

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2020-5-026

(Devralma)

Karar Sayısı : 20-33/412-188

Karar Tarihi : 09.07.2020

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Birol KÜLE

Üyeler : Arslan NARİN (İkinci Başkan), Şükran KODALAK,
Ahmet ALGAN, Hasan Hüseyin ÜNLÜ, Ayşe ERGEZEN

B. RAPORTÖRLER: Nazlı VAROL, Mert ÖZMEN

C. BİLDİRİMDE

BULUNAN : - Believe International S.à.r.l

Temsilcileri: Dr. M. Fevzi TOKSOY, Bahadır BALKI,
Ertuğrul Can CANBOLAT, Hasan GÜDEN, Umay RONA,

Nabi Can ACAR, Burak Buğrahan SEZER

Tekkeci Sok. No:3-5/1 34345 Arnavutköy Beşiktaş/İstanbul

(1) **D. DOSYA KONUSU:** Doğan Müzik Yapım ve Ticaret A.Ş.'nin ortak kontrolünün Believe International S.à.r.l. tarafından devralınması işlemi.

(2) **E. DOSYA EVRELERİ:** Rekabet Kurumu (Kurum) kayıtlarına 27.05.2020 tarih, 4893 sayı ile giren ve 26.06.2020 tarih ve 6403 sayılı yazı ile tamamlanan bildirim üzerine düzenlenen 01.07.2020 tarih ve 2020-5-026/Öİ sayılı Devralma Ön İnceleme Raporu görüşülerek karara bağlanmıştır.

(3) **F. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda, bildirim konu işleme izin verilmesinde sakınca bulunmadığı ifade edilmiştir.

G. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

(4) Başvuruda; DMC Invest BV'nin (DMC INVEST) tek kontrolünde olan Doğan Müzik Yapım ve Ticaret A.Ş.'nin (DMC) %60'lık hissesinin Believe SAS kontrolündeki Believe International S.à.r.l (BELIEVE) tarafından devralınması ve DMC üzerinde ortak kontrol kurulması işlemine izin verilmesi talep edilmektedir.

(5) Bildirilen işlem ile Believe SAS tarafından kontrol edilen BELIEVE, DMC'nin hisselerinin %60'ına sahip olacak, Doğan Şirketler Grubu Holding A.Ş.'nin (DOĞAN HOLDİNG) paylarının tamamına sahip olduğu DMC INVEST, DMC'nin %40 hissesini elinde bulunduracak, her ne kadar BELIEVE ve DMC INVEST, DMC üzerinde eşit paylara sahip olmayacaklar da DMC'yi doğrudan, DMC'ye ait Netd Müzik Video Dijital Platform ve Tic. A.Ş. (NETD)'yi ise dolaylı olarak ortak kontrol edeceklerdir.

G.1. Taraplara İlişkin Bilgiler

G.1.1. Devralan: Believe International S.à.r.l (BELIEVE)

(6) İşlem kapsamında DMC'nin hisselerinin %60'ını devralacak olan BELIEVE, Believe SAS'ın tek kontrolünde olup Lüksemburg'da yerleşik bir tüzel kişiliktir. Believe SAS ise Fransa hukuku altında 2005 yılında kurulmuş, esasen iştirakleri aracılığıyla küresel seviyede kayıtlı müzik dağıtım alanında faaliyet gösteren bir teşebbüstür. Bu faaliyete ek olarak yalnızca Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) yayıncılık faaliyetleri, Fransa ve Almanya'da ise yapımcılık faaliyetleri bulunmaktadır. Believe SAS, içerik (örneğin müzik ve video) dağıtımını/toplanması (*distribution/aggregation*)

hizmetlerine ilişkin faaliyetleri kapsamında sanatçı/yapımcı müşterilerinin ses kayıtlarını; Apple Music, Deezer, Spotify, YouTube, Amazon Music, Napster, Tidal ve Pandora gibi dijital müzik sağlayıcılarına (dijital müzik perakendecileri), söz konusu dijital müzik sağlayıcılarının hukuki ve teknik standart koşullarına uygun şekilde dağıtımını gerçekleştirmektedir. Bu dağıtım hizmetleri kapsamında, Believe SAS; teknoloji temelli hizmetler, sanatçı temelli hizmetler ve içerik pazarlama hizmetleri sunabilmektedir.

- (7) Bununla beraber teşebbüsün Türkiye'deki faaliyetleri ise sadece kayıtlı müziğin dijital formatta dağıtımına ilişkin hizmetlerden oluşmaktadır.

G.1.2. Devreden: DMC Invest BV (DMC INVEST)

- (8) DMC INVEST, DOĞAN HOLDİNG'in dolaylı olarak tamamına sahip olduğu iştirakidir. DMC INVEST doğrudan DMC'yi dolaylı olarak da NETD'yi tek başına kontrol etmektedir. DMC INVEST, bildirilen işlem sonrası DMC'nin %40'lık hissesini elinde bulundurmaya devam edecek ve BELIEVE ile DMC ve dolayısıyla NETD üzerinde ortak kontrole sahip olacaktır.
- (9) DMC INVEST'i hâlihazırda dolaylı olarak kontrol eden DOĞAN HOLDİNG, hisseleri Borsa İstanbul'da işlem görmekte olan 1959 yılında kurulmuş bir şirkettir. DOĞAN HOLDİNG; enerji, akaryakıt perakendesi, sanayi, finans, turizm, otomotiv, gayrimenkul, internet, medya ve eğlence gibi birçok sektörde faaliyet göstermektedir.

G.1.3. Devre Konu: Doğan Müzik Yapım ve Ticaret A.Ş. (DMC)

- (10) 1999 yılında kurulan DMC, DOĞAN HOLDİNG'in tek başına dolaylı olarak kontrol ettiği iştirakidir. Esasen bir plak şirketi ve dijital dağıtım ruhsatı sahibi olarak faaliyet göstermektedir. GCMA (Glamorous Celebrity Management Agency) markası aracılığıyla aktör menajerliği ve kast ajanslığı hizmetleri sunmaktadır. DMC; Türkiye'de müzik yayıncılığı, müzik yapımcılığı, fiziki formatlarda müziğin dağıtımını ve dijital formatta müziğin dağıtımına ilişkin pazarlarda faaliyet göstermektedir.
- (11) DMC'nin tek başına kontrol ettiği NETD, esas olarak DMC tarafından ruhsat verilen görsel-işitsel eserlerin internet ve dijital medya aracılığıyla satış hizmetlerini gerçekleştirmektedir. NETD, Netd Müzik adlı bir YouTube kanalına ve talebe bağlı bir video platformuna sahiptir. İlave olarak NETD video yapımcılığı ve içerik danışmanlığı hizmetleri de sunmaktadır.

G.2. İlgili Pazarlar

G.2.1. Sektör Hakkında Genel Bilgi

- (12) Müzik eserleri, esasen 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu (5846 sayılı Kanun) ve ikincil mevzuat tarafından düzenlenmektedir. 5846 sayılı Kanun'un 3. maddesinde müzik eserleri "*her nevi sözlü ve sözsüz besteler*" olarak tanımlanmakta; 8. maddesinde ise eser sahibinin eseri meydana getiren kişi olduğu düzenlenmektedir. Bu nedenle bir müzik eserinin sahibi, beste ve/veya sözleri meydana getiren kişidir.
- (13) Müzik yayım şirketleri ise eser sahipleri ile sözleşme imzalamakta ve müzik eserleri üzerindeki hakları veya mali menfaatleri karşılığında (örneğin telif hakkı ücretlerinin bir kısmı) eser sahiplerine finansal, pazarlama ve kariyer desteği sağlamak ve sözleşme kapsamındaki eserlerden faydalanmaktadır. Böylelikle, ya telif hakkı ücreti ödemesi karşılığında hak kullanıcılarına doğrudan ruhsat verilmekte ya da meslek birlikleri tarafından toplanan telif hakkı ödemelerinden pay alınmaktadır.

- (14) Bir müzik yayım şirketi veya meslek birliği, bir yapım şirketine mekanik haklara (eserin ses kaydında çoğaltılması hakkına) ilişkin ruhsat verebilmektedir. Yapım şirketleri, eser sahiplerine ve performans sanatçılarına (keşfedilme, geliştirme, tanıtma ve kaydetme gibi) çeşitli hizmetler sunabilmekte ve kayıtlı müziğin (fiziksel veya dijital formatlarda) toptancılara (müzik dağıtım hizmeti sağlayıcıları) ve/veya perakendecilere satılmasını ve kayıt haklarının ruhsatlandırılmasını gerçekleştirmektedir. Bir eser sahibi veya icracı sanatçı/performans sanatçısı, farklı müzik eserleri için farklı yapım şirketleri ile çalışabilmekte ve bu eserlere ilişkin ruhsat verebilmektedir. Bir müzik bestesinin kaydedilmesinin ardından ortaya çıkan ses kaydı fiziki (örneğin CD) veya dijital formatlarda satılabilmektedir. Yapım şirketlerinin, ses kayıtlarının satılabilmesi amacıyla portföylerindeki katalogların dağıtımını sağlamaları gerekmektedir. Bunun gerçekleştirilebilmesi adına, yapım şirketleri, kendi bünyelerine entegre edilmiş dağıtım sistemleri kurabilmektedir veya söz konusu müzik eserini perakendecilere pazarlama ve satma hakkını müzik dağıtım hizmeti sağlayıcılarına (*music distributor*) verebilmekte ve bu konuda ilgili teşebbüsleri görevlendirebilmektedir.
- (15) Müzik dağıtım hizmeti sağlayıcıları (*aggregator*), fiziki ve/veya dijital formatlarda kayıtlı müziğin dağıtımını üstlenebilmektedir. Fiziki formatlarda kayıtlı müzik bakımından ilgili ürünü (CD, kaset vb.) geleneksel perakendecilere teslim eden bir müzik dağıtım hizmeti sağlayıcısı, aynı zamanda dijital müzik perakendecilerine dijital müzik dağıtımını da gerçekleştirebilmekte veya dijital müzik dağıtımına da yüksek maliyetlere katlanmaksızın kolayca geçiş yapabilmektedir.
- (16) Dijital müzik dağıtımını açısından söz konusu teşebbüsler, dijital müzik perakendecileri ile sanatçı/yapım şirketi olan müşterilerinin de katılabildiği anlaşmalar akdetmekte, bahsi geçen müşterilerinin müzik ve video içeriklerini dijital müzik perakendecilerinin gerekliliklerine uygun hale getirmekte, müşterilerinin ses kayıtlarının meta verilerini dijital müzik perakendecilerine iletmekte, ses kayıtlarına bağlantılı içerik tanımlayıcılarını (*identifiers*) yönetmekte ve dijital müzik perakendecilerinden sağlanan kullanım ve para akışını müşterileri için yönetmektedir.
- (17) Öte yandan sanatçılar, bir yapım şirketi/müzik dağıtım hizmeti sağlayıcısı ile anlaşsa dahi başka bir yapım şirketi/müzik dağıtım hizmeti sağlayıcısı ile sözleşme akdedebilmekte ve başka müzik eserine dair haklarını bir başka yapım şirketine/müzik dağıtım hizmeti sağlayıcısına verebilmektedir. Dolayısıyla bir sanatçının, aynı anda birden fazla yapım şirketi veya müzik dağıtım hizmeti sağlayıcısı ile çalışması mümkündür.
- (18) Dijital müzik açısından ise dijital müzik perakendecileri, yayım hakkı ve yapım hakkı için ayrı birer ruhsat ile donatılmışlardır. Söz konusu perakendeciler, tüketicilerden elde edilen gelirin belirli bir kısmını; genel olarak öncelikle yayım hakları için meslek birliklerine veya yayımcıya; sonrasında ise ilgili müzik eserinin yapımcısına (yapım şirketinin, müzik eserini kendisinin dağıtması veya perakendeci ile doğrudan anlaşmasının bulunması, ancak müzik eserinin dağıtımını müzik dağıtım hizmeti sağlayıcısının gerçekleştirmesi hallerinde) veya dağıtım hizmeti sağlayıcısına ödemektedirler.
- (19) Yapımcının perakendeci ile doğrudan anlaşmasının bulunması ve fakat müzik eserinin dağıtımını bir müzik dağıtım hizmeti sağlayıcısı aracılığı ile gerçekleştirmesi halinde; anlaşmanın yapımcı ve perakendeci arasında olması sebebiyle, perakendeci elde edilen geliri doğrudan yapımcıya ödeyebilmekte, akabinde ise yapım şirketi,

müzik dağıtım hizmeti sağlayıcısına genellikle sabit bir ücret ve/veya komisyon bazında ödeme yapabilmektedir.

- (20) Perakendecinin her bir müzik eserinden elde ettiği geliri doğrudan müzik dağıtım hizmeti sağlayıcısına ödemesi halinde ise müzik dağıtım hizmeti sağlayıcısı, kendi komisyonunu aldıktan sonra geliri yapım şirketine gönderebilmekte ve yapım şirketi de diğer hak sahiplerine ödemeler yapabilmektedir.
- (21) Bu çerçevede yayım hakları bir şarkının notaları ve sözleri, yapım hakları ise şarkının icracı sanatçı/performans sanatçısı tarafından yorumlanarak kaydedilmesi ile ilgili olduğundan müzik yayıncılığı ve müzik yapımcılığı farklı türden iş alanlarıdır ve müzik dağıtım hizmeti sağlayıcıları; sanatçılar/yapım şirketleri ve perakendeciler arasında bir aracı konumunda bulunmaktadır ve bunlara tek elden hizmet sunmaktadır. Dijital müzik perakendecilerine örnek olarak Apple Music, Deezer, Spotify, YouTube, Amazon Music, Napster, Tidal ve Pandora verilebilecektir.
- (22) Dijital müzik dağıtım hizmeti sağlayıcıları eserlerin formatını ayarlayıp iTunes ve Spotify gibi çevrimiçi mağazalara girişini sağlamakta, eser sahibi adına gelirleri toplamakta ve eser sahibine iletmektedir¹. Söz konusu dağıtıcılar eserin pek çok çevrimiçi müzik platformunda aynı anda bulunmasını sağlayabilirler. Dağıtıcılar sabit bir ön ücret karşılığı ve/veya indirme/elektronik platformlar üzerinden akışı (*streaming*) bazında komisyon karşılığı ve yıllık ücret olarak çalışabilirler².
- (23) Avrupa Komisyonunun (Komisyon) *Apple/Shazam*³, *Sony/Bmg*⁴ kararları ve Rekabet Kurulunun *EMI MP* kararı⁵ göz önünde bulundurularak dosya kapsamında ilgili olabilecek ürün pazarları; müzik yayıncılığı pazarı, müzik yapımcılığı pazarı, fiziki formatlarda müziklerin dağıtım pazarı ve dijital müzik dağıtım pazarı olarak ele alınabilecektir⁶.
- (24) Hem DMC'nin (ve DOĞAN HOLDİNG'in) hem de Believe SAS'ın faaliyet gösterdiği dijital müzik dağıtım faaliyetinin müzik yayıncılığı ve yapımcılığı pazarlarının alt pazarı olduğu görülmektedir. Dolayısıyla dikey ilişkide etkilenen pazar müzik yayıncılığı ve müzik yapımcılığı pazarlarıdır. Hem DMC'nin hem de Believe SAS'ın faaliyetlerinin kesiştiği dijital formatta müzik dağıtım pazarı ise yatayda etkilenen pazarı oluşturmaktadır. Ayrıca belirtilmelidir ki DMC ve Believe SAS hâlihazırda ticari ilişkide bulunmaktadır. Believe SAS; DMC'nin müzik kataloğunun bir kısmının Türkiye'de ve global çapta dağıtımını üstlenmekte ve DMC'nin dijital müzik perakendecileri ile akdettiği anlaşmalar kapsamındaki teknik hizmetleri, komisyon karşılığında sağlamaktadır.
- (25) Dosyadaki bilgilerde yer alan global bazda genel kayıtlı müzik sektörü gelirlerine ilişkin veriler göz önüne alındığında, dijital müzik sektörünün yıllar içerisinde hızla büyüdüğü buna karşın fiziksel dağıtımın ise büyük bir hızla güç kaybettiği anlaşılmaktadır. Bu durum dağıtım pazarının artık fizikselden dijitale kaydığına işaret etmektedir.

¹ <https://makingmusicmag.com/release-music-on-itunes-and-spotify/> Son erişim: 19.06.2020

² <https://www.openmicuk.co.uk/advice/best-music-distribution-companies/> Son erişim:19.06.2020

³ 06.09.2018 tarihli ve COMP.M.8788 sayılı karar.

⁴ 03.10.2007 tarihli ve COMP.M.3333 sayılı karar.

⁵ 06.04.2012 tarihli ve 12-17/464-135 sayılı karar.

⁶ Bu noktada Komisyon kararlarında fiziki ve dijital müzik dağıtım pazarlarının ayrı ele alındığını belirtmek gerekmektedir.

- (26) Tarafların yukarıda yer verilen pazarlardaki faaliyetleri dikkate alınarak dosya kapsamında sadece dijital müzik dağıtım pazarı için kesin bir pazar tanımı yapılmış olup, müzik yayıncılığı pazarı ve müzik yapımcılığı pazarı açısından İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz'un 20. paragrafı çerçevesinde kesin bir ilgili pazar tanımı yapılmamış ve değerlendirme bölümünde genel bilgilere yer verilmiştir.

G.2.2. İlgili Ürün Pazarı

- (27) Kayıtlı müzik, dijital ve fiziki kanallar üzerinden dağıtılabilmektedir. Nitekim Komisyon'un kararlarında da ilgili ürün pazarlarının tanımlanmasında bu şekilde bir ayrıma gidilmekte⁷ ve fiziksel kayıtlı müzik dijital kayıtlı müzikten ayrılmaktadır. *Universal Music/EMI Music*⁸ kararında ise Komisyon müzik dağıtım hizmeti sağlayıcılarının yalnızca müziği doğrudan dağıtmakla kalmayıp daha yaygın çevrimiçi perakendeciler için önemli sayıda sanatçı veya küçük yapımcılar adına hareket ettiğini belirtmektedir. *Apple/Shazam* kararında ise çeşitli hak sahiplerinden hakları toplayıp bu hakları dijital müzik mağazaları ile müziği perakende olarak satan ve çevrimiçi ile mobil kanallar aracılığıyla pazarlayan uzmanlaşmış dijital dağıtıcılara tedarik eden müzik toplayıcıları bulunduğu belirtilmektedir. Söz konusu teşebbüsler dijital müzik dağıtım alanında esasen ses kayıtları üzerindeki hak sahipleri ile dijital müzik perakendecileri arasında bir aracı konumundadır. Bu aracı teşebbüsler, temel olarak icracı sanatçılar/performans sanatçıları tarafından (genellikle yapım şirketi ile işbirliği halinde) oluşturulan ses kayıtlarının, bu kayıtların perakende seviyesinde satışını veya elektronik platformlar üzerinden akışını (*streaming*) gerçekleştiren dijital müzik platformlarına iletilmesini sağlamaktadır. Bu kapsamda hak sahipleri, toplayıcılar/müzik dağıtım hizmeti sağlayıcıları tarafından sağlanan hizmetler aracılığıyla kataloglarını dijital müziklere ilişkin perakende sektöründe tanıtılabilmekte ve gelir elde edebilmektedirler.
- (28) Taraflar; büyük oyuncular (majörler) olarak anılan Universal Music Publishing Turkey Müzik Yayımları Ltd. Şti. (UNIVERSAL MUSIC), Sony Music Entertainment Türkiye Ticaret A.Ş. (SONY MUSIC) ve Warner Music Turkey Müzik Kayıt ve Prodüksiyon ve Pazarlama A.Ş.'nin (WARNER MUSIC) dijital müzik perakendecilerine yönelik doğrudan dağıtım kanallarının her zaman sahibi olduğunu ve dijital müzik dağıtım hizmeti sağlayıcıları/toplayıcılarının ise bağımsızların perakendeciler ile gerçekleştirecekleri dijital müzik işlemlerinde yardımcı olmak üzere ortaya çıktığını belirtmektedir.
- (29) Dijital müzik dağıtımından elde edilen gelirin, fiziki formatlarda müzikten sahip olunan gelire nazaran daha fazla olması nedeniyle dijital müzik dağıtım hizmeti sağlayıcıları tarafından sunulan hizmetler gittikçe önem kazanmaktadır ve dolayısıyla dijital müzik dağıtım hizmeti sağlayıcıları arasındaki rekabet daha güçlü hale gelmektedir. İlave olarak büyük oyuncuların uyguladığı rekabetçi baskı, söz konusu pazara yeni girişler⁹ ve dijital müzik endüstrisinin hızlı gelişen yapısı sebepleriyle dağıtım hizmetlerine ve dijital formattaki müziklere yönelik sektörlerin son yıllarda yoğun bir rekabetçi yapıya dönüştüğü değerlendirilmektedir¹⁰. Dolayısıyla pek çok müzik dağıtım hizmeti sağlayıcısı, hızla büyüyen ve rekabetçi bir yapıya sahip pazarda hak sahiplerine dağıtım hizmetlerinin sunulması karşılığında daha iyi gelir paylaşma anlaşmaları sağlamak ve daha iyi hizmetler sunmak zorunda olmaktadır.

⁷ 03.10.2007 tarih, M.3333 sayılı SONY/BMG kararı.

⁸ 21.09.2012 tarihli ve COMP/M.6458 sayılı karar.

⁹ Warner Music Türkiye pazarına 2019 yılı Aralık ayında giriş yapmıştır.

¹⁰ <https://www.ekonomist.com.tr/teknoloji/dijital-muzik-fizikseli-gecti.html> Son Erişim:26.06.2020.

- (30) İlâveten hak sahiplerinin, kataloglarının tamamı için tek bir müzik dağıtım hizmeti sağlayıcısı ile çalışmak zorunluluğu bulunmamaktadır ve dijital müzik perakendecileri ile doğrudan anlaşma yapabilme ihtimalleri bulunmaktadır. Bu nedenle hak sahipleri, kendi takdirleri doğrultusunda faaliyetlerini organize edebilmektedirler.
- (31) Bu çerçevede dosya kapsamında diğer etkilenen pazarların yanı sıra ilgili ürün pazarı “dijital müzik dağıtım pazarı” olarak belirlenmiştir.

G.2.3. İlgili Coğrafi Pazar

- (32) Dijital müzik dağıtım pazarı bakımından ilgili coğrafi pazar, Türkiye olarak belirlenmekle beraber dosya özelinde müziğin ve pazarın küresel yapısı kabul edilerek değerlendirmeler dünya geneli de dikkate alınarak yapılmıştır.

G.3. Bildirim Konusu İşleme İlişkin Üçüncü Kişilere Ait Görüşler

- (33) Dosya kapsamında teşebbüslerin dijital müzik dağıtım alanındaki rakiplerinin konuya ilişkin görüşlerine başvurulmuştur. Bu kapsamda;
- Eğlence Fabrikası Ltd. Şti., dijital müzik dağıtım pazarında gerçekleşecek bir yoğunlaşmanın dağıtım ve yapım işleri karıştırılmadığı, diğer bir deyişle teşebbüsler hem dağıtım hem de yapım olmadığı veya dağıtımının yapımını kendi ağına katması için avans vermediği sürece sorun olmayacağını,
 - SONY MUSIC, Türkiye dijital müzik piyasasında olası bir yoğunlaşmanın bir tekel yaratarak haksız rekabete sebep olabileceğini,
 - Dijital müzik dağıtım pazarına 2019 yılında giriş yapan WARNER MUSIC, Türkiye yoğunlaşma ile dağıtım gerçekleştirilen platformlar üzerinde haksız etki ve yönlendirme sağlanmadığı sürece sorun olmayacağını ancak lokal olarak Spotify, Apple, YouTube vb. gibi anahtar platformlarda ve bunların tanıtım alanlarında (ücretsiz) haksız öncelik kazandırmasının adaletsiz bir rekabet ortamı yaratabileceğini

belirtmiştir.

G.4. Değerlendirme

G.4.1. Bildirim Konusu İşlemin Niteliği Açısından Yapılan Değerlendirme

- (34) 2010/4 sayılı Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ'in (2010/4 sayılı Tebliğ) 5. maddesinin üçüncü fıkrası hükmü çerçevesinde, bir ortak girişimin anılan Tebliğ kapsamında bir devralma işlemi sayılabilmesi için i) ortak kontrol altında bir teşebbüsün bulunması ve ii) ortak girişimin bağımsız bir iktisadi varlık (tam işlevsel) olarak ortaya çıkması unsurlarının birlikte sağlanması gerekmektedir.
- (35) i) Ortak kontrolün bulunması: Taraflar arasında akdedilen Hisse Alım Sözleşmesi (HAS) ve Hissedarlar Sözleşmesi (HS) uyarınca bildirim konusu işlem ile DMC INVEST'in DMC üzerindeki hisselerinin %60'ı BELIEVE'e devredilecek ve DMC üzerinde ortak kontrol tesis edilecektir. BELIEVE ve DMC INVEST söz konusu işlemin ardından DMC üzerinde eşit paylara sahip olmayacaklarsa da, DMC'nin stratejik kararları üzerinde belirleyici etki uygulama olanağıyla kontrol gücüne, bir başka deyişle ortak kontrole sahip olacaklardır. BELIEVE, DMC üzerinde çoğunluk oy hakkına sahip olacaktır. Öte yandan DMC INVEST'in, (.....) olarak kontrol gücü

devam edecektir. DMC'nin sahibi olduğu NETD¹¹ üzerinde ise DMC aracılığıyla dolaylı olarak ortak kontrol kurulmuş olacaktır.

- (36) Taraflar arasında akdedilen (.....). Bu hususlar DMC üzerinde ortak kontrol tesis edileceğini göstermektedir.
- (37) ii) Bağımsız iktisadi varlık olarak kurulması: DMC hâlihazırda ticari faaliyetlerini sürekli bir biçimde yürüten ve bunun için gerekli olan yönetim ve personel kadrosuna, mali yapıya ve yeterli kaynaklara sahip bir şirkettir. DMC'nin iktisadi bağımsızlığı bildirilen işlemten sonra da devam edecektir. Taraflar DMC'nin alım ve satım gibi ticari ilişkilerinde bağımsız olmaya devam edeceğini ve kalıcı olarak faaliyet göstereceğini belirtmektedir. Bağımsız bir iktisadi varlık olarak faaliyet göstermesine olanak sağlayacak kaynaklara sahip olması ve kalıcı olarak faaliyet göstereceğinin öngörülmesi bildirim tabi işlemin tam işlevsellik koşulunu da sağladığını göstermektedir.
- (38) Sonuç itibarıyla başvuru konusu işlemin 2010/4 sayılı Tebliğ'in 5. maddesi çerçevesinde bir devralma işlemi olduğu kanaatine varılmıştır. Öte yandan tarafların cirolarının söz konusu Tebliğ'in 7. maddesinin birinci fıkrasının (a) ve (b) bentlerinde öngörülen eşikleri aşması nedeniyle, işlemin izne tabi olduğu görülmektedir.

G.4.2. 4054 Sayılı Kanun'un 7. Maddesi Açısından Yapılan Değerlendirme

- (39) DMC müzik yayıncılığı, müzik yapımcılığı, fiziki formatlarda müziğin dağıtımını ve dijital formatta müziğin dağıtımına ilişkin pazarlarda faaliyet göstermektedir. Devralan taraf olan BELIEVE'yi tek başına kontrol eden ve dolayısıyla işlem tarafı olan Believe SAS ise Türkiye'de dijital formatta müziğin dağıtımında faaldir. 2010/4 sayılı Tebliğ uyarınca, bildirim konusu işlemten etkilenme ihtimali olan ve taraflardan iki veya daha fazlasının aynı ürün pazarında faaliyette bulunduğu ya da taraflardan en az bir tanesinin bir diğerinin faaliyet gösterdiği herhangi bir ürün pazarının alt veya üst pazarında ticari faaliyette bulunduğu ilgili ürün pazarları etkilenen pazarları oluşturmaktadır. Bildirilen İşlem bakımından Türkiye'de bir yatay (dijital müzik dağıtımını) ve iki dikey (müzik yapımcılığı, müzik yayıncılığı) olmak üzere toplam üç etkilenen pazar bulunmaktadır. İlgili pazar bölümünde belirtildiği üzere, dijital müzik dağıtımını pazarı fiziki müzik dağıtımını pazarından ayrı olarak belirlendiğinden ve Believe SAS'ın fiziki müzik dağıtımını pazarında Türkiye'de faaliyeti bulunmadığından söz konusu pazar işlemten etkilenen pazar niteliğinde değildir. Tarafların dijital müzik dağıtımını, müzik yapımcılığı ve müzik yayıncılığı pazarlarındaki paylarına aşağıda yer verilmiştir:

¹¹ (.....).

Tablo 1- Etkilenen Pazarlar

Etkilenen Pazar	Coğrafi Pazar	(Yatay/ Dikey)	Pazar Payı ¹² (2019) (%)		
			DMC	Believe SAS	Toplam
Müzik Yayımcılığı	Türkiye	Dikey	(.....)	(.....)	(.....)
Müzik Yapımcılığı	Türkiye	Dikey	(.....)	(.....)	(.....)
Dijital Müzik Dağıtıcılığı	Türkiye	Yatay	(.....)	(.....)	(.....)

Kaynak: Bildirim Formu ve Ekleri

- (40) Yukarıdaki tablodan görüldüğü üzere, Believe SAS ve DMC INVEST tarafından üzerinde ortak kontrol tesis edilecek olan DMC'nin müzik yayımcılığı pazarındaki pazar payının %(.....)'in altında olduğu taraflarca beyan edilmiştir. DMC'nin faaliyet gösterdiği müzik yayımcılığı pazarı Believe SAS'ın dijital müzik dağıtım hizmetlerinin üst pazarında yer almaktadır. Dikey örtüşmeye sebep olan yayımcılık pazarında DMC'nin ihmal edilebilir pazar payı dikkate alındığında ilgili pazarda bir rekabetçi endişe doğması beklenmemektedir.
- (41) Müzik yapımcılığı pazarı açısından bakıldığında taraflardan yalnızca DMC'nin bu pazarda faaliyette bulunduğu ancak dijital müzik dağıtıcılığı pazarının üst pazarı olduğundan dikey örtüşmenin meydana geldiği görülmektedir. DMC'nin bu alandaki pazar payı %(.....) ile sınırlıdır. Bildirim metninde müzik yapımcılığı pazarının dinamik bir pazar olduğu, genellikle sanatçıların aynı anda birden fazla yapımcıyla sözleşme imzaladığı, dolayısıyla marka bağımlılığının bulunmadığı, yüksek yatırım maliyetleri gerektirmediğinden fiili veya hukuki giriş engellerinin bulunmadığı, sanatçıların bir yapımcıyla çalışmaksızın kendi eserlerini kaydederek dağıtmalarının önünde bir engel bulunmadığı ifade edilmiştir. Ayrıca dikey bütünleşik olarak WARNER MUSIC ile Alternative Distribution Alliance, Inc. (ADA), Sony Music ile The Orchard Media, Inc. (THE ORCHARD), Universal Music ile Isolation Network, Inc. (INGROOVES)'nin; dikey bütünleşik olmamasına rağmen rekabetçi baskı oluşturabildiği ifade edilen Poll Prodüksiyon Film Müz. Yap. San. ve Dış Tic. A.Ş., Avrupa Müzik Yapım Prodüksiyon Yayıncılık Tic. A.Ş., Kalan Ses Görüntü Film Yapım San. ve Tic. Ltd. Şti., Dokuz Sekiz Müzik Yapım Menajerlik Sanatsal Organizasyonlar San. ve Tic. Ltd. Şti. ve Fa Müzik Film Yapım Yayımcılık Dağıtım İnş. San. Ltd. Şti. gibi teşebbüslerin yapımcılık pazarında faaliyet gösterdiği belirtilmiştir. Müzik yapımcılığı pazarının yapısı ve pazarda faaliyet gösteren dikey bütünleşik yahut bireysel teşebbüslerin varlığı birlikte değerlendirildiğinde pazarın rekabetçi yapısının güçlü olduğu görülmektedir. Bu çerçevede müzik yapımcılığı pazarında işlem sonucunda etkin rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunun doğmayacağı değerlendirilmektedir.
- (42) Yatay olarak etkilenen tek pazar dijital müzik dağıtıcılığı pazarıdır. Bildirilen işlem kapsamında pazar payı ile en çok dikkat çeken faaliyet de şüphesiz dijital müzik dağıtım faaliyetidir. Zira DMC'nin 2019 yılı pazar payı %(.....) iken Believe SAS için bu oran %(.....)'tür.
- (43) Taraflar, işlemin Believe SAS'ın Türkiye'de faaliyet göstermediği alanlarda (örneğin, fiziki formatlarda kayıtlı müziğin dağıtımını, müzik yapımcılığı ve YouTube kanalı

¹² Burada ve kararın devamında aksi belirtilmedikçe yer verilen pazar payları, bildirim metninde bulunan ve Uluslararası Fonogram Endüstrisi Federasyonu (IFPI) verileri doğrultusunda sunulan sonuçları içermektedir. IFPI'nin hazırlamış olduğu verilerin teşebbüslerin ihtiyari olarak yaptığı bildirimler doğrultusunda oluşturulduğu belirtilmiştir. IFPI'ye veri sunmayan teşebbüslerin de olduğu düşünüldüğünde pazarın toplamda daha büyük olduğu ve dolayısıyla burada sunulan pazar paylarının daha küçük olacağı beklenmektedir.

yönetimi) deneyim sahibi olma amacına hizmet edeceğini ayrıca Believe SAS'ın hızla gelişen müzik sektöründe müşterilerinin taleplerini ve ihtiyaçlarını karşılmasına yardımcı olmasını sağlayacağını ifade etmektedir. Ayrıca mevcut COVID-19 salgınının sebep olduğu olağan dışı şartlar dikkate alındığında DOĞAN HOLDİNG'in yabancı yatırımdan faydalanması, DMC'ye yatırdığı sermayeden getiri elde etmesi için işlemin önemli bir fırsat olduğu belirtilmektedir. Dijital müzik dağıtım pazarındaki teşebbüslerin pazar paylarına aşağıda yer verilmiştir:

Tablo-2: Dijital Müzik Dağıtım Pazarı Değer Bazında Pazar Payları (%)

Teşebbüs Adı	2017	2018	2019
Believe SAS	(.....)	(.....)	(.....)
DMC	(.....)	(.....)	(.....)
Bütünleşik Toplam	(.....)	(.....)	(.....)
Warner	(.....)		
Sony	(.....)	(.....)	(.....)
The Orchard	(.....)	(.....)	(.....)
Eğlence Fabrikası Ltd. Şti.	(.....)	(.....)	(.....)
Diğer ¹³	(.....)	(.....)	(.....)
Toplam	100,00	~100,00	~100,00

Kaynak: Bilgi sunumlarına istinaden yapılan hesaplamalar.

- (44) Tablo 2'den görüldüğü üzere, Believe SAS'ın ve DMC'nin pazar payları pazarın hızlı büyüme sürecinde, diğer bir ifadeyle, 2019 yılında önceki iki yıla göre düşük seyretmiş, en yakın rakip konumundaki (.....)'in ise pazar payı düzenli yükselmiştir. Pazar paylarının seyri, pazarın hızlı büyümesinden en çok (.....)'in pay aldığına işaret etmektedir. Bir ortak girişimin ilgili pazarda yaratabileceği en olumsuz senaryo, tarafların toplam pazar payı dikkate alınarak incelenebilmektedir. Ortak girişim taraflarının toplam pazar payı 2019'da %(.....) olarak görünmektedir. 2019 yılı pazar payları çerçevesinde Herfindahl-Hirschman Endeksi (HHI)¹⁴ değerlerine bakıldığında işlem öncesi (.....), işlem sonrası (birleşme gibi ele alınarak) (.....), Δ HHI (.....) olarak hesaplanmıştır. HHI değeri işlem sonrasında 2000 değerinin altında kalmakta ancak değişim değerinin Yatay Birleşme ve Devralmaların Değerlendirilmesi Hakkında Kılavuz'da belirtilen 250 değerinin üzerinde olduğu görülmektedir. Bu çerçevede dijital müzik dağıtım pazarında yapılan daha detaylı incelemeye aşağıda yer verilmiştir.
- (45) İşlem taraflarının son yıllardaki pazar payları seyri pazarın yapısına ilişkin önemli veriler sunmaktadır. DMC'nin 2017'de %(.....), 2018'de %(.....) ve 2019'da %(.....) olacak şekilde dijital müzik dağıtım pazarından elde ettiği paylarda düşüş eğilimi görülmüştür. Believe SAS 2017'de %(.....), 2018'de %(.....) ve 2019'da %(.....) pazar payıyla dalgalı bir seyir izlemiştir. DMC ve Believe SAS'ın 2017 yılından 2019 yılına toplam pazar paylarına bakıldığında %(.....)'den %(.....)'e düşüş sergilenmiş ancak aynı dönemde elde ettikleri gelirler toplamında neredeyse %(.....)'lük bir artış¹⁵ görülmüştür. Gelirlerdeki yüksek artışa nazaran pazar payında gözlenen düşüş pazardaki toplam pastanın hızla büyüdüğünü göstermektedir. Bunu doğrudan gösteren bir başka veri ise Uluslararası Fonogram Endüstrisi Federasyonu (IFPI)

¹³ Bildirim Formunda diğer kapsamında Artist PR & Publicity Co. (Piva Music), 25 Saat Eğlence ve Turizm İnşaat Gıda San. Tic. Ltd. Şti. (25saatmüzik), Indiefy Inc., Eveara Limited (Eveara), CD Baby, Inc. (CD Baby), PK Interactive LLC (Distrokid), Ditto Ltd. (Ditto Music), SkySound Consulting, Inc. (Mondo Tunes), Amuseio AB (Amuse), Landr Audio Inc. (Landr), eMinor Inc. (Reverb Nation), Stem Disintermedia Inc., RouteNote Ltd, Awal Limited, Soundhorus Prodüksiyon A.Ş., Dijital Müzik Yapım Organizasyon Sanayi (Dijital Müzik Servisi), iMusician Digital AG ve diğer firmalar yer almaktadır.

¹⁴ Diğer kapsamındaki firmaların pazar payı %(.....) olarak alınmıştır.

¹⁵ 2017'den 2019 yılına elde ettikleri gelirleri topladığımızda (.....) TL'den (.....)'ye artış gözlenmiştir.

tarafından yayımlanan 2017 yılından 2019 yılına Türkiye pazarında dijital formatta kayıtlı müzik sektörünün %(...) oranında büyümüş olduğudur. Kayıtlı müzik pazarındaki yüksek büyümenin ilgili tüm sektörlerde olduğu gibi dijital müzik dağıtım pazarına da sirayet edeceği beklenmektedir. Zira bu büyüme Türkiye pazarına uluslararası camiadan da yeni girişleri teşvik etmiştir. Bunun yakın tarihli en büyük örneği WARNER MUSIC'in 2019 yılı Aralık ayında Türkiye pazarına girmesidir. Dünya çapında hizmet veren WARNER MUSIC'in Türkiye pazarına girmesinin pazarın rekabetçi yapısı üzerinde meydana gelecek olumlu etkilerinin ise henüz pazarda karşılık bulmadığı söylenebilir. Söz konusu güçlü yeni girişin HHI oranlarında da olumlu etki yaratacağı değerlendirilmektedir. Bunun yanı sıra küresel bir sektör olan müzikte, küresel olarak faaliyet gösteren dikey bütünleşik teşebbüslerin Türkiye pazarına girişiyle DMC gibi yerli firmaların pazar payı düşme eğilimi gösterebilecektir. Bu tür bir ortaklık pazarda yerli bir firmanın varlığını devam ettirmesini sağlayabilecektir.

- (46) Yapımcılar ve sanatçıların birden fazla dağıtıcıyla anlaşabiliyor olmaları, teşebbüslerin rakiplerinin dijital müzik dağıtım pazarında bir reel kapasite sınırı olmadığına işaret etmektedir. Bunun yanı sıra ortak girişim taraflarının rakiplerinin büyümesini önleyecek kapasite ve ölçekte olmadığı görülmektedir. Zira dijital müzik dağıtıcılığı pazarında faaliyet gösteren ve büyük oyuncular olarak adlandırılan UNIVERSAL MUSIC, SONY MUSIC ve WARNER MUSIC dijital müzik perakendecilerine yönelik doğrudan dağıtım kanallarının sahibidirler. Bildirim metninde küresel müzik sektörünün bu üç global şirketin varlığı ile karakterize edildiği, bu şirketlerin; dosya kapsamında etkilenen pazar olarak belirlenen üç pazarda da faaliyeti bulunduğu, bir başka deyişle, dikey bütünleşik olarak faaliyet gösterdikleri ifade edilmiştir. UNIVERSAL MUSIC, iştiraki INgrooves ile SONY MUSIC, THE ORCHARD ile, WARNER MUSIC ise iştiraki ADA ile dijital müzik dağıtım pazarında faaliyet göstermektedir. Bu dikey bütünleşik teşebbüslerin dışında Piva Music, 25saatmüzik, Indiefy Inc., Eaveara, CD Baby, Distrokid, Ditto Music, Mondo Tunes, Amuse, Landr, Dijital Müzik Servisi gibi çok sayıda teşebbüs pazarda aktif olarak faaliyet göstermektedir.
- (47) Benzer şekilde dağıtıcıların hizmet verdiği alt pazarda faaliyet gösteren dijital müzik perakendecileri de küresel ölçekte faaliyet gösteren, pek çok dağıtıcı ve yapımcı ile çalışan ve alıcı gücü bulunan firmalardır. Taraflar en büyük alıcıları olarak Spotify, Apple Music, Fizy, Google (Youtube) ve Muud'u göstermişlerdir. Tarafların rakipleri de benzer şekilde Spotify, Youtube, Apple Music ve Fizy'i önemli alıcıları olarak sıralamıştır.
- (48) Nitekim nihai kullanıcıların dijital müzik perakendecileri aracılığıyla müzik içeriklerine giderek daha fazla erişim sağlaması sebebiyle eser sahipleri değerlendirme puanlarına veya kârlılık koşullarına bakmaksızın müzik içeriklerinin tüketicilerin erişim sağladığı özellikle global nitelikteki tüm dijital müzik perakendecileri olmak üzere irili ufaklı çok sayıda perakendeciye dağıtılmasını talep etmektedir.
- (49) Keza, UNIVERSAL MUSIC çalışanı söz konusu durumu şu şekilde açıklamaktadır¹⁶:*“Günümüz dünyasında tek bir platform içeren bir stratejiniz olamaz çünkü bütüncül bir tüketici görünümü, müzik şirketleri olarak şu anda yaptıklarımızın anahtarı.”* Bu doğrultuda büyük oyuncular (majör) olarak nitelendirilen teşebbüsler (UNIVERSAL MUSIC, SONY MUSIC ve WARNER MUSIC) tarafından uygulanan önemli düzeyde rekabetçi baskının yanı sıra dijital müzik perakendecilerinin kayıtlı

¹⁶ <https://www.ifpi.org/media/downloads/GMR2019-en.pdf>

müzik sektörü genelinde öneminin gitgide artması sebebiyle perakendeciler yönünden de alıcı gücüyle karşı karşıya kalmaktadır.

- (50) Dijital müzik dağıtımından elde edilen gelirin hızla artması üzerine dijital müzik dağıtım hizmeti sağlayıcıları tarafından sunulan hizmetler gittikçe önem kazanmaktadır ve dolayısıyla dijital müzik dağıtım hizmeti sağlayıcıları arasındaki rekabet daha güçlü hale gelmektedir¹⁷. Diğer taraftan büyük oyuncuların piyasada faaliyet göstermesi ve esasen bu pazardaki rekabetin ülke sınırlarını aşarak küresel ölçekte gerçekleşmesi de pazarın rekabetçi yapısı üzerinde olumlu etkide bulunmaktadır.
- (51) Eser üzerindeki hak sahiplerinin kataloglarının tamamı için tek bir müzik dağıtım hizmeti sağlayıcısı ile çalışmak zorunluluğu bulunmaması ayrıca eser sahiplerinin kendilerinin de doğrudan dijital müzik perakendecileri ile anlaşma yapabiliyor olması dijital müzik dağıtıcılarının sektörde önemli bir yeri olmakla birlikte vazgeçilmez olmadıklarını göstermektedir.
- (52) Pazardaki oyuncu sayısının çokluğu, bu oyuncular arasında büyük oyuncular (majörler) gibi dikey bütünleşik ve global çapta faaliyet gösteren teşebbüslerin bulunması, bir başka deyişle, oyuncular arasında asimetri bulunması, pazarın hızla büyümekte oluşu ve yapısı gereği bir kapasite sınırının bulunmaması, eser sahiplerinin birden fazla dağıtım kanalıyla eş anlı çalışarak çoklu erişim imkanına sahip olması gibi hususlar rakipleri bireysel davranmaya yöneltmekte, rakipler arasında anlaşma ya da uyumlu eyleme başvurmadan koordineli davranışlar sergilemeleri ihtimalini ortadan kaldırmaktadır. Dolayısıyla bildirilen işlem neticesinde koordinasyon doğurucu etkilerin de söz konusu olmayacağı değerlendirilmektedir.
- (53) Bu çerçevede ortak girişim ile birlikte dinamik ve hızlı büyüyen dijital müzik dağıtım pazarında rakipleri dışlayıcı veya ayrımcı uygulamaya izin verebilecek bir güç elde edilemeyeceği, pazara 2019 yılında yeni bir rakibin girdiği, pazarda küresel ölçekte faaliyet gösteren dikey bütünleşik rakipler bulunduğu, dijital müzik perakendecilerinin de küresel ölçekte faaliyet gösteren teşebbüsler olduğu dikkate alınarak dijital müzik dağıtım pazarında da etkin rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunun doğmayacağı kanaatine varılmıştır.

¹⁷ <https://www.ekonomist.com.tr/teknoloji/dijital-muzik-fizikseli-gecti.html>

H. SONUÇ

- (54) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre, bildirim konusu işlemin 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi ve bu maddeye dayanılarak çıkarılan 2010/4 sayılı Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ kapsamında izne tabi olduğuna; işlem sonucunda etkin rekabetin önemli ölçüde azaltılmasının söz konusu olmaması nedeniyle işleme izin verilmesine, gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 60 gün içinde Ankara İdare Mahkemelerinde yargı yolu açık olmak üzere, OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.