

REKABET KURULU KARARI

Dosya No : D2/1/B.E.-99/2

Karar No : 99-56/599-381

Karar Tarihi: 08.12.1999

Toplantıya Katılan

Başkan : Prof. Dr. M. Tamer MÜFTÜOĞLU.

Üyeler : Dr. Kemal EROL (İkinci Başkan), Mehmet Zeki UZUN, Sadık KUTLU, İsmet CANTÜRK, Nejdet KARACEHENNEM, Mustafa PARLAK, A.Ersan GÖKMEN, R. Müfit SONBAY, Kubilay ATASAYAR, Murat GENCER.

Taraflar:

- Başvuruda Bulunan: 1) Yeni Gün Haber Ajansı Basın ve Yayıncılık A.Ş. (Cumhuriyet Gazetesi) adına Av. Akın ATALAY (Türkocağı Cad., No:39, 34334 Cağaloğlu/İSTANBUL)

2) İstanbul Barosu Üyesi Av. Murat CANO

Taksim İstiklal Cad., Meşelik Sk., No:36, Kat:3, D:8, 80060 Beyoğlu/İSTANBUL

- Muhatap: - Günlük gazete yayıncılığı piyasası

Dosya Konusu: **Ulusal Basın Gazetecilik Matbaacılık ve Yayıncılık San. A.Ş. (Star Gazetesi), Simge Yayıncılık ve Dağıtım A.Ş. (Posta Gazetesi) ve Bilgin Yayıncılık A.Ş. (Takvim Gazetesi)'nin satış fiyatlarını düşürerek yıkıcı fiyat uyguladıkları iddiası.**

Dosya Evreleri: Dosya konusu iddia ile Kurum kayıtlarına 20.09.1999 tarih, 3024 sayı ile intikal eden Yeni Gün Haber Ajansı Basın ve Yayıncılık A.Ş. (Cumhuriyet Gazetesi) adına Av. Akın ATALAY imzalı başvuruda özetle;

- "Uzan Grubu"na ait Ulusal Basın Gazetecilik Matbaacılık ve Yayıncılık Sanayi A.Ş.'nin yayınlamakta olduğu *Star Gazetes*'nin fiyatını 5 Eylül 1999 tarihinde 130.000 TL'den 50.000 TL'ye düşürdüğü,
- "Sabah Grubu"na ait Bilgin Yayıncılık A.Ş.'nin, yayınladığı *Takvim Gazetes*'nin fiyatını 9 Eylül 1999 tarihinde 75.000 TL'den 25.000 TL'ye düşürdüğü,
- "Doğan Grubu"na ait Simge Yayıncılık ve Dağıtım A.Ş.'nin de yayınladığı *Posta Gazetesi*'nin fiyatını 8 Eylül 1999 tarihinde, 75.000 TL'den 50.000 TL'ye düşürdüğü,

anılan şirketlerin piyasa şartlarına göre fiyat belirlemeyip, bağlı buldukları grupların yazılı ve görsel basındaki hakim durumlarından ve finansal avantajlarından destek alarak maliyetlerinin altında satış yapmak suretiyle pazardaki diğer

kuruluşları piyasanın dışına ittikleri, dolayısıyla 4054 sayılı Kanun'un 4'üncü ve 6'ncı maddelerini ihlal ettikleri iddia edilmektedir.

Söz konusu başvuru üzerine hazırlanan 27.09.1999 tarih ve D2/1/B.E.-99/2 sayılı İlk İnceleme Raporu, 06.10.1999 tarih, 99-45 sayılı Kurul toplantısında görüşülmüş ve 99-45/488-313 sayılı Kurul kararı ile 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 40/1'inci maddesi uyarınca söz konusu piyasada önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.

Diğer taraftan, Cumhuriyet gazetesinin şikayetine ilişkin rapor Kurul'a sunulduktan sonra Av. Murat CANO tarafından yapılan ve Kurum kayıtlarına 27.09.1999 tarih, 3098 sayı ile giren bir başka şikayette de aynı iddialar tekrar edilmiştir. Bu nedenle, bu başvuru da başlatılan önaraştırma kapsamında değerlendirmeye alınmıştır.

İlgili önaraştırma kararı gereğince Raportörler Barış EKDİ, İlgaz SARIOĞLU ve Ali DEMİRÖZ tarafından yapılan önaraştırma sonucu düzenlenen 15.11.1999 tarih, D2/2/B.E.-99/4 sayılı Önaraştırma Raporu, 18.11.1999 tarih, REK.0.06.00.00/44 sayılı Başkanlık önergesi ile Kurul toplantı gündemine alınmıştır.

Raportörler Görüşü: Star gazetesinin fiyat indiriminin pazara yeni giren bir firmanın pazarda tutunma çabası olarak değerlendirilmesi gerektiği, ilgili pazarda hakim durumda bulunmaması ve davranışın niteliği gereği 4054 sayılı Kanun'un 6 ncı maddesine aykırılık oluşturmadığı; diğer taraftan, ilgili pazarda birlikte hakim durumda bulunan Sabah Grubu ve Doğan Grubu'nun yayınladıkları Takvim ve Posta gazetelerinin fiyatlarını düşürmelerinin yıkıcı fiyat uygulaması olarak değerlendirilemeyeceği, aksine bu davranışın rekabetçi nitelikte olduğu ve 4054 sayılı Kanun'un 6 ncı maddesine aykırılık oluşturmadığı, dolayısıyla anılan teşebbüsler hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığı.

İlgili Pazar: İlgili ürün pazarı ve coğrafi pazar, aşağıda belirtilen şekilde tanımlanmaktadır:

a) Ürün Pazarı : Şikayete konu gazeteler, ulusal günlük siyasi gazeteler piyasasında faaliyet göstermektedirler. Bu piyasada faaliyet gösteren 27 adet ulusal günlük siyasi gazete bulunmaktadır. Ancak söz konusu gazetelerin tümü birbiriyle ikame edilebilir değildir. Okuyucu talebine yön veren gazetenin tüketim biçimi, yayın politikası ve fiyatı gibi faktörler alt piyasaların oluşmasına neden olmuştur. Bazı gazeteler sadık okuyuculara, fiyattan ve promosyondan bağımsız olarak tutarlı satışlara sahiptirler ve bunlar ulusal günlük siyasi gazete piyasasının "okuyucu bağlılığı yüksek" olan alt piyasasını oluşturmaktadırlar. Şikayete konu gazetelerin ise okuyucu bağlılığı az, fiyat hareketlerine duyarlılıkları fazladır. Söz konusu gazeteler, ulusal günlük siyasi gazete piyasasının diğer bir alt piyasasını oluşturmaktadır. Bu bağlamda, ilgili ürün pazarı "okuyucu bağlılığı az ve fiyat hareketlerine duyarlı ulusal günlük siyasi gazeteler pazarı" olarak belirlenmiştir.

b) Coğrafi Pazar : Ulusal çapta günlük olarak yayınlanan gazetelerin dağıtım şirketleri vasıtasıyla ülke genelinde dağıtılması ve bölgeler arasında rekabetin farklılaşmasına yol açacak bir unsurun bulunmaması nedeniyle ilgili coğrafi pazar, Türkiye Cumhuriyeti sınırları olarak belirlenmiştir.

DEĞERLENDİRME

Dosya mevcudu bilgi ve belgeler ile konuya ilişkin Öneri Raporu'ndan, ilgili ürün pazarında Hürriyet, Milliyet, Sabah, Star, Akşam, Posta, Takvim, Gözcü ve Güneş olmak üzere dokuz adet gazetenin faaliyet gösterdiği anlaşılmaktadır. Söz konusu gazetelerin dört gruba (Doğan, Sabah, Çukurova, Uzan) bağlı olmaları nedeniyle, rekabet hukukunda yer alan ekonomik bütünlük ilkesinden hareketle, gazeteler hem ayrı ayrı hem de bağlı oldukları gruplar bazında değerlendirmeye tabi tutulmuşlardır.

Grupların ilgili pazardaki gazetelerin günlük net satış adetleri bazında hesaplanan pazar payları Doğan Grubu %..., Sabah Grubu %..., Çukurova Grubu %..., Uzan Grubu %... şeklindedir. Doğan Grubu bu pazarda %... oranında payı ile lider konumdadır. Ancak, dört grubun faaliyette bulunduğu bu pazarın oligopolistik bir nitelik gösterdiği dikkate alınır, Doğan Grubu bu pazar payına rağmen en yakın rakibi olan Sabah Grubu'nun davranışlarını gözönünde bulundurmaksızın hareket edememektedir. Dolayısıyla Doğan Grubu'nun pazarda tek başına hakim durumda olduğu söylenemez. Diğer yandan, bu piyasada Sabah Grubu ile Doğan Grubu'nun "birlikte hakim durumda" olabileceklerinden söz edilebilir.

Uzan Grubu, sadece Star gazetesini yayınlamaktadır. Pazara 11 Mart 1999 tarihinde giren Star gazetesinin net satışları pazarda faaliyet gösteren diğer üç grubun satışlarının da altındadır. Aynı zamanda, piyasaya yeni giren bir gazetenin, sekiz ay gibi bir süre içinde hakim konuma gelip bu konumunu sürdürdüğünü iddia etmek de güçtür.

Grupların reklam gelirleri bazında hesaplanan pazar payları incelendiğinde, Hürriyet gazetesinin %... ile %... arasında değişen oranlarla ilgili pazardaki gazeteler arasında lider konumunda olduğu görülmektedir. Hürriyet gazetesinin bu konumu aynı zamanda, Doğan Grubu'nun ilgili pazarda yaklaşık %...'lık pazar payına sahip olmasını sağlamaktadır. Doğan Grubu'nun en yakın rakibi Sabah Grubu ise, reklam geliri açısından yaklaşık %...'luk bir pazar payına sahiptir.

Yukarıdaki veriler açısından, salt reklam gelirlerine bakarak Doğan Grubu'nun bu piyasada tek başına hakim durumda olduğundan söz etmek mümkün değildir. Çünkü, reklam geliri tek başına ilgili ürün pazarındaki rakiplerin durumuna bağlı olmayıp söz konusu pazar payları, daha geniş bir pazardaki rakiplerin reklam gelirleri ile birlikte ele alınmadığı müddetçe tek başına yeterli olmaktan uzaktır. Ancak, iki grubun reklam gelirlerindeki toplam pazar paylarının, Doğan ve Sabah gruplarının birlikte hakim durumda oldukları değerlendirilmesini güçlendirmektedir.

Star gazetesinin fiyatını 5 Eylül 1999 tarihinde 130.000 TL'den 50.000 TL'ye indirmesini takiben 8 Eylül 1999 tarihinde Posta gazetesi fiyatını 75.000 TL'den 50.000 TL'ye, 9 Eylül 1999 tarihinde ise Takvim gazetesi fiyatını 75.000 TL'den 25.000 TL'ye indirmiştir.

5 Eylül tarihinde Star gazetesinin fiyat indiriminden sonra gazetenin satışı 118 binden 495 bine çıkmış, bu tarihten itibaren gazetenin net satışları istikrarlı bir yükselişe geçerek ay sonuna doğru yaklaşık 600 bin ortalama satış adedine ulaşmıştır. 6 Eylül'de Hürriyet'in net satışları %28, Posta'nın %23, Takvim'in %17, Güneş'in %15, Akşam ve Gözcü'nün de %10 oranında gerilemiştir. Gazetelerin net satışlarındaki kayıp, Posta, Takvim ve Gözcü gazeteleri dışındaki gazeteler için, hafta sonları ve promosyon verilen günler hariç olmak üzere ay sonuna kadar devam etmiştir. Ancak, Posta gazetesi 8 Eylül'de fiyatını düşürmüştü, böylelikle 7 Eylül tarihinde 217 bin olan satışını 381 bine çıkarmış ve bu aşamadan sonra ay boyunca sürekli bir net satış artışına kavuşmuş; Eylül ayını 453 bin adet satış rakamıyla kapatmıştır. Takvim gazetesi ise 8 Eylül'de 83.913 olan net satışını, fiyatını %66.6 oranında düşürerek 9 Eylül'de 193.676 adede, 14 Eylül'de ise 1.045.834 adede ulaştırmıştır. Ay sonu itibariyle gazetenin satış adedi 302.484'tür.

Konuya ilişkin Öneri Raporu'nda, Ekim ayına dek Star gazetesinin dağıtımını üstlenen Birleşik Basın Dağıtım A.Ş. (BBD) verilerinden, pazara yeni giren ve yaptığı promosyonlarla ilk aylarda 300 bin ile 600 bin civarında net satış adedine ulaşan Star gazetesinin satışlarının promosyon vermediği günlerde 100 bin adet civarında seyrettiği anlaşılmaktadır. Promosyon yaptığı günlerdeki satış miktarını veya buna yakın bir rakamı diğer günlerde yakalayamayan, istikrarsız bir satış grafiğine sahip olan Star gazetesinin, piyasada tutunmak amacıyla pazarlama stratejisini değiştirerek promosyon vermek yerine fiyat düşürmek yoluyla rekabet etmeyi tercih ettiği görülmektedir. Gerek teşebbüsün piyasaya yeni girmiş bir şirket olması ve yukarıda yer verilen satış stratejisi, gerekse hakim durumda olmaması, söz konusu davranışın yıkıcı fiyat uygulaması olarak nitelendirilemeyeceğini ortaya koymaktadır.

4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 6'ncı maddesinin (d) bendinde, "Belirli bir piyasadaki hakimiyetin yaratmış olduğu finansal, teknolojik ve ticari avantajlardan yararlanarak başka bir mal veya hizmet piyasasındaki rekabet koşullarını bozmayı amaçlayan eylemler" hakim durumun kötüye kullanılması halleri arasında sayılmıştır. Bu bağlamda, Star gazetesinin bağlı bulunduğu grubun ilgili ürün pazarından başka bir pazarda hakim durumda bulunabileceği ve bu durumunu Star gazetesi vasıtasıyla ilgili ürün pazarında kötüye kullanabileceği düşünülebilir. Ancak, yukarıda da belirtildiği gibi pazara yeni giren bir firmanın tutunma çabası olarak değerlendirilmesi gereken ve yıkıcı fiyat uygulaması niteliğini taşımayan bir davranış söz konusu olduğu için, bu grubun faaliyet gösterdiği diğer alanlarda hakim durum analizi yapma gereği görülmemiştir.

Doğan ve Sabah gruplarının ilgili ürün pazarındaki birlikte hakim durumlarını Star gazetesini pazardan dışlama ya da faaliyetlerini zorlaştırma amacıyla kötüye kullanmaları ihtimali değerlendirildiğinde; Star gazetesinin fiyat indirimine Doğan

Grubu'nun Posta ve Gözcü gazetelerinin; Sabah Grubu'nun ise Takvim gazetesinin fiyatını indirerek karşılık verdikleri dikkate alındığında, her iki grubun da amiral nitelikte olan (Hürriyet, Milliyet, Sabah) değil, ikincil olarak adlandırılan (Takvim, Posta) gazetelerinin fiyatlarını indirmiş oldukları görülmektedir. İlgili ürün pazarında Star gazetesi nitelik açısından amiral gazeteler ile ikincil gazeteler arasında yer almaktadır. Doğan ve Sabah gruplarının Star gazetesini piyasa dışına itme ya da eylemlerini zorlaştırma amacı taşıdıkları kabul edilecek olursa, bu grupların Star gazetesine nitelik açısından da rakip olabilecek amiral gazetelerinin fiyatlarını indirmeleri beklenirdi. Ancak, bilindiği üzere fiyatları o tarihte 75.000 TL olan ve Star gazetesine nazaran içerik açısından ikincil nitelikte olan Posta ve Takvim gazetelerinin fiyatları indirilmiştir. Dolayısıyla bu fiyat indirimlerinin amacının, ikincil gazetelerin Star gazetesi ile rekabet edebilmelerini sağlamak ve en azından bu gazetelerin mevcut pazar paylarını kaybetmelerini engellemek olduğu düşünülmektedir. Bir başka deyişle, Posta, Takvim ve Gözcü gazetelerinin söz konusu davranışlarının rekabet ihlali oluşturmadıkları, aksine rekabetçi bir davranış oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Yukarıda verilen bilgi ve değerlendirmeler çerçevesinde özetle, Star gazetesinin fiyatını 130.000 TL'den 50.000 TL'ye düşürmesinin, anılan gazetenin piyasaya yeni girmiş olması ve piyasada hakim durumda bulunmaması dolayısıyla pazara yeni giren bir firmanın pazarda tutunma çabası olarak değerlendirilmesi gerektiği; Takvim ve Posta gazetelerinin bağlı buldukları grupların ilgili ürün pazarında birlikte hakim durumda oldukları, ancak amacı, etkisi ve süresi dikkate alındığında, söz konusu gazetelerin fiyat indirimlerinin Star gazetesinin fiyat indirimine karşı yapılmış rekabetçi bir davranış olduğu ve herhangi bir rekabet ihlali içermediği sonucuna varılmıştır.

SONUÇ

Yukarıda verilen bilgiler ve yapılan değerlendirmeler ışığında;

- "okuyucu bağlılığı az ve fiyat hareketlerine duyarlı ulusal günlük siyasi gazeteler pazarı"nda Star gazetesinin 5 Eylül 1999'da fiyatını 130.000 TL'den 50.000 TL'ye indirmesinin pazara yeni giren bir firmanın pazarda tutunma çabası olarak değerlendirilmesi gerektiği; anılan gazeteyi yayınlayan Ulusal Basın Gazetecilik Matbaacılık ve Yayıncılık Sanayi A.Ş.'nin ilgili pazarda hakim durumda bulunmaması ve davranışın niteliği gereği, bu aşamada 4054 sayılı Kanun'un 6'ncı maddesine aykırılık oluşturmadığı,
- İlgili pazarda birlikte hakim durumda bulunan Sabah Grubu ve Doğan Grubu'nun yayınladıkları Takvim ve Posta gazetelerinin Star gazetesinin fiyatını düşürmesinin ardından fiyatlarını düşürmelerinin, amacı, etkisi ve süresi dikkate alındığında, yıkıcı fiyat uygulaması olarak değerlendirilemeyeceği, aksine bu davranışın rekabetçi nitelikte olduğu ve 4054 sayılı Kanun'un 6'ncı maddesine aykırılık oluşturmadığı,

kanaatine varılarak, anılan teşebbüsler hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığına OYÇOKLUĞU ile karar verilmiştir.