

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2008-2-143 (Muafiyet)
Karar Sayısı : 08-58/925-372
Karar Tarihi : 16.10.2008

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI
Üyeler : Tuncay SONGÖR, M. Sıraç ASLAN, Süreyya ÇAKIN,
10 Mehmet Akif ERSİN, İsmail Hakkı KARAKELLE.

B. RAPORTÖRLER : Remzi Özge ARITÜRK, Ümit Nevruz ÖZDEMİR,
Nur Seda KÖKTÜRK

**C. BİLDİRİMDE
BULUNAN**

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

D. TARAFLAR

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

- A4 Grafik Matbaacılık Yayın Reklam ve Bilişim
Hizmetleri Ltd. Şti.
Mahmutbey Cad. Meriç Sok. No:26, Şirinevler/İstanbul

- Estetik Yayıncılık ve Hava Taşımacılığı Tic. Ltd. Şti.
Halkalı Cad. No:245 Sefaköy/İstanbul

E. DOSYA KONUSU

: **Doğan Dağıtım Satış ve Pazarlama ve Matbaacılık
A.Ş.’nin A4 Grafik Matbaacılık Yayın Reklam ve
Bilişim Hizmetleri Ltd. Şti. ile imzaladığı tip
sözleşme niteliğindeki “Dergi Dağıtım
Sözleşmesi”ne ve Estetik Yayıncılık ve Hava
Taşımacılığı Tic. Ltd. Şti. ile imzaladığı tip
sözleşme niteliğindeki “Gazete Dağıtım
Sözleşmesi”ne bireysel muafiyet tanınması talebi.**

F. DOSYA EVRELERİ

: Kurum kayıtlarına 15.7.2008 tarih ve 4505, 4506
sayılar ile giren ve en son 6.10.2008 tarih ve 6531 sayı ile eksiklikleri tamamlanan
bildirim üzerine, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’un 4., 5. ve 8.
maddelerinin ilgili hükümleri uyarınca yapılan inceleme sonucu düzenlenen
8.10.2008 tarih ve 2008-2-143/MM-08-RÖA sayılı Menfi Tespit/Muafiyet Ön
40 İnceleme Raporu, 10.10.2008 tarih ve REK.0.07.00.00-130/317 sayılı Başkanlık
Önergesi ile 08-58 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

G. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili raporda;

- 50
- Doğan Dağıtım Satış Pazarlama ve Matbaacılık A.Ş. ve A4 Grafik Matbaacılık Yayın Reklam ve Bilişim Hizmetleri Ltd. Şti. arasında imzalanan Dergi Dağıtım Sözleşmesi ile Doğan Dağıtım Satış Pazarlama ve Matbaacılık A.Ş. ve Estetik Yayıncılık Havacılık ve Hava Taşımacılığı Tic. Ltd. Şti. ile arasında imzalanan Gazete Dağıtım Sözleşmesi'ne ve diğer dergi ve/veya gazete yayıncıları ile de imzalanacak aynı hükümleri içeren tip sözleşmelere 4054 sayılı Kanun'un 8. maddesi kapsamında menfi tespit belgesi verilemeyeceğine,
 - Bildirim konusu sözleşmenin, Doğan Dağıtım'ın alıcı olarak gazete ve dergi dağıtım pazarında %40'ın üzerinde pazar payına sahip olması nedeniyle 2002/2 sayılı Tebliğ'in sağladığı grup muafiyetinden yararlanamadığı,
 - Ancak söz konusu sözleşmenin 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan koşulların tamamını karşılaması nedeniyle ilgili sözleşmeye bireysel muafiyet tanınabileceği ifade edilmiştir.

H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

- 60
- Doğan Dağıtım ile dergi ve/veya gazete yayınevleri arasında imzalanmış olan tip Dergi Dağıtım Sözleşmesi ve tip Gazete Dağıtım Sözleşmesi, yayınevi tarafından çıkarılan yayınların ve varsa eklerinin Türkiye ve Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC)'nde dağıtılmasının usul ve esaslarını belirlemektedir.¹ Söz konusu sözleşmelerle, yayınevi bu sözleşmelerin kapsamına giren tüm dergilerin ve/veya gazetelerin dağıtıcılık hakkını Doğan Dağıtım'a vermeyi, Doğan Dağıtım ise yayınevine ait dergilerin ve/veya gazetelerin tanımlanan bölge içerisinde kendi belirleyeceği bayiler kanalıyla dağıtımını sağlamayı taahhüt etmektedir.

- 70
- 2003/3 ve 2007/2 sayılı Rekabet Kurulu Tebliği ile Değişik 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği (2002/2 sayılı Tebliğ)'nin 2. maddesinde üretim ve dağıtım zincirinin farklı seviyelerinde faaliyet gösteren iki ya da daha fazla teşebbüs arasında belirli mal veya hizmetin alımı, satımı veya yeniden satımı amacıyla yapılan anlaşmalar dikey anlaşma olarak tanımlanmaktadır. Bu açıdan, Doğan Dağıtım'ın yayınevleri ile imzaladığı söz konusu sözleşmeler dikey anlaşma niteliğindedir.

H.1. Taraflar

H.1.1. Doğan Dağıtım Satış Pazarlama ve Matbaacılık A.Ş. (Doğan Dağıtım)

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

¹ Doğan Dağıtım, Rekabet Kurulu'nun izin vermesi halinde, aynı sözleşmeyi Doğan Dağıtım'dan hizmet almak isteyen diğer dergi ve gazete yayıncıları ile de imzalayacağını beyan etmiştir.

80 Doğan Yayın'ın ortaklık yapısı ise şu şekildedir:

Tablo 1: Doğan Yayın Ortaklık Yapısı

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

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

Tablo 2: Doğan Şirketler Grubu Ortaklık Yapısı

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

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

Tablo 3: Adil Bey Holding Ortaklık Yapısı

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

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

H.1.2. Gazete ve/veya Dergi Dağıtım Sözleşmesini İmzalayan Yayınevleri

100 Doğan Dağıtım'ın dağıtıcılığını üstlendiği gazete ve/veya dergileri yayımlayan çok sayıda yayınevi bulunmaktadır. Bildirime konu sözleşmeyi imzalayan bu yayınevlerinin yayınları Doğan Dağıtım aracılığıyla yurt çapında dağıtılmaktadır. Söz konusu dağıtıcılık sözleşmeleri işbu dosya kapsamında Dergi Dağıtım Sözleşmesi'ni temsilen A4 Grafik Matbaacılık Yayın Reklam ve Bilişim Hizmetleri Ltd. Şti. ve Gazete Dağıtım Sözleşmesi'ni temsilen Estetik Yayıncılık Havacılık ve Hava Taşımacılığı Tic. Ltd. Şti. ile imzalanmıştır.

H.2. İlgili Pazar

H.2.1. İlgili Ürün Pazarı

110 İncelenen sözleşmelerin konusunu yayınevleri tarafından çıkarılan yayınların ve varsa eklerinin dağıtılması oluşturmaktadır. Sözleşmenin konusu, başvuran tarafın ana faaliyet konusu ve Rekabet Kurulu'nun sektöre yönelik daha önce gerçekleştirdiği incelemelerinde yer verdiği pazar tanımını dikkate alındığında, dosya konusu işlem bakımından ilgili ürün pazarı "*gazete ve dergi dağıtım pazarı*"² olarak belirlenmiştir.

H.2.2. İlgili Coğrafi Pazar

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

H.3. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

H.3.1. Sözleşmelerin Kanun'un 4. Maddesi Kapsamında Değerlendirilmesi

120 Rekabet hukuku anlamında dikey bir sözleşme niteliğinde olan Dergi Dağıtım Sözleşmesi'nin 1. maddesinde yer alan "(.....*TİCARİ SİR*.....)" ve Gazete Dağıtım Sözleşmesi'nin 1. maddesinde yer alan ""(.....*TİCARİ SİR*.....)" hükümleri ile yayınevlerine tek alıcıya sağlama yükümlülüğü getirilmekte; diğer bir deyişle, yayıncıların imzalayacağı dağıtım sözleşmesinin kapsamına giren tüm yayınların yalnızca Doğan Dağıtım tarafından dağıtılması öngörülmektedir. Dolayısıyla, bildirim konusu Sözleşmeler, söz konusu sınırlamayı içermesi nedeniyle, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında rekabeti sınırlamaktadır.

130 H.3.2. Sözleşmelerin 2002/2 sayılı Tebliğ Bakımından Değerlendirilmesi

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

140 2002/2 sayılı Tebliğ'in 2. maddesi üçüncü fıkrasında "*tek alıcıya sağlama yükümlülüğü içeren dikey anlaşmalarda muafiyet, alıcının dikey anlaşma konusu malları ve hizmetleri aldığı ilgili pazardaki payının %40'ı aşmaması koşuluyla uygulanır*" hükmü yer almaktadır. Bu sebeple, Dergi Dağıtım ve Gazete Dağıtım Sözleşmelerinin 2002/2 sayılı Tebliğ kapsamında yer alıp almadığını anlamak için,

² İncelenen bildirim bakımından gazete dağıtım alt pazarından ve dergi dağıtım alt pazarından bahsedilebilecektir.

alıcı konumunda bulunan Doğan Dağıtım'ın pazar payı dikkate alınmalıdır. Dosya kapsamında yer alan bilgilere göre, Doğan Dağıtım'ın gazete ve dergi dağıtım pazarında net satış rakamları ve ciroya göre 2007 yılındaki pazar payları aşağıda verilmektedir:

Tablo4: 2007 Yılı Satış Adedi ve Cirolarına Göre Hesaplanmış Pazar Payı Bilgileri

2007	Ciro (YTL)		Pazar Payı (%)		Satış Adedi		Pazar Payı (%)	
	Doğan Dağıtım	Turkuvaz Dağıtım	Doğan Dağıtım	Turkuvaz Dağıtım	Doğan Dağıtım	Turkuvaz Dağıtım	Doğan Dağıtım	Turkuvaz Dağıtım
Gazete	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Dergi	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)
Gazete ve Dergi	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)	(.....)

150

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

H.3.3. Bireysel Muafiyet Değerlendirmesi

160

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

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

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

170

Medya ürünlerinin dağıtım, satış, planlama ve pazarlama faaliyetleri diğer sektörlere göre farklılıklar gösteren ve oldukça yüksek maliyetler içeren bir süreçtir. Yüksek iade oranları hem basın işletmeleri hem de dağıtım şirketleri açısından maliyetleri artırıcı niteliktedir. Dağıtım ağına giren bir yayının ortalama dağıtım maliyeti, sadece bu yayınların dağıtım şirketinden nihai tüketiciye ulaştırılmasından ibaret değildir. Zira tali bayiler tarafından satılamayan yayınlar, iade mekanizması aracılığıyla dağıtım zincirinin tersi istikametinde taşınmaktadır. Bu çerçevede dağıtım lojistiğinin ve toplam iade miktarının asgari düzeye çekilmesi sürecinin tek bir merkezden ve güçlü bir teknik altyapı ile yönetilmesi gerekmektedir. Bu nedenle bir sonraki sayının tirajının doğru şekilde belirlenebilmesi açısından günlük net satış adetlerinin oldukça hızlı bir şekilde tespit edilmesi ve bu bilgilerin en kısa sürede yayınevlerine ulaştırılabilmesi dağıtım faaliyetinin kritik özellik arz eden bir aşamasıdır. Dolayısıyla dağıtım süreci açısından doğru planlama ile doğru ve hızlı dağıtım, yayınların birim dağıtım maliyetlerinin azaltılması (minimum iade) ve tüketicilere mümkün olan en kısa

180

sürede ulaştırılması (maksimum satış) itibarıyla kaynakların etkin kullanılması bakımından zorunludur. Bu amacın sağlıklı bir şekilde gerçekleştirilmesi ise yayınların yurdun tüm bölgelerinde bulunan yaklaşık 25.000 adet son satış noktasına çok hızlı bir şekilde ulaştırılmasını gerektirmektedir. Bunun için de dağıtım aşında bulunan yayınevi-dağıtım şirketi-başbaya-tali bayi ile nakliyeciler arasında hatasız bir eşgüdümün dağıtım şirketi tarafından kurulmasına bağlıdır.

190 Bu çerçevede, Sözleşme'nin 1. maddesi ile yayınevlerine tek alıcıya sağlama yükümlülüğü getirilmesinin, gazete ve dergi dağıtım pazarında, dağıtım sürecinde etkinlik kazanımları için zorunlu nitelikteki doğru planlamanın başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesi için asli öneme sahip iade mekanizmasının ve net satış rakamlarına ilişkin bilgi aktarımının sağlıklı bir şekilde işleyebilmesi bakımından gerekli olduğu anlaşılmaktadır. Zira yayınların tek alıcıya sağlanmaması durumunda, birden fazla dağıtım firmasının bayilerinden ve belki ayrıca yayınevinin kendisinden medya ürünlerini tedarik eden tali bayiler, iade işlemlerini sağlıklı bir şekilde yapamayacaklar ve buna bağlı olarak iade mekanizmasının aksaması sonucu ilgili pazara ilişkin dağıtım faaliyetinin asli unsurlarından birisi olan doğru planlamayı, yayınların dağıtım maliyetlerinin minimum düzeye çekilmesi amacına uygun biçimde gerçekleştirilemeyecektir. Dolayısıyla, 200 yayınevlerine getirilen tek alıcıya sağlama yükümlülüğünün, dağıtım şirketlerinin, aynı saiklerle başbayilerine getirdikleri tek elden satın alma yükümlülüğüne paralel şekilde, dağıtım zinciri boyunca, dağıtım lojistiğinin ve toplam iade miktarının asgari düzeye çekilmesi sürecinin tek bir merkezden ve güçlü bir teknik altyapı ile yönetilmesi bakımından gereklidir.

Bunun yanında, yayınevinin, belli bir yayınının dağıtımını için tek bir dağıtım şirketi ile çalışması halinde yayınevi, dağıtım hizmetlerinde ölçek ekonomisinin geçerli olması nedeniyle, sadece kendisine ait yayının hepsinin dağıtımını tek bir dağıtım şirketine vermesinden kaynaklanacak maliyet tasarrufundan değil aynı zamanda söz konusu dağıtım şirketinin dağıttığı portföyün genel büyüklüğünden 210 kaynaklanacak ve daha büyük düzeylerde gerçekleşecek ortalama maliyet tasarruflarından yararlanabilecektir. Ayrıca, gazete ve dergi dağıtım pazarında talebin büyüklüğü ve yoğunluğu ile coğrafi koşullar ve demografik özelliklere bağlı ulaşım olanakları bakımından yayınların son satış noktalarına birim ulaştırma maliyetleri ülkenin farklı bölgelerinde farklılaşmaktadır. Dolayısıyla yayınevlerinin, belli bir yayınının ülke çapındaki dağıtımını kendisi ile bir dağıtım şirketi veya birden fazla dağıtım şirketi arasında paylaşması halinde söz konusu yayınların özellikle son satış noktalarına birim ulaştırma maliyetlerinin yüksek olduğu bölgelere ulaştırılamama riski doğabilecek ve bu yayınlara sadece talebin yoğun ve büyük olduğu yerlerde mukim tüketiciler erişebileceklerdir. Zira kendisine 220 sadece talebin dağınık, seyrek ve az olduğu bölgelerin dağıtımını verilmek istenilen bir dağıtım şirketi, söz konusu işi kârlı olmadığı gerekçesiyle kabul etmeyecektir. Pazarda faaliyet gösteren dağıtım şirketleri dışında da yayınevleri dahil hiçbir teşebbüs, ülkenin tüm bölgelerine dağıtım yapabilecek lojistik olanaklara sahip değildir. Ayrıca yayınevi, belli bir yayınının, İstanbul-Ankara-İzmir gibi talebin büyük ve yoğun olduğu bölgelerdeki dağıtımını, bu bölgelerde son satış noktalarına birim ulaştırma maliyetlerinin daha düşük olması nedeniyle kendisi

230 yapmayı tercih etse dahi, söz konusu yayınevlerinin, gazete ve dergi dağıtım sisteminin düzgün ve hızlı bir şekilde çalışması için gerekli yöntem bilgisi-altyapı yatırımı ve beşeri sermayeye sahip olmaması nedeniyle gazete ve dergi dağıtımının iki asli unsuru olan doğru planlama ile doğru ve hızlı dağıtımı sağlıklı bir şekilde gerçekleştiremeyecektir.

Böylelikle dağıtım zincirinin ilk aşamasında yayınevlerine getirilen tek alıcıya sağlama yükümlülüğü sonucunda yaşanması olası marka içi rekabet düzeyindeki bir azalış, doğru planlama ile doğru ve hızlı dağıtımın, dağıtım maliyetlerinde tasarruf kazanımlarının, birim dağıtım maliyetlerinin düşük ve kârlılığın yüksek olduğu bölgelerdeki dağıtımın birim dağıtım maliyetlerinin yüksek olduğu bölgelerdeki dağıtım faaliyetlerini sübvansede ettiği ortalama kârlılık durumunun tezahür etmesinin sağlanması yoluyla dağıtımın unsurlarında elde edilecek etkinliklerle kolaylıkla telafi edilebilecektir.

240 **b. Tüketicinin bundan yarar sağlaması**

Daha önce de belirtildiği üzere, dağıtım süreci açısından doğru planlama ile doğru ve hızlı dağıtım, süreli yayınların birim dağıtım maliyetlerinin azaltılması (minimum iade) ve tüketicilere mümkün olan en kısa sürede ulaştırılması (maksimum satış) itibarıyla kaynakların etkin kullanılması bakımından zorunludur. Yayınevlerine getirilen tek alıcıya sağlama yükümlülüğü, dağıtım zinciri boyunca, dağıtım lojistiğinin ve toplam iade miktarının asgari düzeye çekilmesi sürecinin tek bir merkezden ve güçlü bir teknik altyapı ile yönetilmesini temin ederek bilgi akışı olsun dağıtım planlaması olsun dağıtım organizasyonunun herhangi bir aksamaya uğramadan gerçekleştirilmesini sağlamaktadır. Bu suretle ortaya çıkarılan doğru planlama ile doğru ve hızlı dağıtımın sonucu olarak dağıtıma konu süreli yayınların, en kısa sürede ve gerçekleşecek talep mümkün olan en doğru (ne eksik ne fazla) biçimde karşılanacak şekilde son satış noktalarına ulaştırılması sağlanabilmektedir.

Bunun yanında dağıtım hizmetlerinde ölçek ekonomisinin geçerli olmasına bağlı olarak tek alıcıya sağlama yükümlülüğü, yayınevinin, dağıtım hizmetinde yaşanacak ortalama maliyet tasarruflarından yararlanmasına ve böylece katlanmak zorunda olduğu giderlerin düşmesi sebebiyle süreli yayınlarının fiyatı üzerindeki maliyet baskısının azalmasına; tüketicilerin, yayınların nihai satış fiyatına yönelik maliyet kaynaklı artışlardan korunmasını sağlamaktadır.

260 Ayrıca tek alıcıya sağlama yükümlülüğü, birim dağıtım maliyetlerinin düşük ve kârlılığın yüksek olduğu bölgelerdeki dağıtımın, birim dağıtım maliyetlerinin yüksek olduğu bölgelerdeki dağıtım faaliyetlerini sübvansede ettiği ortalama kârlılık durumunun gerçekleşmesini teminen, dağıtım faaliyetlerinde ikiliğin oluşmasını önleyerek yurdun tüm bölgelerindeki tüketicilerin, aynı yayınları talep etmeleri halinde bu yayınlara aynı koşullarda erişmelerini sağlamaktadır.

c. İlgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması

270 Gazete ve dergi dağıtım pazarı açısından pazarın potansiyel ve halihazırdaki rakiplere kapatılması riski esas olarak iki durumda kayda değer bir biçimde ortaya çıkacaktır. İlgili pazar açısından başlı başına bir giriş engeli oluşturan bu durumlardan birincisi, dağıtıcı teşebbüslerin ilgili pazara giriş yaparken ve nüfuz ederken karşılaştıkları en ciddi sorunlardan birisi olan ana bayilerin ve tali bayilerin yeterli yayın portföyü ile beslenmesi sorununun gündeme gelmesidir. Böyle bir durumda, rakipler, dağıtımda belirli bir ölçeği yakalayamayacaklar ve bu ölçeği zaten yakalamış teşebbüsler karşısında birim dağıtım maliyetleri bakımından rekabet edemeyecekleri dezavantajlı bir konuma düşeceklerdir.

280 İlgili pazar açısından başlı başına bir giriş engeli oluşturan durumlardan ikincisi ise, tali bayi olarak adlandırılan son satış noktalarına, kısmi veya tam rekabet etmeme yükümlülükleri getirilmesidir. Zira tali bayilere böyle bir kısıt getirilmesi halinde, piyasaya giriş yapmak veya nüfuz etmek isteyen her dağıtım şirketinin, sayıları (.....)'nin üstündeki son satış noktaları oluşturması zorunluluğu, bu noktaların ikamesinin çok güç olması ve de ekonomik açıdan rasyonel olmaması piyasaya girişte ciddi bir giriş engeli oluşturmaktadır.

290 Bildirime konu dağıtım sözleşmelerinde ise, söz konusu giriş engellerinden ilkinde tekabül eden, yayınevlerine rekabet etmeme yükümlülüğünün getirilmesi düzenlenmemiştir. Nitekim Sözleşme ile yayınevlerine getirilen tek alıcıya sağlama yükümlülüğü, yayıncının tüm yayınlarını kapsamamakta Sözleşme kapsamına giren belli (bir) yayın(lar)ın yalnızca Doğan Dağıtım aracılığıyla dağıtılmasını düzenlemektedir. Yayınevi tercih etmesi halinde, yayınlarının bir kısmını rakip dağıtım şirketi aracılığıyla dağıtabilecektir. Tek alıcıya sağlama yükümlülüğü ise, daha önce belirtildiği üzere, bütünüyle farklı saiklerle getirilmektedir.

300 Ayrıca tali bayilere doğrudan veya dolaylı ya da tam veya kısmi rekabet etmeme yükümlülükleri getirilmediği için, farklı yayınevlerine ait ve/veya dağıtım şirketleri tarafından dağıtımı üstlenilen medya ürünlerinin nihai tüketiciye ulaştırılması mümkün olmakta, bu suretle pazarın kapanması gibi rekabeti önemli ölçüde olumsuz etkileyebilecek bir durum söz konusu olmamaktadır. Farklı dağıtım şirketlerinin aynı satış noktalarını kullanmalarının bir diğer sonucu da, gazete ve dergilerin bir arada teşhir ve satışının sağlanması yoluyla, dağıtım piyasasından doğrudan etkilenen gazete ve dergi yayıncılığı piyasasındaki rekabetin artmasıdır.

Sonuç olarak dağıtım zincirinin en üst basamağında, yayınevleri ile Doğan Dağıtım arasında düzenlenen tek alıcıya sağlama yükümlülüğünün, rekabet etmeme yükümlülüğünün aksine, söz konusu yayınevlerinin diğer alıcılara kapatılması sonucunu oldukça sınırlı düzeyde doğuracağı ve de son satış noktalarına herhangi bir rekabet etmeme yükümlülüğünün getirilmemiş olması nedeniyle mağaza içi markalar arası rekabetin sınırlanması sonucunu doğurmayacağı, dolayısıyla ilgili pazarın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmasına neden olmayacağı anlaşılmaktadır.

310 Rekabet hukukunda rekabet etmeme yükümlülüğü içeren dikey sözleşmelerden 1 yıldan daha kısa süreli olanların genel olarak kayda değer bir anti-rekabetçi etkilerinin veya net olumsuz etkilerinin olmadığı varsayılırken, süresi 1 ila 5 yıl arasında olanların rekabet karşıtı ve yanlısı etkilerinin en azından birbirlerini tam olarak dengelemesi koşulu getirilmekte, süresi 5 yıldan fazla olanların ise öne sürülen etkinlik kazanımları için gerekli olmadığı ya da söz konusu etkinliklerin pazarı kapama etkilerini telafi etmek için yeterli olmayacağı kabul edilmektedir. Sözleşme'nin 23. maddesinde,

“(.....TİCARİ SIR.....)”

“(.....TİCARİ SIR.....).”

320 ifadesi yer almaktadır. Bu bağlamda, her ne kadar yayınevine 1 yılın sonunda sözleşmeyi sona erdirme olanağı tanınsa da, fiilen esas olarak 5 yıllık bir süreyi kapsayan bildirim konusu sözleşmenin geçerli olduğu süre itibarıyla da ilgili pazarın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kaldırılmasına yol açmamaktadır.

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

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

340 İnceleme konusu dağıtım sözleşmelerinde, yayınevlerine tek alıcıya sağlama yükümlülüğü getirilerek yayınevlerinin belli (bir) yayın(lar)ının dağıtımını yalnızca tek bir dağıtım şirketine verilmektedir. Anılan sınırlamanın, yukarıda yer verilen etkinliklerin ve tüketici yararına olan durumların elde edilmesi için rekabeti gerekli olandan daha fazla sınırlamadığı anlaşılmaktadır. Zira dağıtım zinciri boyunca gerek yayınevlerine gerek son satış noktalarına rekabet etmeme yükümlülüğünün getirilmemesi, ilgili pazara giriş veya nüfuz etme açısından iki büyük giriş engelini oluşturulmasını önlemektedir. Sözleşme ile yayınevlerine, dağıtım organizasyonunun aksamadan ve etkin şekilde gerçekleştirilmesi için getirilebilecek ancak anabayerin ve tali bayilerin yeterli yayın portföyü ile beslenmesi sorununu ortaya çıkarabilecek rekabet etmeme yükümlülüğü ve tek alıcıya sağlama yükümlülüğü yerine yalnızca tek alıcıya sağlama yükümlülüğü düzenlenmiştir. Bu çerçevede söz konusu sınırlamanın rekabeti, yukarıda (a) ve 350 (b) bölümlerinde sayılan faydaların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlamadığı anlaşılmaktadır.

I. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

- 1- Doğan Dağıtım Satış Pazarlama ve Matbaacılık A.Ş.'nin A4 Grafik Matbaacılık Yayın Reklam ve Bilişim Hizmetleri Ltd. Şti. ile imzaladığı tip sözleşme niteliğinde olan "Dergi Dağıtım Sözleşmesi"ne ve Estetik Yayıncılık ve Hava Taşımacılığı Tic. Ltd. Şti. ile imzaladığı tip sözleşme niteliğinde olan "Gazete Dağıtım Sözleşmesi"ne rekabeti kısıtlayıcı hükümler içermesi nedeniyle 4054 sayılı Kanun'un 8. maddesi çerçevesinde menfi tespit belgesi verilemeyeceğine,
- 2- Doğan Dağıtım Satış Pazarlama ve Matbaacılık A.Ş.'nin alıcı olarak gazete ve dergi dağıtım pazarında %40'ın üzerinde pazar payına sahip olması nedeniyle, anılan sözleşmelerin 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği kapsamında grup muafiyetinden yararlanamadığına,
- 3- 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan şartların tamamını karşılaması nedeniyle, bildirim konusu sözleşmelere bireysel muafiyet tanınmasına

OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.