

**Rekabet Kurumu Başkanlığından,  
REKABET KURULU KARARI**

**Dosya Sayısı** : 2010-2-24 (Önaraştırma)  
**Karar Sayısı** : 10-27/381-136  
**Karar Tarihi** : 31.3.2010

**A.TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

10 **Başkan** : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI  
**Üyeler** : Mehmet Akif ERSİN, İsmail Hakkı KARAKELLE, Doç. Dr. Cevdet İlhan GÜNAY, Murat ÇETİNKAYA, Reşit GÜRPINAR

**B. RAPORTÖRLER:** Bayram Ali GEÇGİL, Mücteba ALTUN

**C. BAŞVURUDA**

**BULUNAN** : - Televizyon Reklam – Faruk DENİZ  
Kore Şehitleri Cad. No: 50, Zincirlikuyu-Levent/İstanbul

**D. HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA YAPILAN:**

20 - FM Medya, Tanıtım, Reklamcılık Hizmetleri A.Ş.  
Esentepe Mahallesi Yazarlar Sokak No: 15 Esentepe  
Şişli-İstanbul

**E. DOSYA KONUSU:** FM Medya, Tanıtım, Reklamcılık Hizmetleri A.Ş. (FM Medya)'nin her reklam verene %(....) indirim yaptığı, reklam ajanslarından gelen reklamlara da %(....) komisyon verdiği ve bu şekilde haksız rekabete neden olduğu iddiası.

**F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Başvuruda özetle;

- 30
- TRT Genel Müdürlüğü'nün TRT reklamlarının satış ve pazarlama işlerini Akdeniz Medya A.Ş.'ye devrettiği,
  - Akdeniz Medya A.Ş.'nin de radyo reklamlarının satış ve pazarlamasını FM Medya'ya devrettiği,
  - FM Medya'nın hem TRT radyolarında reklamları yayınladığı hem de reklam pazarlaması yaptığı,
  - Radyo reklam ajanslarının FM Medya'nın herkese %(....) indirim uygulaması nedeniyle işlerini terk etmek durumunda kalacakları

ifade edilmiştir.

40 **G. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 21.1.2010 tarih ve 607 sayı ile intikal eden başvuru üzerine hazırlanan 25.1.2010 tarih ve 2010-2-24/İİ-10-BAG sayılı İlk İnceleme Raporu 27.1.2010 tarih ve REK.0.06.00.00-110/38 sayılı Başkanlık Önergisi ile 4.2.2010 tarih ve 10-13 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek, FM Medya hakkında önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.

Yapılan inceleme sonucunda hazırlanan 16.3.2010 tarih ve 2010-2-24/ÖA-10-BAG sayılı Önaraştırma Raporu 19.3.2010 tarih, REK.0.06.00.00-110/136 sayılı Başkanlık Önergisi ile 10-27 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

**H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda; başvuruya konu olan FM Medya hakkında 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek bulunmadığı ifade edilmektedir.

## 50 I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

### I.1. Hakkında Öneraştırma Yapılan Taraf: FM Medya

14.9.2009 tarihinde kurulan FM Medya 6.10.2009 tarihinde TRT Radyoları reklamlarının satış haklarını Akdeniz Medya Satış Pazarlama San. Tic. A.Ş.'den satın alarak satış faaliyetine başlamıştır. FM Medya, TRT Radyoları reklamlarının satış haklarını 3 yıllığına almış olup, bu haklarından dolayı müşteriye ve reklam ajanslarına reklam sürelerinin satışını yapmaktadır.

### I.2. Değerlendirme

Başvuru konusunu, FM Medya'nın reklam ajanslarıyla müşterilere aynı fiyattan hizmet sunması nedeniyle, reklam ajanslarının müşterilere sunacağı reklam yayınlama hizmeti karşılığında kar elde edemediği ve mağdur durumda kaldığı şeklinde özetlemek mümkündür. Bu doğrultuda, raportörlerce taraflarla görüşmeler yapılmış ve FM Medya'dan bilgi talep edilmiştir.

Bir teşebbüsün gerçekleştirdiği eylemin veya eylemlerin 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi anlamında hâkim durumun kötüye kullanılması kapsamına girip girmediği, üç aşamalı bir değerlendirme sonucunda belirlenmektedir. İlk aşama ilgili piyasanın tanımlanması, ikinci aşama adı geçen teşebbüsün belirlenen ilgili piyasada hâkim durumda bulunup bulunmadığını saptanması, üçüncü aşama ise hâkim durumda olduğuna kanaat getirilen teşebbüsün eylemlerinin rekabet hukuku yönünden ihlal oluşturup oluşturmadığının tespitidir. Bu bağlamda, öncelikle iddiaların doğruluğu araştırılmalı, sonrasında değerlendirilme yapılmalıdır.

Belirtildiği üzere 3 yıllığına reklam satış haklarını alan ve reklam sürelerini hâlihazırda saniyesi 4,00 TL+KDV fiyatla satan FM Medya, bu fiyat üzerinden radyo ajanslarına %(...) komisyon ve reklam ajanslarına %(...) komisyon uyguladığını ifade etmiştir.

Yapılan görüşmeler ve edinilen bilgiler ışığında, FM Medya'nın fiyatlandırma stratejisinin tarifede belirtilen kategorilerdeki her teşebbüs için aynı olduğu görülmektedir.

Bunun yanı sıra, başvuruda sözü geçen (...TİCARİ SIR...) reklam süresini satın alan (...TİCARİ SIR...)’ye de reklam ajansı olduğu için %(...) iskonto uygulandığı belirtilmektedir. Dolayısıyla başvuruda dile getirilen söz konusu reklamlar için %(...) iskonto uygulandığı iddiasının gerçeği yansıtmadığı görülmektedir.

Bu çerçevede, başvuru konusunu oluşturan iddia ortadan kalktığı için herhangi bir işlem yapılmasına gerek görülmemiştir.

Bunun yanı sıra, başvuruyu yapan teşebbüs ile aynı konumda bulunan başka alıcılar arasında ayrımcılık yapıldığına dair herhangi bir delil de mevcut değildir. Dolayısıyla FM Medya'nın başvuru konusu fiyatlandırma davranışında rekabete aykırı bir yön tespit edilmemiştir.

Yapılan inceleme neticesinde sonuç olarak, FM Medya'nın hâkim durumunu kötüye kullanmak yoluyla 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettiğine işaret eden herhangi bir bulguya rastlanmamıştır.

90

## **J. SONUÇ**

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre; dosya konusu iddialara ilişkin olarak, 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığına, şikâyetin reddine OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.