

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : D2/1/B.E.-01/1 (Devralma)

Karar Sayısı : 01-28/274-78

Karar Tarihi : 19.6.2001

A- TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Prof. Dr. M. Tamer MÜFTÜOĞLU

Üyeler : Dr. Kemal EROL, İsmet CANTÜRK, Nejdet KARACEHENNEM, R. Müfit SONBAY, Kubilay ATASAYAR, Murat GENCER, Mustafa PARLAK, Prof. Dr. Zühtü AYTAÇ, Rıfki ÜNAL.

B- RAPORTÖR: Barış EKDİ

C- BİLDİRİMDE BULUNAN: The Interpublic Group of Companies, Inc.
Temsilci: Av.Pınar ERYÜREKLİ
B.Giz Plaza. Meydan Sk No:28 Kat:10 80670
Maslak-İstanbul

D- TARAFLAR: - The Interpublic Group of Companies, Inc.
1271 Avenue of the Americas 44 floor New York 10020 USA
- True North Communications, Inc.
101 East Erie Street Chicago, IL 60611 USA

E- DOSYA KONUSU: Türkiye’de 10 adet iştiraki bulunan The Interpublic Group of Companies, Inc. adlı ABD teşebbüsünün, Türkiye’de bir adet iştiraki bulunan True North Communications, Inc. adlı ABD teşebbüsünü devralmasına ilişkin izin talebi.

F- DOSYA EVRELERİ: Kurum kayıtlarına 18.5.2001 tarih, 2085 sayı ve 4.6.2001 tarih 2348 sayı ile giren bildirim üzerine, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’un 7 nci maddesi ile 1997/1 sayılı Rekabet Kurulu’ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ’in ilgili hükümleri uyarınca düzenlenen 15.6.2001 tarih, D1/1/B.E.-01/1 sayılı Devralma Ön İnceleme Raporu, 15.6.2001 tarih, REK.0.06.00.00/42 sayılı Başkanlık önergesi ile 01-28 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

G- RAPORTÖRÜN GÖRÜŞÜ: Türkiye’de “pazarlama iletişimi hizmetleri” ve “medya satınalma hizmetleri” pazarlarında faaliyet gösteren on adet şirketi kontrol etmekte olan The Interpublic Group of Companies, Inc. adlı ABD teşebbüsünün, aynı pazarlarda faaliyet gösteren bir adet şirketi bulunan True North Communications, Inc. adlı ABD teşebbüsünü devralmasına yönelik işlemin, tarafların Türkiye’deki toplam ciroları nedeniyle 1997/1 sayılı “Rekabet Kurulu’ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ” kapsamında olduğu; bu devralma işlemi sonucunda ilgili pazarda hakim durumun yaratılmasının veya mevcut bir hakim durumun güçlendirilmesinin ve böylece rekabetin önemli ölçüde azalmasının söz konusu olmadığı; dolayısıyla, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’un

7 nci maddesi gereğince bu devir işlemine izin verilmesinde herhangi bir sakıncanın bulunmadığı düşünülmektedir.

H- İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

H.1. Taraflar

H.1.1. The Interpublic Group of Companies, Inc. (A.B.D): The Interpublic Group of Companies, Inc., iştiraki olan farklı ajansları vasıtasıyla medya satınalma hizmetleri, doğrudan pazarlama, global halkla ilişkiler, internet ve ticaret danışmanlık, spor faaliyetlerinin pazarlanması ve sponsorluk, marka kimliği ve kurumsal kimlik hizmetleri, yönetim danışmanlığı, sağlık hizmetleri pazarlama, piyasa araştırması, satış promosyonları, internet hizmetleri, satış toplantıları ve etkinlikleri, çokkültürlü reklam ve promosyon ve diğer uzmanlık gerektiren ilgili pazarlama ve iletişim hizmetleri konusunda faaliyet gösteren bir holding şirkettir. The Interpublic Group of Companies, Inc.'in Türkiye'de doğrudan veya ajansları vasıtasıyla dolaylı olarak kontrol ettiği 10 adet şirkete ilişkin bilgiler aşağıdadır:

| | Türkiye'de Doğrudan veya Dolaylı Olarak <i>The Interpublic Group of Companies'in</i> Kontrolünde Olan Şirketlerin İsimleri, Faaliyet Alanları ve Kontrol Unsuru | İlgili Şirketlerin Ciroları (Milyon TL) | |
|---|---|--|------------|
| | | 31.12.1999 | 31.12.2000 |
| 1 | MRM Reklam Tanıtma Servisleri A.Ş. Pazarlama İletişimi Hizmetleri : <i>Müşteri İlişkileri ve Doğrudan Pazarlama</i> Ortaklık paylarının %97.00'si <i>The Interpublic Group of Companies</i> 'e aittir.. | 222.524 | |
| 2 | IPG Tanıtım ve Halkla İlişkiler A.Ş. Pazarlama İletişimi Hizmetleri : <i>Reklamcılık</i> Ortaklık paylarının %99.99'u <i>The Interpublic Group of Companies</i> 'e aittir.r | 11.769.711 | |
| 3 | Pars McCann-Erickson Reklamcılık A.Ş. Pazarlama İletişimi Hizmetleri : <i>Reklamcılık</i> Ortaklık paylarının %99.98'i <i>The Interpublic Group of Companies</i> 'e aittir.. | 13.672.317 | |
| 4 | Momentum BEÇ İletişim Hizmetleri Danışmanlık ve Ticaret A.Ş. Pazarlama İletişimi Hizmetleri : <i>Etkinlik Yönetimi</i> Ortaklık paylarının %99.92'si <i>Pars McCann-Erickson Reklamc. A.Ş.</i> 'ye ¹ aittir.. | -- | |
| 5 | Momentum Beyaz Reklam Tanıtım Hizmetleri A.Ş. Pazarlama İletişimi Hizmetleri : <i>Satış Promosyonu</i> Ortaklık paylarının %99.92'si <i>Pars McCann-Erickson Reklamc. A.Ş.</i> 'ye aittir.. | -- | |
| 6 | Link McCann Erickson Reklamcılık A.Ş. Pazarlama İletişimi Hizmetleri : <i>Reklamcılık</i> Ortaklık paylarının %99.92'si <i>Pars McCann-Erickson Reklamc. A.Ş.</i> 'ye aittir.. | 1.522.425 | |
| 7 | McCann-Erickson Worldgroup İstanbul Reklamcılık A.Ş. Pazarlama İletişimi Hizmetleri : <i>Reklamcılık</i> | .. ² | - |

¹ Pars McCann-Erickson Reklamc. A.Ş., Interpublic Group of Companies'in kontrolündedir.

² Dosya mevcdu bilgilerden, McCann-Erickson Worldgroup İstanbul Reklamcılık A.Ş.'nin, diğer şirketlerin faaliyetlerini koordine etmek amacıyla yeni kurulan bir şirket olduğu ve bu nedenle henüz cirosunun oluşmadığı anlaşılmaktadır.

Ortaklık paylarının %99.92'si *Pars McCann-Erickson Reklamc. A.Ş.* 'ye aittir..

| | | | |
|----|---|-------------------|-------|
| 8 | Lowe Lintas Tanıtım Hizmetleri A.Ş. Pazarlama İletişimi Hizmetleri : <i>Reklamcılık</i> Ortaklık paylarının %86'sı <i>Lowe International Holdings BV</i> ³ ; %10.00'u ise Fatoş Nesteren Davutoğlu'na aittir.. | 5.979.917 | |
| 9 | Universal McCann Medya Planlama ve Dağıtım A.Ş. Medya Planlama ve Satınalma Ortaklık paylarının %97.00'si <i>The Interpublic Group of Companies</i> 'e aittir.. | 30.383.631 | |
| 10 | Initiative Media İstanbul Medya Hizmetleri A.Ş. Medya Planlama ve Satınalma Ortaklık paylarının % %69.97'si <i>The Interpublic Group of Companies</i> 'e; %30.00'u ise Sedat S. Sialom'a aittir.. | 16.218.201 | |
| | TOPLAM | 79.768.726 | |

H.1.2. True North Communications, Inc. (A.B.D): True North Communications, Inc.'in çeşitli iştirakleri vasıtasıyla sunduğu hizmetler planlama, reklam programlarının kreasyonu ve üretimi, ve bu reklamların televizyon, radyo, gazete, dergi gibi medyada satın alınan yerlerde yayınlanması ya da bastırılarak doğrudan doğrudan postalama gibi yöntemlerle hedef kitleye ulaştırılmasıdır. Bunun yanısıra, özel reklamcılık, halkla ilişkiler, promosyon hizmetleri, anlatımsal reklamcılık, pazarlama hizmetleri ve interaktif dijital medya geliştirme faaliyetleri de bulunmaktadır.

True North Communications, Inc. Türkiye'de Foote, Cone & Belding Reklam Hizmetleri A.Ş.'nin ortaklık paylarının %70'ine sahiptir. Foote, Cone & Belding Hizmetleri A.Ş.'nin ortaklık paylarının yaklaşık %30'u ise Charl Teron International Ltd.'e aittir. Pazarlama İletişimi hizmetleri ve medya satınalma alanlarında faaliyet gösteren Foote, Cone & Belding Reklam Hizmetleri A.Ş.'nin 13.12.1999 tarihi itibarıyla cirosu 251.081.944.433 TL'dir.

H.2. İlgili Pazar

H.2.1. Ürün Pazarı: The Interpublic Group of Companies, Inc. ve True North Communications, Inc.'in Türkiye'deki iştirakleri *pazarlama iletişimi hizmetleri* ve *medya satınalma hizmetleri* alanlarında faaliyet göstermektedirler.

H.2.1.1. Pazarlama İletişimi Hizmetleri: Pazarlama iletişimi hizmetleri, ticari alanda faaliyet gösteren işletmelerin, basın, sanayi, diğer şirketler, hükümet veya diğer düzenleyici kurumlar gibi bir grup kişi ile iletişiminin sağlanması olarak tanımlanabilir ve reklamcılık, halkla ilişkiler, enformasyon ve danışmanlık gibi oldukça geniş bir faaliyet yelpazesini içerir.

Pazarlama iletişimi hizmetleri, farklı fakat ikâme edilebilir metodlarla, şirketlerin tüketici/müşteri, basın, endüstri, diğer şirketler, hükümet veya diğer resmi kurumlarla iletişim içinde olmasını sağlamaktadır. Bu hizmetler müşteriler tarafından tek başına veya geniş bir stratejinin parçası olarak kullanılabilirler. Her iki durumda

³ Yurtışında kurulu olan Lowe International Holdings BV'. Interpublic Group of Companies'in kontrolündedir.

da müşteriler, gerek münferit ajansları, gerekse birkaç ajansı görevlendirebilirler. İletişim kampanyasının amacının ne olduğuna bağlı olarak, şirketin genel hedefine ulaşmak için farklı tipte hizmetlerin kullanılması söz konusu olabilir. Bu sebeple, bir halkla ilişkiler ajansı veya başka herhangi bir tip ajans, bir kampanyada üretilecek reklamı koordine etmek üzere görevlendirilebilir. Sonuç olarak, tüm bu hizmetler arz yönünden ikâme edilebilir nitelikte sayılmaktadır.

Farklı pazarlama iletişimi hizmetleri sunucuları, bir müşterinin pazarlama iletişimi hizmetleri gereksinimi için rekabet halindedirler. Geniş gruplara dahil olan farklı ajanslar, değişik alanlarda faaliyet gösteriyor olsalar dahi, bu ajanslar müşterilerine, daha küçük bağımsız ajanslar ile birlikte, geniş bir hizmet yelpazesi sunarlar. Bazı ajanslar, belirli bir sektörde uzmanlaşıp, yalnızca belirli bir hizmet türünü sunma eğiliminde olabilir. Yine de bu faaliyetlerdeki önemli çakışmalar piyasanın farklı bölümlerine odaklanmış olan şirketleri birbirleriyle rakip hale getirmektedir. Örneğin, stratejik danışmanlık veya hedef kitleye bir mesajın en etkin şekilde ulaştırılması hizmetleri reklamcılık ajansları, halkla ilişkiler ajansları veya markalama ya da kimlik ajansları tarafından sunulabilir. Benzer şekilde, farklı pazarlama iletişimi hizmetlerinin talep yönünden de birbirleriyle ikame edilebilme dereceleri yüksektir, çünkü müşterilerin hedef kitleyle olan iletişimlerinde farklı hizmetleri birbirlerinin yerine kullanma imkanları mevcuttur. Dolayısıyla, pazarlama iletişimi hizmetlerinin içerdiği faaliyet alanlarının ayrı pazarlar olarak ele alınmasına gerek yoktur.

H.2.1.2. Medya Satınalma Hizmetleri: Medya satınalma hizmetleri, müşterilere ve pazarlama iletişimi hizmetleri sunanlara pazarlama kampanyalarında kullanılan medyayı planlama ve onlar adına medyayı satınalma faaliyetlerini içerir.

Medya satınalma faaliyeti, televizyon ve kablolu televizyon, radyo, gazete, dergi, reklam tabelaları (*billboard*), internet, sinema salonları vb. medyada zaman ve/veya mekânın satın alınması ve söz konusu satınalma işinin planlanması hizmetlerini kapsar.

Reklamcılık alanında yeralan medya satınalma hizmetleri, talep yönüyle reklam kampanyasına ilişkin yaratıcı (kreatif) çalışma yapılmasını içeren faaliyet alanından açıkça ayrılabilir. Ancak, medya satınalma hizmetlerinin kullanılan medya aracının türüne göre alt bölümlere ayrılması mümkün değildir.

Medya satınalma hizmetleri genellikle planlamayı ve ilgili ajansın reklamı yapılacak ürün veya hizmete ilişkin hedef kitleyi tanımlaması ve kullanılacak medya konusunda tavsiyede bulunması faaliyetlerini de içerir. Bunun yanı sıra, reklamcılık ve medya satınalma hizmetleri genellikle aynı şirket içinde gerçekleştiğinden reklamcılıkla medya satınalma hizmetlerini birbirinden kesin çizgilerle ayırmak mümkün değildir.

Yukarıda yer verilen bilgiler ışığında, ilgili ürün pazarları “pazarlama iletişimi hizmetleri” ve “medya satınalma hizmetleri” olarak belirlenmiştir.

H.2.2. Coğrafi Pazar: Interpublic ve True North’un farklı ülkelerde kurmuş oldukları şirketler vasıtası ile ulusal/yerel bazda hizmet vermeyi tercih etmeleri, kontrol ettikleri şirketlerin, müşterilerinin ve bu şirketlerin faaliyetlerini yerine getirmek üzere ticari ilişkide bulunduğu reklamverenlerin/ajansların ve reklamların yöneleceği alanların

Türkiye sınırları içinde bulunması nedeniyle ilgili coğrafi pazar, “Türkiye Cumhuriyeti Sınırları” olarak kabul edilmiştir.

H.3. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

Bildirim konusu işlem sonucunda True North Communications, Inc.’e bağlı olan ve Türkiye’de faaliyette bulunan Foote, Cone & Belding Reklam Hizmetleri A.Ş.’nin kontrolü dolaylı olarak The Interpublic Group of Companies, Inc.’e geçecektir. Dolayısı ile söz konusu işlem, 4054 sayılı Kanun’un 7 inci maddesi ve 1997/1 sayılı Rekabet Kurulu’ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Hakkında Tebliğ’in 2 nci maddesinin (b) bendi uyarınca bir devralma işlemidir.

The Interpublic Group of Companies, Inc.’in Türkiye’de doğrudan veya dolaylı olarak kontrol etmekte olduğu şirketlerin 2000 yılı itibariyle ciroları toplamının TL; devralınan taraf True North Communications, Inc.’in Türkiye’deki iştiraki Foot, Cone & Belding Reklam Hizmetleri A.Ş.’nin 2000 yılı cirosunun ise yaklaşık TL. olduğu dikkate alındığında; 1997/1 sayılı Tebliğ’in (1998/2 sayılı Tebliğ ile değişik) 4’üncü maddesinin “...birleşmeyi veya devralmayı gerçekleştiren teşebbüslerin, ülkenin tamamında veya bir bölümünde ilgili ürün piyasasında, toplam pazar paylarının, piyasanın % 25’ini aşması halinde veya bu oranı aşmasa bile toplam cirolarının yirmi beş trilyon Türk Lirasını aşması halinde Rekabet Kurulu’ndan izin almaları zorunludur.” hükmü gereğince dosya konusu işlem Rekabet Kurulu’nun iznine tabidir.

The Interpublic Group of Companies, Inc.’in Türkiye’de *pazarlama iletişimi hizmetleri alanında* faaliyet gösteren şirketlerinin 2000 yılı itibariyle toplam pazar payı (McCann-Erickson Group %.... ve Lowe Lintas %..... olmak üzere) %.....’dır. Foot, Cone & Belding Reklam Hizmetleri A.Ş.’nin pazar payı ise yaklaşık %.....’dir. Aynı pazarda faaliyet gösteren Young & Rubicam Turkey ise %....’luk pazar payı ile ikinci sırada yer almaktadır.

Medya satınalma hizmetleri pazarında, altı büyük firmanın toplam pazar payı %... olup, The Interpublic Group of Companies, Inc.’in kontrolünde olan Universal McCann Initiative Media Worldwide’in toplam pazar payı %....’dur. Foot, Cone & Belding’in ise ilgili pazarda önemsenecek bir faaliyeti bulunmamaktadır. MediaCom, Optimum Media, Starcom, Zenith son beş yılda medya satınalma hizmetleri pazarına giren şirketlerden bazılarıdır. Dosya mevcudu bilgi ve belgelerden, 2000 yılı verilerine göre Mediacom’un %..., Optimum Media’nın %.... ve Starcom’un %... pazar payına sahip olduğu anlaşılmaktadır. Görüldüğü üzere, MediaCom ilgili ürün pazarına son beş yıl içinde girmiş olmakla beraber %...’lik pazar payı ile pazarda ikinci sıraya yükselmiştir.

İlgili pazarlara ve genel olarak reklamcılık sektörüne bakıldığında, pazara giriş için lisans veya büyük çaplı bir yatırımın gerekmediği, ulusal veya uluslararası şirketlerin pazara girmelerinin önünde bir engel bulunmadığı görülmektedir. Şirketlerin rekabet potansiyelleri, genellikle sahip oldukları insan kaynaklarının yaratıcılığı ve yeteneğiyle doğru orantılıdır. Arz ikâmesi yüksektir ve bir reklamcılık şirketi birden fazla alt pazarda faaliyet gösterebilmektedir. Bunun yanı sıra dosya mevcudu bilgilerden tarafların, sektörün dışındaki büyük firmaların ihtiyaçlarını kendi içlerindeki pazarlama, iletişim, halkla ilişkiler vb. birimler vasıtasıyla karşılamaya

yöneldikleri, bu nedenle, sofistike hizmetler geliştirebilecek kapasitede olan müşterilerden kaynaklanabilecek bir rekabet baskısının da olduğu görülmektedir. Nitekim, son beş yıl içinde ilgili pazara başarılı girişlerin olması bu durumun bir göstergesidir.

Yukarıdaki bilgiler çerçevesinde, doğrudan veya dolaylı olarak kontrolünde bulundurduğu on adet şirket vasıtası ile Türkiye pazarlama iletişimi ve medya satınalma hizmetleri pazarlarında faaliyette bulunan The Interpublic Group of Companies, Inc.'in ve kontrol ettiği bir şirket vasıtası ile aynı pazarlarda faaliyet gösteren True North Communications, Inc.'in, pazar payları ve pazarların yapısı dikkate alındığında hakim durumda bulunmadıkları ve bu devralma işlemi sonucunda da hakim durum yaratılmasının veya mevcut bir hakim durumun güçlendirilmesinin söz konusu olmadığı anlaşılmıştır.

İ- SONUÇ

Yukarıda yapılan değerlendirmeler ışığında; Türkiye'de "pazarlama iletişimi hizmetleri" ve "medya satınalma hizmetleri" pazarlarında on adet şirketi kontrol etmekte olan The Interpublic Group of Companies, Inc. adlı ABD teşebbüsünün, aynı pazarlarda faaliyet gösteren bir adet şirketi bulunan True North Communications, Inc. adlı ABD teşebbüsünü devralmasına yönelik işlemin, tarafların Türkiye'deki toplam ciroları itibarıyla 1997/1 sayılı Tebliğ kapsamında olduğuna, ancak bu devralma işlemi sonucunda ilgili pazarda hakim durumun yaratılmasının veya mevcut bir hakim durumun güçlendirilmesinin ve böylece rekabetin önemli ölçüde azalmasının söz konusu olmaması nedeniyle, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 7 nci maddesi gereğince bu devir işlemine izin verilmesine OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.