

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2011-2-343 (Önaraştırma)
Karar Sayısı : 11-45/1033-353
Karar Tarihi : 17.08.2011

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI
Üyeler : Doç. Dr. Mustafa ATEŞ, Dr. Murat ÇETİNKAYA,
Reşit GÜRPINAR, Prof. Dr. Metin TOPRAK

B. RAPORTÖRLER : Bayram Ali GEÇGİL, Esmâ TEMEL, Mücteba ALTUN

C. BAŞVURUDA BULUNAN : - Gizlilik talebi bulunmaktadır.
- Resen

D. HAKKINDA İNCELEME

YAPILANLAR : - Repro Medya San. ve Tic. Ltd. Şti.
İncilipınar Mah. Muammer Aksoy Bulvarı Sever İş Merkezi
Altı No:50 Şehitkamil/Gaziantep
- Gaziantep Olay Yayıncılık Reklamcılık ve Ticaret A.Ş.
Mücahitler Mah. Topraklık Mevkii 6. Cadde 35. Sok. No:1
Olay Medya Plaza Şehitkamil/Gaziantep
- Telgraf Medya A.Ş.
İncilipınar Mahallesi Muammer Aksoy Bulvarı Vakıflar İş
Merkezi 14/A Kat: 3 Şehitkamil/Gaziantep
- Gaziantep Güneş Gazete TV Radyo Reklam Ajansı
Matbaa ve Matbaa Malzemeleri Kağıt San. Tic. Ltd.Şti.
İncilipınar Mah. Yunuslar İş Merkezi Kat:7 No:32
Şehitkamil/Gaziantep
- Gaziantep Oluşum Televizyon Radyo Reklam Ajansı
Gazete Matbaa ve Matbaa Malz. Kağıt San. ve Tic. Ltd.
Şti.
İncilipınar Mah. 3 nolu Cad. Akınalan İşmerkezi Kat:4 No:6
Şehitkamil/Gaziantep
- Metropol Gazetecilik ve Matbaacılık San. ve Tic. Ltd. Şti.
İncilipınar Mah. Sabahat Göğüş Cad. Vakıflar İş Mrkz.
No:20/C Şehitkamil/Gaziantep
- Gaziantep Pusula Gazetesi
İncilipınar Mah. Sabahat Göğüş Cad. Vakıflar İş Mrkz.
Kat 2 No: 6 Şehitkamil/Gaziantep
- Referans Gazetecilik ve Matbaacılık Yayıncılık İnş. ve
Turz. Ltd. Şti.
İncilipınar Mah. Sabahat Göğüş Cad. Vakıflar İş Mrkz.
No:20/C Şehitkamil/Gaziantep

E. DOSYA KONUSU: Gaziantep'te faaliyet gösteren yerel gazete yayıncılığı yapan teşebbüslerin 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettikleri iddiası.

50 **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Başvuruda özetle; Gaziantep'te faaliyet gösteren ve günlük yayım yapan 8 yerel gazete yayımcısı teşebbüsün bir araya gelerek REPRO Medya Sanayi Ticaret ve Ltd. Şti.'ni (Repro) kurdukları, bu şirket vasıtasıyla yayımladıkları haftalık "Pazar Gazetesi" isimli gazeteyi 50 bin adet basarak bedava dağıttıkları ve bu durumun haftalık ve günlük yayım yapan diğer gazeteler aleyhine rekabeti bozduğu iddia edilmiştir.

G. DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 12.4.2011 tarih ve 2793 sayı giren başvuru üzerine düzenlenen 25.04.2011 tarihli ve 2011-2-179/İİ-11-325.BAG sayılı İlk İnceleme Raporu, 4.5.2011 tarihli Kurul toplantısında görüşülerek, 11-28/542-M sayı ile önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.

60 Yapılan inceleme sonucunda hazırlanan 03.08.2011 tarih ve 2011-2-343/ÖA-11-325.BAG sayılı Önaraştırma Raporu, 05.08.2011 tarih ve REK.0.16.00.00-110.02.02/471 sayılı Başkanlık Önergesi ile 11-45 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili Rapor'da; başvuru konusu ile ilgili olarak 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığı; REPRO Medya Sanayi Ticaret ve Ltd. Şti'nin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında değerlendirilebileceği, ancak mevcut haliyle Kanun'un 5. maddesindeki şartların tamamının sağlanıyor olması dolayısıyla anılan şirkete bireysel muafiyet tanınabileceği ifade edilmiştir.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. Konu

70 Başvuru dilekçesinde yer alan bilgiye göre Repro'yu kuran gazete yayımcısı teşebbüsler şunlardır;

1. Gaziantep Güneş Gazete TV Radyo Reklam Ajansı Matbaa ve Matbaa Malzemeleri Kağıt San. Tic. Ltd. Şti. (Gaziantep Güneş)
2. Metropol Gazetecilik ve Matbaacılık Medya Sanayi Ticaret ve Ltd. Şti. (Metropol)
3. Referans Gazetecilik ve Matbaacılık Yayıncılık İnşaat ve Turizm A.Ş. (Referans)
4. Olay Medya Grubu Yayıncılık ve Reklamcılık A.Ş. (Olay)
5. Telgraf Medya A.Ş. (Telgraf)
- 80 6. Gaziantep Oluşum Televizyon Radyo Reklam Ajansı Matbaa ve Matbaa Malzemeleri Kağıt San. Tic. Ltd. Şti. (Oluşum)
7. Pusula Gazetesi (Pusula)
8. Zeugma Yayıncılık San. Tic. A.Ş. (Zeugma)

Bununla birlikte, Repro'nun ortaklık yapısında yukarıda belirtilen teşebbüslerin kendileri değil sahipleri yer almaktadır. Ortaklardan Semra Şahin, Referans ve Metropol'e; Nilgün Ay, Oluşum ve Gaziantep Güneş Gazetesi'ne; Mehmet Demir, Pusula'ya; Mehmet Erol, Maraş Olay'a; Meral Maşa ise Zeugma'ya sahiptir.

Dolayısıyla ortakların ikisi ikişer adet gazeteyle sahip olduğundan Repro yapılanması altında biri haftalık olmak üzere sekiz adet gazete bulunmaktadır.

- 90 Repro'nun ticari sicilindeki kayıtlarda geçen başlıca amaç ve konuları arasında günlük, haftalık, aylık, kısa ve uzun dönemli veya dönemsiz olarak Türkçe veya yabancı dilde gazete, dergi, kitap, ansiklopedi, risale, broşür gibi mevkuteyi çıkarmak, yurtiçine veya yurt dışına yaymak, satmak ve pazarlamak ile her türlü kitap, dergi ve gazetenin yayınlanmasını temin amacı ile baskı işleri yapmak, matbaa kurmak ve işletmek bulunmaktadır.

- 100 Önaraştırma kapsamında Raportörlerce Repro, Olay ve Telgraf gazetesini çıkaran teşebbüsler ve Metropol'de yerinde inceleme yapılmış, Repro yetkililerinden Repro'ya dâhil gazetelerin son bir yıl içindeki reklam gelirleri talep edilmiştir. Ayrıca Gaziantep'te Repro'ya dâhil olmayan altı gazetenin yetkilileri ile görüşülerek, son bir yıl içindeki reklam gelirleri talep edilmiştir.

Repro'ya dâhil gazetelerden talep edilen ek bilgiler;

- Telgraf'tan 29.7.2011 tarih ve 5499 sayı,
- Pusula 'dan 29.7.2011 tarih ve 5501 sayı,
- Gaziantep Güneş'ten 29.7.2011 tarih ve 5500 sayı,
- Metropol'den 29.7.2011 tarih ve 5498 sayı

ile ve Repro'ya dâhil olmayan gazetelerden Gazete Ekspres'ten gelen yazı ise 21.7.2011 tarih ve 5346 sayı ile Kurum kayıtlarına girmiştir.

I.2. İlgili Pazar

I.2.1. İlgili Ürün Pazarı

- 110 Dağıtım, period ve konu kriterleri açısından değerlendirildiğinde, Repro bünyesinde yetkilisi bulunan gazetelerin yerel, günlük ve siyasi gazeteler oldukları, "Pazar Gazetesi"nin ise yerel, haftalık, magazin gazetesi olduğu anlaşılmaktadır.

Okuyucu talebine yön veren yayın politikası ve fiyat gibi faktörlerin alt pazarların oluşmasına neden olması mümkünse de, ilgili ürün pazarlarının "*yerel, günlük ve siyasi gazeteler*" ile "*yerel, haftalık, magazin gazeteleri*" olarak belirlenebileceği kanaatine varılmıştır.

Ayrıca, dosya konusunun "*yerel gazetelerdeki reklam yeri pazarı*" açısından da değerlendirilmesi uygun olacaktır.

I.2.2. İlgili Coğrafi Pazar

- 120 Dosya konusu gazetelerin sadece Gaziantep'te satışa sunulan gazeteler olması nedeniyle coğrafi pazar "*Gaziantep*" olarak belirlenmiştir.

I.3. Önaraştırma Sürecinde Elde Edilen Bilgiler

i) Raportörlerce 6.7.2011 tarihinde Repro'da yapılan görüşmede, Repro'nun ortağı ve Telgraf Gazetesi'nin yetkilisi olan Şeref GÖZÜTOK tarafından:

- Repro'yu oluşturan yerel gazetecilerin reklam gelirlerinin düşmeye başlaması nedeniyle maliyetleri düşürmek (kalıp yapma maliyetini) için Repro'nun kurulduğu,
- Repro'nun faaliyete geçmesiyle kalıp ve pozlama maliyetlerinde %30-%40 azalma olduğu,

- 130 – Repro'ya dâhil olmayan teşebbüslere de kalıp üretimi gerçekleştirmek istediklerini ve hâlihazırda da gerçekleştirdikleri, zira başka teşebbüslere kalıp üretmenin Repro açısından kârlı olduğu,
- Bununla birlikte, sahip olunan kalıp makinesinin teknik kapasite sınırı bulunması nedeniyle hizmet verilebilecek gazete sayısının sınırlı olduğu,
- Gaziantep Pazar Gazetesi yayımlanmaya başlanmadan evvel yerel gazeteler olarak her ne kadar pazar günü gazete çıkarılsa da, fiili dağıtımının gazetelerin abonelik sistemiyle satılıyor olması ve abonelerin çoğunluğunun pazar günleri kapalı olan kamu kurumları ve işyerleri olması nedeniyle oldukça kısıtlı kaldığı,
- 140 – Pazar Gazetesi fikrinin şehirde gazete okunurluğunu artırmak ve haftanın diğer günleri rekabet içerisinde olunmasına rağmen pazar günü kısıtlı olan okuyucuya erişim düzeyinin artırılması amacıyla ortaya atıldığı,
- Pazar Gazetesi için reklam fiyatlarının tam sayfa başına 750-2500 TL, günlük gazetelerde ise 500-1250 TL arasında değiştiği, aradaki farkın Pazar Gazetesi'nin daha fazla kişiye ulaşıyor olmasının etkisi bulunduğu,
- Günlük gazetelerde resmi ilan gelirlerinin toplam gelirlerin %50-80'ini teşkil ettiği,
- Alternatif bir gün olarak pazarın değerlendirilmesi neticesinde Repro'ya dâhil olan gazetelerin hâlihazırda reklam gelirlerinin düşmediği, Gaziantep'te hizmet veren diğer gazetelerin reklam gelirlerinin de düşmediğinin düşünüldüğü,
- 150 – Hâlihazırda Repro'ya dâhil olan Telgraf Gazetesi, Güneş Gazetesi, Oluşum Gazetesi, Metropol Gazetesi, Referans Gazetesi ve Pusula Gazetesi'nin pazar günleri de yayımlandığı, reklam gelirlerinde herhangi bir düşüşün olmadığı ifade edildiği,
- Gaziantep Pazar Gazetesi'nin içerik olarak kanuni zorunluluk kapsamında çalıştırılan sorumlu yazı işleri müdürü dışında Repro'da yer alan gazete yöneticilerinin faaliyetlerini sürdürdükleri diğer gazete çalışanlarının katkılarıyla oluşturulduğu,
- 160 – Gaziantep Pazar Gazetesi'nin yayın politikası günlük yerel gazetelerle karşılaştırıldığında siyasi olmayan, daha farklı, kültürel ve magazinsel bir yayın politikası olarak tabir edilebileceği

ifade edilmiştir.

ii) Raportörlerce şikâyet edilen taraf konumundaki Olay'da yapılan görüşmede gazete yetkilisi Mehmet Erol MARAŞ tarafından:

- Gaziantep'te Basın İlan Kurumundan resmi ilan alma kriterlerini karşılayan 16 yerel günlük gazete, toplamda günlük, haftalık yayımlanan 48 yerel gazete bulunduğu, yerel ve ulusal düzeyde Gaziantep'te toplam günlük 30.000 gazete satıldığı,
- 170 – 5 yerel gazete yöneticilerinin de aralarında bulunduğu Repro Medya'nın kurulmasının nedeninin öncelikle yüksek gazete kalıp maliyetlerinin düşürülmesi ve Gaziantep'te gazete okurluğunun yaygınlaşması amacıyla ticari yayıncılık yapmak olduğu,

- Gazete kalıplarının yüksek maliyetli ve dövize endeksli olduğu ve bu işi yapan firmaların kendilerinden yüksek ücretler istediği, bu nedenle maliyetleri azaltmak için ayrı bir ticari şirket olarak Repro'nun kurulduğu,
- Repro'yu kurmak üzere bütün yerel gazetecilerle görüşme yapıldığı ve gazetecilerin davet edildiği, ancak belli bir yatırım maliyeti gerektirdiği için bu maliyeti üstlenen teşebbüslerle birlikte Repro'nun kurulduğu,
- 180 – Repro'nun halkın eğitim ve kültür düzeyini yükseltmek amacıyla iki aydır pazar günleri "Gaziantep Pazar" adlı bir gazete yayımlanmakta ve ücretsiz olarak dağıtılmakta olduğu,
- Gazetenin yayımlanması işini gerçekleştirmek üzere Repro'nun yeterli kadrosu ve ekibi bulunduğu ve kendi ekibiyle gazeteleri hazırladığı, Olay Gazetesi ile bir ilgisinin bulunmadığı,
- Yerel gazetecilik pazarının reklam gelirlerinin yetersiz olması sebebiyle çok büyük sıkıntı içerisinde olduğu, bu sebeple Repro olarak hafta sonlarında ücretsiz yayımlanan ve sadece reklam gelirleriyle faaliyetini sürdüren bir gazete yayımlanmaya başladığı, böyle bir uygulamaya gidilmesinin nedeninin
- 190 yerel gazeteler için reklam pazarını genişletmek ve yerel gazetecilik faaliyetlerinin sürdürülmesini sağlamak olduğu

ifade edilmiştir.

iii) Repro'ya dâhil olan gazetelerden Metropol'de gerçekleştirilen görüşmede Hasan SAĞLAM ve İsmail ŞAHİN tarafından yukarıdaki hususlara benzer ifadeler yinelenmiş ilave olarak:

- Pazar Gazetesi'nin son altı sayıdır reklam alamadığı, piyasada hâlihazırda reklam alma sıkıntısının bulunduğu,
- Pazar Gazetesi'nin reklam hedefli bir gazete olmadığı bu nedenle piyasayı daraltmadığı,
- 200 – Aksi halde kendi gazetelerinin de reklam alamama nedeniyle sıkıntı yaşamaları gerektiği, böyle bir sıkıntının ise yaşanmadığı

ifade edilmektedir.

iv) Bunun dışında Gaziantep Pazar Gazetesi'ne dâhil olmayan yerel gazetelerden Güneydoğu Denge Gazetesi, Gaziantep Doğu Gazetesi, Gaziantep Gap Gazetesi, Gaziantep 27 Gazetesi ve Gaziantep Ekspres Gazetesi yetkilileri ile Raportörlerce yapılan görüşmede;

- Gaziantep Pazar Gazetesi'nin 50.000 adet basıldığı doğru olamayacağı, anılan gazetenin 2000-3000 adet basıldığı tahmin edildiği, belirtilen sayıda gazetenin dağıtılması için Gaziantep'te var olan bir dağıtım sisteminin söz konusu olmadığı, bu bağlamda dağıtım yapıldığı iddia edilen gazete sayısının Gaziantep'te dağıtım yapılan ulusal ve yerel gazetelerin toplam sayısından fazla olduğu,
- 210 – Gaziantep Pazar Gazetesi'nin yetkililerinin 50.000 adet baskı yaptıklarını iddia ederek piyasada kendilerine reklam veren teşebbüslerin reklamlarını kendilerinden alıp onlara vermesine neden oldukları, bu durumun günlük gazeteleri de haftalık gazeteleri de aynı oranda etkilediği,

- 220
- Gaziantep'teki bütün gazetelerin bir araya gelerek bir pazar gazetesi çıkarıldığına birçok ortamda dile getirildiği ve bu yolla kamu ve özel reklamverenler nezdinde avantaj sağlanmaya çalışıldığı için kendi gazetelerinde Gaziantep Pazar Gazetesi ile ilgili olarak herhangi bir ilişkileri olmadığını dile getirildiği,
 - Gaziantep Pazar Gazetesi'nin kurulması aşamasında kendilerinin de katılmalarını içeren herhangi bir teklifin gelmediği, gelmiş olsaydı bu hususu düşünüp değerlendirebilecekleri,
 - Gaziantep Pazar Gazetesi'nin ücretsiz dağıtılmasının ise tekelleşmeye yol açtığı

belirtmiştir.

I.4. Değerlendirme

I.4.1. Repro'nun 4054 sayılı Kanun Bakımından Değerlendirilmesi

230 **I.4.1.1. 4054 sayılı Kanun'un 4. Maddesi Bakımından Yapılan Değerlendirme**

Repro'nun, kendisini oluşturan yerel gazetelerin reklam gelirlerinin düşmeye başlaması nedeniyle maliyetleri düşürmek amaçlı kurulan bir şirket olduğu ifade edilmektedir. Söz konusu şirket, 2010 yılının Ekim ayında kurulmuş olup, Gaziantep günlük siyasi gazete pazarında birbirinin rakibi olan teşebbüslerin, gazete çıkarılması sürecinin bir parçası olan kalıplama işlemini topluca gerçekleştirmelerini sağlamaktadır. Bir başka deyişle şirketin kurulması ve faaliyeti bazı maliyetlerin ortaklaştırılmasına yol açan bir yatay anlaşmanın varlığını öngörmektedir.

240 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde "*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 anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemleri hukuka aykırı ve yasaktır*" ifadesine yer verilmektedir.

250 Önaraştırmaya taraf olan teşebbüsler de Gaziantep ilinde yerel gazete yayıncılığı alanında faaliyet gösteren ve birbirleriyle hem gazete yayıncılığı pazarında hem de gazete reklam yeri pazarında rakip durumunda olan teşebbüslerdir. Repro da söz konusu rakip teşebbüsler arasında yapılan anlaşmaya dayanılarak kurulmuştur. Kuruluş amacı gazete basım maliyetlerini düşürmek olmakla birlikte, Repro yukarıda sayılan nedenlerden dolayı rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama etkisini doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası bir anlaşma olup, Kanun'un 4. maddesine aykırılık teşkil etmektedir.

Bu aşamada, söz konusu rakip teşebbüsler arası anlaşmaya dayanılarak kurulan Repro'nun, Kanun'un 5. maddesinde yer verilen şartları sağlaması halinde 4. maddenin uygulamasından muaf tutulması mümkün olacaktır. Bu çerçevede yapılan muafiyet değerlendirmesine aşağıda yer verilmiştir.

I.4.1.2. 4054 sayılı Kanun'un 5. Maddesi Bakımından Yapılan Değerlendirme

Bilindiği gibi 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde sayılan şartların tamamının varlığı halinde teşebbüsler arası anlaşma, uyumlu eylem ve teşebbüs birlikleri kararlarının 4. madde hükümlerinin uygulanmasından muaf tutulabilmesi mümkündür. Bu şartlar;

- 260
- a) malların üretim veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması,

- b) tüketicinin bundan yarar sağlaması,
- c) ilgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması,
- d) rekabetin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlanmamasıdır.

Dosya konusu Repro yapılanmasının söz konusu koşullar bakımından değerlendirilmesine aşağıda yer verilmiştir.

a) Malların Üretim veya Dağıtımını ile Hizmetlerin Sunulmasında Yeni Gelişme ve İyileşmelerin ya da Ekonomik veya Teknik Gelişmenin Sağlanması

270 Dosya mevcudu bilgilere göre Repro, gazete kalıplarının yüksek maliyetli ve dövize endeksli olduğu, kalıp işini yapan firmaların yüksek ücretler istediği bir ortamda, maliyetleri azaltmak üzere kalıplama işi için ayrı bir ticari şirket olarak kurulmuştur. Nitekim Repro'nun faaliyete geçmesiyle kalıp ve pozlama maliyetlerinde %30-%40 azalma olduğu ifade edilen hususlar arasındadır. Bu durum dikkate alındığında, Repro yapılanması ile gazetelerin üretiminde ekonomik bakımdan iyileşme ve gelişmenin sağlandığı anlaşılmıştır.

280 Öte yandan söz konusu şirket yapılanmasında dosya konusu iddiaların özünü teşkil eden Gaziantep Pazar Gazetesi'nin çıkarılmasına yönelik faaliyetleri de bulunmaktadır. Gaziantep Pazar Gazetesi 20 Mart 2011'de ilk sayısını çıkarmış olup, sahibi Repro'dur. Pazar günleri yayımlanan gazete ücretsiz olarak dağıtılmaktadır. Repro'yu oluşturan teşebbüslerin sahipleri veya temsilcileri anılan gazetenin Yayın Kurulu'nu oluşturmaktadır. Bu çerçevede birbirlerine rakip teşebbüslerin asıl faaliyet alanlarına benzer, fakat içerik ve periyodu açısından farklı bir yayın türünde işbirliği halinde yeni bir ürünün ortaya çıkarılması söz konusudur. Esas itibarıyla söz konusu gazete, yayın politikası açısından günlük yerel gazetelerle karşılaştırıldığında siyasi olmayan, kültürel ve magazinsel bir yayın politikası izlemesi açısından Pazar Gazetesi'ni çıkaran gazete sahiplerinin kendi gazetelerinden farklı bir ürün olma özelliğindedir. Bu bakımdan gazetenin yeni bir ürün olarak malların üretim veya dağıtımını ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşme olarak değerlendirilebileceği kanaatine varılmıştır. Dolayısıyla Repro yapılanmasının

290 mevcut durumda baskı maliyetlerinin azaltılması yoluyla gazetelerin üretiminde ekonomik bakımdan iyileşme ve gelişme, Pazar Gazetesi'nin çıkarılması ile de gazete hizmetinin sunulmasında yeni bir gelişme ve iyileşme yaratması açısından 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi (a) bendinde yer alan kriteri sağladığı sonucuna ulaşılmıştır.

b) Tüketicinin Bundan Yarar Sağlaması

300 Repro'nun yüksek baskı maliyetlerinin azaltılmasını sağlamak yoluyla gazete fiyatlarının baskı maliyetinden dolayı yükselmesini engelleme şeklinde bir faydası olabileceği kanaatine ulaşılmıştır. Öte yandan Gaziantep Pazar Gazetesi'nin Gaziantep'te gazete okunurluğunu artırmak amacıyla ücretsiz dağıtılması tüketicilerin Pazar Gazetesinden yarar sağlaması kriterini açık biçimde sağlamaktadır.

Bu çerçevede, Repro yapılanması ile elde edilen etkinlik sonucunda nihai kullanıcılara sunulan hizmetin gerek kalitesinde gerekse fiyatlarında iyileşmelerin meydana gelmesine yardımcı olabileceği anlaşıldığından Repro yapılanmasının bu kriteri de karşıladığı sonucuna ulaşılmıştır.

c) İlgili Piyasanın Önemli Bir Bölümünde Rekabetin Ortadan Kalkmaması

310 Rakipler arasında yapılan bir anlaşmanın pazardaki rekabete olan olumsuz etkileri özellikle; anlaşmanın pazarın yapısında ortaya çıkardığı sonuçlara ve anlaşma taraflarının pazar güçlerine göre belirlenmektedir. Günlük gazete pazarında teşebbüslerin pazar gücü tirajı ve reklam gelirleri göz önüne alınarak değerlendirilebilir.

Dosya kapsamında pazar gücünü yansıtan göstergelerden biri de, anılan gazetelerin (birtakım şartları sağlayan her gazeteye verilen ilanlardan) Basın İlan Kurumundan¹ elde ettiği gelirlerin toplam reklam gelirlerine oranıdır. Zira gelirlerdeki Basın İlan Kurumu payının yükselmesi gelirin dış etkenlere bağımlılığını azaltmaktadır. Tablo 1'de Gaziantep yerel gazetelerinden bazılarının resmi ilan gelirlerinin toplam gelirlerine oranı yer almaktadır.

Tablo 1: Resmi İlanların Toplam Gelirdeki Payı (%)

| Gazeteler | Pay |
|--------------------|---------|
| Gaziantep Ekspres | (.....) |
| Gaziantep Güneş | (.....) |
| Gaziantep Oluşum | (.....) |
| Gaziantep Pusula | (.....) |
| Gaziantep Referans | (.....) |
| Metropol | (.....) |
| Olay | (.....) |
| Telgraf | (.....) |

320 Kaynak: Teşebbüslerden Gelen Belgeler

Tablodan görüleceği üzere, adı geçen gazetelerin resmi ilan gelirlerinin toplam gelirler içinde yüzdesi %50-85 arasında değişmektedir. Elde edilen bilgi ve belgeler çerçevesinde bu oranların Gaziantep'te faaliyet gösteren bütün yerel gazeteler için de söz konusu olabileceği, dolayısıyla reklam gelirlerinin büyük bir bölümünün resmi ilanlardan geldiği anlaşılmıştır.

Gaziantep'te yayımlanan yerel gazetelerin 2011 yılı tirajlarına ve buna göre hesaplanan pazar paylarına ilişkin bilgiler Tablo 2 ve Tablo 3'te gösterilmektedir.²

330

¹ Basın İlan Kurumu resmi ilan ücretlerini bazı kriterlere göre belirlemektedir. Bu kriterler 2011/1275 sayılı Bakanlar Kurulu kararında belirtilmiştir. Bu bağlamda aynı boyutta yayımlanan gazetelerde resmi ilan geliri esas olarak gazetelerin tirajlarıyla orantılı olarak değişmektedir.

² Basın İlan Kurumunun resmi web sitesinde sehven Mayıs ayı verilerinin sunulması nedeniyle Nisan ayı verileri bulunmamaktadır. Bununla birlikte, elde edilen tiraj bilgilerinin gazetelerin ortalama tirajlarını ve tirajlara göre pazar paylarını yansıttığı anlaşılabilir, ilgili Kurumdan Nisan ayı verilerinin talep edilmesine gerek görülmemiştir.

Tablo 2: Gaziantep'te Yayımlanan ve Resmi İlan Alan Yerel Gazetelerin Aylık Tirajları

| Gazeteler | Ocak | Şubat | Mart | Mayıs | Haziran |
|---------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Gaziantep Ayıntab | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Gaziantep Doğuş | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Gaziantep Ekspres | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Gaziantep GAP | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Gaziantep Güneş | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Gaziantep Hakimiyet | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Gaziantep Oluşum | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Gaziantep Pusula | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Gaziantep Referans | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Gaziantep 27 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Güneydoğu Denge | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Gaziantep'te Zafer | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Metropol | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Olay | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Sabah | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Telgraf | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |

Kaynak: Basın İlan Kurumu Resmi Web Sitesi – Tiraj Raporları

Tablo 3: Gaziantep'te Yayımlanan ve Resmi İlan Alan Yerel Gazetelerin Tirajlara Göre Pazar Payları³ (%)

| Gazeteler | Ocak | Şubat | Mart | Mayıs | Haziran |
|---------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Gaziantep Ayıntab | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Gaziantep Doğuş | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Gaziantep Ekspres | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Gaziantep GAP | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Gaziantep Güneş | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Gaziantep Hakimiyet | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Gaziantep Oluşum | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Gaziantep Pusula | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Gaziantep Referans | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Gaziantep 27 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Güneydoğu Denge | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Gaziantep'te Zafer | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Metropol | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Olay | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Sabah | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Telgraf | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Repro Gazeteler - Toplam | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Toplam | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

340

Tablolardan görüldüğü üzere Telgraf Gazetesi dışında Gaziantep'te yayımlanan yerel gazetelerin tirajlarına göre pazar payları %5-7 aralığında değişmektedir. Repro bünyesinde yer alan gazetelerin ise toplam olarak tirajlara göre yaklaşık %48 pazar payı bulunmaktadır. Gazetelerin reklam gelirlerinde resmi ilanların oranının yüksek olduğu dikkate alındığında, reklam gelirlerine göre yapılacak bir pazar payı değerlendirmesinde de benzer bir sonuç çıkabileceği kanaatine varılmıştır. Bu oranlar toplam pazarın yaklaşık olarak yarısına tekabül etmektedir. Ancak bu durum

³ Repro bünyesinde yer alan gazeteler kalın yazılmıştır.

Repro'nun pazarın önemli bir kısmında rekabeti ortadan kaldırması anlamına gelmemektedir. Çünkü gazetelerin reklam gelirlerinin yarısından fazlası resmi ilanlardan gelmekte ve bu gelir miktarı rakip teşebbüslerin faaliyetlerinden bağımsız olarak belirlenmektedir.

- 350 Gaziantep günlük gazete pazarında isimlerine yukarıda yer verilen Basın İlan Kurumundan ilan alabilecek 16 tane gazete bulunmaktadır. Bunlardan sadece yedisinin Repro'ya dâhil olduğu ve Basın İlan Kurumundan reklam alamayan üç adet günlük yerel, 30 adet haftalık yerel ve sekiz adet ilçe gazetesi bulunduğu, gazetelerin reklam gelirlerinin büyük ölçüde resmi ilanlardan elde edilen gelirlere dayandığı, resmi ilan ücretlerinin ise gazetelerin tirajlarına göre belirlendiği ve Gaziantep'te Telgraf dışında Repro'ya dahil olan ve olmayan tüm resmi ilan alan gazetelerin tirajlarının birbirine yakın olduğu dikkate alındığında, Repro'nun ve "Pazar Gazetesi"nin yayımlanmasının ilgili pazardaki rekabeti ortadan kaldırmadığı, hatta diğer teşebbüslerin de Repro benzeri bir yapılanmaya gidebilecekleri sonucuna ulaşılmıştır.

d) Rekabetin (a) ve (b) Bentlerindeki Amaçların Elde Edilmesi İçin Zorunlu Olandan Fazla Sınırlandırılmaması

Baskı maliyetlerini düşürmek amacıyla kurulan bir şirket olan Repro aracılığıyla (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için sadece bir araya gelmesi ve bir baskı makinesi alınarak işletilmesi ile Pazar Gazetesi şeklinde farklı bir yayın türünün daha halka arzı söz konusudur. Mevcut durumda rekabetin zorunlu olandan fazla sınırlandırılmadığı kanaatine ulaşılmıştır.

1.4.2. Gaziantep Pazar Gazetesi'nin 4054 Sayılı Kanun Bakımından Değerlendirilmesi

- 370 Repro tarafından çıkarılan Pazar Gazetesi'nin 50 bin adet basılıp, ücretsiz dağıtılarak reklamverenlerin reklamlarını Pazar Gazetesi'ne vermelerine neden olmak suretiyle tekelleşmeye yol açacağı iddiasının değerlendirilmesi gerekmektedir.

- Gaziantep Pazar Gazetesi'nde Repro çatısı altında rakip teşebbüslerin asıl faaliyet alanlarına benzer, fakat içerik ve periyodu açısından farklı bir yayın türünde işbirliği halinde yeni bir ürünün ortaya çıkarılması söz konusudur. Bununla beraber anılan gazete, ücretsiz dağıtılması ve kültürel içerikli bir gazete olması yönüyle, Repro'yu oluşturan teşebbüslerin çıkardığı günlük yerel gazetelerden tüketicilerin gözünde farklı bir nitelik taşıyor olsa da reklamverenler açısından söz konusu gazeteler arasında, Pazar gazetesinin daha fazla kişiye ulaşması dışında, bir fark bulunmamaktadır. Bu bakımdan Gaziantep Pazar Gazetesi'nin diğer haftalık ve günlük gazetelerle reklam yeri pazarında rekabet içerisinde olduğu anlaşılmıştır.

- Diğer taraftan, yerel günlük gazete yayıncılarının çoğu pazar günü gazete yayımlasa da gazetelerin abonelik sistemiyle satılması ve abonelerin önemli bir kısmının pazar günleri kapalı olan kamu kurumları ve işyerleri olması nedeniyle günlük gazeteler pazar günleri oldukça kısıtlı bir şekilde dağıtılmaktadır. Pazar Gazetesi'nin ise tüketicilerin evleri veya insanların uğradıkları alışveriş merkezi vb. yerlerde dağıtılıyor olması sebebiyle geniş kitlelere ulaştırıldığı belirtilmektedir. Bu hususun reklamverenler nezdinde Pazar Gazetesi'nin tercih edilebilirliğini artırma yönünde etkide bulunabileceği söylenebilecekse de dosya mevcudu bilgilere göre alternatif bir gün olarak pazarın değerlendirilmesi neticesinde Repro'ya dâhil olan gazetelerin hâlihazırda reklam gelirlerinin düşmediği görülmektedir. Yapılan incelemelerde Repro bünyesindeki gazetelerin dışında Gaziantep'te hizmet veren gazetelerden biri

olan Gazete Ekspres'in de reklam gelirlerinde Pazar Gazetesi'ne atfedilebilecek bir düşüşün olmadığı görülmektedir. Yerel günlük gazetelerin reklam gelirlerinde azalma meydana gelmemesinde Gaziantep Pazar Gazetesi'nin haftanın her günü yayımlanmaması ve içerik olarak siyasi gazete niteliği taşıyamaması nedeniyle rekabetinin yerel günlük gazeteler karşısında sınırlı düzeyde olmasının payı olduğu anlaşılmıştır.

400 Yukarıda yer verilen bilgiler doğrultusunda, Repro tarafından çıkarılan Pazar Gazetesi'nin ve/veya Repro'nun tekelleşmeye yol açacağı iddialarının gerçeği yansıtmadığı, Pazar Gazetesi'nin reklam yeri pazarında rekabeti kısıtlamadığı, pazarın daralmasına yol açmaktan ziyade genişlemesine neden olduğu, ücretsiz dağıtılmasının da bu çerçevede 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi kapsamında hâkim durumun kötüye kullanılmasına örnek teşkil etmediği kanaatine varılmıştır.

I.4.3. Gaziantep Pazar Gazetesi'nin Baskı Adedine İlişkin İddianın Değerlendirilmesi

410 Gaziantep'te Repro'ya dâhil olmayan gazetelerle Raportörlerce yapılan görüşmede; Gaziantep Pazar Gazetesi'nin 50 bin adet basılması ve dağıtılmasının mümkün olmadığı halde yetkililerinin 50 bin adet baskı yaptıklarını iddia etmesinin, piyasada kendilerine reklam veren teşebbüslerin reklamlarını alıp, onlara vermesine neden olduğu, bu durumun günlük gazeteleri de haftalık gazeteleri de aynı oranda etkilediği ifade edilmiştir.

420 Haksız rekabet 6762 sayılı Türk Ticaret Kanunu'nun 56. maddesinde "*aldatıcı hareket veya hüsnüniyet kaidelerine aykırı sair suretlerle iktisadi rekabetin her türlü suistimali*" şeklinde tanımlanmıştır. Anılan Kanunun 57. maddesinin bentlerinde hüsnüniyet kaidelerine aykırı hareketler örnekleme şeklinde sayılmıştır. Bu kapsamda olmak üzere anılan maddenin 3. bendinde kendi şahsi durumu, emtiası, iş mahsulleri, ticari faaliyeti veya ticari işleri hakkında yanlış veya yanıltıcı malumat vermek haksız rekabet kapsamında sayılmaktadır. Gaziantep Pazar Gazetesi'nin 50 bin adet basıldığı iddiasının Türk Ticaret Kanunu'nun haksız rekabet hükümleri kapsamında değerlendirilebileceği, ancak 4054 sayılı Kanun kapsamında ele alınamayacağı sonucuna ulaşılmıştır.

I.4.4. Genel Değerlendirme

430 Repro, Gaziantep'te yayım yapan sekiz adet yerel gazetenin sahiplerinin kurduğu bir şirkettir. Söz konusu şirket hâlihazırda ortaklarının çıkardıkları gazetelerin baskı işlerinin ortaklaşa yapılacağı bir matbaanın işletilmesi ve günlük, haftalık, aylık gibi dönemli veya dönemsiz yayınların çıkarılması alanında faaliyet göstermektedir. Repro rakiplerin oluşturdukları bir yatay işbirliği anlaşması niteliği taşımakla birlikte mevcut haliyle 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde yer alan şartları sağlamaktadır.

430 Bununla birlikte rakipler arasında gerçekleşen bir oluşumun rakipler arası koordinasyona neden olup olmayacağı açısından da incelenmesi gerekmektedir. Öneri kapsamında, Olay, Telgraf ve Metropol gazeteleri ile Repro'da yapılan yerinde incelemelerde rakipler arasında gerek gazete fiyatları gerekse reklam yeri fiyatlarının görüşüldüğüne veya birlikte tespit edildiğine ilişkin olarak yahut konuyla ilgili bilgi değişimini gösteren herhangi bir belgeye rastlanmamıştır. Bunun dışında yapılan yerinde incelemelerde reklam fiyatlarında koordinasyonu düşündürecek herhangi bir paralelleşme seyri bulunup bulunmadığının incelenmesi için faturalar talep edilmiş, ancak söz konusu teşebbüslerin faturalarının nizami tutulmadığı, karşılaştırılabilir birim fiyatları yansıtmaktan uzak olduğu görülmüştür.

440 Ayrıca Gaziantep'teki reklamverenlerle yapılan görüşmelerde yerel gazete reklam yeri pazarında reklam fiyatlarının oluşmasında gazetelerin pazarlık güçlerinin sınırlı düzeyde kaldığı, bu pazarda reklamverenin fiyatları belirlediği ifade edilmiştir. Bu bağlamda Repro yapılanması altında yer alan gazetelerin ortak bir reklam yeri fiyatı belirlemeleri ve uygulamaya koymaları olasılığının düşük olduğu anlaşılmıştır.

Sonuç olarak, Repro çatısı altında oluşturulan yatay işbirliğinin bireysel muafiyet koşullarını taşıması nedeniyle muafiyet tanınması gerektiği, mevcut durumda herhangi bir koordinasyonun varlığına yahut oluşması riskine ilişkin bilgi ve belge bulunmadığından Repro hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığı kanaatine ulaşılmıştır.

450 **J. SONUÇ**

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre,

- Başvuru konusu iddialara yönelik olarak 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığına, şikayetin reddine,

- REPRO Medya Sanayi Ticaret ve Ltd. Şti.'nin kuruluş sözleşmesine mevcut haliyle Kanun'un 5. maddesindeki şartların tamamının karşılanması nedeniyle bireysel muafiyet tanınmasına

OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.