

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

**REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2012-2-155 (Önaraştırma)  
Karar Sayısı : 13-19/269-M  
Karar Tarihi : 04.04.2013

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

Başkan : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI  
Üyeler : Doç. Dr. Mustafa ATEŞ, İsmail Hakkı KARAKELLE,  
Dr. Murat ÇETİNKAYA, Reşit GÜRPINAR,  
Kenan TÜRK, Fevzi ÖZKAN

**B. RAPORTÖRLER:** Bekir KOCABAŞ, Ekrem SOLMAZ

**C. BAŞVURUDA**

**BULUNAN** : - Üsküdar Cumhuriyet Başsavcılığı  
Nuhkuyusu Cad. No:92 Bağlarbaşı Üsküdar/İstanbul

**D. HAKKINDA İNCELEME**

**YAPILANLAR** : - Televizyon İzleme Araştırmaları A.Ş.  
Paşalimanı Cad. No:31 Kat:2 Üsküdar/İstanbul  
- TNS Piyasa Araştırma Danışmanlık ve Ticaret A.Ş.  
Gazeteciler Mah. Keskin Kalem Sok. No:5 Esentepe/İstanbul  
- Group M Medya Hizmetleri  
Harman Sok. Harmancı Giz Plaza No:5 Kat:3 Levent/İstanbul

(1) **E. DOSYA KONUSU:** Televizyon İzleme Araştırmaları A.Ş. adına televizyon izlenme oranları ölçümü yapan TNS Piyasa Araştırma Danışmanlık ve Ticaret A.Ş. ile medya şirketi Mindshare Medya Hizmetleri A.Ş.'nin aynı grupta yer almasının tekelleşmeye neden olduğu iddiası ve bu kapsamda 14.07.2011 tarih, 11-43/932-299 sayılı ve 02.09.2010 tarih, 10-57/1146-432 sayılı Rekabet Kurulu kararlarının yeniden değerlendirilmesi.

(2) **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Başvuruda özetle;

- Reklamverenler Derneği ile Reklamcılar Derneği'nin Televizyon İzleme Araştırmaları A.Ş. (TİAK) içerisinde büyük paylarla temsil edildiği,
- TİAK yapısı içerisinde aynı kişinin hem dernek hem de televizyon yapımcısı olmasının mümkün olduğu,
- Medya sermaye şirketlerinin dernekler aracılığıyla TİAK üzerinde kontrolsüz hâkimiyete sahip olduğu,
- TİAK yapısında katılımın sermaye payına göre olmasının sorun oluşturduğu ve alınacak kararlarda güçlü sermayenin sözünün geçtiği,
- TİAK adına televizyon izlenme oranları ölçümü yapan TNS Piyasa Araştırma Danışmanlık ve Ticaret A.Ş.'nin (TNS) Wire and Plastic Products Plc (WPP) bünyesinde faaliyet gösterdiği,
- WPP Grubu şirketlerinden Mindshare Medya Hizmetleri A.Ş. (MINDSHARE) ile WPP Grubu'nun hissedarı olduğu Maxus Medya Hizmetleri Tic. Ltd. Şti. ve Mec İletişim Planlama Hizmetleri Ltd. Şti.'nin medya sektöründe faaliyet gösterdiği, söz konusu şirketlerin TİAK'da söz sahibi oldukları,
- Reyting ölçüm işinin güçlü sermayenin etkilerinden izole edilmesi gerektiği,

## 13-19/269-M

- WPP Grubu'ndaki Kantar Medya şirketlerinin reyting ihalesinden sonra TNS markası altında toplandığı ve TNS'nin Kantar Medya'nın kendisi olduğunun TNS'nin Genel Müdürü tarafından belirtildiği,
- Medya şirketi ile reyting ölçüm şirketinin aynı olmasının tekelleşmeye neden olacağı,
- Belirtilen nedenlerle TİAK ile TNS arasında imzalanan Televizyon İzleyici Ölçümü Hizmet Sözleşmesi'ne ilişkin Rekabet Kurulunun 14.07.2011 tarih ve 11-43/932-299 sayılı bireysel muafiyet kararının ele geçen deliller ışığında yeniden değerlendirilmesi

talep edilmektedir.

- (3) Başvuru konusu iddialara ilişkin olarak başvuru sahibi tarafından gönderilen 20.09.2012 tarih ve 7153 sayılı yazıda ise özetle;
- TİAK'da yönetim kurulu başkanvekili olarak görevli olan Demet ÖZER'in MİNDSHARE'de 01.04.2008 tarihinden itibaren çalıştığı,
  - MİNDSHARE ile TNS'nin WPP ve Kantar Medya çatısı altında tek elden yönetildiğinin anlaşıldığı

belirtilerek, Rekabet Kurumuna gönderilen belgelerin birlikte değerlendirilip sonuç hakkında Üsküdar Cumhuriyet Başsavcılığı'na bilgi verilmesi talep edilmektedir.

- (4) Başvuru konusu iddialara ilişkin olarak başvuru sahibi tarafından gönderilen 05.11.2012 tarih ve 7153 sayılı yazıda ise özetle; Kurum kayıtlarına 03.09.2012 tarih ve 6756 sayı ile intikal eden başvurunun ekinde yer alan Uğur ÇAĞLI ile TNS Genel Müdürü Gülen Atabek GUİGAZ'ın görüşmesinde Asaf Bey diye bahsedilen ve işlerle ilgili görüşülen kişinin hem Reklam Verenler Derneği hem de Uluslararası Reklamcılık Derneği (IAA) yönetimindeki Asaf ARDAK olduğunun anlaşıldığı belirtilmektedir.
- (5) **G. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 03.09.2012 tarih ve 6756 sayı ile intikal eden başvuru üzerine hazırlanan 19.10.2012 tarih ve 2012-2-155/İİ sayılı İlk İnceleme Raporu 15.11.2012 tarihli Kurul toplantısında görüşülerek, 12-57/1549-M sayı ile önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. İlgili karar uyarınca yapılan inceleme üzerine hazırlanan 13.03.2013 tarih ve 2012-2-155/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (6) **H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda şu aşamada;
- Rekabet Kurulunun 02.09.2010 tarih ve 10-57/1146-432 sayılı kararının geri alınması, değiştirilmesi veya kaldırılmasına ve
  - TNS ile TİAK arasında akdedilen Televizyon İzleyici Ölçümü Hizmet Sözleşmesi'ne Rekabet Kurulunun 14.07.2011 tarih ve 11-43/932-299 sayılı kararı ile tanınmış olan muafiyetin geri alınmasına

gerek olmadığı ifade edilmiştir.

## I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

### I.1. Hakkında Önaraştırma Yapılan Taraflar

#### I.1.1. TİAK

- (7) TİAK, televizyon izleme araştırmalarını organize etmek ve denetlemek, reklam ve medya ajanslarının doğru hedef kitlelere ulaşabilmesi ve reklam verenlerin reklam harcamalarını en etkin biçimde yapabilmesi için ortak birim oluşturmak amacıyla reklam verenler, reklam ajansları ve televizyon kanallarının bir araya gelmesiyle

**13-19/269-M**

kurulmuştur. TİAK, 09-50/1236-310 sayılı ve 02.11.2009 tarihli Rekabet Kurulu kararı sonrasında katılımcılar tarafından yeniden yapılandırılması sonucu ortaya çıkan tüzel kişiliği haiz bir Müşterek Endüstri Komitesi (MEK)'dir.

- (8) TİAK'ın hisseleri; Ana Sözleşme'nin 6. maddesinde (A), (B), (C) ve (D) grubu olmak üzere dörde ayrılmıştır. (A) grubu hisseler, reklam verenlere, (B) grubu hisseler reklamcılara, (C) grubu hisseler tam ölçülen yayıncılara, (D) grubu hisseler ise kısmi ölçülen yayıncılara aittir.
- (9) TİAK'ın 22.10.2012 tarihinde yapılan Olağanüstü Genel Kurulu'nda alınan kararlar doğrultusunda oluşturulan son ortaklık yapısı aşağıdaki tabloda yer almaktadır:

Tablo 1: TİAK Hissedarlık Yapısı

Hissedar	Yayın Grubu	Hisse Grubu	Hisse Adedi	Hisse Oranı (%)
REKLAMVERENLER DERNEĞİ	--	A	787.500	15,75
REKLAMCILAR DERNEĞİ	--	B	787.500	15,75
TURKUVAZ RADYO TV HABER. VE YAY. A.Ş.	ATV	C	262.500	5,25
DTV HABER VE GÖRSEL YAYINCILIK A.Ş.	Kanal D	C	238.600	4,772
İŞİL TELEVİZYON YAYIN.YAPIM. SAN.VE TİC.A.Ş.	Star TV	C	238.600	4,772
AKS TELEVİZYON REKLAM VE FİLM SAN.VE TİC. A.Ş.	Show TV	C	262.500	5,25
HUZUR RADYO VE TV A.Ş.	Fox TV	C	262.500	5,25
HAYAT GÖRSEL YAYINCILIK A.Ş.	Kanal 7	C	238.600	4,772
SAMANYOLU YAYINCILIK HİZMETLERİ A.Ş.	Samanyolu TV	C	238.600	4,772
GÖKTUĞ ELEKTRONİK YAY.SAN.VE TİC. İŞL.A.Ş.	Flash TV	C	262.500	5,25
TÜRKİYE RADYO TELEVİZYON KURUMU	TRT 1	C	239.000	4,78
TÜRKİYE RADYO TELEVİZYON KURUMU	TRT Haber	C	238.600	4,772
YAŞAM TELEVİZYON YAYIN HİZM. A.Ş.	Kanaltürk	D	80.000	1,6
NTV RADYO VE TELEVİZYON YAY.A.Ş.	NTV	D	80.000	1,6
CİNER MEDYA TV HİZMETLERİ A.Ş.	Habertürk	D	80.000	1,6
C GÖRSEL YAYINLAR A.Ş.	Bloomberg	D	80.000	1,6
MNG TV YAYINCILIK A.Ş.	TV8	D	80.000	1,6
DORUK TELEVİZYON VE RADYO YAYINCILIK A.Ş.	CNN Türk	D	80.000	1,6
Yumurcak YAYINCILIK HİZM.A.Ş.	Yumurcak	D	80.000	1,6
STAR MEDYA AJANS A.Ş.	Karamel TV	D	80.000	1,6
BEYAZ İLETİŞİM A.Ş.	Ülke TV	D	80.000	1,6
KTV YAY. REKLAM SAN.TİC.A.Ş.	Kanal A	D	80.000	1,6
EKO TV TELEVİZYON YAYINCILIK A.Ş.	TV2	D	143.000	2,86
TOPLAM			5.000.000	100

## 13-19/269-M

- (10) TİAK Genel Kurulu'nun karar alma nisapları Ana Sözleşme'nin 9. maddesinde belirlenmiştir:

*"9.3. Genel kurul, sınırlı sayıda olmamak üzere, yasal düzenlemelerin belirlediği yetki ve görev alanı içerisinde karar alabilir. Tüm genel kurul kararlarında, (A) ve (B) grubu pay sahiplerinin olumlu oylarının bulunması şartıyla, Şirket esas sermayesinin % 85'ini temsil eden hissedarların olumlu oyu gerekmektedir.*

*9.4. Her bir hissedar grubunun genel kuruldaki toplam oy sayıları, bu grupların işbu sözleşmenin 6.3. maddesinde belirtilen -Şirketin kuruluş anındaki- sermaye oranlarına eş değer olacaktır. Bu oranın değiştirilmesi, oybirliği şartına bağlıdır.*

*Şirkete yeni hissedar girişi, hissedarların kendi hisse grupları içerisindeki sermaye oranlarını değiştirirse de, hisse gruplarının Şirkette sahip oldukları toplam oy oranlarını (%15,75 - %15,75 - %52,5 - %16 oranını) değiştirmeyecektir."*

TİAK yönetim kurulu üyeleri ve yönetim kurulunun karar alma nisapları Ana Sözleşme'nin 10. maddesinde belirlenmiştir:

*"10.2. Yönetim kurulu, genel kurul tarafından atanacak 15 üyeden oluşur. Genel kurul, (A) grubu payların sahiplerinin göstereceği adaylar arasından 1 (bir); (B) grubu payların sahiplerinin göstereceği adaylar arasından 1 (bir); (C) grubu payların sahiplerinin göstereceği adaylar arasından 10 (on) üye ve (D) grubu payların sahiplerinin göstereceği adaylar arasından 3(üç) üye atayacaktır."*

*"10.5. Tüm yönetim kurulu kararlarında karar alma nisabı (A) Grubu hissedarları temsil eden 1 ve B Grubu hissedarları temsil eden 1 yönetim kurulu üyesinin olumlu oyu bulunmak kaydıyla 11'dir."*

### I.1.2. Reklamcılar Derneği

- (11) Türkiye'de faaliyet gösteren reklam ajanslarının mesleki kuruluşu olan Reklamcılar Derneği'nin kurumsal amacı, Türkiye'de reklamcılık mesleğinin ve reklam ajanslarının gelişerek ve güçlenerek devamını sağlamaktır. Reklamcılar Derneği'nin Tüzüğü'nde belirtilen niteliklere sahip reklam ve medya ajansları ile bu tür ajanslarda çalışan imza yetkisine sahip yöneticiler derneğe üye olabilmektedir. Reklamcılar Derneği'nin 104'ü tüzel kişi, 22'si ise gerçek kişi olan toplam 126 üyesi bulunmaktadır.
- (12) 4721 sayılı Türk Medeni Kanunu'nun 68. maddesinde dernek üyelerinin eşit haklara sahip olduğu, 69. maddesinde ise her bir üyenin genel kurulda bir oy hakkı bulunduğu hükmü yer almaktadır. Reklamcılar Derneği Tüzüğü'nün 5. maddesinde de "...Üyeler Dernek içinde ve ilişkin faaliyetlerde eşit haklara sahiptir." hükmü yer almaktadır. Tüzüğü'nün 13. maddesinde "...Genel Kurul'da her üyenin bir oy hakkı..." bulunduğu belirtilmektedir.
- (13) Reklamcılar Derneği Tüzüğü'nün 13. maddesinde, genel kurulun katılma hakkı bulunan üyelerin salt çoğunluğunun; tüzük değişikliği ve Denek feshi halinde üçte ikisinin katılımı ile toplanacağı, çoğunluğun sağlanamaması sebebiyle toplantının ertelenmesi durumunda ikinci toplantıda çoğunluğun aranmayacağı, ancak bu toplantıya katılan üye sayısının Yönetim ve Denetim Kurulları üye tam sayısının iki katından (halihazırda 20) az olamayacağı düzenlenmektedir.
- (14) Reklamcılar Derneği Tüzüğü'nün 13. maddesinde ise genel kurul kararlarının toplantıya katılan üyelerin salt çoğunluğu ile alınacağı; ancak tüzük değişikliği ve Derneğin feshi kararlarının toplantıya katılanların üçte iki çoğunluğu ile alınacağı düzenlenmektedir.

## 13-19/269-M

- (15) Tüzüğün 17. maddesinde “*Yönetim Kurulu yedi asıl ve yedi yedek olmak üzere Genel Kurul tarafından ve üyeler arasından iki yıl süre için gizli oyla seçilir.*” denilmektedir. Ayrıca, genel kurulun yönetim kurulu seçimine ilişkin kararlarını salt çoğunluk ile aldığı anlaşılmaktadır.
- (16) Tüzüğün 18. maddesinde, yönetim kurulunun üye tamsayısının yarısından bir fazlasının hazır bulunması halinde toplanacağı, kararların toplantıya katılanların salt çoğunluğu ile alınacağı düzenlenmektedir.

### I.1.3. TNS

- (17) TNS, toplum izleme, araştırma ve ölçüm alanlarında faaliyet gösteren İngiltere merkezli WPP Group Plc'nin (WPP Grubu) Türkiye'deki şubesi olarak aynı alanlarda faaliyet göstermektedir. WPP Grubu, temel olarak pazar araştırmaları, sosyal ve politik anket çalışmaları alanında faaliyet göstermektedir. TNS, hızlı ve dayanıklı tüketim ürünleri sektörü başta olmak üzere bankacılık, otomotiv, sağlık ve medya alanlarında yoğunlaşmış şekilde pazar araştırmaları yapmaktadır. TNS'nin hisselerinin %99,99'una WPP Grubu tarafından kontrol edilen Taylor Nelson Sofres sahiptir.
- (18) TNS, TİAK ile 08.09.2011 tarihinde imzalanan Televizyon İzleyici Ölçümü Hizmet Sözleşmesi uyarınca televizyon kanallarının karşılaştırmalı izlenme oranlarının ölçümünü yapmakta, araştırma ve ölçüm sonuçlarını TİAK abonelerine teslim etmektedir.
- (19) TNS, televizyon izleyici ölçümü hizmetini TNS tüzel kişiliği altında bir ticari işletme olan Kantar Medya aracılığıyla sunmaktadır. Aynı bir tüzel kişiliği olmamasına rağmen, Kantar Medya'nın TNS'nin altında kendine ait bir organizasyon yapısı bulunmaktadır.
- (20) WPP Grubu tarafından kontrol edilen şirketler, Türkiye'de televizyon izleyici ölçümü, hedef kitle endeksi hazırlanması, medya planlama ve satın alma hizmetleri, medyada yayınlanan veya yayınlanmayan reklamlara ilişkin müşterilere hizmet sunumu, dijital reklam, yaratıcı reklamcılık, halkla ilişkiler, dijital pazarlama, reklam kampanyalarının yaratılması, alan pazarlama, pazar araştırma anketlerinin hazırlanması, doğrudan reklamcılık, sağlık hizmetleri reklamcılığı alanlarında faaliyet göstermektedir.
- (21) WPP Grubu bünyesinde faaliyet gösteren şirketlerden Maxus Medya, Mediacom ve Mindshare TNS'den televizyon izleyici ölçüm hizmeti almaktadır. Ayrıca, WPP Grubu bünyesinde bulunan dokuz şirket (Grey Worldwide İstanbul Reklamcılık Ltd. Şti., Maxus Medya Hizmetleri Ltd. Şti, Mediacom İstanbul Medya Hizmetleri A.Ş., MEC İletişim Planlama Hiz. Ltd. Şti, Mindshare Medya Hizmetleri A.Ş., Ogilvy & Mather, Young & Rubicam, Reklamevi Reklamcılık Ltd. Şti., CS Reklam Hiz. San. Tic. A.Ş., Manajans/Thompson Reklam İşleri A.Ş.) ile 4 gerçek kişi (Arzu ÜNAL-Reklamevi, Aytül ÖZKAN-Ogilvy, Demet İKİLER-Mindshare, Alemşah ÖZTÜRK-41-29), aynı zamanda Reklamcılar Derneği'nin üyesi konumundadır.

### I.2. TİAK'a İlişkin Önceki Kurul Kararları

- (22) Rekabet Kurulunun 02.11.2009 tarih ve 09-50/1236-310 kararında TİAK'ın yapısına ilişkin olarak;

*“...TİAK tarafından yaptırılmakta olan Türkiye ulusal televizyonlar izleme araştırması Türkiye'deki ilk ve tek izleme araştırmasıdır. Bu araştırma sonucunda elde edilen bilgiler piyasada tek geçerli ölçüt durumunda olup alternatifi bulunmamaktadır...”*

*Reklamverenlerin TV mecralarına yaptıkları bu büyük harcamaların dağıtılmasında en önemli kıstas ise televizyonların izlenme oranlarıdır...*

*Bu nedenle Televizyon İzleyici Ölçümü (Television Audience Measurement-TAM) hizmetlerinin sağlanmasında kullanılan MEK'in yapısının, söz konusu bu kuralların ve metodolojinin belirlenmesi, uygulanması ve denetlenmesi gibi konularda bağımsız karar alabilen, objektif olarak belirlenmiş yerleşik kurallara göre çalışan, hukuki belirliliğe, teknik yeterliliğe ve kurumsal yapıya sahip bir organizasyon olması gerekmektedir. Söz konusu özellikleri haiz olmayan bir MEK yapısının, tek ölçüt sisteminden beklenen faydaları sağlaması mümkün olmayıp bir takım rekabet ihlallerine yol açması imkân dâhilindedir.*

*Türkiye'de uygulanmakta olan MEK modeli bağımsız bir model değildir. TİAK, IAA altında ona karşı sorumlu faaliyet gösteren bir alt komite durumundadır. Kuruluş sözleşmesi veya yazılı kuralları bulunmamakta, çalışmalar teamüllere göre yapılmaktadır. Bu durum TİAK'ı, sektörün bütün katılımcılarını bir araya getiren ve bütün bu katılımcılar için hayati öneme sahip TAM verilerinin temin edilmesi işinin bütün aşamalarını kendilerinin belirlediği kurallar çerçevesinde temin ve kontrol eden, konu ile ilgili stratejik kararları kendisi alabilen kurumsal kimliğe, teknik yeterliliğe ve işlerliğe sahip bir yapı olmaktan çok doğrudan IAA'ya karşı sorumlu IAA yönetimini elinde tutan kişi ve gruplar tarafından idare edilebilen, kurumsal yapısı ve işlerliği olmayan, herhangi bir kuruluş sözleşmesi, ayrıntılı bir görev tanımlaması ve çalışma ilkeleri bulunmayan, düşük fonksiyonlu bir çalışma grubu durumuna getirmektedir..."*

şeklinde yapılan değerlendirme sonrasında; "...Türkiye'de IAA çatısı altında faaliyet gösteren ve üyelerini IAA, RD, RVD ve TV yayıncılarının temsilcilerinin oluşturduğu müşterek endüstri komitesi olan TİAK'ın, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında, belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama etkisini doğurabilecek nitelikte olan bir teşebbüs birliği olduğu..." sonucuna ulaşılmıştır.

- (23) Bununla birlikte kararda; gerek IAA gerekse TİAK yetkililerinin bu sorunların farkında olarak bir takım önlemler almaya ve çalışmalar yapmaya başlamış olmaları nedeniyle bu aşamada IAA ve TİAK'ı oluşturan diğer teşebbüs birlikleri hakkında Kanun'un 4. ve 6. maddeleri kapsamında soruşturma açılmasına gerek olmadığı belirtilerek;

*"... TİAK tarafından AGB'ye yaptırılan izlenme araştırmasının sektörde ikamesi olmayan geçerli tek ölçüt olduğu, piyasaya olan doğrudan etkisi ve önceki Kurul kararları dikkate alındığında; mevcut yapıya ilişkin olarak rekabet ihlali doğurabilecek nitelikte olan ve yukarıda ayrıntılılarıyla ele alınan*

- tam bağımsızlık,
- kurumsal yapı,
- yazılı ve objektif kurallara göre hareket etme
- hukuki belirlilik ve teknik yeterlilik

*hususlarına ilişkin var olan tereddütleri giderici değişikliklerin, değerlendirme kısmında dikkat çekilen başlıklar çerçevesinde düzenlenerek 90 gün içinde Kurum'a bildirilmesine dair Kurul görüşünün, 4054 sayılı Kanun'un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca TİAK yönetimine bildirilmesi"*

sonucuna ulaşılmıştır.

- (24) Rekabet Kurulunun 02.11.2009 tarih ve 09-50/1236-310 sayılı kararı uyarınca TİAK'ın yapısında gerçekleştirilen değişikliklerin tamamlanmış olduğuna dair TİAK tarafından yapılan bildirim değerlendirilmesinde sonucunda 02.09.2010 tarih ve 10-57/1146-432 sayılı Kurul kararında;

*“1. TİAK’ı oluşturan teşebbüs ve teşebbüs birliklerinin ve IAA’nın, TİAK yapısına ilişkin olarak Kurul kararında yer verilen ihlale yol açabilecek nitelikteki tereddütleri ve sakıncaları giderici değişiklikleri verilen süreler içinde yaparak Kurumumuza tevsiik etmeleri nedeniyle haklarında soruşturma açılmasına gerek olmadığı,*

*2. Taraflarca kuruluşu üzerinde mutabakat sağlanan ve öngörülen yapı ve işleyişi bakımından Kanun’a aykırılık barındırmadığı kanaatine varılan TİAK A.Ş.’nin, Kurul kararındaki hükümler doğrultusunda, TAM hizmetinin teminine ilişkin olarak yeni ihaleyi yapmasının önünde bir engel bulunmadığı”*

hükmüne varılmıştır.

- (25) Ayrıca, TİAK tarafından TNS ile TİAK arasında imzalanan televizyon izlenme oranlarının ölçümüne ilişkin Televizyon İzleyici Ölçümü Hizmet Sözleşmesi’ne menfi tespit verilmesi/muafiyet tanınması talebi incelenmiş, diğer hususların yanında, ilgili sözleşmenin dört yıl için imzalanmış olduğu ve ayrıca sözleşmenin otomatik olarak uzayacağına ilişkin bir hükmün bulunmadığı da dikkate alınarak Rekabet Kurulunun 14.07.2011 tarih ve 11-43/932-299 sayılı kararı ile söz konusu sözleşmeye bireysel muafiyet tanınmasına karar verilmiştir.

### **I.3. İlgili Pazar**

#### **I.3.1. İlgili Ürün Pazarı**

- (26) İzlenme ölçümleri, ulusal çapta aralıklarla veya sürekli olarak yapılan televizyon izleyicisi tahminlerini kapsamaktadır. Ortaya çıkan sonuç, yani belirli bir süre boyunca bir kanalı izleyen belirli bir nüfusun yüzdesi ve izleme örneklerine ilişkin diğer bilgiler olarak tanımlanan “reyting” bilgileri, tüketicilere ve izleyicilere ulaşmanın bir yolu olarak program üreticileri, yayıncılar, yayımcılar, medya planlayıcıları ve TV’de ayrılan reklam süresini satın alanlar vb. tarafından kullanılmaktadır. TİAK, televizyon izleme araştırmalarını organize etmekte ve denetlemektedir. Bu bilgiler ışığında dosya kapsamında ilgili ürün pazarı, “televizyon izleyici ölçümü pazarı” olarak belirlenmiştir.

#### **I.3.2. İlgili Coğrafi Pazar**

- (27) Dosya konusu, TİAK ve ölçüm şirketleri tarafından beraberce gerçekleştirilen ve ulusal çapta yayın yapan televizyon kanallarına yönelik olan reyting ölçümleme faaliyetlerine ilişkindir. Reyting ölçüm faaliyeti ulusal yayın yapan televizyonlara yönelik olduğundan tüm ülke çapında gerçekleştirilmektedir. Faaliyetin bu nitelikleri çerçevesinde reyting ölçüm pazarı açısından, ülke içinde rekabet şartlarını farklılaştıran ve bölge ayrıştırmasını gerektiren bir durum bulunmaması sebebiyle dosya kapsamında ilgili coğrafi pazar “Türkiye” olarak tespit edilmiştir.

### **I.4. Değerlendirme**

- (28) Yürütülen önaraştırma kapsamında TİAK, Group M Medya Hizmetleri Ltd. Şti. (Group M) ve Reklamcılar Derneği’nde inceleme yapılmıştır. Ayrıca dosya kapsamında ilgili teşebbüslerden bilgi ve belge talep edilmiştir. TİAK tarafından gönderilen cevap yazıları 28.02.2013 tarih ve 1226 sayı ile 08.03.2013 tarih ve 1442 sayı; Kantar Medya tarafından gönderilen cevap yazıları 05.03.2013 tarih ve 1317 sayı ile 05.03.2013 tarih ve 1345 sayı; Reklamverenler Derneği tarafından gönderilen cevap yazısı 05.03.2013 tarih ve 1323 sayı; Reklamcılar Derneği tarafından gönderilen cevap yazısı 06.03.2013 tarih ve 1355 sayı ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.
- (29) Cumhuriyet Savcılığı tarafından gönderilen başvuru yazılarında özetle, TNS ile TİAK arasında TAM hizmetinin sunumuna ilişkin olarak akdedilen Televizyon İzleyici Ölçümü Hizmet Sözleşmesi’ne Rekabet Kurulunun 14.07.2011 tarih ve 11-43/932-299 sayılı kararı ile tanınmış olan muafiyetin geri alınması talep edilmektedir. Başvuru

yazılarında ayrıca, TİAK'ın mevcut yapısının Rekabet Kurulunun 02.11.2009 tarih ve 09-50/1236-310 sayılı kararında ortaya konulan kriterleri karşılamaktan uzak olduğu da ifade edilmektedir. Dolayısıyla başvuru kapsamında, TİAK'ın yeni yapısının 02.11.2009 tarih ve 09-50/1236-310 sayılı Kurul kararında dikkat çekilen rekabetçi endişeleri giderdiği yönünde bir tespitte bulunan Rekabet Kurulunun 02.09.2010 tarih ve 10-57/1146-432 sayılı kararının gözden geçirilmesinin de talep edildiği anlaşılmaktadır.

- (30) 4054 sayılı Kanun'un "*Muafiyet ve Menfi Tespit Kararlarının Geri Alınması*" başlıklı 13. maddesinin birinci fıkrasında, a) kararın alınmasına esas teşkil eden herhangi bir olayda değişiklik olması b) karara bağlanan şartların veya yükümlülüklerin yerine getirilmemesi veya c) kararın söz konusu anlaşma hakkında yanlış veya eksik bilgiye dayanılarak verilmiş olması hallerinde, Kurulun daha önce vermiş olduğu muafiyet/menfi tespit kararını geri alabileceği düzenlenmektedir. Bu çerçevede, Kanun'un 13. maddesinde belirtilen koşullardan herhangi birinin gerçekleşmesi halinde, 14.07.2011 tarih ve 11-43/932-299 sayılı karar ile verilmiş olan muafiyetin her aşamada geri alınması mümkündür.
- (31) TİAK'ın önceki yapısında gerçekleştirilen değişikliklerin tamamlanmış olduğuna dair bildirim sonucunda alınan 02.09.2010 tarih ve 10-57/1146-432 sayılı karar ise, bir muafiyet/menfi tespit kararı olmamakla birlikte, Rekabet Kurulunun 02.11.2009 tarih ve 09-50/1236-310 sayılı kararında belirtilen koşulların yerine getirildiğini tespit eden nihai bir karar niteliğindedir.
- (32) Ülkemizde televizyon izleyici ölçümü hizmetleri pazarı, "pazar içerisinde rekabet"ten ziyade "pazar için rekabet" in ön plana çıktığı bir piyasa özelliği göstermektedir. Bu durumun ortaya çıkmasına yol açan temel faktör ise, televizyon izleme ölçümü verilerinin alıcısı konumunda bulunan reklam verenler, reklam ajansları ve televizyon yayıncılarının büyük çoğunluğunun müşterek endüstri komitesi modeline göre örgütlenmiş olan TİAK bünyesinde bir araya gelmeleri ve bu oluşum vasıtasıyla belirli bir süre için ilgili hizmeti tek bir teşebbüsten almalarıdır. TAM hizmeti, bu hizmeti tek elden sunmak için teşebbüslerin yarıştığı bir ticari faaliyet olmanın ötesinde, televizyon yayıncılığı ile ilişkili olan farklı pazarlardaki rekabeti etkileyebilecek bir hizmet niteliğini de taşımaktadır. Zira reklam verenlerin televizyon mecralarına yaptıkları harcamaların dağıtılmasında en önemli kıstas, televizyonların izlenme oranlarıdır. Benzer şekilde, yapım şirketleri tarafından hazırlanan çeşitli programların piyasa değerinin belirlenmesinde de söz konusu programa ilişkin izlenme oranları önemli bir veridir.
- (33) Esasen TİAK benzeri bir yapının varlığı, ilgili piyasada "pazar içi rekabeti" büyük ölçüde ortadan kaldırıp bunun yerine "pazar için rekabeti" ikame etmesi yönüyle rekabeti kısıtlayıcı bir nitelik arz etmektedir. Ancak, televizyon izleme ölçümü hizmetinin TİAK benzeri bir yapının denetim ve kontrolünde tek elden alınması, gerek söz konusu hizmetin alıcıları bakımından TAM verilerinin tedarik maliyetini düşürmesi yönüyle, gerekse pazarda tüm tarafların itimat edebileceği objektif bir TAM verisinin üretilmesini sağlaması yönüyle etkinlik artırıcı bulunmakta ve dolayısıyla belirli koşullar altında bu tür yapılara rekabet hukuku kapsamında muafiyet tanınabilmektedir.
- (34) İlgili hizmetin bu özellikleri dikkate alınarak, 02.11.2009 tarih ve 09-50/1236-310 sayılı Kurul kararında TİAK'ın o dönemdeki yapısının, tam bağımsızlık, kurumsal yapı, yazılı ve objektif kurallara göre hareket etme, hukuki belirlilik ve teknik yeterlilik açısından ilgili pazarda rekabet ihlali doğurabilecek nitelikte olduğu tespit edilmiş ve söz konusu yapının kararda dikkat çekilen hususlar ışığında yeniden yapılandırılması yönünde görüş oluşturulmasına karar verilmiştir.



- (35) Rekabet Kurulunun görüşü doğrultusunda TİAK'ın yeniden yapılandırıldığına ilişkin olarak yapılan bildirim üzerine alınan 02.09.2010 tarih ve 10-57/1146-432 sayılı Kurul kararında ise, TİAK'ın yeni yapısı; tam bağımsızlık, kurumsal yapı, yazılı ve objektif kurallara göre hareket etme, hukuki belirlilik ve teknik yeterlilik kriterleri açısından değerlendirilmiş ve yeni TİAK yapısının, 02.11.2009 tarih ve 09-50/1236-310 sayılı Kurul kararında dikkat çekilen rekabetçi kaygıları giderdiği tespit edilmiştir. Bu bağlamda, tam bağımsızlık kriteri açısından TİAK'ın, Uluslararası Reklamcılar Derneği çatısı altında faaliyet gösteren ve bu derneği kontrol eden kişi, teşebbüs veya teşebbüs birlikleri tarafından yönlendirilebilen bir çalışma grubu olmaktan çıktığı; yeni yapının reklam veren, reklamcı ve televizyon yayıncılarından oluştuğu; herhangi bir dernek, şirket veya kişinin kontrolü altında bulunmadığı tespit edilmiştir. Kurumsal yapı açısından ise, TİAK'ın bir anonim şirket olarak yapılandırılması sonucunda şirketin organizasyon yapısı, idari organları, bu organların ne şekilde oluşturulacağı, görev tanımları ve sorumluluklarının şirket ana sözleşmesinde ayrıntılarıyla belirtildiğine dikkat çekilmiş ve bu yönüyle de TİAK'ın yeni yapısının Rekabet Kurulu kararında dikkat çekilen eksiklikleri giderdiği belirlenmiştir. Kararda yazılı ve objektif kurallara göre hareket etme koşuluna ilişkin olarak ise, TAM verilerinin ölçülmesi işini kontrol eden TİAK'ın eski yapısı kuruluş, faaliyet ve işleyiş gibi konularda hiçbir yazılı kurala dayanmazken ve TİAK'ın kararlarının büyük çoğunluğu Uluslararası Reklamcılar Derneği'nin yönlendirmesiyle teamüllere bağlı olarak alınırken, yeniden yapılandırılan TİAK'ın ana sözleşmesinde şirketin kuruluş ve işleyişine ilişkin bütün aşamaların ve şirketi oluşturan idari organların yapısı, görev ve sorumluluklarına ilişkin bütün hususların (kuruluş, abonelik, genel kurul, yönetim kurulu, denetçiler, teknik komite, tahkim komitesi ve bunlara dair karar alma süreçleri) ayrıntılı kurullarla düzenlendiği belirtilmiş; ayrıca TİAK'ın anonim şirket şeklinde yapılandırılmış olmasının ticaret hukuku bağlamında da şirketin idare ve işleyiş açısından belirli kurallara uyma zorunluluğunu beraberinde getirdiği ifade edilmiştir. Hukuki belirlilik ve teknik yeterlilik koşuluna ilişkin olarak ise kararda, TİAK ana sözleşmesi ile şirket bünyesinde bir teknik komitenin kurulmuş olduğuna dikkat çekilerek, TİAK'ın, Rekabet Kurulunun 02.11.2009 tarih ve 09-50/1236-310 sayılı kararında dikkat çekilen kaygıları giderecek şekilde yeniden yapılandırıldığı ifade edilmiştir.
- (36) Bununla birlikte, Cumhuriyet Savcılığı'nın yazılarının incelenmesinden, başvuruda yer alan taleplerinin, temel olarak iki tespit ve iddiaya dayandığı anlaşılmaktadır. Bunlardan ilki, TİAK'ın yapısında katılımın sermaye payına göre belirlenmesinin sorun oluşturduğu ve medya sermaye şirketlerinin özellikle dernekler vasıtasıyla TİAK üzerinde kontrolsüz hâkimiyete sahip olduğu iddiasıdır.
- (37) Müşterek endüstri komitesi şeklinde örgütlenmiş olan TİAK'ın hisseleri, A, B, C ve D grubu olmak üzere dörde ayrılmış olup, şirketin esas sermayesinin %15,75'ine tekabül eden A grubu hisseler Reklamverenler Derneği'ne; %15,75'ine tekabül eden B grubu hisseler ise Reklamcılar Derneği'ne tahsis edilmiştir. Ayrıca, şirketin esas sermayesinin %52,5'ine tekabül eden C grubu hisseler on adet tam ölçülen yayıncı (ATV, Kanal D, Star TV, Show TV, Fox TV, Kanal 7, Samanyolu TV, Flash TV, TRT 1, TRT Haber) arasında; %16'sına tekabül eden D grubu hisseler ise onbir adet kısmi ölçülen yayıncı (Kanaltürk, NTV, Habertürk, Bloomberg, TV8, CNN Türk, Yumurcak, Karamel TV, Ülke TV, Kanal A, TV2) arasında paylaştırılmıştır. TİAK Ana Sözleşmesi'nin 9.3. maddesine göre, şirket genel kurulu, A ve B grubu hissedarların olumlu oylarının bulunması şartıyla şirket esas sermayesinin %85'ini temsil eden hissedarların olumlu oyu ile karar alabilmektedir. Buna göre TİAK'ın toplam %31,50 oranındaki hissesine tekabül eden A ve B grubu hisseleri elinde bulunduran Reklamverenler Derneği ve Reklamcılar Derneği'nin, en azından şirketin toplam hisselerinin %53,5'ini temsil eden televizyon yayıncılarının olumlu oyunu almadan

genel kuruldan istedikleri yönde bir karar çıkartamayacakları anlaşılmaktadır.

- (38) TİAK Ana Sözleşmesi'nin 10. maddesinde ise, şirket yönetim kurulunun genel kurul tarafından atanacak on beş üyeden oluşacağı; genel kurulun A grubu hisse sahiplerinin göstereceği adaylar arasından bir kişiyi, B grubu hisse sahiplerinin göstereceği adaylar arasından bir kişiyi; C grubu hisse sahiplerinin göstereceği adaylar arasından üç kişiyi yönetim kuruluna atayacağı belirtilmiş; ayrıca tüm yönetim kurulunun, A ve B gruplarını temsil eden toplam iki hissedarın olumlu oylarının bulunması koşuluyla toplam on bir hissedarın olumlu oyu ile karar alabileceği düzenlenmiştir.
- (39) TİAK A.Ş.'nin söz konusu hissedarlık yapısı ile genel kurul ve yönetim kurulu karar alma nisapları dikkate alındığında, herhangi bir ekonomik bütünlüğün veya hisse grubunun şirkette tek başına karar almaya yetecek düzeyde bir sermayeye, hisse oranına veya başkaca yetkilere sahip olmadığı anlaşılmaktadır.
- (40) Bununla birlikte, TİAK'ın hissedarlık yapısı ile genel kurul ve yönetim kurulu karar alma nisapları incelendiğinde, TİAK'ın hissedarı konumundaki televizyon yayıncılarından hiçbirisi tek başına genel kurulda veya yönetim kurulunda diğer ortakların olumlu oy kullandıkları bir kararın alınmasını engelleyebilecek güce sahip değilken, Reklamcılar Derneği ve Reklamverenler Derneği'nin genel kurulda veya yönetim kurulunda kararları veto etme yetkilerinin bulunduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle, söz konusu derneklerin olumlu oy kullanmadığı hiçbir hususta TİAK genel kurulunun ve yönetim kurulunun karar alabilmesi mümkün değildir.
- (41) TİAK yönetim kurulunun şirketin faaliyet konularından birisi olan TAM hizmetini sunacak teşebbüsün seçimi ve söz konusu teşebbüsün denetimi konusunda yetkili olduğu dikkate alındığında, Reklamverenler Derneği'nin ve Reklamcılar Derneği'nin, TİAK'daki konumları itibarıyla ilgili hizmetin herhangi bir teşebbüsten alınmasına engel olabilecek yetkiye sahip olduğu; söz konusu derneklerin yeterli düzeyde hizmet sunamayan bir TAM hizmet sağlayıcısına TİAK tarafından gerekli yaptırımların uygulanıp uygulanmaması noktasında da söz sahibi olduğu anlaşılmaktadır. Bu nedenle, ilgili piyasada "pazar için rekabet" in TAM hizmetini sunabilecek tüm teşebbüsler açısından eşit ve adil koşullarda oluşabilmesi açısından, TİAK'ın hissedarı konumundaki Reklamverenler Derneği ve Reklamcılar Derneği'nin aynı zamanda ilgili pazarda TAM hizmeti sunabilecek olan bir ekonomik bütünlüğün hukuki veya fiili kontrolünde bulunmaması ve ayrıca Reklamverenler Derneği ve Reklamcılar Derneği'ni TİAK'da temsil eden kişilerin TİAK'ın MEK yapısına uygun olarak, ait oldukları grubun çıkarlarını öncelemek yerine temsil ettikleri dernek üyelerinin çıkarlarını temsil etmeleri gerekmektedir.
- (42) Öneri kapsamında, Reklamverenler Derneği ve Reklamcılar Derneği'nin üyelik yapıları ve karar alma süreçleri incelenmiş, ancak halihazırda TİAK ile akdettiği sözleşme çerçevesinde ülkemizde TAM hizmetini sunan şirket olan TNS'yi kontrol eden WPP Grubu da dahil olmak üzere medya alanında faaliyet gösteren herhangi bir ekonomik bütünlüğün Reklamverenler Derneği ve Reklamcılar Derneği'ni hukuken veya fiilen kontrol ettiğine ilişkin yeterli düzeyde delil elde edilememiştir. Benzer şekilde, bugüne kadar Reklamverenler Derneği ve Reklamcılar Derneği'ni temsilen TİAK yönetim kurulu'nda bulunan üyelerin, temsil ettikleri derneğin çıkarları yerine kendi gruplarının çıkarlarını ön planda tuttuklarını gösteren herhangi bir tespit de yapılamamıştır.
- (43) Bu noktada, ilgili piyasada "pazar için rekabet" in TAM hizmetini sunabilecek tüm teşebbüsler açısından eşit ve adil koşullarda oluşabilmesi açısından önemle dikkati

çekilmesi gereken bir diğer husus ise, TAM hizmetini sağlayacak teşebbüsün seçimine ilişkin olarak önümüzdeki dönemlerde TİAK tarafından yapılacak olan ihalelerin; şeffaf, rekabetçi, eşitlikçi ve dışlayıcı olmayacak şekilde dizayn edilmesi gerektiğidir. Zira, ülkemizde olduğu gibi, TAM hizmetinin büyük ölçüde tek sağlayıcıdan tedarik edildiği bir pazar yapısında, halihazırda söz konusu hizmeti sunan teşebbüsün, hizmet sunumu için gerekli organizasyonunu kurmuş ve ilgili yatırımlarını yapmış olması nedeniyle, bir sonraki ihale sürecinde rakiplerine kıyasla belirgin bir maliyet avantajına sahip olacağı genel olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla, TİAK tarafından yapılacak ihalenin şeffaf ve rekabetçi bir şekilde dizayn edilmemesi halinde, yerleşik teşebbüsün sahip olduğu maliyet avantajları nedeniyle ihale aşamasında zaten belirli ölçüde giriş engelinin bulunduğu TAM hizmetleri pazarının, bütünüyle potansiyel teşebbüslere kapatılması söz konusu olabilecektir.

- (44) Cumhuriyet Savcılığı'nın başvurusunda ileri sürülen bir diğer husus, WPP Grubu'nun medya sektöründe faaliyet gösteren bazı şirketleri TAM hizmetinin alıcısı konumunda iken, aynı grubun bir diğer şirketi olan TNS'nin TAM hizmetinin sağlayıcısı konumunda bulunmasının ilgili pazarda tekelleşmeye yol açacağı ve rekabeti bozacağı iddiasıdır. Başvuru yazılarında da belirtildiği üzere ülkemizde WPP Grubu şirketlerinden TNS, TİAK ile akdettiği sözleşme çerçevesinde TAM hizmetlerinin sağlayıcı konumunda iken, WPP Grubu'nun Türkiye'de faaliyet gösteren medya planlama ve satın alma şirketleri (Maxus Medya Hizmetleri Tic. Ltd. Şti., Mediacom İstanbul Medya Hizmetleri A.Ş. ve Mindshare Medya Hizmetleri A.Ş.) TAM verilerinin alıcısı konumundadır.
- (45) TAM hizmetleri pazarında sağlayıcı ve alıcının aynı ekonomik bütünlük içerisinde yer almasının, medya sektöründe dikey bir bütünleşmeye yol açacağı açıktır. Bu noktada, WPP bünyesinde ortaya çıkan söz konusu dikey bütünleşmenin, TNS'nin ilgili hizmeti sunarken WPP Grubu'nun medya planlama ve satın alma şirketleri lehine ayrımcı bir uygulamada bulunmasına veya WPP Grubu bünyesindeki şirketlerin rakibi konumundaki diğer medya şirketlerinin faaliyetlerini zorlaştırıcı ya da pazara girişlerini engelleyici nitelikte eylemlerde bulunmasına yol açabileceği yönünde rekabetçi bir kaygının gündeme gelmesi mümkündür.
- (46) Ancak TİAK'ın yapısının ve işleyişinin hukuken ve fiilen Rekabet Kurulunun 02.11.2009 tarih ve 09-50/1236-310 sayılı kararında ortaya konulan kriterler doğrultusunda korunduğu, TAM hizmetinin sağlayıcısı konumundaki bir ekonomik bütünlüğün Reklamverenler Derneği'nde veya Reklamcılar Derneği'nde hukuki veya fiili kontrole sahip olmadığı ve söz konusu dernekleri temsilen TİAK'ın yönetiminde bulunan kişiler, söz konusu görevlerini yerine getirirken, kendi ekonomik bütünlüklerinin menfaatlerinden ziyade ait oldukları sektörün ortak menfaatleri doğrultusunda hareket ettikleri sürece fiiliyatta bu tür bir durumun ortaya çıkmasının muhtemel olmadığı kanaatine varılmıştır. Nitekim, 02.11.2009 tarih ve 09-50/1236-310 sayılı kararda belirtilen kriterler çerçevesinde yeniden yapılandırılan TİAK, farklı menfaat gruplarının birbirini dengelemek üzere bir araya geldiği MEK statüsüne sahip bir platform olup, TAM verilerinin ölçümü ile görevlendirilmiş olan şirketin tüm faaliyetleri bu platformun kontrol ve denetimi altındadır. Bu çerçevede, TİAK'ın yapısının ve işleyişinin yukarıda sayılan kriterler çerçevesinde korunması halinde, TAM hizmetinin sağlayıcısı konumunda bulunan teşebbüsün grup şirketleri lehine çeşitli uygulamalarda bulunması halinde, bu durumun TİAK'ın denetim mekanizması kapsamında tespit edilmesi ve gerekirse söz konusu teşebbüs ile olan sözleşme ilişkisine son verilmesi mümkündür.
- (47) Ayrıca bu yönde bir uygulama veya kararın mevcut olması yahut mevcudiyetine dair delil ve emarelerin bulunması durumunda Kurul tarafından kanun kapsamında yeni bir işlem başlatılması da her zaman mümkün olabilecek bir durumdur.

## 13-19/269-M

- (48) Bu çerçevede, mevcut önaraştırma kapsamında, TİAK'ın hâlihazırdaki yapısının ve işleyişinin 02.11.2009 tarih ve 09-50/1236-310 sayılı Kurul kararında belirtilen kriterlerle çelişmediğinin tespit edildiği; başta WPP olmak üzere, herhangi bir ekonomik bütünlüğün Reklamverenler Derneği'nde veya Reklamcılar Derneği'nde hukuki ya da fiili kontrole sahip olduğunu ortaya koyacak yeterlilikte delilin bulunmadığı, bugüne kadar Reklamverenler Derneği ve Reklamcılar Derneği'ni temsilen TİAK yönetim kurulu'nda bulunan üyelerin, temsil ettikleri derneğin çıkarları yerine kendi gruplarının çıkarlarını ön planda tuttuklarını gösteren herhangi bir tespit de yapılamadığı ve ayrıca TNS ile yapılan sözleşmenin dört yıllık bir süre ile akdedilmiş olduğu hususları dikkate alınarak, WPP Grubu'nun medya sektöründe faaliyet gösteren bazı şirketleri TAM hizmetinin alıcısı konumunda iken, aynı grubun bir diğer şirketi olan TNS'nin TAM hizmetinin sağlayıcısı konumunda bulunmasının ilgili pazarda rekabeti bozucu nitelikte olmadığı kanaatine varılmıştır.

### J. SONUÇ

- (49) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre,
- 02.09.2010 tarih ve 10-57/1146-432 sayılı Kurul kararının geri alınması, değiştirilmesi veya kaldırılmasına,
  - TNS Piyasa Araştırma Danışmanlık ve Ticaret A.Ş. ile Televizyon İzleme Araştırmaları A.Ş. arasında akdedilen Televizyon İzleyici Ölçümü Hizmet Sözleşmesi'ne 14.07.2011 tarih ve 11-43/932-299 sayılı Kurul kararı ile tanınan muafiyetin geri alınmasına
- gerek olmadığına OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.