönelik talebin arzın üstünde artmasına neden olabileceği, fuar alanlarının tahsisi ve fuar düzenleyicilerin faaliyetleri bakımından rekabetçi sorunlara yol açma potansiyeli taşıdığı görülmektedir.
- (152) Türkiye'de fuar düzenleme yetki belgesine sahip şirketlerin sayısı incelenen dönemde yıllar itibarıyla artış eğilimi içindedir. Bu durum, fuar düzenleyiciliği pazarına giriş için yasal engellerin görece düşük olmasına bağlanmaktadır. Bununla birlikte, fiilen fuar düzenleyen şirketlerin sayısı yıllar itibarıyla yetki belgesine sahip düzenleyici sayısının yaklaşık %70'i düzeyinde kalmıştır. Bu durum fuar düzenleyicisi teşebbüslerin pazar paylarına da yansımıştır. Dolayısıyla fuar düzenleyicilerin çeşitli fiili giriş engelleriyle karşı karşıya kaldığı ifade edilebilecektir. Sektör incelemesi sürecinde elde edilen bilgilerden bu giriş engellerinin büyük ölçüde dikey bütünleşik yapıdan ve fuar alanı tahsisine ilişkin sorunlardan kaynaklandığı anlaşılmaktadır.
- (153) Sektördeki yabancı sermayeli fuar düzenleyicisi şirketlerin payı yıllar içinde şirket sayısı ve fuar sayısı bakımından 2016 yılına kadar olan dönemde sürekli artış göstermiş, 2016 yılıyla birlikte yabancı yatırımcıların sektöre yönelik algısı ise siyasal ve politik belirsizliklerin de etkisiyle gerilemiştir.

## BÖLÜM 4

### TÜRKİYE'DE FUARCILIK SEKTÖRÜNÜN SORUNLARI VE BU SORUNLARIN PAZARIN REKABETÇİ YAPISINA ETKİLERİ ÜZERİNE DEĞERLENDİRMELER

- (154) Rapor'un ilk üç bölümünde sırasıyla fuarcılık sektörü hakkında genel bilgiler verilmiş, dünyada, Avrupa'da ve Türkiye'de fuarcılık sektörünün genel görünümüne ilişkin açıklamalar yapılmış ve bu açıklamalar ışığında Türkiye'de fuarcılık sektöründe rekabetçi sorunlara yol açma riski taşıyan alanlarla ilgili tespitlerde bulunulmuştur. Çalışmanın bu bölümünde, önceki bölümlerde yapılan bu tespitler ve sektör incelemesi sürecinde paydaşlardan elde edilen bilgiler çerçevesinde sektör paydaşları bakımından sorun teşkil eden hususlar ortaya konulmaya çalışılacak ve bunların sektörün rekabetçi yapısı üzerindeki etkilerine ilişkin değerlendirmelerde bulunulacaktır. Bu noktada amaç, tespit edilen sorunlara rekabet hukuku araçlarıyla müdahale imkânlarının ve alternatif çözüm önerilerinin ele alınacağı beşinci bölüme zemin hazırlamaktır.

#### 4.1. Aynı Konuda Çok Sayıda Fuar Düzenlenmesi ve Bunu Önlemeye Yönelik Uygulamalar

- (155) İnceleme sürecinde sektör paydaşları tarafından ağırlıklı olarak dile getirilen konulardan biri, Türkiye'de aynı konuda yapılan fuar sayısının fazlalığı ve özellikle bu fuarların zaman ve mekân yönünden yakınlıklarıdır. Bu durumun sektör paydaşlarınca bir sorun olarak algılanmasındaki temel neden, bir fuarın başarısının öncelikle doğru katılımcıların ve ziyaretçilerin bir araya getirilerek nicelik ve nitelik bakımından optimal ölçeğin yakalanmasına bağlı olmasıdır. Zira böylece, hem katılımcılar tüm rakiplerini bir arada görerek sektörel gelişmelerle ilgili daha yüksek bilgi düzeyine ulaşabilecek ve geniş bir ziyaretçi kitlesine hitap edebilecek, hem de ziyaretçiler tek bir ziyaret ile ulaşabilecekleri en yüksek sayıda firma ve ürün ile buluşabilecektir. Ayrıca bu nitelikteki fuarlar, çarpan etkisi sayesinde ülke ekonomisine ve ilgili sektörlerle görece daha büyük katkı sağlayabilecektir. Bir fuarın beklenen bu faydaları sağlaması, sektör paydaşları tarafından büyük ölçüde ilgili sektörün tek ve büyük bir fuar organizasyonuna sahip olması ile özdeşleştirilmektedir. Dolayısıyla, sektör oyuncuları tarafından fuarlarda istenen başarının elde edilmesi ve uluslararası rekabet edebilirliğin artırılması bakımından genellikle "az sayıda fuarın markalaşması" tercih edilmektedir.
- (156) Benzer içerikli fuarların yakın tarihlerde ve yakın coğrafi bölgelerde düzenlenmesi gerek düzenleyiciler, katılımcılar ve ziyaretçiler bakımından; gerekse fuarın devamlılığı ve başarısına olan olumsuz etkisi nedeniyle ülke fuarcılığı bakımından çeşitli sakıncaları beraberinde getirmektedir. Şöyle ki; fuara katılım, katılımcılar bakımından belli bir zaman ayırmayı ve maliyete katlanmayı gerektirdiğinden aynı coğrafyaya hitap eden benzer ürün grubuna ilişkin yakın tarihli fuarların olması halinde katılımcılar bu fuarlardan bir tanesini tercih etmekte, dolayısıyla bu fuarların tümü bakımından katılımcı sayısı azalmaktadır. Katılımcı sayısındaki düşüş ise ziyaretçilerin fuar kanalıyla erişebileceği ürün çeşitliliğinin ve buna bağlı olarak ziyaretçi sayısının azalmasına yol açmakta, birden çok fuarı ziyaret etmek



isteyen ziyaretçiler bakımından ilave maliyetler yaratmaktadır. Bu durum katılımcıların ve ziyaretçilerin fuardan beklediği faydaların ortaya çıkmasını engellemekte, gelecek dönemdeki fuarlara katılım motivasyonunu düşürmekte ve orta-uzun vadede söz konusu fuarların küçülmesine ya da yapılamamasına neden olabilmektedir. Fuarların başarısı ve devamlılığı bakımından yaşanan bu tür sorunlar, ayrıca ülkenin fuarcılık sektöründeki başarısını düşürmekte ve uluslararası rekabet edebilirliğini olumsuz etkilemektedir.

- (157) Nitekim Türkiye’de, gerçekleştirilen yıllık fuar sayısı Avrupa ortalamasının üzerinde olmasına rağmen, fuar başına düşen katılımcı sayısı, ziyaretçi sayısı stant alanı gibi parametreler ile fuarlardan elde edilen yıllık toplam gelirin Avrupa ortalamalarının çok altında kalması yıl içinde aynı konudaki fuarların sayıca çokluğuna bağlanabilecektir<sup>88</sup>.
- (158) İnceleme kapsamında, bu olası sakıncalar nedeniyle sektör oyuncuları tarafından aynı konuda çok sayıda fuar düzenlenmesini engellemeye yönelik çeşitli uygulamalara başvurulduğu anlaşılmıştır. Aşağıda ayrıntılarıyla açıklanacak bu uygulamaların çoğunun fuar düzenleyiciliği faaliyetleri bakımından suni giriş engelleri yaratılmasına yönelik olduğu ve rekabeti sınırlayıcı sonuçlar doğurduğu görülmektedir. Bu durum aynı konuda çok sayıda fuar olmasının yarattığı sakıncaları gidermek adına başvurulmuş uygulamaların rekabet karşıtı etkilerinin, bu uygulamalardan beklenen faydalarla dengelenmesi gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Aksi takdirde, bu uygulamalar, fuar düzenleyiciliği faaliyetleri bakımından pazarın rekabetçi yapısını olumsuz etkileyecek ve orta-uzun vadede aynı konuda gerçekleştirilen fuar sayısının azaltılmasından umulan etkinlik kazanımları gerçekleşmeyecektir.

#### **4.2. Rekabet Etmeme ve Tek Alıcıya Sağlama Yükümlülükleri**

- (159) Sektör paydaşlarından edinilen bilgiler, fuarcılık sektöründeki sorunlardan birinin aynı coğrafi bölgede benzer konuda yapılacak fuarları engellemek üzere getirilen rekabet etmeme ve tek alıcıya sağlama yükümlülükleri olduğuna işaret etmektedir.
- (160) Rekabet etmeme yükümlülüğü, alıcının anlaşma konusu mal veya hizmetlerle rekabet eden mal veya hizmetleri üretmesini, satın almasını, satmasını ya da yeniden satmasını engelleyen doğrudan veya dolaylı her türlü yükümlülük olarak tanımlanmaktadır<sup>89</sup>. Tek alıcıya sağlama yükümlülüğü ise sağlayıcının anlaşma konusu malları veya hizmetleri, kendi kullanımı veya yeniden satışı amacıyla Türkiye içerisinde sadece bir alıcıya satmasına yönelik doğrudan veya dolaylı yükümlülük olarak tanımlanmaktadır<sup>90</sup>. Bu tür yükümlülükler, yükümlülük üstlenen tarafın ticari karar almadaki özgürlüklerini kısıtlamakta, ayrıca yükümlülük getiren tarafın mevcut ve potansiyel rakiplerinin faaliyetlerini zorlaştırıcı etkilere neden olmaktadır.

<sup>88</sup> Bkz. Tablo 8, 9, 12 ve 28 ile Şekil 7.

<sup>89</sup> 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği, 3/1-c.

<sup>90</sup> A.g.k., 3/1-h.

- (161) Fuarçılık sektöründeki uygulamalara bakıldığında, rekabet etmeme yükümlülüklerinin yaygın olarak fuar alanı işletmecisi ile fuar düzenleyicisi ve fuar düzenleyicisi ile katılımcılar arasındaki ilişkiler bağlamında söz konusu olduğu görülmektedir. İlk durumda, fuar düzenleyicisinin belirli bir süre için başka bir fuar alanında aynı konuda fuar düzenlemesi fuar alanı işletmecisi tarafından yasaklanmaktadır. İkinci durumda ise fuar düzenleyicisinin belli bir süre boyunca katılımcıların aynı konudaki başka bir fuara iştirak etmesini engellemesi söz konusu olmaktadır.
- (162) Fuarçılık sektöründe tek alıcıya sağlama yükümlülüğü ise fuar alanı işletmecisi ile fuar düzenleyicisi ve fuar düzenleyicisi ile fuar düzenlenmesi sürecinde düzenleyicinin hizmet aldığı teşebbüs birlikleri arasındaki ilişkiler bağlamında ortaya çıkmaktadır. İlk durumda, fuar düzenleyicileri tarafından fuar alanı işletmecisinin fuar alanını belirli süre boyunca alan işletmecisiyle aynı iktisadi bütünlük içerisinde yer alan şirketlere ya da diğer fuar düzenleyicisi şirketlere aynı konuda bir başka fuar düzenlemek üzere tahsis etmesi engellenmektedir. İkinci durumda ise, fuar düzenleyicisi tarafından kendisine hizmet sunan teşebbüs birliğine, söz konusu hizmeti sadece kendisine sağlamasına yönelik bir yükümlülük getirilmektedir.
- (163) Gerek rekabet etmeme yükümlülüklerinin gerekse de tek alıcıya sağlama yükümlülüklerinin yol açtığı öncelikli sonuç, suni giriş ve büyüme engelleri yaratılmasıdır. Bu engeller fuar düzenleyicisine rekabet etmeme yükümlülüğü getirilmesi halinde fuar alanı işletmeciliği faaliyetleri; diğer hallerde ise fuar düzenleyiciliği faaliyetleri bakımından rekabet karşıtı etkilere neden olmaktadır.
- (164) Fuar düzenleyicilerine getirilen rekabet etmeme yükümlülüğü sonucunda, yükümlülük getirilen düzenleyicinin yükümlülük süresi boyunca başka bir fuar alanında fuar düzenlemesinin önüne geçilmektedir. Ancak, Rapor'un üçüncü bölümünde yapılan tespitler ışığında; mevcut durumda Türkiye'deki fuar alanlarının talebi karşılamakta yetersiz kaldığı, fuar düzenleyici şirketlerin genellikle fuar alanı bulmakta sorun yaşadığı, sektörün mevcut işleyişinde bir fuar düzenleyicisinin belli bir dönemde aynı fuarı aynı bölgedeki başka bir fuar alanında ikinci kez düzenlemesinin sektörde yaygın bir uygulama olmadığı söylenebilecektir. Dolayısıyla, düzenleyiciye getirilen başka bir fuar alanında fuar düzenlemesine ilişkin yasağın, sözleşme süresi ile sınırlı olduğu müddetçe, fuar alanı işletmeciliği faaliyetleri bakımından rekabet karşıtı bir pazar kapama etkisine yol açmayacağı ve düzenleyicinin faaliyetleri üzerinde olumsuz etkide bulunmayacağı değerlendirilmektedir. Zira bir bölgedeki diğer fuar alanlarında, yükümlülük üstlenen düzenleyici dışında diğer birçok düzenleyicinin fuar düzenleme talebi olması beklenmektedir. Ancak sözleşmenin bitiminden sonraki dönem için böyle bir yükümlülük getirilmesi, fuar düzenleyicisinin alternatif fuar alanlarına yönelmesi imkânını ortadan kaldıracak ve yükümlülük getiren fuar alanı işletmecisinin pazar gücünü artıracaktır. Bu bakımdan, sözleşmenin süresini aşan rekabet etmeme yükümlülüklerinin piyasanın rekabetçi yapısı üzerinde olumsuz etkileri olacağı değerlendirilmektedir.

- (165) Rekabet etmeme ve tek alıcıya sağlama yükümlülüklerinin rekabetçi sorunlara yol açabileceği asıl alan, fuar düzenleyiciliği faaliyetleri olarak görülmektedir. Zira bu yükümlülükler, temelde, aynı fuar alanında fuar düzenleme isteğine sahip olan ve belki de mevcut fuar organizatöründen daha iyi bir fuar gerçekleştirebilecek diğer bir düzenleyicinin girişine engel olarak pazar kapama etkisi yaratabilmektedir. Bunun yanında, tek alıcıya sağlama yükümlülükleri tek fuar alanı bulunan illerde aynı konuda başka fuar düzenlenmesinin bütünüyle engellenmesine neden olabilmektedir. Birden çok fuar alanına sahip iller bakımından ise tek alıcıya sağlama yükümlülüğü ile bağlı olmayan alternatif fuar alanı işletmecilerinin pazar gücünü artırmasına ve bu alanlara yönelecek düzenleyicilerin görece daha düşük nitelikli alanlara daha yüksek fiyatlar ödemesine neden olarak fuar düzenleyiciliği faaliyetleri bakımından pazarın rekabetçi yapısı üzerinde olumsuz etkiler yaratabilecektir. Bu etkilere bağlı olarak, katılımcıların ve ziyaretçilerin fuarlardan beklenen çeşitliliği, kaliteyi ve verimliliği elde edememeleri, daha ağır sözleşme koşullarına maruz bırakılmaları ve daha yüksek ücretler ödemek zorunda kalmaları, bir başka deyişle rekabet karşıtı etkilerin tüketicilere yansması da muhtemel görülmektedir.
- (166) Sektör paydaşları, rekabet etmeme ve tek alıcıya sağlama yükümlülükleri getirilmesinin ardında yatan gerekçeleri; küresel düzeyde başarı sağlayan, güçlü bir çekim ağı oluşturan, marka değerine sahip fuarları organize edebilmek adına ilgili sektörün tüm paydaşlarının bir arada olduğu ve sinerjisi yüksek fuarlar yaratabilmek ve böylece hem fuarcılık sektörüne hem de genel ekonomiye ve tüketici refahına katkı sağlayabilmek, aynı konuda çok fazla fuar düzenlenerek fuarların etkinliğinin ve başarısının (katılımcıların ve ziyaretçilerin niteliği, çeşitliliği ve sayısı) düşmesini ve katılımcılar ile ziyaretçiler bakımından kaynak (zaman, para, işgücü vs.) kaybını önlemek, bedavacılık sorununun<sup>91</sup> önüne geçmek olarak izah etmektedir. İlaveten, dikey bütünleşik yapıya sahip fuar alanı işletmecilerinin bağımsız fuar düzenleyicisi şirketlerin faaliyetlerini engellemesinin ve dolayısıyla alan işletmecisi olmanın avantajını kullanarak fuar düzenleyiciliği pazarında yüksek pazar gücü elde etmesinin önüne geçilmesi de bu yükümlülüklerinin bir diğer gerekçesi olarak gösterilmektedir.
- (167) Bu faydaları ortaya çıkarmayı amaçlayan ancak aynı zamanda rekabeti kısıtlayıcı etkiler doğurabilecek söz konusu yükümlülükler, fayda-zarar dengesi sağlanmadıkça ilgili oldukları piyasalarda rekabet karşıtı sonuçlara yol açabilecek ve beklenenin aksine tüketiciler ve ülke fuarcılığı bakımından zarara neden olabilecektir.

### 4.3. Ortaklaşa Fuarlar

- (168) Türkiye’de fuarcılık sektörünün işleyişine ilişkin tespitler ve paydaş görüşlerinde ortaya konan bazı hususlar çerçevesinde sektöre ilişkin olarak ele alınması gereken rekabetçi sorunlardan birinin ortaklaşa düzenlenen fuarlar olduğu

<sup>91</sup> Bedavacılık sorunu Rekabet Terimleri Sözlüğü’nde kısaca “Herhangi bir ödeme yapmaksızın veya maliyete katlanmaksızın bir teşebbüsün diğer bir teşebbüsün faaliyetinden yarar sağlaması” olarak tanımlanmaktadır.

anlaşılmasıdır. Usul ve Esaslar'ın 14. maddesinde fuarların birden çok fuar düzenleyicisi şirket tarafından ortaklaşa gerçekleştirilebileceği örtülü olarak belirtilmiş, ancak ortaklaşa fuar tanımına yer verilmemiştir. Sektör incelemesi çerçevesinde edinilen bilgiler ışığında, ortaklaşa fuarların aynı iktisadi bütünlük içerisinde yer alan fuar düzenleyicileri tarafından veya farklı teşebbüsler bünyesinde faaliyet gösteren düzenleyici şirketler tarafından da gerçekleştirilebildiği söylenebilecektir. Nitekim 2008-2017 döneminde gerçekleştirilen toplam 185 adet ortaklaşa fuarın 69 adedi aynı iktisadi bütünlük içerisinde yer alan şirketlerin ortaklığında, 117 adedi ise farklı ekonomik bütünlük içerisinde yer alan şirketlerin, bir başka deyişle rakip fuar düzenleyicisi şirketlerin ortaklığında gerçekleştirilmiştir.

- (169) Rapor'un 'Fuar Düzenleyicilerine İlişkin Bilgiler' başlıklı bölümünde yer verilen bilgi ve açıklamalardan anlaşılacağı üzere, fuar düzenleyicileri başta uzmanlaşmadan faydalanmak ve riskler ile maliyetleri düşürmek olmak üzere pek çok gerekçeyle ortaklaşa fuar düzenlemek yoluna gidebilmektedir. Bu gerekçelerden biri de, sektör paydaşları tarafından önemli sektörlerde ve bölgelerde rekabeti engellemek ve uluslararası alanda rekabet edebilecek tek fuar olmasını sağlamak olarak ifade edilmiştir. Bu çerçevede, rakip fuar düzenleyicisi şirketlerin iş birliğinde gerçekleştirilen ortaklaşa fuarların rekabeti kısıtlayıcı amaç ve etkilere sahip olabileceğini söylemek mümkündür. Bu nedenle, mevcut ya da potansiyel rakipler tarafından düzenlenen ortaklaşa fuarların rekabet hukuku perspektifinden değerlendirilmesi gerekebilecektir.

#### **4.4. Teşebbüs Birliklerinin Karar ve Eylemleri**

- (170) Sektör incelemesi çerçevesinde edinilen bilgiler ışığında fuarcılık sektöründeki rekabetçi sorun alanlarından birinin teşebbüs birliklerinin fuar düzenleyiciliği faaliyetlerindeki rolü bakımından ortaya çıktığı görülmektedir. Teşebbüs birliklerinden kasıt, teşebbüslerin belli amaçlara ulaşmak için oluşturduğu tüzel kişiliği haiz ya da tüzel kişiliği olmayan her türlü birliklerdir.
- (171) Teşebbüs birlikleri, sektör paydaşlarınca belirtildiği üzere, fuar düzenlenmesi sürecinde ve düzenlenen fuarın başarısında önemli bir rol oynamaktadır. Şöyle ki; potansiyel fuar katılımcılarını çatısı altında toplamış mesleki birlikler hem fuara doğrudan katılımcı sağlanması bakımından hem de iletişim kanalları vasıtasıyla fuara dolaylı katılımcı ve ziyaretçi çekilmesi anlamında önem arz etmektedir. Teşebbüs birlikleri ayrıca, sektörün ihtiyaçlarını yakından bilmeleri sebebiyle düzenlenecek fuarların yapısına etki edebilmekte, fuar kapsamında düzenlenen konferans ve panel gibi etkinliklere destek sağlamakta, fuarın başarısını etkileyecek yeni fikirlerin ve projelerin oluşması noktasında da düzenleyiciler ile birlikte çalışmaktadır. Sayılan sebeplerle ülkemizde birçok fuarın teşebbüs birlikleriyle iş birliği içerisinde düzenlendiği anlaşılmıştır. Bu iş birliğinin genelde, farklı adlar altında ödenen bir bedel karşılığında teşebbüs birliğinden hizmet alınması çerçevesinde şekillendiği söylenebilecektir.

- (172) Teşebbüs birliklerinin fuar düzenleme faaliyetlerindeki rolüne bağlı olarak ortaya çıkan sorunlardan ilki, üyelerin teşebbüs birliğinin belirlediği fuardan başka bir fuara katılmasını engelleyen teşebbüs birliği kararları ve birliğin bu sonuca yol açacak eylemleridir. Bu kararların ve eylemlerin varlığı katılımcıların ticari faaliyetleri ile seçim özgürlüklerine müdahale niteliğinde olup, ayrıca birlik ile iş birliği kuramayan fuar düzenleyicisi teşebbüslerin katılımcılara erişmesini zorlaştırmakta ve fuar düzenleyiciliği faaliyetleri bakımından bir pazara giriş ya da büyüme engeli yaratmaktadır. Bununla birlikte, karar ve eylemler, nicelik ve nitelik bakımından optimal ölçekte bir fuar düzenlenmesine olan katkıları nedeniyle sektör bakımından çeşitli faydalar da ortaya çıkarabilmektedir.
- (173) Teşebbüs birlikleriyle ilgili olarak sektörde ortaya çıkan diğer bir sorun alanı ise teşebbüs birliklerinin doğrudan ya da dolaylı olarak düzenleyicilerle iş birliği yapmayı reddetmeleridir. İnceleme sürecinde edinilen bilgilere göre, genellikle teşebbüs birlikleri fuarların düzenlenmesi aşamasında yaptıkları iş birliğinin ve varsa sundukları hizmetlerin karşılığında bir gelir elde etmektedir. Bu gelir ticari hayatın işleyişi çerçevesinde genel olarak makul karşılanmaktadır. Bununla birlikte, sektör paydaşları zaman zaman teşebbüs birliklerinin fuar organizasyonları bakımından vazgeçilmez olduklarının farkında olarak daha yüksek gelir elde etmek adına bu durumu düzenleyiciler karşısında bir koz olarak kullandıklarını ve istedikleri geliri elde edememeleri halinde ise başka bir fuar düzenleyicisiyle iş birliğine gitmek, üyesi bulunan katılımcıları da bu düzenleyicinin fuarına yönlendirmek suretiyle süregelen fuarın yapılmasına engel olduklarını belirtmişlerdir. Teşebbüs birliklerinin bu davranışı sonucunda, düzenleyicilerin piyasada rekabet ettikleri asıl sahanın, fuarın kalitesinden ziyade teşebbüs birliklerine sağlanan maddi yarara kaydığında bahsedilebilecektir. Rekabetin gerçekleştiği alandaki bu sapma, bazı düzenleyicilere serbest rekabet süreci sonucunda elde etmediği bir pazar gücü sağlamakta ve bu nedenle tüketici zararına yol açma potansiyeli taşımaktadır. Ayrıca, bu durum fuarların ve ülke fuarcılığının başarısını belirleyen unsurlardan biri olan fuarların sürekliliği bakımından da bir risk unsuru olarak görülmektedir. Bu çerçevede, teşebbüs birliklerinin kararlarının ve eylemlerinin, özellikle fuar düzenleyiciliği faaliyetleri bakımından söz konusu olabilecek rekabet karşıtı etkileri nedeniyle incelenmesinde fayda olduğu değerlendirilmektedir.

#### **4.5. Fuar Alanlarının Yetersizliği**

- (174) Sektör incelemesi çerçevesinde ağırlıklı olarak üzerinde durulan hususlardan biri fuar alanlarının niceliksel ve niteliksel yetersizliği olmuştur. Bu husus ayrıca, Çalıştay Raporu'nda sıklıkla vurgulanmış ve çeşitli akademik çalışmalarda<sup>92</sup> yer bulmuştur.
- (175) Fuar alanlarının yetersizliği bağlamında, paydaşlar tarafından ilk olarak işaret edilen husus alanların niceliksel olarak yetersiz olmasıdır. Bu kapsamda sektör

<sup>92</sup> TÜTÜNCÜOĞLU, İ. (2009) s. 28; AVAN, A. (2016), "Fuar Organizatörlerinin Bakış Açısıyla Fuar Organizasyonlarının Belirleyicileri ve Yaşanan Sorunlar", The Journal of Academic Social Science, Sayı: 37, s. 224.

paydaşları Türkiye’de yeterli sayıda fuar alanı bulunmadığını, mevcut fuar alanlarının kapalı ve açık alan büyüklüklerinin özellikle büyük hacimli ürünlerin sergileneneceği sektörlerle ilişkin fuarların düzenlenmesi bakımından uygun olmadığını ifade etmişlerdir. Bunun yanı sıra, görece küçük fuarların düzenlenmesi için uygun büyüklüğe ve niteliğe sahip yeterli sayıda alan olmadığı da dile getirilen hususlar arasındadır.

- (176) Rapor’un üçüncü bölümünde detayları incelendiği üzere, TOBB listesi esas alındığında Türkiye’de hâlihazırda 20 ile dağılmış, toplam 712.644 m<sup>2</sup> alana sahip 5.000 m<sup>2</sup> ve üzeri büyüklüklerde 33 adet fuar merkezi bulunduğu söylenebilecektir. Bu alanların dokuz adedi<sup>93</sup> 20.000 m<sup>2</sup> üzeri kapalı alan büyüklüğüne sahip olup, alanlardan sadece bir tanesi 100.000 m<sup>2</sup>’nin üstündedir. Fuarcılık sektöründe gelişmiş ülkelerin durumu ile kıyaslandığında, Türkiye’nin mevcut fuar alanlarının sayısı ve büyüklüğü bakımından gerilerde olduğu ifade edilebilecektir. Yeterli sayıda ve büyüklükte fuar merkezi olmaması, fuar düzenleyicilerini Usul ve Esaslar’ın ilgili maddesinde öngörülen diğer şartları taşıyan ya da taşır hale getirilen diğer daimi veya geçici alanlara yönlendirmektedir.
- (177) Fuar alanlarının yetersizliği açısından paydaşlar tarafından değinilen ikinci husus ise, bazı alanların niteliklerinin fuar düzenlemeye tam olarak elverişli olmamasıdır. Bu kapsamda sektör oyuncuları, bazı fuar alanlarının teşhir salonlarının fiziksel özelliklerinin fuar düzenlenmesi bakımından uygun olmadığını, alanların fiziksel ve teknolojik altyapılarının yetersiz olduğunu, alanlarda ihtiyaca cevap verecek nitelikte ve kapasitede sosyal donatıların bulunmadığını belirtmiştir. Bu noktada, alanların bir kısmının buldukları konum itibarıyla katılımcıların ve ziyaretçilerin ulaşımı, konaklaması, sosyal ve kültürel ihtiyaçlarının karşılanması bakımından da yetersiz olduğunu eklemekte fayda görülmektedir. Bu eksikliklerin TOBB Listesi dışında kalan alanlar bakımından daha da belirgin olduğu ifade edilmiştir.
- (178) Sektör incelemesi sürecinde edinilen bilgilerden fuar alanlarının yetersizliğinin, belli şehirler için ve yılın belirli dönemlerinde daha büyük bir sorun haline geldiği anlaşılmaktadır. Şöyle ki, özellikle İstanbul ve Ankara gibi katılımcı ve ziyaretçi potansiyeli, yurt içi ve yurt dışı ulaşım imkânları, şehir içi ulaşım ağı, konaklama, yeme-içme ve sosyal ve kültürel olanakları bakımından fuar yapılmasına elverişli şehirlerde fuar düzenlemesine yönelik talep yüksek olmakta, ancak bu şehirlerdeki mevcut fuar alanları talebi karşılamakta yetersiz kalmaktadır. Ayrıca, fuarcılık faaliyetlerinin ilkbahar ve sonbahar aylarında yoğunlaşması nedeniyle yılın bu dönemlerinde fuar alanlarına yönelik talep artmakta, bu da fuar alanları bakımından bir arz sıkıntısı doğurmaktadır.
- (179) Fuar alanlarına ilişkin bu yetersizliklerin fuarcılık sektörüne yansımaları uluslararası rekabet ve ulusal rekabet olmak üzere iki açıdan ele alınabilecektir. Öncelikle, nitelikli fuar alanlarının sayıca yetersizliği bazı fuarların hiç yapılamamasına, mevcut fuarların zaman içinde büyüyememesine veya fuarların

---

<sup>93</sup> Sekiz holü CNR, üç holü İstanbul Dünya Ticaret Merkezi A.Ş. (İDTM) tarafından işletilmekte olan İstanbul Fuar Merkezi tek bir fuar alanı olarak kabul edilmiştir.

o fuarın yapılmasına tam olarak elverişli olmayan görece düşük niteliklere sahip alanlarda gerçekleştirilmesine sebep olmaktadır. Fuara uygun alan bulunamaması nedeniyle fuarların yapılamaması ya da büyüme imkânlarından yoksun olması bazı alt sektörlerde fuar düzenlenememesine yol açmaktadır. Fuarların görece niteliksiz alanlarda gerçekleştirilmesi ise fuarın kalitesini düşürmekte, katılımcıların ve ziyaretçilerin beklentilerinin tam olarak karşılanamamasına neden olarak fuardan beklenen faydanın ortaya çıkmasını engellemektedir. Bir ülkenin fuarcılıktaki başarısını belirleyen faktörler arasında diğer unsurların yanı sıra ulaşım imkânları geniş olan yeterli kapasiteye sahip ve çok fonksiyonlu fuar alanlarının varlığı, hemen her konuda fuar yapılması ve bu fuarlara uzun dönemli yaklaşımları gibi unsurların bulunduğu<sup>94</sup> dikkate alındığında fuar alanlarına ilişkin niceliksel ve niteliksel yetersizliklerin Türkiye'nin uluslararası rekabet edebilirliğini olumsuz yönde etkileyeceği söylenebilecektir.

- (180) İkinci olarak da, fuar alanlarının yetersizliği sektörde rekabetçi birtakım sorunların doğmasına zemin hazırlamaktadır. Bu sorunların başında fuar alanı işletmecilerinin sahip olduğu pazar gücü gelmektedir. Rapor'un izleyen bölümünde fuar alanı işletmecilerinin sahip olduğu pazar gücüne ve bu gücün rekabetçi sonuçlarına ilişkin detaylı açıklamalara ve değerlendirmelere yer verilecek olmakla birlikte, bu aşamada fuar alanlarının yetersizliğinin bu pazar gücünün oluşmasındaki payına kısaca değinmekte fayda görülmektedir.
- (181) Rapor'un üçüncü bölümünde ifade edildiği üzere, fuar alanlarının arsa ve inşaat maliyetlerinin oldukça yüksek olması, yatırımın geri dönüş süresinin uzun olması ve yerel kalkınmaya ilişkin diğer nedenlerden ötürü fuar alanı yatırımları genelde kamu kurum ve kuruluşları ile kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları ya da bunların sahip olduğu şirketler tarafından gerçekleştirilmektedir<sup>95</sup>. Bu durum yeni fuar alanları yapılmasının ve fuar alanı işletmeciliği pazarına girişin zor olduğuna işaret etmektedir. Bu çerçevede fuar düzenleme faaliyeti için olmazsa olmaz bir girdi niteliğinde olan fuar alanlarını işleten teşebbüslerin fuar düzenleyicileri karşısında bir pazar gücü olduğundan bahsedilebilecektir. Mevcut fuar alanlarının yetersizliği ve fuar alanı işletmeciliği pazarına giriş imkânlarının sınırlı olması bu pazar gücünü artıran bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır.
- (182) Ayrıca, Rapor'un önceki bölümlerinde belirtildiği üzere, mevcut fuar alanlarının bir kısmı malikleri tarafından başta uzmanlık olmak üzere çeşitli gerekçelerle özel sektör teşebbüslerinin işletmesine verilmiştir. Bu teşebbüslerden bir kısmı, aynı zamanda fuar düzenleyiciliği alanında faaliyet göstermektedir, bir başka deyişle dikey bütünlüktedir. Bu dikey bütünlüklü yapı fuar alanlarının yetersizliğine ilişkin sorunu daha çarpıcı hale getirmektedir. Zira dikey bütünlüklü teşebbüsler rasyonel ticari gerekçelerle ya da rakibinin faaliyetlerini zorlaştırmak saikiyle fuar alanını öncelikle kendisi kullanmakta ve rakibi konumundaki fuar düzenleyicilere alan tahsis etmemektedir. Bu durum da fuar düzenleyiciliği faaliyetleri bakımından

<sup>94</sup> Milli Eğitim Bakanlığı (2011), Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri Alanı- Fuarcılık, Ankara.

<sup>95</sup> TÜYAP Beylikdüzü Fuar ve Kongre Merkezi ise bu durumun istisnasını oluşturmakta olup TÜYAP tarafından inşa edilmiştir.

pazara girişleri ve büyümeyi zorlaştırmakta ve dikey bütünleşik fuar düzenleyicilerin pazar gücünü de artırmaktadır.

#### 4.6. Dikey Bütünleşme

- (183) Paydaş görüşleri sektördeki en önemli rekabetçi sorunlardan birinin dikey bütünleşme ve dikey bütünleşik fuar alanı işletmecisi teşebbüslerin sahip olduğu pazar gücü olduğunu göstermektedir.
- (184) Dikey bütünleşme, “*bir teşebbüsün pazarın diğer katmanlarından alması gereken herhangi bir malı veya hizmeti kendi bünyesinde içselleştirmesi*” olarak tanımlanmaktadır<sup>96</sup>. Buna göre dikey bütünleşme durumunda, bir teşebbüs farklı üretim aşamalarının mülkiyetine ve kontrolüne sahip olmakta ve üretim sürecinin birbirini takip eden aşamalarındaki girdi-çıkıtı alışverişi piyasa yerine firma içinde gerçekleştirilmektedir<sup>97</sup>.
- (185) Dikey bütünleşmenin yaratacağı olası etkinlik kazanımları ve ortaya çıkarması muhtemel rekabetçi sorunlar Kurul tarafından yayımlanan Yatay Olmayan Birleşme ve Devralmaların Değerlendirilmesi Hakkında Kılavuz’da yer alan açıklamalar ışığında ortaya konabilecektir<sup>98</sup>. Buna göre; esas olarak dikey bütünleşmenin teşebbüsü nihai ürün fiyatını düşürme veya çıkıtı miktarını artırma yönünde güdüleyeceği ve böylece tüketici faydasını artıracığı kabul edilmektedir. İlaveten, dikey bütünleşme işlem maliyetlerini azaltmakta, beraberinde ürün tasarımı, üretim, satış ve dağıtım süreçlerinin organizasyonu bakımından etkinlikler doğurabilmektedir. Ayrıca, bütünleşik teşebbüsün bir pazardaki satışları artırmak üzere gerçekleştireceği hizmet kalitesini ya da yenilikleri artırma gibi girişimlerinin pazarın diğer seviyesinde birtakım faydalar yaratacak olması ve dikey bütünleşmenin teşebbüsün bu faydaları kendi bünyesine almasını sağlaması nedeniyle teşebbüsü bu tür girişimlere teşvik etmektedir.
- (186) Bununla birlikte, dikey bütünleşme mevcut ve potansiyel rakiplerin tedarik kaynaklarına (girdilere) ya da pazarlara (müşterilere) erişiminin güçleştirilmesine veya engellenmesine ve bu yolla rakiplerin rekabet edebilme imkânının ve/veya güdüsünün azaltılmasına yol açabilecektir. Bir başka deyişle, dikey bütünleşme pazarın kapanmasına neden olabilecektir. Rekabet karşıtı pazar kapamanın gerçekleşmesi ise nihayetinde dikey bütünleşik teşebbüsün pazar gücünü artıracak ve fiyatlarını karlı bir şekilde yükseltebilmesine olanak sağlayacaktır. Bunun yanı sıra dikey bütünleşme, bütünleşik teşebbüse alt pazardaki rakiplerinin maliyetlerini artırma imkânı da sağlayabilmektedir. Ayrıca dikey bütünleşme, bütünleşik teşebbüse alt ve üst pazardaki rakipleri hakkında kritik ticari bilgilere erişim imkânı sağlaması sebebiyle de bazı rekabet karşıtı etkilerin ortaya çıkmasına neden olabilmektedir.

<sup>96</sup> KOÇAK, İ. H. (2017), “*Dikey Birleşme ve Devralmaların Antirekabetçi Etkileri Kapsamında Pazar Kapama*”, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi, Ankara, s. 5.

<sup>97</sup> ÇINAROĞLU, S. (2003), “*Rekabet Hukukunda Dikey Birleşmeler: Etkinlik ve Rekabet*”, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi, Ankara.

<sup>98</sup> Yatay Olmayan Birleşme ve Devralmaların Değerlendirilmesi Hakkında Kılavuz, para. 14, 30-78.



- (187) Dikey bütünleşmenin rekabet karşıtı etkiler ortaya çıkarma olasılığı, büyük ölçüde dikey bütünleşik teşebbüsün pazar gücü ile ilişkilendirilmektedir. Bu bağlamda bütünleşik teşebbüsün ve rakiplerinin pazar payları, pazara giriş engelleri, arz ve talep eğilimleri ile teşebbüslerin sağlayıcı ve müşteri bulabilme alternatifleri önem kazanmaktadır. Zira bütünleşik teşebbüsün alt ya da üst pazardaki pazar payının yüksekliği ve rakiplerin alternatif arz kaynaklarına ya da müşterilere ulaşım imkânlarının sınırlı olması hallerinde dikey bütünleşmenin rekabet üzerindeki olumsuz etkileri daha büyük olacaktır.
- (188) Fuarcılık sektöründe üretim zincirini temel olarak fuar alanı malikleri/işletmecileri ve fuar düzenleyicileri oluşturmaktadır. Türkiye’de fuarcılık sektörünün yapısına bakıldığında bazı fuar alanı malikleri/işletmecileri ile fuar düzenleyicisi teşebbüslerin aynı ekonomik bütünlük içinde faaliyet gösterdikleri, diğer bir ifadeyle dikey bütünleşik oldukları görülmektedir. Bu teşebbüslere, ekonomik bütünlüğün adını ve maliki/işletmecisi oldukları fuar alanlarını ve ekonomik bütünlük içerisinde bulunan fuar düzenleyicisi şirketleri içerecek şekilde aşağıdaki tabloda yer verilmektedir.

**Tablo 23: Türkiye’de Dikey Bütünleşik Yapıda Faaliyet Gösteren Teşebbüsler (2017)**

Teşebbüs	İşletilen Fuar Alanı	İl	Düzenleyici Şirketler
<b>TÜYAP<sup>99</sup></b>	Tüyap Beylikdüzü Fuar ve Kongre Merkezi	İstanbul	<b>8</b> Tüyap Adana Fuarcılık A.Ş. Reed Tüyap Fuarcılık A.Ş. Tüyap Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş. Tüyap Bursa Fuarcılık A.Ş. Tüyap İhtisas Fuarları A.Ş. Tüyap Konya Fuarcılık A.Ş. Tüyap Anadolu Fuarları A.Ş. Tüyap Fuar ve Fuarcılık Hizmetleri A.Ş.
	KTO Tüyap Konya Fuar Merkezi	Konya	
	Tüyap Bursa Fuar ve Kongre Merkezi	Bursa	
	Tüyap Adana Fuar ve Kongre Merkezi	Adana	
	Tüyap Diyarbakır Fuar ve Kongre Merkezi	Diyarbakır	
	Samsun Fuar ve Kongre Merkezi	Samsun	
<b>CNR</b>	İstanbul Fuar Merkezi Yeşilköy	İstanbul	<b>8</b> CNR Ekspo Fuarcılık A.Ş. CNR Sektörel Fuarcılık A.Ş. CNR Uluslararası Fuarcılık A.Ş. İstanbul Fuarcılık A.Ş. Pozitif Fuarcılık A.Ş. SİNE Fuarcılık A.Ş. Forum Fuarcılık ve Geliştirme A.Ş. Forza Fuarcılık ve Organizasyon Hizmetleri A.Ş.
	Mersin Yenişehir Belediyesi Fuar Alanı	Mersin	

<sup>99</sup> 2017’ye ilişkin bu tabloda yer alan fuar merkezlerine ilaveten Erzurum’da bulunan Recep Tayyip Erdoğan Fuar Merkezi de 2018 yılının başından itibaren TÜYAP tarafından işletilmeye başlanmıştır.

<b>İZFAŞ<sup>100</sup></b>	Fuar İzmir (Gaziemir)	İzmir	<b>1</b> İZFAŞ İzmir Fuarcılık Hizmetleri Kültür ve Sanat İşleri. Tic. A.Ş.
<b>İDTM</b>	İstanbul Fuar Merkezi 9-11 No'lu Salonlar	İstanbul	<b>1</b> İstanbul Dünya Ticaret Merkezi A.Ş.
	Kayseri Dünya Ticaret Merkezi	Kayseri	
<b>ANFAŞ</b>	Antalya Fuar Merkezi	Antalya	<b>1</b> Anfaş Antalya Fuarcılık İşletme ve Yatırım A.Ş.
<b>GL</b>	ATO Kongre Merkezi Sergi Salonları	Ankara	<b>1</b> GL Events Fuarcılık A.Ş.
<b>MEDYA</b>	Adıyaman Fuar ve Kongre Merkezi	Adıyaman	<b>1</b> Medya Trend Fuarcılık San. ve Tic. Ltd. Şti.
<b>MALATYA</b>	Mişmiş Park Fuar Alanı	Malatya	<b>1</b> Malatya Belediyesi Fuarcılık Hizmet. Kültür ve Sanat Etkinlik. Tic. A.Ş.
<b>SNS</b>	Manisa Belediyesi Fuar Merkezi	Manisa	<b>1</b> SNS Fuarcılık Tan. Org. Rek. Yay. San. Tic. Ltd. Şti

Kaynak: TOBB verileri çerçevesinde raportörlerce hazırlanmıştır.

- (189) Dikey bütünleşik bir yapıda faaliyet gösteren bu teşebbüslerin sahip oldukları pazar gücüne ilişkin bir gösterge teşkil etmesi bakımından, bu teşebbüslerin 2012-2016 döneminde Türkiye’de fuar alanı işletmeciliği ve fuar düzenleyiciliği faaliyetleri bakımından alternatif parametreler esas alınarak hesaplanan pazar paylarına aşağıdaki tablolarda yer verilmektedir<sup>101</sup>.

<sup>100</sup> Kültürpark Fuar Alanı, Mart 2015’ten bu yana İzmir Enternasyonal Fuarı dışında faaliyetlerine devam etmediğinden tabloda dikkate alınmamıştır.

<sup>101</sup> Pazar payı verilerinin hesaplanmasında herhangi bir ilgili coğrafi pazar tanımlanmamış, Türkiye geneli esas alınmıştır.

**Tablo 24: Dikey Bütünleşik Teşebbüslerin Fuar Alanı İşletmeciliği Pazar Payları (2012-2016)**

Teşebbüs	Fuar Sayısı (%)					Ziyaretçi Sayısı (%)					Kiralanan Stant Alanı (%)				
	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016
TÜYAP	24,9	23,4	22,2	20,5	21,1	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
CNR	10,2	11,3	9,8	8,3	12,4	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
İZFAŞ	5,1	4,4	4,4	4,3	4,4	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
İDTM	12,7	14,5	13,5	14,6	6,8	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ANFAŞ	3,1	3,6	2,4	2,6	2,1	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
GL	2,4	2,7	3,2	5,7	5,6	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
MEDYA	0,0	0,0	0,0	0,2	0,4	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
MALATYA	1,4	1,4	0,9	0,9	0,4	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
SNS	0,7	0,4	0,4	0,4	0,9	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
CNR + İDTM	0,9	0,7	0,9	0,4	0,9	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Kaynak: TOBB verileri çerçevesinde raportörlerce hazırlanmıştır.

**Tablo 25: Dikey Bütünleşik Teşebbüslerin Fuar Düzenleyiciliği Pazar Payları (2012-2016)**

Teşebbüs <sup>102</sup>	Fuar Sayısı (%)					Katılımcı Sayısı (%)					Kiralanan Stant Alanı (%)					Gelir <sup>103</sup> (%)					
	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016	
TÜYAP <sup>104</sup>	20,54	18,92	16,75	13,84	15,49	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
CNR <sup>105</sup>	8,31	7,86	7,88	5,49	6,10	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
İZFAŞ	3,42	2,70	2,71	2,39	1,88	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
SNS	0,73	0,49	0,49	0,48	0,94	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ANFAŞ	0,98	1,47	0,99	1,19	0,70	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
GL	0,00	0,74	0,99	0,95	0,70	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
İDTM	0,24	0,00	0,00	0,00	0,47	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
MALATYA	1,47	1,47	0,99	0,95	0,47	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
MEDYA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,4	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Kaynak: TOBB verileri çerçevesinde raportörlerce hazırlanmıştır.

<sup>102</sup> Ortaklaşa fuarların sayısı ve pazardaki payı görece düşük kaldığından ortaklaşa fuarlar tabloda dikkate alınmamıştır.

<sup>103</sup> Sektör incelemesi kapsamında kendilerinden bilgi sağlanabilen fuar düzenleyicilerinin sunduğu bilgiler çerçevesinde hesaplanmış yaklaşık değerlerdir.

<sup>104</sup> TÜYAP'ın tablodaki parametreler bakımından pazar payı içerisinde TÜYAP ve Reed CEE GmbH (REED) tarafından kurulan Reed Tüyap Fuarcılık A.Ş. adlı ortak girişimin pazar payı (fuvar sayısı bakımından 2012-2016 döneminde sırasıyla %0,49, %0,98, %1,72, %2,39, %2,58; katılımcı sayısı bakımından %[...], %[...], %[...], %[...], %[...]; gelir bakımından %[...], %[...], %[...], %[...], %[...]) dâhil edilmemiştir.

<sup>105</sup> CNR'nin tablodaki parametreler bakımından pazar payı içerisinde CNR ve Premiere Vision S.A. (PREMIERE) tarafından kurulan International Fashion Fair İstanbul Moda Fuarcılık A.Ş. adlı ortak girişimin pazar payı (fuvar sayısı bakımından 2015 ve 2016 yılında %0,48 ve %0,47; katılımcı sayısı bakımından %[...], %[...]; gelir bakımından %[...], %[...]) dâhil edilmemiştir.

- (190) Tablo 24'ten dikey bütünleşik teşebbüslerin Türkiye'deki alan işletmeciliği faaliyetlerinde fuar sayısı bakımından yaklaşık %55-%62, ziyaretçi sayısı bakımından yaklaşık %69-%78 ve kiralanın alan büyüklüğü bakımından yaklaşık %67-%73 toplam pazar payına sahip olduğu görölmektedir. Dikey bütünleşik teşebbüslerin Türkiye'deki fuar düzenleyiciliği faaliyetlerindeki pazar paylarına yer verilen Tablo 25'te ise bu teşebbüslerin toplam payları fuar sayısı bakımından yaklaşık %25-%35, katılımcı sayısı bakımından yaklaşık %29-%45, kiralanın stant alanı büyüklüğü bakımından yaklaşık %32-%43, gelir bakımından ise yaklaşık %36-%45 arasında değişmektedir. Dikey bütünleşik teşebbüsler içerisinde yer alan TÜYAP'ın alan işletmeciliği ve fuar düzenleyiciliği bakımından Türkiye pazarının önemli bir kısmına sahip olduğu da dikkat çekmektedir.
- (191) Yukarıdaki açıklamalar, dikey bütünleşik teşebbüslerin Türkiye bakımından faaliyetlerinin üst ve alt pazarlardaki ağırlığına ilişkin bir gösterge oluşturmaktadır. Bununla birlikte, Rapor'un "İlgili Pazarın Tanımlanması" başlıklı bölümünde ayrıntılı olarak açıklanacağı üzere, özellikle fuar alanı işletmeciliği faaliyetleri bakımından ilgili coğrafi pazarın Türkiye'den daha dar bir şekilde ve genellikle il bazında tanımlanması mümkün olmaktadır. Bu durum da, dikey bütünleşik teşebbüslerin faaliyetlerinin pazarın rekabetçi yapısı üzerindeki olası etkilerini değerlendirirken pazar gücünün il bazlı olarak göz önünde bulundurulmasını gerekli kılmaktadır. Bu çerçevede, Türkiye'de fuar düzenleyiciliği bakımından 2012-2016 döneminde dikey bütünleşik faaliyet gösteren teşebbüslerin iller esas alınarak hesaplanan pazar payları aşağıdaki tablolarda sunulmaktadır. Tablolar hazırlanırken yeterli göstergeyi oluşturacağı gerekçesiyle fuar düzenleyiciliği bakımından fuar sayısı, katılımcı sayısı, stant alanı ve gelir esas alınmıştır.

**Tablo 26: Dikey Bütünleşik Teşebbüslerin İl Bazında Fuar Düzenleyiciliği Pazar Payları (2014-2016)**

Teşebbüs <sup>106</sup>	İl <sup>107</sup>	Fuar Sayısı (%)			Katılımcı Sayısı (%)			Stant Alanı (%)			Gelir (%)		
		2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
ANFAŞ	Antalya	21,05	26,32	13,04	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
CNR <sup>108</sup>	İstanbul	12,56	8,37	11,06	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	Mersin	100,00	100,00	100,00	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
GL	Ankara	8,33	5,71	2,33	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	Çanakkale	50,00	0,00	0,00	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	İstanbul	0,47	0,99	1,01	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
İDTM	İstanbul	0,00	0,00	1,01	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
İZFAŞ	İzmir	40,74	34,48	28,57	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
MALATYA	Malatya	100,00	100,00	100,00	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
MEDYA	Adıyaman	0,00	0,00	100,00	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
SNS	Manisa	100,00	100,00	100,00	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
TÜYAP <sup>109</sup>	Adana	100,00	69,23	73,33	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	Bursa	82,35	72,73	77,78	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	Diyarbakır	100,00	75,00	-	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	Gaziantep	10,00	0,00	14,29	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	İstanbul	10,23	5,42	9,55	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	İzmir	3,70	3,45	7,14	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	İzmit	0,00	0,00	50,00	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	Kayseri	25,00	33,33	33,33	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	Konya	100,00	100,00	100,00	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	Samsun	100,00	100,00	100,00	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Kaynak: TOBB ve paydaşlardan elde edilen veriler çerçevesinde raportörlerce hazırlanmıştır.

<sup>106</sup> Ortaklaşa fuarların sayısı ve pazardaki payı görece düşük kaldığından ortaklaşa fuarlar tabloda dikkate alınmamıştır.

<sup>107</sup> İlgili teşebbüsün alan işletmecisi olduğu iller 'mavi' ile belirtilmiştir.

<sup>108</sup> CNR'nin tablodaki parametreler bakımından pazar payı içerisinde CNR ve PREMIERE tarafından kurulan International Fashion Fair İstanbul Moda Fuarcılık A.Ş. adlı ortak girişimin pazar payı (2015 ve 2016 yıllarında fuar sayısı bakımından %0,99 ve %1,01; katılımcı sayısı bakımından %[...] ve %[...]; stant alanı büyüklüğü bakımından %[...] ve %[...]; gelir bakımından %[...] ve %[...]) dâhil edilmemiştir.

<sup>109</sup> TÜYAP'ın tablodaki parametreler bakımından pazar payı içerisinde TÜYAP ve REED tarafından kurulan Reed Tüyap Fuarcılık A.Ş. adlı ortak girişimin pazar payı (2014, 2015 ve 2016 yıllarında fuar sayısı bakımından %3,26, %4,93, %5,53; katılımcı sayısı bakımından %[...], %[...], %[...]; stant alanı büyüklüğü bakımından %[...], %[...], %[...]; gelir bakımından %[...], %[...], %[...]) dâhil edilmemiştir.

- (192) Tablo 26 incelendiğinde, dikey bütünleşik oyuncuların fuar alanı işletmeciliği yaptıkları Ankara ve İstanbul haricindeki illerde fuarların önemli bir kısmını gerçekleştirdikleri anlaşılmaktadır. Nitekim CNR'nin Mersin'de, MALATYA'nın Malatya'da, MEDYA'nın Adıyaman'da, SNS'nin Manisa'da, TÜYAP'ın Adana, Diyarbakır, Konya ve Samsun'da düzenlenen fuarların tamamını gerçekleştirmiş oldukları tablodan görülebilmektedir. Bu durum, yapılacak fuara uygun bir fuar alanı sağlanmasının fuar düzenleyiciliği faaliyetinde bulunabilmek için bir ön koşul olduğu, özellikle uluslararası fuar düzenlenmesine elverişli fuar alanlarının sayıca yetersizliği, bu nitelikteki mevcut alanların hâlihazırda dikey bütünleşik teşebbüsler tarafından işletiliyor olması ve dikey bütünleşik olarak faaliyet gösteren teşebbüslerden bazılarının üst pazardaki faaliyetlerini coğrafi olarak giderek genişletmesi göz önünde bulundurulduğunda rekabetçi açıdan üzerinde önemle durulması gereken bir konu halini almaktadır. Zira sayılan tüm bu etkenler dikey bütünleşik teşebbüslere fuar alanı işletmeciliği faaliyetleri bakımından bir pazar gücü sağlamakta ve davranışlarıyla bu pazar gücünün alt pazara taşınmasını olanaklı kılmaktadır.
- (193) Dikey bütünleşmenin ilgili piyasalarda yol açabileceği olası sorunlara ilişkin olarak yer verilen teorik açıklamalar, inceleme sürecinde paydaşlar tarafından dile getirilen görüşlerle bir arada değerlendirildiğinde dikey bütünleşmenin fuarcılık sektöründe ortaya çıkarması muhtemel rekabetçi sorunlar şöyle özetlenebilecektir. Bu sorunlardan ilki bağımsız fuar düzenleyicisinin fuar projesinin ya da düzenlenmekte olan fuarının alan işletmecisi dikey bütünleşik teşebbüs tarafından ele geçirilmesidir. Bir fuar projesinin ele geçirilmesi durumunun genelde, bağımsız fuar düzenleyicileri tarafından dikey bütünleşik fuar alanı işletmecisine yapılan bir fuar başvurusunun alan işletmecisi tarafından çeşitli nedenlerle reddedilmesi ancak sonrasında dikey bütünleşik alan işletmecisinin kendisine gelen bu fuar projesini hayata geçirmesi şeklinde ortaya çıktığı ifade edilmiştir. Düzenlenmekte olan başarılı bir fuarın alan işletmecisi tarafından ele geçirilmesi halinde ise belli bir zaman dikey bütünleşik alan işletmecisinin işlettiği fuar alanında düzenlenen fuara doğrudan ya da yüksek fiyat uygulanması, uygun tarihte ya da uygun salonda yer verilmemesi gibi dolaylı yollarla yer tahsis edilmemesi suretiyle alan işletmecisinin fuarı kendisinin gerçekleştirmesi söz konusu olmaktadır. İkinci olarak, hâlihazırda dikey bütünleşik teşebbüs tarafından düzenlenen bir fuar ile aynı konuda fuar düzenlemek isteyen ve bunun için dikey bütünleşik alan işletmecisinden alan talebinde bulunan fuar düzenleyicilerinin talebinin reddedilmesi söz konusu olabilmekte ve bu durum bir pazara giriş engeli oluşturabilmektedir. Bu durumlarda bütünleşik teşebbüsün alt pazardaki rakibi olan bağımsız fuar düzenleyicilerinin girdiye erişiminin kısıtlandığı ifade edilebilecektir.
- (194) Nitekim dikey bütünleşik teşebbüslerin işlettiği alanlarda diğer düzenleyiciler tarafından gerçekleştirilen fuarların payı, diğer düzenleyicilerin girdiye ulaşma imkânları hakkında bir fikir vermektedir. Bu durumun rekabet üzerindeki etkilerinin daha sağlıklı yorumlanabilmesi için aşağıdaki tabloda dikey bütünleşik şirketlerin alan işletmeciliği yaptığı iller bakımından o ilde düzenlenen toplam fuarlar içinde bütünleşik teşebbüsün işlettiği alanda düzenlenen fuarların sayıca payı ve ayrıca o alanda düzenlenen toplam fuarlar içinde bütünleşik teşebbüs ve diğer düzenleyiciler tarafından yapılan fuarların sayıca payı sunulmaktadır.

**Tablo 27: Dikey Bütünleşik (DB) İşletmecilerin İşlettikleri Alanlarda Fuarların Dağılımı (2012-2016)**

Teşebbüs	İl	İldeki Fuarlar	DB'nin Alanında Düzenlenen Fuarlar		DB İşletmecinin Alanında Düzenlenen Fuarların Dağılımı (Adet)		DB İşletmecinin Alanında Düzenlenen Fuarların Dağılımı (%)	
		Adet	Adet	İldeki Payı (%)	DB	Diğer	DB	Diğer
TÜYAP	İstanbul	1.007	229	22,7	138	91	60,3	39,7
TÜYAP	Konya	55	54	98,2	53	1	98,1	1,9
TÜYAP	Bursa	109	84	77,1	84	0	100,0	0
TÜYAP	Adana	67	54	80,6	54	0	100,0	0
TÜYAP	Diyarbakır	32	32	100,0	31	1	96,9	3,1
TÜYAP	Samsun	14	10	71,4	10	0	100,0	0
CNR	İstanbul	1.007	194	19,3	107	87	55,2	44,8
CNR	Mersin	25	22	88,0	22	0	100,0	0
CNR+İDTM <sup>110</sup>	İstanbul	1.007	17	1,7	7	10	41,2	58,8
İZFAŞ	İzmir	140	94	67,1	52	42	55,3	44,7
İDTM	İstanbul	1.007	228	22,6	3	225	1,3	98,7
İDTM	Kayseri	18	18	100,0	0	18	0,0	100
ANFAŞ	Antalya	108	58	53,7	22	36	37,9	62,1
GL	Ankara	149	82	55,0	6	76	7,3	92,7
MEDYA	Adıyaman	3	3	100,0	2	1	66,7	33,3
MALATYA	Malatya	22	22	100,0	22	0	100,0	0
SNS	Manisa	13	13	100,0	13	0	100,0	0

Kaynak: TOBB verileri çerçevesinde raportörlerce hazırlanmıştır.

- (195) Dikey bütünleşmenin meydana getirdiği diğer bir rekabetçi sorun ise alan maliyetleri bakımından ortaya çıkmaktadır. Bilindiği üzere, bir fuar düzenleyebilmek için gerekli öncelikli faaliyetlerden biri alan kiralama bedelidir. Bağımsız fuar düzenleyicileri alan kiralama bedelini üçüncü kişilerden yaparken, dikey bütünleşik teşebbüsler fuarlarının önemli bir kısmını kendi işlettikleri alanlarda gerçekleştirmekte ve alan sahibine ödedikleri uzun süreli kiralama bedeli dışında fuar özelinde bir alan kiralama maliyetine katlanmamaktadırlar. Ayrıca fuar alanı işletmecisi tarafından sunulan diğer teknik hizmetleri ise kiracı teşebbüslere kıyasla daha az maliyetle karşılamaktadırlar. Bir fuar için katlanılan toplam maliyetin içerisinde alan maliyetinin payının 2012-2016 döneminde Türkiye'deki tüm fuarlar bakımından yaklaşık %37 ilâ %45 aralığında, en çok fuar düzenlenen İstanbul'da yaklaşık %40 ilâ %50 aralığında, Ankara'da ise yaklaşık %29 ilâ %48 aralığında olduğu düşünüldüğünde bu durumun yarattığı maliyet avantajı daha çarpıcı hale gelmektedir.<sup>111</sup> Paydaş görüşlerinde işaret edilen hususlar arasında alan işletmecilerinin alan maliyetleri konusundaki bu avantajını katılımcılardan aldıkları kira bedellerine de yansıttığı ve bu çerçevede özellikle aynı fuar alanında aynı konuda düzenlenen fuarlar bakımından bağımsız fuar düzenleyicilerini rekabette dezavantajlı konumda bıraktığı da yer almaktadır. Nitekim dikey bütünleşik teşebbüslerin işlettiği ve

<sup>110</sup> Hem CNR hem İDTM'nin hollerini kapsayan ve anılan teşebbüslerden en az birinin düzenlediği fuarları içermektedir.

<sup>111</sup> 2012-2016 döneminde alan maliyetinin toplam maliyet içindeki payını iller itibarıyla gösteren tabloya Ek-1'de yer verilmiştir.

üçüncü kişilerin de faaliyet gösterdiği fuar alanlarında katılımcılardan elde edilen birim gelir incelendiğinde özellikle İstanbul Fuar Merkezi, Tüyap Beylikdüzü Fuar ve Kongre Merkezi ile ATO Kongre ve Sergi Sarayı'nda bağımsız fuar düzenleyicilerinin uyguladığı katılım bedellerinin alan işletmecilerinin uyguladığı katılım bedellerine kıyasla yüksek olduğu görülmüştür<sup>112</sup>.

- (196) Tüm bu açıklamalar çerçevesinde, dikey bütünleşik yapının sektörde yaygın olduğu, özellikle fuarcılık açısından öne çıkan illerde dikey bütünleşik teşebbüslerin faaliyet gösterdiği, uluslararası fuar düzenlenmesine uygun nitelikteki alanların sayıca az olduğu ve çoğunun dikey bütünleşik teşebbüslerce işletildiği, bu durumun dikey bütünleşik teşebbüslere özellikle fuar alanı işletmeciliği faaliyetleri bakımından önemli bir pazar gücü sağladığı ifade edilebilecektir. Bu pazar gücü ise, dikey bütünleşik teşebbüslere rakipleri dışlayıcı çeşitli davranışlar yoluyla fuar düzenleyiciliği faaliyetleri bakımından pazarı rakiplere kapatma ve böylece üst pazardaki gücünü alt pazara taşıma imkânı sunmaktadır.

#### 4.7. Yoğunlaşmalar

- (197) Sektör incelemesi sürecinde fuarcılık sektörüne ilişkin olarak üzerinde durulması gereken alanlardan birinin de yoğunlaşmalar olduğu ortaya çıkmıştır. Yoğunlaşma kavramıyla birleşme, devralma ve ortak girişim kurulması işlemleri kastedilmektedir. Fuarcılık sektörü bağlamında farklı taraflar arasında gerçekleşen yoğunlaşma işlemleri söz konusu olmakla birlikte<sup>113</sup>, kamuya ait fuar alanlarının işletme hakkının uzun süreli kiralama sözleşmeleriyle özel teşebbüslere verilmesi şeklinde gerçekleşen devralmaların olası rekabetçi etkileri bakımından özel önem taşıdığı görülmüştür.
- (198) Rapor'un 3.3.3. sıra numaralı bölümünde izah edildiği üzere, Türkiye'deki fuar merkezlerinin bir kısmı çeşitli gerekçelerle malikleri tarafından değil uzun süreli sözleşmeler vasıtasıyla özel sektör teşebbüsleri tarafından işletilmektedir. Hâlihazırda Türkiye genelindeki 5.000 m<sup>2</sup>'nin üzerinde kapalı alana sahip 33 adet fuar alanından 21 adedi malikleri<sup>114</sup> veya maliklerin kontrol ettiği şirketler, 11 adedi ise uzun süreli sözleşmeler sonucunda diğer teşebbüsler tarafından işletilmektedir<sup>115</sup>. Kapalı alan metrekare bazında incelendiğinde Türkiye genelinde hâlihazırda fuar alanı olarak kullanılan 712.644 m<sup>2</sup> alanın %62,84'ünün malikleri veya maliklerin kontrol ettiği şirketler, %37,16'sının ise kiracı diğer teşebbüsler tarafından işletildiği görülmektedir. Bu alanların İstanbul Kongre Merkezi ve Sütlüce Haliç Kongre Merkezi dışında kalan dokuz adedini işleten kiracı teşebbüsler dikey bütünleşik yapıdadır. Tüm bu bilgiler ışığında Türkiye'de kurulu ve 5.000 m<sup>2</sup>'nin üzerindeki fuar alanlarının alan büyüklüğü bakımından

<sup>112</sup> 2012-2016 döneminde katılımcılardan elde edilen birim gelirleri gösteren tabloya Ek-2'de yer verilmiştir.

<sup>113</sup> Sektörde fuar düzenleyicileri arasında gerçekleşen ya da fuar devirleri şeklinde gerçekleşen yoğunlaşma işlemleri de görülmektedir.

<sup>114</sup> Malikleri tarafından işletilen fuar alanları arasında özel sektöre ait tek fuar alanı TÜYAP Beylikdüzü Fuar ve Kongre Merkezi'dir. Geriye kalan 20 adet fuar merkezi kamu sahipliğinde olup yine kamu tarafından işletilmektedir.

<sup>115</sup> İstanbul Fuar Merkezi'nin maliki İDTM iken 1-8 no'lu salonları CNR tarafından ve diğer 9-11 no'lu salonları İDTM tarafından işletilmektedir. Bu nedenle, İstanbul Fuar Merkezi'nin kısmen maliki kısmen özel sektör tarafından işletildiği söylenebilecektir.



%33,82'sinin uzun süreli sözleşmeler yoluyla dikey bütünleşik teşebbüsler tarafından işletildiği, işletmesi bu nitelikte olan alanların sayısının ise aşağıdaki tablodan görülebileceği üzere yıllar itibarıyla artış göstermekte olduğu ifade edilebilecektir.

**Tablo 28: Kira Sözleşmeleri İle Dikey Bütünleşik Teşebbüsler Tarafından İşletilen Alanlar (2017)**

Fuar Merkezi	Sözleşme Türü	İlk Sözleşme Başlama Tarihi	Sözleşme Sona Erme Tarihi
İstanbul Fuar Merkezi	Kira Sözleşmesi <sup>116</sup>	[...]	[...]
KTO Tüyp Konya Fuar Merkezi	Kira Sözleşmesi <sup>117</sup>	[...]	[...]
Tüyp Bursa Fuar ve Kongre Merkezi	Kira Sözleşmesi <sup>118</sup>	[...]	[...]
Tüyp Adana Fuar ve Kongre Merkezi	Kira Sözleşmesi <sup>119</sup>	[...]	[...]
Tüyp Diyarbakır Fuar ve Kongre Merkezi	Kira Sözleşmesi	[...]	[...]
Mersin Yenişehir Belediyesi Fuar Alanı	Kira Sözleşmesi <sup>120</sup>	[...]	[...]
ATO Kongre Merkezi Sergi Salonları	Kira Sözleşmesi <sup>121</sup>	[...]	[...]
Samsun Fuar ve Kongre Merkezi	Kira Sözleşmesi	[...]	[...]
Adıyaman Fuar ve Kongre Merkezi	Kira Sözleşmesi	[...]	[...]

Kaynak: Paydaşlardan elde edilen bilgiler.

- (199) İnceleme çerçevesinde edinilen bilgilerden, kamuya ait fuar alanlarının işletmesinin özel sektör oyuncularına verilmesinin temel gerekçesinin onların sektöre yönelik uzmanlığından faydalanmak, kamudaki insan kaynağını etkin kullanmak ve alana özgülenecek personelin atıl kalmasını önlemek, kiracı şirkete belli sayıda fuar yapması yükümlülüğü getirerek alanın daha etkin kullanımını sağlamak, yatırım ve bakım-onarım giderlerinin kısmen kiralayan şirkete yüklenmesi sayesinde yatırımın finansmanını kolaylaştırmak olduğu anlaşılmıştır. Bu gerekçeler, alan işletmecisi teşebbüslerin genellikle dikey bütünleşik yapıda olmasını da açıklar niteliktedir. Keza, aynı zamanda fuar düzenleyicisi olan bir şirketin alan işletmeciliği de yapması Rapor'un 4.6. sıra numaralı "Dikey Bütünleşme" başlıklı bölümünde sayılan faydaların elde edilmesine hizmet etmektedir.

<sup>116</sup> İDTM'nin farklı salonları farklı sözleşmelerle kiralanmış olup, 1 No'lu salonun kiralanmasına ilişkin ilk sözleşme [...] tarihli sözleşmedir. 2013-4-102 sayılı dosya kapsamında elde edilen bilgilerden sözleşmelerin belirsiz süreli olduğu anlaşılmıştır.

<sup>117</sup> Tüyp Konya Fuarçılık A.Ş. ile Konya Ticaret Odası arasında [...] tarihleri arasında [...] yıl, [...] tarihleri arasında [...] yıl süre ile kira sözleşmesi gerçekleştirilmiştir. Bu süreçte Tüyp Konya Fuarçılık A.Ş. ile Konya Ticaret Odası İktisadi İşletmesi ile [...] tarihleri arasında yaklaşık [...] yıl süre ile yeniden bir kira sözleşmesi yapılmıştır.

<sup>118</sup> Tüyp Bursa Fuarçılık A.Ş. ile Bursa Ticaret ve Sanayi Odası arasındaki sözleşmeler [...] ve [...] tarihleri arasında [...] yıl; [...] ve [...] tarihleri arasında ve [...] ve [...] tarihleri arasında yaklaşık [...] yıl sürelidir. [...] tarihli sözleşmede farklı olarak Tüyp Bursa Fuarçılık A.Ş. alt kiracı konumunda olup alt kiraya veren Bursa Ticaret ve Sanayi Odası Fuarçılık Ltd. Şti.'dir.

<sup>119</sup> Tüyp Adana Fuarçılık A.Ş. ile Çukurova Fuarçılık A.Ş. arasında [...] tarihleri arasında [...] yıl ve [...] tarihleri arasında yaklaşık [...] yıl süre ile iki sözleşme yapılmıştır.

<sup>120</sup> Mersin Yenişehir Belediyesi Fuar Alanı'nın maliki tarafından gönderilen bilgilerde söz konusu alanın CNR'ye [...] tarihleri arasında kiralandığı, [...] tarihinden itibaren ise [...] yıl süre için Global Kongre ve Fuarçılık İşletmecilik A.Ş.'ye kiralandığı görülmüştür. Ancak, CNR'den elde edilen bilgilerden fuar alanının hâlihazırda CNR tarafından işletildiği anlaşılmıştır.

<sup>121</sup> Ankara Ticaret Odası'nın uygun görmesi halinde sözleşme bitiminden itibaren [...] yıl daha uzayacaktır.

(200) Bununla birlikte, özellikle yüksek pazar gücünün söz konusu olduğu durumlarda dikey bütünleşmenin çeşitli rekabetçi endişeler de doğurması muhtemeldir. Türkiye’de fuarcılık sektörünün gelişimine bakıldığında uzun süreli sözleşmeler yoluyla pazarda dikey bütünleşik faaliyet gösteren teşebbüs sayısının artmakta olduğu ve bütünleşik teşebbüslerin faaliyet gösterdiği coğrafi alanın giderek genişlediği görülmektedir. Bu çerçevede, pazarda yatay ve dikey anlamda rekabet karşıtı etkilere yol açması olası görülen ve uzun dönemli kira sözleşmeleri ile gerçekleşen yoğunlaşma işlemleri rekabetçi perspektiften ele alınması gereken önemli konulardan birini oluşturmaktadır.

#### **4.8. Yan Hizmetlerle İlgili Yükümlülükler**

(201) Fuarcılık sektörüne ilişkin olarak paydaşlar tarafından dile getirilen sorunlardan biri de alan tahsis sözleşmelerinde yer alan hükümler ile yan hizmetlerin fuar alanı işletmecisinden ya da onun belirttiği firmalardan alınmasının zorunlu tutulması, düzenleyicilerin ya da katılımcıların yan hizmetlerin sunumu noktasında diledikleri teşebbüslerden hizmet almasının engellenmesidir.

(202) Fuarcılık sektöründe yan hizmetler kavramı; fuar organizasyonunun gerçekleştirilmesi için olmazsa olmaz olan ve fuarın hazırlık sürecinde, fuar esnasında ve sonrasında yararlanılan güvenlik, temizlik, yeme-içme, yükleme-boşaltma ve elleçleme, ses ve görüntü sistemleri kurulumu ile stant tasarımı ve uygulanması gibi hizmetleri ifade etmektedir. Bir fuar organizasyonunda bu hizmetleri kimin sunacağı hizmetin niteliğine ve fuar düzenlenmesi sürecinde rol oynayan taraflar arasında kurulan ilişkilerin kapsamına göre belirlenmektedir. Bu nedenle tüm sektör ve yan hizmet türleri bakımından bir genelleme yapılması mümkün görünmemektedir.

(203) Ancak, sektör incelemesi kapsamında alan tahsis sözleşmelerine ve katılım sözleşmelerine dair yapılan incelemede fuar alanı işletmecilerinin düzenleyicilere yan hizmetlerin çoğu bakımından hizmetin kendi bünyesinde bulunan şirketlerden ya da anlaşmalı olduğu veya kendi belirlediği şirketlerden alınması yönünde bir yükümlülük getirdiği, bu yükümlülüğün ise katılım sözleşmeleri aracılığıyla düzenleyici tarafından fuar katılımcılarına yansıtıldığı görülmüştür.

(204) Fuar düzenleyicisi teşebbüsler, yan hizmetlerin sağlanması ile ilgili olarak fuar alanı işletmecileri tarafından kendilerine getirilen bu yükümlülüklerin işletmeci teşebbüslerin sahip oldukları pazar gücünün bir sonucu olarak ilave gelir sağlamanın bir aracı olarak ortaya çıktığını, bu nedenle bu yükümlülüklerin fuar düzenleme maliyetlerinin artmasına yol açtığını ifade etmişlerdir. Bunun yanı sıra, bu yükümlülüklerin düzenleyicilerin hizmet alacağı teşebbüsü seçme özgürlüğünü kısıtladığı, hizmet kalitesini ve hızını düşürebildiği, özellikle stant tasarımı ve uygulanması hizmeti bakımından fuar düzenleyicisinin kendi karakterini ve fuarın niteliğine göre olması gereken hizmet tarzındaki farklılaşmayı alana yansıtmasını engellediği belirtilmiştir.

(205) Fuar alanı işletmecileri ise, yan hizmetlerin sağlanmasına yönelik yükümlülüklerin gerekçesini hizmetlerin yeknesaklık içerisinde verilmesi, alanın güvenliğinin sağlanması, işlerin istenen kalitede ve aksamadan yürütülmesi, iş sağlığının ve güvenliğinin sağlanması, hijyen kriterlerine uyulması gibi gereklilikler ile açıklamaktadır.

(206) Bu gereklilikleri sağlamak üzere, yan hizmetlerin fuar alanı işletmecisinden ya da onun belirttiği teşebbüslerden sağlanmasına ilişkin yükümlülükler bazı hallerde rekabet karşıtı sonuçlar doğurabilmektedir. Öncelikle, yan hizmetlerin ilgili olduğu pazarın diğer yan hizmet sağlayıcılarına kapatılması söz konusu olabilecektir. Ayrıca pazarın kapatılması neticesinde, yan hizmetler bakımından rekabetçi fiyat düzeyinin üzerinde fiyatlar oluşması ve tüketici zararı ortaya çıkması muhtemel görülmektedir. Bu çerçevede, umulan faydaları sağlamaya yönelik yükümlülüklerin bazı hallerde rekabet karşıtı sonuçlara yol açma riski bulunduğu değerlendirilmektedir.

#### 4.9. Fuarlar Komitesinin ve Fuarcılık Sektör Meclisinin Yapısı

- (207) İnceleme sürecinde sektörle ilgili olarak dile getirilen sorunlardan biri TOBB'un sektörle ilgili görev yapan organlarının yapısına ilişkindir. Rapor'un üçüncü bölümünde yer verildiği üzere, Türkiye'de fuarcılık sektörünün düzenlenmesinden ve denetiminden sorumlu olan TOBB, bu görevlerini Fuarlar Müdürlüğü ve Fuarlar Komitesi eliyle yürütmekte, TOBB bünyesinde ayrıca istişari nitelikte olan Türkiye Fuarcılık Sektör Meclisi faaliyet göstermektedir. Fuarlar Komitesinin altı üyesi, "TOBB Fuarlar Komitesi Çalışma Usul ve Esasları" çerçevesinde "*Oda ve Borsaların Meclis üyeleri ve/veya sektörde faal kişiler ve/veya fuarlar konusunda bilgi ya da deneyim sahibi kişiler ve/veya sivil toplum-meslek kuruluşlarında yer almış kişiler ve/veya ülke ve dünya ekonomisi bilgisine vakıf kişiler arasından*"; Fuarcılık Sektör Meclisinin 40 üyesi ise "Türkiye Sektör Meclislerinin Kuruluş, Görev ve Çalışma Yönetmeliği" çerçevesinde "*sektörle ilgili kamu kurum ve kuruluş temsilcileri ile sektörde faaliyet gösteren işadamlarının kurduğu dernek ya da kuruluşların başkan ve başkan yardımcılarına öncelik verilmek üzere firmaların itibar, bilgi ve deneyim sahibi temsilcilerinden*" seçilmektedir. Üye seçimine ilişkin bu kriterler çerçevesinde 2017 yılında Komitede TÜYAP'ın bir temsilcisi, Sektör Meclisinde ise 36 fuar düzenleyicisi şirketin temsilcileri bulunmaktadır. Sektör Meclisinin Başkanlığını ise 2017 yılı itibarıyla Tüyap Anadolu Fuarları A.Ş. Genel Müdürü yürütmektedir.
- (208) Sektör paydaşları, sektördeki büyük oyuncuların ağırlıklı olarak temsiline olanak veren bu yapının bağımsız fuar düzenleyicisi şirketlerin sektöre ilişkin karar süreçlerinde yeterince temsil edilememesine neden olduğunu, TOBB'un tarafsızlığına gölge düşürdüğünü ve bu nedenle sektörün işleyişi bakımından sorun teşkil ettiğini belirtmişlerdir.
- (209) Görevleri itibarıyla fuar düzenleyicisi şirketlerin faaliyetleri üzerinde doğrudan ya da dolaylı belirleyici olan bu organlarda düzenleyici şirketlerin temsilcilerinin bulunmasının, bu temsilcilere, rakiplerine ya da pazarın genel yapısına ilişkin kararlar üzerinde etkide bulunma ve kendi ticari menfaatleri doğrultusunda hareket etme olanağı sağladığı ve bu nedenle rekabetçi açıdan riskler barındırdığı değerlendirilmektedir.

#### 4.10. Sektörel Desteklerin ve Teşviklerin Tasarımı

- (210) Paydaşlar tarafından sektöre ilişkin bir sorun alanı olarak görülen hususlardan biri de Türkiye’de düzenlenen fuarlar için sağlanan desteklerin tasarımıdır. Ülkemizde, yurt içinde ve yurt dışında düzenlenen fuarlar için KOSGEB<sup>122</sup> ve Ekonomi Bakanlığı<sup>123</sup> tarafından katılımcılara ve düzenleyicilere çeşitli devlet destekleri verilmektedir. Bakanlık tarafından yapılan açıklamalarda, Bakanlıkça verilen desteklerin %22’sinin fuarcılık sektörüne yönelik verildiği, 2017 yılı içerisinde 450 milyon lira fuar desteği sağlandığı ve yurt dışında 2.000 yurt içinde ise 25 fuarın bu desteklerden yararlandığı belirtilmiştir<sup>124</sup>.
- (211) Paydaş görüşleri ve rekabetçi etkileri dikkate alınarak işbu Rapor çerçevesinde Ekonomi Bakanlığı tarafından yurt içi fuarlarda düzenleyicilere verilen destekler üzerinde durulacaktır. Sektörel Nitelikli Uluslararası Yurt içi Fuarların Desteklenmesine İlişkin 2014-4 sayılı Karar’a (2014-4 sayılı Karar) dayanan bu destekler, yurt içi fuarların tanıtımı ve bu fuarlara uluslararası düzeyde katılımın ve ziyaretin sağlanması amacıyla taşımaktadır. Düzenleyiciler tarafından bu amaçla fuara ilişkin olarak yurt dışında yapılacak tanıtım ve bilgilendirme etkinliklerine ilişkin pek çok harcama ile yurt içinde fuar öncesinde ve fuar esnasında gerçekleştirilecek etkinliklere ilişkin alan harcamalarının destek kapsamında olduğu düzenlenmiştir. Düzenleyicilerin bu desteklerden yararlanabilmesi için, yurt içi fuarın tanıtımının yurt dışında yapılmasının esas olduğu belirtilerek tanıtım harcamalarının ağırlıklı olarak yurt dışında gerçekleştirilmesi zorunlu tutulmuştur.
- (212) Desteklenecek fuarların tespiti adına 2014-4 sayılı Karar’da belirtilen kriterler şu şekildedir:

*“MADDE 5- (1) (Değişik: R.G. 12/01/2018 - 30299) Yurt içi fuarın destek kapsamına alınması için, TOBB internet sitesinde ve Türkiye Ticaret Sicili Gazetesinde yayımlanan yıllık yurt içi fuar takviminde yer alması ve en son düzenlenen yurt içi fuarda veya son düzenlenen üç fuardan en az ikisinde;*

- a) yabancı ziyaretçi sayısının en az 1.500 olması,
  - b) yabancı ziyaretçi sayısının toplam ziyaretçi sayısına oranının %5’in üzerinde olması,
  - c) toplam katılımcı sayısının en az 300 olması,
  - ç) yabancı katılımcı sayısının toplam katılımcı sayısına oranının %5’in üzerinde olması,
  - d) katılımcılara tahsis edilen stand alanının en az 10.000 metrekare olması,
  - e) yabancı katılımcılara tahsis edilen toplam stand alanının en az 300 metrekare olması,
- gereklidir. Bu fıkrada yer alan şartları taşıyan yurt içi fuarlar arasından, dış ticaret politikaları, ihracat stratejileri ve ekonomik öncelikler doğrultusunda Bakanlıkça (İhracat Genel Müdürlüğü) belirlenenler destek kapsamına alınır.*

*(2) (Değişik: R.G. 12/01/2018 - 30299) Bir takvim yılında, destek kapsamına alınmış yurtiçi fuarlar arasında belirli bir konuda fuar bulunmaması durumunda, bu maddenin birinci fıkrasında yer alan altı şarttan en az dördünü taşıması koşuluyla, o konudaki fuarlar arasından*

<sup>122</sup> KOSGEB Genel Destek Programı Madde 7/a-(3)

[http://www.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/Genel%20Destek/05.04\\_Genel\\_Destek\\_Program%C4%B1.pdf](http://www.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/Genel%20Destek/05.04_Genel_Destek_Program%C4%B1.pdf)

<sup>123</sup> Dipnot 49’da belirtildiği üzere Ekonomi Bakanlığının fuarcılık sektörü ile ilgili görevleri 703 sayılı KHK ve 1 Nolu Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile Ticaret Bakanlığı bünyesinde toplanmıştır.

<sup>124</sup> Çalıştay Raporu.

*dış ticaret politikaları, ihracat stratejileri ve ekonomik öncelikler doğrultusunda Bakanlıkça (İhracat Genel Müdürlüğü) belirlenenler destek kapsamına alınır.”*

- (213) Bu kriterler çerçevesinde, desteklerden faydalanacak yurt içi fuarlar belirlenirken fuarın büyüklüğü ile fuara yönelik yabancı katılım düzeyinin esas alındığı ve ülkenin dış ticaret politikalarının göz önünde bulundurulduğu görülmektedir. Maddenin ikinci fıkrasına istinaden desteklenecek fuar konuları itibarıyla çeşitliliğin gözetildiği söylenebilecektir.
- (214) Sektör incelemesi sürecinde edinilen bilgiler çerçevesinde paydaşların özellikle uluslararası fuarlara yönelik desteklerin önemi konusunda hemfikir olduğu anlaşılmıştır. Konu hakkında görüş bildiren paydaşlar tarafından sektöre özellikle tanıtım faaliyetleri bakımından yeterli destek sağlanması, desteklerin objektif olması, destek sağlanması sürecindeki bürokratik süreçlerin azaltılması ve 2014 yılında belirlenmiş olan kriterlerin sektörel ihtiyaçlar çerçevesinde gözden geçirilmesi gerekliliği üzerinde durulmuştur<sup>125</sup>. Düzenlemelerin revizyonunu öneren paydaşların bir kısmı alan büyüklüğü başta olmak üzere kriterlerin sektör gerçeklerini yansıtmadığına, diğer bir kısmı ise niceliksel kriterler yerine niteliksel kriterlerin benimsenmesi gerekliliğine işaret etmiştir. Bunun yanı sıra her sektöre yönelik olarak ilk kez düzenlenecek fuarların ve görece düşük karlılığı nedeniyle düzenleyiciler tarafından rasyonel görülmeyen fuarların da desteklenmesi gerektiği, fuarların şehir ekonomisine katkısından ötürü yerel yönetimlerin özellikle ulaşım, konaklama gibi alanlarda destek sağlaması gerektiği şeklinde görüşler de söz konusu olmuştur.
- (215) Fuarlara verilen desteklerin bir ülkenin firmalarının ve ürünlerinin yurt dışı piyasalarda fiyat, kalite ve markalaşma açısından ön planda olması için gösterilen çaba içerisinde önemli bir yere sahip olduğu kabul edilmektedir<sup>126</sup>. Bununla birlikte, devlet desteklerinin belirli teşebbüslere avantaj sağlayan ve ilgili pazarda rekabetin bozulmasına yol açma riski taşıyan bir niteliği de bulunmaktadır<sup>127</sup>. Bu nedenle işbu sektör incelemesi çerçevesinde devlet desteklerinin de rekabetçi perspektiften değerlendirilmesinde fayda görülmektedir.

#### **4.11. Sektörel Düzenlemelerin ve Denetimlerin Yetersizliği**

- (216) Sektör paydaşları mevcut durumda sektöre ilişkin düzenlemelerin ve denetimlerin yetersiz olduğuna işaret etmiş ve bu yetersizliğin sektör paydaşlarının sektöre olan güvenini zedelediğini ve ayrıca uluslararası rekabet edebilirliği olumsuz etkilediğini vurgulamışlardır. Bu durum öncelikle TOBB'un fuarcılık alanında öncü yapılardan biri olmasına rağmen bu alandaki faaliyetlerinin ve sorumluluklarının sektörün işleyişi bakımından yeterince kapsayıcı olmamasına, mevcut mevzuatın sektörün gelişimine uygun olmamasına ve ayrıca sektörde AUMA benzeri bir çatı kuruluş olmamasına bağlanmıştır<sup>128</sup>.

<sup>125</sup> Çalıştay Raporu

<sup>126</sup> SARIÇAY, Ş. (2010) "Küçük ve Orta Boy İşletmelere Yönelik Fuar Teşvikleri ve Fuarların Türkiye Ekonomisine Katkısı" Dokuz Eylül Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi (<http://acikerisim.deu.edu.tr/xmlui/handle/12345/10917>, Erişim Tarihi: 25.05.2018)

<sup>127</sup> GÜNGÖRDÜ, A. (2006) "AB'de Devlet Yardımlarının Kontrolü: De minimis Kuralının Uygulanması ve KOBİ Grup Muafiyet Tüzüğü'nün Değerlendirilmesi," Rekabet Dergisi, Sayı 27.

<sup>128</sup> Çalıştay Raporu.

- (217) Sektördeki düzenleme ve denetim bakımından yetersiz kalan hususlar fuar düzenlenebilir alanların özellikleri, işletilmesi ve tahsisi; planlanan fuarın alana uygunluğu; fuar alanı işletmecilerinin, fuar düzenleyicilerinin ve katılımcıların faaliyetleri; fuarların niteliksel ve niceliksel gereklilikleri; fuar sonuç raporuna aktarılan bilgilerin doğruluğunun sağlanması; sektörel marka fuarların korunması ile fuarların şehir ve ülke ekonomisine etkilerinin ölçülmesine olanak sağlayacak mekanizmaların kurulması olarak sıralanmıştır. Bu durumun aşılmasında öncelikle fuarcılık sektöründe yaptırım uygulayabilecek ve denetleme yapabilecek AUMA muadili bir kamu otoritesinin tesis edilmesi ve bunun öncesinde ilgili mevzuatta kavramsal çalışmaların gerçekleştirilmesi gerektiği belirtilmiştir<sup>129</sup>.
- (218) Fuarcılık sektöründeki denetim ve gözetim mekanizmasının etkinleştirilmesinin sektörün işleyişindeki aksaklıkların saptanması, bunların düzeltilmesi, paydaşların daha etkin ve verimli çalışması, kaynak dağılımında etkinliğin sağlanması konularında adımlar atılmasına olanak tanıyacağı düşünülmektedir. Ayrıca, sektördeki düzenleme ve denetim aksaklıklarının giderilerek sektörün daha etkin işler hale getirilmesinin rekabetçi sorunların azaltılmasına ve rekabet hukuku uygulamalarının daha sağlıklı yürütülmesine de katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

#### 4.12. Kamuya Açık Sektörel Bilgilerin Yetersiz ve Sağlıksız Olması

- (219) Sektör incelemesinin veri toplama aşamasında, sektöre ilişkin kamuya açık bilgilerin yetersiz ve sağlıksız olduğu görülmüştür<sup>130</sup>. Bu durum hem fuar merkezlerine ilişkin bilgiler, hem de gerçekleşen fuarlara ilişkin bilgiler bakımından geçerlidir. Hâlihazırda sektöre ilişkin olarak paydaşlardan topladığı bilgileri derleyen ve yayımlayan yegâne kurum TOBB'dur. Bir başka deyişle, sektöre ilişkin toplu bilgiye ulaşılabilecek tek kaynak TOBB'dur. TOBB'un bu görevinin dayanağı esas olarak Usul ve Esaslar'dır.
- (220) Usul ve Esaslar'ın 7. maddesinin yedinci fıkrasında yer alan "*Fuar merkezleri bir liste halinde Birliğin İnternet sitesinde duyurulur. Fuar merkezi şartlarına uygun yeni inşa edilmiş alanlar, Birlik tarafından değerlendirilir ve uygun bulunanlar bu listeye dâhil edilir.*" hükmü uyarınca TOBB'un fuar merkezlerine ilişkin listeyi ve bu listede gerçekleşen değişiklikleri yayımlaması gerekmektedir. Bununla birlikte, sektör incelemesi sürecinde TOBB'un internet sitesinde böyle bir listeye rastlanmamıştır. Buna istinaden, sektör incelemesinde faydalanmak üzere fuar merkezleri listesi öncelikle 04.08.2017 tarihli ve 10019 sayılı yazımızla TOBB'dan istenmiş ve TOBB'un 03.10.2017 tarihinde 6988 sayılı Kurum kayıtlarına giren yazısı ekinde tarafımıza ulaştırılmıştır. Bununla birlikte, süreç içerisinde yapılan incelemelerde bu listede yer alan bilgilerin UFI Raporlarında yer alan bilgilerle ve sektör oyuncularından elde edilen bilgilerle örtüşmediği tespit edilmiştir. Akabinde, 21.05.2018 tarihli ve 6486 sayılı yazımızla, bahse konu tutarsızlıklara atıfla TOBB'dan fuar merkezlerine ilişkin listenin kontrol edilerek güncellenmesi talebinde bulunulmuştur. Bu talebe istinaden hazırlanan liste, TOBB'un 30.05.2018 tarihinde 4236 sayılı Kurum kayıtlarına giren cevabi yazısı ekinde sunulmuştur. Ancak, bu liste de

<sup>129</sup> A.g.k.

<sup>130</sup> Bu durum, bazı akademik çalışmalarda da fuarcılık sektörüne ilişkin sorunlar kapsamında vurgulanmıştır. Bkz. TÛTÛNCÛOĞLU, İ. (2009), s. 30.

tespit edilen tutarsızlıkları gidermemiştir. Bu duruma, büyük ölçüde, fuar merkezlerinde gerçekleştirilen alan artışlarını takiben TOBB'un listesinin güncellenmemesinin neden olduğu düşünülmektedir. İlaveten, kapanan ya da geçici olarak faaliyetlerini durduran fuar merkezlerine ilişkin bilgilerin de TOBB'un listesine yansıtılmadığı görülmüştür. Bunun yanı sıra, hâlihazırda yatırımı devam eden fuar merkezlerine ilişkin olarak da TOBB'dan bilgi edinilmesi mümkün olmamıştır.

- (221) Sektör incelemesi kapsamında ayrıca, TOBB tarafından fuar düzenleyicisi şirketlere ilişkin olarak tutulan listenin ve listedeki iletişim bilgilerinin de güncel olmadığı tespit edilmiştir. Zira bu iletişim bilgileri esas alınarak gönderilen bilgi isteme yazılarının önemli bir kısmı adres değişikliği ya da adresin kapalı olması gibi nedenlerle muhataplarına ulaştırılamamıştır.
- (222) Usul ve Esaslar'ın 20. maddesi ile fuar düzenleyicilerine fuar sonuç raporu düzenleme yükümlülüğü getirilmiştir. Düzenleyiciler tarafından hazırlanan raporları incelemek ve bu incelemeler sonucunda elde edilen verileri raporlamak ise TOBB Fuarlar Müdürlüğü'nün görevleri arasında sayılmıştır. TOBB bu çerçevede, fuar sonuç raporlarına istinaden hazırlanan yıllık fuar istatistiklerini<sup>131</sup> yayımlamaktadır. Sektör incelemesi kapsamında TOBB, bu istatistiklere dayanak teşkil eden verileri Kurumumuzla paylaşmıştır. Bu veriler o yıl gerçekleştirilen her bir fuara ilişkin başlama ve bitiş tarihi, fuar adı, fuar konusu, başlıca ürün ve hizmet grupları, fuar türü, şehir, düzenleyici, konu kodu, kaçınıcı fuar olduğu, satış alanı kiralanan şirket sayısı, yabancı ülke sayısı, doğrudan ve dolaylı yabancı katılımcı sayısı, toplam ziyaretçi sayısı, yabancı ziyaretçi sayısı, kiralanan toplam net stant alanı, satış stantı net alanı, doğrudan ve dolaylı yabancı katılımcılara kiralanan net stant alanı bilgilerini içermektedir. Ancak veriler incelendiğinde kimi fuarlara ilişkin bilgilerin mükerrer olduğu, bazı fuarlara ilişkin bilgilerin bulunmadığı, veri setinin yer yer rasyonel olmayan bilgiler içerdiği ve ayrıca bilgilerin bir kısmının sektör oyuncularından alınan bilgilerle örtüşmediği tespit edilmiştir. Ayrıca inceleme sürecinde TOBB kaynaklarında uluslararası olarak nitelenen bazı fuarların Usul ve Esaslar'daki uluslararası fuar gerekliliklerini karşılamadığı görülmüştür. Bu durumun esasen, fuar düzenleyicilerinden alınan bilgilerin herhangi bir denetime tabi tutulmaksızın TOBB tarafından doğru kabul edilmesinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Bu durum, Usul ve Esaslar'ın 20. maddesinin ikinci fıkrasında yer alan *"Raporun belirtilen süre içerisinde gönderilmemesi ya da gönderilen raporun içerdiği bilgilerin ve/veya eklerin eksik olması durumunda düzenleyiciye Birlik tarafından ihtar verilir."* hükmünün pratikte bir uygulama alanı bulamadığını göstermektedir. Kuşkusuz, fuar sonuç raporlarından kaynaklanan bu durum TOBB tarafından yayımlanan fuar istatistiklerine de yansımaktadır.
- (223) Fuar merkezlerine ve gerçekleşen fuarlara ilişkin olarak kamuya açıklanan bilgilere ilişkin bu eksiklikler ve hatalar, bu bilgileri esas alarak davranışlarına yön vermek isteyen sektör oyuncularının, Türkiye'deki fuarcılık sektörü hakkında bilgi edinmek üzere bu kaynakları esas alan yabancıların ve çalışmalarını bu kaynaklar üzerine bina eden yerli ve yabancı kurum ve kuruluşlar ile akademisyenlerin piyasayı yanlış değerlendirmesine yol açabilecektir. Oysa ideal koşullarda sektörün düzenlenmesinden ve denetiminden

<sup>131</sup> <https://www.tobb.org.tr/FuarlarMudurlugu/Sayfalar/Istatistikler.php>, Erişim Tarihi: 14.06.2018

öncelikli olarak sorumlu bulunan ve kamu kurumu niteliğinde bir meslek üst kuruluşu olan TOBB tarafından yayımlanan bilgilerin tüm sektör oyuncularını ve diğer ilgililer bakımından güvenilir yegâne kaynak olarak görülmesi beklenmektedir. Bu verilerin erişilebilirliğinin ve sağlığının tesis edilmesinin, öncelikle, piyasadaki şeffaflığı artırmak suretiyle rekabete olumlu etkileri olacağı değerlendirilmektedir. İkincil olarak ise, gerek yerli ve yabancı kurum ve kuruluşlar gerekse de akademi tarafından sektöre yönelik olarak yapılan çalışmalara kaynaklık edecek doğru ve güncel bilgilerin, bu çalışmalar vesilesiyle sektörün gelişimine, bu gelişimin izlenebilmesine ve Türkiye'nin uluslararası arenadaki yerinin belirlenmesine katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

#### **4.13. Türkiye'nin Uluslararası Rekabet Edebilirliğinin Yetersiz Olması**

- (224) Sektör incelemesi sürecinde paydaşlar tarafından sıklıkla vurgulanan konulardan biri de ülke fuarcılığının geliştirilmesi ve uluslararası rekabet edebilirlik düzeyinin artırılması gerekliliği olmuştur.
- (225) Bilindiği üzere, son yüzyılda yaşanan ekonomik ve teknolojik gelişmelerin etkisiyle, üretim imkânları artmış, iletişim ve ulaşım araçları gelişmiş ve ucuzlamış, bunların sonucunda ise ticari faaliyetler ülke sınırlarını aşmıştır. Bu durum teşebbüsleri yeni tedarik kaynakları ve yeni pazarlar bulmaya sevk etmiştir. Tüm bu gelişmelerin etkisiyle fuarcılık faaliyetleri de uluslararası bir boyut kazanmış ve farklı ülkelerde faaliyet gösteren teşebbüsleri birbirine rakip haline getirmiştir. Zira bu gelişmeler, farklı tedarik kaynakları ve pazarlar arayışında olan katılımcıların ve ziyaretçilerin farklı ülkelerde düzenlenen fuarlardan haberdar olmasını sağlamakta ve onlara doğrudan bir coğrafi sınırlılık söz konusu olmaksızın kendilerine en yüksek faydayı sağlayacak fuara katılma imkânı vermektedir. Bu durum da fuar düzenleyicilerin uluslararası arenada rekabet edebilecek nitelikte fuarlar düzenlemesini gerektirmekte, ayrıca fuarların makroekonomik ve sosyal işlevleri dolayısıyla ülkeleri uluslararası arenada tercih edilen fuarlar düzenlenmesini sağlayacak tedbirleri almaya yönlendirmektedir.
- (226) Türkiye, UFI tarafından Avrupa fuarcılığı kapsamında ele alınmaktadır. Bu kapsamda, Türkiye'nin uluslararası rekabet edebilirliği hakkında bir değerlendirme yapabilmek adına Türkiye'nin Avrupa fuarcılığı içindeki görece konumu incelenmiştir.
- (227) UFI verileri çerçevesinde fuar alanları bakımından Türkiye'nin konumu değerlendirildiğinde, alan büyüklüğü bakımından sahip olduğu %3,8 oranındaki pay ile Avrupa ülkeleri arasında sekizinci sırada yer aldığı görülmektedir. Avrupa'da kapalı alan büyüklüğü 100.000 m<sup>2</sup>'yi aşan 38 adet alan bulunmaktadır. Türkiye'de ise 100.000 m<sup>2</sup>'nin üzerinde tek bir fuar alanı mevcuttur. WMEV Raporu esas alındığında 2017 yılında Avrupa'da ortalama alan büyüklüğü 31.771 m<sup>2</sup> iken, Türkiye'de 30.101 m<sup>2</sup> olarak hesaplanmıştır. Oysa, TOBB Listesi kapsamında yer alan 5.000 m<sup>2</sup>'den büyük fuar alanlarını içeren Tablo 16'daki veriler esas alındığında Türkiye'deki fuar alanlarının ortalama büyüklüğü yaklaşık 21.000 m<sup>2</sup> olarak hesaplanmaktadır. Bu bilgiler çerçevesinde Türkiye'nin ortalama fuar alanı büyüklüğü bakımından Avrupa'nın gerisinde kaldığı ifade edilebilecektir.



(228) Türkiye, Avrupa'da en çok fuar düzenlenen ikinci ülke konumundadır. Bununla birlikte, fuarlara ilişkin katılımcı sayısı, stant alanı ve gelir gibi parametreler bakımından Avrupa'nın gerisinde kaldığı söylenebilecektir<sup>132</sup>. 2012-2016 döneminde anılan parametrelerin ortalama değerleri bakımından Avrupa ile Türkiye'nin karşılaştırıldığı tabloya aşağıda yer verilmektedir. Fuarlardan elde edilen ortalama gelir için Avrupa düzeyinde veriye ulaşılamadığından Fransa, Almanya ve İtalya ile yapılacak karşılaştırmanın bir gösterge sağlayabileceği değerlendirilmiştir.

**Tablo 29: Fuarçılık Verileri Bakımından Avrupa-Türkiye Karşılaştırması (2012-2016)**

Yıl	Ortalama Katılımcı Sayısı		Ortalama Stant Alanı (m <sup>2</sup> )		Ortalama Gelir (milyon \$)			
	Avrupa	Türkiye	Avrupa	Türkiye	Fransa	Almanya	İtalya	Türkiye
2012	273	154	9.944	7.618	2,05	7,89	4,23	0,86
2013	276	149	10.133	6.719	3,13	8,59	3,84	0,88
2014	284	156	10.642	7.453	2,99	8,57	4,02	0,93
2015	280	150	10.248	7.460	2,76	8,59	4,14	0,93
2016	280	157	10.579	8.020	2,47	9,26	4,15	0,85

Kaynak: Tablo 12'de ve AMR Raporu'nda yer alan veriler çerçevesinde raportörler tarafından hazırlanmıştır.

- (229) Tablodan görüleceği üzere, incelenen dönemdeki yıllık ortalamalar bakımından Türkiye, Avrupa ülkelerinin gerisinde kalmaktadır. Katılımcı sayısı bakımından Avrupa'nın yıllık ortalaması yaklaşık 280 iken Türkiye'ninki 153; stant alanı bakımından ise Avrupa'nın yıllık ortalaması yaklaşık 10.000 m<sup>2</sup> iken Türkiye'ninki 7.500 m<sup>2</sup> seviyesindedir. Gelirler bakımından ise incelenen ülkelerin fuarcılık sektöründen elde ettikleri yıllık ortalama gelir düzeyinin Türkiye'nin üç ilâ dokuz kat üzerinde olduğu söylenebilecektir. Fuar düzenleme faaliyetlerinden elde edilen gelirin düşüklüğü temelde ortalama katılım bedellerindeki farklılıktan kaynaklanmaktadır. Şöyle ki; 2016 yılı için uluslararası standartlarda katılım bedeli m<sup>2</sup> başına 250 \$ ve üzerinde iken Türkiye'de 100 \$ civarında olmuştur<sup>133</sup>.
- (230) Tüm bu açıklamalar ışığında, paydaşların da işaret ettiği üzere Türkiye'de fuarcılık sektörünün uluslararası rekabet edebilirliğinin sınırlı olduğu görülmektedir. Ülke fuarcılığının gelişmesinin sadece fuar bileşenlerinin ticari çıkarlarına değil, ülkenin kalkınmasına ve gelişimine de önemli katkı sağladığı düşünüldüğünde uluslararası rekabet edebilirliğin geliştirilmesinin bütüncül bir fuarcılık politikasının bir unsuru olarak ele alınmasında fayda görülmektedir. Ancak, Rapor'un önceki bölümlerinde yer verildiği üzere uluslararası rekabet edebilirliği geliştirmek üzere kullanılacak araçlardan bir kısmının ulusal bazda rekabeti kısıtlayıcı bazı sonuçları söz konusu olabilecektir. Bu bakımdan konunun rekabetçi bakış açısıyla da ele alınmasında fayda olduğu değerlendirilmiş ve Rapor kapsamında bir sonraki bölümde incelenmiştir.

<sup>132</sup> İlgili dönemde Avrupa'da ortalama ziyaretçi sayısı 27.000 civarında iken, Türkiye'de 40.000 seviyelerindedir. Bununla birlikte, ziyaretçi sayısının güvenilirliğine ilişkin olarak Dipnot-63'te açıklanan çekincelerden dolayı burada bir gösterge olarak kullanılması uygun görülmemiştir.

<sup>133</sup> AMR Raporu, s. 314.

#### 4.14. Bölüm Değerlendirmesi

- (231) Türkiye'deki fuarcılık sektörünün genel yapısına ilişkin olarak inceleme kapsamında yapılan tespitler ve paydaş görüşleri çerçevesinde, sektörde rekabet karşıtı etkilere yol açması muhtemel sorunlar olduğu anlaşılmıştır. Bu sorunların bir kısmı yaygın sektörel uygulamalardan, diğer bir deyişle sektördeki oyuncuların davranışlarından kaynaklanmakta ve piyasanın rekabetçi yapısını doğrudan etkilemekte iken, bir kısmı ise sektörün yapısından, sektöre ilişkin düzenlemelerden ve kamu kurumlarının işlemlerinden kaynaklanmakta, piyasanın rekabetçi yapısı üzerinde dolaylı etkide bulunmaktadır.
- (232) Sektördeki rekabetçi sorunlara yol açan uygulamaların çoğunun arkasında aynı coğrafi bölgede benzer konuda çok sayıda fuar düzenlenmesinden kaynaklanan endişelerin yattığı söylenebilecektir. Zira, aynı konudaki fuarların fazla olmasının nicelik ve nitelik bakımından optimal ölçekte fuarlar düzenlenmesinin önünde bir engel olduğu, buna bağlı olarak düzenlenen fuarların başarısını düşürdüğü ve ülke fuarcılığını olumsuz etkilediği sektörde genel kabul gören bir değerlendirmedir. Nitekim bu durumun üstesinden gelmek adına sektör oyuncuları rekabet etmeme yükümlülükleri, tek alıcıya sağlama yükümlülükleri, teşebbüs birliklerinin düzenleyicilerle münhasır işbirlikleri gibi çeşitli uygulamalar geliştirmiştir. Temel gerekçesi daha geniş katılımcı ve ziyaretçi profiline sahip fuarlar düzenlenmesini sağlamak olan bu uygulamaların tümünün ortak noktası, özellikle fuar düzenleyiciliği pazarı bakımından yapay giriş veya büyüme engelleri yaratmak suretiyle rekabeti kısıtlayıcı etkilere yol açmasıdır. Bu uygulamaların rekabeti kısıtlayıcı etkilerinin, uygulamalar sonucunda ortaya çıkacak faydalarla dengelenememesi durumunda ise rekabet karşıtı piyasa kapama ve tüketici zararı söz konusu olabilecektir.
- (233) Sektör bakımından rekabetçi sorunlara yol açma olasılığı yüksek diğer bir alan ise fuarcılık faaliyetleri bakımından yaygın olan dikey bütünleşmedir. Zira dikey bütünleşik yapı bir yandan çeşitli etkinlikler ortaya çıkarırken diğer yandan özellikle yüksek pazar gücünün varlığı halinde bütünleşik teşebbüslerin davranışları vasıtasıyla rakiplerin girdilere veya müşterilere ulaşmasını engellemek veya rakiplerin maliyetlerini yükseltmek suretiyle rekabet karşıtı piyasa kapamaya yol açabilecektir. Sektör özelinde ele alındığında; fuarcılık açısından ön plana çıkan illerde dikey bütünleşik teşebbüslerin faaliyet gösterdiği, özellikle uluslararası fuar düzenlenmesine uygun nitelikteki alanların sayıca az olduğu ve çoğunun dikey bütünleşik teşebbüslerce işletildiği, bu durumun dikey bütünleşik teşebbüslere özellikle fuar alanı işletmeciliği faaliyetleri bakımından önemli bir pazar gücü sağladığı görülmektedir. Bu durum dikey bütünleşik teşebbüslerin başta sözleşme yapmayı reddetme ve ayrımcılık olmak üzere dışlayıcı nitelik taşıyan davranışlarının fuar düzenleyiciliği faaliyetleri bakımından rekabet karşıtı piyasa kapamaya yol açma riskinin yüksek olduğu şeklinde değerlendirilmektedir.
- (234) Fuarcılık sektörü bakımından rekabetçi riskler barındıran diğer bir uygulama ise ortaklaşa fuarlardır. Rakip fuar düzenleyicisi teşebbüsler zaman zaman çeşitli saiklerle bir araya gelerek ortaklaşa fuarlar düzenlemektedir. Her ne kadar bu ortaklaşa fuarlar çeşitli etkinlik kazanımları sağlasa da, aynı zamanda rekabetten beklenen faydaların ortadan

kalkmasına ve dolayısıyla tüketici zararına da yol açabilmektedir. Bu nedenle, mevcut ya da potansiyel rakipler tarafından düzenlenen ve yatay iş birliği anlaşması olarak nitelendirilebilecek ortaklaşa fuarların olası bir sorun alanı olarak rekabet hukuku perspektifinden ele alınmasında fayda görülmektedir.

- (235) Sektördeki yerleşik uygulamalar çerçevesinde özellikle ihtisas fuarları düzenlenmesi sürecinde önemli rol oynayan teşebbüs birliklerinin karar ve eylemleri de sektörde rekabetçi sorunlara yol açabilecek alanlar arasında görülmektedir. Zira fuar katılımcılarının üye olduğu bu birlikler üyelerini belli bir fuara yönlendirmek ve diğer fuarlara katılımlarını engellemek suretiyle ya da düzenleyicilerle olan ilişkileri bağlamında iş birliğini doğrudan ya da dolaylı olarak reddetmek suretiyle fuar düzenleyiciliği faaliyetleri bakımından pazarın rekabetçi yapısını olumsuz etkileyebilmektedir.
- (236) Sektörde yaygın uygulamalar bakımından karşılaşılan diğer bir sorun da yan hizmetlerin sağlanmasına ilişkindir. Sektördeki her bir sözleşmeyi kapsayan yeknesak bir uygulamadan bahsedilememekle birlikte, yan hizmetlerin çoğu bakımından fuar alanı işletmecilerinin düzenleyicilere hizmetin kendi bünyesinde bulunan şirketlerden ya da anlaşmalı olduğu veya kendi belirlediği şirketlerden alınması yönünde bir yükümlülük getirdiği, bu yükümlülüğün ise katılım sözleşmeleri aracılığıyla düzenleyici tarafından fuar katılımcılarına yansıtıldığı görülmektedir. Bu tür yükümlülükler bazı hallerde yan hizmetlerin ilgili olduğu pazarın diğer yan hizmet sağlayıcılarına kapatılmasına neden olma ve sonuç olarak yan hizmetler bakımından rekabetçi fiyat düzeyinin üzerinde fiyatlar oluşmasına ve tüketici zararına yol açma riski taşımaktadır. Bu çerçevede, bu yükümlülüklerin de pazarın rekabetçi yapısına etkileri bakımından ele alınmasında fayda görülmektedir.
- (237) Bu noktaya kadar sektördeki uygulamalardan kaynaklanan ve sektörün rekabetçi yapısını doğrudan etkileyen sorun alanlarından bahsedilmiştir. Sektör incelemesi sürecinde, sektörün rekabetçi yapısına doğrudan etkisi olmayan, ancak dolaylı etkileri vasıtasıyla rekabetçi sorunlara yol açabilen ya da var olan sorunları derinleştirebilen çeşitli unsurlar olduğu anlaşılmıştır. Bu unsurların başında mevcut fuar alanı işletmecilerinin yüksek pazar gücüne sahip olmasına yol açması nedeniyle fuar alanlarının niceliksel ve niteliksel olarak yetersizliği gelmektedir. Bunun yanı sıra, fuar düzenleyicilerin temsilcilerine rakiplerin faaliyetleri üzerinde doğrudan ya da dolaylı olarak belirleyici olma imkânı vermesi nedeniyle Fuarlar Komitesi ile Fuarcılık Sektör Meclisinin yapısı; bazı teşebbüsleri rekabette dezavantajlı konumda bırakma riski nedeniyle sektörel desteklerin tasarımı; fuarların niteliğine odaklanan bir anlayış geliştirilmesine olanak sağlamaması nedeniyle sektörel düzenlemelerin ve denetimlerin yetersizliği; piyasadaki şeffaflığı ortadan kaldırması ve sektöre ilişkin analizleri ve bunlara bağlı geliştirme çabalarını zorlaştırması nedeniyle sektöre ilişkin tam ve doğru bilgi sağlanmasında yaşanan aksaklıklar sektöre ilişkin diğer sorun alanları olarak sıralanabilecektir.
- (238) Son olarak, Türkiye'nin uluslararası rekabet edebilirliğinin istenen düzeyde olmaması paydaşlar tarafından sektöre ilişkin bir sorun alanı olarak değerlendirilmiştir. Fuarcılık sektörü diğer sektörlerle olan bağlantısı ve makroekonomik işlevleri nedeniyle ülke

kalkınmasında önem taşıyan bir alan olarak görülmektedir. Bu nedenle ülke fuarcılığının ve uluslararası rekabet edebilirliğin geliştirilmesi, sektör oyuncuları tarafından da çoğu rekabet karşıtı uygulamanın gerekçesi haline getirilmiştir. Rekabetçi perspektiften bakıldığında bu gerekçelerin, uygulamaların rekabetçi zararları faydalarıyla dengelendiği sürece kabul edilebileceği değerlendirilmektedir. Bununla birlikte, ortaya çıkacak rekabet karşıtı sorunların ağır bastığı hallerde orta ve uzun vadede hem sektörün rekabetçi yapısı hem de uluslararası rekabet edebilirlik bakımından olumsuzluklar yaşanması riski gündeme gelecektir. Bu çerçevede, Rapor kapsamında uluslararası rekabet edebilirliğin geliştirilmesine yönelik hedeflerin de rekabetçi anlayışla değerlendirilmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır.

- (239) Bu bağlamda, Rapor'un bir sonraki bölümünde fuarcılık sektörü bakımından ortaya konulan muhtemel rekabetçi sorunlar ile rekabetçi perspektiften değerlendirilmesinde fayda görülen diğer hususlar ele alınacak, rekabet hukuku araçlarıyla bunlara müdahale olanakları tartışılacak ve bu sorunları gidermeye yönelik alternatif çözüm önerileri sunulacaktır.

## BÖLÜM 5

### TÜRKİYE'DE FUARCILIK SEKTÖRÜNÜN SORUNLARINA REKABET HUKUKU ARAÇLARIYLA MÜDAHALE İMKÂNI VE ALTERNATİF ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

- (240) Çalışmanın bir önceki bölümünde, sektör incelemesi sürecinde edinilen bilgiler ışığında fuarcılık sektörü bakımından sorun teşkil eden alanlar ortaya konulmuş ve bunların piyasanın rekabetçi yapısı üzerindeki olası etkilerine ilişkin değerlendirmelerde bulunulmuştur. Yapılan değerlendirmeler çerçevesinde, tespit edilen sorunların bir kısmının teşebbüs davranışlarından, bir kısmının ise sektörün yapısından ve sektörü düzenleyen mevzuattan kaynaklandığı anlaşılmıştır. Bu bölümde ise geçmiş tarihli Rekabet Kurulu kararlarından<sup>134</sup> da faydalanmak suretiyle tespit edilen bu sorunlara rekabet hukuku araçlarıyla müdahale imkânlarına ilişkin açıklamalarda bulunulacak ve bu sorunları gidermeye yönelik alternatif çözüm önerileri sunulacaktır.
- (241) Ancak bu sorun alanlarıyla ilgili değerlendirmelere geçmeden önce, bu alanlara rekabet hukuku araçlarıyla müdahale imkânları bakımından da büyük ölçüde belirleyici olan ilgili pazarın tanımlanması hususuna değinmekte fayda görülmektedir. Zira ilgili pazarın ilgili ürün pazarı ve ilgili coğrafi pazar boyutlarıyla doğru tanımlanması, hem teşebbüslerin kendi davranışlarının rekabet kurallarına uygunluğuna yönelik değerlendirmelerinin hem de rekabet hukuku uygulamalarının sıhhati bakımından büyük önem arz etmektedir. Fuarcılık sektörüne ilişkin olarak Rekabet Kurulunun almış olduğu kararlar incelendiğinde zaman zaman benzer durumlarda ilgili pazar tanımlarının farklı yapılmış olduğu görülmektedir. Bu noktada amaç, konunun sektör incelemesi kapsamında elde edilen bilgi birikiminin sağladığı bütüncül bakış açısıyla ele alınarak, konuyla ilgili değerlendirmeler bakımından teşebbüslere ve rekabet hukuku uygulayıcılarına ışık tutmaktır.

#### 5.1. İlgili Pazarın Tanımlanması

- (242) Bilindiği üzere, ilgili pazarın tanımlanması, incelenen teşebbüslerin karşı karşıya buldukları rekabet koşullarının belirlenmesini sağlamakta ve özellikle Kanun'un hâkim durumun kötüye kullanılmasını yasaklayan 6. maddesi ve rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğuran birleşme ve devralma işlemlerini yasaklayan 7. maddesi bakımından rekabet hukuku uygulamalarına temel oluşturmaktadır. Zira ilgili pazarın tanımlanması suretiyle teşebbüsler arasındaki rekabetin sınırları tespit edilmekte ve incelenen teşebbüslerin davranışlarını sınırlama ve etkin bir rekabetçi baskıdan bağımsız olarak davranmalarını önleme gücüne sahip rakipleri ortaya çıkarılmaktadır.

---

<sup>134</sup> Rekabet Kurumunun faaliyete geçtiği ilk yıllardan itibaren fuarcılık sektörüne ilişkin çok sayıda başvuru Kurul gündemine gelmiştir. Bu başvuruların 28 adedi rekabet ihlallerine, 10 adedi ise yoğunlaşma işlemlerine ilişkindir. Rekabet ihlallerine ilişkin başvuruların 10 adedi ilk inceleme (ya da bilgi notu) aşamasını takiben, 12 adedi önaraştırma aşamasını takiben, altı adedi ise soruşturma aşamasını takiben sonuçlandırılmıştır. Yargı aşamasında Kurul kararının bozulması nedeniyle bazı dosyalar kapsamında birden çok Kurul kararı söz konusu olmuştur. Sektöre ilişkin Kurul ve yargı kararlarına dair temel bilgileri içeren tabloya ve Kurul kararlarının özetlerine Ek-3'te yer verilmektedir.

- (243) Rekabet Kurulu, ilgili pazarın tanımlanmasında esas alacağı temel ilkeleri 'İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz'da (İlgili Pazar Kılavuzu) ortaya koymuştur. Buna göre ilgili pazar hem ürün hem de coğrafi boyutuyla tanımlanmaktadır.
- (244) Aşağıda fuar alanı işletmeciliği ve fuar düzenleyiciliği faaliyetleri bakımından ilgili ürün pazarının ve ilgili coğrafi pazarın tanımlanmasına ilişkin değerlendirmelere yer verilmektedir<sup>135</sup>.

### **5.1.1. İlgili Ürün Pazarının Tanımlanması**

- (245) İlgili ürün pazarının belirlenmesinde, temel olarak, tüketicinin gözünde fiyatları, kullanım amaçları ve nitelikleri bakımından birbiri ile ikame edilebilir olarak kabul edilen tüm mal ve hizmetlerden oluşan pazar dikkate alınmaktadır. İlgili Pazar Kılavuzu'nun pazarın tanımlanmasının temel ilkelerini açıklayan bölümünde de öncelikli olarak talep ikamesinin değerlendirileceği, sonrasında ise talep ikamesine eş değer etkisinin bulunması halinde arz ikamesinin de göz önünde bulundurulabileceği belirtilmiştir.
- (246) İlgili ürün pazarının tanımlanması bakımından talep ikamesine ilişkin değerlendirme, tüketici gözünde ilgili ürünün ya da hizmetin yerine geçebilen başka ürünlerin ya da hizmetlerin belirlenmesini gerekli kılmaktadır.

#### **5.1.1.1. Fuar Alanı İşletmeciliği Faaliyetleri Bakımından İlgili Ürün Pazarı**

- (247) Fuar alanı işletmeciliği faaliyetleri bakımından ilgili ürün pazarı tanımlanmasında öncelikle üzerinde durulacak husus Usul ve Esaslar'da fuar merkezleri, fuar düzenlenebilir diğer alanlar ve geçici alanlar olarak belirlenen üç kategorideki fuar düzenlenebilir alanların birbirine ne derece ikame olabileceğidir. Ancak bu değerlendirmeye geçmeden önce, fuar düzenleyicisi şirketlerin fuar alanı seçiminde göz önünde bulundurduğu kriterlerin ortaya konmasında fayda görülmektedir.
- (248) Sektör incelemesi sürecinde, sektör paydaşlarından elde edilen bilgiler çerçevesinde fuar alanı seçimi yapılırken öncelikle fuar konusunun ve bu konuya uygun olarak fuarın yapılacağı bölgenin ya da ilin belirlendiği anlaşılmıştır<sup>136</sup>. Fuarın düzenleneceği bölgenin ya da ilin belirlenmesini takiben fuar alanının belirlenmesi süreci başlamaktadır. Fuar alanı seçiminde fuar düzenleyicileri, olası fuar düzenlenebilir alanları belirli kriterler çerçevesinde değerlendirmekte ve düzenlenecek fuarın niteliğini göz önünde bulundurarak fuar alanının uygunluğuna karar vermektedir. Bu kriterleri şu şekilde sıralamak mümkündür:

---

<sup>135</sup> Rapor'un birinci bölümünde yer verildiği üzere fuar bileşenlerinden biri de yan hizmetlerdir. Bu hizmetlere ilişkin pazar tanımı yapılması söz konusu olduğunda ilgili hizmet türüne ve hizmetin yönelik olduğu organizasyonun türüne özgü olmak üzere dar veya birden çok hizmet ve organizasyon türünü kapsayacak şekilde daha geniş pazar tanımları yapılması mümkün olabilecektir. Bununla birlikte, yan hizmetlerin sunulması çoğu örnekte fuar alanı işletmeciliğinin bir parçası olarak görüldüğünden rekabet hukuku uygulamaları bağlamında yan hizmetlere ilişkin ilgili pazar tanımı yapılması istisnai bir durumdur (Bkz. 07-62/755-270 ve 14-07/135-62 sayılı Rekabet Kurulu kararları). Bu nedenle Rapor'un 'İlgili Pazarın Tanımlanması' başlıklı bölümünde yan hizmetlere ilişkin pazar tanımlanmasına yönelik açıklamalara ayrıca yer verilmemiştir.

<sup>136</sup> Fuar alanı işletmeciliği faaliyetleri bakımından ilgili coğrafi pazarın belirlenmesi konusu Rapor'un 5.1.2.1. numaralı bölümünde ayrıntılı olarak ele alınmaktadır.

- Fuar alanının fiziksel özellikleri: Fuar düzenlenebilir alanların fiziksel özellikleri, bunlarla sınırlı olmamak üzere, fuar alanının kapalı ve açık alan büyüklüğü, tavan-taban yüksekliği, zeminin ağırlık taşıma kapasitesi, fuar alanının yerleşim imkânları (salonlarda kolon ve kiriş bulunup bulunmaması, fuar salonlarının tek katta olması ya da birden çok kata yayılmış olması, salon geçişlerinin uygunluğu), ürün giriş çıkış alanlarının özellikleri (kapı yüksekliği, genişliği, uzun araç yanaşmasına ve vinç, forklift gibi diğer araçların çalışmasına uygunluğu), alanın ürünlerin stand nakli için gerekli lojistik faaliyetlere uygunluğu, fuarın büyüme olasılığına karşı fuarı büyütebilecek salonlara sahip olması, geçici fuar alanları ile entegre olabilmeleri, ziyaretçilerin giriş çıkışlarına uygunluk olarak sayılabilecektir.
- Fuar alanının altyapı özellikleri: Fuar düzenlenebilir alanların altyapı özellikleri, bunlarla sınırlı olmamak üzere, enerji, su, basınçlı hava gibi ihtiyaçların kesintisiz karşılanmasına elverişlilik, havalandırma, iklimlendirme ve aydınlatma imkânları, bilgi işlem sistemlerinin varlığı ve kullanılabilirliği, iletişim (telefon ve internet) olanaklarının yeterliliği, yangın, sel ve su baskını gibi afetleri önlemeye ve bunlara müdahale etmeye uygun altyapı olarak sıralanabilecektir.
- Fuar alanının yardımcı hizmetlere yönelik imkânları: Fuar düzenlenebilir alanların yardımcı hizmetlere ilişkin imkânları, burada sayılanlarla sınırlı olmamak üzere, alan içindeki konferans ve toplantı salonlarının yeterliliği ile bu alanların fuar alanıyla entegrasyonu, basın çalışma odalarının varlığı, wc, ibadethane, ilk yardım alanları, yeme-içme alanları gibi alanların yeterliliği, otopark alanlarının kapasitesi ve kullanılabilirliği, temizlik ve güvenlik hizmetlerinin yeterliliği olarak sıralanabilecektir.
- Fuar alanının lokasyon özellikleri: Fuar düzenlenebilir alanların havaalanı başta olmak üzere, tren garı, otobüs terminalleri gibi şehre giriş alanlarına yakınlığı ve/veya fuar alanı ile bu alanlar arasında alternatif ulaşım yolları bulunması, şehir merkezine yakınlığı ve/veya fuar alanı ile şehir merkezi arasındaki ulaşım imkânlarının rahat olması (toplu taşımanın varlığı, trafik yoğunluğunun makul olması, alternatif ulaşım yollarının bulunması), fuar alanının konaklama tesislerine, sosyal, kültürel ve turistik alanlara yakın olması ve/veya bu alanlara ulaşımın rahat olması fuar düzenlenebilir alanların değerlendirilmesinde dikkate alınan lokasyon özellikleri olarak örneklendirilebilecektir.
- Fuar alanının yönetsel özellikleri: Fuar düzenlenebilir alanları işleten teşebbüslerin davranışları ve iş yapma biçimi de fuar alanı seçiminde belirleyici olabilmektedir.
- Fuar alanı işletmecisiyle kurulacak sözleşme ilişkisinin şartları: Başta alan kirası olmak üzere, yıllık kira artışları, ödeme koşulları, sözleşmenin süresi, sözleşmenin iptal şartları, yan hizmetlerin sağlanma koşulları, rekabet etmeme yükümlülüğünün varlığı gibi unsurlar da düzenleyicinin fuar alanı seçiminde etkili olmaktadır.
- Fuar alanının etkinlik takvimi: Fuar düzenlenebilecek alanlarda düzenlenen diğer etkinliklerin zamanlaması, nitelikleri ve fuar alanının müsait olduğu dönemler fuar alanı belirlenmesi sürecinde önem taşımaktadır.

- (249) Sektör paydaşlarından alınan bilgilerden, fuar düzenlenebilir alanların değerlendirilmesinde göz önünde bulundurulan bu kriterlerin fuar alanına ilişkin karar sürecindeki ağırlığının ve öneminin fuardan fuara farklılaştığı anlaşılmaktadır. Şöyle ki, iş makinelerinin sergilendiği bir ihtisas fuarında sergilenecek ürünlerin hacmi nedeniyle fuar alanının büyüklüğü, tavan yüksekliği, zeminin ağırlık taşıma kapasitesi gibi fiziksel özellikleri belirleyici olacak iken, bir kongre kapsamında dış hekimlerine yönelik ürünlerin sergilendiği bir fuarda fuar alanının konferans ve toplantı salonlarının bulunması aranabilecektir. Benzer şekilde, yabancı katılımcıların ve ziyaretçilerin sayıca fazla olduğu bir uluslararası ihtisas fuarında fuar alanının havaalanına ve konaklama tesislerine yakınlığı öncelikli tercih sebebi olarak değerlendirilebilecek iken, öğrencilere yönelik ulusal bir eğitim fuarında ya da bir sanat fuarında fuar alanının şehir merkezine yakınlığı, şehir içi ulaşım imkânlarının varlığı gibi unsurlar fuar alanının seçilmesinde başat rol oynayabilecektir. Keza fuarın niteliğine bağlı olarak Usul ve Esaslar çerçevesinde yerine getirilmesi öngörülen gereklilikler de alan seçiminde etkili olmaktadır.
- (250) Bu açıklamalar çerçevesinde, fuar düzenleyicilerin fuar alanı tercihlerinin temelde fuarın konusuna ve niteliğine bağlı olarak şekillendiği, fuar kapsamında düzenlenecek diğer etkinliklerin, fuar için öngörülen katılımcı ve ziyaretçi sayısı ile katılımcıların ve ziyaretçilerin niteliğinin ve fuardan beklentilerinin de fuar alanı belirlenmesinde etkili olduğu ifade edilebilecektir.
- (251) Bu noktadan hareketle, fuar alanı işletmeciliği faaliyetleri bakımından ilgili ürün pazarının belirlenmesinde Usul ve Esaslar çerçevesinde fuar merkezleri, fuar düzenlenebilir alanlar ve geçici alanlar olmak üzere üç kategoride incelenen fuar düzenlenebilir alanların kategorik olarak birbirinin ikamesi olduğuna ya da olmadığına ilişkin bir genelleme yapmanın mümkün olmadığı görülmektedir. Hatta kategorik olarak bir ikame edilebilirlik değerlendirmesi yapmak bir yana aynı kategoride yer alan alanların dahi birbirine ikame olamayacağı örnekler söz konusu olabilecektir. Şöyle ki; 2016 yılında Fuar İzmir’de toplam 1.103 katılımcı ile 53.338 m<sup>2</sup> net stant alanında gerçekleştirilen “22. Uluslararası Doğal Taş ve Teknolojileri Fuarı” için her ikisi de TOBB Listesi’nde fuar merkezi olarak yer alan 75.126 m<sup>2</sup> brüt alana sahip Fuar İzmir ile 4.800 m<sup>2</sup> brüt alana sahip Tepekule Kongre ve Sergi Merkezi’nin birbirine ikame olmasından bahsedilemeyecektir. Ya da tam tersi küçük ölçekli bir fuar için çok büyük alana sahip fuar merkezleri, salonun bölünmesinin yaratacağı görüntü/prestij sorunları, tüm salon kullanılıyormuşçasına ödenecek kira bedeli, gerekli olandan fazla alan için katlanılacak enerji maliyetleri gibi nedenlerle otellere ikame olarak değerlendirilemeyecektir.
- (252) Fuarçılık sektöründeki genel eğilimi görmek üzere, 2006-2016 döneminde düzenlenen tüm fuarların gerçekleştirildiği fuar alanı türleri arasındaki dağılımı fuar konuları (TOBB fuar konu kodu ayrımı), nitelikleri (ulusal-uluslararası fuar ayrımı) ve net stant alanı büyüklükleri göz önünde bulundurularak incelenmiştir. Çalışma sonucunda, fuar alanı tercihinin fuarın niteliğine göre değiştiği, uluslararası fuarlar bakımından hemen her konu grubunda fuar merkezlerinin ön plana çıktığı, bunu kongre merkezlerinin izlediği; ulusal fuarlar bakımından ise fuar alanı çeşitliliğinin daha fazla olduğu görülmüştür. Fuar



konuları ise alan tercihlerini etkileyen bir diğer unsur olarak ortaya çıkmış ve belli konu kodları altında düzenlenen fuarlarda kongre merkezlerinin, otellerin, açık alanların ya da marinaların yoğunluklu olarak fuar düzenlenen alanlar olmasına yol açmıştır. Fuar konularına ve niteliklerine bağlı olarak ihtiyaç duyulan alan büyüklüğü farklılaştığından fuar alanı türüne ilişkin tercihte alan büyüklüğünün de rolü olduğu söylenebilecektir. Çalışmanın detaylı sonuçları Ek-6'da sunulmaktadır.

- (253) Bu çerçevede, paydaş görüşlerinden ve sektör gerçeklerinden yola çıkarak, ilgili ürün pazarı tanımlanması noktasında fuar alanlarının düzenleyiciler bakımından ikame edilebilir olup olmadığı değerlendirilirken öncelikle fuarın konusunun ve niteliğinin dikkate alınması ve bu kapsamdaki bir fuarın düzenlenebileceği alanın özelliklerinin belirlenerek ilgili ürün pazarı tanımlanması gerektiği söylenebilecektir. Nitekim Kurul da fuar alanı işletmeciliği faaliyetleri bakımından pazar tanımı yaptığı kararlarının çoğunda incelenen fuarın konusunu ya da niteliğini dikkate alarak ilgili ürün pazarı tanımlamıştır<sup>137</sup>. Bununla birlikte bu kararlarda yapılan ilgili ürün pazarı tanımlamaları kapsamında fuarın konusunun ya da niteliğinin esas alındığı görülmektedir. Ancak bu iki unsuru birlikte içeren pazar tanımlarının uygulama bakımından daha sağlıklı sonuçlar yaratacağı düşünülmektedir.
- (254) Fuar alanlarının düzenleyiciler bakımından ikame olup olmadığının değerlendirilmesinde bu alanlarının kullanım amaçlarının yanı sıra kira bedellerinin de dikkate alınması gerekmektedir. Aşağıda farklı kategorideki fuar düzenlenebilir alanların yıllar itibarıyla ortalama birim maliyetlerine yer verilmektedir.

**Tablo 30: Yıllık Ortalama Alan Kirası (2012-2016)**

Yıl	Yıllık Ortalama Alan Kirası (TL/m <sup>2</sup> )								
	Kategoriye Göre		Türüne Göre						
	TOBB Listesi	Diğer	Fuar Merkezi	Fuar Alanı	Kültür Merkezi	Otel	Marina	Açık Alan	Kongre Merkezi
2012	45,09	13,07	46,01	5,11	9,96	46,94	10,72	28,20	35,46
2013	54,74	9,95	53,85	3,52	10,79	99,09	15,27	57,85	65,86
2014	66,66	19,66	67,23	11,07	8,11	36,77	22,08	39,14	73,83
2015	72,84	8,99	73,77	7,28	9,04	48,88	16,89	9,33	77,47
2016	80,10	18,92	79,27	11,00	-	169,20	167,16	27,50	76,27

**Kaynak:** TOBB verileri çerçevesinde raportörlerce hazırlanmıştır.

- (255) Yukarıdaki tablodan görüleceği üzere TOBB'un fuar merkezleri listesinde yer alan alanlar ile bu listenin dışında kalan alanların yıllık ortalama birim kira bedelleri arasında önemli farklar bulunmaktadır. Her iki kategorideki alanların farklı alan türlerini içermesi nedeniyle alan kira bedeli, alan türleri bakımından ayrıca incelenmiştir. Bu incelemede istisnai bazı

<sup>137</sup> Fuar alanı işletmeciliği faaliyeti bakımından ilgili ürün pazarı tanımı yapılan 07-74/896-333, 09-46/1154-290 ve 14-29/596-262 sayılı Rekabet Kurulu kararlarında "yatçılık ve su sporları fuarının düzenlenmesine uygun fuar alanları işletmeciliği pazarı"; 16-35/604-269 sayılı Rekabet Kurulu kararında "uluslararası nitelikte fuar düzenlemeye uygun alan işletmeciliği pazarı"; 17-11/132-60 sayılı Rekabet Kurulu kararında ise "metal işleme teknolojileri fuarlarının düzenlenmesine uygun fuar alanları işletmeciliği pazarı" ve "plastik ve ambalaj teknolojiler fuarlarının düzenlenmesine uygun fuar alanları işletmeciliği pazarı" ilgili ürün pazarları olarak belirlenmiştir.

durumlar haricinde, fuar merkezleri ve kongre merkezleri her bir yıl itibarıyla ortalama birim alan kirası en yüksek alan türleri olarak ön plana çıkmıştır. Bunu oteller izlemektedir. Ancak otellerin ortalama birim alan kirasının bazı yıllarda daha yüksek görünmesinin nedeninin alan kiralama hizmetini konaklama ve yeme-içme hizmetleriyle birlikte paket halinde sunmaları nedeniyle düzenleyicilerin tarafımıza sundukları alan maliyeti bilgilerinin bu hizmetlerin toplamını içermesi olduğu değerlendirilmektedir. Bunların dışında kalan fuar alanı türlerinin yıllık ortalama birim kira bedellerinin ise anılan alanlara kıyasla oldukça düşük kaldığı görülmektedir<sup>138</sup>. Bu çerçevede, farklı türdeki fuar alanlarının fuar düzenleyicilerinin gözünde birbirine ikame olup olmadığı değerlendirilirken bu alanların kira bedellerinin de dikkate alınmasının ve böylece bu alanların kullanım amaçlarının yanı sıra fiyatları itibarıyla da tüketiciler gözünde birbirinin yerine geçebilir nitelikte olup olmadığının değerlendirilmesinin daha sağlıklı sonuçlar üreteceği kanaati oluşmuştur.

- (256) İlgili ürün pazarının tanımlanmasında dikkate alınması gereken diğer bir unsur da talep ikamesine eş değer bir etkisinin bulunması halinde arz ikamesidir. Ancak, fuar alanı işletmecilerinin göreceli fiyatlardaki küçük ve kalıcı artışlar karşısında hizmetlerini kısa sürede farklı türde ve nitelikte fuarlar düzenlenmesine uygun fuar alanlarına kaydırma imkânına sahip olmadıkları, bu bağlamda işletmecilik faaliyetleri bakımından talep ikamesine eş değer tutulabilecek bir arz ikamesinden bahsedilemeyeceği düşünülmektedir. Bu çerçevede, incelenen olayın kendine has özellikleri aksini gerektirmedikçe fuar alanı işletmeciliği faaliyetleri bakımından ilgili ürün pazarının tanımlanması için talep ikamesine ilişkin değerlendirmelerin yeterli olacağı değerlendirilmektedir.

#### **5.1.1.2. Fuar Düzenleyiciliği Faaliyetleri Bakımından İlgili Ürün Pazarı**

- (257) İlgili Pazar Kılavuzu'nda öngörülen ve yukarıda etraflıca açıklanan sistematik çerçevesinde fuar düzenleyiciliği faaliyetleri bakımından da öncelikle talep ikamesinin ve buna eş değer etkisinin olması halinde arz ikamesinin dikkate alınması gerekmektedir.
- (258) Türkiye'de incelenen dönemde gerçekleştirilen fuarların tamamına yakınının ihtisas fuarları olduğu göz önünde bulundurulduğunda, konunun öncelikli olarak sektörel fuarlar özelinde ele alınmasında fayda görülmektedir. Bilindiği üzere, ihtisas fuarları belirli bir ürün veya hizmet grubu ya da sektörle doğrudan ilgili ve sektöre yönelik mal ve hizmet üreten katılımcılara yönelik fuarlardır. Bu bakımdan bu fuarların talep tarafını oluşturan bir sektöre yönelik mal ve hizmet üreten katılımcıların faaliyet gösterdikleri sektörün dışındaki bir sektöre yönelik olarak düzenlenen bir ihtisas fuarına katılmayı talep etmeleri mümkün görünmemektedir. Bir başka deyişle, ihtisas fuarları bakımından talep ikamesinin varlığından bahsedilemeyecektir.
- (259) Fuar düzenleyiciliği faaliyetleri bakımından ilgili ürün pazarı değerlendirilirken arz ikamesine de değinmekte fayda görülmektedir. Zira talep ikamesi olmayan bazı hallerde

<sup>138</sup> 2016 yılında marinaların yıllık ortalama alan kirasının önceki yıllara kıyasla yüksek olmasının nedeni düzenlenen iki fuarın toplam alan maliyetinin görece yüksek, kiralanılan toplam stant alanının ise TOBB verileri çerçevesinde geçmiş yıllara kıyasen düşük olmasıdır.

arz ikamesinin varlığı ürün ve hizmetlerin aynı ilgili ürün pazarında değerlendirilmesini gerektirebilmektedir. İlgili Pazar Kılavuzu'nda arz ikamesi, tedarikçilerin göreceli fiyatlarda meydana gelecek küçük ve kalıcı artışlar karşısında üretimlerini başka ürünlere kaydırabilmeleri ve bunları kısa dönemde kayda değer ek maliyetlere ve risklere katlanmak zorunda kalmadan pazarlayabilmeleri olarak açıklanmış ve bu durumun etkinlik ve çabuk sonuç verme açısından talep ikamesine eş değer olduğu belirtilmiştir. Ancak, Kılavuz'a göre; tedarikçilerin üretimlerini farklı ürünlere kaydırmaları için, mevcut maddi ve maddi olmayan mal varlıklarının önemli ölçüde değiştirilmesi, ek yatırımların yapılması, stratejik kararların alınması ve tüm bu işlemler için önemli bir zaman harcanması gerekiyor ise, pazar tanımlaması aşamasında arz ikamesi hesaba katılmamaktadır. Kılavuz'da yer alan açıklamalardan arz ikamesinin değerlendirilmesinde asıl olanın tedarikçilerin farklı ürünleri üretebilme ya da hizmetleri sunabilme imkânının teorik olarak varlığı değil, bu ürünlerin ya da hizmetlerin satılabilir duruma gelmesi için katlanılacak maliyetler ve geçecek hazırlık süresi olduğu anlaşılmaktadır<sup>139</sup>.

- (260) Fuar düzenleyiciliği faaliyetleri bakımından arz ikamesi ele alındığında, ilk bakışta yetki belgesine sahip fuar düzenleyicilerin tamamının her sektöre yönelik fuar düzenlemesinin mümkün olduğu ve organizatör şirketlerin sektörler arasında kolaylıkla geçiş yapabileceği düşünülebilecektir. Teorik olarak önünde bir engel olmamakla birlikte, uygulamada bu duruma pek rastlanmamaktadır. Bunun ilk nedeni, fuar düzenleyiciliğinde sektörel uzmanlaşmanın esas olmasıdır. Zira fuar düzenlenecek sektörün özelliklerinin, zaman içindeki gelişiminin ve inovasyon döngüsünün bilinmesi, sektörle ilgili yerli ve yabancı oyuncular ile ilgili kurumların tanınması ve bunlarla iletişim içinde olunması, sektörle ilgili uluslararası fuarların takip edilmesi başarılı bir fuar düzenlenmesi için gerekli görülmektedir. Dolayısıyla, bir sektöre bütünüyle yabancı bir fuar düzenleyicisinin göreceli fiyatlarda meydana gelecek küçük ve kalıcı artışlar karşısında kısa dönemde o sektöre yönelik bir fuar düzenlemesi olası görünmemektedir. İkinci neden, bir fuar düzenlenebilmesi için ihtiyaç duyulan hazırlık süresinin uzunluğudur. Sektör incelemesi sürecinde görüşlerine başvurulmuş paydaşlar, bir fuara yönelik hazırlık çalışmalarına fuar tarihinden yaklaşık bir yıl önce başladığını, bu süreçte alan tahsisinin gerçekleştirildiğini, fuar başvurusu için gerekli bürokratik işlemlerin yapıldığını ve fuara yönelik pazarlama, tanıtım ve satış faaliyetlerinin yürütüldüğünü ifade etmişlerdir. Üçüncü neden ise, yeni bir sektörde fuar düzenlenmesi için katlanılması gereken maliyetlerdir. Bu maliyetler, hem yeni bir sektörde gerçekleştirilecek fuar için katlanılacak maliyetleri hem de uzmanlaşmış sektöre yönelik fuarlardan vazgeçilmesi halinde bu fuarlar için katlanılmış maliyetleri içermektedir.
- (261) İlgili Pazar Kılavuzu'nda arz ikamesi ile ilgili olarak yer verilen açıklamalar ile fuar düzenleyiciliği faaliyetlerine ilişkin yapılan açıklamalar birlikte değerlendirildiğinde, dosya özelinde aksini gerektiren durumlar olmadıkça, belli bir sektöre yönelik fuarlar düzenleyen bir fuar düzenleyicisinin uzmanlaşma gerekliliği, fuar hazırlık sürecinin uzunluğu ve birtakım maliyetlere katlanması gerekliliğinden ötürü kısa bir sürede başka bir sektöre

<sup>139</sup> İlgili Pazar Kılavuzu, para. 13-15.

yönelik bir fuar düzenleyemeyecek olması nedeniyle arz ikamesinin bulunmadığı, teorik olarak düzenleyicilerin fuar düzenledikleri sektörleri değiştirme imkânının ancak potansiyel rekabet çerçevesinde değerlendirilebileceği düşünülmektedir.

- (262) Fuar düzenleyiciliği faaliyeti bakımından talep ve arz ikamesine ilişkin bu değerlendirmeler çerçevesinde, dosya konusu olay özelinde aksi gerekmedikçe, ilgili ürün pazarının belli bir sektöre yönelik ihtisas fuarları olarak tanımlanabileceği değerlendirilmektedir. Nitekim Kurul, fuar düzenleme faaliyetinin konu edildiği pek çok kararında ilgili ürün pazarını ihtisas fuarları bazında tanımlamıştır<sup>140</sup>.

## 5.1.2. İlgili Coğrafi Pazarın Tanımlanması

### 5.1.2.1. Fuar Alanı İşletmeciliği Faaliyetleri Bakımından İlgili Coğrafi Pazar

- (263) Fuar alanı işletmeciliği faaliyetleri bakımından ilgili coğrafi pazarın tanımlanmasına ilişkin açıklamalardan önce, fuar düzenleyicilerin fuar alanı seçiminde alanının coğrafi konumuna ilişkin olarak göz önünde bulundurduğu kriterlere ilişkin bilgi verilmesinde fayda görülmektedir. Sektör incelemesi sürecinde paydaşlardan edinilen bilgiler çerçevesinde bu kriterler; bölgenin fuar konusunun ilgili olduğu sektörlerden katılımcı ve ziyaretçi çekme potansiyelinin bir yansıması olarak bölgede fuarın konusuyla ilgili sektörlerin gelişmişlik durumu, potansiyel katılımcıların ve ziyaretçilerin coğrafi yakınlığı ile ulaşım imkânları, fuar alanının bulunduğu ilin/bölgenin konaklama imkânları ile sosyal ve kültürel olanakları, düzenlenmesi öngörülen fuarın o ile/bölgeye katkısı olarak sıralanabilecektir.
- (264) Bu çerçevede, ilgili ürün pazarının tanımlanmasında olduğu gibi, ilgili coğrafi pazarın tanımlanmasında da öncelikli belirleyicinin fuarın konusu olduğu ifade edilebilecektir. Zira fuar konusu, potansiyel fuar katılımcılarının kimler olduğunun ve bunların coğrafi olarak nerede kümelenmiş olduğunun tespit edilmesi bakımından önem arz etmektedir. Sektör paydaşları, bir fuarın nerede gerçekleştirileceğinin belirlenmesinde en önemli unsurun potansiyel katılımcıların coğrafi konumları olduğunu dile getirmiştir. Bunun temel nedeninin, özellikle büyük hacimli ürünlerin taşınması bakımından katılımcıların katlanacağı maliyetin ve riskin azaltılması olduğu değerlendirilmektedir<sup>141</sup>. Nitekim Türkiye’de çoğu 2016 yılında gerçekleştirilen ve sektör incelemesi kapsamında detaylı

<sup>140</sup> 00-40/443-243 sayılı Rekabet Kurulu kararında ilgili ürün pazarı ‘makine teçhizat sektörüne yönelik uluslararası ihtisas fuarları’ (yargı kararıyla iptal edilmiştir), 05-65/934-254 sayılı Rekabet Kurulu kararında ilgili ürün pazarı “tekstil makineleri sektörüne yönelik uluslararası ihtisas fuarları”, 07-27/244-79 sayılı Rekabet Kurulu kararında ilgili ürün pazarı ‘kalıp ve kalıp teknolojileri fuarı düzenlenmesi faaliyeti’, 07-62/736-264 sayılı Rekabet Kurulu kararında ilgili ürün pazarı ‘makine teçhizat sektörüne yönelik uluslararası ihtisas fuarları’, 07-74/896-333 sayılı Rekabet Kurulu kararında ilgili ürün pazarı ‘yatçılık ve su sporlarına yönelik ihtisas fuarı’, 08-63/1040-400 sayılı Rekabet Kurulu kararında ilgili ürün pazarı ‘otomobil sektörüne yönelik uluslararası nitelikte ihtisas fuarları’, 09-22/456-114 sayılı Rekabet Kurulu kararında ilgili ürün pazarı ‘asansör sektörüne yönelik uluslararası nitelikte ihtisas fuarları’, 13-55/765-324 ve 15-34/513-161 sayılı Rekabet Kurulu kararlarında ilgili ürün pazarı ‘tarım, seracılık, hayvancılık ve teknolojileri fuar hizmetleri’, 17-02/17-08 sayılı Rekabet Kurulu kararında ilgili ürün pazarı ‘metal işleme, kesme, kaynak, akışkan, döküm, kalıp, yan sanayiler fuar düzenleyiciliği hizmetleri’ olarak tanımlanmıştır. Bununla birlikte, rekabet ihlallerine ilişkin 05-47/674-174 (yargı kararıyla iptal edilmiştir), 07-37/376-138 ve 12-35/1000-312 sayılı Rekabet Kurulu kararlarında ilgili ürün pazarı ‘fuar organizasyonu faaliyetleri/hizmetleri’ olarak daha geniş bir şekilde belirlenmiştir. Devralma kararlarının tümünde ise ilgili ürün pazarı ‘fuar organizatörlüğü hizmetleri’ olarak tanımlanmıştır.

<sup>141</sup> 16-35/604-269 sayılı Rekabet Kurulu kararı.

bilgisine ulaşılabilen 412 adet fuar esas alınarak yapılan değerlendirmede, bu fuarların katılımcılarının %63,21 oranındaki kısmının fuarın yapıldığı ilde faaliyet gösterdiği anlaşılmıştır. Fuarın yapıldığı il ve komşu illerin oluşturduğu bölge dikkate alındığında ise katılımcıların %66,52 oranındaki kısmının bu bölgede faaliyet gösterdiği saptanmıştır. Fuarların düzenlendiği iller ve konu grupları itibarıyla çalışmanın ayrıntılarını içeren tablolar Ek-4'te yer almaktadır.

- (265) Fuar konusunun fuarın yapılacağı il bakımından belirleyici olduğu, Türkiye'de 2008-2017 döneminde düzenlenen fuarların konu ve il itibarıyla dağılımının incelenmesiyle de somutlaşmaktadır. Bu incelemenin ayrıntılarını içeren Ek-5'te yer verilen tabloya bakıldığında belli fuar konuları bakımından başta İstanbul olmak üzere bazı illerin belirgin şekilde ön plana çıktığı, bazı konulardaki fuarların ise farklı illere yayıldığı görülmektedir.
- (266) Bilindiği üzere ziyaretçiler de fuara olan talebin bir unsurunu oluşturmaktadır. Bu nedenle coğrafi bakımdan fuar alanı seçiminde göz önünde bulundurulmuş kriterlere ilişkin paydaş görüşlerinde de yer bulduğu üzere, fuar alanı işletmeciliğine yönelik ilgili coğrafi pazarın belirlenmesinde ziyaretçilerin coğrafi konuları da önem kazanmaktadır. Bununla birlikte, 63 numaralı dipnotta açıklanan nedenlerle çoğu fuar bakımından ziyaretçilere yönelik sağlıklı bilgiye ulaşılamamakta ve bu bilginin ilgili pazar analizlerine dâhil edilmesi mümkün olamamaktadır.
- (267) Fuar alanı işletmeciliği faaliyetleri bakımından ilgili coğrafi pazarın belirlenmesinde göz önünde bulundurulması gereken bir diğer unsur da fuarın ulusal-uluslararası niteliğidir. Zira özellikle uluslararası fuarlar bakımından fuarın yapılacağı ilin/bölgenin ulaşım ve konaklama imkânları ile sosyal ve kültürel olanakları önem kazanmaktadır. Nitekim 2008-2017 döneminde, Türkiye'de sadece 15 ilde uluslararası fuar gerçekleştirilmiştir. Bu uluslararası fuarların ise yaklaşık %75'i İstanbul'da düzenlenmiştir.
- (268) Sonuç olarak, fuar alanı işletmeciliği faaliyetleri bakımından coğrafi pazarın belirlenmesinde talep tarafını oluşturan fuar düzenleyicilerin tercihleri esas alınmaktadır. Fuar düzenleyicilerin alan talebini coğrafi bakımdan şekillendiren unsurların başında ise yapılması planlanan fuarın konusu ve buna bağlı olarak potansiyel katılımcıların ve ziyaretçilerin coğrafi konuları ile fuarın ulusal ya da uluslararası nitelikte olması gelmektedir. Dolayısıyla, ilgili coğrafi pazarın belirlenmesinde fuar düzenleme faaliyetinin tüm ülke sınırları içinde yapılabileceği anlayışına dayanan genel bir yaklaşım yerine, dosya kapsamında aksi gerekmedikçe, anılan unsurları dikkate alan olaya özgü değerlendirmeler yapılmasının daha sağlıklı sonuçlar üreteceği düşünülmektedir. Nitekim Rekabet Kurulunun da fuar alanı işletmeciliği faaliyetlerini konu alan kararlarının çoğunda bu unsurlar üzerine bina edilen il bazında coğrafi pazar tanımlamaları yaptığı görülmektedir<sup>142</sup>.

<sup>142</sup> Fuar alanı işletmeciliği faaliyeti bakımından ilgili coğrafi pazar tanımı yapılan 07-74/896-333, 09-46/1154-290 ve 14-29/596-262 sayılı Rekabet Kurulu kararlarında "İstanbul"; 16-35/604-269 sayılı Rekabet Kurulu kararında "Ankara" ilgili coğrafi pazar olarak tanımlanmıştır. Alan işletmeciliği bakımından coğrafi pazar tanımı yapılan bir diğer karar olan 17-11/132-60 sayılı Rekabet Kurulu kararında ise "Türkiye" ilgili coğrafi pazar olarak belirlenmiştir.

### 5.1.2.2. Fuar Düzenleyiciliği Faaliyetleri Bakımından İlgili Coğrafi Pazar

- (269) Fuar düzenleyiciliği faaliyetleri bakımından coğrafi pazarın belirlenmesine esas teşkil edecek olan talep ikamesine ilişkin değerlendirmelerde fuarların talep tarafını oluşturan katılımcıların ve ziyaretçilerin tercihleri dikkate alınmaktadır. Bu bağlamda belirlenen ilgili ürün pazarı çerçevesinde yer alan fuarlar bakımından katılımcılar ile mümkün olduğu ölçüde ziyaretçilerin coğrafi tercihleri incelenmeli ve farklı coğrafi bölgelerde gerçekleştirilen fuarların birbirini ikame etme düzeyi saptanmalıdır. Bu noktada en önemli belirleyicinin fuarın ilgili olduğu sektörün özellikleri ve fuarın niteliği olduğu değerlendirilmektedir. Zira fuarın ilgili olduğu sektörün özellikleri, fuarda sergilenecek ürünleri, bu ürünlerin başta risk ve maliyet boyutu olmak üzere nakliye imkânlarını bu ürünlere duyulan ihtiyacın coğrafi bağlamını belirleyecek ve özellikle katılımcıların fuara katılım tercihlerinde coğrafi bakımdan da belirleyici olacaktır. Nitekim Ek-4'te yer alan tablolardan da görüleceği üzere, fuarların konusu itibarıyla katılımcıların coğrafi dağılımı değişiklik göstermektedir. Örneğin tüm konu kodlarındaki fuarlar esas alındığında fuarın düzenlendiği ilden ve komşu illerden oluşan bölgeden gelen katılımcıların fuar başına ortalaması %66,52 iken 5, 32 ve 42 numaralı konu gruplarında belirtilen bölgeden katılım ortalamasının oldukça altında kalmıştır. Fuarın niteliği ise katılımcıların ve ziyaretçilerin fuardan elde etmeyi beklediği faydayı farklılaştıracağından ilgili coğrafi pazar tanımında dikkate alınması gereken bir değişkendir. Zira fuardan sağlanacak faydanın uluslararası fuarlarda daha büyük olması bekleneceğinden katılımcıların ve ziyaretçilerin faaliyet gösterdikleri ilden uzaklaşma yönündeki güdülerinin daha büyük olacağı, bu durumun da ilgili coğrafi pazarın daha geniş tanımlanmasını gerektirebileceği değerlendirilmektedir.
- (270) Geçmiş tarihli Kurul kararları incelendiğinde, fuar düzenleyiciliği bakımından ilgili pazar tanımı yapılan kararların çoğunda ilgili coğrafi pazarın Türkiye olarak belirlendiği görülmüştür<sup>143</sup>. Bununla birlikte yukarıda yer verilen açıklamalar çerçevesinde, fuar alanı işletmeciliği bakımından yapılan değerlendirmeye benzer şekilde, fuar düzenleme faaliyetinin tüm ülke sınırları içinde yapılabileceği anlayışına dayanan genel bir yaklaşım yerine, dosya kapsamında aksi gerekmedikçe, fuar konularına ve niteliklerine bağlı olarak katılımcıların ve ziyaretçilerin tercihlerinde oluşabilecek farklılıkları dikkate alan olaya özgü değerlendirmeler yapılmasının daha sağlıklı sonuçlar üreteceği düşünülmektedir.

## 5.2. Teşebbüs Davranışlarından Kaynaklanan Sorunlar

### 5.2.1. Aynı Konuda Çok Sayıda Fuar Düzenlenmesi ve Bunu Önlemeye Yönelik Uygulamalar

- (271) Rapor'un 4.1. sıra numaralı bölümünde belirtildiği üzere, düzenleyiciler, katılımcılar ve ziyaretçiler ile ev sahibi ülke bakımından istenen ekonomik faydaları sağlaması ve uluslararası rekabet edebilirliğin geliştirilmesi açısından fuarların nicelik ve nitelik bakımından optimal ölçekte olması önemli görülmektedir. Bu nedenle sektör paydaşları

<sup>143</sup>Rekabet ihlallerine ilişkin 00-40/443-243 (yargı kararıyla iptal edilmiştir), 05-47/674-174 (yargı kararıyla iptal edilmiştir), 05-65/934-254, 07-37/376-138, 07-62/736-264, 08-63/1040-400, 13-55/765-324, 15-34/513-161, 17-02/17-08 sayılı Rekabet Kurulu kararları ile fuar düzenleyiciliği faaliyetlerine yönelik yoğunlaşma işlemlerine ilişkin ilgili coğrafi pazar tanımı yapılan tüm Rekabet Kurulu kararlarında ilgili coğrafi pazar 'Türkiye' olarak tanımlanmıştır.

benzer konuda aynı coğrafi bölgeye hitap eden çok sayıda fuar olmasının fuarların kalitesine ve dolayısıyla sektöre zarar verdiği görüşündedir.

- (272) İnceleme kapsamında paydaşlar, Türkiye’de aynı konuda çok sayıda fuar düzenlenmesinin nedenlerinden biri olarak sektördeki fuar düzenleyen şirket sayısının fazlalığını gördüklerini ve fuar düzenleme yetki belgesi alışı koşullarının ağırlaştırılması gerektiğini ifade etmişlerdir. Diğer bir neden ise, düzenlemelerin yetersizliği olarak gösterilmiş ve Usul ve Esaslar’da aynı ilde düzenlenen benzer konulu fuarlar arasında makul bir süre<sup>144</sup> olmasını sağlayacak ya da fuar takviminin oluşturulması sürecinde sürekliliği olan ya da gerçekleşme rakamları yüksek fuarlara öncelik tanıyacak düzenlemeler yapılması gerekliliğine işaret edilmiştir.
- (273) Optimum ölçekte gerçekleştirilecek fuarların fuar bileşenleri, ilgili sektörler ve ülke fuarcılığı bakımından fuarlardan elde edilecek faydayı artıracığı prensip olarak kabul edilmekle birlikte, rekabet hukuku araçlarının doğrudan bu faydayı sağlamak üzere kullanılmasının mümkün olmadığı değerlendirilmektedir. Bununla birlikte, konunun fuarcılık sektörü bakımından taşıdığı öneme ve paydaş önerileri doğrultusunda yapılacak olası düzenlemelerin getireceği rekabetçi risklere binaen konunun işbu Rapor kapsamında değerlendirilmesi ihtiyacı hasıl olmuştur.
- (274) Rekabet hukuku perspektifinden ele alındığında, esas olan serbest rekabet ortamında girişim özgürlüğünün sağlanmasıdır. Düzenlemeler yoluyla yapay giriş engelleri yaratılarak piyasaya yeni girecek oyuncuların engellenmesi; teşebbüslerin başarılı olma mücadelesini piyasa dışına taşıma, başarısız olma riskini artırma ve piyasaya yeni girecek olan başarı şansı yüksek ve bilgili teşebbüslerin piyasalardan uzaklaşmasına yol açma gibi önemli sakıncalar taşımaktadır. Usul ve Esaslar’ın 8. maddesinde düzenlenen fuar düzenleme yetki belgesi başvuru koşullarının hâlihazırda teşebbüsler bakımından giriş engeli yaratmadığı değerlendirilmektedir. Bununla birlikte, yetki belgesi almak isteyen tüm oyuncular bakımından yetki belgesi alma şartlarının ağırlaştırılmasına yönelik tek tip düzenlemeler ile hukuki bir giriş engeli oluşturulabilecektir. Bu yöndeki muhtemel girişimler, girişimci ruhunun azalmasına neden olarak aynı alanda nicelik ve nitelik bakımından daha iyi fuar organize edebilecek bir düzenleyicinin pazara girişini engelleyebileceğinden başarılı organizasyonların önünü kesebilecek ve ülke fuarcılığına zarar verebilecektir. Bu nedenle, nicelikten ziyade niteliği ön plana alan bir yaklaşımdan hareketle yetki belgesi alma koşullarında değişikliğe gidilmesi halinde, pazara girişleri bütünüyle engellemeyecek kademeli bir yapının tercih edilmesi daha uygun bir yöntem olacaktır.
- (275) Aynı konudaki fuarları azaltmaya yönelik olarak paydaşların ileri sürdüğü düzenleme önerilerinin değerlendirilmesine geçmeden önce, fuarların zamanlamasına ilişkin mevcut düzenlemeler hakkında bilgi vermekte fayda bulunmaktadır. Hâlihazırda, Türkiye’de fuarların zamanlamasına ilişkin tek düzenleme Usul ve Esaslar’ın 14. maddesinde yer almaktadır. Buna göre, fuar düzenleyicileri ana fuar takviminde yer alması için fuar

<sup>144</sup> Makul sürenin ne kadar olması gerektiğine ilişkin sektörde farklı yaklaşımlar mevcut olmakla birlikte, paydaş görüşlerinde genel olarak sürenin bir yıldan kısa olması gerektiği öne sürülmektedir. Ayrıca Usul ve Esaslar’daki süre sınırının il ile sınırlı kalmayıp tüm Türkiye için uygulanması gerektiğini dile getiren görüşler de mevcuttur.

düzenleme başvurularını fuarın düzenleneceği yıldan bir önceki yılın Ağustos ayının ilk gününe kadar yapmak durumundadır. TOBB tarafından uygun olduğu tespit edilen başvurular, fuarın düzenleyicisine, adına, türüne, yerine, konusuna ve tarihine ilişkin bilgileri içerecek şekilde ana fuar takvimine eklenmekte ve ilgili yıldan bir önceki yılın Eylül ayı içerisinde yayımlanmaktadır. Ana fuar takviminin yayımlanmasından sonra ise, fuar düzenleyicileri fuar takvimine ekleme, değişiklik ve iptal başvurusu yapabilmektedir. Ancak, fuar düzenleyicileri Usul ve Esaslar'ın 15. ve 17. maddeleri çerçevesinde, ana fuar takviminde yer almış bir fuarın başlangıç tarihinden bir ay öncesine ya da fuarın bitiş tarihinden bir ay sonrasına gelecek şekilde, aynı il sınırları içerisinde aynı ya da benzer isim ve konuda ekleme veya değişiklik başvurusunda bulunamamaktadır<sup>145</sup>. Bu bağlamda, ana fuar takviminin oluşturulması sürecinde fuarlar için zaman ve mekân yönünden bir sınırlamaya gidilmezken, yapılacak eklemeler ve değişiklikler bakımından aynı ilde düzenlenecek benzer içerikli fuarların arasında en az bir aylık bir süre olmasının gözetildiği söylenebilecektir.

- (276) Birbirine yakın tarihlerde ve aynı ilde/bölgede benzer konulu fuarlar arasında makul bir sürenin öngörülmesi; özellikle uluslararası fuarlarda ilgili sektörün belli başlı firmalarının fuarlara katılımı ile o fuardan beklenen faydanın sağlanması, fuara katılımın getirdiği zaman maliyeti ve ekonomik maliyetler nedeniyle katılımcıların ilave maliyetlere katlanmasını önlemesi, ziyaretçilerin sektöre ilişkin tüm firmaları bir arada bulabilme imkânı sağlaması, sektördeki tarafların zarara uğramasını önleyerek ayrıca kaynak israfına neden olmaması, tüm bunların sonucunda fuarın prestijini, bilinirliğini ve kalitesini artırarak başarı elde etmesi ve bu durumun da takip eden yıllarda fuarların devamlılığını ve ayrıca uluslararası arenada genel olarak Türkiye fuarcılık sektörünün imajını artırması nedenleriyle esas itibarıyla kabul edilebilir bulunmaktadır. Bununla birlikte, ilgili sektörün dinamikleri, talebin yoğunluğu, teknolojik ve sektörel yeniliklerin yeni ihtiyaçları ortaya çıkarması, katılımcıların ve düzenleyicilerin karşılaşabileceği olası maliyet ve ticari risk gibi unsurlar ışığında "makul süre"nin ne kadar olması gerektiği fuardan fuara değişiklik gösterecektir. Bu durumda Usul ve Esaslar'da her fuar bakımından uygulanması zorunlu olacak şekilde bir süre belirlenmesi uygun görülmemektedir. Zira gerekenden uzun bir süre, pazara girişin önünde engeller oluşturarak sektörün tek bir fuar düzenleyicisinin elinde tekelleşmesine ve de katılımcıların ve ziyaretçilerin tek bir fuara mecbur bırakılmasına yol açabilecektir.
- (277) Bu çerçevede, teşebbüsler bakımından yapay giriş engelleri yaratarak rekabetçi endişelere yol açabilecek düzenlemelerden ziyade, verimliliği, etkinliği ve hizmet standardını ön plana alan bir yapı kurulmasının aynı konuda düzenlenen fuarların yol açtığı sorunları bertaraf etmek adına daha uygun bir çözüm yolu olduğu değerlendirilmektedir. Zira bunu sağlayacak rekabetçi bir piyasa yapısı kurulması, kısa vadede bazı şirketlerin zararına olabilecekse de uzun vadede sektörün tüm oyuncularını için fayda getirecektir.

---

<sup>145</sup> Bu düzenleme, değişiklik başvuruları bakımından fuar takvimine sonradan eklenmiş fuarlar ile aynı il sınırları içerisinde aynı ya da benzer isim veya konudaki fuarlar için de geçerlidir.



(278) Bu açıklamalar ışığında, aynı konuda coğrafi olarak yakın yerlerde düzenlenen fuarların sayıca fazlalığının yol açtığı sorunların aşılmasında ilgili kurumlara,

- yapay giriş engelleri yaratacak ve pazarı yeni girişlere bütünüyle kapatacak şekilde tüm fuar düzenleyicileri ve tüm fuar türleri bakımından geçerli tek tip düzenlemelerden kaçınılması,
- düzenleyicilerin piyasa faaliyetlerine ve sunulan hizmetin kalitesine yönelik belli esaslar getirilmesi ve buna uygun bir denetim yapısı tesis edilmesi,
- aynı fuar konu grubu içinde olmakla birlikte, farklı tür ürünlere ve hizmetlere yönelik fuarların eklemeye ve değişiklik başvuruları esnasında reddedilme riskinin bertaraf edilebilmesi adına fuar konu gruplarının alt sektörler ayrıştırılması ya da fuar başvurularında fuarların içeriği değerlendirilirken alt sektörlerin esas alınması

önerilmektedir.

### **5.2.2. Rekabet Etmeme ve Tek Alıcıya Sağlama Yükümlülükleri**

(279) Rapor'un 4.2. sıra numaralı bölümünde yer verildiği üzere, fuarcılık sektöründe sıkça rastlanan rekabet etmeme ve tek alıcıya sağlama yükümlülükleri bir yandan nicelik ve nitelik bakımından uygun ölçekte fuarlar düzenlenmesine ve böylece fuar bileşenlerinin faydasının artmasına hizmet ederken diğer yandan da özellikle fuar düzenleyiciliği faaliyetleri bakımından piyasaya giriş engelleri yaratmakta ve piyasanın rekabetçi yapısı üzerinde olumsuz etkilere neden olmaktadır.

(280) Rekabet hukuku açısından bakıldığında, rekabeti kısıtlayıcı etkileri nedeniyle bu yükümlülükler 4054 sayılı Kanun'un rekabeti sınırlayıcı anlaşma, uyumlu eylem ve kararları yasaklayan 4. maddesi kapsamında değerlendirilmektedir. Bununla birlikte, Kanun'un 5. maddesinde sayılan koşulların karşılanması halinde bu yükümlülükleri içeren anlaşmaların Kanun'un 4. maddesi hükümlerinin uygulanmasından muaf tutulması, diğer bir deyişle muafiyetten yararlanması mümkün olabilecektir. Bu koşullar; maddenin ilk fıkrasında

- a) Malların üretim veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması,
- b) Tüketicinin bundan yarar sağlanması,
- c) İlgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması,
- d) Rekabetin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlanmaması

olmak üzere dört bent halinde sayılmıştır.

(281) Rapor'un ilgili bölümlerinde bu yükümlülüklerin olası taraflarına ve bu taraflar arasındaki ilişkilere dair yapılan açıklamalar çerçevesinde bu yükümlülükleri içeren anlaşmaların dikey nitelik taşıdığı değerlendirilmektedir. Bu çerçevede, yükümlülükler dair anlaşmaların muafiyetten yararlanıp yararlanmadığına ilişkin değerlendirmelerin, tarafların pazar paylarınının 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nde yer alan eşiklerin altında kalması halinde öncelikle anılan bu Tebliğ çerçevesinde yapılması gerekmektedir. Anılan Tebliğ'in 2. maddesinin ikinci fıkrasına

göre grup muafiyetinin sağlayıcının ilgili pazardaki payının %40'ı aşmaması durumunda uygulanacağı, tek alıcıya sağlama yükümlülüğü içeren anlaşmalar bakımından ise grup muafiyetinin uygulanması için alıcının ilgili pazardaki payının %40'ı aşmamasının aranacağı düzenlenmiştir. Bu çerçevede, söz konusu pazar payının aşılmaması ve Tebliğ'de öngörülen diğer koşulların yerine getirilmesi halinde tek alıcıya sağlama yükümlülüğünü ve beş yılı aşmayan rekabet etmeme yükümlülüğünü içeren anlaşmalar muafiyetten yararlanabilecektir.

- (282) Eşiklerin aşılması veya Tebliğ'deki koşulların karşılanmaması halinde ise bireysel muafiyet değerlendirmesi yapılması gerekmektedir. Söz konusu yükümlülüklerin bireysel muafiyet değerlendirmesine konu olması halinde; anlaşmanın amacı, tarafları, süresi, içeriği, coğrafi kapsamı, ilgili pazarın özellikleri, yükümlülük getirilmesinin gerekçeleri ve piyasa üzerindeki olası etkileri gibi unsurlar bir bütün olarak ele alınmakta, neticede etkinlik kazanımlarının yükümlülüklerin yol açtığı rekabeti kısıtlayıcı etkiyi bertaraf etmesi beklenmektedir<sup>146</sup>. Bu bakımdan, bireysel muafiyet koşullarının sağlanıp sağlanmadığının her bir anlaşma özelinde ayrıca değerlendirilmesi gerekmektedir.
- (283) Fuarçılık sektörü özelinde ele alındığında, optimal ölçekte fuarların düzenlenmesine ve fuar kalitesinin artırılmasına yardımcı olması amacıyla getirilen bu yükümlülüklerin 4. madde hükümlerinin uygulanmasından muaf tutulabilmesi için fuarların kapsamının genişlemesi sonucunda katılımcılara ve ziyaretçilere yansıtacak maliyet etkinliklerinin ve diğer faydaların doğması; ilgili pazarın dinamikleri ile mevcut ve potansiyel rakiplerin konumu dikkate alındığında pazarın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması; fuarın ilgili olduğu sektörün inovasyon döngüsü, katılımcı ve ziyaretçi kapasitesi, potansiyel fuar katılımcılarının coğrafi konumları gibi özellikleri göz önünde bulundurularak rekabetin süre ve coğrafi kapsam bakımından zorunlu olandan fazla kısıtlanmaması aranmaktadır<sup>147</sup>. Nitekim fuarçılık sektöründeki rekabet etmeme yükümlülüklerini konu alan Avrupa Birliği Komisyonu (Komisyon) kararlarında da<sup>148</sup>, Komisyonun genel yaklaşımı katılımcı teşebbüslerin fuarlara iştirak ederken önemli maliyetlere katlanması, düzenlenen fuarın arzın tamamına yakını bir araya getirmesi,

<sup>146</sup> Bununla birlikte, pazarda benzer sözleşmelerin yer alması sonucunda paralel ağlar vasıtasıyla pazarın yeni girişlere kapanması söz konusu olabilecektir. Birikimli etki olarak da tanımlanabilecek olan paralel ağlar, rekabet etmeme yükümlülüklerinin pazardaki rekabeti kısıtlayıcı etkilerini artırıcı etkiye sahiptir. Bu durumda bireysel muafiyetin ve hatta benzer nitelikli uygulama ve anlaşmaların pazarın %50'sini aşması durumunda grup muafiyetinin geri alınması, birikimli etkiden kaynaklanabilecek rekabet sorunları nedeniyle gündeme gelebilecektir.

<sup>147</sup> Rekabet Kurulunun düzenleyici tarafından fuar alanı işletmecisine getirilen tek alıcıya sağlama yükümlülüğünü değerlendirdiği 05-47/674-174 sayılı kararında da benzer konudaki ihtisas fuarlarının yakın zamanlarda düzenlenmesinin fuarlardan beklenen faydanın gerçekleşmesini zorlaştıracığı ve katılımcıların maliyetlerini yükseltebileceği değerlendirmesinden hareketle yükümlülüğün kapsamı da dikkate alınarak sözleşmenin esas itibarıyla muafiyetten yararlanabilecek bir sözleşme olduğu değerlendirilmiştir.

<sup>148</sup> Comité européen de coopération des industries de la machine-outil (çev. Takım Tezgâhları Endüstrileri Avrupa İşbirliği Komitesi), OJ 1969 L69/13; Unione Nazionale Industrie Dentarie Italiane (çev. İtalyan Ulusal Diş Endüstrisi Birliği), OJ 1975 L228/14, OJ 1984 L322/10; International Permanent Bureau of Motor Manufacturers (çev. Uluslararası Motor Üreticileri Daimi Temsilciliği), OJ 1977 L299/18; Society of Motor Manufacturers and Traders Ltd (çev. Motor Üreticileri ve Tacirleri Birliği), OJ 1983 L376/1; Vereniging van importeurs en fabrikanten van kantoormachines (çev. Ofis Malzemeleri Üretici ve İthalatçıları Derneği), OJ 1986 L291/46; Verband der Deutschen Dental-Industrie eV (çev. Alman Diş Sağlığı Endüstrisi Derneği), OJ 1987 L293/58; British Dental Trade Association (çev. İngiliz Diş Sağlığı Ürünleri Derneği), OJ 1988 L233/15.

aynı zamanda katılımcılar arasındaki rekabeti arttırması ve maliyetlerinin düşmesine katkı sağlaması, sektörün geneline ilişkin bütüncül bir bakış açısı sunması ve böylece tüketicilere geniş bir ürün gamını aynı yerde bulabilme imkânı sağlaması gibi etkinlik kazanımlarını ve fuarcılık faaliyetlerinin bir ürünün ticarileştirilmesinde/reklamında kullanılabilecek yollardan yalnızca birisi olduğunu dikkate alarak, sadece ilgili fuarın düzenlendiği yıllar için katılımcılara getirilen makul süreli yükümlülüklerle muafiyet tanımak şeklinde olmuştur<sup>149</sup>. Bu kararlarda sadece katılımcılara getirilen rekabet etmeme yükümlülüklerin değerlendirilmesi söz konusudur. Bununla birlikte, Rapor kapsamında incelenen rekabet etmeme ve tek alıcıya sağlama yükümlülüklerinin benzer amaçlarla getirildiği ve özellikle düzenleyicilik faaliyetleri bakımından benzer rekabet karşıtı etkiler doğurduğu göz önünde bulundurularak Komisyonun dikkate aldığı kriterlerin yükümlülüklerin tümünün değerlendirilmesi bakımından ışık tutabileceği düşünülmektedir.

(284) Sonuç olarak; fuarcılık sektöründe uzun vadede tüm sektör oyuncuları ve ülke fuarcılığı bakımından fayda sağlayacak daha rekabetçi bir yapı tesis edilmesi ve rekabet ihlallerinden kaçınılması adına teşebbüslere,

- sözleşmelerin tasarlanması aşamasında ilgili rekabet hukuku mevzuatının ve geçmiş tarihli Kurul kararlarının göz önünde bulundurulması,
- bu bağlamda sektör oyuncuları arasındaki dikey sözleşmelerde yer alan rekabet etmeme ve tek alıcıya sağlama yükümlülüklerinin, bunlar neticesinde ortaya çıkacak rekabeti kısıtlayıcı etkileri yükümlülüklerin sağlayacağı faydalar ile dengelemek üzere süre ve coğrafi kapsam bakımından makul olacak ve ilgili pazarın rekabetçi dinamiklerini göz önünde bulunduracak şekilde tasarlanması

önerilmektedir.

(285) Bununla birlikte, aynı coğrafi bölgede benzer konuda çok sayıda fuar olmasından kaynaklı kalite endişelerinin ve bunların ülke fuarcılığı ve uluslararası rekabet bakımından ortaya çıkarabileceği olumsuz sonuçların azaltılmasında bu tür yükümlülükler ile yapay giriş engelleri yaratılmasından ziyade fuarların niteliklerine ilişkin çeşitli düzenlemeler yoluyla tüm teşebbüslere açık bir rekabet alanı yaratılmasının sektörün rekabetçi yapısı üzerinde orta-uzun vadede daha olumlu sonuçlar meydana getirebileceği değerlendirilmektedir.

### 5.2.3. Ortaklaşa Fuarlar

(286) Rapor'un 4.3. sıra numaralı bölümünde açıklandığı üzere, belirli hallerde rakip fuar düzenleyicisi şirketlerin iş birliğinde gerçekleştirilen ortaklaşa fuarlar rekabeti kısıtlayıcı amaç ve etkilere sahip olabilecektir. Bu nedenle, mevcut ya da potansiyel rakipler tarafından düzenlenen ve yatay iş birliği anlaşması olarak nitelendirilebilecek ortaklaşa fuarlar rekabet hukuku açısından inceleme konusu olabilmektedir.

---

<sup>149</sup> Sözü edilen Komisyon kararlarında genel olarak fuarların düzenlendiği süre aralığının yarısı nisabında getirilen rekabet etmeme yükümlülükleri makul karşılanmaktadır. Ayrıca bkz. Ek-3'te geniş özetine yer verilen 00-40/443-243 sayılı Rekabet Kurulu kararı.

- (287) Daha önce yer verildiği üzere, Kanun'un 4. maddesi belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmaları yasaklamaktadır. Kanun'un 5. maddesi ise, aynı maddede belirtilen koşulların tamamını sağlayan teşebbüsler arası anlaşmaların 4. madde hükümlerinin uygulanmasından muaf tutulmasına olanak sağlamaktadır. Ortaklaşa fuarlar düzenlenmesine yönelik iş birliklerinin değerlendirilmesinde yol gösterici temel metin Rekabet Kurulu tarafından yayımlanan Yatay İşbirliği Anlaşmaları Hakkında Kılavuz'dur.
- (288) Bu Kılavuz'da yatay iş birliği anlaşmalarının neden olabileceği rekabetçi sorunlar; iş birliğinin, tarafların pazar gücü elde etmesine, pazar gücünü korumasına ya da artırmasına ve böylelikle, fiyat, üretim miktarı, ürün kalitesi, ürün çeşitliliği ya da inovasyon bakımından pazarda olumsuz etkilerin ortaya çıkmasına yol açması olarak örneklendirilmiştir. Ancak, Kılavuz'da özellikle birbirini tamamlayıcı faaliyet, beceri veya varlıkları bir araya getiren yatay iş birliği anlaşmalarının önemli ekonomik faydalar meydana getirebildiği de vurgulanmıştır. Zira bu anlaşmalar risk paylaşımı, maliyet tasarrufu, yatırımların artırılması, tarafların sahip olduğu know-how'ın bir araya getirilmesi, ürün kalitesinin ve çeşitliliğinin geliştirilmesi ve inovasyon hızının artırılması için bir araç olarak kullanılabilir.
- (289) Fuarlılık sektöründe ortaklaşa fuar düzenlenmesi adına gerçekleştirilen rakipler arası iş birliği anlaşmaları Kılavuz'un sunduğu perspektif ile değerlendirildiğinde, ortaklaşa fuarların tarafların sektörel bilgi, deneyim ve iş ağlarını bir araya getirmek ve risk ile maliyeti taraflar arasında dağıtmak suretiyle daha geniş kapsamlı ve daha yoğun katılımlı fuarlar gerçekleştirilmesini sağladığı ve bu suretle fuardan sağlanan faydayı artırdığı söylenebilecektir. Bununla birlikte, rekabet hukuku bağlamında etkin rekabetin sürdürülmesi esastır. Bu nedenle bu faydalara hizmet eden ortaklaşa fuarlar düzenlenirken, ortaklaşa fuar düzenleyenlerin rakiplik ilişkisi (mevcut veya potansiyel rakip olup olmamaları), düzenlenen ve varsa ortaklaşa fuar düzenlemek için taraflarca sona erdirilen fuarların konusu, periyotları ve coğrafi kapsamı dikkate alınarak ilgili pazarın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmamasına ve ilgili pazardaki rekabetin zorunlu olandan fazla sınırlanmamasına azami özen gösterilmesi gerekmektedir. Aksi takdirde, ilgili iş birliği anlaşmasına muafiyet tanınması mümkün olmayacağından Kanun'un 4. maddesinin ihlali söz konusu olabilecektir.
- (290) Tüm bu açıklamalar ışığında, fuarlılık sektöründe özellikle fuar düzenleyiciliği faaliyetleri bakımından daha rekabetçi bir yapı tesis edilmesi ve olası rekabet ihlallerinin önlenmesi adına ortaklaşa fuar düzenleyecek teşebbüslere;
- ortaklaşa fuar yapılmasına ilişkin çerçeve belirlenirken ilgili rekabet hukuku mevzuatının ve geçmiş tarihli Kurul kararları göz önünde bulundurularak sözleşmelerin muafiyet şartlarını taşıyacak şekilde formüle edilmesi önerilmektedir.

#### 5.2.4. Teşebbüs Birliklerinin Karar ve Eylemleri

- (291) Rapor'un 4.4. sıra numaralı bölümünde ele alındığı üzere, teşebbüs birliklerinin fuar düzenlenmesi sürecine ilişkin bazı kararları ve eylemleri rekabeti kısıtlayıcı etkiye sahip olabilmektedir. Bunlardan ilki, üyelerin teşebbüs birliğinin belirlediği fuardan başka bir fuara katılmasını engelleyen teşebbüs birliği kararları ve birliğin bu sonuca yol açacak eylemleridir. Zira bu durumda fuar düzenleyiciliği faaliyetleri bakımından pazara giriş engellenmektedir. Kanun'un 4. maddesi rekabeti sınırlayıcı teşebbüs birliği kararlarını ve eylemlerini yasaklamaktadır. Bu çerçevede, anılan nitelikteki teşebbüs birliği kararları ve eylemleri de olası rekabeti kısıtlayıcı etkileri nedeniyle Kanun'un 4. maddesi kapsamında ele alınmaktadır. Bununla birlikte, Kanun'un 5. maddesinde sayılan koşulların tamamının karşılanması halinde bu kararların ve eylemlerin muafiyetten faydalanması söz konusu olabilecektir. Bunlara yönelik muafiyet değerlendirmesi yapılırken, hizmet ettikleri amaçların ve ortaya çıkardıkları sonuçların benzerliği nedeniyle rekabet etmeme ve tek alıcıya sağlama yükümlülüklerinin değerlendirilmesinde dikkate alınan unsurlar aranacaktır<sup>150</sup>. Nitekim teşebbüs birlikleri tarafından üye katılımcılara getirilen yükümlülükleri konu alan Komisyon kararları da bu bağlamda Rapor'un 5.2.2. sıra numaralı bölümünde, anılan yükümlülüklerin değerlendirilmesine ışık tutmak üzere kullanılmıştır.
- (292) Teşebbüs birlikleriyle ilgili olarak sektörde ortaya çıkan diğer bir sorun alanı ise teşebbüs birliklerinin doğrudan ya da iş birliği karşılığında fahiş bedel talep etmek suretiyle dolaylı olarak düzenleyicilerle iş birliği yapmayı reddetmeleri olarak tespit edilmiştir. Teşebbüs birliklerinin bu soruna yol açan davranışları rekabet hukuku bağlamında ele alındığında, düzenleyici ile teşebbüs birliği arasında sözleşme özgürlüğü esasına dayanarak kurulan ilişkinin, ancak teşebbüs birliğinin iş birliği kapsamındaki eylemleri bakımından Kanun'un 3. maddesi anlamında bir teşebbüs olarak değerlendirilebileceği ve hâkim durumda kabul edilebileceği durumlarda rekabet hukuku uygulamalarına konu edilebileceği düşünülmektedir. Bu halde konu, Kanun'un 6. maddesi kapsamında sözleşme yapmanın reddi perspektifinden incelenecek ve ancak Kanun'da ve Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışlarına İlişkin Kılavuz'da aranan şartların varlığı halinde Kanun'un ihlalinden bahsedilebilecektir. Sözleşme yapmayı reddetme davranışının hangi hallerde ihlal teşkil edebileceğine ilişkin detaylı açıklamalara Rapor'un 5.2.6.1. sıra numaralı bölümünde yer verilecektir.
- (293) Sonuç olarak, fuarcılık sektöründeki özellikle fuar düzenleyiciliği faaliyetleri bakımından daha rekabetçi bir yapı tesis edilmesi ve olası rekabet ihlallerinin önlenmesi adına fuar düzenlenmesi sürecinde rol oynayan teşebbüs birliklerine,
- pazarda rekabeti kısıtlayıcı etkisi olan, üyelerine yönelik kararlarını ve davranışlarını biçimlendirirken yukarıda anılan mevzuat hükümlerinin ve geçmiş tarihli Kurul kararlarının göz önünde bulundurulması ve bunların muafiyet şartlarını karşılayacak şekilde belirlenmesi,

<sup>150</sup> 07-62/736-264 sayılı Rekabet Kurulu kararı.

- fuar düzenleyicileriyle olan ilişkilerinde ise sağladığı hizmetler itibarıyla iş birliğinde sahip olduğu konumu ve pazardaki gücü göz önünde bulundurularak ihlal oluşturacak davranışlardan kaçınılması

önerilmektedir.

### 5.2.5. Dikey Bütünleşme

- (294) Rapor'un 4.6. numaralı bölümünde geniş kapsamlı yer verildiği üzere, fuarcılık sektöründe dikey bütünleşme çok yaygın ve sonuçları itibarıyla rekabet üzerinde olumsuz etkiler doğurabilecek bir uygulamadır. Zira dikey bütünleşik teşebbüsler, rakiplerinin girdiye ve müşterilere ulaşmasını engelleme ve böylece üst pazarda sahip oldukları pazar gücünü alt pazara taşıma imkânı elde etmektedir. Rekabet hukuku uygulamaları açısından bakıldığında dikey bütünleşme, Kanun'un hâkim durumun kötüye kullanılmasını yasaklayan 6. maddesi ve rekabeti sınırlayıcı birleşme ve devralmaları yasaklayan 7. maddesinin uygulanması bakımından hâkim durum değerlendirmesinde dikkate alınan ve teşebbüslerin hâkim durumda olma olasılığını artıran bir unsur olarak göz önünde bulundurulmaktadır.
- (295) Teşebbüsler, yeni bir pazara yatırım yaparak, ilişkili pazardaki bir teşebbüsle birleşerek ya da ilişkili pazardaki diğer bir teşebbüsle uzun dönemli sözleşme ilişkisi kurarak dikey bütünleşik bir yapıya gidebilmektedir<sup>151</sup>. Bilindiği üzere, süreç sonunda hâkim duruma gelecek olsa dahi bir teşebbüsün kendi olanaklarıyla faaliyet alanlarını genişletmesi ve dikey bütünleşik bir yapıya kavuşması bir rekabet ihlali teşkil etmemektedir. Bununla birlikte, dikey bütünleşik bir teşebbüsün rakiplerini dışlayıcı davranışlarının Kanun'da ve ilgili ikincil mevzuatta aranan şartların varlığı halinde ihlal niteliği taşıması söz konusu olabilecektir. Aşağıda 'Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışları' başlığı altında sektörde en sık gerçekleşen davranış türleri itibarıyla bu konuya ilişkin açıklamalara yer verilecektir.
- (296) Dikey bütünleşmenin, ancak birleşme veya devralma işlemleri ya da sözleşmeler yoluyla gerçekleştirilmesi halinde rekabet hukuku denetimine tabi olması mümkündür. Fuarcılık sektörüne bakıldığında dikey bütünleşmenin genel olarak uzun süreli kiralama sözleşmeleriyle hayata geçirilen devralma işlemleri, diğer bir deyişle yoğunlaşmalar vasıtasıyla gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu nedenle Rapor'un ilerleyen bölümlerinde 5.2.8. numaralı başlık altında dikey bütünleşme doğuran yoğunlaşmaların rekabet hukuku kapsamında incelenme imkânlarına ilişkin değerlendirmelere yer verilecektir.
- (297) Fakat bu noktada, fuarcılık sektöründe dikey bütünleşmenin yaratabileceği rekabetçi sorunları asgariye indirmek adına yapısal olarak ve mevzuat çerçevesinde alınabilecek bazı önlemlere ilişkin önerilerin sunulmasında fayda görülmektedir. Bu çerçevede ilgili kurumlara;
- fuar düzenlenmesi için yeterli fiziksel ve teknolojik altyapı olanaklarına sahip fuar alanlarının sayıca yetersizliği de göz önünde bulundurularak kamuya ait mevcut fuar alanlarının ve ilerleyen dönemlerde yatırımı tamamlanacak fuar alanlarının işletilmesinde kamunun daha etkin rol oynaması,

<sup>151</sup> KOÇAK, İ. H. (2017), s. 5.

- kamuya ait fuar alanlarının işletilmesinin özel sektöre devrinin tercih edilmesi durumunda ise sürecin şeffaf ve rekabetçi şekilde gerçekleştirilmesine özen gösterilmesi,
- kamuya ait fuar alanlarının işletilmesini özel sektöre devreden uzun süreli kiralama sözleşmeleri tasarlanırken sözleşme konusu alanların kiracı tarafından üçüncü taraflara eşit şartlarda tahsis edilmesini sağlayacak hükümlere yer verilmesi,
- dikey bütünleşik alan işletmecilerinin alan tahsis faaliyetlerini şeffaf bir biçimde gerçekleştirmelerinin, kendileriyle aynı ekonomik bütünlük içerisinde bulunan düzenleyiciler ile diğer düzenleyicilere verdikleri hizmetin kapsamının ve maliyetinin eşit olmasının sağlanması ve buna yönelik bir denetim mekanizması kurulması

önerilmektedir.

### 5.2.6. Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışları

(298) Rapor'un 4.6. numaralı bölümünde bahsedildiği üzere, fuarcılık sektöründe teşebbüslerin dışlayıcı çeşitli davranışları söz konusu olabilmektedir. Her ne kadar dikey bütünleşmenin varlığı halinde bu davranışların rekabet karşıtı etkileri daha ciddi olsa da söz konusu davranışlar dikey bütünleşik olmayan teşebbüslerce de uygulanabilmektedir. Aşağıda ayrıntılı olarak davranış özelinde de değinileceği üzere teşebbüslerin dışlayıcı davranışlarının Kanun kapsamında bir ihlal olduğundan bahsedebilmek için davranış gerçekleştiren teşebbüsün hâkim durumda olması gereklidir. Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışlarına İlişkin Kılavuz'a göre hâkim durumun varlığı, teşebbüslerin ve rakiplerinin ilgili pazardaki konumu, pazara giriş ve pazarda büyüme engelleri, alıcıların pazarlık gücü gibi unsurlar dikkate alınarak olay özelinde değerlendirilmektedir<sup>152</sup>. Bu çerçevede aşağıda fuarcılık sektöründe en sık görülen dışlayıcı davranışlar ele alınacaktır.

#### 5.2.6.1.Sözleşme Yapmanın Reddi

- (299) Sektör incelemesi sürecinde elde edilen paydaş görüşleri ve incelenen Kurul kararları fuarcılık sektöründe önde gelen sorunlardan birinin sözleşme yapmanın reddi uygulamaları olduğunu göstermiştir<sup>153</sup>. Fuarcılık sektöründe sözleşme yapmanın reddi davranışı fuar alanı işletmecisi ile fuar düzenleyicisi veya fuar düzenleyicisi ile katılımcı arasında olmak üzere iki şekilde ortaya çıkabilmektedir. Bu durumlardan ilkinde fuar düzenleyicisinin alan talebinin fuar alanı işletmecisi tarafından doğrudan ya da dolaylı olarak reddedilmesi; ikincisinde ise fuar katılımcısının fuara katılım talebinin fuar düzenleyicisi tarafından reddedilmesi söz konusu olmaktadır. Uygulamada fuar düzenleyicisinin alan talebinin reddedildiği durumlarla daha sık karşılaşılmaktadır.
- (300) Sektörde sözleşme yapmanın reddi davranışı fuar alanı ya da fuar katılım talebine yönelik ilk başvurunun reddedilmesi (potansiyel müşterilerin sözleşme taleplerinin reddedilmesi),

<sup>152</sup> Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışlarına İlişkin Kılavuz, para. 10-21.

<sup>153</sup> 07-74/896-333, 16-35/604-269 ve 17-11/132-60 sayılı Rekabet Kurulu kararlarında fuar alanı tahsis taleplerinin reddedilmesi iddiaları inceleme konusu olmuştur.

daha önce belirli bir alanda yapılan fuara yönelik sonraki yer taleplerinin reddedilmesi, daha önce katılım sağlanan fuara yönelik sonraki katılım taleplerinin reddedilmesi (mevcut bir sözleşme ilişkisinin kesilmesi) ya da alan tahsisi için fuar düzenleyicisine ya da katılımcıya kabul edilmesi mümkün olmayan şartlar ileri sürülmesi (dolaylı ret) şeklinde gerçekleşebilmektedir. Sektör paydaşlarından edinilen bilgiler çerçevesinde göze çarpan bir diğer husus ise bir fuar alanı işletmeciliğinin dikey bütünleşik bir firma tarafından devralınmasının ardından düzenleyicilerin alan taleplerinin yeni işletmeci tarafından reddedildiği, düzenleyicilerin söz konusu alanda ya da o ildeki başka bir alanda daha önce yaptıkları fuarları düzenleyemedikleri ve söz konusu fuarların bir benzerinin dikey bütünleşik firmanın düzenleyici şirketi tarafından yapılmaya başlandığı, bu bağlamda bağımsız fuar düzenleyicilerin piyasa dışında bırakıldıkları yönündeki şikâyetlerin çokluğudur. Öte yandan fuar alanı işletmecileri tarafından ise fuar alanı tahsis taleplerinin değerlendirilmesinde, söz konusu alana yönelik fuar takviminin uygunluğunun gözetildiği, daha önceden o alanda düzenlenmiş olan fuarlar bakımından aynı tarihlere ilişkin önceliğin daha önce fuar düzenlemiş olan düzenleyiciye ait olduğu, yakın tarihte aynı konuda düzenlenecek olan ve alan tahsisi yapılmış bir fuar olup olmadığının, var ise iki fuar arasında belli bir zaman dilimi olmasının, düzenleyicinin geçmiş yıllardaki ödeme durumunun dikkate alındığı ifade edilmiştir.

- (301) Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışlarına İlişkin Kılavuz'da da belirtildiği üzere rekabet hukuku uygulamasında esas olarak, hâkim durumda olsun ya da olmasın tüm teşebbüslerin iş yapacakları teşebbüsleri özgürce seçme ve mülkiyetlerinde bulunan varlıklar üzerinde özgürce tasarruf edebilme hakları olduğu kabul edilmektedir. Bununla birlikte, istisnai bazı durumlarda hâkim durumdaki teşebbüslerin sözleşme yapmayı reddetmeleri rekabeti kısıtlayıcı bir davranış olarak değerlendirilebilmekte ve hâkim durumdaki teşebbüse rekabet hukuku çerçevesinde sözleşme yapma yükümlülüğü getirilebilmektedir. Bu bağlamda bu açıklamadan da anlaşılacağı üzere sözleşme yapmanın reddi uygulamasının rekabet hukuku mevzuatı kapsamında ihlal olarak nitelendirilebilmesi için kötüye kullanmanın tespiti haricinde söz konusu teşebbüsün hâkim durumda olması da ön şartlardan biridir.
- (302) Bir teşebbüsün ürettiği mal ya da hizmetler ile sahibi olduğu maddi ya da gayri maddi işletme unsurlarını diğer teşebbüslere sağlamaması ya da bunların diğer teşebbüsler tarafından kullanılmasına doğrudan veya dolaylı olarak izin vermemesi sözleşme yapmayı reddetme olarak ele alınmaktadır. Bu çerçevede hammadde niteliğindeki fiziksel ürünler, belirli hizmetlerin sağlanabilmesi için gerekli altyapılar, ürün dağıtım sistemleri ve fikri mülkiyet hakları ile korunan yahut korunmayan gayri maddi işletme unsurları ya da bilgileri ile teşebbüslerin sözleşme yapma talebine konu olabilecek diğer varlıklar, anılan mal, hizmet ya da unsurlar arasında değerlendirilebilmektedir<sup>154</sup>. Fuarcılık sektörü bakımından ele alındığında özellikle fuar alanlarının sözleşme yapmanın reddine konu öncelikli unsur olduğu görülmektedir. Diğer yandan fuar düzenleyicisi ile katılımcı arasındaki ilişki bakımından ise bir fuara katılım talebinin reddi durumunda söz konusu fuar, sözleşme yapmanın reddine konu unsuru oluşturmaktadır.

<sup>154</sup> Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışlarına İlişkin Kılavuz, para. 38.



- (303) Sözleşme yapmayı reddetme davranışı, hâkim durumdaki teşebbüsün alt pazarda kendisiyle rekabet halinde olan teşebbüslere yönelik olabileceği gibi kendisiyle rekabet içerisinde bulunmayan müşterilerine yönelik de olabilmektedir. Burada alt pazar kavramı, sözleşme yapma talebine konu olan unsurun mal veya hizmet üretiminde girdi olarak kullanıldığı pazarı ifade etmektedir. Hâkim durumdaki teşebbüsün, sözleşme yapmayı reddettiği teşebbüs ile alt pazarda rekabet ediyor olması, bir başka deyişle dikey bütünleşik olması halinde sözleşme yapmayı reddetme davranışının rekabeti kısıtlayıcı sonuçlar ortaya çıkarması daha muhtemeldir<sup>155</sup>. Diğer yandan Komisyona göre sözleşme yapmayı/mal vermeyi reddetme, üretim ve pazarlama üzerinde kontrol sağlamak amacıyla mal/hizmet verilmemesinin yanı sıra, sadece ayrımcı ve haksız koşullarla mal verilmesini ve sağlayıcının kabul edilemez nitelikte koşullarla mal vermesini de kapsamaktadır<sup>156</sup>. Ek olarak, süregelen bir sözleşme ilişkisinin kesilmesi durumunda bir ihlalin ortaya çıkmasının daha muhtemel olduğu kabul edilmektedir<sup>157</sup>.
- (304) Yukarıdaki paragrafta belirtilen hususlar fuarcılık sektörü bakımından değerlendirildiğinde, hem fuar alanı işletmecisi hem de fuar düzenleyicisi konumunda, bir başka deyişle dikey bütünleşik yapıda olan teşebbüsler tarafından gerçekleştirilen sözleşme yapmanın reddi davranışlarının rekabeti kısıtlayıcı sonuçlar ortaya çıkarma ihtimalinin daha yüksek olduğu ifade edilebilecektir. Bu gibi durumlarda dikey bütünleşik yapıda olan fuar alanı işletmecisi teşebbüs, kendi düzenleyici şirketine yönelik oluşabilecek rekabeti önleme güdüsüyle diğer fuar düzenleyici şirketlerin yer taleplerini geri çevirebilmektedir. Nitekim sektör paydaşları tarafından da bu şekilde gerçekleşen birçok reddetme davranışı olduğu bilgisi iletilmiştir. Böyle bir durumda, fuar alanı işletmecisi hâkim durumda ise söz konusu davranış rekabet mevzuatı bakımından ihlal olarak değerlendirilebilecektir. Bununla birlikte fuar alanı tahsis taleplerinin reddine yönelik davranışlar dikey bütünleşik yapıda olmayan fuar alanı işletmecileri tarafından da gerçekleştirilebilmektedir.
- (305) Kurul, sözleşme yapmayı reddetme iddialarını değerlendirirken reddetme eyleminin varlığı ve reddetme eylemini gerçekleştiren teşebbüsün hâkim durumda olması haricinde ihlalin tespiti için üç koşulun birlikte varlığını aramaktadır<sup>158</sup>. Bu çerçevede;
- reddetme, alt pazarda rekabet etmek için vazgeçilmez bir ürüne ya da hizmete ilişkin olmalı,
  - reddetmenin, alt pazarda etkin rekabeti ortadan kaldırması muhtemel olmalı,
  - reddetmenin tüketici zararına yol açması muhtemel olmalıdır.
- (306) Bu koşullara ek olarak sözleşme yapmanın reddi davranışının ihlal olarak nitelendirilebilmesi için talebi reddeden teşebbüsün redde ilişkin objektif haklı bir gerekçesinin de bulunmaması gerekmektedir. Tekrar vurgulamak gerekir ki, sözleşme yapmanın reddi davranışının ihlal olarak nitelendirilebilmesi için bu koşulların tümünün sağlanması gerekli olup, bu koşullardan birinin dahi sağlanmaması durumunda sözleşme

<sup>155</sup> A.g.k., para. 42.

<sup>156</sup> XIIIth Report on Competition Policy (Commission, 1983)

<sup>157</sup> 07-74/896-333 sayılı Rekabet Kurulu kararı.

<sup>158</sup> Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışlarına İlişkin Kılavuz, para. 43.

yapmanın reddi davranışı rekabet hukuku mevzuatı bakımından ihlal olarak nitelendirilmemektedir.

- (307) Bu bağlamda ilk şart olan vazgeçilmezlik koşulunu değerlendirirken Kurul, reddetmeye konu unsurun alt pazarda etkin bir şekilde rekabet edebilmek için nesnel olarak gerekli olmasını aramaktadır. Bu durum, reddetmenin olumsuz sonuçlarını –en azından uzun vadede– telafi edebilmek için rakiplerin sözleşme talebine konu olan unsurun alt pazarda başvurabilecekleri mevcut ya da potansiyel bir ikamesinin bulunmaması halinde söz konusu olmaktadır. İlgili unsurun mevcut veya potansiyel ikamesinin olup olmadığını değerlendirirken Kurul, hâkim durumda bulunan teşebbüsün rakiplerinin öngörülebilir bir gelecekte söz konusu unsuru etkin bir şekilde tekrar oluşturup oluşturamayacaklarını göz önünde bulundurmaktadır<sup>159</sup>.
- (308) Vazgeçilmezlik koşulu fuarcılık sektörüne yönelik sözleşme yapmanın reddi uygulamaları açısından değerlendirildiğinde, fuar alanı talebinin reddi bakımından reddetmeye konu unsur daha önce de belirtildiği gibi söz konusu fuar alanı olup, vazgeçilmezlik koşulu da ilgili fuar bakımından söz konusu fuar alanının alternatifinin bulunup bulunmadığı çerçevesinde ele alınmalıdır. Bu çerçevede eğer ilgili fuar veya benzerlerinin (bir başka deyişle bu fuarla aynı ilgili ürün pazarında nitelendirilebilecek fuarların) alternatif alanlarda düzenlendiği örnekler, bir başka deyişle bu fuarların düzenlenebileceği alternatif alanlar mevcut ise, söz konusu fuar alanının vazgeçilmez olmadığı sonucuna varılacak, bu durumda rekabet mevzuatı bakımından sözleşme yapmanın reddi davranışı ihlal olarak değerlendirilmeyecektir. Anılan fuar alanının ilgili fuarın düzenlenebileceği tek alan olması durumunda ise vazgeçilmezlik koşulu sağlanmış olacak, diğer koşulların gerçekleşip gerçekleşmediği incelenecektir.
- (309) Fuar alanının alternatifinin olup olmadığı değerlendirilirken Rapor'un 5.1. sıra numaralı bölümünde yer verilen hususlar kapsamında ilgili pazarın doğru belirlenmesi büyük önem taşımaktadır. Nitekim sözleşme yapmanın reddini konu alan Rekabet Kurulu kararlarında da öncelikli olarak alternatif fuar alanları üzerinde durulmuş, bu alternatiflerin redde konu alana ikame edilebilirliği araştırılarak ilgili ürün pazarı ve ilgili coğrafi pazar üzerine ayrıntılı değerlendirmelerde bulunulmuştur<sup>160</sup>.
- (310) Bu noktada, vazgeçilmezlik koşuluna yönelik olarak fuar düzenleyicisi tarafından ekseriyetle öne sürülen argümanlardan biri olan, redde konu fuar alanının fuar düzenleyicisi tarafından düzenlenen fuar için en uygun alan olduğu, diğer alanların redde konu alan kadar uygun olmadığı ve ek maliyetlere yol açtığı argümanının vazgeçilmezlik koşulunun sağlanması bakımından yeterli olmadığı ayrıca belirtilmelidir. Literatürde ve kararlarda, vazgeçilmezlik koşulunun gerçekleşmesi için redde konu alanın diğer alanlardan salt daha uygun, avantajlı, maliyetsiz olmasının vazgeçilmezlik koşulu için yeterli olmadığı, söz konusu fuar alanının kullanılmaması durumunda teşebbüsün pazardan dışlanacağına ortaya konulması gerektiği ifade edilmektedir. Bu bağlamda vazgeçilmezlik ile elverişlilik unsurlarının birbirinden ayırt edilmesi önem taşımaktadır.

<sup>159</sup> Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışlarına İlişkin Kılavuz, para. 44.

<sup>160</sup> 07-74/896-333, 16-35/604-269 ve 17-11/132-60 sayılı Rekabet Kurulu kararları.

- (311) Redde konu olan unsurun vazgeçilmezlik koşulunu sağladığının tespit edilmesi halinde, hâkim durumdaki teşebbüsün sözleşme yapmayı reddetmesinin hemen ya da zaman içinde alt pazarda etkin rekabetin ortadan kaldırılmasına yol açmasının muhtemel olup olmadığı değerlendirilmektedir. Hâkim durumdaki teşebbüsün alt pazardaki payı büyüdükçe, sözleşme yapmayı reddetme sonucunda alt pazardaki etkin rekabetin ortadan kaldırılması olasılığı artmaktadır<sup>161</sup>. Bir başka deyişle bu şart da dikey bütünleşik bir yapıya atıfta bulunmaktadır. Bu bağlamda fuar alanı işletmecisinin aynı zamanda fuar düzenleyicisi durumunda olduğu, işlettiği fuar alanının alternatiflerinin bulunmadığı ve üstelik de fuar düzenleyicisi olarak da söz konusu fuara ilişkin pazarda yüksek bir pazar payına sahip olduğu durumlarda, fuar alanı talebinin reddi alt pazardan bir düzenleyicinin eksilmesine yol açarak dikey bütünleşik yapıdaki fuar alanı işletmecisinin alt pazardaki pazar gücünün artmasına hatta alt pazarda da hâkim duruma gelmesine yol açabilecektir. Dolayısıyla özellikle dikey bütünleşik yapıdaki teşebbüsler tarafından uygulanan sözleşme yapmanın reddinin alt pazara etkileri bakımından da dikkatlice değerlendirilmesi gerekmektedir. Ancak bu koşulun sağlanması için, salt fuar alanı talebi reddedilen teşebbüsün alt pazardan dışlanması yeterli değildir. Zira alt pazarda söz konusu fuara yönelik yeterli sayıda düzenleyicinin faaliyet gösteriyor olması durumunda alt pazarda etkin rekabetin ortadan kalktığından söz edilemeyeceği gibi bu durum esasen alt pazardaki fuar düzenleyicisi teşebbüslerin alternatif fuar alanlarına sahip olduğuna da gösterge teşkil edecektir.
- (312) Üçüncü şart olan reddetmenin tüketici zararına yol açmasının muhtemel olup olmadığının değerlendirilmesi aşamasında ise tüketiciler bakımından, sözleşme yapmayı reddetmenin ilgili pazardaki olumsuz sonuçlarının, sözleşme yapma yükümlülüğü getirilmesinin zaman içinde yaratacağı olumsuz sonuçlardan daha fazla olup olmayacağı incelenmektedir. Örneğin, hâkim durumdaki teşebbüsün sözleşme yapmayı reddetmesi sonucunda rakiplerin yenilikçi ürün ya da hizmetleri piyasaya sürmesinin engellendiği ve/veya reddetme davranışıyla takip eden yeniliklerin önünün tıkandığı hallerde muhtemel tüketici zararından bahsedilebilmektedir. Bu durum, özellikle sözleşme yapma talebinde bulunan rakibin hâkim durumdaki teşebbüsün ürettiği mal veya hizmetler ile sınırlı kalmayarak potansiyel talebin olduğu yeni ve daha gelişmiş mal veya hizmetler sunma amacını taşıdığı veya teknolojik gelişmeye katkıda bulunmasının olası olduğu hallerde söz konusu olmaktadır. Benzer şekilde, hâkim durumdaki teşebbüsün sözleşme yapmayı reddetmesi sonucunda alt pazarda normalde elde edeceği kardan daha fazla kar elde etmesinin muhtemel olup olmadığı da tüketici zararının değerlendirilmesinde dikkate alınmaktadır<sup>162</sup>. Bu bağlamda fuar alanı talebi reddedilen fuar düzenleyicisi teşebbüsün, düzenlediği fuar ile fuarcılık sektörüne yönelik daha gelişmiş bir hizmet sunmayı amaçladığını gösterebilmesi durumunda ya da fuar alanı talebini reddeden dikey bütünleşik yapıdaki teşebbüsün alt pazarda örneğin katılımcılara yönelik fiyatlarda olağan dışı artışlara gitmesi durumunda reddetmenin tüketici zararına yol açma ihtimali ortaya çıkabilecektir.

<sup>161</sup> Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışlarına İlişkin Kılavuz, para. 46.

<sup>162</sup> A.g.k., para. 47.

- (313) Yukarıda sayılan üç koşulun birlikte varlığının yanı sıra Kurul, teşebbüsün ileri sürdüğü haklı gerekçe iddialarını da göz önünde bulunduracaktır. Bir gerekçenin haklı olup olmadığı değerlendirilirken i) davranış ile korunan meşru bir menfaatin var olup olmadığı, ii) bu menfaatin korunması için söz konusu davranışın zorunlu olup olmadığı ve iii) bu davranış ile rekabetin menfaatin korunması için zorunlu olandan fazla sınırlandırılıp sınırlandırılmadığı dikkate alınmaktadır<sup>163</sup>. Sözleşme yapma talebinde bulunan teşebbüsün ticari kredibilitésinin olmaması, arzın kapasite sınırlarına bağlı olarak geçici olarak ya da tamamen durdurulması, çeşitli güvenlik gerekliliklerinin karşılanamaması gibi hususlar nesnel gereklilik<sup>164</sup>/objektif haklı gerekçe olarak değerlendirilebilmektedir<sup>165</sup>. Bu bağlamda örneğin fuar alanı talebini reddeden teşebbüsün, talebini reddettiği düzenleyicinin önceki dönemde ödemelerini yapmadığını, geciktirdiğini, diğer ticari hassasiyetlere uymadığını belgelemesi halinde ya da alan işletmecisinin tüm salonlarının dolu olması gibi durumlarda, alan işletmecisinin objektif haklı gerekçesinin olduğu sonucuna ulaşılabilecek olup, yukarıdaki şartlar sağlansa dahi bu gerekçenin bulunması durumunda sözleşme yapmanın reddi davranışı ihlal olarak nitelenmeyebilecektir.
- (314) Sözleşme yapmayı reddetmenin hangi hallerde Kanun'un 6. maddesinin ihlali olarak değerlendirilebileceğine ilişkin bu açıklamalardan sonra üzerinde durulması gereken bir diğer konuda paydaşların sözleşme yapmayı reddetmenin ortaya çıkardığı rekabet karşıtı etkileri bertaraf etmek üzere öne sürdüğü fuarların sürekliliğini sağmaya yönelik düzenlemeler yapılması şeklindeki öneridir. Alan talepleri reddedilen fuar düzenleyicileri tarafından sıklıkla öne sürülen argüman, fuarların pazar yapısı itibarıyla başlangıçta arzı ve talebi hazır olmayan ürün ve hizmetlerden oluştuğu, bu bağlamda pazarın süreç içerisinde fuar düzenleyicisinin yaptığı yoğun yatırımlar, satış, pazarlama ve tanıtım faaliyetleri ile geliştiği, aynı zamanda bu dönemde ilgili fuara yönelik belli bir katılımcı ve ziyaretçi portföyünün de oluşturulduğu, pazarın olgunlaşmasına kadar geçen bu sürede düzenleyicilerin genelde zarar ettiği; bununla birlikte fuar alanı işletmecisi ile süregelen bir ilişki çerçevesinde yıllardır ilgili fuar söz konusu alanda kendileri tarafından düzenlenmekteyken bu alana ilişkin yer taleplerinin reddedilmesi ve bu fuarın pazarda güçlü fuar düzenleyici şirketlerinden birine kiralanması ya da fuar alanı işletmesinin özellikle kendi fuar düzenleyici şirketi olan dikey bütünleşik bir fuar alanı işletmecisine verilmesi durumunda, kendileri tarafından sarf edilen tüm bu emeklerin ve yapılan birikimlerin boşa gittiği argümanıdır. Düzenleyici şirketler bu bağlamda bir fuar alanının o alanda uzun süredir belli bir fuarı gerçekleştirmekte olan teşebbüse kiralanmasının yasal ve idari düzenlemelerle güvence altına alınması gerektiğini belirtmektedir. Bir diğer öneri ise bir ilde üç kez aynı sektöre yönelik fuar düzenleyen bir fuar düzenleyicisinin o fuarın sahibi olmasına yönelik düzenlemeler yapılması ve fuar alanı başka bir işletmeciye verilse dahi, fuar sahibinin makul bir kira bedeli karşılığında o alanda fuarını düzenleyebilmesine olanak sağlanabilmesi şeklindedir.

<sup>163</sup> Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışlarına İlişkin Kılavuz, para. 31.

<sup>164</sup> Bu noktada vazgeçilmezlik koşulu çerçevesinde yer verilen nesnel gereklilik kavramı ile objektif haklı gerekçe koşulu kapsamındaki nesnel gereklilik kavramının birbirinden ayrıldığı ve anlam olarak her birinin kapsamında yer aldığı koşul çerçevesinde değerlendirilmesi gerektiği belirtilmelidir.

<sup>165</sup> Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışlarına İlişkin Kılavuz, para. 48.

- (315) Fuarların özellikle başlangıç safhasında fuar düzenleyicisi tarafından belli bir katılımcı ve ziyaretçi portföyü için ciddi pazarlama, tanıtım ve satış faaliyetleri gerektiren organizasyonlar olduğu açıktır. Bununla birlikte bir fuar alanının belli bir fuar konusu için her dönem aynı fuar düzenleyicisine kiralanması ve pazara yeni giriş yapmış ya da yapmak isteyen ya da pazarda mevcut diğer düzenleyici şirketlere alan kiralanmaması rekabetçi anlayışla bağdaşmadığı gibi, teşebbüslerin ticari kararlarına gereğinden fazla müdahale anlamına da gelebilecektir. Ayrıca böyle bir giriş engeli yaratılması durumunda etkinliğin azalması ve söz konusu fuarı düzenleyen şirketin diğer düzenleyici şirketlerin rekabetinden uzak kalması dolayısıyla rehavete kapılması sonucunda söz konusu fuarda gerekli yeniliklerin ve gelişmelerin ortaya çıkmaması da gündeme gelebilecektir. Kanımızca, bu nedenle, böyle bir güvencenin sağlanmasındansa konuya rekabet hukuku enstrümanlarıyla yaklaşılması daha yerinde olacaktır.
- (316) Yukarıda sözleşme yapmayı reddetmeye ilişkin değerlendirme fuar alanı işletmecisi ile fuar düzenleyicisi arasındaki ilişki bakımından ele alınmış olmakla birlikte, katılımcıların fuara katılım taleplerinin reddedilmesi durumunda izlenecek metodoloji de benzerdir. Bu durumda ilgili fuara katılımın ya da bu fuarda sağlanacak bir standın katılımcı bakımından vazgeçilmez olup olmadığı, katılımcı bakımından alternatiflerin olup olmadığı dikkate alınacaktır. Bununla birlikte katılımcının genelde fuar konusu sektörde faaliyet gösteren bir teşebbüs olduğu, fuara katılmadığı durumda da faaliyetlerini sürdüreceği ve fuarların bir ürünün tanıtımında kullanılabilecek yollardan yalnızca birisi olduğu göz önünde bulundurulduğunda, katılımcının fuara katılamaması nedeniyle pazardan dışlanması daha düşük bir ihtimal olduğundan bu durumun fuar alanı işletmecisi ile fuar düzenleyicisi arasındaki sözleşme yapmanın reddi uygulamalarına nazaran rekabete etkisinin daha sınırlı olduğu söylenebilecektir. Nitekim katılımcı taleplerinin reddi iddialarını ele alan Kurul kararlarında da benzer bir yaklaşım benimsenmiştir<sup>166</sup>.
- (317) Sonuç olarak, fuarcılık sektöründe uzun vadede tüm sektör oyuncuları ve ülke fuarcılığı bakımından fayda sağlayacak daha rekabetçi bir yapı tesis edilmesi ve rekabet ihlallerinden kaçınılması adına teşebbüslere,
- alan tahsis ve katılım talepleri değerlendirilirken anılan rekabet hukuku mevzuatının ve geçmiş tarihli Kurul kararlarının göz önünde bulundurulması,
  - haklı bir gerekçe söz konusu olmadıkça kapasite kısıtı nedeniyle talebin bütünüyle reddedilmesi yerine alan tahsis talepleri bakımından alternatif tarihler veya salonlar; katılım talepleri bakımından alternatif stant yerleri sunulması
- önerilmektedir. Fuarların sürekliliğini sağlamak adına getirilecek olası düzenlemelerin ise yapay giriş engelleri yaratacağı ve rekabeti kısıtlayıcı sonuçlar doğurabileceği değerlendirilmektedir.

---

<sup>166</sup>13-55/765-324 sayılı Rekabet Kurulu kararı. Katılımcıların fuarlara katılım taleplerinin reddedilmesinin konu edildiği 11-28/549-167 sayılı ve 09-22/456-114 sayılı Rekabet Kurulu kararlarında süreç içerisinde katılım taleplerinin kabul edilmesi nedeniyle ayrıntılı değerlendirmelere yer verilmemiştir.

### 5.2.6.2 Ayrımcılık Uygulamaları

- (318) İnceleme sürecinde edinilen bilgilerden ve geçmiş tarihli Kurul kararlarından<sup>167</sup> fuarcılık sektörü bağlamında ele alınması gereken dışlayıcı davranışlardan birinin de ayrımcılık olduğu anlaşılmıştır. İşlem taraflarına eş edimler için eşit olmayan kurallar uygulayarak onları rekabette dezavantajlı duruma sokma olarak tanımlanabilecek ayrımcılık 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinin b) bendinde "*Eşit durumdaki alıcılara aynı ve eşit hak, yükümlülük ve edimler için farklı şartlar ileri sürerek, doğrudan ve dolaylı olarak ayrımcılık yapılması*" hükmü ile hâkim durumun kötüye kullanılması halleri arasında sayılmaktadır. Maddenin lafzından da anlaşılacağı üzere ayrımcılığın rekabet hukukunda ihlal olarak nitelendirilebilmesi için ön şartlar ayrımcı davrandığı iddia edilen teşebbüsün hâkim durumda olması ve alıcıların eşit durumda olmasıdır.
- (319) Ayrımcı davranışlar yöneltildiği taraflara göre birincil seviye zarar doğuran ayrımcılık ve ikincil seviye zarar doğuran ayrımcılık olarak ikiye ayrılabilir. Birincil seviye zarar doğuran ayrımcılıkta, hâkim durumdaki teşebbüsün kendisinin veya bağlantılı olduğu teşebbüslerin faaliyet gösterdiği pazarlarda rakiplerin aleyhine olacak ayrımcı davranışları söz konusudur. İkincil seviye zarar doğuran ayrımcılıkta ise hâkim durumdaki teşebbüs kendisinin faaliyette bulunmadığı pazarlardaki müşterilerine yönelik olarak ayrımcı davranışlarda bulunmaktadır<sup>168</sup>.
- (320) 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi anlamındaki ayrımcılık eyleminin unsurları Kurul tarafından i) ayrımcı uygulamada bulunulan teşebbüslerin rakip olmaları, ii) eşit ticari işlemlere farklı fiyat uygulanması<sup>169</sup> ve iii) uygulamanın alıcı konumundaki rakiplerden birini diğerine karşı rekabette dezavantajlı hale getirmesi olarak belirlenmiştir<sup>170</sup>.
- (321) Ayrımcılığa neden olabilecek farklı uygulamalarda bulunulan tarafların ya da söz konusu işlemlerin eşitliği değerlendirilirken, farklı uygulamaya konu edilen mal ya da hizmetler arasında fiziksel ya da işlevsel benzerliklerin bulunması<sup>171</sup>, işlemlerin benzer ticari içerikte olması ve benzer ticari koşullarda gerçekleşmesi<sup>172</sup>, işlemlerin zamansal olarak birbirine yakın olması, satın alma miktarı ve pazarlık güçleri gibi unsurların incelendiği görülmektedir.
- (322) Farklı uygulamaların, bu uygulamalara maruz kalan teşebbüsler bakımından rekabetçi dezavantaj yaratıp yaratmadığının değerlendirilmesinde ise, uygulamayı gerçekleştiren hâkim durumdaki teşebbüsün vazgeçilmez bir ticari taraf olması<sup>173</sup>, bu teşebbüsün gerçekleştirdiği uygulama sonucu ortaya çıkan farklılığın önemli düzeyde olması<sup>174</sup> ve

<sup>167</sup> 07-74/896-333, 15-34/513-161 ve 17-02/17-8 sayılı Rekabet Kurulu kararları ve ayrıca Ankara 3. İdare Mahkemesinin Kurulun 13-62/861-368 sayılı kararını iptal eden 2014/334 E., 2015/155 K. sayılı kararı.

<sup>168</sup> 15-36/559-182 sayılı Rekabet Kurulu kararı.

<sup>169</sup> Fiyat dışında farklı koşullar uygulanması da ayrımcılık kapsamında değerlendirilebilmektedir.

<sup>170</sup> 15-36/559-182 sayılı Rekabet Kurulu kararı.

<sup>171</sup> Case 27/76 United Brands Company v Commission [1978] ECR 207, para. 204.

<sup>172</sup> 99-46/500-316 sayılı Rekabet Kurulu kararı.

<sup>173</sup> Case T-219/99 British Airways plc v Commission [2003] ECR II-5917, para. 217.

<sup>174</sup> Danıştay 10. Dairesinin 04.11.2003 tarihli ve 2001/355 E., 2003/4245 K. sayılı kararı.

uzun süre devam etmesi, farklı uygulamalara konu edilen mal ya da hizmetin alıcının maliyetleri içindeki payının büyük olması<sup>175</sup> gibi unsurlar aranmaktadır<sup>176</sup>.

- (323) Fuarcılık sektöründe karşılaşılabilecek ayrımcı uygulamalar, fuar alanı işletmecisi tarafından alan tahsis bedeli olarak düzenleyicilerden farklı fiyatlar talep edilmesi ya da fuar düzenleyici şirketler tarafından katılımcılardan fuara katılım ya da fuarda sunulacak stant ve yan hizmetler gibi unsurlar bakımından farklı fiyatlar talep edilmesi şeklinde gerçekleşebilmektedir. Bu noktada farklılığı ortaya çıkaran unsur genelde, katılımcının düzenleyicinin iş birliği yaptığı teşebbüs birliğine üye olup olmamasıdır.
- (324) Sözleşme yapmanın reddi davranışı kapsamında olduğu gibi, dikey bütünleşik şirketler tarafından uygulandığında ayrımcılık uygulamasının rekabet karşıtı etkileri artmaktadır. Şöyle ki, dikey bütünleşik fuar alanı işletmecileri kendisiyle aynı ekonomik bütünlük içinde yer alan düzenleyicilere daha uygun koşullar altında alan kiralarken, diğer fuar düzenleyici şirketlere aynı alanı daha yüksek fiyatlarla kiralayabilmektedir. Bu da diğer fuar düzenleyici şirketlerin maliyetlerini artırarak rekabetçi dezavantaj yaratabilmektedir.
- (325) Hâkim durumda olduğu tespit edilen bir teşebbüsün ayrımcı davranışlarının değerlendirilmesinde, yukarıda özetlenen metodoloji çerçevesinde, etki temelli bir yaklaşımla, söz konusu davranışın alt pazarda rekabetin bozulması sonucuna yol açıp açmadığı dikkate alınmalıdır. Bu bağlamda örneğin dikey bütünleşik durumda olan bir fuar alanı işletmecisinin kendi fuar düzenleyicisine daha uygun koşullar diğer düzenleyici şirketlere daha ağır koşullar ileri sürmesi ve bu durumun neticesinde diğer fuar düzenleyicisinin alt pazardan dışlanması, kendi fuar düzenleyicisinin pazar payının ise yükselmesi durumunun gözlendiği bir örnekte söz konusu ayrımcı davranış ihlal kapsamında değerlendirilebilecektir. Bununla birlikte söz konusu durum çoğunlukla sözleşme yapmanın reddi uygulamasında da görüldüğü üzere ayrımcılığa uğrayan teşebbüsün başka bir alternatifinin olmadığı durumlarda ortaya çıkmaktadır. Nitekim yukarıda özetlenen metodolojide de Komisyon kararlarından örnekle, uygulamayı gerçekleştiren hâkim durumdaki teşebbüsün vazgeçilmez bir ticari taraf olması ayrımcılığın ihlal olarak nitelendirilebilmesi için aranan unsurlar arasında sayılmıştır.
- (326) Öte yandan ayrımcılığa uğrayan teşebbüs pazar dışında kalmasa bile, ayrımcılık uygulayan teşebbüsün pazar payının arttığı, ayrımcılığa uğrayan teşebbüsün maliyetlerinin arttığı ve pazar payının düştüğü örnekler de ihlale gösterge teşkil edebilecektir. Nitekim alan maliyetleri fuardan fuara farklılaşmakla birlikte fuar düzenleyiciliği pazarında ortalama olarak yaklaşık %45 payla en önemli maliyet kalemi olup, bu maliyetlerdeki artış katılımcılara da yansıtılmak durumunda kalılabileceğinden fuar düzenleyicisinin pazardaki konumunu ve alt pazardaki rekabet seviyesini etkileyebilecektir. Maliyetleri artan teşebbüsün fiyatlarda artışa gitmek durumunda kalmasının yanı sıra, ayrımcılığa uğrayan teşebbüsün alt pazardan dışlanmasıyla rekabetçi baskıdan uzak kalan dikey bütünleşik teşebbüs de fuar düzenleyiciliği pazarında uyguladığı fiyatlarda artışa gidebilecektir. Bu bağlamda alan talepleri

<sup>175</sup> Soda-Ash/Solvay, OJ 1991, 152/21, para. 61; 05-36/453-106 sayılı Rekabet Kurulu kararı.

<sup>176</sup> 17-02/17-8 sayılı Rekabet Kurulu kararı.

noktasındaki bir ayrımcılığın etkileri alt pazardaki tüketicilere kadar uzanabilecek ve alt pazardaki rekabetin bozulması sonucunu doğurabilecektir.

(327) Bunun dışında, daha önce belirtildiği gibi, düzenleyiciler tarafından, düzenlenecek fuarla ilgili teşebbüs birliklerinden birine üye olmayan bir katılımcıdan, bu teşebbüs birliğine üye katılımcılara göre daha yüksek fiyat talep edilmesi sektörde teşebbüs birliklerinin etkisiyle ortaya çıkan ayrımcılığa konu bir başka sorun olarak ortaya çıkabilmektedir. Bununla birlikte bu durumda bir teşebbüs birliğine üye olan katılımcı bir firma ile olmayan bir katılımcı firmanın eşit durumdaki alıcılar olarak kabul edilip edilmeyeceği tartışmalı olup, fiyat düzeyindeki bu tür bir ayırımın rekabet hukuku bağlamında ayrımcılıktan ziyade iktisat literatüründeki farklı gruplara farklı fiyatlandırma yapılması kapsamında sömürücü bir uygulama olarak değerlendirilebilmesi de söz konusu olabilecektir. Öte yandan sözleşme yapmanın reddi davranışının incelendiği bölümde de belirtildiği üzere, katılımcılar genelde fuara katılmasa da fuar konusu sektörde faaliyetini sürdürebilen teşebbüsler olduğundan, katılımcı firmalara yönelik ayrımcı uygulamalar fuar düzenleyicilere yönelik ayrımcı uygulamalara göre de rekabet üzerinde daha sınırlı etki yaratmaktadır. Nitekim katılımcı düzeyinde ortaya çıkan ayrımcı uygulamalar bakımından, katılımcının faaliyet göstermekte olduğu pazara yönelik bir etki de gözlenmemekte ya da oluşan etki sınırlı kalmaktadır. Nitekim Rekabet Kurulu da katılımcılar arasında ayrımcılık iddiasını ele aldığı kararında<sup>177</sup> katılımcının fuara katılmasa da faaliyetlerini devam ettirebilmesi, fuar satışlarının katılımcının satışları içinde önemli bir yeri olmaması, katılımcının anılan fuara ilk defa katılıyor olması ve ayrıca fuar düzenleyicinin çalışma modelinde kredibilitesi ve bilinirliği yüksek, kalıcı ve önceden fuara katılım yapmış alıcılara öncelik tanınması, katılımcıya tam istediği yer olmamakla birlikte bir stant alanı önerilmiş olması ve davranışın katılımcıyı pazardan dışlamaya yönelik olmaması gibi unsurlardan hareketle karara konu davranışın dışlayıcı kötüye kullanma olarak nitelendirilemeyeceği sonucuna ulaşılmıştır.

(328) Sonuç olarak, fuarcılık sektöründe uzun vadede tüm sektör oyuncuları ve ülke fuarcılığı bakımından fayda sağlayacak daha rekabetçi bir yapı tesis edilmesi ve rekabet ihlallerinden kaçınılması adına teşebbüslere ve ilgili kurumlara sırasıyla,

- alan tahsis ve katılım talepleri değerlendirilirken talepte bulunan teşebbüslere uygulanacak fiyatın ve diğer koşulların anılan rekabet hukuku mevzuatı ve geçmiş tarihli Kurul kararları göz önünde bulundurularak belirlenmesi,
- dikey bütünleşik alan işletmecilerinin alan tahsis faaliyetlerini şeffaf bir biçimde gerçekleştirmelerinin, kendileriyle aynı ekonomik bütünlük içerisinde bulunan düzenleyiciler ile diğer düzenleyicilere verdikleri hizmetin kapsamının ve maliyetinin eşit olmasının sağlanması ve buna yönelik bir denetim mekanizması kurulması

önerilmektedir. Ayrıca maliki olduğu fuar alanlarını uzun süreli kiralama sözleşmeleriyle üçüncü taraflara devreden kamu kurum ve kuruluşları tarafından kira sözleşmesine söz konusu alanların fuar düzenleyicilerine ayrımcı olmayan koşullarla kiralanması yönünde

<sup>177</sup> 17-02/17-8 sayılı Rekabet Kurulu kararı.



getirilecek hükümler konulmasının da olası ayrımcı uygulamaların önüne geçebileceği düşünülmektedir.

### 5.2.7. Yan Hizmetlere İlişkin Yükümlülükler

- (329) Rapor'un 4.8. sıra numaralı bölümünde açıklandığı üzere, yan hizmetlere ilişkin olarak fuar alanı işletmecileri tarafından düzenleyicilere getirilen yükümlülükler sonucunda yan hizmetlerin ilgili olduğu pazarın diğer yan hizmet sağlayıcılarına kapatılması ve neticesinde, yan hizmetler bakımından rekabetçi fiyat düzeyinin üzerinde fiyatlar oluşması ve tüketici zararı ortaya çıkması muhtemel görülmektedir.
- (330) Konu rekabet hukuku uygulaması bağlamında ele alındığında, genellikle, yan hizmetlerin ana fuar hizmetlerine destek niteliğinde olduğu ve fuar alanı işletmecilerinin hijyen, güvenlik, kalite gibi gerekçelerle bir fuarın organizasyonu ile ilgili muhtelif unsurları bir araya getirerek fuar alanı kiralamasının sektörün yapısından kaynaklandığı kabul edilmektedir<sup>178</sup>. Bununla birlikte, iki ayrı hizmet olarak kabul edilebilecek hizmetlerin fuar alanı işletmecisinden ya da onun belirlediği bir başkasından satın alınması koşulunun getirildiği durumlarda rekabet hukuku uygulamasında "bağlama" olarak anılan davranıştan söz edilebilecektir.
- (331) Bağlama, sağlayıcının bir ürünün (bağlayan ürün) satışında farklı bir ürünün (bağlanan/bağlı ürün) kendisinden veya kendi belirlediği bir başkasından satın alınması koşulu getirmesidir<sup>179</sup>. Bir ürünün farklı bir ürün olup olmadığının değerlendirilmesinde öncelikle alıcıların talebi dikkate alınmaktadır. Bağlamanın olmadığı durumda alıcıların gözünde ürünler iki ayrı pazardan satın alınabilecek ise, söz konusu iki ürün ayrı birer ürün olarak kabul edilmektedir<sup>180</sup>. Fuarcılık sektöründeki sözleşmeler özelinde, alan işletmecisinin sunduğu ana hizmet bağlayan ürün, yan hizmetler ise bağlanan ürün olarak değerlendirilebilecektir.
- (332) Bağlama, çoğu durumda rekabeti kısıtlayıcı sonuçları olmayan yaygın, ticari bir uygulama olarak görülmektedir. Hem hâkim durumda olan hem de olmayan teşebbüsler müşterilerine daha iyi ürünler sunabilmek ya da daha az maliyetli tercihler önerebilmek amacıyla bağlama yapabilmektedir<sup>181</sup>. Bununla birlikte, bağlama davranışı özellikle bağlanan üründe pazarın rakiplere kapatılması riskini meydana getirerek rekabet karşıtı etkiler ortaya çıkarabilecektir. İkinci olarak, bağlama davranışı sonucunda pazarın kapatılması nedeniyle rekabetçi fiyat düzeyinin üzerinde fiyatlar oluşmasına neden olabilecektir. Bu etkilerin ortaya çıkması, sağlayıcının bağlayan ürün pazarında sahip olduğu pazar gücünün yüksek olması halinde daha muhtemel görülmektedir. Rekabet karşıtı bu etkilere yol açtığı hallerde bağlama, 4054 sayılı Kanun'un 4. veya 6. maddesi kapsamında bir ihlal olarak değerlendirilebilecektir. Her iki madde kapsamında yapılacak değerlendirmelerde de bağlama davranışını gerektiren nesnel gerekliliklerin varlığı ve

<sup>178</sup> 00-40/443-243 (yargı kararıyla iptal edilmiştir) ve 07-62/755-270 sayılı Rekabet Kurulu kararları.

<sup>179</sup> Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz, para. 208; Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışlarına İlişkin Kılavuz, para. 82.

<sup>180</sup> Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz, para. 209.

<sup>181</sup> Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışlarına İlişkin Kılavuz, para. 83.

davranış ile ortaya çıkması muhtemel etkinliklerin ayrıca göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

(333) Bu noktada üzerinde durulması gereken bir husus da, fuar alanı işletmecilerinin kendi sundukları ya da kendi belirledikleri bir başka teşebbüsten alınmasını zorunlu tuttıkları yan hizmetler için düzenleyicilere uygulanan fiyatların rekabetçi fiyatlardan yüksek olması durumunda rekabet hukuku bağlamında müdahale edilip edilemeyeceğidir. Teorik olarak “aşırı fiyatlama” halinde Kanun’un 6. maddesi kapsamında bir ihlalden bahsedilebilmektedir. Bununla birlikte, içtihadta rekabet hukuku çerçevesinde aşırı fiyata ancak tekel ya da tekele yakın hâkim durumun varlığı halinde müdahale edilebileceği kabul edilmektedir. Dolayısıyla, yan hizmetlerin sunumunda aşırı fiyat uygulandığı iddialarını içeren olası dosyalar bakımından hizmet sunan teşebbüsün ilgili pazardaki konumunun belirleyici olacağı söylenebilecektir<sup>182</sup>.

(334) Yukarıda yer verilen açıklamalar ışığında fuar alanı işletmecisi teşebbüslere,

- olası rekabet ihlallerinden kaçınmak için, davranışı ortaya çıkaran açık objektif gereklilikler bulunmadığı ve tüketicilere yansıyan etkinlik kazanımları beklenmediği hallerde alıcıların gözünde farklı olarak algılanan ürünlere yönelik bağlama davranışlarından kaçınılması,
- bunun yerine bu davranışla ulaşılmak istenen hedeflere ulaşabilmek adına yan hizmet sağlayıcısı teşebbüslere yönelik olarak objektif kriterlere dayalı bir onay ya da akreditasyon mekanizması kurulması,
- bağlama davranışını zorunlu kılan objektif gerekliliklerin varlığı halinde ise 4054 sayılı Kanun’da ve ilgili ikincil düzenlemelerdeki ilgili hükümlerin göz önünde bulundurulması

önerilmektedir.

### 5.2.8. Yoğunlaşmalar

(335) Rapor’un 4.7. sıra numaralı bölümünde açıklandığı üzere, kamuya ait fuar alanlarının işletme hakkının uzun süreli kiralama sözleşmeleriyle özel teşebbüslere verilmesi şeklinde gerçekleşen yoğunlaşmalar, özellikle kiracı teşebbüslerin dikey bütünleşik yapısından kaynaklanan olası rekabet karşıtı etkileri nedeniyle fuarcılık sektörü bakımından rekabetçi açıdan değerlendirilmesinde yarar görülen alanlardan biri olarak ortaya çıkmıştır.

(336) Rapor’un 5.2.5. numaralı “Dikey Bütünleşme” başlığı altında açıklandığı üzere, ülkemizde dikey bütünleşme genel olarak yoğunlaşmalar vasıtasıyla gerçekleştirilmektedir. Rekabet hukuku bağlamında yoğunlaşma kavramı, iki veya daha fazla teşebbüsün birleşmesi ya da bir veya daha fazla teşebbüsün tamamının ya da bir kısmının doğrudan veya dolaylı kontrolünün, hisse ya da mal varlığının satın alınmasıyla, sözleşmeyle veya diğer bir yolla bir ya da daha fazla teşebbüs veya hâlihazırda en az bir

<sup>182</sup> 14-07/135-62 sayılı Rekabet Kurulu kararı.

teşebbüsü kontrol eden bir ya da daha fazla kişi tarafından devralınması olarak tanımlanmaktadır.

- (337) 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesinde teşebbüslerin hâkim durum yaratmaya ya da hâkim durumlarını daha da güçlendirmeye yönelik olarak ülkenin bütününde yahut bir kısmında herhangi bir mal veya hizmet piyasasındaki rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğuracak şekilde yoğunlaşma işlemleri gerçekleştirilmeleri yasaklanmıştır. Anılan madde kapsamında ayrıca hangi tür yoğunlaşma işlemlerinin hukuki geçerlilik kazanabilmesi için Kuruldan izin alınması gerektiğinin çıkarılacak tebliğlerle belirleneceği düzenlenmiştir. Bu çerçevede, rekabet hukukunda yoğunlaşma işlemlerinin gerçekleştirilmelerinden önce (*ex-ante*) kontrol edilmesi esasının benimsendiği söylenebilecektir.
- (338) Kanun'un 7. maddesindeki düzenlemeye istinaden Kurul tarafından 2010/4 sayılı Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ yayımlanmıştır. Bu Tebliğ ile Kanun'un ilgili maddesindeki anlamıyla birleşme ya da devralma niteliğinde olan işlemler, Tebliğ'in 7. maddesi ile belirlenen ciro eşiklerinin aşılması halinde Rekabet Kurulunun iznine tabi kılınmıştır<sup>183</sup>.
- (339) Benzer şekilde, özelleştirme niteliğindeki kamu sektöründen özel sektöre devir işlemlerinin *ex-ante* incelenmesini sağlamak üzere, 2013/2 sayılı Özelleştirme Yoluyla Devralmaların Hukuki Geçerlilik Kazanabilmeleri İçin Rekabet Kurumuna Yapılacak Ön Bildirimlerde ve İzin Başvurularında Takip Edilecek Usul ve Esaslar Hakkında Tebliğ (Özelleştirme Tebliği) yayımlanmıştır. Bu Tebliğ'e göre de Tebliğ'in 3. maddesinde belirlenen ciro eşiklerinin geçilmesi halinde özelleştirme işlemleri ön bildirim tabi olmaktadır<sup>184</sup>. Ön bildirim esasının benimsendiği söz konusu sistemde gerçekleştirilmesi planlanan devralma işlemleri, işlem taraflarının cirolarının Tebliğ'de kabul edilen ciro eşiklerinin üzerinde kalmaları halinde Rekabet Kurulunun onayına sunulmaktadır.
- (340) Fuarçılık sektöründe gerçekleştirilen uzun dönemli kiralama sözleşmelerinin anılan rekabet hukuku mevzuatı karşısındaki konumunu ve rekabet karşıtı sakıncalar ortaya çıkarması muhtemel bu işlemlere rekabet hukuku araçlarıyla müdahale etme imkânı olup

<sup>183</sup> 2010/4 sayılı Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ'in 7. maddesi "Bu Tebliğ'in 5 inci maddesinde belirtilen bir birleşme veya devralma işleminde;

a) İşlem taraflarının Türkiye ciroları toplamının yüz milyon TL'yi ve işlem taraflarından en az ikisinin Türkiye cirolarının ayrı ayrı otuz milyon TL'yi veya

b) Devralma işlemlerinde devre konu varlık ya da faaliyetin, birleşme işlemlerinde ise işlem taraflarından en az birinin Türkiye cirosunun otuz milyon TL'yi ve diğer işlem taraflarından en az birinin dünya cirosunun beş yüz milyon TL'yi

aşması halinde söz konusu işlemin hukuki geçerlilik kazanabilmesi için Kuruldan izin alınması zorunludur." hükmünü amirdir.

<sup>184</sup> Özelleştirme Tebliği'nin 3. maddesi "Bu Tebliğ kapsamındaki özelleştirme yolu ile devralma işlemlerinde; özelleştirilecek teşebbüs ya da mal veya hizmet üretimine yönelik biriminin cirosunun 30 milyon Türk Lirasını aşması halinde, ihale şartlarının kamuoyuna duyurulmasından önce, Rekabet Kurumuna ön bildirimde bulunularak, rekabetçi bir yaklaşım ile özelleştirme sonucu pazarda ortaya çıkacak sonuçlara ilişkin genel ve 4054 sayılı Kanununun 7 nci maddesi kapsamında ortaya çıkabilecek mahsurlara ilişkin spesifik unsurlara ilişkin değerlendirmeleri içerecek ve bu konularda ihale şartnamesinin hazırlığına esas olacak Rekabet Kurulu görüşünün alınması zorunludur..." şeklindedir.

olmadığını belirlemek adına öncelikle bu uzun dönemli kira sözleşmelerinin bir devir işlemi olarak ele alınıp alınamayacağını değerlendirilmesi gerekmektedir.

(341) 17-11/132-60 sayılı Kurul kararında “Birleşme ve Devralma Sayılan Haller ile Kontrol Kavramı Hakkında Kılavuz”da<sup>185</sup> yer alan açıklamalara atıfla, kiralama sözleşmelerinin Kanun’un 7. maddesi çerçevesinde değerlendirilebilmesi için; i) işletilmeye müsait bir kullanma hakkının alıcıya devrini içermesi, ii) alıcı tarafından elde edilen hakkın hisseler veya varlıkların devralınması halinde benzer bir kontrole yol açması, iii) uzun süreli olması ve iv) kiraya verenin sözleşmeyi erken sonlandırma imkânı olmaması şartlarının sağlanması gerektiği belirtilmiştir. Aynı Kurul kararında, karara konu olan uzun dönemli kira sözleşmeleri ile kiracının fuar alanları üzerinde belirleyici etki uygulayabilme olanağına kavuştuğu, taraflar arasındaki sözleşmelerin süresi de göz önüne alınarak ilgili sözleşmeler yoluyla fuar merkezlerinin kontrolünde sözleşme süresi boyunca kalıcı değişiklik meydana geldiği ve söz konusu kira sözleşmelerinin birer devralma işlemi olarak nitelendirilebileceği sonucuna varılmıştır. Bu çerçevede, her bir sözleşme kendi özel hükümleri çerçevesinde değerlendirilecek olmakla birlikte, sektör incelemesi sürecinde değerlendirilen tüm alan kiralama sözleşmelerinin benzer hükümler taşıdığından hareketle bu sözleşmelerin rekabet hukuku bağlamında bir devralma işlemi olarak kabul edilebileceği düşünülmektedir.

(342) Bu noktada, çoğunluğu kamu mülkiyetinde bulunan fuar alanlarının işletme hakkının devralma niteliğindeki uzun dönemli sözleşmelerle özel sektör oyuncularına devredilmesinin Özelleştirme Tebliği kapsamında bir özelleştirme işlemi olup olmadığı hususu gündeme gelmektedir. Zira, anılan Tebliğ’in amacı “... Kanun’un 7 nci maddesi ve 27 nci maddesinin birinci fıkrasının (f) bendi uyarınca, Özelleştirme İdaresi Başkanlığı veya diğer kamu kurum veya kuruluşlarınca gerçekleştirilecek devirlerin hukuki geçerlilik kazanabilmeleri için Rekabet Kurumuna yapılacak ön bildirimlerde ve izin başvurularında takip edilecek usul ve esasları belirlemektir.” şeklindedir. Bu yönüyle sözü edilen işlemlerin, piyasalarda özelleştirme yoluyla gerçekleşen yoğunlaşmaların kontrol edilebilmesi bağlamında Özelleştirme Tebliği ile amaçlanan sistem içerisinde bulunduğu değerlendirilmektedir. Nitekim mezkûr Tebliğ’in 2. maddesinde,

*“Aşağıda sayılan haller hariç olmak üzere, bir teşebbüsün ortaklık paylarının ya da diğer hak ve araçların tümünün veya bir kısmının teşebbüsün üzerindeki kontrolü değiştirecek ya da karar organlarını etkileyecek şekilde yahut mal veya hizmet üretimine yönelik birimlerin özelleştirme yolu ile her türlü devri bu Tebliğ hükümlerine tabidir.”*

hükmü yer almaktadır. Bu kapsamda, Tebliğ’in amacıyla birlikte değerlendirildiğinde “özelleştirme yolu ile devir” ifadesinin Özelleştirme İdaresi Başkanlığının yanı sıra diğer kamu kurum veya kuruluşlarınca gerçekleştirilecek devirleri de kapsadığı değerlendirilmektedir. Nitekim rekabet hukuku çerçevesinde özelleştirme ifadesinin teknik anlamda özelleştirme tanımlarına göre daha geniş bir çerçeveyi ifade ettiği geçmiş Kurul kararlarından da çıkarılabilecektir.

<sup>185</sup> Birleşme ve Devralma Sayılan Haller ile Kontrol Kavramı Hakkında Kılavuz, para. 13.

- (343) Bu çerçevede, fuarcılık sektöründe uzun dönemli bir kiralama sözleşmesine istinaden gerçekleştirilen fuar alanı devir işlemlerinin anılan Tebliğlerden hangisi kapsamında ele alınacağına ilişkin işlemin özellikleri ve işlem taraflarının hukuki konumları çerçevesinde belirlenmesinin uygun olacağı değerlendirilmektedir.
- (344) Bununla birlikte, aşağıda açıklanacağı üzere, hangi tebliğ kapsamında ele alınırsa alınsın işlemlerin rekabet hukuku bağlamında izne tabi olması bakımından çeşitli sorunlar ortaya çıkmaktadır. Bu sorunlar büyük ölçüde, fuarcılık sektöründe devre konu alanların çoğunlukla devir işlemini takiben ilk kez faaliyete geçecek ticari birimler olmasından kaynaklanmaktadır. Zira ilgili mevzuat, devralma işlemlerinin ve özelleştirme işlemlerinin Rekabet Kurulunun iznine tabi olması için devralan ve devre konu unsurların belirli ciro eşiklerini aşmasını aramakta, ancak ilk defa işletilecek olan devre konu fuar alanlarının herhangi bir cirosu bulunmamaktadır. Ayrıca, sektörde yaygın olarak söz konusu olduğu üzere kiralama yoluyla devre konu olan fuar merkezlerinin kiralama süresi sonunda yine aynı işleticiye kiralanması halinde, bu kez devre konu birimin cirosu olmakla birlikte işlem kontrolde değişikliğe yol açmayacağından rekabet hukuku kapsamında incelenememektedir.
- (345) Bu çerçevede, mevcut mevzuat dâhilinde sektörde rekabeti kısıtlama olasılığı doğuran söz konusu yoğunlaşma işlemlerine rekabet hukuku bağlamında müdahale edilemeyeceği söylenebilecektir. Birleşme ve devralma işlemleri ile özelleştirme işlemleri bağlamında söz konusu olan bu boşlukların sadece fuarcılık sektörü bakımından değil, diğer sektörler bakımından da piyasanın rekabetçi yapısını bozan sonuçlara yol açabileceği değerlendirilmektedir. Bu çerçevede, yoğunlaşmaların kontrolüne ilişkin kuralların bahse konu durumdan kaynaklanan rekabet karşıtı etkiler ile olası bir değişikliğin yaratacağı maliyet ve bu değişiklikten umulan fayda dikkate alınarak değerlendirilmesinin uygulamaya olumlu yansıtacağı düşünülmektedir.

### **5.3. Fuarcılık Sektöründeki Diğer Sorunlar ve Çözüm Önerileri**

- (346) Sektör incelemesi sürecinde paydaşlar tarafından sorun olarak dile getirilen ancak doğrudan rekabet hukuku perspektifinden ele alınması mümkün olmayan çeşitli hususlar bulunmaktadır. Bunlardan bir kısmı sektörün yapısından ve sektöre ilişkin düzenlemelerden, bir kısmı ise sektör üzerinde söz sahibi olan kurumların davranışlarından kaynaklanmaktadır. Bu sorunların ortadan kaldırılmasının sektörün rekabetçi sorunlarının azaltılmasına ve rekabet hukuku uygulamalarının daha sağlıklı yürütülmesine katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

#### **5.3.1. Fuar Alanlarının Yetersizliği**

- (347) Rapor'un 4.5. sıra numaralı bölümünde açıklandığı üzere, fuar alanlarına ilişkin niceliksel ve niteliksel yetersizlikler Türkiye'nin fuarcılık alanındaki uluslararası rekabet edebilirliğini olumsuz yönde etkilemekte, ayrıca sektörde rekabetçi birtakım sorunların doğmasına zemin hazırlamaktadır.
- (348) Fuar alanlarının yetersizliği elbette ki rekabet hukuku bağlamında müdahalesi mümkün olmayan bir sorundur ve ancak doğurduğu sonuçlar itibarıyla rekabet hukuku uygulamalarında göz önünde bulundurulması gereken bir unsurdur. Bununla birlikte, fuar

alanlarının yetersizliği sorununun giderilmesinin Türkiye'nin uluslararası rekabet edebilirliğine katkı sağlamasının yanı sıra sektörün rekabetçi yapısının gelişmesine fayda sağlayacağı açıktır.

(349) Bu bağlamda ilgili kurumlara,

- öncelikli olarak fuar alanlarının yetersizliği sorununun daha büyük boyutta yaşandığı illerde mevcut fuar alanlarının yükünün hafifletilmesi ve uygun olduğu ölçüde diğer illerin fuarların yarattığı yerel kalkınma imkânlarından faydalandırılması adına bu illerde düzenlenmesi talep edilen fuarların başka illere kaydırılmasını teşvik eden politikalar geliştirilmesi,
- sektörün ihtiyaçlarının belirlenerek, bu ihtiyaçlar doğrultusunda mevcut fuar alanlarının genişletilmesi ve yenilenmesi ile yeni fuar alanlarının inşa edilmesi yönünde girişimlerde bulunulması,
- ancak bu fuar merkezlerinin atıl kalmaması, kaynakların boşa harcanmaması ve yapılan yatırımlardan gerekli verimin alınabilmesi açısından fuar merkezi yatırımlarına merkezi idarenin ilgili birimlerinin ve yerel idarelerin o bölgede hakkında fuar yapılması öngörülen sektörlerin kapasitesini, ihtiyaç duyulan fuar alanının büyüklüğünü ve niteliklerini, bölgedeki diğer fuar merkezlerinin varlığını ve kapasite kullanım durumunu, bölgenin lojistik olanaklarını, bölgenin altyapı, ulaşım, konaklama, yeme-içme imkânlarının mevcut durumunu ve bunların geliştirilme olanaklarını göz önünde bulundurarak birlikte karar vermesi

önerilmektedir.

### 5.3.2. Fuarlar Komitesinin ve Fuarcılık Sektör Meclisinin Yapısı

- (350) Rapor'un 4.9. sıra numaralı bölümünde görevleri itibarıyla fuar düzenleyicisi şirketlerin faaliyetleri üzerinde doğrudan ya da dolaylı belirleyici olan Fuarlar Komitesinin ve Fuarcılık Sektör Meclisinin üyeleri arasında düzenleyici şirketlerin temsilcilerinin bulunmasının rekabetçi açıdan riskler barındırdığı değerlendirilmiştir.
- (351) Fuarlar Komitesi özelinde ele alındığında, TOBB'un yurt içinde fuar düzenlenmesine ilişkin görevlerini ve sorumluluklarını yerine getirmek üzere kurulmuş icraî nitelikteki bu organda sektörde ticari faaliyeti bulunan herhangi bir teşebbüsün temsilcisinin bulunmasının bu temsilciyi rakiplerinin faaliyetlerine ilişkin söz sahibi konumuna getirmesi nedeniyle rekabetçi açıdan uygun olmadığı düşünölmektedir. Bu çerçevede, ortaya çıkan rekabetçi kaygıların giderilmesi adına Fuarlar Komitesi üyelerinin TOBB da dâhil olmak üzere ilgili kamu kurum ve kuruluşlarının temsilcilerinden oluşmasını sağlayacak adımlar atılması önerilmektedir.
- (352) Fuarcılık Sektör Meclisi bakımından ise, istişari niteliği ve görevleri göz önünde bulundurularak Meclis'te fuar düzenleyicilerin temsilcilerinin yer alması yerinde görölmektedir. Bununla birlikte, istişari niteliği çerçevesinde bu organın da sektöre ilişkin kararlarda dolaylı olarak belirleyici etkisi olabileceği değerlendirildiğinden Meclis'te sektörün daha geniş bir kısmının temsilinin sağlanmasının rekabetçi bakımdan ve sektörün diğer alanlardaki gelişimi bakımından yarar getireceği düşünölmektedir. Bu

çerçevede, Fuarçılık Sektör Meclisi üyelerinin fuar düzenleyicisi tüzel kişilikler esas alınarak değil, rekabet hukuku bağlamında ekonomik bütünlük kavramı temelinde belirlenmesi önerilmektedir. Zira bu sayede aynı ekonomik bütünlük içerisinde birden çok fuar düzenleyicisi şirketin faaliyet gösterdiği teşebbüslerin Meclis'te çok sayıda üye ile temsil edilmesinden kaynaklanan adaletsizlik ortadan kaldırılmış ve daha çok sayıda teşebbüse söz hakkı tanınmış olacaktır. Bu noktada Meclis üye tam sayısının çoğunluğuyla seçilmekte olan Meclis Başkanı'nın ve Başkan Yardımcısı'nın iki yıllık görev dönemlerinin ardından tekrar seçilebilmelerine olanak veren Türkiye Sektör Meclislerinin Kuruluş, Görev ve Çalışma Yönetmeliği'nin 7. maddesinin de bu bakış açısıyla yeniden seçilme olanağının sağladığı faydalar ve ortaya çıkardığı sakıncalar bağlamında ele alınmasında fayda görülmektedir.

### 5.3.3. Sektörel Desteklerin ve Teşviklerin Tasarımı

- (353) Fuarlara verilen desteklerin bir ülkenin firmalarının ve ürünlerinin yurt dışı piyasalarda fiyat, kalite ve markalaşma açısından ön planda olması için gösterilen çaba içerisinde önemli bir yere sahip olduğu kabul edilmektedir<sup>186</sup>. Bununla birlikte işbu sektör incelemesi çerçevesinde rekabetçi perspektiften bir değerlendirme yapılmasında fayda görülmektedir.
- (354) Fuar sektörüne yönelik desteklerin ve teşviklerin ülke ihracatına, sanayisine, tanıtımına yönelik bir kamu politikası olarak ele alınmasının önem taşıdığı açıktır. Bu yolla uluslararası çaptaki rekabetin başarı adına belirleyici olduğu fuarlar için devlet destekli bir avantaj sağlanmış olacaktır. Fakat rekabet hukuku literatüründe devlet desteklerinin belirli teşebbüslere avantaj sağlayan ve pazarda rekabetin bozulmasına yol açan, bir mali ya da aynı destek çeşidi olarak görülebildiği unutulmamalıdır<sup>187</sup>. Bu kapsamda destekten yararlanan teşebbüslere sağlanacak avantajın sektör içerisindeki diğer rakiplerin dışlanması sonucunu doğurmaması gerekmektedir. Bu nedenle mevzuat içerisinde yer alacak şartların sektör oyuncularının çok büyük bir bölümünü desteklerden ve teşviklerden mahrum bırakacak bir şekilde yapılandırılmasındansa, desteğe konu olan fuarın büyüklüğünü esas alan derecelendirilmiş bir sistem içerisinde tasarlanmasının rekabetçi açıdan daha uygun olduğu düşünülmektedir. Bu şekilde hem istikrarlı bir şekilde büyüyen katma değer sağlayan fuarlar yeteri derecede desteklenecek hem de piyasaya yeni girecek oyuncuların desteklerden tamamen mahrum bırakılması neticesinde rekabetçi açıdan piyasayı kapatacık bir dezavantaj yaratılmamış olacaktır.
- (355) Ayrıca kurulacak yeknesak bir yapı ve mevzuat yardımıyla belirli fuarların, sektörlerin ve şehirlerin özel olarak desteklenmesi söz konusu olabilecektir. Keza yerel çaptaki fuarlara verilecek desteklerle yerel kalkınmanın sağlanmasına yönelik bir anlayış da geliştirilebilecektir. Fakat bu tip destekler için de objektif kriterlerin belirlenmesiyle hukuki

<sup>186</sup> SARIÇAY, Ş. (2010) "Küçük ve Orta Boy İşletmelere Yönelik Fuar Teşvikleri ve Fuarların Türkiye Ekonomisine Katkısı" Dokuz Eylül Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi (<http://acikerisim.deu.edu.tr/xmlui/handle/12345/10917>, Erişim Tarihi: 25.05.2018)

<sup>187</sup> GÜNGÖRDÜ, A. (2006), "AB'de Devlet Yardımlarının Kontrolü: De Minimis Kuralının Uygulanması ve KOBİ Grup Muafiyet Tüzüğü'nün Değerlendirilmesi", Rekabet Dergisi, Sayı 27.

öngörülebilirliğin sağlanması ve piyasada rekabeti bozucu etkilerin görülmesini engelleyecek önemlerin alınması esastır.

- (356) Yukarıda yer verilen açıklamalar ışığında,
- devlet desteklerinin ve teşviklerinin piyasaya yeni girecek teşebbüsler adına rekabetin sınırlanması sonucunu doğurmayacak şekilde yapılandırılmasının,
  - destek ve teşvik sistemlerinin objektif, öngörülebilir ve derecelendirilmiş bir yapıda tasarlanmasının
- rekabetçi açıdan fayda sağlayacağı değerlendirilmektedir.

#### **5.3.4. Sektörel Düzenlemelerin ve Denetimlerin Yetersizliği**

- (357) Rapor'un 4.11. numaralı bölümünde yer verildiği üzere, fuarcılık sektöründe dolaylı olarak sektörün rekabetçi yapısını olumsuz etkileyen bazı düzenleme ve denetim eksiklikleri bulunmaktadır. Bu eksikliklerin giderilmesi, fuar alanı işletmeciliği ve fuar düzenleyiciliği faaliyetleri bakımından daha etkin işleyen bir yapının kurulmasına, sektördeki rekabetçi sorunların azaltılmasına ve rekabet hukuku uygulamalarının daha sağlıklı yürütülmesine de katkı sağlayacaktır.
- (358) Ancak, düzenlemelerin gözden geçirilmesi, mevcut denetim mekanizmasının etkinleştirilmesi ve ihtiyaç duyulan alanlar bakımından bir denetim mekanizmasının oluşturulması noktasında rekabetçi bir bakış açısının benimsenmesinin orta-uzun vadede sektörde rekabetin sağlanmasına katkıda bulunacağı değerlendirilmektedir. Bu çerçevede, ilgili kurumlara, yapılacak düzenlemelerden elde edilmek istenen faydalara etkin olarak ulaşılabilmesini ve aynı zamanda gelecekteki uygulamaların sağlıklı bir şekilde yürütülmesini teminen Rapor kapsamında açıklanan temel rekabet hukuku ilkelerinin göz önünde bulundurulması ve ihtiyaç duyulan noktalarda Rekabet Kurumunun görüşlerine başvurulması önerilmektedir.
- (359) Bu noktada sektörün düzenlenmesinden ve denetiminden sorumlu olacak kurumun yapısının da önem taşıdığı ve fuarcılık politikası kapsamında bütüncül bir perspektifle ele alınması gerektiği düşünülmektedir. Mevcut durumda Usul ve Esaslar'ın kapsamı ve bu çerçevede TOBB'un görevleri düşünüldüğünde TOBB'un faaliyetlerinin ve sorumluluklarının sektörün genelini kapsayacak ve niteliksel hususlara odaklanacak şekilde olmadığı ifade edilebilecektir. Fuarcılık sektörünün, doğrudan ya da dolaylı olarak ticaret, ekonomi, turizm, ulaştırma ve şehircilik gibi pek çok alanla karşılıklı etkileşim halinde olduğu göz önünde bulundurulduğunda, bütüncül bir fuarcılık politikasının belirlenmesi ve uygulanması için tüm bu alanlara ilişkin hususlarda kararlar verilmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır. Bu çerçevede, sektörden sorumlu olacak otoritenin, TOBB da dahil olmak üzere, sayılan bu alanlarda görev ve yetki sahibi olan kurumların temsil edileceği yapıya sahip bir kamu otoritesi olarak teşkil edilmesinin ülke fuarcılığının gelişmesi bakımından fayda sağlayacağı değerlendirilmektedir. Üstelik böyle bir yapılanma Rapor'un 4.9. ve 5.3.2. numaralı bölümlerinde değinilen ve TOBB'un ilgili organlarının mevcut yapısından kaynaklanan rekabetçi endişeleri de giderecektir.



### 5.3.5. Kamuya Açık Sektörel Bilgilerin Yetersiz ve Sağlıksız Olması

(360) Kamuya açıklanan sektörel bilgilere ilişkin olarak Rapor'un 4.12. numaralı bölümünde açıklanan eksiklikler, bu bilgileri esas alarak davranışlarına yön vermek isteyen sektör oyuncularının, Türkiye'deki fuarcılık sektörü hakkında bilgi edinmek üzere bu kaynakları esas alan yabancıların ve çalışmalarını bu kaynaklar üzerine bina eden yerli ve yabancı kurum ve kuruluşlar ile akademisyenlerin piyasayı yanlış değerlendirmesine yol açabilecektir. Oysa ideal koşullarda sektörün düzenlenmesinden ve denetiminden öncelikli olarak sorumlu bulunan ve kamu kurumu niteliğinde bir meslek üst kuruluşu olan TOBB tarafından yayımlanan bilgilerin tüm sektör oyuncuları ve diğer ilgililer bakımından güvenilir yegâne kaynak olarak görülmesi beklenmektedir. Bu kaynakların erişilebilirliğinin ve sağlığının tesis edilmesinin, öncelikle, piyasadaki şeffaflığı artırmak suretiyle rekabete olumlu etkileri olacağı değerlendirilmektedir. İkincil olarak ise, gerek yerli ve yabancı kurum ve kuruluşlar gerekse de akademi tarafından sektöre yönelik olarak yapılan çalışmalara kaynaklık edecek doğru ve güncel bilgilerin, bu çalışmalar vesilesiyle sektörün gelişimine, bu gelişimin izlenebilmesine ve Türkiye'nin uluslararası arenadaki yerinin belirlenmesine katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

(361) Bu kapsamda;

- fuar merkezleri listesinin, Usul ve Esaslar'da da öngörüldüğü üzere, bu merkezlerin temel özelliklerini ve işletmecilerini de belirtecek şekilde yayımlanması ve paydaşlardan gelecek düzenli bildirimleri takiben güncellenmesinin,
- yatırımı devam eden fuar merkezlerine ilişkin bilgilerin de TOBB bünyesinde toplanarak kamuoyuna duyurulmasının,
- fuar düzenleme yetki belgesine sahip şirketlere ilişkin listenin ve bu şirketlerin iletişim bilgilerinin güncellenmesini sağlayacak bir mekanizma kurulmasının,
- fuar sonuç raporları kapsamında teşebbüslerden elde edilen bilgilerin doğruluğu ve tamlığı kontrol edilerek fuar istatistiklerine yansıtılmasının ve bu istatistiklerin teşebbüslerin ticari sırlarına riayet etmek suretiyle mümkün olan en geniş kapsamda kamuoyu ile paylaşılmasının

sektör açısından yukarıda belirtilen manada bir fayda sağlayacağı değerlendirilmektedir.

(362) Tabiidir ki, ilgili kurumlar tarafından uygun bulunması halinde bu önerilerin gerçekleştirilmesi ancak, TOBB'un sektöre ilişkin sağlıklı ve güncel bilgi edinebilmesiyle mümkün olacaktır. Bu çerçevede, gerekli düzenlemelerin ve denetim sistemlerinin hayata geçirilerek sektör oyuncularından TOBB'a doğru ve zamanında bilgi akışını sağlayacak mekanizmaların kurulmasında yarar görülmektedir.

### 5.3.6. Türkiye'nin Uluslararası Rekabet Edebilirliğinin Yetersiz Olması

(363) Her ne kadar sektör paydaşları tarafından ayrıca vurgulanması nedeniyle işbu Rapor kapsamında ayrı bir başlık altında incelenmişse de, inceleme sürecinde edinilen bilgilerden uluslararası rekabet edebilirlik konusunun Rapor kapsamında incelenen diğer sorun alanlarından bağımsız değerlendirilemeyeceği sonucuna varılmıştır. Zira Türk fuarcılık sektörünün rekabetçi yapısına doğrudan ya da dolaylı şekilde etkide bulunan

tüm unsurlar nihayetinde ülke fuarcılığını ve ülkenin uluslararası rekabet edebilirliğini etkilemektedir.

- (364) Fuarların sahip oldukları işlevler çerçevesinde ilgili oldukları sektörlerle, yerel kalkınmaya ve ülke ekonomisine katkıları göz önünde bulundurulduğunda, fuarcılık sektörünün özellikle ihracat potansiyeli yüksek olan bir ülke bakımından oldukça önemli bir sektör olduğu söylenebilecektir. Bu nedenle, fuarcılık sektörünün ticaret, ekonomi, turizm, ulaştırma ve şehircilik ile ilişkileri bağlamında ve bütüncül bir politika çerçevesinde ele alınması ve geliştirilmesi önemli görülmektedir.
- (365) Sektör incelemesi çerçevesinde, sektör paydaşlarınca uluslararası rekabet edebilirliği geliştirmek kaygısının rekabeti kısıtlayıcı pek çok davranışın gerekçesi haline getirildiği görülmüştür. Bununla birlikte, uluslararası rekabet edebilirliği geliştirmenin yegâne yolunun bir bütün olarak ülke fuarcılığını iyileştirmekten geçtiği değerlendirilmektedir. Bu iyileşme de ancak girişim özgürlüğünü esas alan ve fuarların kalitesinin artırılmasına odaklanan rekabetçi bir piyasa yapısının tesisiyle mümkün olacaktır. Zira, aksi takdirde kısa vadede piyasada faaliyet gösteren bazı teşebbüsler serbest rekabeti kısıtlayan bazı unsurların etkisiyle başarılı olacak, ancak orta-uzun vadede bu durum yapay şekilde yaratılan pazar gücü sonucunda pazarın kapanmasına ve tüketici refahının azalmasına neden olacaktır.
- (366) Bu çerçevede, sektörün uluslararası rekabet edebilirliğini artırmayı da hedefleyen bir fuarcılık politikasının geliştirilmesinde öncelikle rekabetçi yapıyı tesis etmeye yönelik olarak gerekli yatırımların yapılmasının teşvik edilmesi, kalite başta olmak üzere diğer kaygıların giderilmesinin yanı sıra sektörel istatistikî bilgi eksikliğini giderilmesine de hizmet edecek gerekli düzenlemelerin hayata geçirilmesi ve denetim mekanizmalarının kurulması, teşebbüsler arasındaki rekabeti bozmayacak nitelikte bir fuar destek sisteminin oluşturulması önerilmektedir.

#### 5.4. Bölüm Değerlendirmesi

- (367) Rapor'un beşinci bölümü kapsamında fuarcılık sektöründe rekabet karşıtı etkilere yol açması muhtemel sorunlara rekabet hukuku uygulamasıyla müdahale imkânları ele alınmış ve uygun olduğu ölçüde diğer çözüm önerileri sunulmuştur. Ancak bu değerlendirmelerden önce, sözü edilen sorunlara rekabet hukuku araçlarıyla müdahale imkânları bakımından belirleyici olan ilgili pazarın tanımlanmasına ilişkin açıklamalarda bulunulmuştur.
- (368) Rekabet hukuku uygulamalarının temelini büyük ölçüde ilgili pazarın tanımlanması oluşturmaktadır. Zira ilgili pazarın ürün pazarı ve coğrafi pazar boyutlarıyla doğru tanımlanması, teşebbüs davranışlarının rekabet kurallarına uygunluğuna yönelik değerlendirmelerin sıhhati bakımından büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle, konu, sektör incelemesi kapsamında elde edilen bilgi birikiminin sağladığı bütüncül bakış açısıyla ele alınmıştır. Bu çerçevede hem fuar alanı işletmeciliği faaliyetleri hem de fuar düzenleyiciliği faaliyetleri bakımından fuar konusunun ve niteliğinin ilgili ürün pazarı ve ilgili coğrafi pazar tanımında birlikte dikkate alınması gereken öncelikli unsurlar olduğu değerlendirilmektedir. Bu kapsamda uygulamada, varsayımları esas alan genel bir yaklaşım yerine, dosya kapsamında aksi gerekmedikçe, fuar konularına ve niteliklerine bağlı olarak olaya özgü değerlendirmeler yapılmasının daha sağlıklı sonuçlar üreteceği kanaatine varılmıştır.
- (369) Bölüm kapsamında, teşebbüs davranışlarından kaynaklanan rekabetçi sorunların 4054 sayılı Kanun ve ilgili ikincil mevzuat kapsamında ne şekilde değerlendirileceğine, hangi hallerde ihlal teşkil edebileceğine ilişkin detaylı açıklamalarda bulunulmuş ve fuarcılık sektöründe uzun vadede tüm sektör oyuncularını ile ülke fuarcılığı bakımından fayda sağlayacak daha rekabetçi bir yapı tesis edilmesi ve olası rekabet ihlallerinden kaçınılması adına çeşitli önerilere yer verilmiştir. Buna göre; teşebbüslerin ve teşebbüs birliklerinin sözleşmelerinin ve davranışlarının, ilgili başlık altında her bir davranış özelinde ayrıntılarına yer verilen rekabet hukuku mevzuatının, geçmiş tarihli Kurul kararlarının ve ilgili olduğu ölçüde Komisyon kararlarının göz önünde bulundurulması şekillendirilmesi gerekmektedir. Zira rekabet kuralları çerçevesinde esas olan, teşebbüslerin kendi davranışlarını değerlendirmesi olup, bu değerlendirmede teşebbüslere yol gösterici olması adına Kurul tarafından çok sayıda kılavuz yayımlanmıştır. Bununla birlikte, yine de sözleşmelerin ya da davranışların rekabet kurallarına uygunluğuna ilişkin tereddütler bulunması halinde isteğe bağlı bildirim yolunun tercih edilerek Kanun'un 5. maddesi çerçevesinde muafiyet ya da Kanun'un 8. maddesi çerçevesinde menfi tespit başvurusunda bulunulması ve Kurul kararını takiben hareket edilmesi önerilmektedir. Bu halde, Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Teşebbüs Birliği Kararlarının İsteğe Bağlı Bildirimine İlişkin Kılavuz esas alınmalıdır.
- (370) Bu noktada, özellikle dikey bütünleşmeye bağlı olarak ortaya çıkardığı rekabet karşıtı etkiler nedeniyle, fuar alanı işletmeciliğinin uzun süreli sözleşmeler ile özel sektör oyuncularına verilmesi suretiyle gerçekleştirilen yoğunlaşma işlemlerinin rekabet hukuku çerçevesinde değerlendirilme imkânlarına ayrıca değinmekte fayda görülmektedir. Zira söz konusu işlemler, tarafların ve sözleşmenin niteliğine göre rekabet hukuku

bağlamında devralma ya da özelleştirme olarak nitelendirilebilmekte ve işlem taraflarının belirli ciro eşiklerini aşması halinde 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi ile 2010/4 sayılı Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ ya da Özelleştirme Tebliği kapsamında incelenmeleri gerekebilmektedir. Ancak, fuarcılık sektörü özelinde ele alındığında bu şekilde uzun süreli sözleşmelere konu olan fuar merkezlerinin genellikle ilk kez faaliyete geçtiği ve devre konu taraf olarak herhangi bir ciroya sahip olmadığı görülmektedir. Bu durum, pazarda önemli rekabetçi sorunlar yaratabilecek işlemlerin Rekabet Kurulu denetimine tabi olmaması sonucuna yol açmakta ve salt fuarcılık sektörü bakımından değil, benzer yoğunlaşma işlemlerinin yaygın olduğu diğer sektörler bakımından da mevcut yoğunlaşma kontrolü kurallarının ortaya çıkardığı bir durum olarak değerlendirilmektedir. Bu çerçevede, yoğunlaşmaların kontrolü kurallarının bahse konu durumdan kaynaklanan rekabet karşıtı etkiler ile olası bir değişikliğin yaratacağı maliyet ve bu değişiklikten umulan fayda dikkate alınarak gözden geçirilmesinin uygulamaya olumlu yansıtacağı düşünülmektedir.

- (371) Yukarıda yer verildiği üzere, fuarcılık sektöründe rekabetçi sorunların tek kaynağı teşebbüs davranışları değildir. Sektörün yapısından, düzenlemelerden ya da sektörde söz sahibi olan kurumların davranışlarından kaynaklanan çeşitli sorunlar da doğrudan ya da teşebbüs davranışlarına zemin hazırlamak suretiyle dolaylı olarak sektörün rekabetçi yapısına etkide bulunmaktadır.
- (372) Bu sorunların başında fuar alanlarının yetersizliği gelmektedir. Zira fuar alanlarının nicelik ve nitelik bakımından yetersiz olması Türkiye'nin uluslararası rekabet edebilirliğini olumsuz yönde etkilemekte, ayrıca sektörde rekabetçi birtakım sorunların doğmasına zemin hazırlamaktadır. Bu sorunların giderilmesi adına, ilgili kurumlara uzun vadede ülkenin fuarcılık politikası bağlamında ve katılımcı bir yaklaşımla belirlenecek öncelikler çerçevesinde mevcut fuar alanlarının genişletilmesini ve yeni fuar alanı yatırımlarının yapılmasını sağlayacak girişimlerde bulunulması, kısa vadede ise mümkün olduğu ölçüde fuarların fuar alanı arz sıkıntısı yaşanan illerden diğer illere kaydırılmasını teşvik eden politikalar geliştirilmesi önerilmektedir. Bunun yanı sıra fuar alanlarının yetersizliği ve dikey bütünleşme göz önünde bulundurularak kamuya ait fuar alanlarının işletilmesinde kamunun daha etkin rol oynaması, bu alanların özel sektöre devrinin tercih edildiği hallerde şeffaf ve rekabetçi bir devir süreci işletilmesi ve bu alanların işletilmesini özel sektöre devreden uzun süreli kiralama sözleşmelerinde alanların kiracı tarafından üçüncü taraflara eşit şartlarda tahsis edilmesini sağlayacak hükümlere yer verilmesi tavsiye edilmektedir.
- (373) Teşebbüs davranışlarına bağlı olmayan diğer bir sorun alanının mevcut sektörel düzenlemelerin ve denetimlerin yetersizliği ile TOBB'un fuarcılık sektörüne ilişkin görev üstlenen birimlerinin yapısı olduğu görülmektedir. Zira mevcut düzenlemeler fuar düzenleyiciliği faaliyetleri ile sınırlı ve niceliksel unsurlara odaklı olup, fuar alanlarının tahsisi ile işletilmesine ve fuarların niteliğine ilişkin unsurları içermemektedir. Kaldı ki inceleme sürecinde düzenlemelerde yer alan niceliksel unsurlara ilişkin denetimlerde dahi çeşitli aksaklıklar yaşandığı tespit edilmiştir. Bu düzenleme ve denetim aksaklıkları, ayrıca, TOBB verilerini esas alan piyasa oyuncuları ile ilgili yerli ve yabancı kurumların

sektöre ilişkin sağlıklı bilgi edinmesini zorlaştırmakta, piyasa şeffaflığını azaltmakta ve bu bilgileri esas alan kamu kurumlarının sektöre ilişkin değerlendirmelerinin hatalı olması riskine yol açmaktadır.

- (374) Bu çerçevede, fuarcılık sektörünün ülke ekonomisi bakımından taşıdığı öneme ve etkinlik ile uluslararası rekabet edebilirliğin geliştirilmesi ihtiyacına da paralel olarak; girişim özgürlüğünü benimseyen, etkinliği ve hizmet kalitesini esas alan bir anlayışla, fuar düzenleyiciliği faaliyetlerinin yanı sıra fuar alanı işletmeciliği faaliyetlerini de kapsayacak şekilde sektörel düzenlemelerin gözden geçirilmesinin ve bu düzenlemeler kapsamında gerekli denetim mekanizmalarının da kurulmasının sektörün gelişimi bakımından büyük önem arz ettiği düşünülmektedir. Bu düzenlemeler gerçekleştirilirken, Rapor'da yer verilen öneriler de göz önünde bulundurularak, mümkün olduğu ölçüde yapay giriş engelleri yaratılmasından kaçınılması ve belirlenen hizmet standartlarını karşılayacak nitelikte fuar düzenleyebilecek tüm girişimcilerin faaliyet gösterebilmesine uygun bir piyasa oluşturulması esas olmalıdır.
- (375) Bu noktada sektörün düzenlenmesinden ve denetiminden sorumlu olacak kurumun yapısının da önem taşıdığı düşünülmektedir. Yukarıda değinildiği üzere fuarcılık sektörü, doğrudan ya da dolaylı olarak ticaret, ekonomi, turizm, ulaştırma ve şehircilik gibi pek çok alanla karşılıklı etkileşim halindedir. Dolayısıyla, fuarcılık politikasının belirlenmesinde ve uygulanmasında tüm bu alanlara ilişkin kararlar verilmesi gerekmektedir. Bu çerçevede, sektörden sorumlu olacak otoritenin, TOBB da dahil olmak üzere, sayılan bu alanlarda görev ve yetki sahibi olan kurumların temsil edileceği yapıya sahip bir kamu otoritesi olarak teşkil edilmesinin ülke fuarcılığının gelişmesi bakımından fayda sağlayacağı değerlendirilmektedir. Üstelik böyle bir yapılanma mevcut durumda sektör oyuncularının da temsiline olanak sağlayan ve icraî nitelikte bulunan Fuarlar Komitesinin yapısından kaynaklanan rekabetçi endişeleri de giderecektir.
- (376) Ayrıca, devlet desteklerinin ve teşviklerinin de fuarcılık politikası bağlamında önemli bir araç olduğu değerlendirilmektedir. Ancak, sektöre yönelik destek ve teşvik mekanizmasının bunların yaratabileceği rekabet karşıtı etkiler göz ardı edilmeksizin tasarlanması gerekmektedir. Bu çerçevede, desteklerin ve teşviklerin piyasaya giriş ve büyüme engeli oluşturmayacak şekilde ve objektif, öngörülebilir ve destekten faydalanacak fuarların büyüklüğünü esas alan derecelendirilmiş bir sistem içerisinde yapılandırılmasının fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

## SONUÇ

- (377) Ticarete konu ürün ya da hizmetlerin, teknolojik gelişmelerin, bilgi ve yeniliklerin tanıtımı, pazarlanması, geleceğe yönelik ticari ilişki ve teknik iş birliği kurulması ve geliştirilmesi için belirli bir takvime bağlı olarak, düzenli aralıklarla genellikle de aynı yerlerde gerçekleştirilen bir tanıtım etkinliği olarak tanımlanabilen fuarlar günümüzde giderek önemi artan ve daha yaygın kullanılan bir pazarlama iletişimi aracı haline gelmiştir.
- (378) Fuarların öncelikli işlevleri, katılımcılar ve ziyaretçiler bakımından söz konusu olan ticari işlevleridir. Ancak, fuarların ticari işlevlerinin yanı sıra çok sayıda makroekonomik ve sosyal işlevi de bulunmaktadır. Özellikle makroekonomik işlevleri nedeniyle fuarcılık sektörü, yerel ve ulusal kalkınmada önemli rol oynamaktadır. Zira fuarlar, fuarın ilgili olduğu sektör başta olmak üzere pek çok sektörde gelir ve istihdam artışına yol açmakta, buna bağlı olarak da kamusal faydayı artırmaktadır. İlaveten fuarlar, katılımcıların ve ziyaretçilerin ihtiyacı olan alt ve üst yapı yatırımlarının yapılmasını teşvik etmeleri nedeniyle kentsel gelişime önemli katkıda bulunmaktadır.
- (379) Yukarıda sayılan işlevleri çerçevesinde başarılı fuarların, fuar bileşenlerinin ticari faydasını artırmanın yanı sıra fuara ev sahipliği yapan ilin/bölgenin ekonomisi ve ülke ekonomisi üzerinde olumlu etkilerinin olacağını söylemek mümkündür. Başarılı fuarlar ayrıca, hem ilgili sektörün hem de genel anlamda fuarcılık sektörünün uluslararası rekabet gücünün artmasına katkı sağlayacaktır. Başarılı fuarların bu faydaları ve olumlu etkileri, özellikle yabancı katılımcıların ve ziyaretçilerin yer aldığı uluslararası fuarlar bakımından daha belirgin şekilde ortaya çıkmaktadır.
- (380) Fuarcılık sektörünün dünyadaki gelişimi incelendiğinde, fuar alanı sayısının artış eğilimi içinde olduğu, fuar alanlarının giderek genişlediği ve fuarlarda katılımcılara kiralanan stant alanlarının büyüdüğü, diğer bir deyişle sektörün gelişim içerisinde olduğu görülmektedir. Türkiye'nin de içinde değerlendirildiği Avrupa hem fuar alanı bakımından sahip olduğu pay ile hem de fiilen gerçekleştirilen fuarlarda katılımcılara kiralanan stant alanı ile dünyanın önde gelen bölgelerindedir. UFI verileri çerçevesinde Avrupa ülkeleri arasındaki konumu değerlendirildiğinde, 2017 yılı itibarıyla Türkiye'nin alan büyüklüğü bakımından sahip olduğu %3,8 oranındaki pay ile Avrupa ülkeleri arasında sekizinci sırada; düzenlenen fuar sayısı bakımından ise yıllık yaklaşık 400 fuar ile Avrupa ülkeleri arasında ikinci sırada yer aldığı görülmektedir.
- (381) Türkiye'de fuarcılık sektörüne yakından bakıldığında, sektörün fuar sayısı, katılımcı sayısı, ziyaretçi sayısı ve katılımcılara kiralanan stant alanı gibi parametreler bakımından büyüme trendi içerisinde olduğu görülmektedir. Bu büyümeye en büyük katkıyı sağlayan unsur uluslararası ihtisas fuarları olmakla birlikte, mevcut durumda ülkemizde uluslararası fuarlardaki yabancı katılımcı ve ziyaretçi seviyesinin yeterli düzeyde olmadığı, yabancı katılımcıların ağırlıklı olarak dolaylı yabancı katılımcı niteliğinde olduğu gözlenmektedir.
- (382) 2017 yılı itibarıyla Türkiye'de TOBB'un fuar merkezleri listesine dâhil olan ve kapalı alan büyüklüğü 5.000 m<sup>2</sup>'nin üzerinde olan toplam 33 adet fuar merkezi bulunmaktadır. 20 ile

dağılmış olan bu fuar merkezlerinin toplam alan büyüklüğü 712.644 m<sup>2</sup> olup, bunların alan büyüklüğü bakımından %38'i İstanbul'da yer almaktadır.

- (383) İstanbul, çevresiyle birlikte ekonomik faaliyetlerin en yoğun ve çeşitli olduğu şehir olması, sahip olduğu ticaret hacmi, nüfus yoğunluğu, yurt içi ve yurt dışı ulaşım olanakları, şehir içinde fuar merkezlerine ulaşım ve konaklama imkânları, sosyal, tarihi ve kültürel yapı, ürün taşınmasına yönelik lojistik imkânlar, fuar merkezlerinin büyüklüğü ve niteliği nedeniyle Türkiye'nin en önemli fuar şehri haline gelmiştir. Nitekim 2008-2017 döneminde Türkiye'de gerçekleştirilen tüm fuarların sayıca yaklaşık %47'si; uluslararası fuarların ise sayıca yaklaşık %75'i İstanbul'da gerçekleştirilmiştir. Bu oranlar, katılımcı sayısı ve katılımcılara kiralanan toplam stant alanı esas alındığında daha da yukarıya çıkmaktadır.
- (384) İstanbul'u fuar alanı büyüklüğü bakımından İzmir, Konya, Bursa ve Antalya illeri; fuar sayısı bakımından Ankara, İzmir, Bursa ve Antalya izlemektedir. Düzenlenen fuar sayısı sıralamasında ilk beş il içerisinde yer alan Ankara'nın fuar alanı büyüklüğünde görece gerilerde kalmasının bu noktada dikkat çekici olduğu değerlendirilmektedir.
- (385) Türkiye'deki fuarların yıl içindeki dağılımında ilkbahar ve sonbahar mevsimlerinin önemli ağırlığı olduğu anlaşılmaktadır. Fuarların ve fuar alanlarının coğrafi dağılımıyla birlikte incelendiğinde, bu durumun özellikle yılın belli dönemlerinde belli şehirlerdeki fuar alanlarına yönelik talebin arzın üstünde artmasına neden olduğu görülmektedir.
- (386) Türkiye'de fuar düzenleme yetki belgesine sahip şirketlerin sayısı incelenen dönemde yıllar itibarıyla artış eğilimi içindedir. Bununla birlikte, fiilen fuar düzenleyen şirketlerin sayısı yıllar itibarıyla yetki belgesine sahip düzenleyici sayısının yaklaşık %70'i düzeyinde kalmıştır. Fuar düzenleyen teşebbüslerin 2015-2017 döneminde yıllar itibarıyla pazar payları incelendiğinde, fuar sayısı, katılımcı sayısı ve katılımcılara kiralanan stant alanı esas alınarak yapılan hesaplamalar çerçevesinde bu üç yılda istikrarlı olarak %10'luk pazar payını aşan tek bir teşebbüs olduğu görülmektedir. Bu teşebbüs, 2017 yılı itibarıyla altı şehirde aynı zamanda fuar alanı işletmecisi olarak da faaliyet gösteren TÜYAP'tır. Aynı yılda TÜYAP'ın en yakın rakibiyle arasındaki fark fuar sayısı, katılımcı sayısı ve stant alanı bakımından yüzdesel olarak sırasıyla 8,64 puan, 7,15 puan ve 23,46 puan olmuştur. En yüksek pazar payına sahip ilk 20 teşebbüs ise 2017 yılında bu parametreler bakımından sırasıyla pazarın %49,66'sını, %59,78'ini ve %61,94'ünü oluşturmuştur. Pazarın kalan kısmında ise 148 diğer teşebbüs faaliyet göstermektedir. Bu çerçevede, fuar düzenleyiciliği faaliyetleri bakımından pazar payı olarak ilk sırada yer alan teşebbüs ile diğer teşebbüsler arasında önemli pazar payı farklılıkları bulunduğu, sektörde faaliyet gösteren teşebbüslerin önemli bir kısmının %1'in altında pazar paylarıyla faaliyetlerini sürdürdüğü söylenebilecektir.
- (387) Türkiye'de faaliyet gösteren dikey bütünleşik teşebbüslerin pazardaki konumuna bakıldığında ise, bu teşebbüslerin 2016 yılında alan işletmeciliği faaliyetlerinde fuar sayısı, ziyaretçi sayısı ve kiralanan stant alanı bakımından sırasıyla %55, %69,80 ve %67,80 oranında toplam pazar payına sahip oldukları görülmektedir. Dikey bütünleşik teşebbüslerin fuar düzenleyiciliği faaliyetlerindeki toplam pazar payları ise fuar sayısı, katılımcı sayısı, kiralanan stant alanı ve gelir bakımından sırasıyla %27,15, %37,78,

%36,59 ve %35,95 olarak gerçekleşmiştir. Bu çerçevede dikey bütünleşik teşebbüslerin pazarda önemli bir ağırlığı olduğu söylenebilecektir. Bu teşebbüsler içerisinde alan işletmeciliği ve fuar düzenleyiciliği bakımından en yüksek pazar payına sahip teşebbüsün TÜYAP olduğu görülmektedir.

- (388) Türkiye'deki fuarcılık sektörüne ilişkin olarak yapılan tespitler çerçevesinde Türkiye'nin, Avrupa'da en çok fuar düzenlenen ikinci ülke konumunda olmasına rağmen, fuarlara ilişkin katılımcı sayısı, stant alanı ve gelir gibi parametreler bakımından Avrupa ortalamasının gerisinde kaldığı anlaşılmaktadır. Bu çerçevede, Türkiye'de fuarcılık sektörünün etkinliğinin ve uluslararası rekabet edebilirliğinin sınırlı olduğu ifade edilebilecektir.
- (389) Sektör incelemesi sürecinde yapılan tespitler ve paydaş görüşleri ışığında, bir kısmı sektörde faaliyet gösteren teşebbüslerin veya teşebbüs birliklerinin davranışlarından, diğer kısmı ise sektörün yapısından, sektöre ilişkin düzenlemelerden ve kamu kurumlarının işlemlerinden kaynaklanan ve sektörün rekabetçi yapısı üzerinde doğrudan veya dolaylı olarak etkide bulunarak nihayetinde tüketici zararı ortaya çıkarma riski taşıyan çeşitli sorunlar olduğu tespit edilmiştir.
- (390) Teşebbüslerin ve teşebbüs birliklerinin davranışlarından kaynaklanan sorunlar, belli şartların varlığı halinde 4054 sayılı Kanun kapsamında ele alınabilmekte ve bunlara rekabet hukuku araçlarıyla müdahale edilebilmektedir. Bununla birlikte, böyle bir müdahale ancak davranış gerçekleşikten sonra ve Rekabet Kurumunun kendisine intikal eden bir başvuru üzerine ya da re'sen harekete geçmesiyle söz konusu olabilecektir. Fakat davranışa rekabet hukukunun uygulanması suretiyle müdahale edilmesine kadar geçen sürede rekabet karşıtı etkinin doğmuş ve tüketici zararının ortaya çıkmış olma ihtimali bulunmaktadır. Bu olasılığı önlemek adına, Rapor kapsamında fuarcılık sektöründe daha rekabetçi bir yapı tesis edilmesi ve olası rekabet ihlallerinden kaçınılması için teşebbüs davranışlarından kaynaklanan sorunların hangi hallerde 4054 sayılı Kanun kapsamında ihlal teşkil edebileceğine ilişkin bilgilere, davranışlarını dizayn ederken teşebbüslerin ve teşebbüs birliklerinin göz önünde bulundurması gereken rekabet hukuku kurallarına yer verilmiştir. Ayrıca, esas olan teşebbüslerin ve teşebbüs birliklerinin rekabet hukuku mevzuatına uygunluk değerlendirmelerini kendilerinin yapması olmakla birlikte, tereddütte kalınması halinde başvurulmak üzere Kanun'un 5. ve 8. maddeleri kapsamındaki muafiyet ve menfi tespit mekanizmalarının varlığı hatırlatılmıştır.
- (391) Ancak, teşebbüslerin ve teşebbüs birliklerinin rekabeti kısıtlayıcı davranışlarının engellenmesi tek başına sektörde rekabetçi bir yapının kurulması için yeterli görülmemektedir. Zira sektörün yapısından, sektöre ilişkin düzenlemelerden ve kamu kurumlarının işlemlerinden kaynaklanan birtakım unsurlar doğrudan ya da teşebbüslerin rekabeti kısıtlayıcı davranışlarına zemin hazırlamak suretiyle dolaylı olarak rekabet karşıtı sonuçlar doğurabilmektedir. Dolayısıyla, sadece fuar bileşenlerinin ticari çıkarları bakımından değil, ülke ekonomisi bakımından da önemli katkıları olan fuarcılık sektörünün ilgili kurumlar tarafından rekabetçi bir bakış açısıyla yapılandırılmasında fayda görülmektedir. Bu çerçevede Rapor kapsamında çeşitli önerilere yer verilmiştir.



- (392) Bu çerçevede, fuarcılık sektörünün ihracat, şehircilik, ulaştırma, turizm ve yerel kalkınma üzerindeki etkileri göz önünde bulundurularak merkezi idarenin ve yerel idarelerin katkı sağlayacağı bütüncül ve uzun vadeli bir politika çerçevesinde ele alınarak geliştirilmesi önemli görülmektedir. Zira fuarcılık sektörünün gelişimi ve fuarların başarısı hem fuarlara konu olan sektörler hem de bizzat fuarcılık sektörü bakımından ülkelerin uluslararası rekabet gücünü artıracaktır.
- (393) Ülkenin fuarcılık politikası kapsamında ele alınmasında fayda görülen konuların başında Türkiye'deki fuar alanlarının nicelik ve nitelik bakımından geliştirilmesi gelmektedir. Zira mevcut durumda fuar alanlarının yetersizliği Türkiye'nin uluslararası rekabet edebilirliğini olumsuz yönde etkilemekte, ayrıca fuar alanı işletmecilerinin pazar gücünü artırıcı etkisinden dolayı sektörde rekabetçi birtakım sorunların doğmasına zemin hazırlamaktadır. Bu sorunların giderilmesi adına, kısa vadede mümkün olduğu ölçüde fuarların fuar alanı arzının talebini karşılamadığı illerden diğer illere kaydırılmasını teşvik eden politikalar geliştirilmesinde, uzun vadede ise katılımcı bir yaklaşımla belirlenecek öncelikler çerçevesinde mevcut fuar alanlarının genişletilmesini ve yeni fuar alanı yatırımlarının yapılmasını sağlayacak girişimlerde bulunulmasında fayda görülmektedir. Bunun yanı sıra fuar alanlarının yetersizliği ve dikey bütünleşme göz önünde bulundurularak kamuya ait fuar alanlarının işletilmesinde kamunun daha etkin rol oynaması, bu alanların özel sektöre devrinin tercih edildiği hallerde şeffaf ve rekabetçi bir devir süreci işletilmesi ve bu alanların işletilmesini özel sektöre devreden uzun süreli kiralama sözleşmelerinde alanların kiracı tarafından üçüncü taraflara eşit şartlarda tahsis edilmesini sağlayacak hükümlere yer verilmesi tavsiye edilmektedir.
- (394) Fuarcılık politikası bağlamında gözden geçirilmesi gerekli görülen bir diğer husus ise sektörel düzenlemeler ile bunlara bağlı olarak getirilen denetim mekanizmalarıdır. Zira mevcut düzenlemeler fuar düzenleyiciliği faaliyetleri ile sınırlı ve niceliksel unsurlara odaklı olup, fuar alanlarının tahsisi ve işletilmesi ile fuarların niteliğine ilişkin unsurları içermemektedir. Ayrıca, mevcut yapıda düzenlemelerde yer alan niceliksel unsurlara ilişkin denetimlerde dahi çeşitli aksaklıklar yaşandığı görülmektedir. Bu düzenleme ve denetim aksaklıkları ülke fuarcılığının başarısı ve etkinliği bakımından çeşitli sorunlara yol açmakta, ayrıca, TOBB verilerini esas alan piyasa oyuncuları ile ilgili yerli ve yabancı kurumların sektöre ilişkin sağlıklı bilgi edinmesini zorlaştırmakta, piyasa şeffaflığını azaltmakta ve bu bilgileri esas alan kamu kurumlarının sektöre ilişkin değerlendirmelerinin hatalı olması riskine yol açmaktadır. Bu çerçevede, fuarcılık sektörünün ülke ekonomisi bakımından taşıdığı öneme ve uluslararası rekabet edebilirliğin geliştirilmesi ihtiyacına da paralel olarak; girişim özgürlüğünü benimseyen, etkinliği ve hizmet kalitesini esas alan bir anlayışla, fuar düzenleyiciliği faaliyetlerinin yanı sıra fuar alanı işletmeciliği faaliyetlerini de kapsayacak şekilde sektörel düzenlemelerin gözden geçirilmesinin ve bu düzenlemeler kapsamında gerekli denetim mekanizmalarının da kurulmasının sektörün gelişimi bakımından büyük önem arz ettiği düşünülmektedir. Bu düzenlemeler gerçekleştirilirken, Rapor'da yer verilen öneriler de göz önünde bulundurularak, mümkün olduğu ölçüde yapay giriş engelleri yaratılmasından kaçınılması ve belli hizmet standartlarını karşılayacak nitelikte fuar

düzenleyebilecek tüm girişimcilerin eşit şartlarda faaliyet gösterebilmesine uygun bir piyasa yaratılması esas olmalıdır.

- (395) Bu noktada sektörün düzenlenmesinden ve denetiminden sorumlu olacak kurumun yapısının da önem taşıdığı ve fuarcılık politikası kapsamında bütüncül bir perspektifle ele alınması gerektiği düşünülmektedir. Hâlihazırda, sektörün düzenlenmesinden ve denetiminden sorumlu kurum, kendisi de belirli faaliyetleri bakımından rekabet hukuku uygulamaları bağlamında bir teşebbüs birliği olarak kabul edilebilecek olan TOBB'dur. TOBB, bu görevlerini Fuarlar Müdürlüğü ve Fuarlar Komitesi eliyle yürütmekte, TOBB bünyesinde ayrıca istişari nitelikte olan Türkiye Fuarcılık Sektör Meclisi faaliyet göstermektedir. TOBB'un sektördeki düzenleme ve denetim faaliyetlerinin çerçevesini belirleyen temel düzenleme TOBB Yönetim Kurulu tarafından yayımlanan Usul ve Esaslar'dır. Bu düzenlemenin çerçevesi ise fuar düzenleyiciliği faaliyetleriyle ve niceliksel ölçütlerle sınırlıdır. Bu nedenle TOBB'un faaliyetlerinin ve sorumluluklarının sektörün geneline kapsayacak ve niteliksel hususlara odaklanacak şekilde olmadığı ifade edilebilecektir. Bunun yanı sıra, sektörde icraî nitelikte faaliyet yürüten Fuarlar Komitesi ile istişari nitelikte faaliyet yürüten Fuarcılık Sektör Meclisinin yapısının rekabetçi endişelere neden olabileceği görülmektedir.
- (396) Fuarcılık sektörünün, doğrudan ya da dolaylı olarak ticaret, ekonomi, turizm, ulaştırma ve şehircilik gibi pek çok alanla karşılıklı etkileşim halinde olduğu göz önünde bulundurulduğunda, bütüncül bir fuarcılık politikasının belirlenmesi ve uygulanması için tüm bu alanlara ilişkin hususlarda kararlar verilmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır. Bu çerçevede, sektörden sorumlu olacak otoritenin sayılan bu alanlarda görev ve yetki sahibi olan kurumların temsil edileceği yapıya sahip bir kamu otoritesi olarak teşkil edilmesinin ülke fuarcılığının gelişmesi bakımından fayda sağlayacağı değerlendirilmektedir. Üstelik böyle bir yapılanma mevcut durumda sektör oyuncularının da temsiline olanak sağlayan ve icraî nitelikte bulunan Fuarlar Komitesinin yapısından kaynaklanan rekabetçi endişeleri de giderecektir.
- (397) TOBB bünyesinde bulunan Fuarcılık Sektör Meclisinin ise üyeleri ve görevleri itibarıyla sektörel gelişim ve temsil bakımından önemli bir yapı olduğu mütalaa edilmektedir. Bununla birlikte, istişari niteliği çerçevesinde bu organın da sektöre ilişkin kararlarda dolaylı olarak belirleyici etkisi olabileceği değerlendirildiğinden Meclis'te sektörün daha geniş bir kısmının temsilinin sağlanmasının rekabetçi bakımdan ve sektörün diğer alanlardaki gelişimi bakımından yarar getireceği düşünülmektedir. Bu çerçevede, Fuarcılık Sektör Meclisi üyelerinin fuar düzenleyicisi tüzel kişilikler esas alınarak değil, rekabet hukuku bağlamında ekonomik bütünlük kavramı temelinde belirlenmesi önerilmektedir.
- (398) Sektöre ilişkin bütüncül bir politikanın uygulanmasında devlet desteklerinin ve teşviklerinin de önemli bir araç olduğu değerlendirilmektedir. Ancak, sektöre yönelik destek ve teşvik mekanizmasının bunların yaratabileceği rekabet karşıtı etkiler göz ardı edilmeksizin tasarlanması gerekmektedir. Bu çerçevede, desteklerin ve teşviklerin piyasaya giriş ve büyüme engeli oluşturmayacak şekilde ve objektif, öngörülebilir ve

destekten faydalanacak fuarların büyüklüğünü esas alan derecelendirilmiş bir sistem içerisinde yapılandırılmasının fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

- (399) Son olarak, fuarcılık sektörünün rekabetçi bir şekilde yapılandırılması ve faaliyet göstermesi noktasında rekabet politikası ve rekabet hukukunun uygulanması açısından da üzerinde durulması gereken bazı hususlar olduğu değerlendirilmektedir. Bu hususlar, ilgili pazarın tanımlanması, muafiyet mekanizmasının işletilmesi ve yoğunlaşmaların kontrolü olmak üzere üç grupta incelenebilecektir.
- (400) İlgili pazarın tanımlanması, hâkim durum analizleri başta olmak üzere pek çok durumda rekabet hukuku uygulamalarının bel kemiğini oluşturmaktadır. Bu çerçevede, ilgili pazarın ürün pazarı ve coğrafi pazar boyutlarıyla doğru tanımlanması bu pazar tanımı üzerine bina edilecek değerlendirmelerin sağlığı bakımından büyük önem arz etmektedir. Bu çerçevede, uygulamada hem fuar alanı işletmeciliği hem de fuar düzenleyiciliği faaliyetleri bakımından, varsayımları esas alan genel bir yaklaşım yerine, dosya kapsamında aksi gerekmedikçe, fuar konularını ve niteliklerini birlikte dikkate alan olaya özgü değerlendirmeler yapılmasının hatalı müdahale riski ile müdahaleden hatalı kaçınma riskini en aza indireceği ve daha sağlıklı sonuçlar üreteceği değerlendirilmektedir.
- (401) 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde düzenlenen muafiyet mekanizmasına ilişkin tüm incelemelerde olay özelinde değerlendirme yapılması esastır. Konu, fuarcılık sektörü bağlamında ele alındığında ise rekabeti kısıtlayıcı etki doğurma potansiyeli barındıran pek çok davranışın arkasında aynı gerekçenin bulunduğu görülmektedir. Şöyle ki; sektörde fuarların düzenleyiciler, katılımcılar ve ziyaretçiler ile ev sahibi ülke bakımından istenen ekonomik faydaları sağlaması ve uluslararası rekabet edebilirliğin geliştirilmesi açısından fuarların nicelik ve nitelik bakımından optimal ölçekte olması önemli bir unsur olarak kabul edilmektedir. Bu kabul, teşebbüsleri aynı coğrafi bölgede benzer konuda fuarlar düzenlenmesini önleyen davranışlar geliştirmeye itmektedir. Rekabet karşıtı etkiler yaratması muhtemel bu davranışların rekabet hukuku bağlamında değerlendirilmesinde bu davranışları ortaya çıkaran kaygıların ve bu davranışlardan beklenen faydaların anlaşılmasının, ortaya çıkan hatalı müdahale riskini azaltacağı değerlendirilmektedir.
- (402) Yoğunlaşmaların kontrolü bağlamında ise, özellikle dikey bütünleşmeye bağlı olarak ortaya çıkardığı rekabet karşıtı etkiler nedeniyle fuar alanı işletmeciliğinin uzun süreli sözleşmeler ile özel sektör oyuncularına verilmesi suretiyle gerçekleştirilen yoğunlaşma işlemlerinin rekabet hukuku çerçevesinde değerlendirilme imkânlarına değinmekte fayda görülmektedir. Zira söz konusu işlemler, tarafların ve sözleşmenin niteliğine göre rekabet hukuku bağlamında devralma ya da özelleştirme olarak nitelendirilebilmekte ve işlem taraflarının belirli ciro eşiklerini aşması halinde 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi ile 2010/4 sayılı Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ ya da Özelleştirme Tebliği kapsamında incelenmeleri gerekebilmektedir. Ancak, fuarcılık sektörü özelinde ele alındığında bu şekilde uzun süreli sözleşmelere konu olan fuar merkezlerinin genellikle ilk kez faaliyete geçtiği ve devre konu taraf olarak herhangi bir ciroya sahip olmadığı, ayrıca sözleşmelerin genelde aynı taraflarla ikinci bir

kontrol değişikliği yaratmayacak şekilde yenilendiği görölmektedir. Bu durum, pazarda önemli rekabetçi sorunlar yaratabilecek işlemlerin Rekabet Kurulu denetimine tabi olmaması sonucuna yol açmakta ve salt fuarcılık sektörü bakımından değil, benzer yoğunlaşma işlemlerinin yaygın olduğu diğer sektörler bakımından da mevcut yoğunlaşma kontrolü kurallarından kaynaklı bir durum olarak ortaya çıkmaktadır. Bu çerçevede, yoğunlaşmaların kontrolü kurallarının bahse konu durumdan kaynaklanan rekabet karşıtı etkiler ile olası bir değişikliğin yaratacağı maliyet ve bu değişiklikten umulan fayda dikkate alınarak değerlendirilmesinin uygulamaya olumlu yansıyacağı düşünölmektedir.

- (403) Sonuç olarak; Rekabet Kurumunun rekabet savunuculuğu faaliyetleri bağlamında kaleme alınan işbu Sektör İncelemesi Raporu ile fuarcılık sektörüne ilişkin olarak tespit edilen rekabetçi sorunların giderilmesine ve uzun vadede tüketici refahını artıracak, ülke fuarcılığını geliştirerek ülkenin uluslararası rekabet edebilirliğini geliştirecek rekabetçi bir piyasa yapısının tesisine katkı sağlayacak öneriler ortaya konulmuştur. Bu yapının tesisi ancak sektörde söz sahibi olan tüm oyuncuların bu anlayışı benimsemesi ve kararları ile davranışlarını bu çerçevede dizayn etmesi ile mümkün olacaktır. Bu kapsamda öncelikli görev, sektörde faaliyet gösteren teşebbüsler ve teşebbüs birlikleri ile Rekabet Kurumu da dâhil olmak üzere sektöre ilişkin söz sahibi olan kurumlara düşmektedir. Bu bağlamda, işbu Rapor kapsamında sunulan önerilerin bu süreçte teşebbüsler, ilgili kurumlar ve rekabet hukuku uygulayıcıları bakımından yol gösterici olacağı değerlendirilmektedir.

## KAYNAKÇA

2018 Uluslararası Fuarçılık Çalıştayı Taslak Raporu.

AMR International (2017), *"The Global Exhibition Organising Market: Assessment and Forecast to 2021-Individual Country Analysis"*.

AUMA (2017), *"Successful Participation In Trade Fairs"*, <http://www.auma.de/en/DownloadsPublications/Seiten/SuccessfulParticipationinTradeFairs.aspx>.

AUMA (2017), *"Messe Trend"* <http://www.auma.de/en/DownloadsPublications/Seiten/Default.aspx>

AUMA (2013), *"The German trade fair industry: facts, functions, outlook"*, <http://www.auma.de/en/DownloadsPublications/Seiten/TheGermantradefairindustry.aspx>.

AVAN, A. (2016), *"Fuar Organizatörlerinin Bakış Açısıyla Fuar Organizasyonlarının Belirleyicileri ve Yaşanan Sorunlar"*, The Journal of Academic Social Science, Sayı: 37.

AYCI, A. (2011), *"Pazarlama Karması Açısından Yurtdışı Fuarlar: Kosgeb Yurtdışı Fuar Desteklerinden Faydalanan Kobi'lere Yönelik Bir Araştırma"*, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 13/3, s. 159-182.

AYMANKUY, Y. (2010), *Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları*, Detay Yayıncılık.

BELUSSI, F., S. R. SEDITA, ve M. OMIZZOLO (2008), *"The Trade Fair as a Temporary Cluster: A Relational Platform and Knowledge Filter for Firms. First Results of an Exporatory Study"*, 4th International Conference of the Academy of Wine Business Research, Siena.

CARRERAS, A. ve L. TORRA (2005), *"Why Did Modern Trade Fairs Appear?"*.

ÇINAROĞLU, S. (2003), *"Rekabet Hukukunda Dikey Birleşmeler: Etkinlik ve Rekabet"*, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi, Ankara.

FKM, *"Euro Fair Statistics"*, <http://www.fkm.de/en/media-centre/ufi-euro-fair-statistics/>

GÜNGÖRDÜ, A. (2006), *"AB'de Devlet Yardımlarının Kontrolü: De minimis Kuralının Uygulanması ve KOBİ Grup Muafiyet Tüzüğü'nün Değerlendirilmesi"* Rekabet Dergisi, Sayı 27.

KOÇAK, İ. H. (2017), *"Dikey Birleşme ve Devralmaların Antirekabetçi Etkileri Kapsamında Pazar Kapama"*, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi, Ankara.

Komisyon (1983) *"XIIIth Report on Competition Policy"*.

Konya Ticaret Odası, *"Fuar Organizasyonları ve Fuarçılık Faaliyetleri Türkiye-Konya Araştırması"*, <http://www.kto.org.tr/d/file/fuar-organizasyonlari-ve-fuarcilik-faaliyetleri-turkiye-konya-arastirmasi.pdf>.

Milli Eğitim Bakanlığı (2011), *"Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri Alanı- Fuarçılık"* Ankara.

SARIÇAY, Ş. (2010), *"Küçük ve Orta Boy İşletmelere Yönelik Fuar Teşvikleri ve Fuarların Türkiye Ekonomisine Katkısı"* Dokuz Eylül Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, <http://acikerisim.deu.edu.tr/xmlui/handle/12345/10917>.

SÜLÜN, U. (2006), *"İhracatın Geliştirilmesinde Fuar, Sergi ve Panayırlara Yönelik Mali Teşviklerin Etkinliği (1990-2005 Dönemi Analizi)"*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

TORUN, E., A. ÇELİK ve A. BOBAT (2012), “Pazarlamada Fuarların Rolü ve Önemi”, KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi, 15 (2).

TÜTÜNCÜOĞLU, İ. (2009), “Uluslararası Pazarlamada Bir Tutundurma Aracı Olarak Fuar ve Sergilere Katılımın Dış Ticaret Şirketleri Açısından Önemi”, Dokuz Eylül Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, <http://acikerisim.deu.edu.tr/xmlui/handle/12345/11009>.

UFI (2018), “Global Exhibition Barometer”, [http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2018/01/UFI\\_Global\\_Exhibition\\_Barometer\\_report20\\_b.pdf](http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2018/01/UFI_Global_Exhibition_Barometer_report20_b.pdf).

UFI (2017) “World Map of Exhibition Venues 2017” [http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2018/01/UFI\\_World\\_Map\\_of\\_Venues\\_2017\\_revJan18-1.pdf](http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2018/01/UFI_World_Map_of_Venues_2017_revJan18-1.pdf).

UFI (2014) “Global Exhibition Industry Statistics” [http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2016/01/2014\\_exhibiton\\_industry\\_statistics\\_b.pdf](http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2016/01/2014_exhibiton_industry_statistics_b.pdf).

UFI (2012), “World Map of Exhibition Venues 2011”, [http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2016/01/ufi\\_world\\_map\\_of\\_exhibition\\_venues\\_december\\_2011.pdf](http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2016/01/ufi_world_map_of_exhibition_venues_december_2011.pdf).

UYGUR, M. S. (2017), “Rekabet Hukukunda İzinsiz Gerçekleştirilen Birleşme ve Devralmalara Uygulanan Yaptırım Rejimi”, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi No:155, Ankara.

ÜNSALDI, M. (2007), “Fuarçılık ve Türkiye’de Fuarçılıkla İlgili Faaliyetler”, Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları, Fırat Üniversitesi Doğu Anadolu Bölgesi Araştırma ve Uygulama Merkezi.

YÜCEL, F. ve A.Y. ATA (2006), “Bölgesel Kalkınma Stratejileri Açısından Fuarçılık: Birinci ve İkinci Çukurova Sanayi ve Ticaret Fuarlarının Değerlendirilmesi”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 15, Sayı 1.

## **Diğer Kaynaklar**

<http://www.auma.de/en/DownloadsPublications/Seiten/TheGermantradefairindustry.aspx>.

[http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2018/01/UFI\\_World\\_Map\\_of\\_Venues\\_2017\\_revJan18-1.pdf](http://www.ufi.org/wp-content/uploads/2018/01/UFI_World_Map_of_Venues_2017_revJan18-1.pdf).

<https://econ-papers.upf.edu/papers/874.pdf>.

[http://www.koelnmesse.com/redaktionell/Koelnmesse/downloads\\_10/pdf\\_8/Global-Exhibition-Day-Facts-and-Figures.pdf](http://www.koelnmesse.com/redaktionell/Koelnmesse/downloads_10/pdf_8/Global-Exhibition-Day-Facts-and-Figures.pdf).

<http://www.ufi.org/membership/ufi-members/search/?chapter=6&country=39&category&company&city>.

<https://eeaa.com.au/what-we-do/our-campaigns/the-marketing-power-of-exhibitions/>.

<https://eeaa.com.au/who-we-are/about-the-exhibition-and-event-industry/>.

<https://marmarafuar.com.tr/turkiyede-fuarciligini-gelisimi-ve-fuar-sektoru/>.

<https://tobb.org.tr/FuarlarMudurlugu/Sayfalar/MudurlukHakkinda.php>.

<https://www.statista.com/statistics/579094/exhibition-industry-revenue/>.

<https://www.statista.com/statistics/378520/most-important-issues-facing-the-exhibition-industry-worldwide/>.

<https://www.tobb.org.tr/FuarlarMudurlugu/Sayfalar/Istatistikler.php>.

### **Rekabet Hukuku Mevzuatı**

2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği

2010/4 sayılı Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ

2013/2 sayılı Özelleştirme Yoluyla Devralmaların Hukuki Geçerlilik Kazanabilmeleri İçin Rekabet Kurumuna Yapılacak Ön Bildirimlerde ve İzin Başvurularında Takip Edilecek Usul ve Esaslar Hakkında Tebliğ

4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun

Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Teşebbüs Birliği Kararlarının İsteğe Bağlı Bildirimine İlişkin Kılavuz

Dikey Anlaşmalara İlişkin Kılavuz ve Muafiyetin Genel Esaslarına İlişkin Kılavuz

Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışlarına İlişkin Kılavuz

İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz

Muafiyetin Genel Esaslarına İlişkin Kılavuz

Yatay İşbirliği Anlaşmaları Hakkında Kılavuz

Yatay Olmayan Birleşme ve Devralmaların Değerlendirilmesi Hakkında Kılavuz

### **Diğer Mevzuat**

1 Nolu Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi

5174 sayılı Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanunu

640 sayılı Gümrük ve Ticaret Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında KHK

703 sayılı Anayasada Yapılan Değişikliklere Uyum Sağlanması Amacıyla Bazı Kanun Ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname

Mülga 3143 sayılı Sanayi ve Ticaret Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun

Mülga 5590 sayılı Ticaret ve Sanayi Odaları, Ticaret Odaları, Sanayi Odaları, Deniz Ticaret Odaları, Ticaret Borsaları ve Türkiye Ticaret, Sanayi, Deniz Ticaret Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği Kanunu

Sektörel Nitelikli Uluslararası Yurt içi Fuarların Desteklenmesine İlişkin 2014-4 sayılı Karar

Türkiye Sektör Meclislerinin Kuruluş, Görev ve Çalışma Yönetmeliği

Yurt İçinde Fuar Düzenlenmesine Dair Usul ve Esaslar

### **Avrupa Birliği Kararları**

British Dental Trade Association (çev. İngiliz Diş Sağlığı Ürünleri Derneği), OJ 1988 L233/15.

Comité européen de coopération des industries de la machine-outil (çev. Takım Tezgâhları Endüstrileri Avrupa İşbirliği Komitesi), OJ 1969 L69/13.

International Permanent Bureau of Motor Manufacturers (çev. Uluslararası Motor Üreticileri Daimi Temsilciliği), OJ 1977 L299/18.

OJ 1969 L69/13; Unione Nazionale Industrie Dentarie Italiane (çev. İtalyan Ulusal Diş Endüstrisi Birliği), OJ 1975 L228/14, OJ 1984 L322/10.

Society of Motor Manufacturers and Traders Ltd (çev. Motor Üreticileri ve Tacirleri Birliği), OJ 1983 L376/1.

Soda-Ash/Solvay, OJ 1991,152/21.

Verband der Deutschen Dental-Industrie eV (çev. Alman Diş Sağlığı Endüstrisi Derneği), OJ 1987 L293/58.

Vereniging van importeurs en fabrikanten van kantoormachines (çev. Ofis Malzemeleri Üretici ve İthalatçıları Derneği), OJ 1986 L291/46.

Case T-219/99 British Airways plc v Commission [2003] ECR II-5917

Case 27/76 United Brands Company v Commission [1978] ECR 207

### **Rekabet Kurulu Kararları**

11.10.1999 tarihli ve 99-46/500-316 sayılı Rekabet Kurulu kararı

20.10.2000 tarihli ve 00-40/443-243 sayılı Rekabet Kurulu kararı

05.12.2000 tarihli ve 00-48/508-276 sayılı Rekabet Kurulu kararı

13.11.2003 tarihli ve 03-73/880-380 sayılı Rekabet Kurulu kararı

14.07.2005 tarihli ve 05-47/674-174 sayılı Rekabet Kurulu kararı

06.10.2005 tarihli ve 05-65/934-254 sayılı Rekabet Kurulu kararı

01.12.2005 tarihli ve 05-80/1107-318 sayılı Rekabet Kurulu kararı

06.11.2006 tarihli ve 06-81/1036-300 sayılı Rekabet Kurulu kararı

14.12.2006 tarihli ve 06-90/1149-343 sayılı Rekabet Kurulu kararı

28.12.2006 tarihli ve 06-95/1197-362 sayılı Rekabet Kurulu kararı

22.03.2007 tarihli ve 07-27/224-79 sayılı Rekabet Kurulu kararı

15.02.2007 tarihli ve 07-14/123-42 sayılı Rekabet Kurulu kararı

03.05.2007 tarihli ve 07-37/376-138 sayılı Rekabet Kurulu kararı

26.07.2007 tarihli ve 07-62/736-264 sayılı Rekabet Kurulu kararı

19.09.2007 tarihli ve 07-74/896-333 sayılı Rekabet Kurulu kararı

14.02.2008 tarihli ve 08-15/155-M sayılı Rekabet Kurulu kararı

15.09.2008 tarihli ve 08-31/388-129 sayılı Rekabet Kurulu kararı

12.11.2008 tarihli ve 08-63/1040-400 sayılı Rekabet Kurulu kararı

13.05.2009 tarihli ve 09-22/456-114 sayılı Rekabet Kurulu kararı

15.07.2009 tarihli ve 09-33/736-174 sayılı Rekabet Kurulu kararı

13.10.2009 tarihli ve 09-46/1154-290 sayılı Rekabet Kurulu kararı

18.02.2010 tarihli ve 10-18/201-76 sayılı Rekabet Kurulu kararı

02.12.2010 tarihli ve 10-75/1539- 593 sayılı Rekabet Kurulu kararı

04.05.2011 tarihli ve 11-28/549-167 sayılı Rekabet Kurulu kararı



23.02.2012 tarihli ve 12-08/243-74 sayılı Rekabet Kurulu kararı  
26.06.2012 tarihli ve 12-35/1000-312 sayılı Rekabet Kurulu kararı  
27.09.2013 tarihli ve 13-55/765-324 sayılı Rekabet Kurulu kararı  
06.11.2013 tarihli ve 13-62/861-368 sayılı Rekabet Kurulu kararı  
19.02.2014 tarihli ve 14-07/135-62 sayılı Rekabet Kurulu kararı  
25.06.2014 tarihli ve 14-22/432-195 sayılı Rekabet Kurulu kararı  
20.08.2014 tarihli ve 14-29/596-262 sayılı Rekabet Kurulu kararı  
01.09.2015 tarihli ve 15-34/513-161 sayılı Rekabet Kurulu kararı  
09.09.2015 tarihli ve 15-36/559-182 sayılı Rekabet Kurulu kararı  
27.10.2016 tarihli ve 16-35/604-269 sayılı Rekabet Kurulu kararı  
11.01.2017 tarihli ve 17-02/17-8 sayılı Rekabet Kurulu kararı  
23.03.2017 tarihli ve 17-11/132-60 sayılı Rekabet Kurulu kararı  
09.11.2017 tarihli ve 17-36/586-258 sayılı Rekabet Kurulu kararı  
08.03.2018 tarihli ve 18-07/116-62 sayılı Rekabet Kurulu kararı

## EKLER

**EK-1: Toplam Maliyet İçinde Alan Maliyetinin Payını Gösteren Tablo**

İl	Alan Maliyetinin Fuar İçin Katılan Toplam Maliyet İçerisindeki Payı (%)				
	2012	2013	2014	2015	2016
Adana	-	-	-	23,87	17,98
Adıyaman	-	-	-	40,82	-
Afyonkarahisar	6,68	8,58	6,69	3,85	0,18
Amasya	-	-	-	92,32	-
Ankara	28,49	31,04	40,86	35,24	47,88
Antalya	0,00	24,14	21,01	18,23	26,00
Aydın	34,99	24,82	29,74	24,88	-
Balıkesir	35,53	71,61	87,73	96,48	92,76
Burdur	28,27	10,86	3,14	7,91	-
Bursa	12,00	6,70	3,85	2,93	3,58
Çanakkale	-	-	-	14,55	-
Çorum	70,03	60,30	98,17	94,77	91,37
Denizli	15,37	8,87	8,00	6,66	7,57
Diyarbakır	-	-	-	58,59	-
Erzurum	37,27	60,67	97,56	-	-
Eskişehir	15,33	10,86	12,31	23,40	18,79
Gaziantep	40,60	44,88	19,28	28,95	31,73
Hatay	-	-	-	-	33,46
Isparta	32,43	37,78	23,18	21,81	12,50
İstanbul	40,28	44,33	47,93	49,12	47,64
İzmir	28,22	34,74	24,65	32,72	32,42
Kahramanmaraş	-	-	-	10,61	6,28
Karaman	-	-	-	-	1,94
Kastamonu	-	67,02	67,00	-	70,04
Kayseri	15,72	17,78	49,93	50,12	60,09
Kırşehir	-	-	34,34	22,82	30,57
Konya	-	18,33	-	-	-
Mersin	-	-	-	63,06	57,67
Muğla	23,23	25,16	20,35	20,46	19,11
Niğde	-	-	97,38	96,63	88,82
Samsun	4,52	-	-	-	-
Şanlıurfa	-	60,81	52,82	47,20	48,72
Tekirdağ	8,00	12,50	12,00	14,29	14,29
Tokat	-	86,70	98,92	94,47	88,85
Trabzon	53,85	38,00	-	-	-
Yozgat	28,93	20,09	18,95	22,63	23,18
Zonguldak	-	-	-	-	3,26
<b>TOPLAM</b>	<b>37,87</b>	<b>41,40</b>	<b>44,45</b>	<b>44,72</b>	<b>44,02</b>

Kaynak: Paydaşlardan elde edilen bilgiler çerçevesinde raportörlerce hazırlanmıştır.

**EK-2: Katılımcılardan Elde Edilen Birim Stant Kiralama Gelirini Gösteren Tablo**

Düzenleyici	Katılımcılardan Elde Edilen Birim Gelir (TL/m <sup>2</sup> )				
	2012	2013	2014	2015	2016
Antalya Fuar Merkezi					
Diğer Düzenleyiciler	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
İşletmeci	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
ATO Kongre ve Sergi Sarayı					
Diğer Düzenleyiciler	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
İşletmeci	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Fuar İzmir-Gazimiri					
Diğer Düzenleyiciler	-	-	-	[...]	[...]
İşletmeci	-	-	-	[...]	[...]
İstanbul Fuar Merkezi (1-11 No'lu Holler)					
Diğer Düzenleyiciler	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
İşletmeci	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
İstanbul Fuar Merkezi Yeşilköy (1-9 No'lu Holler)					
Diğer Düzenleyiciler	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
İşletmeci	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi					
Diğer Düzenleyiciler	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
İşletmeci	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
REED	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Kaynak: Paydaşlardan elde edilen bilgiler çerçevesinde raporörlerce hazırlanmıştır.

### EK-3: Fuarçılık Sektörüne İlişkin Rekabet Kurulu Karar Özetleri

Rekabet Kurumunun faaliyete geçtiği ilk yıllardan itibaren fuarçılık sektörüne yönelik olarak Kuruma birçok başvuru intikal etmiştir. Bu başvurular neticesinde, yapılan ilk inceleme, önaraştırma ve açılan soruşturma sayısı ile ayrıca sonuçlandırılan birleşme-devralma başvurusu sayısına aşağıdaki tabloda yer verilmektedir:

#### Fuarçılık Sektörüne İlişkin Rekabet Kurulu Kararlarının Dağılımı

	Kurul Tarafından Verilen Karar Sayısı
İlk İnceleme ve Bilgi Notu	10
Önaraştırma	12
Soruşturma	6
Birleşme/Devralma	10

Kaynak: <http://www.rekabet.gov.tr/tr/Kararlar> (Erişim Tarihi: 30.06.2018)

Başvurularda yer alan başlıca konular fuar düzenleyicileri tarafından katılımcılara getirilen rekabet etmeme yükümlülükleri, fuar düzenleyicileri ile fuar alanı işletmecileri arasında akdedilen rekabet etmeme/tek alıcıya sağlama yükümlülüğü içeren alan tahsis/kira sözleşmeleri, katılımcıların yer taleplerinin fuar düzenleyicileri tarafından reddedilmesi, ihtisas fuarlarının ilgili olduğu sektörde teşebbüs birliği konumunda yer alan derneklerin fuar düzenleyicisi ya da fuar alanı işletmecisi ile yaptığı üyelerinin başka fuarlara katılımını engelleyen anlaşmalar, fuar alanı işletmecisinin fuar düzenleyicilerinin alan tahsis taleplerini reddetmesi, yan hizmetlerin fuar alanı işletmecisinden alınmasının zorunlu tutulması vb. olarak özetlenebilecektir. Aşağıda söz konusu kararlara kısaca değinilmektedir.

#### Karar Özetleri

##### İlk İnceleme, Önaraştırma ve Soruşturma Kararları:

###### - Dosya No: D4/1/A.I.-99/2

20.10.2000 tarihli ve 00-40/443-243 sayılı **CNR Uluslararası Fuarçılık A.Ş. (CNR) tarafından düzenlenen TATEF metal işleme fuarına katılmak isteyen firmaların aynı yıl, aynı konuda düzenlenecek başka fuarlara katılmalarının engellenmesi ve Takım Tezgahları İş Adamları Dayanışma Derneği (TİAD) tarafından tek fuara katılma yönünde alınan teşebbüs birliği kararı ve bu kararın uygulanmasını sağlamak amacıyla üyeleri ile sözleşmeler imzalamak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un ihlal edildiği iddiasına ilişkin alınan ilk soruşturma kararında ihtisas fuarlarının genel nitelikteki fuarlardan, bölgesel fuarların uluslararası nitelikte fuarlardan ayrı pazarlar olduğu belirtildikten sonra ilgili ürün pazarı "makine teçhizat sektörüne yönelik uluslararası nitelikte ihtisas fuarları" olarak tanımlanmıştır. Kararda CNR ile TİAD arasında TATEF Fuarına ilişkin olarak akdedilen tip sözleşmelerin incelenmesi ve yapılan yerinde incelemeler sonucu elde edilen bulgulardan söz konusu rekabet etmeme yükümlülüklerinin rekabeti sınırlayıcı nitelikte olduğu, söz konusu hükümlerin bir yandan rakip fuar organizatörlerinin başarılı bir fuar düzenleme olasılığını kısıtladığı, diğer yandan söz konusu anlaşmayı imzalayarak fuara katılan firmaların başka bir fuarda ürünlerini sergilemelerine engel olunması suretiyle katılımcı firmalar arasındaki rekabeti bozduğu, bir teşebbüs birliği olan TİAD'ın tek fuara katılma yönünde aldığı kararın da aynı sonuçları doğurduğu ifade edilerek, CNR ve TİAD'a 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesi uyarınca idari para cezası verilmesine karar verilmiştir. Kararda aynı konuda Avrupa Birliği uygulamasına da yer verilmiş, bu kapsamda Avrupa Birliği'nde bu tür**

rekabet etmeme yükümlülüğü içeren sözleşmelerin Komisyon tarafından menfi tespit kapsamında değil muafiyet kapsamında değerlendirildiği belirtilmiştir. Bu kapsamda Komisyon kararlarından örnekler verilmiş ve bu kararlarda Komisyonun;

- uluslararası çapta yapılan büyük fuarlarla, fuar katılımcılarının, ürünlerini yalnızca bir fuarda sergileyerek başka masraflardan kurtulacakları,
- fuarlarda katılımcıların yoğunluğundan dolayı sektörde ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanabileceği,
- tüketicilerin de fuar fuar gezmek ve ekstra masraflar yapmak yerine, periyodik olarak yapılan bu tür fuarlara katılarak yarar sağlayabilecekleri,
- ayrıca fuar organizatörü firmaların da katılım yasağının olmadığı diğer yıllarda fuar düzenleyebilecekleri,
- katılımcıların da bu tür fuarlara katılıp katılmama konusunda serbest oldukları, dolayısıyla piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmadığı

değerlendirmeleriyle söz konusu sözleşmelere muafiyet tanıdığı belirtilmiştir. Ayrıca Komisyonun bu tip anlaşmalara, sınırlamanın gereğinden fazla yapılmaması, kuralların objektif kriterler şeklinde belirlenmesi ve ayrımcı olmaması ve fuara katılma isteğinin reddi halinde Komisyona bilgi verilmesi gibi şartlarla muafiyet tanıdığı ifade edilmiştir. Bu bağlamda rekabet etmeme yükümlüğünün süresi olarak özetlenebilecek yasaklama periyodu kavramına da değinilmiş ve muafiyet kapsamında yer alabilmek için genel olarak yasaklama periyodunun katılımcıların diğer fuarlara katılmakta serbest olduğu açık periyottan uzun olmaması gerektiği ifade edilmiştir. Ancak kararda muafiyet tanınması için gerekli koşulların bulunmadığı değerlendirilmiştir. Kararda bu tespitlerin yanı sıra bazı katılımcıların CNR ve TIAD'a gönderdiği yazılardan da katılımcıların bu tür uç noktalara giden kısıtlamalara sıcak bakmadığı, söz konusu uygulamaları fuar düzenleyicisinin menfaatine, ancak katılımcıların tanıtım ve satış fırsatlarının sınırlanması nedeniyle katılımcıların zararına bir uygulama olarak yorumladığı görülmektedir. Son olarak anılan kararda soruşturma kapsamına dâhil edilen nakliye güvenlik, yeme-içme ve görüntü alma gibi hizmetlerin ana hizmet olan fuara destek niteliğinde olduğu, fuarcılık hizmetinin bir bütün olarak düşünülmesi gerektiği, aksi takdirde sadece mekan sağlamadan ibaret bir organizasyon niteliğine bürüneceği tespiti yapılarak sektörün yapısından kaynaklanan bu durumun Kanun'a aykırılık taşımadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Ancak yukarıda özetlenen 20.10.2000 tarihli, 00-40/443-243 sayılı Rekabet Kurulu kararına konu olan hususlar, Danıştay 10. Dairesinin bu kararda hukuka aykırılık bulunmadığına dair 9.12.2003 tarihli ve 2001/1405 E. ve 2003/4903 K. sayılı kararının, Danıştay İdari Dava Daireleri Kurulunun 03.05.2007 tarihli ve 2004/2661 E., 2007/872 K. sayılı kararı ile "Soruşturmayı yürüten Kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılarak oy kullanmasının hukuka aykırı olduğu" gerekçesiyle bozulması üzerine 26.07.2007 tarihli ve 07-62/736-264 sayılı kararda tekrar ele alınmış, bu kararda da aynı sonuçlara ulaşılmıştır.

- **Dosya No: 2003-4-175**

13.11.2003 tarihli ve 03-73/880-380 sayılı **Akort Tanıtım Organizasyon Fuarcılık Ltd. Şti. ve Gaziantep Sanayi Odası (GSO)'nın aralarında yaptıkları anlaşmalarla fuarcılık sektöründe tekel oluşturmaya ve diğer fuarcılık şirketlerinin faaliyetlerini zorlaştırmaya yönelik davranışlarda buldukları** iddiasının incelendiği kararda, GSO'nun yasal olarak fuar düzenleme yetkisi bulunmadığı halde başka bir fuar şirketini kullanarak fuar düzenlemesine yönelik şikâyetin 4054 sayılı Kanun kapsamında olmadığı değerlendirilmiştir.

- **Dosya No: 2005-4-142**

14.07.2005 tarihli ve 05-47/674-174 sayılı **CNR Uluslararası Fuarçılık ve Ticaret A.Ş. (CNR) ve Hannover Messe International İstanbul Uluslararası Fuarçılık Ltd. Şti. (HMI) arasında akdedilen kira sözleşmesinde rekabet ihlalinin bulunup bulunmadığının tespiti** konulu kararda ise taraflar arasında akdedilen kira sözleşmesinde yer alan rekabet etmeme yükümlülüğüne ilişkin hususlar kararın içeriğini oluşturmaktadır. Kararda fuar düzenleyicisi konumunda bulunan HMI ile fuar alanı işletmecisi konumunda bulunan CNR arasındaki ihtilafın temel sebebi CNR'nin HMI'nın düzenlediği fuarlara benzer konularda düzenlenen diğer fuarlara yakın ve/veya aynı tarihlere gelecek şekilde izin vermesi, dolayısıyla taraflar arasındaki "rekabet etmeme taahhüdüne" aykırı hareket etmesidir. Kararda sözleşmede yer alan rekabet etmeme yükümlülüğü nedeni ile sözleşmenin menfi tespit alamayacağı belirtildikten sonra bireysel muafiyet analizine geçilmiştir. Bu aşamada, aynı ve/veya benzer konu/içerikli ihtisas fuarlarının aynı/yakın zamanlarda düzenlenmesinin bu organizasyonlardan beklenen faydanın teminini zorlaştıracağı, katılımcıların maliyetlerini yükseltebileceği değerlendirilmiştir, fuarlara ilişkin ilgili mevzuattaki iki fuar arasındaki süre sınırlamaları ile de bu tespit desteklenmiştir. Ayrıca CNR'nin İstanbul ili fuar alanı işletmeciliği pazarında hâkim durumda olmadığı tespitine de yer verilmiş, HMI'nın faaliyetlerini TÜYAP fuar alanına kaydıracağı da ifade edilerek halihazırda fiilen uygulanmayan sözleşmenin rekabet etmeme yükümlülüğüne ilişkin hükümler taşısa da muafiyet tanınabilecek bir anlaşma olduğu ve soruşturma açılmasına gerek olmadığı tespiti yapılmıştır. Ancak bu karar Danıştay 13. Dairesinin 8.11.2006 tarihli, 2005/9486 E., 2006/4265 K. sayılı kararı ile *2005 tarihinden itibaren yedi üyeden teşekkül eden Kurul'un bu sayının üzerinde toplantı ve karar yeter sayısı oluşturarak karar alınmasında hukuka uyarlılık bulunmadığı* gerekçesiyle iptal edilmiş ve yapılan önaraştırma sonucunda 03.05.2007 tarihli ve 07-37/376-138 sayı ile önceki kararla aynı doğrultuda bir karar alınmıştır.

- **Dosya No: 2005-4-201**

06.10.2005 tarihli ve 05-65/934-254 sayılı **Tekstil Makine ve Aksesuar Sanayicileri Derneği'nin (TEMSAD) üyelerine göndermiş olduğu bir yazıda TÜYAP Tüm Fuarçılık Yapım A.Ş. (TÜYAP) tarafından düzenlenecek fuara katılımı tavsiye ettiği, buna karşılık başvuru sahibi Teknik Fuarçılık tarafından düzenlenecek fuara katılımı önermediği** iddiasının değerlendirildiği kararda bir teşebbüs birliği olan TEMSAD'ın üyelerini birbirine yakın tarihlerde düzenlenen iki fuardan TÜYAP'ın fuarına yönlendirmesinin rekabeti bozabilecek nitelikte olduğu kanaatine varılmış, bununla birlikte TÜYAP'ın ilgili fuarı rapor tarihi itibarıyla gerçekleştirilmemiş olması ve TEMSAD kararının yaptırım öngörmemesinden hareketle TEMSAD'a 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası kapsamında görüş gönderilmesine karar verilmiştir. Anılan karar Danıştay 13. Dairesinin 23.11.2007 tarihli, 2007/7683 K. sayılı kararı ile TÜYAP'ın müşterilere gönderdiği Teknik Fuarçılık'tan olan alacakların Teknik Fuarçılık'ın fuarlarına katılan katılımcılardan tahsil edileceği yönündeki ihtarnamenin rekabeti kısıtlayıp kısıtlamadığının önaraştırma ile ele alınması gerektiği gerekçesiyle kısmen iptal edilmiş, yapılan önaraştırma neticesinde ise TÜYAP'ın fuar düzenleyicisi olarak ve ayrıca tekstil makineleri sektörüne yönelik fuar alanı işletmeciliği pazarında hâkim durumda olmadığı sonucuna varılarak 08-31/388-129 sayılı kararla şikâyet reddedilmiştir.

- **Dosya No: 2006-4-130**

19.09.2007 tarihli ve 07-74/896-333 sayılı **CNR Uluslararası Fuarçılık ve Ticaret A.Ş. (CNR)'nin NTSR Uluslararası Fuar ve Gösteri Hizmetleri Ltd. Şti. (NTSR)'ye yönelik**

**eylemleri dolayısıyla 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettiği** iddiasının incelendiği soruşturmanın konusunu temel olarak CNR'nin NTSR ile arasında 13 yıldır süregelen bir kira akdi bulunmaktayken, NTSR'nin temel faaliyeti olan tekne fuarı "Uluslararası İstanbul Boat Show" (Boat Show) için 2007 kira sözleşmesinde kabul edilmesi mümkün olmayan şartlar öne sürmek yoluyla bu teşebbüsün faaliyetlerini imkânsız hale getirerek 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiği iddiası oluşturmaktadır. İlgili ürün pazarının "yatçılık ve su sporları fuarının düzenlenmesine uygun fuar alanları işletmeciliği pazarı" olarak tanımlandığı kararda bu konuda denizle bağlantılı mekanlarda (marinalarda) düzenlenen fuarlarla salonlarda düzenlenen fuarlar arasında da ayırım olduğu vurgulanmış, mevsimsel etkilerin de bir diğer etmen olduğu belirtilmiştir. Bu kapsamda Kalamış Setur Marina'nın ve Ataköy Marina'nın CNR ve NTSR tarafından "Boat Show" konusunda düzenlenen fuarlar bakımından alternatif oluşturmadığı belirtilen kararda yatların nakliye koşulları, fuarların alanları, tavan yükseklikleri, katılımcıların ulaşım olanakları vb. hususlar da değerlendirilerek TÜYAP Fuar Alanı ve İDTM'nin işlettiği alanların da CNR Fuar Alanı'na alternatif oluşturmadığı değerlendirilmiştir. Coğrafi bakımdan ise Antalya, İzmir ve Bodrum'da düzenlenen yatçılık ve su sporları fuarlarının gerek fuarın zamanlaması, gerekse fuarların katılımcıları ve ziyaretçileri bakımından, İstanbul'da düzenlenen fuarlara ikame olmadığı belirtilmiş ve ilgili coğrafi pazar "İstanbul" olarak belirlenmiştir. Bu tespitlerden sonra ise pazar payı, müşteri bağımlılığı, kullanılmayan kapasite, dikey bütünlük, potansiyel rekabet gibi unsurlar da değerlendirilerek CNR'nin ilgili ürün pazarı olan yatçılık ve su sporları düzenlenmesine yönelik fuar alanı işletmeciliği pazarında hâkim durumda olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Hâkim durum tespitinden sonra ise kötüye kullanma olup olmadığı incelenmiş; CNR'nin teklif niteliğinde olan kira bedeli üzerinden şikâyetçinin indirim talebinde bulunduğu somut delillerle kanıtlanamaması, CNR'nin İDTM'ye ödediği kira bedelindeki artış, NTSR'ye daha önce uygulanan fiyatların emsallerine kıyasla düşük olması gibi gerekçelerden hareketle NTSR'ye yönelik fiyat artışı kötüye kullanma kapsamında değerlendirilmemiştir. Ancak CNR'nin yatçılık ve su sporlarına yönelik fuar alanı işletmeciliği pazarında hâkim durumda bulunması nedeniyle kendisine alan kiralama talebiyle gelen NTSR'ye veya diğer teşebbüslere emsal kira bedeli üzerinden alan kiralamakla yükümlü olduğunu bildiren bir yazı yazılmasının hâkim durumdaki bir teşebbüse 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinden kaynaklanan sorumluluklarını hatırlatmak açısından yerinde olacağı kanaatine ulaşılmıştır.

06.11.2006 tarihli ve 06-81/1036-300 sayılı kararda ise **CNR'nin NTSR'ye karşı yukarıda 07-74/896-333 sayılı kararda özetlenen eylemleri hakkında geçici tedbir kararı alınması talebi incelenmiş** ve fuar alanı olarak CNR EXPO'nun NTSR'nin Boat Show Fuarı'nı düzenleyebilmesi bakımından alternatifsiz olduğu değerlendirilmesinden hareketle, 06.11.2006 tarihinde 06-81/1035-M sayılı karar ile açılan soruşturma sonucunda alınacak nihai karara kadar "ciddi ve telafi olunamayacak zararların ortaya çıkma ihtimali" bulunması nedeniyle geçici tedbir kararı alınmış, bu kapsamda 9-25 Şubat 2007 tarihleri arasında taraflarca belirlenecek fuar sürecine yönelik olarak 1 ve 2 nolu holler için diğer salonların 2007 yılı kiralamasında dikkate alınan ekonomik ölçütlerin emsal alınmasına karar verilmiştir. Buna karşılık 14.12.2006 tarihli ve 06-90/1149-343 sayılı Kurul kararında ise CNR'nin geçici tedbirin kaldırılması talebi ele alınmış ancak Kurul kararlarına karşı yargı yolunun o dönem Danıştay olduğundan hareketle başvuru reddedilmiştir.

- **Dosya No: 2006-4-237**

28.12.2006 tarihli ve 06-95/1197-362 sayılı **Konya Ticaret Odası Başkanı, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Başkan Yardımcısı, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliğine bağlı Fuarlar Komitesi Başkanı olan Hüseyin Üzülmüş'in, TÜYAP Fuarcılık A.Ş.'yi Konya'da tekel konumuna getirmeye çalıştığı** iddiasının incelendiği kararda şikâyete konu tarafın

teşebbüs niteliğinde olmadığı ayrıca 4054 sayılı Kanun'un 4. ve 6. maddeleri kapsamında da bir ihlal tespit edilmediği belirtilerek önaraştırma yapılmasına ya da soruşturma açılmasına gerek olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

- **Dosya No: 2007-4-24**

22.03.2007 tarihli ve 07-27/224-79 sayılı **CNR Ekspo Uluslararası Fuarçılık ve Ticaret A.Ş.'nin (CNR) fuar alanı işletmeciliğindeki hâkim durumunu, Evrensel Fuarçılık Ltd. Şti.'ye (Evrensel Fuarçılık) yönelik faaliyetleriyle, fuar organizasyonu pazarında kötüye kullandığı** iddiasının incelendiği kararın konusunu özet olarak CNR'nin fuar takviminde Evrensel Fuarçılık'ın benzer konulu fuarının bir hafta öncesine aynı konulu bir fuar ekleyerek Evrensel Fuarçılık'ın faaliyetlerini zorlaştırdığı ve rekabet etmesini engellediği iddiası oluşturmakta olup, kararda CNR'nin fuar organizatörlüğü ya da kalıp ve kalıp teknolojilerine ilişkin fuar düzenleyiciliği pazarında hâkim durumda olmadığı, şikâyetçinin de fuar alanını CNR'den başka bir fuar alanı işletmecisinden kiralamış olması nedeniyle CNR'nin fuar alanı işletmeciliği pazarında hâkim durumda bulunup bulunmadığının da incelenmesine gerek olmadığı sonucuna varılmıştır. Kararda ayrıca bir teşebbüs birliği olan Uluslararası Kalıpçılar Birliği ile CNR arasında sadece CNR'nin düzenlediği fuarlara destek verilmesi yönünde rekabeti bozucu bir anlaşma olduğu iddiası incelenmişse de, bu yönde bir sonuca ulaşılamamıştır.

- **Dosya No: 2007-4-116**

26.07.2007 tarihli ve 07-62/755-270 sayılı **Lütfi Kırdar Fuar Merkezi'nin uygulamalarının rekabete aykırı olduğu** iddiasının incelendiği kararda Lütfi Kırdar Fuar Merkezi tarafından fuara katılan firmaların ihtiyaç duyabilecekleri plazma ekran, projeksiyon, ses sistemi, kiosk gibi ürünlerin anlaşmalı oldukları Armega adlı teşebbüsten alınmasının zorunlu tutulduğu ve bu nedenle başvuru sahibinin aynı ürünleri tedarik eden bir teşebbüs olarak zarar gördüğü konusu ele alınmış, ancak Lütfi Kırdar Fuar Merkezi'nin fuar alanı işletmecisi olarak hâkim durumda bulunmadığı ayrıca fuarçılık sektöründe fuar alanı işletmecisinin genel olarak bir fuarın organizasyonu ile ilgili muhtelif unsurları bir araya getirmek suretiyle fuar alanını kiralamasının yaygın bir uygulama olduğu ve anlaşmanın niteliği gereği olduğu sonucuna varılmıştır.

- **Dosya No: 2008-4-11**

14.02.2008 tarihli ve 08-15/155-M sayılı kararda ise **CNR'nin Rekabet Kurulunun 19.9.2007 tarihli, 07-74/896-333 sayılı kararına ve 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesine muhalefet ederek NTSR Fuar ve Gösteri Hizmetleri Ltd. Şti.'ye (NTSR) fuar alanı kiralamaktan kaçındığı iddiası ve geçici tedbir kararı alınması talebi** ele alınmış, NTSR'nin fuarı gerçekleştirmek istediği tarihten dört ay öncesine kadar ana fuar takvimine eklenme başvurusunda bulunabileceğinden ve taraflar arasında NTSR'nin talebinde belirtilen tarih aralığında bir sözleşme kurulması imkânının halen mevcut olmasından hareketle, 19.09.2007 tarihli, 07- 74/896-333 sayılı Rekabet Kurulu kararında öngörülen yükümlülüklerin CNR'ye hatırlatılması ve Kurul kararının gereklerinin yerine getirilmemesi halinde hakkında 4054 sayılı Kanun çerçevesinde işlem başlatılacağına adı geçen teşebbüse bildirilmesi yeterli görülmüştür.

- **Dosya No: 2008-4-125**

Takip eden süreçte Kurulca alınan 13.10.2009 tarihli ve 09-46/1154-290 sayılı kararda, **CNR'nin 19.09.2007 tarihli ve 07-74/896-333 sayılı ve 04.02.2008 tarihli ve 08-15/155-M sayılı Kurul kararlarına rağmen NTSR'nin fuar alanı kiralamaya yönelik girişimlerine**



**cevap vermediği ve Kurul tarafından kendisine yüklenen yükümlülüklerle uymadığı iddiası** incelemeye konu edilmiştir. Kararda ilgili pazar tanımları adına 07-74/896-333 sayılı kararda yapılan tanımlamaların geçerli olduğu belirtilmiştir. Ayrıca 07-74/896-333 sayılı Soruşturma Nihai Kararı'nda CNR'nin yatçılık ve su sporları fuarlarının düzenlenmesine uygun fuar alanları işletmeciliği pazarında hâkim durumda olduğunun tespitinin yapıldığı, bu anlamda hâkim durum tespitinin yeniden değerlendirmesinin yalnızca ilgili pazarda yaşanan değişikliklere yönelik olacağı belirtilmiştir. Anılan Kurul kararında CNR ve NTSR'nin fuarlarının net alan satışları üzerinden karşılaştırıldığı belirtilerek karar sonrası düzenlenen fuarlar ele alınmış ve 2009 yılında NTSR fuar düzenlemediği için CNR'nin pazar payı %100 olarak saptanmıştır. Ayrıca CNR lehine olarak müşteri bağımlılığı, dikey bütünlük ve kullanılmayan kapasite kriterlerinin de hâkim durum tespitini desteklemeye devam ettikleri anlaşılmıştır. Ek olarak 07-74/896-333 sayılı Soruşturma Nihai Kararı'nda yapım aşamasında olan Zeytinburnu ve Pendik marinaları ile Haliç potansiyel rekabet analizine dâhil edilmiş ve CNR'nin, ilgili ürün pazarı olan yatçılık ve su sporları düzenlenmesine uygun fuar alanı işletmeciliği pazarında hâkim durumunun devam ettiği ancak hizmete açılması halinde Pendik Marina'nın alternatif bir fuar alanı olarak değerlendirilebileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Hâkim durumun kötüye kullanılması halinin tespitine yönelik olarak kararda: NTSR'nin CNR ile arasında çıkan ihtilaf sonucunda fuarını İDTM'ye kaydıracağı ama çeşitli sebeplerden dolayı katılımcı sayısında ciddi düşüşler gözlemlendiği belirtilmiştir. NTSR'nin 2008 yılının Ekim ayında Pendik Marina'da düzenlemeyi öngördüğü fuarın ise marina inşaatının tamamlanamaması sebebiyle gerçekleşmemesi sonucunda NTSR'nin pazardan çıkmak zorunda kalması ihtimalinin doğduğu dile getirilmiştir. Bununla beraber NTSR'nin pazardan çıkmasıyla piyasadaki aktör sayısında azalma olacağı düşünülse de aslında yalnızca iki yıllık bir dönem için pazarda birden fazla aktörün faaliyet gösterdiğine dikkat çekilmiştir. Bu anlamda aslında gerçekleşen durumun hâkim durumun el değiştirmesi olarak görülebileceği belirtilmiştir. Ayrıca hâkim durumun elde değiştirmesinde CNR'nin etkinlik savunması değerlendirilmiş ve fuara destek sağlayan Dentur ile sözleşme imzalamış olması, dikey bütünlük yapının getirdiği avantajlar vb. nedenlerle ortaya NTSR'nin geçmişte düzenlediği fuardan daha etkin bir fuar çıktığı görüşü paylaşılmıştır. Ayrıca CNR'nin 07-74/896-333 sayılı Rekabet Kurulu kararında öngörülen koşulun gereklerini yerine getirmediğinden bahsetmenin ise söz konusu kararda fuar alanının tahsis edilmesine ilişkin olarak herhangi bir zaman aralığı bilgisine yer verilmediği ve NTSR'nin istediği tarihlerin dolu olmasının bildirilmesinden sonra teklif edilen yeni tarihler için fiyat verebileceğinin tarafına bildirilmesi nedeniyle mümkün olmadığı değerlendirilmiştir. Ek olarak CNR ile aynı ekonomik bütünlük içinde yer alan Standart Fuar Servisleri A.Ş'nin, NTSR'den alacaklarını tahsil edemediği bilgisine yer verilmiştir. Sayılan nedenlerle CNR'nin hâkim durumda olması karşısında NTSR'ye fuar alanı kiralamaması eyleminin hâkim durumun kötüye kullanılması olarak değerlendirilemeyeceğine hükmedilmiştir.

Kurulun 20.08.2014 tarihli ve 14-29/596-262 sayılı soruşturma kararı, **Kurulun daha önce CNR hakkında vermiş olduğu 13.10.2009 tarihli ve 09-46/1154-290 sayılı Kurul kararının<sup>188</sup> Danıştay 13. Dairesi tarafından 11.03.2014 tarihli ve 2010/1453 E.,2014/830 K. sayılı karar ile iptali üzerine dosyanın yeniden değerlendirilmesi** konuludur. İlgili Danıştay kararında dava konusu Kurul kararının ilgili pazarlara yönelik değerlendirmeleri yerinde bulunmuş ve CNR'nin ilgili pazarda hâkim durumda olduğu belirtilmiştir. Fakat Kurulca CNR'nin NTSR tarafından talep edilen tarihleri kendiyile aynı ekonomik bütünlük

<sup>188</sup> Bu karar Kurulun CNR'ye 14.2.2008 tarihli ve 08-15/155-M sayılı karar ile fuar alanı kiralama taleplerini ayrımcılık yapmadan karşılaması gerektiğine ilişkin ikinci kez uyarı yazısı göndermesini takiben CNR tarafından ilgili alanın tahsis edilmemesine ilişkin yapılan şikâyet sonucu açılan soruşturma sonucunda verilmiştir.

içerisinde yer alan şirketlere kiraladığı, Ares Fuarcılık'a kiralanan günlerin ise sonradan boşaltıldığı tespiti karşısında ve Kurulca tesis edilen iki kararda da CNR'nin uyarıldığı düşünüldüğünde NTSR tarafından talep edilen dönemler muvazaalı sözleşme yapmak suretiyle dolu gibi gösterildiğinden hâkim durumun kötüye kullanılması durumunun söz konusu olduğu değerlendirilmiştir. Keza CNR'nin sahip olduğu alan içerisinde fuarını düzenleyemeyen NTSR'nin müşteri kaybettiği ve CNR'nin aynı konuda düzenlediği fuarda dikey bütünleşik yapıda olması sebebiyle avantajlı olduğu gerekçesiyle NTSR'nin pazar dışına itilmesinin olası olduğu ve bu durumun rekabeti kısıtlayıcı etki doğurduğu belirtilmiştir. Danıştay kararında belirtilen gerekçelerle Kurul CNR'nin 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiğine ve idari para cezası uygulanmasına karar vermiştir.

- **Dosya No: 2008-4-237**

12.11.2008 tarihli ve 08-63/1040-400 sayılı **İstanbul Fuarcılık A.Ş. ve Otomotiv Distribütörleri Derneği tarafından Mermerler Otomotiv Taşımacılık Turizm Tekstil İnşaat Gıda ve Pazarlama A.Ş.'ye 2008 Autoshow fuar alanında 4. Teşhir Salonu yerine, 7. Teşhir Salonu'nun verildiği, adı geçenlerin uyumlu eylem içinde bulunmak suretiyle yol açtıkları bu durumun dışlayıcı nitelik arz ettiği** iddiasının incelendiği kararda ilgili ürün pazarı fuarın niteliği dikkate alınarak "otomobil sektörüne yönelik uluslararası nitelikteki ihtisas fuarları" olarak tanımlanmıştır. Kararda katılımcılara fuarda tahsis edilen yerlerin ise fuar şirketi ile katılımcılar arasında sözleşme serbestisi dâhilinde ele alınması gerektiği, her katılımcıya tam olarak istediği yerin verilmesinin söz konusu olmayabileceği, katılımcıya fuarda yer tahsisi yapılmış olmasının da şikâyetçinin dışlandığı iddiasını zayıflattığı tespitleri yapılmış ve şikâyet reddedilmiştir.

- **Dosya No: 2009-4-31**

13.05.2009 tarihli ve 09-22/456-114 sayılı **9-12 Nisan 2009 tarihleri arasında İstanbul'da düzenlenecek olan 11. Uluslararası Asansör Fuarı'na şikâyetçi firmaların katılmalarının engellendiği** iddiasının incelendiği kararda özet olarak rakip firmalar ile fuar organizatörü firma arasında şikâyetçi firmayı fuar dışında tutmaya yönelik bir anlaşma olduğu ve İstanbul Fuar Hizmetleri A.Ş.'nin (İFO) asansör sektörüne yönelik uluslararası nitelikteki ihtisas fuarları pazarında hâkim durumda olduğu ve şikâyetçiyi bu fuara almayarak hâkim durumunu kötüye kullandığı iddiaları ele alınmış, bununla birlikte söz konusu durumun İFO ile şikâyetçi arasında önceki senelerde ortaya çıkan bir anlaşmazlığa dayanması ve sonradan tarafların çözüme ulaşması nedeniyle İFO hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

- **Dosya No: 2011-4-53**

04.05.2011 tarihli ve 11-28/549-167 sayılı **Yiğit Mühendislik Asansör Hırd. Elek. San. ve Tic. Ltd. Şti. ile Remsan İnş. Asan. San. Tic. Ltd. Şti.'nin İFO İstanbul Fuar Hizmetleri A.Ş.'nin (İFO) düzenleyeceği "12. Uluslararası Asansör Fuarı"na katılım taleplerinin zımnen reddedildiği** iddiasının incelendiği kararda ise anılan şirketlerin fuara katılım taleplerinin yanıtlanmadığı ve fuara katılımlarının engellendiği iddiaları incelenmiş, inceleme süreci içerisinde İFO'nun başvuru sahibini fuara kabul etmesi nedeniyle soruşturma açılmasına yer olmadığı sonucuna varılmıştır.

- **Dosya No: 2012-4-140**

26.06.2012 tarihli ve 12-35/1000-312 sayılı **TÜYAP Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş.'nin (TÜYAP) "IDEF 2013 11. Uluslararası Savunma Sanayi Fuar İhalesi"nde İstanbul Dünya Ticaret Merkezi (İDTM) ve Türk Silahlı Kuvvetlerini Güçlendirme Vakfı (TSKGV) ile birlikte,**

**İstanbul Fuarcılık A.Ş.'nin ihaleden elenmesi yönünde danışıklı hareket ederek 4054 sayılı Kanun hükümlerini ihlal ettiği** iddiasının incelendiği kararda TÜYAP ile danışıklı hareket ettiği öne sürülen İDTM'nin fuar alanı işletmeciliği pazarında faaliyet gösterdiği, TSKGV'nin ise ihaleyi düzenleyen teşebbüs olarak yer aldığı, anılan teşebbüslerin birbirine rakip olmadıkları bu bağlamda taraflar arasında danışıklı hareket etme ilişkisinin bulunmadığı, İstanbul Fuarcılık' A.Ş.'nin savunma sanayi fuarı yerine ilgili tarihlerde başka bir fuar düzenleyebileceği dolayısıyla alternatifinin bulunduğu, ayrıca TSKGV'nin TÜYAP'ı tercih etmesinde kapasite ve güvenlik gibi haklı gerekçelerinin bulunduğu belirtilerek soruşturma açılmasına gerek görülmemiştir.

- **Dosya No: 2013-4-102**

19.02.2014 tarihli ve 14-07/135-62 sayılı kararda **CNR Holding A.Ş.'nin (CNR), işletmesinde bulunan fuar alanlarında çalışacak stant uygulayıcısı teşebbüslerle yaptığı "Akreditasyon Sözleşmesi" ve çeşitli uygulamalar yoluyla 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'u ihlal ettiği** iddiası değerlendirilmiştir. Stant uygulayıcısı teşebbüsler CNR'nin sahip olduğu alanlarda düzenlenen fuarlar için yaptıkları sözleşmelere yönelik proje onaylarının CNR'nin bünyesinde bulunan bir birim tarafından yapıldığını ve bu birimin esasen kendilerinin rakibi olduğunu, kendilerinden denetim ve onay hizmet ücreti adıyla haksız bir ücret alındığını, kendilerinin anlaşmalı temizlik firmaları olduğu halde temizlik işlerinin CNR tarafından ve piyasa koşullarının beş katı bir bedelle yapılacağını bildirildiğini belirtmişlerdir. Yapılan incelemeler sonucunda CNR'nin, stant projesi onayı ve denetimi görevini kendi iç birimlerince yürütmesinde fuar alanının iyi görünümü, bütünlüğü ile katılımcıların ve ziyaretçilerin güvenliğinin ve huzurunun sağlanması gibi faydaları olduğu anlaşılmıştır. Anılan birimin sunduğu onay ve denetim hizmeti karşılığında ise kurulacak stant alanı üzerinden hesaplanan bir ücret tahsil edilmesinin ilk uygulama döneminde yapıldığı sonradan bu uygulamadan vazgeçildiği görülmüştür. Ayrıca sunulan hizmet karşılığında bir bedel talep edilmesinin 4054 sayılı Kanun uyarınca kötüye kullanma olarak nitelendirilemeyeceği değerlendirilmiştir. Son olarak şikâyete konu temizlik uygulamasının stant uygulayıcısı teşebbüsleri CNR tarafından belirlenen kurallara uymaya ve fuar bitiminden sonra ilgili stant alanını temiz bırakmaya teşvik etmek amaçlı olduğu ve kurallara uyulmaması halinde ortaya çıkacak durumu belirli hale getirdiği anlaşılmıştır. Anılan temizlik bedelinin aşırı olduğu iddiasının ise CNR'nin hâkim durumda bulunmaması sebebiyle 6. madde kapsamında bir ihlal oluşturmadığı saptanmıştır. Anılan açıklamalar dolayısıyla şikâyet reddedilmiş ve soruşturma açılmamasına karar verilmiştir.

- **Dosya No: 2013-4-55**

Kurulun 27.09.2013 tarihli ve 13-55/765-324 sayılı kararında **Tüyap Konya Fuarcılık A.Ş.'nin düzenlediği Konya Tarım 2013 Fuarına katılan firmaların kötü hava koşullarından dolayı uğradıkları maddi zarara ilişkin olarak dava açmaları nedeniyle, Tüyap Bursa Fuarcılık A.Ş. tarafından Bursa Tarım 2013 Fuarına ilişkin katılım başvurularının reddedildiği iddiası** değerlendirilmiştir. Kararda ilgili ürün pazarı "tarım, seracılık, hayvancılık ve teknolojileri fuar hizmetleri", ilgili coğrafi pazar ise "Türkiye" olarak belirlenmiştir. TÜYAP'ın Konya Tarım 2013 fuarında yaşanan sıkıntılardan dolayı tarım fuarlarının yapısında küçülmeye gittiğini ve bu yüzden ihtilafli olduğu şirkete (ve diğer bazı şirketlere) alan tahsisi yapmadığını belirttiği bilgisine yer verilmiştir. Yapılan inceleme sonucunda ülkemizde birçoğu Marmara ve Ege Bölgesinde düzenlenmekte olan 50'ye yakın tarım, seracılık, hayvancılık ve teknolojileri fuarı olduğu, şikâyetçi şirketin ve bayilerinin de bu fuarlardan çoğuna katılım gösterdiği tespit edilmiştir. Bu anlamda şikâyetçinin katılım gösteremediğini belirttiği fuara eş değer nitelikte birçok fuar olmasının yanında TÜYAP'ın

tarım fuarlarının, ilgili ürün pazarındaki payı dikkate alındığında ortada bir hâkim durumun olduğundan bahsedilemeyeceğinden soruşturma açılmamasına karar verilmiştir.

- **Dosya No: 2015-4-27**

Takip eden süreçte, Kurulun 01.09.2015 tarihli ve 15-34/513-161 sayılı önaraştırma kararında, **yukarıda sayılan şikâyetçi şirketlerin 2014 ve 2015 yıllarında da benzer durumun devam ettiği iddiası** değerlendirilmiştir. Kurulca tekraren yapılan incelemede TÜYAP tarafından gerçekleştirilen tarım fuarına katılmamanın, başvuru sahiplerinin ticari faaliyetlerinin devamı için vazgeçilmez olmadığı belirtilmiştir. Ayrıca TÜYAP'ın tahsis ettiği alanlarda, Konya Tarım 2013 Fuarından sonra %20'lik bir kapasite azalmasına gitmesinin de haklı gerekçe oluşturduğu vurgulanmıştır. Ayrıca 13-17 Ekim 2015 tarihleri arasında TÜYAP tarafından düzenlenmesi planlanan Bursa Tarım Fuarı için başvuru sahiplerinin her biri ile katılım sözleşmesi imzalanmış olmasının da başvuru konusunu oluşturan, TÜYAP'ın 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesine aykırı olarak hizmet vermeyi durdurduğu ya da sözleşme yapmayı reddettiği iddiasını dayanaksız bıraktığı değerlendirilmiştir.

- **Dosya No: 2013-4-78**

Kurulun 06.11.2013 tarihli ve 13-62/861-368 sayılı önaraştırma kararında, **Congresium ATO Uluslararası Kongre ve Fuar Merkezi'nin (CONGRESIUM) işletmecisi tarafından, şikâyetçinin mobilya fuarı düzenlemek amacıyla yer tahsisi talebinin reddi** incelenmiştir. Talebi reddedilen A ve A Fuarcılık Organizasyon ve Tic. Ltd. Şti. (A&A) Ankara'da mobilya fuarı düzenlenebilecek tek alanın CONGRESIUM olduğunu ve tüm ağır şartları kabul etmesine rağmen 2011, 2012 ve 2013 yıllarında mobilya fuarı düzenlediği bu merkezde kendilerine alan tahsisi yapılmadığını belirtmektedir. Kurul yaptığı değerlendirmede CONGRESIUM'un A&A için vazgeçilemez nitelikte olmadığını, Atatürk Kültür Merkezi'nde (AKM) fuar düzenleyebileceği gibi Ankara dışındaki bir merkezde de mobilya fuarı düzenleyebileceğini belirtmiştir. Kurul bunun yanında; CONGRESIUM'un alan tahsisi konusunda teşebbüslere eşit yaklaştığını, A&A tarafından sözleşmede yer alan mücbir sebep ve sözleşme bedelinin ödenmemesi durumunda tek taraflı feshetme gibi ticari riskler taşıyan hükümlerde değişiklikler talep edilmesinin ve geçmişte fuarın düzenlenmesine kısa bir süre kala fuarını iptal edilmesi gibi nedenlerin CONGRESIUM'un sözleşme yapmamakta objektif kriterlere dayanmasında gerekçe oluşturduğunu değerlendirmiştir. Sayılan sebeplerle Kurul soruşturma açılmamasına karar vermiştir.

Bununla birlikte, izleyen süreçte Kurulun mezkûr önaraştırma kararı Ankara 3. İdare Mahkemesinin 02.02.2015 tarihli ve 2014/334 E., 2015/155 K. sayılı kararı ile iptal edilmiştir. Bahse konu İdare Mahkemesi kararında; şikâyet konusu hizmetin verileceği yer ile ilgili, Kurulun, bahse konu fuarın AKM ve ANFA Ankara Altpark İşletmeleri Ltd. Şti.'de ya da çadır kurarak da yapılabileceği veya esnafın başka illere de götürülebileceği yönündeki değerlendirme ve yaklaşımının, rekabetin ihlaline ilişkin her türlü şikâyet başvurusunun reddinin gerekçesini oluşturabileceği gerekçesi ile makul olmadığı, ayrıca hâkim durumda olan firmaların kötü niyetli olmadığından söz edilebilmesi için, 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinde yer alan *"eşit durumdaki alıcılara aynı ve eşit hak, yükümlülük ve edimler için farklı şartlar ileri sürerek, doğrudan ve dolaylı olarak ayrımcılık yapılması"* olarak değerlendirilebilecek davranışlar içerisinde olmadığını hiçbir şüpheye yer bırakmayacak şekilde ortaya konulmuş olması gerektiği, ancak dosya konusu şikâyet kapsamında birtakım şüpheler giderilmeden karar alındığı ifade edilmiştir.

Mahkemenin ilgili kararı üzerine **aynı konuya ilişkin başlatılan soruşturma** sonucunda verilen Kurulun 27.10.2016 tarihli ve 16-35/604-269 sayılı kararında ilgili ürün pazarının tanımlanmasına yönelik hem talep hem de arz ikamesi açısından bakıldığında, ihtisas

fuvarlarının birbirlerinin ikamesi olmadıkları ve her bir ihtisas fuvarının ayrı bir ürün olduğu tespiti yapılmaktadır. Bunun yanında uluslararası ve ulusal fuvarların; fuvar alanının fiziki özellikleri ve yabancı asgari katılımcı/ziyaretçi sayılarının sağlanması zorunluluğu gibi kriterler dolayısıyla birbirinden ayrı değerlendirilmesi gerektiği saptanmıştır. Bu anlamda ilgili ürün pazarı “uluslararası mobilya ve dekorasyon fuarı” olarak belirlenmiştir. Ayrıca mobilya fuvarları özelinde katılımcıların ve ziyaretçilerin tercihleri göz önünde tutularak coğrafi pazar “Ankara İli” olarak tanımlanmıştır.

Hâkim durumun tespiti adına ilk safhada Ankara’da düzenlenen mobilya fuvarlarında ve uluslararası fuvarlarda CONGRESIUM’un payı dikkate alınmıştır. Pazara giriş engellerinin değerlendirilmesi aşamasında fuvar alanlarının yatırımının genel olarak kamu kaynaklı kurum ve kuruluşlarca karşılanabildiğine dikkat çekilmiştir. Ayrıca bir alanı kiralama yoluyla işletme şansının mevcut koşullarda Ankara’da uygun bir alan olmaması nedeniyle mümkün olmadığı değerlendirilmiştir. Ek olarak pazardaki rakiplerin rekabetçi baskı yaratabilecek nitelikte alanlara sahip olmamasının ve CONGRESIUM’un dikey bütünleşik yapısından doğan pazar gücünün de altı çizilmiştir. Sayılan nedenlerle teşebbüsün Ankara’da uluslararası nitelikte fuvar düzenlemeye uygun alan işletmeciliği pazarında hâkim durumda olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Sözleşme yapmanın reddi biçiminde somutlaşan hâkim durumun kötüye kullanılması halinin değerlendirilmesinde; CONGRESIUM tarafından temel olarak ileri sürülen gerekçenin A&A’nın kötü niyetli olması ve 2012 yılındaki fuarı iptal ederek ticari kredibilitesini azaltması olduğu belirtilmiştir. Yapılan değerlendirmede fuarcılık sektörünün değişkenliğine değinilmiş ve sözleşme tarafının sözleşme hükümleri üzerinde tadil istemesinin haklı gerekçe oluşturmayacağı saptanmıştır. Ayrıca A&A’nın uzun yıllardır fuvar düzenleyen bir şirket olarak kredibilitesinin bulunduğu ve ticari güvenilirliğe yönelik olarak CONGRESIUM tarafından yapılan açıklamaların kabul göremeyeceği belirtilmiştir.

Kurul, AKM’de mobilya fuarı düzenleme imkânı olmasına rağmen mobilya fuvarında sergilenen ürünlerin özellikleri nazara alındığında, bunların güneş ışığı, yağmur, rüzgâr gibi iklim elemanlarının bulunmadığı kapalı alanlarda sergilenmesi gerektiği sonucuna ulaşarak ihlal iddiasının ilişkili olduğu dönemde CONGRESIUM fuvar alanının ikamesinin bulunmadığı ve nesnel olarak gerekli olduğu kanaatine varmıştır. Keza A&A’nın diğer fuvar alanlarında fuvarını sürdürmesinin mümkün olmayacağından bahisle pazar dışına itilmesinin de olası olduğu değerlendirilmiştir. Sayılan nedenlerle CONGRESIUM’un hâkim durumu sözleşme yapmanın reddi suretiyle kötüye kullandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Kararda ayrıca gerek CONGRESIUM’un gerek GL Events Fuarcılık A.Ş.’nin (GLEX) aşırı fiyat uygulayıp uygulamadığı incelenmiştir. CONGRESIUM’un özellikle 2014-2015 yıllarında bazı fuvarlar bakımından eş değer kabul edilebilecek fuvar alanlarının bazılarında daha fazla metrekare fiyatı uyguladığı, ancak yüksek fiyat politikasının süreklilik arz etmediği ve kayda değer sayıdaki birtakım fuvarlar için zaman zaman muadil fuvar alanlarından da daha düşük fiyat uyguladığı; hatta hemen her fuvarda daha rekabetçi bir pazarda hizmet veren CNR fuvar alanından düşük birim fiyatı ile hizmet verdiği tespit edilmiş ve herhangi bir ihlal tespiti yapılmamıştır. GLEX adına ise şirketin düzenlediği ANKAFF fuarı ile diğer mobilya fuvarlarının fiyatları çerçevesinde yapılan değerlendirmeler neticesinde, ANKAFF’ın fiyatlarının sürekli ve aşırı bir şekilde rakiplerinden fazla olmadığı görüldüğünden aşırı fiyat uygulanmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

- **Dosya No: 2016-4-45**

Kurulun 11.01.2017 tarihli ve 17-02/17-8 sayılı kararı, **Maktek Avrasya Takım Tezgahları, Metal Sac İşleme Makineleri Tutucular Kesici Takımlar Kalite Kontrol Ölçüm Sistemleri,**

**CAD/CAM PLM yazılımları ve Üretim Teknolojileri Fuarı'nda sıra olduğu gerekçesiyle şikâyetçiye uygun yer tahsisi yapılmadığı, bununla birlikte yeni kurulmuş olan firmalara sırada olmamalarına rağmen öncelik tanınarak şikâyetçiye ayrımcılık yapıldığı iddiası** incelenmiştir. İlgili ürün pazarının “metal işleme, kesme, kaynak, akışkan, döküm, kalıp, yan sanayiler fuar düzenleyiciliği hizmetleri” pazarı, ilgili coğrafi pazarın “Türkiye” olarak belirlendiği dosya kapsamında şikâyetçi 2014 yılında MAKTEK fuarına kendisine istediği yerin tahsis edilmemesi nedeniyle katılmadığını 2016 yılında yapılan fuara ise katılmasına rağmen tahsis edilen yerin kötü olması nedeniyle verim alamadığını belirtmiştir. 4054 sayılı Kanun'un 6.maddesi kapsamında değerlendirilebilecek bir ayrımcılık durumunun tespitine yönelik yapılan araştırmada öncelikle alıcıların eşit konumda bulunup bulunmadığı incelenmiştir. İlgili fuar için bazı şirketlerin uzun yıllardır stant alanı kiralyor olması, şirketlerin kiraladığı stant alanlarının büyüklüğü gibi bazı kriterlerden dolayı alıcıların eşit pozisyonda bulunmadığı tespit edilmiştir. Keza TÜYAP tarafından katılımcılarla yapılan sözleşmelerin tip sözleşme olduğu yalnızca stant alanına ilişkin kısmın yukarıda sayılan kriterlere bağlı olarak değiştiği görülmüştür. Vazgeçilmezlik koşulunun değerlendirilmesi sonucunda ise MAKTEK fuarının sektör için büyük bir fuar olmasına rağmen şikâyetçinin ikame bir fuar olan WIN Metalworking fuarı için alan rezerve ettiği ve aynı konuda yine TÜYAP'ın Bursa'da ve Konya'da fuar düzenlediği görüldüğünden vazgeçilmezlik durumunun olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca şikâyetçinin fuara ilk defa katılacak olması yanında düzenleyicilerin stant alanlarının alıcılara dağıtılması konusundaki tercihlerini, ziyaretçilerle daha önce de fuara katılmış olan firmaları bir araya getirerek fuarın kalıcılığını artırmak ve sürekliliğini sağlamak noktasında şekillendirdiği değerlendirilerek TÜYAP'ın şikâyet konusu eyleminin haklı bir gerekçe de taşıyabileceği ifade edilmiştir. Anılan sebeplerle Kurul şikâyete konu davranışın 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi çerçevesinde hâkim durumun kötüye kullanılması olarak değerlendirilemeyeceği sonucuna ulaşmıştır.

**- Dosya No: 2016-4-60**

Kurulun 23.03.2017 tarihli ve 17-11/132-60 sayılı kararı, **İzfaş İzmir Fuarçılık Hizmetleri Kültür ve Sanat İşleri Ticaret A.Ş.'nin (İZFAŞ) plastik ve metal işleme sektöründe fuar düzenleyen teşebbüsle sözleşme yapmayı reddederek teşebbüsü piyasa dışına çıkardığı ve ilgili fuarın düzenlenmesini Tüyap Tüm Fuarçılık Yapım A.Ş.'ye (TÜYAP) bırakarak TÜYAP'ın tekel konuma gelmesine sebep olduğu, TÜYAP'ın hemen hemen tüm illerdeki fuar alanlarını işletmeye başladığı ve diğer fuar düzenleyicilerini piyasadan dışladığı iddiasını** konu edinmiştir. Karar içerisinde geçmiş tarihli kurul kararlarında olduğu gibi her bir ihtisas fuarına ilişkin fuar alanı işletmeciliğinin ayrı birer ilgili ürün pazarı olduğu belirtilmiş ve sözleşme yenilenmediği belirtilen iki fuarın konusu temel alınarak “*metal işleme teknolojileri fuarlarının düzenlenmesine uygun fuar alanları işletmeciliği pazarı*” ve “*plastik&ambalaj teknolojileri fuarlarının düzenlenmesine uygun fuar alanları işletmeciliği pazarı*” ilgili ürün pazarı olarak belirtilmiştir. Her iki fuar konusu için de İzmir dışındaki şehirlerin fuar düzenlemeye uygun olduğu, katılımcıların yurt içi ve yurt dışı farklı bölgelerden katılım sağlayabildiği ifade edilmektedir. Keza şikâyetçinin fuarının katılımcılarının illere göre dağılımı da bu değerlendirmeyi doğrulamaktadır. Bu nedenle kararda ilgili coğrafi pazar “Türkiye” olarak belirlenmiştir.

Şikâyet konusunu oluşturan sözleşme yapmanın reddi durumunun değerlendirilmesi adına ilgili pazarın tanımlanması kısmında olduğu gibi, metal işleme teknolojileri ve plastik & ambalaj teknolojileri fuarları için İzmir dışındaki alternatif fuar yerlerinin bulunduğu illerin Adana, Antalya, Bursa, Diyarbakır, Gaziantep, İstanbul, Kayseri, Kocaeli, Konya ve Samsun olduğu belirtilmiş ve şikâyetçinin İPAF fuarını 2011, 2012 ve 2013 yıllarında İFM'de yaptığı vurgulanarak İZFAŞ'ın vazgeçilemez nitelik taşımadığı değerlendirilmiştir. Ayrıca İZFAŞ

bünyesinde 2014, 2015 ve 2016 yıllarında herhangi bir plastik & ambalaj teknolojileri fuarı düzenlenmemesine rağmen başvuru sahibi Yağmur Fuarçılık'ın da bu yönde bir talebi olmadığı ve 2014-2016 yıllarında İstanbul'da dahi bu fuarı düzenlemediği görüldüğünden bu fuar için bir sözleşme yapmayı reddetme durumundan bahsedilemeyeceği belirtilmiştir. 3T fuarı adına yapılan değerlendirmede ise TÜYAP'ın Diyarbakır, Samsun, Adana, Konya ve Bursa'daki başlıca fuar alanlarının kullanım hakkını uzun süreli kira sözleşmeleri ile kontrolünde bulundursa da, dönemsel kiralanmış fuar alanları bakımından Yağmur Fuarçılık'ın hala alternatiflerinin bulunduğu ve dönemsel kiralanmış İzmir, Kayseri ve Kocaeli'ndeki fuar alanlarında farklı tarihlerde 3T fuarının düzenlenebileceği belirtilmiştir.

Şikâyet konusu eylemlerde objektif haklı gerekçenin bulunup bulunmadığına yönelik inceleme sonucunda; İZFAŞ'ın ekonomik çerçevede kamu yararını gözetmesinin, fuarı büyütmek istemesinin ve bu bağlamda sektörden gelen talepleri de gözeterek, fuar alanını daha fazla hol kiralama talebinde bulunan ve daha fazla ekonomik getiri sağlayacak TÜYAP'a tahsis etmesinin meşru menfaatin varlığına işaret ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Keza Yağmur Fuarçılık'ın üç hol birden kiralamayı istememesi de haklı gerekçe olarak gösterilmiştir. Bu anlamda dosya kapsamında hâkim durumun kötüye kullanılması halinin olmadığı karar yansımıştır.

Kararda değerlendirilen diğer bir husus da İZFAŞ'ın fuar alanını Yağmur Fuarçılık yerine TÜYAP'a vererek TÜYAP'ın tekel konumuna gelmesine sebep olduğu, TÜYAP'ın hemen hemen tüm illerdeki fuar alanlarını işletmeye başladığı ve diğer fuar düzenleyicilerini piyasadan dışladığı iddiasıdır. Başvuru konusu bu husus içerisinde herhangi bir dışlama iddiasının bulunmaması nedeniyle 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi kapsamında bir değerlendirme yapılmıştır. TÜYAP'ın işlettiği fuar merkezlerindeki sözleşmelerinin ve geçmiş tarihli Kurul kararlarının incelenmesi sonucunda mezkûr kira sözleşmeleri aracılığıyla TÜYAP'ın ilgili fuar alanları üzerinde belirleyici etki uygulayabilme olanağına kavuştuğu, sözleşmelerin süresi de göz önüne alındığında ilgili sözleşmeler yoluyla 2010/4 sayılı Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ'in 5. maddesi kapsamında fuar merkezlerinin kontrolünde sözleşme süresi boyunca kalıcı değişiklik meydana geldiği ve söz konusu kira sözleşmelerinin birer devralma olarak nitelendirilebileceği değerlendirilmiştir. TÜYAP'ın işlettiği Bursa, Adana ve Konya'daki merkezlerin TÜYAP öncesinde de faaliyette bulunmasından dolayı ciro atfedilebilir varlıklar olduğu ve ilgili devralmaların Kurula bildirilmesi zorunlu işlemlerden olduğu gerekçesiyle yapılan değerlendirme sonucunda ise; işlemlerle alakalı soruşturma zamanaşımı geçtiğinden mezkûr devralma işlemlerine ilişkin olarak 4054 sayılı Kanun çerçevesinde işlem tesis edilemeyeceği kanaatine varılmıştır.

### **Birleşme ve Devralmalar:**

#### **- Dosya No: D4/1/C.A.-00/2**

Kurulun 05.12.2000 tarihli ve 00-48/508-276 sayılı devralma kararında, **ITE Group Plc. (ITE) tarafından İstanbul Fuarçılık A.Ş.'nin %50 oranındaki ve AFEKS Organizasyon Pazarlama ve Ticaret A.Ş.'nin %50 oranındaki hisselerinin devralınması** işleminin ciro ve pazar payı eşiklerinin altında kaldığına dolayısıyla izne tabi olmadığına hükmedilmiştir. Tarafların fuar düzenleyiciliği faaliyetinde bulunması nedeniyle ilgili ürün pazarı olarak "*fuar organizatörlüğü hizmetleri pazarı*" belirlenmiş olup tarafların düzenlediği fuarlardaki katılımcı ve ziyaretçilerin tüm ülke çapından olması nedeniyle ilgili coğrafi pazar "*Türkiye Cumhuriyeti Sınırları*" olarak tanımlanmıştır.

- **Dosya No: 2005-4-241**

Kurulun 01.12.2005 tarihli ve 05-80/1107-318 sayılı kararında, **İş Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı A.Ş. ve Niderlandese Financierings Maatschappij Voor Ontwikkelingsladen N.V.'nin Tüyp Holding A.Ş.'nin sermaye artırımına iştirak etmek suretiyle söz konusu şirketin paylarının sırasıyla %29,75'ini ve %21,25'ini devralmaları işlemine izin verilmesi** talebi incelenmiştir. Kararda ciro eşiklerinin aşılması nedeniyle izne tabi olan işlemde devralan tarafların ilgili ürün pazarında bir faaliyetleri olmaması sebebiyle bir hâkim durumun yaratılması ya da var olan bir hâkim durumun güçlendirilmesi durumunun söz konusu olmadığı değerlendirilmiştir.

İlgili ürün pazarının "*fuar organizatörlüğü hizmetleri pazarı*" ilgili coğrafi pazarın ise "*Türkiye Cumhuriyeti Sınırları*" olarak belirlendiği işlem ayrıca satıcılara yönelik getirilen bir rekabet yasağını ihtiva etmektedir. Mevcut pay sahiplerinin ve bunların ailelerinin doğrudan veya dolaylı olarak (herhangi bir 3. kişi aracılığıyla), kendi namına veya başkası nam ve/veya hesabına ve sayılan şirketler kanalıyla birçok açıdan Tüyp Holding A.Ş. ve iştirakleriyle rekabet etmeyeceğini düzenleyen sözleşme maddesinin devralmadan itibaren iki yıl süre ile yürürlükte kalacağı düzenlenmektedir. Bu yasak, kararda "yoğunlaşma ile doğrudan ilgili ve gerekli olma", "sadece taraflar açısından kısıtlayıcı olma" ve "orantılılık" kriterlerini sağladığı gerekçesiyle bir yan sınırlama olarak kabul edilmiş ve mevcut pay sahiplerine iki yıl süreyle getirilen rekabet etmeme yükümlülüğünün makul bir yan sınırlama olduğu kanaatiyle işleme izin verilmiştir.

- **Dosya No:2006-4-199**

Kurulun 15.02.2007 tarihli ve 07-14/123-42 sayılı kararında **İş Girişim ve FMO'nun Tüyp Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş. 'de (Tüyp Tüm) sahip oldukları %51 oranındaki hisselerinin Seher Zeynep ÜNAL ve Fuar Destek Hizmetleri A.Ş.'ye devredilmesi** işlemine izin verilmesi talebi incelenmiştir. 28.02.2006 tarihinde Tüyp Tüm ile Tüyp Holding A.Ş.'nin Tüyp Tüm'ün hukuksal çatısı altında birleştiği belirtilen karar sonucunda, ciro eşiklerinin aşılması sebebiyle izne tabi olduğu belirtilen işleme 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesinde belirtilen nitelikte hâkim durum yaratılmasının veya mevcut hâkim durumun güçlendirilmesinin ve böylece ilgili pazarda rekabetin önemli ölçüde azaltılmasının söz konusu olmadığı gerekçesiyle izin verilmiştir. Bu kararda da Kurulun önceki tarihlerinde yapılan ilgili pazar tanımları korunmuştur. Kurulun 01.03.2007 tarihli ve 07-18/178-57 sayılı kararında ise 05.02.2007 tarihli ve 07-14/123-42 sayılı Kurul kararındaki devralan tarafa yönelik tashih talebi değerlendirilmiştir. Kurul kararlarına karşı dava yolundan başka kullanılabilecek bir itiraz yolunun öngörülmediği ifade edilen karar sonucunda tashih talebi reddedilmiştir.

- **Dosya No:2009-4-60**

Kurulun 15.07.2009 tarihli ve 09-33/736-174 sayılı kararı **Bileşim Yay. Fuarcılık ve Tan. Hizm. A.Ş. (Bileşim A.Ş.), Mustafa ÜSTÜN, Zakire Gül ÜSTÜN ve Melis ÜSTÜN'e ait, Hannover Messe Bileşim Fuarcılık A.Ş.'nin (HM Bileşim) %40'ını temsil eden hisselerin, söz konusu şirketin %50 hissesine sahip olan Hannover Messe International İstanbul Uluslararası Fuarcılık Ltd. Şti. (HFT) ve diğer grup şirketleri tarafından devralınması işlemine izin verilmesi** talebini değerlendirmektedir. İlgili pazar tanımına yer verilmeyen kararda, HFT ve iştiraki niteliğindeki teşebbüslerin düzenlediği fuarların konu kodlarına ve o alanda rakip teşebbüsler tarafından düzenlenen fuar sayılarına yer verilerek ülkemizde düzenlenen ulusal ve uluslararası tüm ihtisas fuarlarını kapsayan geniş bir pazar perspektifindense daha dar bir yaklaşım izlenmiştir. Düzenlenen fuarlar kendi konu grupları içerisinde daha dar bir pazar perspektifinde değerlendirilse dahi, 31 numaralı konu grubu



(lojistik, taşımacılık, depolama, istifleme) dışında, rekabetçi bir yapının gözlemlendiği tespiti yapılmıştır. 31 numaralı konu grubunda ülkemizde düzenlenen üç fuardan ikisinin rakiplerce birininse devralan ve hisseleri devredilen teşebbüs tarafından ortak olarak düzenlediği, dolayısıyla kontrol değişikliği gerçekleştiğinde pazarın mevcut yapısında herhangi bir yoğunlaşma yaratmayacağı neticesine varılmıştır. Bunun yanında bildirim konu sözleşmenin ilgili hükümlerine göre, devreden taraf olan Bileşim A.Ş. ve diğer gerçek kişilere, devre konu teşebbüsün faaliyet alanları ile sınırlı olmak kaydıyla üç yıl boyunca rekabet etmeme yükümlülüğü getirilmiştir. Bu yasağın “yoğunlaşma ile doğrudan ilgili ve gerekli olma”, “sadece taraflar açısından kısıtlayıcı olma” ve “orantılılık” kriterlerini taşıdığından bahisle bir yan sınırlama olduğu değerlendirilmiş ve işleme izin verilmiştir.

- **Dosya No: 2010-4-15**

Kurulun 18.02.2010 tarihli ve 10-18/201-76 sayılı **kararında ITE Holdings B.V. ve Zeliha Ceyda EREM tarafından kurulan ortak girişim şirketi olan İstanbul Fuarçılık A.Ş.’nin sona erdirilerek, işlerinin ve malvarlıklarının taraflar arasında bölünmesi işlemine izin verilmesi** talebi değerlendirilmiştir. İlgili pazar tanımı yapılmayan karar kapsamında işlemin bildirim tabi olduğu belirlenmiştir. Kontrol değişikliğinin sektördeki yoğunlaşma üzerindeki etkisini saptamaya yönelik olarak; fuarların niteliği, tüketici perspektifinden talep ikamesi ve arz ikamesi de göz önüne alındığında, daha dar bir pazar perspektifinden analiz yapılsa dahi, tarafların faaliyet gösterdiği fuar konuları itibariyle rekabetçi bir pazar yapısından bahsetmenin mümkün olduğu değerlendirilmiştir. Taraflar arasındaki varlık devir sözleşmesi uyarınca getirilen rekabet yasakları da yan sınırlamanın şartlarını haiz olarak görülmüş ve işlemin rekabetçi bir sorun ortaya çıkarmayacağından bahisle izin kararı verilmiştir.

- **Dosya No: 2010-4-148**

Kurulun 02.12.2010 tarihli ve 10-75/1539- 593 sayılı kararında **Rotaforte Reklam Fuar Org. Tan. Tic. Enternasyonel A.Ş. (Rotaforte Reklam) ve Rotaforte Yayıncılık Reklam İletişim ve Aracılık Ltd. Şti.’ye (Rotaforte Yayıncılık) ait maddi ve maddi olmayan varlıkların Rotaforte Uluslararası Fuarçılık A.Ş. (Rotaforte Fuarçılık) tarafından ve United Exhibitions Ltd’nin Rotaforte Fuarçılık’ta sahip olduğu %65 oranında hissenin United Professionals Media S.a.r.l. (United Media) tarafından devralınması işlemlerine izin verilmesi** talebi incelenmiştir. Devre konu varlıklar arasında Rotaforte Reklam tarafından organize edilen ve “altın, mücevher, saat” sektörüne yönelik olarak yılda iki defa düzenlenen “İstanbul Jewelry Show” adlı fuar da bulunmaktadır. Kurul kararında önceki tarihli devralma kararlarında yapılan ilgili pazar tanımları korunmuş ve ilgili işlemin taraflarının toplam pazar paylarının ve cirolarının Tebliğ’de öngörülen eşikleri aşmaması nedeniyle izne tabi olmadığına hükmedilmiştir.

- **Dosya No: 2012-4-11**

Kurulun 23.02.2012 tarihli ve 12-08/243-74 sayılı kararında **UBM İstanbul Fuarçılık ve Gösteri Hizmetleri A.Ş.’nin, United Professional Media Sarl’nin tek kontrolünden, United Professional Media Sarl ve UFAS B.V.’nin ortak kontrolüne geçmesi işlemine izin verilmesi** talebi incelenmiştir. İlgili ürün pazarının “*fuar hizmetleri pazarı*” ilgili coğrafi pazarın ise “*Türkiye*” olarak tanımlandığı kararda bildirim konusu işlemin izne tabi olduğu ve 4054 sayılı Kanun’un 7. maddesi kapsamında bir hâkim durumun yaratılması veya mevcut bir hâkim durumun güçlendirilmesi ve böylece rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunun meydana gelmeyeceğinden bahisle işleme izin verilmesine karar verilmiştir.

- **Dosya No: 2014-4-36**

Kurulun 25.06.2014 tarihli ve 14-22/432-195 sayılı kararında **Reed CEE GmbH tarafından %50 oranında hissesinin devralınması ile Tüyap Endüstri Fuarcılık A.Ş.'nin Tüyap Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş. ve Reed CEE GmbH ortak girişimine dönüştürülmesi işlemine izin verilmesi** talebi incelemeye konu olmuştur. İlgili eşiklerin aşılması sonucunda izne tabi olduğu görülen işleme, hâkim durum yaratılmasının veya mevcut hâkim durumun güçlendirilmesinin ve böylece rekabetin önemli ölçüde azaltılmasının söz konusu olmaması nedeniyle izin verilmesine karar verilmiştir.

- **Dosya No: 2017-4-61**

Kurulun 09.11.2017 tarihli ve 17-36/586-258 sayılı kararında **EXPO 2016 Antalya Uluslararası Sergi ve Fuar Alanının üzerinde yer aldığı, mülkiyeti Maliye Hazinesine ait Antalya ili, Aksu ilçesi, Solak köyü, 13202 ada 166 parsel ile 13203 ada 67, 68, 69 ve 70 no'lu parsellerde yer alan 1.094.671,44 m<sup>2</sup> yüzölçümlü taşınmazların, özelleştirme yoluyla devri işlemine izin verilmesi** talebi incelenmiştir. Özelleştirme Tebliği hükümleri uyarınca bir özelleştirme sayılan ilgili işlem, özelleştirme işlemine konu taşınmazlar üzerinde icra edilen faaliyetlerden elde edilen toplam cironun Özelleştirme Tebliği'nde yer verilen ciro eşiklerini aşmaması sebebiyle Kurulun iznine tabi bulunmamıştır.

- **Dosya No: 2018-4-9**

Kurul 08.03.2018 tarihli ve 18-07/116-62 sayılı kararında; **UBM Plc.'nin tüm hisselerinin ve tek kontrolünün Informa Plc. tarafından devralınması işlemine izin verilmesi** talebini değerlendirmiştir. İşlem taraflarının ikisinin de Türkiye'de B2B bilgi hizmetleri ve B2B fuarları pazarında faaliyet gösterdiği anlaşılmıştır. Tarafların bu iki pazardaki paylarının düşük olduğu tespit edilmiş olup ve piyasada önemli rakiplerin mevcut olduğundan bahisle hâkim durum yaratılması veya mevcut hâkim durumun güçlendirilmesi durumlarının ortaya çıkmayacağı değerlendirilmiştir.

### Fuarcılık Sektörüne İlişkin Rekabet Kurulu Kararları

Karar No (Dosya No)	Türü	İlgili Kanun Maddesi	Konusu	İlgili Pazar				Kurul Kararı	Yargı Aşaması Sonuç
				Fuar Alanı İşletmeciliği		Fuar Düzenleyiciliği			
				Ürün Pazarı	Coğrafi Pazar	Ürün Pazarı	Coğrafi Pazar		
00-40/443-243 (D4/1/A.1.-99/2)	Soruşturma	4	CNR tarafından düzenlenen TATEF metal işleme fuarına katılmak isteyen firmaların aynı yıl, aynı konuda düzenlenecek başka fuarlara katılmalarının engellenmesi ve TİAD tarafından tek fuara katılma yönünde alınan teşebbüs birliği kararı ve bu kararın uygulanmasını sağlamak amacıyla üyeleri ile sözleşmeler imzalamak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un ihlal edildiği iddiası			Makine teçhizat sektörüne yönelik uluslararası nitelikteki ihtisas fuarları	Türkiye	CNR'nin ve TİAD'ın 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesi uyarınca idari pazar cezası ile cezalandırılması	Kurul kararının iptali
07-62/736-264 (D4/1/A.1.-99/2)	Soruşturma	4	CNR tarafından düzenlenen TATEF metal işleme fuarına katılmak isteyen firmaların aynı yıl, aynı konuda düzenlenecek başka fuarlara katılmalarının engellenmesi ve TİAD tarafından tek fuara katılma yönünde alınan teşebbüs birliği kararı ve bu kararın uygulanmasını sağlamak amacıyla üyeleri ile sözleşmeler imzalamak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un ihlal edildiği iddiası			Makine teçhizat sektörüne yönelik uluslararası nitelikteki ihtisas fuarları	Türkiye	CNR'nin ve TİAD'ın 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesi uyarınca idari pazar cezası ile cezalandırılması	Yürütmeyi durdurma talebinin reddi
03-73/880-380 (2003-4-175)	Bilgi Notu	4	Akort Tanıtım Organizasyon Fuarcılık Ltd. Şti. ve Gaziantep Sanayi Odasının aralarında yaptıkları anlaşmalarla fuarcılık sektöründe tekel oluşturmaya ve diğer fuarcılık şirketlerinin faaliyetlerini zorlaştırmaya yönelik davranışlarda buldukları iddiası					Şikâyetin reddi	Kurul kararının iptali isteminin reddi
05-47/674-174 (2005-4-142)	Önaraştırma	4 ve 5	CNR ve Hannover Messe International İstanbul Uluslararası Fuarcılık Ltd. Şti. arasında akdedilen kira sözleşmesinde rekabet ihlalinin bulunup bulunmadığının tespiti			Fuar organizasyonu faaliyetleri	Türkiye	Sözleşmenin muafiyet alabilecek nitelikte olduğu ve halihazırda sözleşmenin geçersiz olması nedeniyle soruşturma açılmasına yer olmadığı	Kurul kararının iptali
07-37/376-138 (2005-4-142)	Önaraştırma	4 ve 5	Rekabet Kurulunun 14.7.2005 tarihli, 05-47/674-174 sayılı kararının iptaline ilişkin Danıştay 13. Dairesinin 8.11.2006 tarihli, 2005/9486 E., 2006/4265 K. sayılı kararı üzerine,			Fuar organizasyonu faaliyetleri	Türkiye	Sözleşmenin muafiyet alabilecek nitelikte olduğu ve halihazırda sözleşmenin geçersiz olması nedeniyle soruşturma açılmasına yer olmadığı	Kurul kararının iptali isteminin reddi

			CNR ve HMI arasında akdedilen kira sözleşmesinin 4054 sayılı Kanun çerçevesinde yeniden değerlendirilmesi						
05-65/934-254 (2005-4-201)	İlk İnceleme	4	TEMSAD'ın üyelerine göndermiş olduğu bir yazıda TÜYAP Tüm Fuarçılık Yapım A.Ş. tarafından düzenlenecek fuara katılımı tavsiye ettiği, buna karşılık başvuru sahibi Teknik Fuarçılık tarafından düzenlenecek fuara katılımı önermediği iddiası					4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca görüş gönderilmesi/ Şikâyetin reddi	Görüş gönderilmesine ilişkin kısmın iptali/ TEMSAD hakkında önaraştırma yapılmasına gerek olmadığına ilişkin kısma yönelik davanın reddi
08-31/388-129 (2005-4-201)	Önaraştırma	4 ve 6	Rekabet Kurulunun 06.10.2005 tarihli, 05-65/934-254 sayılı kararının Danıştay 13. Dairesinin 23.11.2007 tarihli, 2007/7683 K. sayılı kararı ile kısmen iptali üzerine, TÜYAP tarafından müşterilere gönderilen 07.06.2005 tarihli ve 14191 sayılı ihtarnamenin 4054 sayılı Kanun kapsamında değerlendirilmesi			Tekstil makineleri sektörüne yönelik uluslararası nitelikteki ihtisas fuarları	Türkiye	Şikâyetin reddi (Soruşturma açılmasına yer olmadığı kararı)	
07-74/896-333 (2006-4-130)	Soruşturma	6	CNR'nin NTSR'ye yönelik eylemleri dolayısıyla 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettiği iddiası	Yatçılık ve su sporları fuarının düzenlenmesine uygun fuar alanları işletmeciliği pazarı				4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca görüş gönderilmesi/Şikâyetin reddi	
06-81/1036-300 (2006-4-130)	Geçici Tedbir	6	CNR'nin NTSR'ye yönelik eylemleri dolayısıyla 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettiği iddiası ve bu eylemlere yönelik geçici tedbir kararı verilmesi talebi.					Geçici tedbir kararı verilmesi	Kurul kararının iptali
06-90/1149-343 (2006-4-130)	Bilgi Notu		Rekabet Kurulunun 06.11.2006 tarihli ve 06-81/1036-300 sayılı geçici tedbir kararının uygulanması durumunda hakkında soruşturma yürütülen CNR aleyhinde geri döndürülemeyecek zararlar meydana geleceği gerekçesi ile geçici tedbir kararının ivedilikle kaldırılması talebi					Kurulun nihai kararlarına karşı Danıştaya başvurulması öngörüldüğünden talebin incelenmeksizin reddi	
06-95/1197-362 (2006-4-237)	İlk İnceleme	4 ve 6	Konya Ticaret Odası Başkanı, TOBB Başkan Yardımcısı, TOBB'a bağlı Fuarlar Komitesi Başkanı olan Hüseyin Üzülmöz'in, TÜYAP					Şikâyetin reddi (Önaraştırma açılmasına ya	

			Fuarcılık A.Ş.'yi Konya'da tekel konumuna getirmeye çalıştığı iddiası					da soruşturma yapılmasına yer olmadığı kararı)	
08-63/1040-400 (2008-4-237)	İlk İnceleme	4	İstanbul Fuarcılık A.Ş. ve Otomotiv Distribütörleri Derneği tarafından Mermerler Otomotiv A.Ş.'ye 2008 Autoshow fuar alanında 4. Teşhir Salonu yerine, 7. Teşhir Salonu'nun verildiği, adı geçenlerin uyumlu eylem içinde bulunmak suretiyle yol açtıkları bu durumun dışlayıcı nitelik arz ettiği iddiası			Otomobil sektörüne yönelik uluslararası nitelikteki ihtisas fuarları	Türkiye	Şikâyetin reddi (Önaraştırma açılmasına ya da soruşturma yapılmasına yer olmadığı kararı)	
07-27/224-79 (2007-4-24)	İlk İnceleme	6	CNR'nin fuar alanı işletmeciliğindeki hâkim durumunu, Evrensel Fuarcılık Ltd. Şti.'ye yönelik faaliyetleriyle, fuar organizasyonu pazarında kötüye kullandığı iddiası					Şikâyetin reddi (Önaraştırma açılmasına ya da soruşturma yapılmasına yer olmadığı kararı)	
07-62/755-270 (2007-4-116)	İlk İnceleme	6	Lütfi Kırdar Fuar Merkezi'nin uygulamalarının rekabete aykırı olduğu iddiası	Fuar Alanları	Türkiye			Şikâyetin reddi (Önaraştırma açılmasına ya da soruşturma yapılmasına yer olmadığı kararı)	
08-15/155-M (2008-4-11)	Bilgi Notu	6	CNR'nin, Rekabet Kurulunun 19.09.2007 tarihli, 07-74/896-333 sayılı kararına ve 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesine muhalefet ederek NTSR'ye fuar alanı kiralamaktan kaçındığı iddiası ve geçici tedbir kararı alınması talebi					19.9.2007 tarihli, 07-74/896-333 sayılı Rekabet Kurulu kararında öngörülen yükümlülüklerin CNR'ye hatırlatılmasına, Kurul kararının gereklerinin yerine getirilmemesi halinde 4054 sayılı Kanun çerçevesinde işlem başlatılacağına ilişkin görüş gönderilmesi	
09-46/1154-290 (2008-4-125)	Soruşturma	6	CNR'nin yatçılık ve su sporları fuarlarının düzenlenmesine uygun fuar alanı işletmeciliği ilgili pazarındaki hâkim durumunu, NTSR'ye yönelik faaliyetleri dolayısıyla, fuar organizasyonu pazarında kötüye kullandığı iddiası	Yatçılık ve su sporları fuarının düzenlenmesine uygun fuar alanları işletmeciliği pazarı	İstanbul			4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinin ihlal edilmediği buna karşın önaraştırma safhasında yanlış/yanıltıcı bilgi verildiğinden Kanun'un 16. maddesinin birinci fıkrasının (c) bendi uyarınca idari para cezası verilmesi	Kurul kararının 6. maddeye ilişkin kısmının iptali/ Kurul kararını iptal eden kararın 2017 yılında bozulması
14-29/596-262 (2008-4-125)	Soruşturma	6	CNR Uluslararası Fuarcılık A.Ş. hakkında verilen 13.10.2009 tarihli ve 09-46/1154-290 sayılı Kurul kararının Danıştay 13. Dairesi tarafından 11.03.2014 tarih ve 2010/1453 E., 2014/830 K. sayılı karar ile iptali üzerine dosyanın yeniden değerlendirilmesi	Yatçılık ve su sporları fuarının düzenlenmesine uygun fuar alanları işletmeciliği pazarı	İstanbul			4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinin ihlal edildiği ve Kanun'un 16. maddesi gereğince idari para cezası uygulanması gerektiği	Kurul kararının iptali isteminin reddi

09-22/456-114 (2009-4-31)	Önaraştırma	6	9-12 Nisan 2009 tarihleri arasında İstanbul'da düzenlenecek olan 11. Uluslararası Asansör Fuarı'na şikâyetçi firmaların katılmalarının engellendiği iddiası					Şikâyetin reddi (Soruşturma açılmasına yer olmadığı)	
11-28/549-167 (2011-4-53)	Önaraştırma	6	Yiğit Mühendislik Asansör Hırd. Elek. San. ve Tic. Ltd. Şti. ile Remsan İnş. Asan. San. Tic. Ltd. Şti. 'nin İFO İstanbul Fuar Hizmetleri A.Ş.'nin düzenleyeceği "12. Uluslararası Asansör Fuarı"na katılım taleplerinin zımnen reddedildiği iddiası					Şikâyetin reddi (Soruşturma açılmasına yer olmadığı)	
12-35/1000-312 (2012-4-140)	Önaraştırma	4 ve 6	TÜYAP'ın "İDEF 2013 11. Uluslararası Savunma Sanayi Fuar İhalesi"nde İstanbul Dünya Ticaret Merkezi ve Türk Silahlı Kuvvetlerini Güçlendirme Vakfı ile birlikte, İstanbul Fuarcılık A.Ş.'nin ihaleden elenmesi yönünde danışıklı hareket ederek 4054 sayılı Kanun hükümlerini ihlal ettiği iddiası			Fuar organizasyonu hizmetleri pazarı	İstanbul	Şikâyetin reddi (Soruşturma açılmasına yer olmadığı)	
13-55/765-324 (2013-4-55)	Önaraştırma	6	Tüyp Konya Fuarcılık A.Ş.'nin düzenlediği Konya Tarım 2013 Fuarına katılan firmaların kötü hava koşullarından dolayı uğradıkları maddi zarara ilişkin olarak dava açmaları nedeniyle, Tüyp Bursa Fuarcılık A.Ş. tarafından Bursa Tarım 2013 Fuarına ilişkin katılım başvurularının reddedildiği iddiası			Tarım, seracılık, hayvancılık ve teknolojileri fuar hizmetleri	Türkiye	Şikâyetin reddi (Soruşturma açılmasına yer olmadığı)	
13-62/861-368 (2013-4-78)	Önaraştırma	6	CONGRESIUM ATO Uluslararası Kongre ve Fuar Merkezi'nin işleticisi durumundaki Ankara Uluslararası Kongre ve Fuar Merkezi İşletmeciliği A.Ş. tarafından A ve A Fuarcılık Organizasyon ve Tic. Ltd. Şti.'nin 2014 yılı için mobilya fuarı düzenleme başvurusunun reddedildiği iddiası					Şikâyetin reddi (Soruşturma açılmasına yer olmadığı)	Kurul kararının iptali
16-35/604-269 (2013-4-78)	Soruşturma	6	CONGRESIUM ATO Uluslararası Kongre ve Fuar Merkezi'nin işleticisi durumundaki Ankara Uluslararası Kongre ve Fuar Merkezi İşletmeciliği A.Ş.'nin, 2014 yılında A ve A Fuarcılık Organizasyon ve Tic. Ltd. Şti. tarafından yapılan mobilya fuarı düzenleme başvurusunu reddetmek ve işbirliği GL Events Fuarcılık A.Ş. ile birlikte alan kiralarında aşırı fiyat uygulamak yoluyla hâkim durumunu kötüye kullandığı iddiaları	Uluslararası nitelikte fuar düzenlemeye uygun alan işletmeciliği pazarı	Ankara			Ankara Uluslararası Kongre ve Fuar İşletmeciliği Merkezi A.Ş.'nin mal vermenin reddi suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiğinden idari para cezası verilmesi/GL Events Fuarcılık A.Ş. yönünden bir ihlal bulunmadığı	Kurul Kararının GL Events Fuarcılık A.Ş. ile alakalı kısmının iptaline yönelik talebin reddi / Kurul kararının yürütmesinin durdurulması talebinin reddi

14-07/135-62 (2013-4-102)	Önaraştırma	6	CNR'nin, işletmesinde bulunan fuar alanlarında çalışacak stant uygulayıcısı teşebbüslerle yaptığı "Akreditasyon Sözleşmesi" ve çeşitli uygulamalar yoluyla 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettiği iddiası					Şikâyetin reddi (Soruşturma açılmasına yer olmadığı)	Kurul kararının iptali isteminin reddi
15-34/513-161 (2015-4-27)	Önaraştırma	6	Tüypap Tüm Fuarçılık Yapım A.Ş. tarafından düzenlenen tarım fuarlarında, Türkyay Tarım Makinaları San. ve Tic. Ltd. Şti., Türkyay Saç Kesim ve Konstrüksiyon Mak. San. ve Tic. Ltd. Şti., Ege Şaft San. ve Tic. Ltd. Şti., ve Gediz Tarım Makinaları San. ve Tic. Ltd. Şti. firmalarına yer tahsisi yapılmadığı iddiası			Tarım, seracılık, hayvancılık ve teknolojileri fuar hizmetleri	Türkiye	Şikâyetin reddi (Soruşturma açılmasına yer olmadığı)	
17-02/17-8 (2016-4-45)	Önaraştırma	6	Maktek Avrasya Takım Tezgahları, Metal Sac İşleme Makineleri Tutucular Kesici Takımlar Kalite Kontrol Ölçüm Sistemleri, CAD/CAM PLM yazılımları ve Üretim Teknolojileri Fuarı'nda sıra olduğu gerekçesiyle şikâyetçiye uygun yer tahsisi yapılmadığı, bununla birlikte yeni kurulmuş olan firmalara sırada olmamalarına rağmen öncelik tanınarak şikâyetçiye ayrımcılık yapıldığı iddiası			Metal işleme, kesme, kaynak, akışkan, döküm, kalıp, yan sanayiler fuar düzenleyiciliği hizmetleri	Türkiye	Şikâyetin reddi (Soruşturma açılmasına yer olmadığı)	
17-11/132-60 (2016-4-60)	Önaraştırma	6 ve 7	İzfaş İzmir Fuarçılık Hizmetleri Kültür ve Sanat İşleri Ticaret A.Ş.'nin plastik ve metal işleme sektöründe fuar düzenleyen teşebbüsle sözleşme yapmayı reddederek teşebbüsü piyasa dışına çıkardığı ve ilgili fuarın düzenlenmesini Tüypap Tüm Fuarçılık Yapım A.Ş.'ye bırakarak Tüypap Tüm Fuarçılık Yapım A.Ş.'nin tekel konuma gelmesine sebep olduğu, Tüypap Tüm Fuarçılık Yapım A.Ş.'nin hemen tüm illerdeki fuar alanlarını işletmeye başladığı ve diğer fuar düzenleyicilerini piyasadan dışladığı iddiası	Metal işleme teknolojileri fuarlarının düzenlenmesine uygun fuar alanları işletmeciliği pazarı ve plastik & ambalaj teknolojileri fuarlarının düzenlenmesine uygun fuar alanları işletmeciliği pazarı			Türkiye	Şikâyetin reddi (Soruşturma açılmasına yer olmadığı)	
00-48/508-276 (D4/1/C.A.-00/2)	Devralma	7	ITE Group Plc. tarafından İstanbul Fuarçılık A.Ş.'nin %50 ve AFEKS Organizasyon Pazarlama ve Ticaret A.Ş.'nin %50 oranındaki hisselerinin devralınması.			Fuar organizatörlüğü hizmetleri	Türkiye	1997/1 sayılı Tebliğ ile getirilmiş olan ciro ve pazar payı eşiklerinin altında kalması dolayısı ile bildirim tabi olmadığı	

05-80/1107-318 (2005-4-241)	Devralma	7	İş Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı A.Ş. ve Nederlandse Financierings Maatschappij Voor Ontwikkellingsliden N.V.'nin Tüyap Holding A.Ş.'nin sermaye artırımına iştirak etmek suretiyle söz konusu şirketin paylarının sırasıyla %29,75'ini ve %21,25'ini devralmaları işlemine izin verilmesi talebi			Fuar organizatörlüğü hizmetleri	Türkiye	Yan sınırlamalarla birlikte bildirim konu devralma işlemine izin verilmesi	
07-14/123-42 (2006-4-199)	Devralma	7	İş Girişim Yatırım Ortaklığı A.Ş. ve Nederlandse Financierings Maatschappij Voor Ontwikkellingsliden'in Tüyap Tüm Fuarçılık Yapım A.Ş.'de sahip oldukları %51 oranındaki hisselerinin Seher Zeynep ÜNAL ve Fuar Destek Hizmetleri A.Ş.'ye devredilmesi işlemine izin verilmesi talebi			Fuar organizatörlüğü hizmetleri	Türkiye	Bildirim konu devralma işlemine izin verilmesi	
07-18/178-57 (2006-4-199)	Bilgi Notu		Rekabet Kurulunun 15.02.2007 tarihli ve 07-14/123-42 sayılı kararının tashihi talebi					Kurul kararının nihai mahiyette olması ve Kurul kararlarına karşı yargı yolunun Danıştay olması nedeniyle söz konusu talebin reddi	
09-33/736-174 (2009-4-60)	Devralma	7	Bileşim Yay. Fuarçılık ve Tan. Hizm. A.Ş., Mustafa ÜSTÜN, Zakire Gül ÜSTÜN ve Melis ÜSTÜN'e ait, Hannover Messe Bileşim Fuarçılık A.Ş.'nin %40'ını temsil eden hisselerin, söz konusu şirketin %50 hissesine sahip olan Hannover Messe International İstanbul Uluslararası Fuarçılık Ltd. Şti. ve diğer grup şirketleri tarafından devralınması işlemine izin verilmesi talebi					Bildirim konu devralma işlemine izin verilmesi	
10-18/201-76 (2010-4-15)	Devralma	7	ITE Holdings B.V. (ITE) ve Z. Ceyda EREM tarafından kurulan ortak girişim şirketi olan İstanbul Fuarçılık A.Ş.'nin sona erdirilerek, işlerinin ve malvarlıklarının ITE ve Z. Ceyda EREM arasında bölünmesi işlemine izin verilmesi talebi					Bildirim konu devralma işlemine izin verilmesi	
10-75/1539-593 (2010-4-148)	Devralma	7	Rotaforte Reklam Fuar Org. Tan. Tic. Enternasyonel A.Ş. ve Rotaforte Yayıncılık Reklam İletişim ve Aracılık Ltd. Şti. 'ye ait maddi ve maddi olmayan varlıkların Rotaforte Uluslararası Fuarçılık A.Ş. tarafından ve United Exhibitions Ltd'nin Rotaforte Fuarçılık'ta sahip olduğu %65 oranında hissenin United			Fuar organizasyonu Hizmetleri	Türkiye	Bildirim konu işlemin tarafların toplam pazar paylarının ve cirolarının Tebliğ'de öngörülen eşikleri aşmaması nedeniyle izne tabi olmadığı	



			Professionals Media S.a.r.l. tarafından devralınması işlemlerine izin verilmesi talebi						
12-08/243-74 (2012-4-11)	Devralma	7	UBM İstanbul Fuarçılık ve Gösteri Hizmetleri A.Ş.'nin, United Professional Media Sarl'nin tek kontrolünden, United Professional Media Sarl ve UFAS B.V.'nin ortak kontrolüne geçmesi işlemine izin verilmesi talebi			Fuar hizmetleri pazarı	Türkiye	Bildirime konu devralma işlemine izin verilmesi	
14-22/432-195 (2014-4-36)	Devralma	7	Reed CEE GmbH tarafından %50 oranında hissesinin devralınması ile Tüyap Endüstri Fuarçılık A.Ş.'nin Tüyap Tüm Fuarçılık Yapım A.Ş. ve Reed CEE GmbH ortak girişimine dönüştürülmesi işlemine izin verilmesi talebi					Bildirime konu devralma işlemine izin verilmesi	
17-36/586-258 (2017-4-61)	Özelleştirme	7	EXPO 2016 Antalya Uluslararası Sergi ve Fuar Alanının üzerinde yer aldığı, mülkiyeti Maliye Hazinesine ait Antalya ili, Aksu ilçesi, Solak köyü, 13202 ada 166 parsel ile 13203 ada 67, 68, 69 ve 70 no'lu parsellerde yer alan 1.094.671,44 m2 yüzölçümlü taşınmazların, özelleştirme yoluyla devri işlemi					Ciro eşiklerinin aşılmaması nedeniyle işlemin izne tabi olmadığı	
18-07/116-62 (2018-4-9)	Devralma	7	UBM Plc.'nin tüm hisselerinin ve tek kontrolünün Informa Plc. tarafından devralınması işlemine izin verilmesi talebi					Bildirime konu devralma işlemine izin verilmesi	

#### EK-4: Katılımcıların Coğrafi Dağılımını İl ve Konu Bazında Gösteren Tablolar

##### Fuarların İllerine Göre Aynı İlden Gelen Katılımcıların Dağılımı (2016)

İl	Aynı İlden Katılanlar	Toplam Katılanlar	Oran (%)
Adana	479	1.033	46,37
Adıyaman	30	30	100,00
Afyon	79	219	36,07
Aksaray	118	198	59,60
Ankara	13.792	19.918	69,24
Antalya	657	2.933	22,40
Aydın	242	1.034	23,40
Burdur	38	94	40,43
Bursa	1.178	2.013	58,52
Denizli	46	126	36,51
Gaziantep	560	1114	50,27
Hatay	108	127	85,04
Isparta	98	144	68,06
İstanbul	21.891	30.672	71,37
İzmir	2.577	5.510	46,77
Kahramanmaraş	87	193	45,08
Karaman	23	53	43,40
Kastamonu	46	46	100,00
Kayseri	69	83	83,13
Kırıkkale	24	68	35,29
Kırşehir	21	69	30,43
Kocaeli	85	180	47,22
Konya	431	850	50,71
Manisa	139	204	68,14
Mardin	52	124	41,94
Muğla	154	377	40,85
Samsun	270	496	54,44
Şanlıurfa	393	639	61,50
Uşak	43	103	41,75
Van	145	257	56,42
Yozgat	216	851	25,38
<b>Genel Toplam</b>	<b>44.091</b>	<b>69.758</b>	<b>63,21</b>

Kaynak: Paydaşlardan elde edilen bilgiler çerçevesinde raportörlerce hazırlanmıştır.

**Fuarların Konu Kodlarına Göre Aynı İlden Gelen Katılımcıların Dağılımı (2016)**

Konu Kodu	Aynı İlden Katılanlar	Toplam Katılanlar	Oran (%)
1	222	344	64,53
2	896	1.071	83,66
3	423	636	66,51
4	128	242	52,89
5	72	211	34,12
7	576	749	76,90
8	964	1.386	69,55
9	678	1.059	64,02
10	154	163	94,48
11	565	873	64,72
12	161	294	54,76
13	364	379	96,04
14	497	691	71,92
15	136	229	59,39
16	593	1.061	55,89
17	98	129	75,97
18	133	214	62,15
19	396	851	46,53
20	12.716	18.193	69,90
21	597	1.057	56,48
23	1.812	3.088	58,68
25	226	425	53,18
26	595	808	73,64
28	113	149	75,84
29	1.331	2.409	55,25
31	438	558	78,49
32	216	1.218	17,73
34	804	1.533	52,45
35	1.400	2.026	69,10
36	118	232	50,86
37	557	1.036	53,76
38	1.018	1.612	63,15
39	4.958	5.155	96,18
40	65	92	70,65
41	372	473	78,65
42	388	1.879	20,65
44	77	128	60,16
45	188	212	88,68
46	2.224	5.824	38,19
47	826	1.117	73,95
48	1.049	2.421	43,33
49	215	379	56,73
50	2.578	3.445	74,83
60	1.402	2.015	69,58
62	149	256	58,20
<b>Belirsiz</b>	603	1.436	41,99
<b>Genel Toplam</b>	44.091	69.758	63,21

Kaynak: Paydaşlardan elde edilen bilgiler çerçevesinde raportörlerce hazırlanmıştır.

**Fuarların İllerine Göre Aynı ve Komşu İlden Gelen Katılımcıların Dağılımı (2016)**

İl	Aynı İl ve Komşu İlden Katılanlar	Toplam Katılanlar	Oran (%)
Adana	595	1.033	57,60
Adıyaman	30	30	100,00
Afyon	136	219	62,10
Aksaray	148	198	74,75
Ankara	13.837	19.918	69,47
Antalya	760	2933	25,91
Aydın	463	1.034	44,78
Burdur	51	94	54,26
Bursa	12.47	2.013	61,95
Denizli	63	126	50,00
Gaziantep	624	1.114	56,01
Hatay	116	127	91,34
Isparta	118	144	81,94
İstanbul	22.634	30.672	73,79
İzmir	2.899	5.510	52,61
Kahramanmaraş	95	193	49,22
Karaman	36	53	67,92
Kastamonu	46	46	100,00
Kayseri	71	83	85,54
Kırıkkale	37	68	54,41
Kırşehir	28	69	40,58
Kocaeli	148	180	82,22
Konya	549	850	64,59
Manisa	177	204	86,76
Mardin	62	124	50,00
Muğla	199	377	52,79
Samsun	300	496	60,48
Şanlıurfa	440	639	68,86
Uşak	72	103	69,90
Van	155	257	60,31
Yozgat	266	851	31,26
Belirsiz	46.402	69.758	66,52
<b>Genel Toplam</b>	<b>92.804</b>	<b>139.516</b>	<b>66,52</b>

Kaynak: Paydaşlardan elde edilen bilgiler çerçevesinde raportörlerce hazırlanmıştır.

**Fuarların Konu Kodlarına Göre Aynı ve Komşu İlden Gelen Katılımcıların Dağılımı (2016)**

Konu Kodu	Aynı İlden Katılanlar	Toplam Katılanlar	Oran (%)
1	227	344	65,99
2	900	1.071	84,03
3	459	636	72,17
4	138	242	57,02
5	77	211	36,49
7	580	749	77,44
8	964	1.386	69,55
9	730	1.059	68,93
10	154	163	94,48
11	591	873	67,70
12	178	294	60,54
13	364	379	96,04
14	541	691	78,29
15	138	229	60,26
16	609	1.061	57,40
17	121	129	93,80
18	134	214	62,62
19	528	851	62,04
20	12.724	18.193	69,94
21	616	1.057	58,28
23	1.941	3.088	62,86
25	256	425	60,24
26	631	808	78,09
28	120	149	80,54
29	1.333	2.409	55,33
31	445	558	79,75
32	288	1.218	23,65
34	906	1.533	59,10
35	1.519	2.026	74,98
36	177	232	76,29
37	601	1.036	58,01
38	1.052	1.612	65,26
39	4.990	5.155	96,80
40	67	92	72,83
41	396	473	83,72
42	395	1.879	21,02
44	85	128	66,41
45	190	212	89,62
46	3.018	5.824	51,82
47	875	1.117	78,33
48	1.160	2.421	47,91
49	219	379	57,78
50	2.629	3.445	76,31
60	1.464	2.015	72,66
62	167	256	65,23
Belirsiz	47.107	71.194	66,17
<b>Genel Toplam</b>	<b>92.804</b>	<b>139.516</b>	<b>66,52</b>

Kaynak: Paydaşlardan elde edilen bilgiler çerçevesinde raportörlerce hazırlanmıştır.

## EK-5: Fuarların İl ve Konu Bazında Dağılımını Gösteren Tablo

### Fuarların Konu Kodlarına Göre İllere Dağılımı (2008-2017)

Konu Kodu	İstanbul	Ankara	İzmir	Bursa	Antalya	Adana	Konya	Gaziantep	Muğla	Diyarbakır	Mersin	Kayseri	Malatya	Manisa	Van	Tekirdağ	Samsun	Denizli	Isparta	Kırklareli	Diğer (38 il)	
1	19		1			1	2			3												4
2	23	1	7		7			8		1												8
3	25	1	3	4		8	3															
4	15		1	6		1																
5	29	3	1		2	2																3
6	3		4																			
7	34	3		7	3	1																
8	58	6			1						1	1										1
9	44	12	4	3	7	6	10	1		5					1		1					
10	35	1	3																			
11	47		20		4		8	21						4								
12	16		8		2																	
13	139	72	57	15	18	16				5				1					1			4
14	68	5	5	10		3	10															3
15	19	3		2	1	3	1					1										2
16	50	14		1	4										1				1			
17	8	2			1	6	3			1			2	1			1					3
18	22	1	2	3		2		11			9								1			
19	60	9	14	5	22	9	6	11	1	1	8						5					17
20	29	10		2				1														
21	24		11	2	11	1				1												
22	3	2																				
23	101	26	16	28	24	12	17	8	12	8	7	5	3		8	1	3	7	10		37	
25	13	8			1	8																
26	10		1																			
27	14																					
28	49																					
29	26	18	10	10	6	8		2		5	3	4	14	1	3	1	3	1	1			9
30	23	3	2	2	5																	
31	22					1	10				7											
32	18		15	4	9																	4
33	5					2																
34	75	8	4	27		2	20	2		4		4							1			2
35	33	17	11	27		1	8	2		3		10					3					8
36	22	3		2	11				16													4
37	48	2	6	9	9	5		1		3	2			2		5	2	3		7		9
38	59	2	1		1	2							4	4		1						1
39	23	1		1																		
40	27	8																				
41	15		3			2		2														
42	65	4	1	4	6	4																1
43	5																					
44	11	1																				
45	15				1																	
46	35	15	17	30	28	20	27	8	13	8	14	10	9	10	5	18	7	9	10	16		141
47	44	1	2	4				10											1			3
48	30	5	9		3				7			1			6							1
49	13	3	1	3																		
50	16																					
60	163	8	8	1	14		1	1		1					3							4
62	13	7	10	2	2	2		4	2	3		2	2	10	4	1			1			41
<b>TOPLAM</b>	<b>1763</b>	<b>285</b>	<b>258</b>	<b>214</b>	<b>203</b>	<b>128</b>	<b>126</b>	<b>93</b>	<b>60</b>	<b>52</b>	<b>51</b>	<b>38</b>	<b>34</b>	<b>33</b>	<b>31</b>	<b>27</b>	<b>25</b>	<b>24</b>	<b>23</b>	<b>23</b>	<b>310</b>	

## EK-6: Fuarların Alan Türleri İçinde Konu Kodlarına Göre Dağılımlarını Gösteren Tablo

### Fuarların Alan Türleri İçinde Konu Kodlarına Göre Dağılımları (2006-2016)

Fuar Konusu (Kod)	Ulusal Fuarlar											Uluslararası Fuarlar									
	Fuarların Alan Türlerine Göre Dağılımı										Net Stant Alanı (m <sup>2</sup> )		Fuarların Alan Türlerine Göre Dağılımı							Net Stant Alanı (m <sup>2</sup> )	
	Fuar Merkezi	Fuar Alanı	Açık Alan	Kongre	Kültür	Otel	Marina	Spor	Üniversite	Diğer	Min.	Max.	Fuar Merkezi	Fuar Alanı	Açık Alan	Kongre Merkezi	Kültür Merkezi	Otel	Marina	Min.	Max.
1	13		3	3						993	14622	10							2605	25414	
2	22	2		11		2				1005	9220	22							8509	27112	
3	19									220	3768	31							1290	36069	
4	14		1							1034	8180	5							2073	9800	
5	16	5		3						800	12560	7			10				1693	11825	
6	3									552	2250	4							3412	4042	
7	18			6						334	7915	15							4500	26500	
8	12	1		27		2				201	3854	18			7				398	26256	
9	50	1		11		1				315	8524	18			3	3			1503	14500	
10	13			2	1	1	6			638	37178	7			1			15	1711	39300	
11	51	4				2				796	13208	55							1824	29440	
12	18			2					8	600	4245										
13	25	3	1	50		211			8	88	10000				6				1646	2641	
14	47		2	3						256	13749	49							624	13425	
15	8		1	6		6			2	404	8040			1					1300	1300	
16	12			27		3				102	9874	16			4				1275	10650	
17	12	4		1		1				384	14800	4							25000	30500	
18	32			1		2				450	59662	13							7055	60238	
19	87	16		9	6	3			2	96	17081	46			2				1753	15550	
20	8			11						315	6700	15							600	7936	
21	27		1	2						264	30000	11			1		2		2500	37794	
22				1						1449	1449	2							5825	8068	
23	169	32		26	4	4		4	1	175	29761	92			10	1			1804	53563	
24																					
25	15			2						1750	9874	4				5			19006	61291	
26	6			5						490	2370										
27	5			1						2666	13876	8							12170	15362	

28	26			3		1					647	7835	13			1				3209	16154
29	55	16	22	8	5						603	103125	6							2462	13334
30	9			7							210	2168	10			14				1403	9852
31	26										542	6441	14							1100	9478
32	23	4		2							261	19211	24							1747	60000
33	3			1							655	1676	2							6008	13696
34	81	1		1	1	2		2		1	296	50184	59							1621	34184
35	79	8		5		3					557	48787	25	2		2				6258	71400
36	12	15	2	4		5					327	20409	9			9				2010	25522
37	76	15	4				1			3	327	40725	27							1477	47000
38	28	9	7	19		4				1	250	77000	13							5726	12682
39	9			15							488	5706				2				1449	1682
40	5			12	9					2	1184	9834	5			8				4570	13337
41	11										215	9500	11							10825	34249
42	31			16		7					324	9700	28			1				634	17083
43								1					4							22025	29864
44	2			5							491	5500			6					17541	38342
45	8			2				4			654	8000									
46	102	148	29	19	12	3		2		7	518	40000	59	4			4			1726	45131
47	28	2		4		1			1		293	12135	26			1				1339	34322
48	13	6	1	16		8		2			364	13463	10							19731	28919
49	10										432	14883	7			2				1212	33232
50	4										2084	30000	11							25000	75000
60	83		1	59		1		2		1	180	17440	32			11				1326	38173
62	16	54	10	8	6			3		1	543	8010	13							2172	76452

Kaynak: TOBB verileri çerçevesinde raportörlerce hazırlanmıştır.