

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2005-2-122 (Önaraştırma)

Karar Sayısı : 06-14/173-45

Karar Tarihi : 23.2.2006

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Mustafa PARLAK

10 **Üyeler** : Tuncay SONGÖR, Prof. Dr. Zühtü AYTAÇ,
Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI, M. Sıraç ASLAN,
Süreyya ÇAKIN, Mehmet Akif ERSİN.

B. RAPORTÖRLER : Ayşe Özlem UZUN, Erdem AYGÜN

20 **C. ŞİKAYET EDENLER** : - Hakan ÇELİK
Reşatbey Mah. Atatürk Cad. Arı Pasajı 2
No:15 Seyhan/Adana
- Erkut CEYLAN
Ramazanpaşa Mah. Hükümet Bulvarı No:2/C Aydın
- İhbar niteliğinde 2 adet başvuru

**D. HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA
YAPILANLAR**

: - Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.
Turkcell Plaza, Meşrutiyet Cad. No:153
Tepebaşı/İstanbul
- Fida Film Yapım Dağıtım ve Reklamcılık Hizm. A.Ş.
Levent Mah. Şakayıklı Sok. No:15 3.Levent/İstanbul

30 **E. DOSYA KONUSU** : Turkcell tarafından gerçekleştirilen “Gençturkcell 1 Bilet Alana 1 Bilet Bedava” kampanyasının rekabet ihlali yarattığı iddiası.

40 **F. İDDİALARIN ÖZETİ** : Kurum kayıtlarına 2.12.2005 tarih ve 201-720 sayı ile giren ve Basın Danışmanlığı (Bilgi Edinme Birimi) vasıtasıyla II No’lu Daire’ye gönderilen Erkut CEYLAN imzalı dilekçede; Aydın merkezde Ceylan Sineması’nı işletmekte oldukları, Genç Turkcell’in yapmış olduğu 1 Bilet Alana 1 Bilet Bedava Kampanyası’ndan hiçbir şekilde haberdar edilmedikleri, Aydın’da bulunan diğer sinema salonunun bu kampanyadan yararlandığı, kendilerinin de kampanyaya başvurduğu ancak kabul edilmedikleri, konuyla ilgili olarak gerekenin yapılmasının talep edildiği ifade edilmektedir.

Aynı kampanyaya ilişkin benzer içerikli bir ihbar, 9.12.2005 tarih ve 8782 sayı ile Kuruma intikal etmiştir. Dilekçede özetle;

- Kendisinin, Türkiye’de sinema salonlarına reklam veren iki firmadan biri olan Energy Medya ile anlaşmalı bir sinema salonu sahibi olduğu,
- Turkcell’in Genç Turkcell kapsamında bir kampanya düzenleyerek sinema salonlarında “bir bilet alana bir bilet bedava” sloganı ile duyuru yapmış ve kendi web sayfasında da istenildiği zaman kampanyanın genişletilebileceği, uzatılacağı ve son verileceğini duyurduğu,
- Sinema sahibi olarak reytingini çok etkileyebileceği kaygısıyla kendisinin de kampanyaya dahil olmak isteğini ve bu isteğini Turkcell’e bildirdiğini ancak, hiçbir cevap alamadığını, daha sonradan Energy Reklam ile reklam anlaşması yapan hiçbir sinema salonunun bu kampanyaya dahil edilmediğini ve başvurularının cevapsız bırakıldığını öğrendiğini,
- Böylece Fida Film ile anlaşmalı salonların dolduğunu, aralıksız olarak Turkcell reklamlarının bu salonlarda yayınlandığını, Fida Film ile anlaşmalı salonların reytingi yükseldiği için gelirlerinin artmasının yanı sıra diğer reklam veren firmaların da reytingi yüksek olan sinemalarda reklam vermeyi tercih edeceğinden çifte bir kazanç sağlandığını, Turkcell’in ise reklam bütçesinde daha az maliyete neden olacak şekilde reklamını yaptırdığı ve abone sayısını arttırdığı,
- Bu arada, sezonun en yoğun olduğu zamanda Energy Medya ile anlaşmalı olan diğer sinema salonlarının kampanyaya dahil edilmediği,
- Kendisinin sahibi olduğu sinema salonunun bu haksız rekabetten ciddi zarar görmüş olduğu,
- Turkcell ve Fida Film’in haksız rekabet doğuran anlaşmasının iptal edilmesi ve sinemacıların haklarının korunmasının talep edildiği,

ifade edilmektedir. Aynı şahıs, Rekabet Kurulu kayıtlarına 12.12.2005 tarih ve 8846 sayı ile giren ikinci bir dilekçe göndermiştir. Bu dilekçede; Genç Turkcell adı altında yapılan bu kampanyanın 1.3.2006 tarihine kadar geçerli olduğu, 23.12.2005 tarihinde bu sezon çok iyi bir gişe hasılatı elde edecek “Organize İşler” adlı ve Yılmaz Erdoğan ile Cem Yılmaz gibi sanatçıların oynadığı filmin vizyona gireceği, bu filmden önce ihtiyati tedbir kararının alınmasının talep edildiği, aksi halde bu kampanyanın hedefine ulaşacağı ve yapılan bu şikayetin anlamının kalmayacağı, bu kampanyanın devam etmesi durumunda işletmesinin aylık zararının en az 10.000 YTL olduğu, pek çok işletme için bu miktarda veya bundan fazla zararın söz konusu olduğu, Kurul kararının bu kampanyanın iptali doğrultusunda çıkması durumunda zararlarının karşılanması karara eklenmesinin talep edildiği belirtilmektedir.

Kurum kayıtlarına 28.11.2005 tarih ve 8429 sayı ile intikal eden Hakan ÇELİK imzalı şikayet dilekçesinde özetle; kendisinin Adana’da iki adet sinema kompleksi olan ARIPLEX Sinemaları’nın işletmecisi ve ODEON Filmcilik-Sinemacılık Ltd. Şirketi’nin yetkilisi olduğunu, Turkcell’in Genç Turkcell kapsamında gerçekleştirdiği “1 Bilet Alana 1 Bilet Bedava Kampanyası” ile Genç Turkcell’e üye olanlara bir şifre vererek 20-25 ildeki

90 anlaşmalı sinemalara yönlendirdiğini, bu kişilerin bir bilet alınca ikinci bileti bedava aldıklarını, ikinci biletin parasını sinemalara Turkcell'in ödediğini, anlaşmalı olmayan fakat aynı filmleri oynatan sinemaların bu kampanya sonucunda büyük zararlar gördüğünü, seyircilerin doğal olarak ikinci bileti bedava veren sinemayı tercih ettiklerini, Turkcell'in sadece kendi belirlediği ve çok büyük gruplara ait olan sinema salonları ile anlaşma yapmış olduğunu, bunun dışında kalan sinemaları batmaya mahkum ettiğini, Turkcell'in "bu bir kampanyadır, diğer sinemalar da yapsın" deme hakkının olmadığını zira sinemaların film yapım şirketi ile anlaşarak filmi oynattığını, bu anlaşmayla sinemanın bedava bilet verirse o biletin parasını filmciye ödemek zorunda olduğunu, dolayısıyla hiçbir sinemanın kendi başına böyle bir kampanya yapamayacağını, Turkcell'in "serbestlik var, ben dilediğim sinemayla anlaşırım" diyemeyeceğini eğer yaptığı kampanya devam ederse o ildeki kampanya dışında kalan sinemaların kapanmak zorunda kalacağını, Turkcell'in "bu kampanya Kasım-Mart ayları arası geçerlidir, zaten bu süre sonunda bitecek" diyemeyeceğini, çünkü bu ayların Türkiye'de tüm sinemaların para kazandığı tek mevsim olduğunu, tüm sinemaların ödemelerini, senetlerini ve çeklerini bu aylara verdiklerini, Turkcell'in sinema salonlarının en iyi para kazandığı bu ayları tükettikten sonra kampanyayı bitirmesinin salonların kapanmasını engellemeyeceğini, Turkcell'in bu anlaşmayı yaptığı sinemaların "Cinebonus" gibi zaten çok büyük rekabet gücü olan ve diğer sinemaların rekabette zorlandığı devasa firmalar olduğunu, buna ilaveten bu firmaların ARIPLEX sinemaları önünden bedava otobüs kaldırarak müşterileri bedava bilet olan sinemalara götürdüğünü belirtmekte ve gereğinin yapılmasını arz etmektedir.

110 Aynı kampanyaya ilişkin yapılan son ihbar, 16.12.2005 tarih ve 8997 sayı ile Kuruma intikal etmiştir. İhbar sahibi, söz konusu kampanya sebebiyle sinemalarının günde 300 kişi kaybettiğini, kampanya başlamadan önce Turkcell'den herhangi bir duyuru veya teklif almadıklarını, kampanyanın başladığı ilk günlerde kampanyaya dahil olabilmek için Turkcell'i pek çok kez aradıklarını ancak kendileriyle muhatap olacak ilgili birini bulamayınca kendilerine bir elektronik posta gönderdiklerini, bunun üzerine Turkcell'in kampanya başladıktan sonra sinemalarının dahil edilemeyeceği yanıtını verdiğini, Turkcell'in kendi istediği sinemayı kampanyaya dahil ettiğini belirtmektedir.

120 **G. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına sırasıyla 2.12.2005/201-720, 28.11.2005/8429, 9.12.2005/8782, 12.12.2005/8846, 16.12.2005/8997 tarih ve sayıları ile intikal eden şikayet dilekçeleri üzerine yapılan değerlendirmeler sonucunda düzenlenen 19.12.2005 tarih ve 2005-2-122/İİ-05-ÖÜ sayılı İlk İnceleme Raporu, 29.12.2005 tarih ve 05-88 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek önaraştırma açılmasına karar verilmiştir. Bunun üzerine yapılan inceleme sonucunda hazırlanan 14.2.2006 tarih ve 2005-2-122/ÖA-06-ÖÜ sayılı önaraştırma raporu, 17.2.2006 tarih ve REK.0.06.00.00-110/25 sayılı Başkanlık önergesi ile 06-14 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili raporda;

Genç Turkcell abonelerine 1 Bilet Alana 1 Bilet Bedava Kampanyası'nda,

- Turkcell, Mobilera, Mars Grubu ve Fida Film arasında yapılmış olan sözleşmelerde sinema salonu işletmeciliği pazarındaki teşebbüsler arasındaki rekabeti bozacak, kısıtlayacak veya engelleyecek nitelikte ayrımcı ve haksız hükümlerin yer almadığı,
- 130 - Kampanya kapsamına dahil edilmemiş sinema salonlarının bilinçli olarak dışlandığına ve 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin (e) bendi anlamında eşit hak, yükümlülük ve edimler için eşit durumdaki kişilere farklı şartların uygulanmasına ilişkin herhangi bir delile ulaşılamadığı ve bu bağlamda Kanun'un 4. maddesi çerçevesinde bir ihlal olduğuna yönelik herhangi bir tespit bulunulamayacağı, ifade edilmiştir.

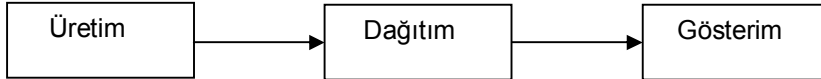
I. YAPILAN İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

I.1. İlgili Pazar

I.1.1. Sektör Hakkında Genel Bilgi

140 Sinema sektöründe, genel olarak, film üretimi, dağıtımı ve gösteriminden oluşan bir faaliyet zinciri bulunmaktadır. Stüdyolar ya da bağımsız yapımcılar tarafından hazırlanan filmler genellikle dağıtım firmaları tarafından pazarlanmakta ve sinema salonlarına dağıtılmaktadır. Son aşamada, sinema salonları filmlerin gösterimini gerçekleştirmektedir. Genellikle sinema gösterim hizmeti veren salonlar, bu salonlarda ve fuayelerde yiyecek, içecek, kitap, cd vs. ürünlerin satışını da yapmaktadır. Ancak bu hizmetler, sinema salonu işletmeciliğinin asıl konusu olan film gösterim faaliyetini tamamlayan yan hizmetler olarak kabul edilmelidir.

Sinema sektörü faaliyet zinciri aşağıda basit bir şekilde gösterilmektedir:



150 Bu sektörde faaliyet gösteren teşebbüsler bu üç temel alanın sadece birinde faaliyet gösterebildiği gibi, birden fazla alanda da faaliyet gösterebilmektedir. Örneğin, bir dağıtım firması üretilen filmin reklamını, pazarlamasını ve sinema salonlarına dağıtımını yaparken, kendisine ait salonlarda film gösterimi de yapabilmektedir.

160 Sinema sektörünün önemli gelir kaynaklarından birini "perde reklamcılığı" olarak ifade edilen sinema salonlarında gösterilen filmlere alınan reklamlar oluşturmaktadır. Sinema salonları film başlarındaki bu reklam yerlerini, perde reklamcılığı faaliyeti ile uğraşan sinema pazarlama ve reklamcılık şirketleri aracılığıyla pazarlamaktadır. Perde reklamcılığı sinema salonları ile perde reklamcısı firmalar arasındaki anlaşmalarla yürütülmektedir. Bu anlaşmalarla perde reklamcısı firma salonlarla, belirli sürelerle perde reklam yerini kiralamak ya da birlikte bu yerlerin satışını yapmak konusunda anlaşılırlar. Sinemanın konumu, müşteri profili ve sayısı, mevsimler ve filmin niteliğine göre perde reklam fiyatları değişmektedir.

I.1.2. İlgili Ürün Pazarı

Sinema salonu işletmeciliğinin temel faaliyet konusu film gösterimi hizmetidir. Bunun yanı sıra, perde reklam yeri satışı, salonlarda yiyecek içecek satışı gibi yan faaliyetleri de bulunmaktadır.

170 Kuruma gelen şikayetlerde, "Bir bilet alana bir bilet bedava" (1B1B) kampanyasından büyük ölçüde zarar gördüklerini ifade edenler ve söz konusu kampanya ile sektörlerinde rekabetin etkilendiğini öne sürenler sinema salonu sahipleridir. Bu sebeple, dosya açısından ilgili ürün pazarı, Genç Turkcell kampanyasının yürütüldüğü sinema salonlarını da kapsayan "*sinema salonu işletmeciliği*" pazarıdır.

Öte yandan, kampanya kapsamında GençTurkcell ve Kardelenler Projesi reklamlarının anlaşmalı sinema salonlarında gösteriminin söz konusu olması nedeniyle, 1B1B kampanyasında etkilenen pazar *perde reklam yeri satışı pazarı*'dır. Yukarıda hakkında kısaca bilgi verilen perde reklam yeri satışı alanında Türkiye'de faaliyet gösteren başlıca iki büyük teşebbüs bulunmaktadır. Bunlar, Fida Film Yapım Dağıtım ve Reklam A.Ş. (Fida) ile Energy Prodüksiyon Film Yapım Paz. Ltd. Şti.'dir (Energy). Önerştirmaya konu olan kampanyanın düzenlenmesinde ve uygulanmasında Fida Film'in de taraf olması sebebiyle perde reklamcılığı pazarı da etkilenen pazar olarak ele alınmaktadır.

I.1.3. İlgili Coğrafi Pazar

180 Sinema salonu işletmeciliği faaliyeti ile tüketicilere sunulan hizmet göz önüne alındığında, tüketici talebinin maliyet ve zaman kriterlerine göre belirlendiği görülmektedir. Bu bakımdan, tüketici grubunu oluşturan seyircilerin kısa mesafelerdeki sinema salonlarını tercih ettikleri, diğer bir ifadeyle buldukları illerde faaliyet gösteren sinema salonlarından bu hizmeti talep ettikleri anlaşılmaktadır. Tüketiciler, film gösterim hizmetinden faydalanmak üzere buldukları illerden başka illere seyahat ederek bu iller için bir tüketici talebi oluşturmamaktadır. Sinema salonları arasındaki asıl rekabet yerel olmakta ve salonların fiyat, film seçimi ve diğer etkinlikleri yerel koşullara göre belirlenmektedir. Bu nedenle, ilgili coğrafi pazar, ayrı ayrı, kampanyanın düzenlendiği her bir il olarak tespit edilmiştir.

190 I.2. Rekabet İhlali Olabilecek Hususlar

Kuruma intikal eden ihbar ve şikayet dilekçelerinde belirtilen hususlar ve kampanyaya dahil olmak istedikleri halde reddedilen sinema salonu sahiplerinin varlığı, GSM pazarında önemli bir paya sahip olan Turkcell ile sinema reklamcılığı pazarında lider konumda olan Fida Film arasında sinema salonu işletmecileri arasındaki rekabeti bozacak ve eşit durumdaki kişilere ayrımcı uygulamaları içerecek nitelikte bir anlaşmanın yapılmış olabileceği ihtimalini gündeme getirmiştir.

200 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi uyarınca 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 yasaktır. İlgili maddenin (e) bendine göre, "*münhasır bayilik hariç olmak üzere eşit hak, yükümlülük ve edimler için eşit durumdaki kişilere farklı şartların*

uygulanması” yasaktır. Söz konusu kampanya kapsamında yapılmış olan sözleşmeler bu çerçevede değerlendirilmiştir.

I.3. Taraflar Arasında Yapılan Sözleşmelerin Değerlendirilmesi

Dosya mevcudundan, kampanyaya ilişkin olarak, taraflar arasında 4 adet ayrı sözleşme bulunduğu anlaşılmaktadır:

1. Turkcell – Mobilera Gnċtrkcll Danışmanlık Hizmet Sözleşmesi
2. Mobilera – Mars “Gnċtrkcll Sinema Sezonu” Projesi Sözleşmesi
3. Fida – Mars “Gnċtrkcll Sinema Sezonu” Projesi Sözleşmesi
- 210 4. Fida – Sinemalar “Gnċtrkcll Sinema Sezonu” Projesi Sözleşmesi

Turkcell ile kampanyaya dahil olan sinemalar arasında doğrudan bir sözleşme bulunmamaktadır. Taraflar arasındaki ilişkiler aşağıdaki gibidir:

Turkcell – Mobilera: Turkcell, ‘gençturkcell’ abonelerine yönelik olarak çeşitli aktiviteler ve kampanyalar düzenlemek üzere Mobilera’dan danışmanlık hizmeti almaktadır. Söz konusu danışmanlık hizmeti için Turkcell ve Mobilera arasında genel bir sözleşme yapılmıştır. Önerştirmaya konu olan sinema kampanyasının düzenlenmesi de Mobilera tarafından Turkcell’e sunulan danışmanlık hizmetlerinden biridir. Bu çerçevede kampanya ile ilgili strateji ve içerik oluşturma hizmeti Mobilera tarafından gerçekleştirilmiştir. Turkcell ve Mobilera arasındaki “Gnċtrkcll Danışmanlık Hizmet Sözleşmesi”nde (GDHS) kampanya dahilinde olacak sinemalar ile ilgili ya da kampanyaya dahil edilmeyecek sinemalar ile ilgili olarak herhangi bir ifade bulunmamaktadır. Söz konusu sözleşmede, sadece sinema kampanyası için değil ‘gnċtrkcll projesi’ bünyesinde gerçekleştirilecek diğer kampanyalar için de Mobilera’nın danışmanlık hizmeti vereceği yazmaktadır. Sözleşmenin 3.6. maddesinde;

220 *“Mobilera, proje kapsamında Turkcell için diğer kurum ve markalardan özel fayda ve indirimler sağlayacak, anlaşmalar yapacak ve anlaşma süreçlerini yönetecektir...”*

ifadeleri yer almaktadır. ‘gnċtrkcll projesi’ kapsamında yer alan sinema kampanyasında da, anlaşma yapılan sinemaların seçilmesi sürecinde Turkcell rol almamakta ve bu görevi Mobilera üstlenmektedir. Bunun yanı sıra, GDHS’de taraflara rekabet etmeme yükümlülüğü doğuracak nitelikte herhangi bir hüküm bulunmamaktadır.

230 **Mobilera – Mars:** Mobilera kampanyada yer alan sinemalar ile tek tek muhatap olmak yerine sadece Mars ile bir sözleşme imzalamış ve Turkcell’den aldığı bilet ücretlerini Mars’a ödeyeceğini sözleşmede belirtmiştir. Mobilera ile Mars arasında imzalanan “gnċtrkcll Sinema Sezonu” projesi sözleşmesinde (MMS) kampanyanın nasıl yürütüleceği, tarafların yükümlülükleri ve ödeme şekli gibi konulara ilişkin maddeler mevcuttur. MMS’de Mobilera’nın Mars’a bedava bilet için hafta içi dört gün (Cuma hariç) (...)\$+KDV ve Cuma günü ise (...)\$+KDV vereceği yazmaktadır. MMS’in 4.5. maddesinde;

240 *“proje süresince MARS, bir başka GSM operatörü ve/veya GSM operatörünün yan kuruluşu ile ortak bir proje gerçekleştiremez. Fakat, proje süresince MARS diğer kişi ve kurumlarla proje ve kampanyalar yapabilir.”*

ifadesi yer almaktadır. Söz konusu madde bir rekabet kısıtı olsa da, süresinin proje süresiyle ve sadece rakip GSM operatörleri veya yan kuruluşlarıyla sınırlı olması nedeniyle makul bir yan sınırlama olarak görülmektedir.

250 **Mars – Fida:** Fida ile Mars arasında imzalanan “gnçtrkcil Sinema Sezonu” projesi sözleşmesi (FMS) de MMS’e benzer ifadeler içermektedir. FMS’de, kampanya dahilinde yer alacak sinemalardan Mars grubuna ait olmayanlar ile Fida’nın irtibat kuracağı ve kampanyanın bu sinemalarda yürütülmesinden Fida’nın sorumlu olacağı belirtilmektedir. Sözleşmenin ‘Ödeme’ başlıklı maddesinde Mars’ın Fida’ya haftanın ilk beş günü bilet başına (...) \$+ KDV vereceği yazmaktadır. FMS’nin 4.5. maddesinde de bir yan sınırlama olarak görülebilecek;

“proje süresince FİDA, anlaşmalı sinemalar bünyesinde bir başka GSM operatörü ve/veya GSM operatörünün yan kuruluşu ile benzer ortak bir proje gerçekleştiremez.”

ifadesi yer almaktadır. Daha önce MMS’e ilişkin olarak belirtildiği gibi söz konusu kısıtlama, kampanyanın gerçekleştirilebilmesi için gerekli bir yan sınırlama olarak değerlendirmiştir.

260 **Fida – Sinemalar:** Son olarak Fida ile kampanya dahilinde yer alan sinemalar arasında ayrı ayrı “gnçtrkcil Sinema Sezonu” projesi sözleşmesi (FSS) imzalanmıştır. Örnek olarak alınan ve Umut Sanat Ürünleri Tic. Ltd. Şti. (Umut Sanat) ile Fida arasında imzalanan sözleşmede de daha önce MMS ve FMS de yer alan ifadelerin benzerleri yer almakta ve sinemalara kampanya sürecinde neler yapacaklarını belirten maddeler bulunmaktadır. FSS’lerde ödeme ile ilgili maddelerin her sinema için ayrı olduğu Fida yetkilileri tarafından belirtilmiştir. Umut Sanat ile yapılan sözleşmede Fida’nın Umut Sanat’a haftanın ilk beş günü KDV dahil (...) YTL vereceği yazmaktadır. Diğer sinemalara yapılan ödemelerin farklı olduğu belirtilmiştir. Umut Sanat ile yapılan FSS’nin 2. maddesinin “i” bendinde;

‘proje süresince SİNEMA, anlaşmalı sinemalar bünyesinde bir başka GSM operatörü ve/veya GSM operatörünün yan kuruluşu ile benzer ortak bir proje gerçekleştiremez.’

270 ifadesi bulunmaktadır. Söz konusu madde, bahsi geçen diğer sözleşmelerde de yer alan bir yan sınırlama olarak kabul edilmiştir.

Özetle, taraflar arasında yapılmış olan sözleşmeler incelendiğinde;

- Mobilera’dan haftanın ilk dört günü için (...) \$+KDV ve Cuma günü için (...) \$+KDV alan Mars’ın, Fida’ya haftanın ilk beş günü için (...) \$+KDV verdiği ve böylece komisyon kazancının olduğu,
- Mars’tan (...) \$+KDV alan Fida’nın her sinemaya farklı ödeme yaparak komisyon kazancı elde ettiği (örnek olarak Umut Sanat’a KDV dahil (...) YTL verilmektedir),

06-14/173-45

- Turkcell ile Mobilera arasında yapılan anlaşmanın genel bir danışmanlık hizmet sözleşmesi olduğu ve düzenlenen sinema kampanyasına ilişkin özel hükümler içermediği,
 - 280 - Sinema kampanyası ile ilgili olarak Turkcell, Mobilera, Mars, Fida ve anlaşmalı sinemaların taraf oldukları,
 - Taraflar arasında yapılan sözleşmelerin kampanyayı düzenleyici maddeler ve makul görülebilecek yan sınırlamaya ilişkin maddeler içerdiği
- anlaşılmaktadır.

I.4. Değerlendirme

Turkcell'e danışmanlık hizmeti vermekte olan Mobilera 'gnctrkcell projesi' kapsamında düzenlenen sinema kampanyası ile ilgili olarak Turkcell'den almış olduğu abone bilgilerini kullanarak çalışmalarda bulunmuştur. Mobilera tarafından yapılan çalışmalarda, her 75.000 GençTurkcell'liye bir sinema düşecek şekilde kampanya yapılması gerektiği tespit edilmiş, dolayısıyla kampanyanın 23 ilde yapılması uygun görülmüştür. Raportörlerce yapılan görüşmelerde, kampanyada yer alacak olan sinemaların bulunması için, öncelikle, çok sayıda sineması bulunan gruplarla görüşmeler yapıldığı ve ilk olarak AFM grubuyla irtibata geçildiği ifade edilmiştir. Daha önce 15 Nisan – 31 Mayıs tarihlerinde düzenlenen benzer bir kampanyanın AFM ile yapılması ve bu gruba ait sinema sayısının fazla olması nedeniyle ilk olarak AFM grubu ile görüşüldüğü ifade edilmiştir. Ancak AFM'nin böyle bir kampanyaya tek olarak katılmak istemesi nedeniyle anlaşma sağlanamadığı belirtilmiştir. AFM grubunun sinemaları Energy ile anlaşmalı sinemalardır. Dolayısıyla kampanyanın başlangıç aşamasında, kampanyanın sadece Fida ile anlaşmalı sinemalar ile yapılması planlanmamış, geniş katılımın olabileceği fikirler düşünülmüştür.

Daha sonra, Mobilera ile Mars Grubu arasında görüşmeler yapılmıştır. Kampanyanın 23 ilde yapılabilmesi için bu illerde bulunan sinemaların ortak bir yönü araştırılmış ve Fida ile söz konusu illere ulaşmak için irtibata geçilmesinin uygun olacağı düşünülmüştür. Mars, Fida ile görüşmeler yapmış ve kendi grup sinemaları haricinde, kampanyaya dahil edilmek istenen illerdeki sinemalar ile Fida'nın görüşmeler yapması kararlaştırılmıştır.

Kampanya, sadece Fida Film ve Mars Grubu'nun anlaşmalı sinema salonlarında yürütülmüştür. Fida Film ve Energy Medya, kendileriyle anlaşmalı sinema salonlarıyla münhasır olarak çalışmakta, salonlarla aralarında geçerli olan anlaşma sürecinde birbirlerinin sinema salonlarıyla iş yapmamaktadır. 1B1B kampanyasında, Mobilera'nın çalışma ortağı olarak Fida Film'i tercih etmesi sebebiyle bu kampanya Energy Medya ile anlaşmalı sinema salonlarında uygulanmamıştır. Nitekim 15 Nisan – 31 Mayıs 2005 tarihlerinde Genç Turkcell-Mobilera-AFM ortaklığıyla yürütülen benzer bir kampanya da Energy Medya ile çalışmakta olan AFM'nin sinemalarında yürütülmüştür. Bunun yanı sıra, Fida Film ile anlaşmalı olup da kampanyaya dahil edilmemiş sinema salonları da bulunmaktadır. Bunlardan bir kısmı kendisi dahil olmak istememiş, bir kısmı ise kampanyaya katılmak istediği halde katılamamıştır. Örnek olarak, Eskişehir'de yaklaşık 98 bin 'gnctrkcell' aboneliği bulunduğu için sadece bir sinema salonu kampanyaya dahil edilmek istenmiştir. Ancak Eskişehir'de Fida ile anlaşmalı iki sinema bulunmaktadır.

320 Dolayısıyla sinemalarda aranan diğer kriterler de göz önüne alınarak önce birine teklif götürülmüş, sinemanın kampanyaya katılmak istememesi üzerine diğerine teklif götürülmüştür. Buradan anlaşılacağı üzere, kampanyada özellikle belli sinemaların yer almasının istenmesinden ziyade, belirlenen illerde, kampanyaya 'sinemaların' dahil edilmesi tercih edilmiştir.

330 Konuyu inceleyen raportörlerce Mobilera yetkilileri ile yapılan görüşmeler sırasında, Turkcell'in ayırdığı bütçe sebebiyle kampanyanın kapsamının Genç Turkcell abonelerinin yoğunlukta olduğu 23 il ve bu illerde yer alan 250 sinema salonu olarak sınırlandırılmak zorunda kalındığı, sinema salonlarının salonda pos cihazının varlığı, cep telefonunun çekebiliyor olması, salonun gençlere lojistik olarak yakın ve talep gören yerlerde bulunması vb. çeşitli kriterler baz alınarak Mars Grubu, Turkcell ve Mobilera arasında gerçekleşen müzakereler sonucunda seçildiği bilgilerine ulaşılmıştır.

Nitekim, aşağıda yer alan ve Fida Film'den temin edilmiş çeşitli e-posta örnekleri de bu bilgileri doğrular niteliktedir:

- 29.11.2005 tarihinde, Fida Film Proje Müdürü'nden Eskişehir'deki bir sinema salonu sahibine, *"Turkcell'in yaptırdığı araştırmaya göre, sinemanız Eskişehir'de en fazla tercih edilen sinemadır. Kampanyaya katıldığınız takdirde bu sayı yükselecektir."* denmekte ve e-postanın devamında kampanyanın çalışma şartları açıklanmaktadır.
- 14.11.2005 tarihinde, Mobilera kampanya sorumlusundan Fida Film Pazarlama Müdürü'ne *"...Samsun'lu gnçtrkcell'lilerden gelen yoğun talep ve bu şehirdeki üye sayımız nedeniyle, Samsun'da bir sinemayı da projeye dahil etmek istiyoruz. Reklamlarımız da vizyona girdiği için dışarıda kalmayı tercih eden sinemalar belki projeyi daha iyi anlama fırsatı bulmuşlardır, tekrar bir görüşme yapabilir miyiz?"*
- 29.10.2005 tarihinde, İstanbul'da Emek Sineması sahibinden Fida Film Proje Müdürü'ne, *"Genç Turkcell Kampanyasına katılmak ve sözleşmedeki konuları ve şartları yerine getirecek mekan ve personelimiz bulunmamaktadır. bu nedenle bu projede yer almama kararını aldık."*
- 1.12.2005 tarihinde, Fida Film Proje Müdürü'nden Mobilera kampanya sorumlusuna, *"İstinye Cinemall, Mersin Metro, Kahramanmaraş Metro, Diyarbakır Metro sinemalarını kampanyaya dahil etmek istiyoruz. Bu illerde kampanya yürümüyor zaten, dolayısıyla tek sinema olacaklar ve doğuda da olmak sosyal sorumluluk adına hoş olur diye düşündük."*
- 5.12.2005 tarihinde, Mobilera kampanya sorumlusundan Fida Film Proje Müdürü'ne gönderilmiş yanıt, *"Cinemall Grubu'nun kampanyaya dahil olmasını istemekle birlikte, Turkcell ile yaptığımız görüşme sonucunda çıkan karara göre, kampanyanın şu anda ulaştığı rakamlar ve yoğunluktan ötürü maalesef olumlu bir dönüş yapamıyoruz. Kendilerine ilgilerine teşekkür ettiğimizi ve önümüzdeki kampanya görüşmeleri başladığında kantağa geçeceğimize dair bir dönüş yapabilir misiniz?"*
- 24.11.2005 tarihinde, Mobilera kampanya sorumlusundan Fida Film Proje Müdürü'ne ve Fida Film Pazarlama Müdürü'ne, *"Eskişehir'de Arı Sineması'nın*

yanı sıra Kılıçoğlu'nun da olması için tekrar görüşebilir miyiz? Bizim için bu konu çok önemli.”

- 21.11.2005 tarihinde, Mobilera kampanya sorumlusundan Fida Film Proje Müdürü'ne ve Fida Film Pazarlama Müdürü'ne, “Eskişehir'deki Arı Sineması hakkında çok spesifik şikayetler geliyor; salonları, kalitesi hakkında....Ne yapabiliriz bakabildiniz mi? Kılıçoğlu ile görüşsek?”
- 24.11.2005 tarihinde, Mobilera kampanya sorumlusundan Fida Film Proje Müdürü'ne ve Fida Film Pazarlama Müdürü'ne, “Eskişehir Kılıçoğlu'nun kampanyamıza katılımı konusunda son durumu bekliyorum, ciddi şikayetler alıyoruz. Eskişehir'deki Gençliğin Sesi'nden gelen yorumlar hep aşağıdaki gibi:
 - hayır kullanmıyorum çünkü Eskişehir'de AFM sinemalarında bu kampanya yok ve kampanya kapsamındaki sinema önceki kampanyada seçilen AFM tarzında hoş bir sinema değil.
 - Eskişehir kapsamında görüşünü aldığım çoğu kişi reklamları görünce sevinmiş daha sonra AFM'de olmayınca yararlanmamaya karar vermiş durumda.
- 24.11.2005 tarihinde, Fida Film Proje Müdüründen Mobilera kampanya sorumlusuna ve Fida Film Pazarlama Müdürü'ne, “Tek ilde böyle bir yorum duydum. Eskişehir Arı Sineması şu an GNCTURKCELL kampanyasında 3 cü, 4 cü sıralarda. Kılıçoğlu kampanyaya dahil olmak istememişti konuştuğumuzda. İlde tek sinema olduğu takdirde, diğer sinema için de farklı yorumlar almamız mümkün. Merkeze uzak vs. gibi. Tek sinema ile herkesin beklentisini karşılamak zor diye düşünüyorum.”

Yukarıda yer verilen e-posta yazışmalarından, kampanya sürecinde olabildiğince daha fazla sinema salonunun kampanyaya dahil edilmesinin hedeflendiği, Fida ve Mars gruplarıyla çalışan ve aranan teknik ve beşeri kriterlere sahip olan salonların bilinçli olarak kampanya dışı bırakılmasının amaçlanmadığı anlaşılmıştır. Bu kampanyaya dahil edilemeyen sinema salonlarının bir sonraki kampanyada değerlendirilmesi planlanmıştır. Kampanyanın Fida Film ve Mars Grubu ile anlaşmalı sinema salonlarında gerçekleştirilmesi sebebiyle bu gruplarla çalışmayan, Energy Grubu ile çalışan sinema salonları 1B1B Kampanyası'na dahil edilmemiştir. Bu durumun, sinema salonları arasında ayrımcılık yapma ve bazı salonları dışlama amacıyla bilinçli olarak yapılmış bir uygulamadan ziyade perde reklamcılığı pazarının işleyişinden kaynaklanan zorunlu bir sonuçtur. Zira, sinema salonlarının Fida Film veya Energy Medya ile münhasıran çalışmaları sebebiyle bu iki teşebbüsten herhangi birinin yer aldığı kampanyalarda diğer teşebbüs ile çalışan sinema salonları yer alamayacaktır.

Öte yandan, Genç Turkcell, pazarda yeni kurulmuş bir kulüptür. Bu sebeple, 1B1B kampanyası, Genç Turkcell'in pazarda yer edinme çabası olarak da değerlendirilebilir. Nitekim Genç Turkcell üyelerine yönelik olarak daha önceki tarihlerde çeşitli promosyonlar yapılmıştır. Özellikle genç ve öğrenci kesime hitap edecek şekilde düzenlenen ve MEF Dershaneleri, Varan Otobüsleri, FLO Ayakkabıları ve Yurt İçi Kargo işbirliği ile kampanyalar yapılmıştır.

06-14/173-45

Raportörlerce görüşmelerde elde edilen bilgi ve belgeler ile şikayetçilerle yapılan görüşmeler sonucunda 1B1B Kampanyası çerçevesinde 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi anlamında rekabeti bozucu, engelleyici ya da kısıtlayıcı bir anlaşma yapılmamış olduğu, eşit durumdaki sinema salonlarına farklı şartların uygulanmasının söz konusu olmadığı kanaatine ulaşılmıştır.

J. SONUÇ

Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre;

410

1. Turkcell, Mobilera, Mars Grubu ve Fida Film arasında yapılmış olan sözleşmelerde sinema salonu işletmeciliği pazarındaki teşebbüsler arasındaki rekabeti bozacak nitelikte ayrımcı ve haksız hükümlerin yer almadığına,
2. Kampanya kapsamına dahil edilmemiş sinema salonlarının bilinçli olarak dışlandığına ve 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin (e) bendi anlamında eşit hak, yükümlülük ve edimler için eşit durumdaki kişilere farklı şartların uygulanmasına ilişkin herhangi bir ihlal tespit edilemediğinden

soruşturma açılmasına gerek olmadığına OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.