

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

**REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2009-2-279 (Önaraştırma)  
Karar Sayısı : 10-13/140-60  
Karar Tarihi : 4.2.2010

**A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER**

10

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

**B. RAPORTÖRLER** : Remzi Özge ARITÜRK, Nur Seda KÖKTÜRK

**C. BAŞVURUDA BULUNAN** : - (.....)  
(.....)  
- İhbar

20

**D. HAKKINDA ÖNARAŞTIRMA YAPILAN:**

- Doğan Dağıtım Satış Paz. ve Matb. A.Ş.  
Doğan Medya Tesisleri Hoşdere Yolu Esenyurt/İstanbul

**E. DOSYA KONUSU:** 4.12.2008 tarih ve 08-69/1122-438 sayılı Rekabet Kurulu kararına istinaden Doğan Dağıtım Satış Pazarlama ve Matbaacılık A.Ş. (Doğan Dağıtım) tali bayisi olmak amacıyla ilgili teşebbüse müracaat eden şikayetçiye herhangi bir cevap verilmediği ve Doğan Dağıtım Satış Pazarlama ve Matbaacılık A.Ş.'nin başbayilerine medya dışı ürünlerin satışı konusunda baskı yaptığı iddiaları.

30

**F. İDDİALARIN ÖZETİ:** Kurum kayıtlarına 3.11.2009 tarih ve 7851 sayı ile giren ve (.....) tarafından gönderilen şikayet dilekçesinde özetle;

- Rekabet Kurulu'nun 4.12.2008 tarih ve 08-69/1122-438 sayılı kararına istinaden Yaysat Adana Bölge Müdürlüğü'ne tekrar tali bayilik almak amacıyla başvurduğu,
- Daha öncesinde medya dışı ürünlerin satışındaki sıkıntıdan dolayı bayiliğinin sona erdiği,
- Başvurusunun medya dışı ürünlerin satışını kabul etmemek üzere tali bayilik alma talebini içerdiği,
- Talebinin şirket elemanlarına teslim edilmiş olmasına rağmen kendilerine herhangi bir yazılı cevap verilmemiş olduğu

40

iddia edilmekte ve gerekli incelemelerin Rekabet Kurumu tarafından yapılarak tali bayilik yapıp yapamayacakları konusunda bilgi verilmesi talep edilmiştir.

Kurum kayıtlarına 17.11.2009 tarih ve 8249 sayılı ihbar niteliğindeki başvuruda ise;

- Rekabet Kurulu'nun almış olduğu 08-69/1122-438 sayılı karar rağmen Doğan Dağıtım'ın kendisine bağlı başbayilere baskı yaparak medya dışı ürün adı

50

verilen sakız, şeker, ıslak mendil, çakmak gibi ürünleri piyasa fiyatının çok üstünde dağıtmalarını istediği,

- Doğan Dağıtım'ın başbayilerden bu ürünleri son satıcılara (bakkal, market, gazete büfesi, mobo) dağıtmalarını talep ettiği, almak istemeyen son satıcıların ise gerçek niyet belli edilemeden başka bahanelerle dağıtım ağından çıkarıldığı, aynı baskının başbayilere de uygulandığı,
- 60 - Doğan Dağıtım'ın bunu zarar eden bayilerin zararlarını karşılamak adına yaptığı iddialarının gerçek olmadığı,
- Başbayilerinin birçoğunun zarar ettiği doğru olmakla birlikte zorla sattırılan medya dışı ürünlerin buna çare olmasının beklenemeyeceği,
- Bu ürünleri kendileri talep ediyormuş gibi başbayilere sipariş formu imzalatıldığı ancak sipariş vermek istemeyenlere aba altından sopa göstererek korkutulup zorla sipariş verildiği,
- 70 - Böyle bir durumda başbayinin aynı uygulamayı son satıcılara yapmak durumunda kaldığı

iddia edilmiş ve konu hakkında gereğinin yapılması talep edilmiştir.

**G. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 3.11.2009 tarih-7851 sayı ve 17.11.2009 tarih-8249 sayı ile intikal eden başvurular üzerine yapılan incelemeler neticesinde hazırlanan 15.12.2009 tarih ve 2009-2-279/İİ-09-RÖA sayılı İlk İnceleme Raporu, Rekabet Kurulu'nun 09-60 sayılı toplantısında görüşülmüş, Doğan Dağıtım hakkında önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. İlgili karar uyarınca yapılan inceleme sonucunda düzenlenen 25.1.2010 tarih ve 2009-2-279/ÖA-10-RÖA sayılı 80 Önaraştırma Raporu 25.1.2010 tarih ve REK.0.06.00.00-110/31 sayılı Başkanlık önergesi ile 10-13 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

**H. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda; Doğan Dağıtım hakkında 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığı ifade edilmiştir.

## I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

### I.1. Taraflar

#### I.1.1. Doğan Dağıtım

90 Yayınevlerinden tedarik edilen medya ürünleri ve bazı medya dışı ürünleri bayilerine ulaştırmayı amaçlayan Doğan Dağıtım, Doğan Yayın Holding A.Ş. (Doğan Yayın)'nin sahip olduğu bir dağıtım sistemidir.

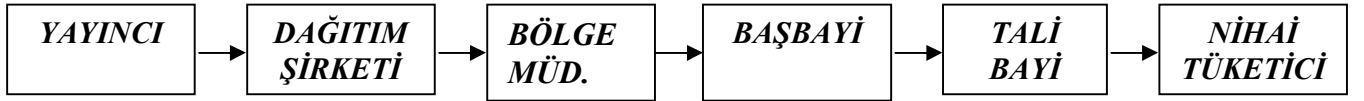
27 Mayıs 2001 tarihinde kurulan Doğan Dağıtım, daha öncesinde Yaysat tarafından yerine getirilen pazarlama ve mali konular ile ilgili faaliyetleri yürütmeye başlamıştır. Haziran 2001 itibarıyla yayınevleri, Ocak 2004 itibarıyla ise nakliye faaliyetleri Yaysat'tan devralınmış, halihazırda Yaysat bir marka olarak kalmıştır.

## I.2. İlgili Pazar Hakkında Bilgi

100 Temel olarak gazete ve dergilerden oluşan yazılı medya sektöründe dağıtım çok büyük önem taşımaktadır. Gazete ve dergi gibi kısa sürede tüketilen veya güncelliğini yitiren süreli yayınlar, varlıklarını sürdürebilmek için iyi bir dağıtım, pazarlama ve satış ağına ihtiyaç duymaktadırlar.

Yayın dağıtımı, basım süreci tamamlanan ve belli bir merkezde toplanıp ayrıştırılan yayınların istenilen yer, zaman ve sayıda satışa hazır biçimde tüketicilere sunulmasını içermektedir. Dosya konusu şikayet, yayınların örgün dağıtım sistemi kanalı ile dağıtımı hakkındadır.

110 Örgün dağıtım sisteminde, bir medya ürünü yayıncıda başlayan ve tüketiciye doğru olan hareketini dağıtım şirketi, başbayı ve tali bayi kanallarından geçip nihai tüketiciye ulaşarak tamamlamaktadır. Ülkemizde örgün dağıtım sistemi, medya ürünlerinin dağıtımında temel dağıtım sistemi olarak kullanılmaktadır. Aşağıda, bir medya ürünün örgün dağıtım sisteminde tüketiciye ulaşırken izlediği aşamaları görmek olanaklıdır.



Örgün dağıtım sisteminde, basımı gerçekleştirilen ve dağıtım şirketine teslim edilen yayınlar, ilk olarak, uygun ulaşım araçları ile ilgili bölge müdürlüklerine gönderilmektedir.

120 Bundan sonraki aşamada, yayınlar bölge müdürlükleri vasıtasıyla başbayilere ulaştırılmaktadır. Başbayiler tarafından sınıflandırılan yayınlar, tali bayilere gönderilmekte ve tali bayiler tarafından da okuyuculara satılmaktadırlar. Son satış noktası olarak da adlandırılması olanaklı olan tali bayileri genellikle bakkal, market, kitabevi, gazete ve dergi satış büfeleri ("mobo" ve "kiosk"lar) oluşturmaktadır.

Son satış noktalarına ulaşan süreli yayınların en iyi şekilde teşhirinin ve satışının sağlanması da dağıtım açısından beklenen bir özelliktir.

130 Türkiye'de gazete ve dergi dağıtım faaliyeti iki büyük medya grubuna dahil olan iki dağıtım şirketi tarafından gerçekleştirilmektedir. Dolayısıyla, pazarda Doğan Dağıtım ve Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş. (Turkuvaz Dağıtım)'den oluşan düopol bir yapının varlığından söz etmek olanaklıdır. Bu iki firma, dağıttığı ürünleri çok büyük bir bölümü ortak kullanılan yaklaşık 25.000 tali bayi aracılığıyla son kullanıcılara/okurlara sunmaktadır. Temel olarak medya ürünlerinin dağıtımını üstlenen dağıtım şirketleri sahip oldukları bu geniş ağ üzerinden medya dışı ürünlerin de dağıtım ve pazarlamasını gerçekleştirmektedirler. Bu ürünler kontör, çıkartma-albüm, kitap, oyun tüpü, şekerleme, internet erişim paketi, CD, pil, fener ve taraftar ürünlerine kadar çok geniş bir alana yayılmaktadır.

140 **I.3. Değerlendirme**

**I.3.1. Tali Bayilik Talebinin Reddedildiği İddiasına İlişkin Yapılan Değerlendirme**

Bir teşebbüs davranışının 4054 sayılı Kanun bakımından ihlal olarak değerlendirilebilmesi için piyasada bulunan başka bir teşebbüsle rekabeti kısıtlayıcı bir anlaşma yapmış olması yahut piyasada hakim durumda bulunarak söz konusu hakim durumunu kötüye kullanması gerekmektedir. İşbu dosyanın, eski bir tali bayinin Doğan Dağıtım'a tekrar bayi olmak için yaptığı başvurunun Doğan Dağıtım tarafından dikkate alınmadığı/cevaplanmadığı iddiası ile ilgili kısmı tek taraflı bir eylem olduğundan söz konusu eylem ancak bir kötüye kullanma iddiası kapsamında incelenecektir.

150 Tek taraflı herhangi bir teşebbüs davranışının ihlal olarak değerlendirilebilmesi için öncelikle bahse konu teşebbüsün faaliyet gösterdiği ilgili pazar tanımlanmalı ve bu pazarda hakim durumda olup olmadığı tespit edilmelidir. Gerek ilgili pazar tanımlanması gerekse hakim durum analizi detaylı inceleme gerektiren aşamalardır. Bu sebeple ve değerlendirme üzerinde bir etkisi olmayacağı da göz önüne alınarak, Doğan Dağıtım'ın ve/veya içerisinde yer aldığı ekonomik bütünlüğün hakim durumda olduğu varsayılacak ve şikayet konusu eylemin kötüye kullanma olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceği incelenecektir.

160 4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 6. maddesi, "*bir veya birden fazla teşebbüsün ülkenin bütününde ya da bir bölümünde bir mal veya hizmet piyasasındaki hakim durumunu tek başına yahut başkaları ile yapacağı anlaşmalar ya da brilikte davranışlar ile kötüye kullanılması*"nı yasaklamaktadır. Aynı maddede kötüye kullanma hallerine örnek niteliğinde yer verilmektedir.

Şikayetçinin tali bayilik talebinin Doğan Dağıtım tarafından cevapsız bırakıldığı iddiası mal vermeyi ve/veya sözleşme yapmayı reddetme eylemine örnek teşkil edebilecektir.

Esasen herhangi bir teşebbüsün istediği teşebbüs ile sözleşmesel ilişki içine girebilmesi sözleşme yapma özgürlüğü kapsamında değerlendirilmektedir. Ancak uygulamada, istisnai durumlarda, söz konusu durumun bir ihlal olarak nitelenebileceği sonucuna varılmıştır.

170 Bir teşebbüsün mal vermeyi veya sözleşme yapmayı reddetme şeklindeki eyleminin kötüye kullanma olarak değerlendirilebilmesi için ürün veya hizmetin reddetme eylemi ile karşılaşan teşebbüs açısından kaçınılmaz olması (hayati önem taşıması), mal vermeyi reddetmenin objektif olarak haklı gerekçelere dayanmaması ve bu eylemin rekabeti sınırlayıcı etkisinin olması gibi unsurlara sahip olması gerekmektedir. Rekabet Kurulu'nun, "*dükkânında gazete satmak isteyen bir teşebbüsün bayilik talebinin YAYSAT Yayın Pazarlama ve Dağıtım A.Ş. ve Merkez Dağıtım Pazarlama Sanayi ve Ticaret A.Ş tarafından reddedildiği iddiası*"na ilişkin olarak verdiği 20.3.2008 tarih ve 08-25/256-84 sayılı kararında yukarıda bahsi geçen unsurların değerlendirildiği görülmektedir. Söz konusu kararda aşağıdaki ifadeler yer almaktadır:

180 "*(...) gazete ve dergi dağıtım pazarı yayınların yayınevinden çıkıp, okuyuculara ulaştırılmasına kadar olan faaliyetlerin tümünü kapsayan bir piyasayı ifade etmektedir. Dağıtım firması yayınevleri tarafından kendilerine ulaştırılan yayınları ana bayi ve tali bayi zinciri ile okuyucuya ulaştırmaktadır. Bu çerçevede, gazete ve dergi*

*dağıtım hizmetleri ile uğraşan bir teşebbüs için, aşağıda yer verilen unsurlar pazara giriş ve pazarda var olabilme açısından kritik öneme sahip olmaktadır:*

a) *Yayınların tali bayilere (son satış noktalarına) mümkün olan en kısa sürede ulaştırılması,*

190

b) *Son satış noktalarına ulaşan yayınların en iyi şekilde teşhirinin ve satışının sağlanması,*

c) *Satılmayan süreli yayınların son satış noktalarından toplanarak iade edilmesi,*

d) *Bir sonraki dönemin tirajının belirlenmesine yardımcı olmak üzere yayının satış seyrine ilişkin bilgilerin yayınevlerine iletilmesi,*

e) *Satılan yayınlardan elde edilen gelirin en kısa zamanda yayınevine ulaştırılması,*

f) *Ana bayilik ve tali bayilik sisteminin beslenmesi.*

200

*Yukarıda yer verilen unsurlar incelendiğinde, bir dağıtım şirketinin pazardaki faaliyetleri bakımından tali bayi ağının büyük önem arz ettiği görülmektedir. Bu anlamda, dağıtım firmalarının tali bayiliklerini yukarıda yer verilen; ulaşım, yayınların sunumu, iade ve dağıtım firması-tali bayi ilişkileri ve bayilere yeterli kar marjı bırakılması kriterlerine göre ticari/ekonomik stratejilerine en uygun olacak şekilde seçmesinde rekabet hukukuna aykırılık teşkil eden bir durum bulunmamaktadır. Bu tip münferit bir bayilik vermeyi reddetme eyleminin anlaşma ve/veya hakim durumun kötüye kullanılması sonucu rakip dağıtım firmasını pazar dışına çıkarma/pazara giriş engeli yaratma veya alt/ilgili diğer pazarda rekabetin kısıtlanması gibi etkiler doğurmayacağı görülmektedir. Bununla birlikte, dağıtım firması tarafından herhangi bir tali bayisinin bir başka kişi veya kuruluşa satış için yayın vermesinin engellenmesi halihazırda 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'ne göre mümkün değildir. Bu çerçevede tali bayi kendisine teslim edilen yayınları isterse bakkal, market gibi başka bir satış noktasına satabilme özgürlüğüne sahiptir. Dolayısıyla dağıtım firmaları ile anlaşamayan başvuru sahibinin, bakkalında satmak üzere diğer tali bayilerden söz konusu ürünleri temin etmesi önünde bir engel mevcut değildir.”*

210

Kurul, bu değerlendirmesinin ardından, dükkânında gazete satmak isteyen bir teşebbüsün bayilik talebinin Doğan Dağıtım tarafından reddedildiği iddiasına yönelik şikayetin reddine hükmetmiştir.

220

Yukarıda alıntılanan Kurul kararında yer alan gerekçelerin işbu başvuru kapsamında da geçerliliğini koruduğu, dolayısıyla aynı değerlendirme eski bir tali bayinin Doğan Dağıtım'a tekrar bayi olmak için yaptığı başvurunun Doğan Dağıtım tarafından dikkate alınmadığı/cevaplanmadığı iddiasına yönelik olarak da yapılabilecektir. Zira dağıtım ve pazarlama faaliyetleri yürüten Doğan Dağıtım'ın başbayi veya tali bayisi olarak çalışacak olan teşebbüsleri ticari/ekonomik stratejilerine uygun olarak seçmesi objektif bir gerekçeye dayanmakta ve herhangi bir tali bayilik talebini yanıtsız bırakması rakip teşebbüsler üzerinde veya bayiler üzerinde rekabeti kısıtlayıcı bir etki doğurmamaktadır. Dolayısıyla, işbu şikayet ile ilgili olarak Doğan Dağıtım'ın hakim durumunu kötüye kullandığı sonucuna varmanın mümkün olmadığı sonucuna varılmıştır.

### I.3.2. Başbayilere Medya Dışı Ürünlerin Satışı Konusunda Baskı Yapıldığı İddiasına İlişkin Yapılan Değerlendirme

Dosya konusu diğer şikayette, Rekabet Kurulu'nun almış olduğu 08-69/1122-438 sayılı karara rağmen Doğan Dağıtım'ın kendisine bağlı başbayilere baskı yaparak medya dışı ürünleri tali bayilere satmalarını istediği iddia edilmektedir.

Rekabet Kurulu "Doğan Dağıtım'ın bölge müdürlükleri tarafından başbayilere gazete ekleri dışında satmaları için zorunlu olarak medya dışı ürün adı altında ürün gönderdikleri ve söz konusu ürünleri satmak istemeyen bayilere gazete ve dergi vermedikleri iddiası"na ilişkin 4.12.2008 tarih ve 08-69/1122-438 sayılı kararı ile

- 240 - "Doğan Dağıtım Satış ve Pazarlama ve Matbaacılık A.Ş.'nin doğrudan ve dolaylı olarak, medya ürünlerinin satışını medya dışı ürünlerin satın alınmasına bağlama anlamına gelebilecek her türlü eylemine son vermesine,
- Bu çerçevede 30 gün içinde bölge müdürlükleri ve başbayilerine gerekli uyarıları yaparak Rekabet Kurumuna tevsik etmesine,
- Aksi takdirde 16.10.2008 tarihinde 08-58/924-371 sayılı Kurul Kararı ile Doğan Dağıtım Satış ve Pazarlama ve Matbaacılık A.Ş.'nin medya ürünlerinin dağıtımına ilişkin sözleşmesine tanınan bireysel muafiyetin 4054 sayılı Kanun'un 13. maddesine dayanılarak geri alınıp alınamayacağına belirlenebilmesi amacıyla işlem başlatılabileceğinin adigeçen teşebbüse bildirilmesine"
- 250

hükmetmiştir.

Söz konusu karara ilişkin olarak Doğan Dağıtım'ın, Kurum kayıtlarına 12.2.2009 tarih ve 1133 sayı ile giren yazısında, Kurul'un 4.12.2008 tarih ve 08-69/1122-438 sayılı kararına istinaden Doğan Dağıtım'dan başbayilere gönderilen 8.1.2009 tarihli yazıda özetle; *bayilerin son satıcılara baskıda bulunmadıklarının bilindiğinin, son satıcıların kendi rızası ve siparişiyle söz konusu ürünleri aldığı ifade edildiğinin ve bundan böyle uygulamaya bu şekilde devam edilmesinin, yanlış anlaşılmalara sebebiyet verebilecek uygulama ve davranışlardan kaçınılması rica edildiğinin, son satıcıların medya dışı ürünleri satmaya zorlanması anlamına gelebilecek davranışlara karşı 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun kapsamında işlem yapılabileceğinin ve bayilerin bu davranışları sebebiyle Rekabet Kurumu tarafından idari para cezasına çarptırılabilceğinin hatırlatıldığı ve bölge müdürlüklerine gönderilen 11.2.2009 tarihli yazıda ise özetle; doğrudan ya da dolaylı olarak medya ürünlerinin satışını medya dışı ürünlerin satın alınmasına bağlama anlamına gelebilecek her türlü uygulama ve davranışlardan kaçınılmasının, başbayilerden medya dışı ürün siparişinin yazılı olarak alınmasının, başbayilerin de bu şekilde çalışmasına gayret edilmesi ve bölge müdürlüklerine bu konuda ulaşabilecek şikâyetlerin ivedilikle Genel Müdürlüğe bildirilmesinin ve gerekli uyarıların yapılmasının gerektiği ifade edilmiş ve bu suretle, bölge müdürlükleri ve başbayilerine gerekli uyarının yapıldığı, bu suretle Kurul Kararı'nın yerine getirilmiş olduğu belirtilmiştir.<sup>1</sup>*

260

270

<sup>1</sup> Doğan Dağıtım tarafından gönderilen bildirimle ilişkin olarak Kurul, 09-14/295-MB sayılı kararında, Doğan Dağıtım tarafından 4.12.2008 tarihli ve 08-69/1122-438 sayılı Kurul Kararı'nın gereği olarak bölge müdürlükleri ve başbayilerine uyarı yazılarının gönderildiğinden bilgi alındığı belirtilmiştir.

İşbu inceleme konusu şikayet sahibinin kendisini, Doğan Dağıtım'ın başbayisi olarak tanımlaması ve buna bağlı olarak şikayet konusu uygulamanın esas itibarıyla Doğan Dağıtım bölge müdürlüğü ile başbayi arasındaki ilişkiden itibaren başlaması nedeniyle, önaraştırma sürecinde Ankara ilinde faaliyette bulunan Doğan Dağıtım'ın başbayileri ile yüz yüze ve telefonda konuya ilişkin görüşmeler yapılmış ve tutanaklar tutulmuştur. Bu çerçevede, Yaysat (.....) bayisi (.....) yetkilisi ile yapılan görüşmeye ilişkin tutanakta;

280 “Yaysat elemanları piyasadan talep topluyor, biz ise bu talepleri sisteme giriyoruz (4-5 aydır bu sistem var). Şu an toplam (özel noktalarla birlikte) 295 adet bayimiz bulunuyor. Bu bayilerimizin 140 kadarına MDÜ [medya dışı ürün] veriyoruz. Almak istemeyen bayiyi zorlamayız. Yaysat'tan da bize bir baskı olmadı. MDÜ için kar marjımız düşüktür.”

ifadeleri; Yaysat (.....) başbayisi (.....) yetkilisi ile yapılan görüşmeye ilişkin tutanakta;

290 “Yaysat'ın 2-3 ay önce başlayan uygulamasında Yaysat elemanları tali bayileri dolaşp MDÜ ile ilgili talep topluyorlar. Medya ürünlerini dağıtmak tek başına karlı olmuyor, MDÜ satışı bu sebeple gerçekleştiriliyor. Bu konu ile ilgili zorlama yok ancak bazen MDÜ satışı bayilere zor gelebiliyor. Fakat hem bizim hem Yaysat'ın satıştan karı oluyor. MDÜ satışının pazarlaması medya ürünlerine göre daha zor geliyor bize, çünkü buna alışmamışız.

Tali bayilerden Yaysat elemanlarının MDÜ satışında zorlamada bulunduğu dair bilgi almadık.

Başbayi olarak toplam (özel satış noktalarıyla birlikte) 137 adet bayimiz bulunuyor. Bunların ancak 50-60 tanesine MDÜ satışı gerçekleştirebiliyoruz.”

ifadeleri; Yaysat (.....) başbayisi (.....) yetkilisi ile yapılan görüşmeye ilişkin tutanakta;

300 “Doğan Dağıtım/Yaysat yeni bir sistem oluşturdu ve artık kendi elemanları tali bayileri ziyaret ederek MDÜ ile ilgili talepleri topluyor. Mal sevkiyatı ve faturalandırma ise başbayi üzerinden gerçekleştiriliyor. Yine bizden MDÜ isteyen olursa biz de veririz.

Belki öncesinde bazı bayiler MDÜ'leri [zorla] satma girişiminde bulunmuşlardır. Ancak Rekabet Kurulu kararından sonra bu da sonlanmıştır.

Biz Yaysat'tan MDÜ satışı konusunda bir baskı görmüyoruz. Biz de tali bayilerimize baskı yapmıyoruz. Rekabet Kurulu kararından sonra zaten MDÜ satışını durdurduk, risk almak istemedik.

Yeni geçilen plasiyer sisteminde de satış elemanları tali bayilere baskı yapmıyorlardır. Olsa duyardık. Yeni sistemde tali bayi ürünleri geri vermek istediğinde yine biz alıyoruz, bu konuda da bir sıkıntı olmuyor. Bizim ortalama 200 bayimiz bulunuyor.”

310 ifadeleri ve Yaysat (.....) başbayisi (.....) yetkilisi ile yapılan görüşmeye ilişkin tutanakta,

“Toplam yaklaşık 80 bayimizden 10 tanesi MDÜ satmaktadır. Cazip bir ürünse bu sayı daha yüksektir. MDÜ'ü ancak tali bayi isterse veririz. Bizim de Yaysat/Doğan Dağıtım ile ilişkimiz benzer şekildedir. Onlardan ancak satabileceğimiz ürünleri alırız. Zaten bu ürünler satılmadığında Yaysat tarafından geri alınır, başbayinin veya tali bayinin elinde ürün kalması gibi bir durum söz konusu olmaz.

*75-80 bayimizden yaklaşık 60 tanesi tali bayi, 15-20 kadarı ise Migros, Tansaş gibi özel bayilerdir. Bizim bayiye baskı yapmamız söz konusu olamaz. Bayimiz bu ürünleri almaz, gerekirse bayiliğini iptal eder."*

320 ifadeleri yer almaktadır.

Yukarıda yer verilen görüşmeler haricinde 2 bayi ile de telefon görüşmesi yapılmış, söz konusu bayiler tarafından da benzer açıklamalar yapılmıştır.

330 Başbayiler ile yapılan görüşmeler ve sonrasında yapılan araştırmalardan, başbayiler tarafından yürütülen medya dışı ürünlerin pazarlanması faaliyetinin 02.11.2009 itibarıyla Doğan Dağıtım bünyesinde kurulan Medya Dışı Ürünler Departmanı tarafından yürütülmeye başlandığı anlaşılmıştır. Yaysat (Doğan Dağıtım)'ın resmi internet sitesinden alınan bilgilere göre, söz konusu departman, 10 kişilik mobil ekipten oluşmaktadır. Ekip elemanları, satış noktalarını ayda 2 defa ziyaret ederek, başbayi ile son satıcı arasında koordinasyonu sağlamak, satış noktasında bulunan

340 medya dışı ürünlerin tanzim ve teşhirini yapmak, satış noktasının medya dışı ürün ihtiyaçları doğrultusunda sipariş toplamakla görevlidir. Toplanan talepler son satıcının bağlı olduğu başbayiye ulaştırılmakta, ürün çıkışı ile faturalandırma işlemi ise başbayi tarafından yapılmaktadır.

Görüşme yapılan bir başbayinin şifahen ifade ettiği üzere, medya dışı ürün pazarlamasının başbayiler tarafından yapıldığı dönemde, özellikle medya ürünü satışlarının ve dolayısıyla başbayi kârlarının düşük olduğu bölgelerde, başbayilerin karlarını arttırmak amacıyla medya dışı ürün satışı konusunda tali bayileri zorlayabildiği ve/veya Doğan Dağıtım tarafından satılan medya dışı ürünler dışında ürünleri de son satıcılara satmaya çalışabildiği durumlar oluşmuştur. Ancak Doğan

350 Dağıtım tarafından uygulanmaya başlanan yeni sistem ile tali bayilerin medya dışı ürünlere yönelik varsa taleplerinin, doğrudan Doğan Dağıtım bünyesinde kurulan Medya Dışı Ürünler Departmanı tarafından toplanmasının amaçlandığı ve dolayısıyla bu ürünlere yönelik dağıtımın da işbu şikayet konusu ve benzer münferit bölgesel aksaklıklardan arındırılarak tekdüzeleştirilmeye çalışıldığı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, 02.11.2009 sonrasında oluşan yeni sistemin, bölge müdürlüğü ile başbayi ve başbayi ile tali bayi arasında ortaya çıkabilecek medya dışı ürün satışlarıyla ilgili ihtilafları kontrol altına almayı ve medya dışı ürün satışlarının sistematik bir şekilde yapılmasını sağlamayı hedeflediği görülmektedir.

Bu çerçevede, işbu şikayet konusu uygulamanın esas itibarıyla Doğan Dağıtım bölge

360 müdürlüğü ile başbayi arasındaki ilişkiden itibaren başlaması ve ilk mağduriyetin başbayi aşamasında olması nedeniyle önaraştırma sürecinde Doğan Dağıtım'ın başbayileri ile görüşmeler yapılmış ancak söz konusu başbayilerin hiçbirisi konuya ilişkin bir şikayette bulunmamışlar ve şikayete konu uygulamaları doğrulamamışlardır. Bunun yanında, yukarıda yer verildiği üzere, Doğan Dağıtım bünyesinde kurulan ve Medya Dışı Ürünler Departmanı tarafından yürütülmeye başlanan yeni sistemin bölge müdürlüğü-başbayi ve başbayi-tali bayi düzeylerinde ortaya çıkabilecek medya dışı ürün satışlarıyla ilgili şikayet konusu ve benzer ihtilafları kontrol altına almayı ve medya dışı ürün satışlarının sistematik bir şekilde yapılmasını sağlamayı amaçladığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda, Doğan Dağıtım'ın Rekabet Kurulu'nun almış olduğu 08-69/1122-438 sayılı karara rağmen kendisine bağlı başbayilere baskı yaparak medya dışı ürünleri tali bayilere satmalarını istediği iddiasını doğrulayabilecek herhangi bir bulguya ulaşılamamıştır.



**J. SONUÇ**

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