

Rekabet Kurumu Başkanlığından,

REKABET KURULU KARARI

Dosya Sayısı : 2018-5-51 (Önaraştırma)
Karar Sayısı : 19-06/63-26
Karar Tarihi : 07.02.2019

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

Başkan : Prof. Dr. Ömer TORLAK
Üyeler : Arslan NARİN (İkinci Başkan), Adem BİRCAN, Mehmet AYAN,
Ahmet ALGAN, Hasan Hüseyin ÜNLÜ, Şükran KODALAK

B. RAPORTÖRLER: İmren Kol, Cihan BİLAÇLI, Merve BİROĞLU, Furkan ÇELEN

C. BAŞVURUDA

BULUNAN :- Re'sen/İhbar

D. HAKKINDA İNCELEME

YAPILANLAR : - Mars Sinema Turizm ve Sportif Tesisler İşletmeciliği A.Ş.
Dereboyu Cad. Ambarlıdere Yolu No:4 Kat:1 Beşiktaş/İstanbul
- CJ Entertainment Turkey Film Yapım A.Ş.
Temsilcileri: Fevzi TOKSOY, Bahadır BALKI, Ertuğrul Can CANBOLAT,
İsmail Baran Can YILDIRIM
Çamlıca Köşkü Francalacı Sok. 28 Arnavutköy-Beşiktaş/İstanbul
- TME İçerik Prodüksiyon A.Ş.
Konaklar Mah. Gökkuşığı Sok. No:11 4. Levent 34330
Beşiktaş/İstanbul
- UIP Filmcilik ve Ticaret Ltd. Şti.
Temsilcisi: Av. Seçil ABALI
Barbaros Bulvarı, Mustafa İzzet Efendi Sok. No:11, Cerrahoğlu
Binası, Balmumcu-Beşiktaş/İstanbul
- Warner Bros Turkey Film Ltd. Şti.
Temsilcileri: Av. Gönenç GÜRKAYNAK, Av. Öznur İNANILIR,
Av. Osman Onur ÖZGÜMÜŞ
Yıldız Mah. Çitlenbik Sok. No:12 Beşiktaş/İstanbul

- (1) **E. DOSYA KONUSU:** Sinema sektöründe faaliyet gösteren dağıtıcıların, filmlerin gösterim süreleri bakımından, AVM'lerde bulunan zincir sinema salonları ile yerel sinema salonlarına farklı koşullar öne sürerek ayrımcılık yaptığı ve bahsi geçen koşulların yerel sinema salonlarını rakip filmlere kapattığı; Mars Grubu'na ait sinema salonlarının girişlerinde sinema bileti ile büfe ürünlerinin zorla birlikte satıldığı; TME İçerik Prodüksiyon A.Ş.'nin filmlerini birlikte sattığı iddiaları.
- (2) **F. İDDİALARIN ÖZETİ:** İhbarda özetle; film dağıtım şirketlerinin, sinema işletmelerindeki salon sayısına bakılmaksızın tüm sinema işletmecilerine gösterime girecek olan filmler için, ilk hafta en büyük iki sinema salonunda ve en az altı hafta veya ilk iki hafta en büyük iki sinema salonunda ve en az altı hafta gösterim şeklinde dağıtım programı teklifi yaptığı, dağıtıcıların AVM'lerde bulunan büyük gösterimcilerin filmleri istedikleri zaman gösterimden kaldırmalarına herhangi bir müdahalede bulunmazken küçük gösterimcilere hafta sayısı konusunda baskıcı olduğu, dolayısıyla dağıtıcıların AVM'lerdeki sinema işletmecileri ile yerel sinema işletmecilerine farklı davrandığı iddia edilmiştir.

- (3) Bununla birlikte, işbu önaraştırma kapsamında son zamanlarda medyada yer bulan Mars Sinema Turizm ve Sportif Tesisler İşletmeciliği A.Ş.'nin (MARS) gösterim aşamasında seyircilere bilet ve büfe ürünlerini bir arada almayı zorunlu tuttuğu iddiası, yerinde incelemede elde edilen belgeler çerçevesinde re'sen incelenmiştir. Ayrıca, önaraştırmaya taraf teşebbüslerden TME İçerik Prodüksiyon A.Ş.'de (TME) yapılan yerinde incelemede elde edilen, TME'nin ilgili hafta gösterime giren filmlerinin tümünü talep etmeyen bazı gösterimcilere film vermek istemediğini gösterir nitelikteki belgeler değerlendirilmiştir.
- (4) **G. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 26.11.2018 tarih ve 8467 sayı ile giren ihbar ve elde edilen bilgi ve belgeler üzerine hazırlanan 28.11.2018 tarih ve 2018-5-51/İİ sayılı İlk İnceleme Raporu, 06.12.2018 tarihli Kurul toplantısında görüşülerek 18-46/721-M sayı ile önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir. İlgili Kurul kararı üzerine hazırlanan 15.01.2019 tarih, 2018-5-51/ÖA sayılı Önaraştırma Raporu görüşülerek karara bağlanmıştır.
- (5) **H. RAPORTÖR GÖRÜŞÜ:** İlgili raporda;
- 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un (4054 sayılı Kanun) 4. ve 6. maddeleri kapsamında, filmlerin sinemalarda gösterimi amacıyla dağıtım pazarında faaliyet gösteren dağıtımçıların kendi aralarında anlaşarak ya da tek taraflı davranışlar yoluyla asgari gösterim koşullarını küçük ölçekli gösterimcilere dayattıkları ve bu yolla dağıtım veya gösterim pazarında rekabeti kısıtladıklarına dair herhangi bir belge ve bulguya ulaşılamadığı, dolayısıyla ilgili pazarda faaliyet gösteren teşebbüsler hakkında 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığı,
 - MARS hakkında, sinema biletlerinin büfe ürünleriyle paket halinde satın alınmasının zorunlu tutulduğu iddiasına ilişkin olarak, 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığı,
 - TME hakkında, yerinde incelemede elde edilen bazı filmlerin paket halinde dağıtıldığına işaret eden belgeler çerçevesinde, 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmasına gerek olmadığı,

ifade edilmiştir.

I. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

- (6) Önaraştırma sürecinde MARS, UIP Filmcilik ve Ticaret Ltd. Şti. (UIP), TME, Warner Bros Turkey Film Ltd. Şti. (WARNER BROS) ve CJ Entertainment Turkey Film Yapım A.Ş.'de (CJET) yerinde incelemeler gerçekleştirilmiş ve taraflardan 2018 yılını kapsayan bazı veriler talep edilmiştir. Talep edilen bilgiler;
- MARS'tan 24.12.2018 tarih ve 9024 sayı, 26.12.2018 tarih ve 9062 sayı, 08.01.2019 tarih ve 156 sayı, 11.01.2019 tarih ve 207 sayı, 15.01.2019 tarih ve 266 sayı,
 - WARNER BROS'tan 26.12.2018 tarih ve 9067 sayı, 08.01.2019 tarih ve 149 sayı,
 - CJET'ten 26.12.2018 tarih ve 9076 sayı, 02.01.2019 tarih ve 41 sayı, 15.01.2019 tarih ve 273 sayı,
 - UIP'den 09.1.2019 tarih ve 182 sayı, 11.01.2019 tarih ve 222 sayı,
 - TME'den 04.01.2019 tarih ve 80 sayı

ile Kurum kayıtlarına intikal etmiştir.

I.1. İnceleme Yapılan Teşebbüsler

I.1.1. Mars Sinema Turizm ve Sportif Tesisler İşletmeciliği A.Ş. (MARS)

- (7) 2001 yılında sinema gösterimi alanında faaliyete başlayan MARS, 2011 yılında AFM Uluslararası Film Prodüksiyon Ticaret ve Sanayi A.Ş.'yi bünyesine katmış ve 2016 yılında hisseleri Güney Koreli CJ CGV şirketine devredilmiştir. 2018 yılında 50 ilde 1310 salonla faaliyet gösteren MARS bu alanda sektör liderliğini sürdürmektedir. Şirket 2014 yılında aynı tüzel kişilik altında kurduğu dağıtım departmanı ile dağıtım pazarında faaliyetlerine başlamıştır.

I.1.2. CJ Entertainment Turkey Film Yapım A.Ş. (CJET)

- (8) CJET 2017 yılında Beşiktaş Kültür Merkezi A.Ş. (BKM) ile ortak film ve BKM filmlerine yatırım yaparak Türkiye sinema pazarına giriş yapmıştır. 2018 yılının Eylül ayında film dağıtmaya başlamıştır.

I.1.3. TME İçerik Prodüksiyon A.Ş. (TME)

- (9) 2014 yılında film dağıtım pazarında faaliyete başlayan TME aynı zamanda film yapımcısıdır. TME 2018 yılında film gösterim pazarına Aydın ve Ordu'daki salonlarıyla girmiş bulunmaktadır.

I.1.4. UIP Filmcilik ve Ticaret Ltd. Şti. (UIP)

- (10) Paramount ve Universal yapım şirketlerine ait filmlerin, Kuzey Amerika dışındaki uluslararası pazarlarda birçok ülkede sinema dağıtımlarını gerçekleştiren UIP, ülkemizde hem yabancı hem yerli filmlerin dağıtımını yapmaktadır.

I.1.5. Warner Bros Turkey Film Ltd. Şti. (WARNER BROS)

- (11) Dünyanın en büyük film yapım ve televizyon yapım şirketlerinden biri olan WARNER BROS ülkemizde hem yabancı hem yerli filmlerin dağıtımını yapmaktadır.

I.1.6. MARS ve CJET'in Tek Bir Ekonomik Bütünlük Altında Faaliyet Gösterip Göstermediğinin Değerlendirmesi

- (12) 4054 sayılı Kanun'un 2. maddesinde "*teşebbüslerin aralarında yaptığı rekabeti engelleyici, bozucu ve kısıtlayıcı anlaşma, uygulama ve kararlar ile piyasaya hâkim olan teşebbüslerin bu hâkimiyetlerini kötüye kullanmaları ve rekabeti önemli ölçüde azaltacak birleşme ve devralma niteliğindeki her türlü hukukî işlem ve davranışlar*"ın, Kanun kapsamına girdiği belirtilmiştir. Teşebbüs kavramı ise Kanun'un 3. maddesinde, "*piyasada mal veya hizmet üreten, pazarlayan, satan gerçek ve tüzel kişilerle bağımsız karar verebilen ve ekonomik bakımdan bir bütün teşkil eden birimler*" şeklinde tanımlanmıştır. İlgili maddede görüldüğü üzere, Kanun'da teşebbüs tanımı yapılırken ekonomik bütünlük ilkesi benimsenmiştir. Yapılan değerlendirmelerde bir yavru şirket tek başına değil, bağlı olduğu diğer şirket veya şirketlerle birlikte ele alınmaktadır. Hukuken bağımsız olmasına ve iktisadi anlamda faaliyet gösteriyor olmasına rağmen kararlarında bağımsız olmayan ya da ailevi bağlar ile doğrudan veya dolaylı olarak bağlı olan teşebbüs, kararları üzerinde kontrol sahibi olan teşebbüsle birlikte tek ekonomik birim olarak kabul edilmekte ve rekabet hukuku bakımından bu ana teşebbüsle birlikte tek bir teşebbüs olarak değerlendirilmektedir.
- (13) CJET'te yapılan yerinde incelemede, teşebbüs Genel Müdür Yardımcısı tarafından MARS ve CJET'in aynı ekonomik bütünlük içinde bulunmadığı, dolayısıyla önaraştırma kapsamında yapılacak değerlendirmede ayrı teşebbüsler olarak ele alınmaları gerektiği savunulmuştur. Buna karşın diğer teşebbüs yetkilileri ile yapılan görüşmelerde, sektör paydaşları arasında MARS ve CJET'in aynı şirket tarafından yönetildiğine dair bir

görüşün hâkim olduğu anlaşılmıştır. Bu doğrultuda, CJET ve MARS'tan şirketlerin hissedarlık ve yönetim yapıları hakkında bilgi istenilmiştir.

- (14) MARS/CGV kararında¹ merkezi Seul'de bulunan CJ şirketler grubunun (CJ GROUP) bir holding şirketi olan CJ Corporation'ın (CJ CORP) kontrolünde bulunan CJ CGV Co., Ltd (CJ CGV) aracılığıyla, MARS'ın %(.....) hissesini ve kontrolünü elinde bulunduran Mars Entertainment Group A.Ş.'nin (MEG) hisselerinin tamamının devralınması işlemine izin verilmiştir. MEG'in hissedarlık yapısına bakıldığında; hisselerin %(.....)'ünün Bosphorus Investment Co., Ltd.'ye, %(.....)'ünün Bosphorus Limited'e geri kalan %(.....)'sinin ise CJ ENM Co. Ltd.'e (CJ ENM)² ait olduğu anlaşılmıştır. Bahsi geçen hissedarların tümü bir şirketler topluluğu olan CJ CGV üyesidir. Dolayısıyla MEG, CJ GROUP kontrolünde faaliyetlerini sürdürmektedir³.
- (15) Diğer taraftan, MEG'in %(.....) payına sahip olan CJ ENM aynı zamanda CJET'in hisselerinin (.....) sahiptir. CJ ENM'nin hisselerinin %(.....)'i ise CJ CORP'a aittir⁴. İlgili Kurul kararında CJ CORP'un CJ GROUP'un bir holding şirketi olduğu ve kontrolüne sahip hissedarın da Jay Hyun LEE olduğu tespit edilmiştir. Bunlara ek olarak, MARS tarafından sunulan belgelerde, CJ CGV'in bir şirketler topluluğu olduğu ve CJ ENM'in bu topluluğun bir üyesi olduğu belirtilmektedir. CJ CORP'un CJ GROUP'un bir holding şirketi olduğu ve CJ CGV'nin kontrolünü elinde bulundurduğu göz önüne alındığında, CJ ENM ve dolayısıyla CJET ile MARS'ın CJ GROUP'un çatısı altında faaliyetlerini sürdürdüğü anlaşılmaktadır. Ayrıca, yapılan yerinde incelemelerde hem MARS hem CJET çalışanlarının @cj.net uzantılı e-posta adresleri kullandıkları tespit edilmiştir. Ortak uzantı ile sektördeki paydaşlara e-posta gönderilmesi iki ayrı tüzel kişi olan MARS ve CJET'in CJ GROUP altında faaliyet gösterdiği algısını güçlendirmektedir.
- (16) Sonuç olarak, tarafların aralarında çıkar birlikteliği bulunmadığına dair somut bilgi veya belge sunmadığı ve söz konusu teşebbüslerin ortaklık yapıları dikkate alındığında MARS ve CJET'in CJ GROUP tarafından kontrol edildiği ve teşebbüslerin tek teşebbüs olarak değerlendirilebileceği sonucuna varılmıştır. Bununla birlikte, dosya özelinde yapılan analizleri ve değerlendirmeleri değiştirmeyeceği anlaşıldığından, MARS ve CJET'in verileri ayrı ayrı ele alınıp değerlendirilmiştir.

I.2. İlgili Pazar

I.2.1. Sektör Hakkında Genel Bilgiler

- (17) Sinema sektöründe temel ürünü oluşturan film içeriğinin, tüketicinin/izleyicinin doğrudan duyduğu ihtiyaç neticesinde oluşmaması, ürünün nihai fiyatı ile talep miktarı arasında doğrudan bir bağlantı olmaması, maliyetin ürünün oluşan fiyatında belirleyici bir unsur olmaması gibi özellikleri, sektörün klasik mal ve hizmet pazarlarından farklı değerlendirilmesi ihtiyacını doğurmaktadır.
- (18) Genel olarak sinema sektöründe film üretimi, dağıtımı ve sinema işletmeciliğinden oluşan bir faaliyet zinciri bulunmaktadır. Yapım aşaması, sinema filmlerinin sinema salonlarında

¹ 16-19/317-144 sayılı 01.06.2016 tarihli Kurul kararı.

² 08.10.2018 tarihli ve 9676 sayılı Ticaret Sicili Gazetesi'nde, CJET'in 28.09.2018 tarihli yönetim kurulu kararı kapsamında CJ E&M Corporation isimli şirketin unvanının 02.07.2018 tarihinde Güney Kore'de gerçekleşen şirket birleşmesi sonucunda "CJ ENM Corporation" olarak tescil ve ilan edilmesine karar verildiği belirtilmektedir.

³ 10.06.2016 tarihli ve 9094 sayılı Ticaret Sicili Gazetesi'nde şirketin pay sahiplerinden Odyssey S.a.r.l., Menderes UTKU, Ayşe Nilgöl UTKU, Muzaffer YILDIRIM'in şirkette sahip oldukları payların, CJ CGV Co., Ltd. şirketler topluluğunun üyeleri olan Bosphorus Investment, CJ E&M Corporation (mevcut durumda CJ ENM) ve Bosphorus Limited'e devredildiği belirtilmektedir.

⁴ Merkezi Seul'de bulunan CJ CORP; yiyecek ve yiyecek hizmetleri, ilaç ve biyoteknoloji, eğlence ve medya, ev alışverişi ve lojistik sektörlerinde faaliyet gösteren bir holding şirkettir.

gösterilebilecek bir şekilde getirilmesidir. Yapımcılar, hazırlanan filmlerin dağıtım haklarını dağıtım firmalarına, mülkiyet hakları kendilerinde kalmak kaydıyla, sinema salonlarına dağıtmaları için vermektedir. Türkiye'deki dağıtım uygulaması Avrupa ve dünya uygulamalarının genelinden farklılık göstermektedir. Birçok Avrupa ülkesinde dağıtım firmaları sinema filmlerinin baskı ve reklam maliyetlerini karşılayarak bazı operasyonel riskleri üstlenmektedir. Türkiye'de ise bu maliyetler bütünüyle yapımcı firmaları tarafından karşılanmaktadır. Genellikle sinema filminin yapımının tamamlanmasının ardından devreye giren bu modele “rent-a-distributor” (dağıtım firması kiralama) modeli denilmektedir⁵. Bu modelde dağıtım firmaları sektörün barındırdığı finansal risklerin oldukça küçük bir kısmını üstlenmektedir. Bu bakımdan dağıtım firmasının sektördeki işlevini bir nevi aracılık hizmeti olarak görmek mümkündür.

- (19) Dağıtım pazarının son 10 yılı incelendiğinde, faaliyetlerine ara verip birkaç yıl sonra tekrar başlayan, hasıllardan aldığı yüksek orandaki payını hızlı biçimde kaybeden veya piyasaya yeni giriş yapmasına rağmen önemli pazar payı elde eden dağıtım firmalarının bulunduğu görülmektedir. Bu bakımdan dağıtım pazarının dinamik bir yapısının olduğunu söylemek mümkündür. Bununla birlikte, dağıtım pazarı toplam hasıllardan ve seyirciden alınan pay bakımından yoğunlaşmış bir yapıda sergilenmektedir. Sinema Sektör Raporu'nda⁶ 2005 ile 2015 yılları arasında ilk üç dağıtım firmasının toplam hasıllardan aldığı payın %67 ile %86 arasında dalgalandığı tespit edilmiştir. Bu durum 2018 yılına gelindiğinde de fazla değişmemiştir. 2016 ile 2018 yılları arasında ilk üç dağıtım firmasının toplam hasıllardan aldığı pay sırasıyla %76, %79 ve %74 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo-1: Bilet Hasılatı Bakımından Dağıtım Firmalarının Pazar Payları (%)⁷

| Dağıtım Firması | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|--|--------|--------|--------|--------|
| MARS | 29,04 | 29,75 | 34,86 | 41,43 |
| CJET | - | - | - | 10,84 |
| UIP ⁸ | 29,36 | 28,30 | 27,36 | 19,73 |
| WARNER BROS | 11,62 | 18,14 | 17,74 | 10,72 |
| TME | 11,94 | 15,23 | 10,04 | 12,43 |
| Pinema Filmcilik ve Sinemacılık Tic. Ltd. Şti. | 10,42 | 2,70 | 5,06 | 0,43 |
| Diğer ⁹ | 7,62 | 5,88 | 4,94 | 4,42 |
| Toplam | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |
| Dağıtım Yapan Toplam Teşebbüs Sayısı | 19 | 19 | 20 | 17 |

Kaynak: boxofficeturkiye.com (Erişim tarihi: 11.01.2019)

⁵ KANZLER, M. (2014), The Turkish Film Industry: Key Developments 2004 to 2013, European Audiovisual Observatory (Council of Europe), Strasbourg.

⁶ 16.02.2016 tarihli Rekabet Kurumu Sinema Hizmetleri Sektör Raporu.

⁷ MARS ve CJET dosya kapsamında, ayrı olarak ele alınmakla birlikte, tek teşebbüs olarak kabul edilirse 2018 yılında ilk üç dağıtım firmasının toplam %74 olarak hesaplanan pay %84'e çıkacaktır.

⁸ Dosya kapsamında UIP'nin 2019 yılında önemli miktarda seyirci çekmesi beklenen “Recep İvedik-6” ve “Karakomik Filmler” adlı filmlerin dağıtım hakkını aldığı öğrenilmiştir. Dolayısıyla dağıtım firmalarının 2019 yılı pazar paylarında önemli değişiklikler olabileceği anlaşılmaktadır.

⁹ Yıldan yıla değişimle birlikte 12-14 teşebbüsün aldığı toplam payı göstermektedir.

- (20) Son aşamada, sinema salonu hizmetleri pazarında faaliyet gösteren teşebbüsler filmlerin gösterimini gerçekleştirmektedir. Gösterimciler, sinema bileti satışının yanı sıra büfe satışları, perde reklamı gibi faaliyetlerden ilave gelir elde edebilmektedir. Tüketicilerin eğlence anlayışının değişmeye başladığı 2000'li yıllar ile birlikte sinema salonlarının müstakil binalardan AVM'lere kaydığı görülmektedir. Sinema Sektör Raporu'nda 2014 yılı itibarıyla Türkiye'deki sinema perdelerinin %71,4 gibi önemli bir kısmının AVM'lerde bulunduğu tespit edilmiştir. Bu oran 2018 yılında artarak yaklaşık %80'e ulaşmıştır. Ayrıca, AVM'de bulunan sinema işletmelerinin ortalama 7,6 perdesi bulunurken, AVM'de bulunmayan sinema işletmelerinin ortalama perde sayısı 3,8'dir¹⁰.

Tablo-2: 21.12.2018 İtibarıyla AVM'de Bulunan Perde Sayılarının Oranları

| İller | AVM'de Bulunan Perde Sayısı | AVM Dışında Bulunan Perde Sayısı | AVM perde oranı (%) | AVM Dışı Perde oranı (%) |
|----------------|-----------------------------|----------------------------------|---------------------|--------------------------|
| İstanbul | 746 | 105 | 87,7 | 12,3 |
| Ankara | 193 | 30 | 86,5 | 13,5 |
| İzmir | 127 | 19 | 87,0 | 13,0 |
| Diğer İller | 1.168 | 417 | 73,7 | 26,3 |
| Türkiye Geneli | 2.234 | 571 | 79,6 | 20,4 |

Kaynak: Dağıtımçılardan elde edilen belgeler

- (21) 90'lı yıllarla beraber, gösterime giren sinema filmi sayısının artması ile gösterimciler, büyük sinema yapılarını bölerek perde sayısını artırmış ve daha ufak salonlarda hizmet vermeye başlamıştır. Günümüzde ise az perdeye sahip cadde üzerindeki gösterimcilerin yerini çoğunlukla AVM içerisinde konumlanmış çoklu perde sayısına sahip gösterimciler almıştır. Sinema Sektör Raporu'nda tespit edildiği üzere, 2014 yılı itibarıyla 1-3 perdeli küçük ölçekli gösterimciler toplam gösterim kapasitesinin ancak %11'ini oluşturmaktadır. Bununla birlikte, 2018 yılına gelindiğinde bu oranın yaklaşık %7'ye düştüğü anlaşılmaktadır. 4-7 perdeli orta ölçekli gösterimcilerin toplam gösterim kapasitesinin %39'unu; 8 ve daha fazla perdeye sahip büyük ölçekli gösterimcilerin ise %54'ünü oluşturduğu görülmektedir. Küçük ölçekli gösterimcilerin gösterim kapasitelerinin %77'si AVM dışında bulunmaktadır; bu oran gösterimcilerin ölçeği büyüdükçe tam tersine dönmektedir. Büyük ölçekli gösterimcilerin perde kapasitesinin %93'ü AVM'de bulunmaktadır. Dolayısıyla, küçük ölçekli gösterimcilerin önemli bir kısmının AVM dışında olduğu, buna karşın büyük ölçekli gösterimcilerin önemli bir kısmının AVM'de bulunduğunu söylemek mümkündür.

Tablo-3: Gösterimcilerin Ölçeğine Göre AVM ve AVM Dışında Bulunan Perde Sayıları

| Gösterimci Grubu | AVM'de Bulunan Perde Sayısı | AVM Dışında Bulunan Perde Sayısı | Toplam Perde Sayısı | AVM Perde Oranı (%) | AVM Dışı Perde Oranı (%) | Perde Grubunun Toplam Perde Sayısına Oranı (%) |
|---------------------------|-----------------------------|----------------------------------|---------------------|---------------------|--------------------------|--|
| 1-3 Perdeli ¹¹ | 45 | 151 | 196 | 23,0 | 77,0 | 6,9 |
| 4-7 Perdeli ¹² | 767 | 319 | 1.086 | 71,0 | 29,0 | 38,7 |
| 8+ Perdeli ¹³ | 1.422 | 101 | 1.523 | 93,0 | 7,0 | 54,2 |
| Genel Toplam | 2.234 | 571 | 2.805 | 80,0 | 20,0 | 100,0 |

Kaynak: Dağıtımçılardan elde edilen bilgiler

¹⁰ Türkiye genelinde AVM'de bulunan işletme sayısı 195, AVM'de bulunmayan işletme sayısı 150 olarak hesaplanmıştır.

¹¹ Türkiye genelinde 1-3 perdeli küçük ölçekli gösterimci sayısı 93 olarak tespit edilmiştir. Bu gösterimcilerin 18'i (%19) AVM'de, 75'i (%81) AVM dışında bulunmaktadır.

¹² Türkiye genelinde 4-7 perdeli orta ölçekli gösterimci sayısı 192 olarak tespit edilmiştir. Bu gösterimcilerin 129'u (%67) AVM'de, 63'ü (%33) AVM dışında bulunmaktadır.

¹³ Türkiye genelinde 8+ perdeli büyük ölçekli gösterimci sayısı 160 olarak tespit edilmiştir. Bu gösterimcilerin 148'i (%92) AVM'de, 12'si (%8) AVM dışında bulunmaktadır.

- (22) Sinema sektöründe yapım şirketlerinin filmin gösteriminden elde edeceği gelir, gelir/hasılatın %50-%50 oranında gösterimciyle paylaşılması esasına göre belirlenmektedir. Buna göre, yapım şirketleri ilk olarak sinema filmi için uygun sinema salonlarının tespit edilmesi ve bunlarla anlaşmanın sağlanması için bir dağıtım şirketi ile anlaşmaktadır. Filmin gösterildiği sinema salonları tarafından rapor edilen rakamlar doğrultusunda yapımcının payına düşen bedel dağıtım şirketi tarafından toplanmaktadır. Elde edilen hasılatın %2 ila %10 arasında değişen dağıtım komisyonu düşüldükten sonra yapımcı firmaya ödeme yapılmaktadır. Uygulanmakta olan bu hasılat paylaşım modeli nedeniyle yapım şirketleri gösterim pazarındaki fiyatlandırma politikalarından doğrudan etkilenmektedir.

I.2.2. İlgili Ürün Pazarı

- (23) Sektöre ilişkin yukarıda yer verilen bilgiler ve üretim zinciri değerlendirildiğinde, sinema filmlerinin dağıtımının sektördeki diğer ekonomik faaliyetler olan film yapımcılığı ve sinema salonu işletmeciliğinden ayırt edilebilen bir ekonomik faaliyet özelliği gösterdiği görülmektedir. Öneraştırmanın konusunu sinema filmi dağıtım şirketlerinin filmlerin gösterimde kalma sürelerine ilişkin eylemlerinin oluşturduğu göz önüne alınarak, ilgili ürün pazarlarından biri “filmlerin sinemalarda gösterimi amacıyla dağıtım pazarı”¹⁴ olarak belirlenmiştir. Ayrıca, sinema filmi dağıtım şirketlerinin şikâyet konusu eylemlerinin sinema filmi gösterim şirketlerinin faaliyetlerini etkilediği de dikkate alınarak, sektöre yönelik geçmiş Kurul kararları doğrultusunda¹⁵ bir diğer ilgili ürün pazarı “sinema filmi gösterim hizmetleri pazarı” olarak tanımlanmıştır.

I.2.3. İlgili Coğrafi Pazar

- (24) İşbu öneraştırmanın Türkiye’de faaliyet gösteren tüm sinema filmi dağıtım şirketlerinin eylemlerini konu edinmesi ve yapılan incelemelerde dağıtım şirketlerinin filmlerin dağıtımını il bazlı ya da yerel sinema/AVM’de yer alan sinemalar gibi ayrımlar gözetmeden ülke çapında gerçekleştirdiğinin tespit edilmesi nedeniyle başvuru konusu bakımından ilgili coğrafi pazar, her iki ilgili ürün pazarı için de “Türkiye” olarak belirlenmiştir.

I.3. Yerinde İncelemelerde Elde Edilen Belgeler

I.3.1. MARS’a ait Sinema Salonlarında Film Biletinin Yanında Zorla Menü Satışı Yapılıp Yapılmadığına Dair Elde Edilen Belgeler

- (25) **Belge-1:** MARS Kurumsal İlişkiler Direktörü (.....) tarafından MARS Operasyon Müdürü (.....) ve MARS çalışanları (.....)’a gönderilen 11.12.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı e-postada (.....) e-posta adresinden kendisine gönderilen e-postayı MARS çalışanlarına iletmiştir;
“(.....).”
- (26) **Belge-2:** MARS Kurumsal İlişkiler Direktörü (.....) tarafından, MARS Operasyon Müdürü (.....) ve MARS çalışanları (.....)’a 17.12.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı e-posta gönderilmiştir. (.....) e-posta adresinden (.....)’a iletilen e-postanın bilgisinde (.....) e-posta adresi, (.....) bulunmaktadır;

¹⁴ 01.06.2016 tarihli ve 16-19/317-144 sayılı Kurul kararında da ilgili pazar “*filmlerin sinemalarda gösterimi amacıyla dağıtım pazarı*” olarak belirlenmiştir.

¹⁵ 18.01.2005 tarih ve 05-06/48-20 sayılı Warner Bros.-1 kararı, 06.05.2009 tarih ve 09-21/446-111 sayılı Özen Film kararı, 18.06.2009 tarih ve 09-29/632-148 sayılı Fida Film kararı, 17.06.2010 tarih ve 10-44/765-248 sayılı UIP kararı, 19.01.2012 tarih ve 12-02/73-19 sayılı Özen Film-2 kararı, 26.01.2012 tarih ve 12-03/93-32 sayılı Mars-1 kararı, 12.09.2014 tarih ve 14-32/654-289 sayılı Mars-2 kararı, 20.11.2015 tarih ve 15-41/682-243 sayılı Mars-3 kararı.

“(.....).”

- (27) **Belge-3:** MARS Kurumsal İlişkiler Direktörü (.....) tarafından, MARS Operasyon Müdürü (.....) ve MARS çalışanları (.....)'a 13.12.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı e-posta gönderilmiştir. (.....) e-posta adresinden (.....)'a iletilen e-postanın bilgisinde (.....) bulunmaktadır;

“(.....).”

- (28) **Belge-4:** MARS Kurumsal İlişkiler Direktörü (.....), MARS Operasyon Müdürü (.....) ve MARS çalışanları (.....) 13.12.2018 tarihli “(.....)” başlıklı e-postayı göndermiştir. (.....) e-posta adresinden (.....)'a iletilen e-postanın bilgisinde (.....) bulunmaktadır;

“(.....).”

ifadelerine yer verilmiştir.

- (29) **Belge-5:** (.....) MARS Operasyon Müdürü (.....)'e gönderilen 18.12.2018 tarihli “(.....)” başlıklı e-postada aşağıdaki ifadeler bulunmaktadır;

“(.....),

...

“(.....).”

- (30) **Belge-6:** MARS Kurumsal İlişkiler Direktörü (.....) tarafından MARS Operasyon Müdürü (.....) ve MARS Avukatı (.....)'ya gönderilen 11.10.2018 tarihli “(.....)” başlıklı e-postada aşağıdaki ifadeler bulunmaktadır;

“(.....).”

- (31) **Belge-7:** MARS Avukatı (.....) tarafından MARS Operasyon Müdürü (.....)'e gönderilen 19.07.2018 tarihli “(.....)” başlıklı e-postada, şikâyetler kapsamında denetçilerin şirkete para cezası kestiği, şikâyetçilerin tüketici hakem heyetlerine başvurduğu, zorla menü satılmasına yönelik uygulamalara son verilmesi gerektiği belirtilmiştir.

- (32) **Belge-8:** MARS Halkla İlişkiler Müdürü (.....) tarafından MARS Operasyon Müdürü (.....)'e gönderilen 04.12.2018 tarihli “(.....)” başlıklı e-postada, şikâyetlerin devam etmesi ve şirket politikasına aykırı satış stratejilerinin uygulanması nedeniyle tüm lokasyonlara bir duyuru metni gönderileceği ifade edilmiştir.

- (33) **Belge-9:** MARS Marmara Bölge Müdürü (.....) tarafından MARS Eskişehir/Espark Lokasyonu Sinema Müdürü (.....)'a gönderilen 02.01.2018 tarihli “(.....)” başlıklı e-postada Film Programlama Genel Müdürü (.....) tarafından yazılan 02.01.2018 tarihli e-postada aşağıdaki ifadeler yer verilmiştir;

“(.....).”

- (34) **Belge-10:** MARS Satış Lojistik Uzmanı (.....) tarafından MARS Dağıtım Departmanı Finans ve Muhasebe Uzmanı (.....)'ya gönderilen 05.01.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı e-postada aşağıdaki ifadeler yer verilmiştir;

“(.....).”

I.3.2. Dağıtımıcılar Tarafından Gösterimcilere Sunulan Tavsiye Gösterim Sürelerine İlişkin Belgeler

I.3.2.1. MARS'ta Elde Edilen Konuya İlişkin Belgeler

- (35) **Belge-11:** (.....) çalışanı (.....) ve MARS Dağıtım Satış Uzmanı (.....) arasında gerçekleşen 06.03.2018 tarihli “(.....)” başlıklı e-postada, “(.....)” filmi (.....) hafta, “(.....)” ise (.....) hafta olarak tavsiye edilmiştir.

- (36) **Belge-12:** 16.03.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı Kahramanmaraş Elbistan Sinemaları yetkilisi (.....) tarafından MARS Dağıtım Satış Uzmanı (.....)’a gönderilen e-postada, (.....) hafta olarak tavsiye edilen “(.....)” filmi (.....) hafta; (.....) hafta olarak tavsiye edilen “(.....)” filmi için (.....) hafta talep edilmiştir.
- (37) **Belge-13:** 18.04.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı e-postada, o dönemde MARS çalışanı olan (.....)’un “(.....)” filmi (.....) hafta tavsiyesi ile sunduğu, (.....) Sinemaları yetkilisi (.....)’nın ise film için (.....) hafta talepte bulunduğu görülmektedir.
- (38) **Belge-14:** 19.04.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı e-postada, o dönemde MARS çalışanı olan (.....)’un “(.....)” filmi (.....) hafta olarak tavsiye ettiği, (.....) Sinemaları yetkilisi (.....)’in film için (.....) hafta talepte bulunduğu görülmektedir.
- (39) **Belge-15:** 24.04.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı e-postada, (.....) Sinemaları yetkilisi (.....) o dönemde MARS çalışanı olan (.....) tarafından (.....) hafta olarak tavsiye edilen “(.....)” filmine (.....) hafta, (.....) hafta olarak tavsiye edilen “(.....)” filmine ise (.....) hafta talepte bulunduğu görülmektedir.
- (40) **Belge-16:** 25.04.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı e-postada, (.....) Sineması yetkilisi (.....), o dönemde MARS çalışanı olan (.....) tarafından (.....) hafta olarak tavsiye edilen “(.....)” filmine (.....) hafta, (.....) hafta olarak tavsiye edilen “(.....)” filmine ise (.....) hafta talepte bulunmuştur.
- (41) **Belge-17:** 30.05.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı e-postada, o dönemde MARS’ta çalışan (.....)’un filmi (.....) hafta tavsiye etmiş, “(.....)” filmi ikinci kez vizyona gireceğinden bu film için hafta tavsiyesinde bulunmamıştır. (.....) Sinemaları yetkilisi (.....) ise “(.....)” filmi (.....) hafta, “(.....)” filmi (.....) hafta olarak talep etmiştir.
- (42) **Belge-18:** 13.06.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı e-postada MARS Dağıtım Satış Uzmanı (.....)’un filmi (.....) hafta, “(.....)” filmi (.....) hafta olacak şekilde tavsiye etmiştir. (.....) yetkilisi (.....)’un filmi (.....) hafta, “(.....)” filmi (.....) hafta olarak talep etmiştir. “(.....)” filmi 2. kez vizyona gireceğinden (.....) hafta tavsiyesinde bulunmamış, sinema yetkilisi filmi (.....) hafta olarak talep etmiştir.
- (43) **Belge-19:** 22.06.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı e-postada, MARS Dağıtım Satış Uzmanı (.....)’un ve “(.....)” filmlerini (.....) hafta tavsiye ile gösterimciye göndermiş, (.....) Sineması yetkilisi (.....)’un ve “(.....)” filmlerini tavsiyeye uygun olarak (.....) hafta olarak talep etmiştir.
- (44) **Belge-20:** 18.07.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı e-postada MARS Dağıtım Satış Uzmanı (.....) tarafından (.....) hafta olarak tavsiye edilen “(.....)” ve “(.....)” adlı filmler için (.....) Sineması yetkilisi (.....) hafta olarak talepte bulunduğu görülmektedir.
- (45) **Belge-21:** 14.08.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı e-postada, MARS Dağıtım Satış Uzmanı (.....) tarafından (.....) hafta olarak tavsiye edilen “(.....)” filmi için (.....) Sinemaları yetkilisi (.....) tarafından (.....) hafta talepte bulunduğu görülmektedir.
- (46) **Belge-22:** 16.08.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı e-postada, MARS Dağıtım Satış Uzmanı (.....) hafta olarak tavsiye ettiği “(.....)” filmine, (.....) Sineması için (.....) hafta, (.....) Sineması için (.....) hafta talep edilmiştir.
- (47) **Belge-23:** 03.09.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı e-postada, MARS Satış Lojistik Uzmanı (.....) tarafından “(.....)” filmi (.....) hafta, “(.....)” filmi (.....) hafta ve “(.....)” filmi (.....) hafta olarak tavsiye edilmiştir. (.....) yetkilisi ise “(.....)” filmi (.....) hafta, “(.....)” filmi (.....) hafta, “(.....)” filmi (.....) hafta, “(.....)” filmi (.....) hafta olarak talep etmiştir.

- (48) **Belge-24:** 12.09.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı (.....) yetkilisi (.....) MARS Satış Lojistik Uzmanı (.....) arasında gerçekleşen e-postada, “(.....)” filminin MARS Dağıtım Satış Uzmanı (.....) tarafından (.....) hafta olarak tavsiye edildiği, ancak (.....) tarafından (.....) hafta olarak talep edildiği görülmektedir. Yine aynı iletide, “(.....)” nın (.....) hafta olarak tavsiye edildiği ve (.....) yetkilisinin teklife uygun olarak (.....) hafta talepte bulunduğu görülmektedir.
- (49) **Belge-25:** 28.09.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı e-postada, (.....) Sinema Müdürü (.....) teklif edilen (.....) filminden sadece “(.....)” filmini talep ettiği, MARS Sinema Bölge Müdürü (.....)’ın buna karşılık olarak dağıtımcının diğer filmler için de talep gönderilmesini istediği görülmektedir.
- (50) **Belge-26:** 27.10.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı e-postada, MARS Dağıtım Satış Uzmanı (.....) filmini (.....) salonlu sinemalar için en az (.....) hafta, (.....) salonlu sinemalar için en az (.....) hafta olacak şekilde (.....) yetkilisi (.....)’e teklif etmiştir. Cevap olarak, (.....) yetkilisi (.....) tarafından “(.....)” filmi (.....) hafta olarak talep edilmiştir.
- (51) **Belge-27:** 27.11.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı (.....) yetkilisi (.....) ve MARS Dağıtım Satış Uzmanı (.....) arasında gerçekleşen yazışmalarda, (.....) yetkilisi (.....) filmine programından dolayı tek seans verebildiği, (.....) haftada (.....) milyon seyirci çekmeyi başarmış “(.....)” filminin (.....) haftada en az (.....) ile gösterilmesinin gerektiğini ifade ettiği görülmektedir. E-postanın sonunda (.....) kararında ısrarcı olmuş, programının dolu olduğunu tekrarlamıştır.

I.3.2.2. CJET’ten Elde Edilen Konuya İlişkin Belgeler

- (52) **Belge-28:** (.....) yetkilisi (.....) CJET’te Film Dağıtım Direktörü olarak göreve başlayan (.....) arasında gerçekleşen 17.09.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı e-postada, (.....) filminin (.....) hafta gösterimde kalmasını talep etmiştir. (.....) ise filmin (.....) hafta gösterimde kalmasının kabul edilemeyeceğini, kendisinin diğer salon sahiplerinden hiçbirine filmi (.....) haftalığına dağıtmadığını ileri sürerek (.....) haftalık gösterim süresinin uygun olduğunu belirtmiştir.
- (53) **Belge-29:** CJET Film Dağıtım Direktörü (.....) ve (.....) işletmecisi (.....) arasında gerçekleşen 02.10.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı e-postada, (.....) filmini vizyondan çıkarmayı talep etmiş, ancak (.....) filmin (.....) seans vizyonda kalmasını rica etmesi üzerine öneriyi kabul etmiştir.
- (54) **Belge-30:** (.....) Film Programlama Müdürü (.....) ve CJET Film Dağıtım Direktörü (.....) arasında gerçekleşen 08.10.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı e-postada, (.....) belirtmesi üzerine (.....) filmi için (.....) ifade etmiştir.
- (55) **Belge-31:** (.....) Sineması yetkilisi (.....) ve CJET Film Dağıtım Direktörü (.....) arasında gerçekleşen 08.10.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı e-postada, (.....) tarafından (.....) filmi için (.....) haftalık süreyi kabul etmesi durumunda filmin dağıtımının yapılabileceği ifade edilmiştir.
- (56) **Belge-32:** (.....) yetkilisi (.....) ve CJET Film Dağıtım Direktörü (.....) arasında gerçekleşen 09.10.2018 tarihli “(.....)” başlıklı e-postada, (.....)’nın “(.....)” filmi için talep ettiği süreye yanıt olarak (.....) belirtmiştir.
- (57) **Belge-33:** (.....) yetkilisi (.....) ile yapılan 05.11.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı yazışmalarda ise, sinema yetkilisinin “(.....)” filmini (.....) talebi CJET Film Dağıtım Direktörü (.....) tarafından kabul edilmiştir.

- (58) **Belge-34:** 06.11.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı e-postada, (.....) sinemaları yetkilisi (.....) ve CJET Film Dağıtım Direktörü (.....) seans sayıları hakkında görüşmüştür. (.....) filmi için taraflar arasında önceden (.....) hafta olarak anlaşmaya varıldığını, (.....) belirtmiştir. (.....) kendisini aramasını talep etmiştir.
- (59) **Belge-35:** 12.11.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı e-postada, (.....) yetkilisi “(.....)” filmi için sinemasında yer olmadığını belirtmesi üzerine CJET Film Dağıtım Direktörü (.....) telefonda görüşme talebinde bulunmuştur.
- (60) **Belge-36:** (.....) Sinema Müdürü (.....) tarafından CJET Film Dağıtım Direktörü (.....)’a gönderilen 12.11.2018 tarihli “(.....)” başlıklı e-postada, sinema salonu işletmecisi (.....) filmin (.....) salonda gösterime devam etmesini talep etmesine karşılık olarak (.....) yeteri kadar salona sahip olmadığından “(.....)” filmini (.....) salonda gösterebildiğini ifade etmiştir.
- (61) **Belge-37:** (.....) yetkilisi (.....) ve CJET Film Dağıtım Direktörü (.....) arasında gerçekleşen 03.12.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı e-postada; sinema salonu işletmecisinin filmi vizyondan çıkarma teklifi (.....) tarafından kabul edilmiştir.
- (62) **Belge-38:** (.....) yetkilisi (.....) ve CJET Film Dağıtım Direktörü (.....) arasında gerçekleşen 18.12.2018 tarihli “(.....)” başlıklı e-postada; (.....) filmi hafta sonu (.....) kişi izlediğinden (.....) istediğini iletmıştır. (.....) ise talebi kabul etmiştir.

I.3.2.3. TME’de Elde Edilen Konuya İlişkin Belgeler

- (63) **Belge-39:** (.....) yetkilisi (.....) ve TME Film Programlama Sorumlusu (.....) arasında gerçekleşen, bilgisinde TME Genel Müdürü (.....) ve TME Film Programlama Sorumlusu (.....) yer aldığı 03.12.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı e-postada gönderilen programa cevaben, aşağıdaki ifadelerle yer verilmiştir;
- (.....).”

I.3.2.4. UIP’de Elde Edilen Konuya İlişkin Belgeler

- (64) **Belge-40:** (.....) yetkilisi (.....) ve UIP Satış Uzmanı (.....) arasında gerçekleşen 13-14.11.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı e-postada aşağıdaki ifadelerle yer verilmiştir;
- (.....)”
- (65) **Belge-41:** (.....) yetkilisi (.....) ve UIP Satış Müdürü (.....) arasında gerçekleşen 12-13.12.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı e-postada, işletmecinin “(.....)” filmini gösterimden kaldırma talebi (.....) yetkilisi tarafından kabul edilmiştir.
- (66) **Belge-42:** (.....) Tesis Müdürü (.....) ve UIP Satış Müdürü (.....) arasında gerçekleşen 10.12.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır;
- (.....)”

I.3.2.5. WARNER BROS’ta Elde Edilen Konuya İlişkin Belgeler

- (67) **Belge-43:** (.....) yetkilisi (.....) ve WARNER BROS Satış Departmanı Müdürü (.....) arasında gerçekleşen ve bilgisinde (.....) yer aldığı 17.01.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı e-postada, sinema salonu işletmecisi “(.....)” filmini hafta sonu (.....) kişi izlediğinden vizyondan çıkarma talebini WARNER BROS’a iletmıştır. Bu talep WARNER BROS Satış Departmanı Müdürü (.....) tarafından kabul edilmiştir.
- (68) **Belge-44:** (.....) yetkilisi ile WARNER BROS Satış Departmanı Müdürü (.....) ve WARNER BROS Film Programlama Sorumlusu (.....) arasında gerçekleşen 03.12.2018 tarihli ve “(.....)” başlıklı e-postada, sinema yetkilisi “(.....)” gösterimden kaldırmayı talep etmiş, talebi yetkililerce kabul edilmiştir.

I.3.3. Yapımcıların Gösterimcilere Sunulan Tavsiye Gösterim Şartlarının Tespitinde Belirleyici Olduklarına İlişkin Belgeler

- (69) **Belge-45:** (.....) Genel Müdürü (.....) tarafından e-postanın atıldığı o dönemde MARS'ta çalışmakta olan (.....) gönderilen ve bilgisinde yine o dönemde MARS çalışanı olan (.....), MARS Dağıtım Satış Uzmanı (.....) ve (.....)'in yer aldığı 01.02.2018 tarihli "(.....)" başlıklı e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır;

"(.....)."

- (70) **Belge-46:** : E-postanın atıldığı dönemde MARS'ta Dağıtım Satış Uzmanı olan (.....) tarafından MARS Dağıtım Satış Uzmanı (.....)'a gönderilen 16.05.2018 tarihli ve "(.....)" başlıklı e-postada aşağıdaki ifadelere yer verilmiştir;

"...(.....)."

I.3.4. TME'den Elde Edilen Diğer Belgeler

- (71) **Belge-47:** TME Film Programlama Sorumlusu (.....) tarafından (.....) yetkilisi (.....)'e gönderilen 28.05.2018 tarihli ve "(.....)" başlıklı e-postada aşağıdaki ifadelere yer verilmiştir;

(.....)."

- (72) **Belge-48:** TME Satış Yetkilisi (.....) tarafından (.....) yetkilisi (.....) gönderilen (.....) tarihli "(.....)" başlıklı e-postada aşağıdaki ifadelere yer verilmiştir;

(.....)."

- (73) **Belge-49:** TME Film Programlama Sorumlusu (.....) tarafından (.....) yetkilisi (.....)'a gönderilen 14.08.2017 tarihli ve "(.....)" başlıklı e-postada aşağıdaki ifadelere yer verilmiştir;

(.....)."

I.4. Talep Edilen Bilgiler Çerçevesinde Yapılan Tespitler

I.4.1. MARS Tarafından Gönderilen Sinema Bileti ve Büfe Ürünlerinin Birlikte Satışının Zorunlu Tutulup Tutulmadığına Dair Belgeler

- (74) MARS'ın sinema salonlarında sinema bileti ve büfe ürünlerinin paket satışının zorunlu tutulup tutulmadığına dair yerinde incelemede elde edilen MARS çalışanları arasındaki iç yazışmalardan, sinema salonu müdürlerine paket satışın zorunlu olmadığına yönelik yazı gönderileceği anlaşılmaktadır. Bunun üzerine MARS'tan bu yazının gönderilip gönderilmediği hakkında bilgi talep edilmiştir.

- (75) MARS, incelemede bulunan e-postalara benzer e-postaları Rekabet Kurumuna duyuru metni örneği olarak göndermiştir. MARS duyuru metninden kastedilenin e-postaların çıktısının alınarak personele imzalatılması olduğunu belirtmiştir. Bunun üzerine MARS'tan metnin personel tarafından anlaşıldığını ifade eder yazı ve imzanın yer aldığı örnekler talep edilmiş ve söz konusu bilgiler Kuruma gönderilmiştir.

- (76) Kurum kayıtlarına iletilen 25.12.2018 tarihli, (.....)'a gönderilen; bilgisinde (.....)'nin bulunduğu, "(.....)" başlıklı duyuru e-postasında aşağıdaki ifadeler yer almaktadır;

"(.....)."

- (77) Kurum kayıtlarına iletilen aynı tarihteki MARS çalışanı (.....) tarafından MARS Operasyon Müdürü (.....) gönderilen bilgisinde (.....) başlıklı e-postada aşağıdaki ifadeler yer almaktadır;

"(.....)."

I.4.2. Filmlerin Gösterimde Kaldığı Sürelere İlişkin Yapılan Tespitler

- (78) Başvuru konusu temelde dağıtımçıların az salonu olan gösterimcilere filmlerin gösterimde kalma süresini dayattığı, bu gösterimcilerin filmleri uzun süreler göstermek zorunda kaldıkları ve gösterimden çıkarmak istediklerinde izin verilmediği iddiasına dayanmaktadır. Söz konusu iddialar tüm dağıtımçılara yöneltilmiştir. Bu çerçevede, dosya kapsamında dağıtım pazarının yaklaşık %90'ını oluşturan dağıtımçılardan bilgi talep edilmiştir.
- (79) Dosya konusu iddialar bağlamında, gösterimciler Sinema Sektör Raporu'na paralel şekilde 1-3 perdesi olan küçük ölçekli gösterimciler; 4-7 perdesi olan orta ölçekli gösterimciler ile 8 ve daha fazla perdeye sahip büyük ölçekli gösterimciler olarak ayrılmıştır. Küçük ölçekli gösterimcilerin %77'sinin AVM dışında; buna karşın orta ölçekli gösterimcilerin %70'inin ve büyük ölçekli gösterimcilerin %93'ünün AVM'de bulunduğu dikkate alındığında, yapılan ayırım neticesinde ulaşılan sonuçların AVM'de bulunan/AVM'de bulunmayan gösterimci ayırımı neticesinde elde edilecek sonuçları büyük ölçüde karşılayacağı değerlendirilmiştir. Yapılan analizde küçük-orta-büyük ölçekli sinemalar, perde sayısına göre gruplanmış, ayrıca AVM'de bulunan/AVM'de bulunmayan gösterimci ayırımına yer verilmemiştir.
- (80) Öte yandan, bir filmin gösterime girdiği perde sayısı ve gösterim süresi, filmin seyirci ve hasılat beklentisinin yüksek olması veya gösterimde kaldığı ilk hafta sonunda yüksek hasılat elde etmesi ve menşei ile yakından ilgilidir. Bir filmin gişe beklentisi yükseldikçe, film daha çok sayıda salonda gösterime girmekte ve gösterimde kalma süresi diğer filmlere göre daha uzun olmaktadır. Bu nedenle, seyirci sayısı düşük olan veya olması beklenen filmler ile seyirci sayısı yüksek olan veya olması beklenen filmlerin farklı bir değerlendirmeye tabi tutulması gerekmektedir. Bu çerçevede, detaylarına aşağıda yer verilen analizlerde seyirci sayısı 500.000 ve daha az olan filmler, 500.001 ila 1.000.000 arasında olan filmler ve 1.000.000'dan fazla olan filmler bakımından ayrıma gidilmiştir¹⁶.
- (81) Aşağıdaki tabloda 2018 yılında seyirci sayısı 1.000.001'den fazla olan 13 filmin tamamının dağıtımçısı, izlenme sayısı, önerilen hafta sayısı ve gösterimci grupları özelinde gösterimde kaldığı ortalama hafta sayılarına yer verilmiştir. Buna göre ilk olarak, dağıtımçıların seyirci sayısı yüksek olacağı tahmin edilen filmler için gösterimcilerin tümüne genellikle (.....) veya (.....) hafta gösterim süresi tavsiye ettiği anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, gösterimi sona ermiş (.....) filmin (.....), filmin küçük ölçekli gösterimcilerde önerilen hafta sayısından daha kısa süre; orta ölçekli gösterimcilerde önerilen hafta sayısından daha kısa veya neredeyse yakın bir süre; büyük ölçekli gösterimcilerde ise önerilen haftaya yakın veya daha uzun süre gösterimde kaldığı görülmektedir. Bir başka deyişle, tablodaki filmlerin perde sayısı arttıkça gösterimde kaldığı ortalama sürenin arttığı, küçük ölçekli gösterimcilerde ise önerilen hafta sayısından çok daha az süre gösterimde kaldığı anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, seyirci sayısı beklenenin çok üzerinde gerçekleşen "(.....)" filmi ise her bir gösterim grubu için önerilen hafta sayısından çok daha uzun süre gösterimde kalmıştır.

¹⁶ Analiz için teşebbüslerden toplanan bilgilerin son tarihi olan 20.12.2018 tarihi itibarıyla, 2018 yılında 414 yeni film gösterime girmiştir. Bu filmlerin seyirci sayısı 64.120.857 olarak gerçekleşmiştir. Filmlerin hangi tür gösterimcilerde kaç hafta gösterimde kaldığının analizi için temel alınan film sayısı, bazı dağıtımçıların verilerinin seans bazlı olması gibi problemler nedeniyle 77 ile sınırlı kalmıştır. Ancak analiz edilen filmler toplamda 50.712.038 kişi tarafından izlenmiştir. Bu bakımdan analize dahil edilen filmlerin seyirci sayısı toplam seyirci sayısının yaklaşık %79'unu oluşturmaktadır. Dolayısıyla analiz edilen filmler pazarın genel yapısını ortaya koymak için yeterlidir.

Tablo-4: İzleyici Sayısı 1.000.000'dan Fazla Olan Filmler

| Dağıtımçı | Film Adı ¹⁷ | Gösterim Tarihi | İzleyici Sayısı | Hafta Tavsiyesi | Gösterimde Kaldığı Ortalama Hafta Sayısı | | |
|-----------|--------------------------------|-----------------|------------------|-----------------|--|-----------|----------|
| | | | | | 1-3 Perde | 4-7 Perde | 8+ Perde |
| MARS | Rafadan Tayfa Dehliz Macerası | 26.10.2018 | 1.570.400 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Delih 2 | 12.01.2018 | 2.106.154 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Ailecek Şaşkınlık | 02.03.2018 | 4.034.858 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Arif v 216 | 05.01.2018 | 4.968.462 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Müslüm* | 26.10.2018 | 6.271.688 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | ORTALAMA | | 3.790.312 | | (.....) | (.....) | (.....) |
| CJET | Bizim İçin Şampiyon* | 07.12.2018 | 1.317.980 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Çakallarla Dans 5* | 08.11.2018 | 1.405.390 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Hedefim Sensin* | 30.11.2018 | 1.575.868 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Yol Arkadaşım 2* | 12.10.2018 | 2.335.668 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | ORTALAMA | | 1.658.727 | | (.....) | (.....) | (.....) |
| UIP | Incredibles 2 | 22.08.2018 | 1.266.309 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Avengers | 27.04.2018 | 1.909.967 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | ORTALAMA | | 1.588.138 | | (.....) | (.....) | (.....) |
| TME | Deadpool 2 | 18.05.2018 | 1.374.325 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Enes Batur Hayal mi Gerçek mi? | 19.01.2018 | 1.483.848 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | ORTALAMA | 26.10.2018 | 1.429.087 | | (.....) | (.....) | (.....) |

Kaynak: Teşebbüslerden elde edinilen bilgiler ve raportörlerce yapılan hesaplamalar

- (82) Dağıtımçıların teşebbüs bazında ele alındığında, birbirine yakın seyirci ortalamalarına sahip (.....) ve (.....) tarafından dağıtılan filmlerin küçük ve orta ölçekli gösterimci gruplarına göre ortalama gösterimde kalma süreleri birbirine oldukça benzemektedir. Söz konusu teşebbüslerin filmleri küçük ölçekli gösterimcilerde (.....) hafta; orta ölçekli gösterimcilerde (.....) hafta arasında gösterimde kalmaktadır. Teşebbüslerin büyük ölçekli gösterimcilerde gösterimde kalma ortalamaları ise nispeten farklılaşmaktadır: (.....) filmleri (.....); (.....) filmleri (.....); (.....) filmleri (.....) hafta gösterimde kalmıştır. (.....) tarafından dağıtılan filmlerin ortalama gösterimde kalma süresi diğer dağıtımçılardan her bir gösterimci grubunda (.....). Ancak, (.....) tarafından dağıtılan filmlerin ortalama seyirci sayısının diğer dağıtımçıların dağıttığı filmlerin ortalamalarının (.....) belirtilmelidir. Daha çok seyirci sayısına sahip filmler, gösterimciler için de karlı olduğundan, daha uzun süre gösterimde kalmaktadır. Dolayısıyla (.....) tarafından dağıtılan filmlerin, daha fazla ortalama seyirci sayısına sahip filmler olması nedeniyle, bu durum filmlerin ortalama gösterim sürelerine de yansımıştır. Öte yandan, (.....) tarafından dağıtılan ve seyirci sayısı diğer dağıtımçıların dağıttığı filmlerin seyirci sayısı ortalamalarına benzer olan “(.....)” filminin gösterimci gruplarına göre sırasıyla (.....) hafta olan ortalama gösterim sürelerinin diğer dağıtımçılardan bariz şekilde farklılaşmadığı, küçük ölçekli gösterimciler bakımından bu farkın daha az olduğu görülmektedir.

¹⁷ Bu tabloda ve devamında yer alan tablolarda filmlerin yanında yer alan “*” ibaresi filmin gösteriminin sürdüğünü ifade etmektedir.

- (83) Seyirci sayısı 500.001 ila 1.000.000 arasında olan filmlerin yer aldığı Tablo-5 incelendiğinde, dağıtımçıların genellikle (.....) ila (.....) hafta arasında gösterim süresi tavsiye ettiği anlaşılmaktadır. Tabloda yer alan gösterimi sona ermiş filmlerin tamamında küçük ölçekli gösterimciler filmleri önerilen haftalardan daha az süre göstermiştir. Orta ölçekli gösterimcilerde de filmlerin genellikle önerilen haftalardan daha az süre gösterimde kaldığı, ancak filmin seyirci sayısı arttıkça önerilen haftalara yakın veya daha uzun süre gösterimde kaldığı görülmektedir. Büyük ölçekli gösterimcilerde ise ilgili kategorideki filmlerin önerilen haftaya yakın veya daha uzun süre gösterimde kaldığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, yukarıda gişesi yüksek filmler için yapılan tespitte benzer şekilde, bu kategorideki filmler için de perde sayısı arttıkça gösterimde kalınan ortalama sürenin arttığı, ancak yine de söz konusu filmlerin küçük ölçekli gösterimcilerde önerilen hafta sayısından çok daha az süre gösterimde kaldığını söylemek mümkündür.
- (84) Tabloda tüm dağıtımçıların dağıttığı filmlerin birbirine yakın sayılabilecek seyirci ortalamalarına sahip olduğu görülmektedir. Bu durumun filmlerin özellikle küçük ve orta ölçekli gösterimcilerdeki ortalama gösterim sürelerine yansıdığı, bu gruplar açısından dağıtımçıların ortalama gösterim sürelerinin birbirinden bariz şekilde farklılaşmadığı gözlenmektedir.

Tablo-5: Seyirci Sayısı 500.001 ila 1.000.000 Arasında Olan Filmler

| Dağıtımçı ¹⁸ | Film Adı | Gösterim Tarihi | İzleyici Sayısı | Hafta Tavsiyesi | Gösterimde Kaldığı Ortalama Hafta Sayısı | | |
|---|--|-----------------|-----------------|-----------------|--|-----------|----------|
| | | | | | 1-3 Perde | 4-7 Perde | 8+ Perde |
| MARS | Deliler Fatihin Fermanı | 23.11.2018 | 575.446 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Kayhan | 9.02.2018 | 602.084 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Bizim Köyün Şarkısı | 30.03.2018 | 799.788 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Cebimdeki Yabancı | 2.02.2018 | 846.833 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Hadi Be Oğlum | 16.02.2018 | 965.066 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | ORTALAMA | | 757.843 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| UIP | Kaybedenler Kulübü 2 | 16.03.2018 | 570.373 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Ölümlü Dünya | 26.01.2018 | 585.145 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Black Panther | 16.02.2018 | 717.704 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Coco | 19.01.2018 | 982.347 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | ORTALAMA | | 713.892 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| WB | Hotel Transilvania 3 | 13.07.2018 | 571.708 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Fantastic Beasts and The Crimes of Grindelwald | 16.11.2018 | 576.767 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | The Meg | 10.08.2018 | 615.272 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Venom | 5.10.2018 | 890.596 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | ORTALAMA | | 663.586 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| TME | Bohemian Rhapsody | 2.11.2018 | 589.846 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Siccin 5 | 17.08.2018 | 633.391 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Kafalar Karışık* | 7.12.2018 | 765.394 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Labirent: Son İsyan | 26.01.2018 | 892.197 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | ORTALAMA | | 720.207 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| Kaynak: Teşebbüslerden elde edinilen bilgiler | | | | | | | |

- (85) İncelenen dağıtımçıları arasında filmleri küçük ölçekli gösterimcilerde en az süre gösterimde kalan dağıtımçı (.....) hafta ile (.....) olurken, en uzun süre gösterimde kalan dağıtımçı (.....) hafta ile (.....) olmuştur. Diğer iki dağıtımçının filmleri ise bu süreler arasındadır. Dolayısıyla ilgili kategorideki filmlerin küçük ölçekli gösterimcilerdeki ortalama gösterim süreleri (.....) hafta gibi dar bir aralıkta değiştiği anlaşılmaktadır. Orta ölçekli gösterimcilerde filmlerin gösterimde kaldığı ortalama süreler (.....) hafta arasına çıkmakta ancak yine yüksek oranlı bir dalgalanma görünmemektedir. Büyük ölçekli gösterimcilere bakıldığında ise ortalama gösterim süreleri ve aralığı biraz daha uzamaktadır; en düşük ortalama süre (.....) hafta ile (.....) olurken, en yüksek ortalama (.....) hafta ile (.....) olmuştur.

Tablo-6: Seyirci Sayısı 500.000 ve Daha Az Olan Filmler

¹⁸ İlgili dönemde CJET'in 500.001 ila 1.000.000 arasında seyirci elde eden filmi bulunmamaktadır. 2018 yılında MARS, TME ve WARNER BROS tarafından dağıtılıp ilgili kategoriye uyan tüm filmler analize dahil edilmiştir. Aynı dönemde UIP tarafından ilgili kategoriye uyan 7 film dağıtılmakla birlikte, bunlar arasında rasgele seçilen 4'ü analize dahil edilmiştir.

| Dağıtımçı ¹⁹ | Film Adı | Gösterim Tarihi | İzleyici Sayısı | Hafta Tavsiyesi | Gösterimde Kaldığı Ortalama Hafta Sayısı | | |
|-------------------------|----------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|--|-----------|----------|
| | | | | | 1-3 Perde | 4-7 Perde | 8+ Perde |
| MARS | Suspiria | 09.11.2018 | 10.077 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Hafıza | 26.01.2018 | 19.284 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Acayip Güzelim | 24.08.2018 | 19.699 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Arapşaçı | 30.03.2018 | 22.856 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Aşkın Gören Gözlere İhtiyacı Yok | 09.05.2018 | 26.880 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Dışarıda | 31.08.2018 | 36.347 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Benim Adım Osssman | 17.08.2018 | 43.296 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Rüzgar | 19.01.2018 | 53.969 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Bal Kaymak | 18.05.2018 | 64.242 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Alem-i Cin | 23.02.2018 | 107.973 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Fındık İşi 2 | 06.04.2018 | 133.299 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Düğüm Salonu | 16.03.2018 | 177.170 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Ahlat Ağacı | 01.06.2018 | 241.902 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | 4N1K2 | 04.05.2018 | 267.847 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Göktaş | 28.09.2018 | 312.207 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Kral Şakir Oyun Zamanı | 11.05.2018 | 346.964 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Maşa ile Koca Ayı 2 | 20.04.2018 | 418.440 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Cici Babam | 20.04.2018 | 440.458 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | ORTALAMA | | 152.384 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| CJET | Sükut Evi* | 21.12.2018 | 117 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | A Christmas Star* | 14.12.2018 | 1.713 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Ouija House* | 21.12.2018 | 8.933 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Dünya Hali | 2.11.2018 | 13.007 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Sevgili Komşum | 19.10.2018 | 22.151 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Napoli Veleta | 26.10.2018 | 53.159 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Bücür | 21.09.2018 | 257.989 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Bizi Hatırla* | 23.11.2018 | 286.678 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | ORTALAMA²⁰ | | 126.597 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| UIP | Lady Bird | 2.03.2018 | 20.334 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | The Darkest Hour | 2.02.2018 | 31.063 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Truth or Dare | 4.05.2018 | 118.995 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | A Quiet Place | 13.04.2018 | 203.349 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Can Feda | 6.04.2018 | 293.604 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Grinch | 23.11.2018 | 366.353 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |

¹⁹ 2018 yılında MARS tarafından ilgili kategoride 57 film dağıtılmakla birlikte, bunlar arasından rasgele seçilen 18'i; CJET tarafından dağıtılan filmlerin tümü analize dahil edilmiştir. UIP tarafından ilgili kategoride 30 film dağıtılmakla birlikte, bunlar arasından rasgele seçilen 7'si; WARNER BROS tarafından ilgili kategoride 20 film dağıtılmakla birlikte, bunlar arasından rasgele seçilen 7'si; TME tarafından ilgili kategoride 41 film dağıtılmakla birlikte, bunlar arasından rasgele seçilen 7'si analize dahil edilmiştir.

²⁰ Talep edilen verilerin tarihi itibarıyla Sükût Evi, A Christmas Star, Quija House filmleri yeni gösterime girmiştir. Bu nedenle bu üç filme ait veriler ortalama hesaplamalarına dahil edilmemiştir.

| Dağıtımçı ¹⁹ | Film Adı | Gösterim Tarihi | İzleyici Sayısı | Hafta Tavsiyesi | Gösterimde Kaldığı Ortalama Hafta Sayısı | | |
|-------------------------|--------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|--|-----------|----------|
| | | | | | 1-3 Perde | 4-7 Perde | 8+ Perde |
| | Fifty Shades Freed | 9.02.2018 | 426.029 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | ORTALAMA | | 208.532 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| WB | Searching | 28.09.2018 | 48.103 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | A Star is Born | 19.10.2018 | 59.362 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Teen Titans Go to Movies | 3.08.2018 | 122.504 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Peter Rabbit | 23.02.2018 | 165.986 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Ready Player One | 30.03.2018 | 181.482 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Ocean's 8 | 15.06.2018 | 310.338 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Rampage | 13.04.2018 | 327.476 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | ORTALAMA | | 173.607 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| TME | Beyaz Diş | 17.08.2018 | 21.632 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Bordo Bereliler 2: Afrin | 23.03.2018 | 41.283 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Küçük Kahramanlar | 9.03.2018 | 61.131 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Karlar Prensi Elliot | 19.10.2018 | 95.654 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Suyun Sesi | 16.02.2018 | 99.769 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Karanlık Zihinler | 3.08.2018 | 169.042 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | Facia Üçlü | 24.08.2018 | 361.018 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | ORTALAMA | | 121.361 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |

Kaynak: Teşebbüslerden elde edilen bilgiler

- (86) Seyirci sayısı 500.000'den az olan filmlerin yer aldığı Tablo-6 incelendiğinde, dağıtımçıların 2 ila 6 hafta arasında değişen gösterim süresi tavsiye ettiği anlaşılmaktadır. Tabloda yer alan gösterimi sona ermiş filmlerin neredeyse tamamında küçük ölçekli gösterimcilerin filmleri önerilen haftalardan daha az süre gösterdiği anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, bu kategorideki bazı filmlerin²¹ niteliğinin sanatsal yönü daha ön planda olan "art-house" filmler olması nedeniyle bu filmlere ilişkin gösterim sürelerinin şimdiye kadar görülen ortalama sürelerden farklılaştığı anlaşılmaktadır. Bu tür filmler bakımından küçük ölçekli gösterimcilerin ortalama gösterim süresi diğerlerinden fazladır. Bu duruma, küçük ölçekli gösterim kategorisinde yer alan işletmeler içerisinde kategorik gösterim yapan işletmelerin bulunması etkili olmuştur.
- (87) Orta ölçekli gösterimcilerde de filmlerin genellikle önerilen haftalardan daha az süre gösterimde kaldığı, ancak filmin seyirci sayısı arttıkça önerilen haftalara yakın veya daha uzun süre gösterimde kaldığı görülmektedir. Büyük ölçekli gösterimcilerde ise ilgili kategorideki filmlerin kimi zaman önerilen haftadan daha az, kimi zaman önerilen haftaya yakın veya daha uzun süre gösterimde kaldığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, daha önceki kategorilerde ele alınan filmler için yapılan tespitte benzer şekilde, bu kategorideki filmler için de perde sayısı arttıkça gösterimde kalınan ortalama sürenin arttığı, ancak küçük ölçekli gösterimcilerde önerilen hafta sayısından çok daha az süre gösterimde kaldığını söylemek mümkündür.
- (88) Dağıtımçıların teşebbüs bazında ele alındığında, birbirine yakın seyirci ortalamalarına sahip (.....) ve (.....) tarafından dağıtılan filmlerin küçük ve orta ölçekli gösterimci gruplarına göre ortalama gösterimde kalma süreleri birbirine oldukça benzemektedir. Söz

²¹ Ahlat Ağacı, Aşkın Gören Gözlere İhtiyacı Yok, Napoli Veleta.

konusu teşebbüslerin filmleri, küçük ölçekli gösterimcilerde (.....) hafta; orta ölçekli gösterimcilerde (.....) hafta; büyük ölçekli gösterimcilerde (.....) hafta arasında gösterimde kalmaktadır. Seyirci ortalamaları bu üç teşebbüsten nispeten fazla olan (.....) ve (.....)'un filmlerinin her bir gösterim grubuna göre gösterimde kaldıkları ortalama süre diğer teşebbüslere göre görece fazla olmakla birlikte, çok farklılaşmamaktadır. Söz konusu teşebbüslere ait ortalama gösterim süreleri sırasıyla küçük ölçekli gösterimcilerde (.....) ve (.....) hafta; orta ölçekli gösterimcilerde (.....) ve (.....) hafta; büyük ölçekli gösterimcilerde ise (.....) ve (.....) haftadır. Dolayısıyla bu kategorideki filmler için de gösterim gruplarına göre gösterim sürelerinin dağıtımıcılar nezdinde bariz şekilde farklılaşmadığını söylemek mümkündür.

I.5. Değerlendirme

- (89) İhbarın konusunu, temel olarak dağıtımıcıların filmlerinin gösterim süreleri ile ilgili yazılı veya sözlü taleplerinin küçük ölçekli gösterimciler bakımından diğer yeni filmlerin gösterilme imkânını ortadan kaldırdığı, bu durumun hem dağıtımıcı lehine fiili münhasırlığa yol açtığı hem de küçük ölçekli gösterimcilerin büyük ölçekli gösterimcilerle rekabet etme olanağını kaldırdığı iddiası oluşturmaktadır. Bunun yanında, işbu dosya kapsamında son zamanlarda medyaya da kendine yer bulan MARS'ın gösterim aşamasında seyircilere bilet ve büfe ürünlerini bir arada almayı zorunlu tuttuğu iddiası incelenmiştir. Son olarak, dosya kapsamında TME'de yapılan yerinde incelemede teşebbüsün filmlerini paket halinde dağıtmaya çalıştığını gösterir e-postalar elde edilmiş ve değerlendirilmiştir.
- (90) Bununla birlikte, dosya kapsamında 2018 yılının Eylül ayında film dağıtmaya başlayan CJET ile MARS Grubu arasındaki hissedarlık ilişkileri ve tek teşebbüs olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceği de incelenmiştir. Yapılan değerlendirmelere aşağıda yer verilmiştir.

I.5.1. İhbarda Yer Alan İddialar Çerçevesinde Yapılan Değerlendirme

I.5.1.1. İddiaların Belgeler Bazında Değerlendirilmesi

- (91) Öneri araştırma konusu şikâyetin esasını oluşturan dağıtımıcıların filmlerin gösterimde kalma süresini belirlemeye yönelik eylemlerinin rekabeti kısıtladığı iddiasını değerlendirmek amacıyla yerinde incelemelerde elde edilen belgeler teşebbüs bazında değerlendirilmiştir. Belgelerde gösterimciler ile dağıtımıcılar arasında filmleri çıkarıp çıkarmama, belirli bir süreyle programa alma gibi konularda yazışmalar olduğu görülmektedir. Bu yazışmaların bir kısmında gösterimcilerin hâlihazırda gösterimi devam eden filmler için gelen gösterimden çıkma taleplerinin doğrudan kabul edildiği, bir kısmında ise dağıtımıcıların gösterimde kalması için ısrarcı olduğu görülmüştür.

I.5.1.1.1. MARS'ta Elde Edilen Belgelerin Değerlendirilmesi

- (92) MARS'ta yerinde incelemede elde edilen belgeler daha sonradan teşebbüsten elde edilen bilgiler doğrultusunda incelenmiştir. Elde edilen belgelerin bir bölümünde filmlerin MARS tarafından tavsiye edilen sürenin de üzerinde gösterimde tutulduğu tespit edilmiştir. Önerilenden fazla süre gösterimde kalan filmlerin, büyük ölçüde beklenenin üzerinde seyirci çeken filmler olduğu görülmektedir. Aşağıda filmlerin tavsiye edilen süreden daha fazla süre gösterimde kaldığını gösteren belgeler yer almaktadır.

- Belge-24'te MARS Satış Lojistik Uzmanı (.....)'ın "(.....)" filmini (.....) hafta olarak tavsiye ettiği ve filmin (.....) yetkilisi (.....) tarafından (.....) hafta olarak talep edildiği görülmektedir. (.....)'ın filmi (.....) hafta talep ettiği halde (.....) hafta gösterdiği anlaşılmaktadır.

- Belge-25'te "(.....)" filmi için MARS Sinema Bölge Müdürü (.....)'in (.....) hafta teklif verdiği, film için (.....) Sineması Müdürü (.....) tarafından (.....) haftalık bir talep geldiği görülmektedir. Yapılan incelemede (.....)'in filmi (.....) hafta vizyonda bulundurmak üzere talep göndermesine rağmen (.....) hafta boyunca sinemasında gösterdiği tespit edilmiştir.
- Belge-14'te, (.....) Sinemaları yetkilisi (.....)'in "(.....)" filmi kendisine o dönemde MARS çalışanı olan (.....) tarafından tavsiye edilen süreden (.....) hafta boyunca gösterimde tutmayı talep etmesine rağmen, filmi (.....) hafta boyunca gösterimde tuttuğu anlaşılmaktadır.
- Belge-12'de (.....) Sinemaları yetkilisi (.....), MARS Dağıtım Satış Uzmanı (.....) tarafından (.....) hafta olarak tavsiye edilen "(.....)" filmi (.....) hafta, (.....) hafta olarak tavsiye edilen "(.....)" filmi ise (.....) hafta gösterimde tutmuştur. Bu belge bir sinema salonunun bir filmi tavsiye edilenden daha çok bir başka filmi ise daha az gösterimde tutabildiğini göstermektedir.
- Belge-23'te MARS Satış Lojistik Uzmanı (.....) tarafından (.....) hafta olarak tavsiye edilen "(.....)" filmi, (.....) yetkilisi (.....) hafta, (.....) hafta tavsiye edilen "(.....)" filmi (.....) hafta, (.....) hafta olarak tavsiye edilen "(.....)" filmi ise ilgili sinemada (.....) hafta gösterimde tutmuştur.
- Belge-17'de, o dönemde MARS'ta çalışan (.....) tarafından (.....) hafta gösterimi talep edilen "(.....)" filmi (.....) Sinemaları yetkilisi (.....) tarafından (.....) hafta, (.....) tarafından hafta tavsiyesi verilmediği halde (.....) hafta olarak talep edilen "(.....)" filmi ise bu sinemada toplam (.....) hafta gösterimde bulundurulmuştur. Görüldüğü üzere, 2. kez gösterime giren bir film (.....) hafta talep edilmesine rağmen filme rağbet olduğu müddetçe filmi (.....) hafta kadar gösterimde tutabilmektedir.
- Belge-11'de (.....) yetkilisi (.....) tarafından (.....) hafta olarak talep edilen "(.....)" filmi (.....) hafta, (.....) hafta talep edilen "(.....)" filmi ise (.....) hafta gösterimde tutulmuştur.
- Belge-18'de MARS Dağıtım Satış Uzmanı (.....)'in "(.....)" filmi (.....) hafta, "(.....)" filmi (.....) hafta olacak şekilde tavsiye etmiştir. (.....) Sineması yetkilisi (.....) hafta olarak talep ettiği "(.....)" filmi (.....) hafta, (.....) hafta olarak talep ettiği "(.....)" filmi (.....) hafta, (.....) hafta olarak talep ettiği "(.....)" filmi (.....) hafta gösterimde bulundurmuştur. Bu e-posta aynı sinema salon işletmesinin farklı filmler için kendisine sunulan tavsiye haftaları uygulamakta özgür olduğunu göstermektedir.

(93) Elde edilen belgelerin bir bölümünde de filmlerin MARS tarafından tavsiye edilen sürenin altında gösterimde tutulduğu tespit edilmiştir. Bu filmlerin genellikle beklediği seyirciyi çekemeyen filmler olduğu görülmektedir. Aşağıda tavsiye edilenden daha kısa sürede gösterimden çıkarılan filmlere yer verilmiştir.

- Belge-20'de MARS Dağıtım Satış Uzmanı (.....)'in (.....) haftalık tavsiyesine karşılık olarak (.....) Sineması yetkilisi (.....)'nin talep ettiği gibi "(.....)" ve "(.....)" adlı filmlerini (.....) hafta boyunca vizyonda tuttuğu tespit edilmiştir. Bu örnekte, sinema işletmecisinin filmleri tavsiye edilenden kısa sürede gösterimden çıkarabildiği görülmektedir.
- Belge-21'de (.....) Sinemaları yetkilisi (.....)'nin MARS Dağıtım Satış Uzmanı (.....) tarafından kendisine tavsiye edilen süreden daha az olacak şekilde (.....)

haftalığına talep ettiği “(.....)” filmini talebine uygun olarak (.....) hafta gösterimde tuttuğu tespit edilmiştir. Bu belgede, işletmeci bahsi geçen tavsiye edilen sürenin altında filmini gösterimden çıkarabilmiştir.

- Belge-13'te (.....) Sinemaları yetkilisi (.....)'nun “(.....)” filmini o dönemde MARS çalışanı olan (.....) tarafından tavsiye edilen (.....) haftalık süreden daha az olacak şekilde (.....) hafta boyunca vizyonda tuttuğu tespit edilmiştir.
- Belge-27'de (.....) Sineması yetkilisi (.....)'un “(.....)” filmine programından dolayı (.....) seans verebildiği, (.....) ise (.....) haftada (.....) milyon seyirci tarafından izlenmiş “(.....)” filminin (.....). haftada en az (.....) seans ile gösterilmesinin gerektiğini ifade etmiştir. E-postanın sonunda, (.....)'un kararında ısrarcı olduğu ve (.....) seansın programına uymadığı görülmektedir. Yapılan incelemede (.....) filme (.....) hafta (.....) seans olacak şekilde vizyonda yer vermiş, (.....) haftada filmi vizyondan çıkarmış ve “(.....)” filminden sonra MARS tarafından dağıtılan filmlere sinemasında yer vermemiştir.
- Belge-15'te (.....) Sinemaları yetkilisi (.....) kendisine o dönemde MARS çalışanı olan (.....) tarafından (.....) hafta olarak tavsiye edilen “(.....)” filmine (.....) hafta, (.....) hafta olarak tavsiye edilen “(.....)” filmine ise (.....) hafta talepte bulunulmuştur. Yapılan incelemede, gösterimcinin “(.....)” ve “(.....)” filmlerini tavsiye edilen sürenin altında bir süre olan (.....)'er hafta vizyonda tuttuğu tespit edilmiştir.
- Belge-16'da (.....) Sineması yetkilisi (.....)'nın kendisine o dönemde MARS çalışanı olan (.....) tarafından (.....) hafta olarak tavsiye edilen “(.....)” filmini (.....) hafta vizyonda tuttuğu, (.....) hafta talepte bulunduğu “(.....)” filmine ise sonradan vizyonda yer vermediği tespit edilmiştir. Bu belgeden anlaşılacağı üzere gösterimciler talep ettikleri filmleri vizyona sokmaktan vazgeçebilmektedirler. Diğer taraftan, aynı sinema zincirinin diğer şubelerinin aynı filmi sinemalarında göstermeyi tercih ettiği görülmektedir.
- Belge-22'de (.....) yetkilisine “(.....)” filminin (.....) hafta vizyonda kalması tavsiye edilmiştir. Sinema yetkilisi tarafından (.....) hafta talep edilen film (.....) hafta vizyonda kalmıştır. (.....)'nda ise aynı film (.....) hafta olarak tavsiye edilmiş, sinema yetkilisi tavsiyeye uyararak filmi (.....) hafta boyunca vizyonda bulundurmuştur. Bu belgede aynı sinema zincirinin farklı şubelerinin birinde tavsiyelere uyulurken diğerinde tavsiye edilenden daha kısa süre için talep gönderilmiş ve film gösterimde tutulmuştur.
- Belge-19'da MARS Dağıtım Satış Uzmanı (.....) ve (.....) filmlerini (.....) hafta tavsiye ile gösterimciye göndermiş, (.....) Sineması yetkilisi (.....), söz konusu filmleri tavsiyeye uygun olarak (.....) hafta olarak talep etmiştir. Ancak adı geçen yetkili anılan filmleri talebinden de az bir süre olan (.....) hafta boyunca gösterimde tutmuştur.
- Belge-26'da MARS Dağıtım Satış Uzmanı (.....) Sinemaları yetkilisi (.....)'e “(.....)” filmini (.....) salonlu sinemalar için en az (.....) hafta, (.....) salonlu sinemalar için en az (.....) hafta olacak şekilde tavsiye etmiştir. (.....) salonu olan (.....) Sineması yetkilisi (.....) tarafından “(.....)” filmi tavsiye edilenden daha az olacak şekilde (.....) hafta talep edilmesine rağmen daha sonra ilk hafta gösterilmeden (.....) hafta boyunca gösterimde kalmıştır.

1.5.1.1.2. CJET’te Elde Edilen Belgelerin Değerlendirilmesi

(94) Aşağıda yerinde incelemede elde edilen belgeler yer almaktadır;

- Belge-29’da (.....) Sinema Salonu işletmecisi (.....) filmini (.....) haftasında vizyondan çıkarmayı talep etmiş, ancak (.....) Dağıtım Direktörü (.....)’un filmin (.....) seans olacak şekilde vizyonda kalmasını rica etmesi üzerine (.....) öneriyi kabul etmiştir. Yapılan inceleme sonucunda filmin (.....) hafta boyunca vizyonda kaldığı tespit edilmiştir.
- Belge-35’te (.....) yetkilisi “(.....)” için sinemasında yer olmadığını belirtmesi üzerine (.....) telefonda görüşme talebinde bulunmuştur. Yapılan incelemede filmin vizyonda (.....) hafta kaldığı tespit edilmiştir.
- Belge-36’da (.....) Sinema Müdürü (.....) kendisinden filmin (.....) salonunda gösterime devam etmesi talebine karşılık olarak, yeteri kadar salona sahip olmadığını ileri sürerek “(.....)” filmini (.....) salonda gösterebildiğini ifade etmiştir. Yapılan incelemede, CJET’in daha sonra “(.....)” filmlerini (.....)’na dağıtmaya devam ettiği tespit edilmiştir.
- Belge-38’de (.....) yetkilisi (.....) filmini hafta sonu (.....) kişi izlendiğinden filmi gösterimden çıkarmak istediğini CJET Film Dağıtım Direktörü (.....)’a iletmıştır. (.....) ise talebi kabul etmiştir.
- Belge-30’da (.....) Sinema Grup Film Programlama Müdürü (.....)’nın (.....) belirtmesi üzerine (.....) “(.....)”(.....) ifade etmiştir. Yapılan incelemede, sinema salonunda filmin (.....) hafta gösterimde kaldığı görülmektedir. Bu belgede tek salonla faaliyetlerine devam eden bir sinema salonu işletmecisi kendisine filmi (.....) hafta olarak tavsiye edilmesine rağmen, (.....) haftanın sonunda filmi gösterimden çıkarabilmiştir.
- Belge-37’de (.....) Sineması yetkilisi (.....) filmi ile Belge-33’te (.....) Sinemaları yetkilisi (.....)’ın “(.....)” filmini gösterimden çıkarma talebi CJET Film Dağıtım Direktörü (.....) tarafından kabul edilmiştir.
- Belge-32’de (.....) Şehir Sineması yetkilisi (.....)’nun “(.....)” filmi için talep ettiği süreye yanıt olarak CJET Film Dağıtım Direktörü (.....) bu film için (.....) ifade etmiştir. Yapılan incelemede (.....) hafta olarak tavsiye edilen “(.....)” filminin (.....) hafta gösterimde kaldığı tespit edilmiştir. Bu belgede CJET Film Dağıtım Direktörü (.....) tarafından (.....), ilerleyen süreçte “(.....)” filmi için gösterimciye filmi çıkarmak istediğinde kolaylık sağlandığı görülmektedir.
- Belge-34’te (.....) Sinemaları yetkilisi (.....) ile seans sayıları üzerinde bir görüş ayrılığı yaşanmıştır. CJET Film Dağıtım Direktörü (.....), “(.....)” filmi için önceden (.....) hafta olarak taraflar arasında önceden anlaşmaya varıldığı, (.....) salon oynamayacaksa filmin hiç oynanmamasının daha iyi olacağını belirtmiş ve (.....)’ın kendisini aramasını talep etmiş; taraflar arasında seanslar konusunda başlangıçta ortaya çıkan görüş ayrılığına rağmen, “(.....)” filminin sinemada (.....) hafta boyunca gösterildiği tespit edilmiştir.
- Belge-28’de (.....) Sinema yetkilisi (.....) filminin (.....) hafta vizyonda kalmasını talep etmiş ve CJET Film Dağıtım Direktörü (.....) ise (.....) haftanın uygun olmadığını, CJET’in sinema salonu işletenlerden hiçbirine (.....) haftalık gösterim süresi için onay vermediğini ileri sürerek (.....) haftalık sürenin uygun olduğunu belirtmiştir. Yapılan incelemede ise filmin (.....) hafta gösterimde kaldığı tespit edilmiştir. Bu belgede görüldüğü üzere, taraflar arasında başlangıçta yapılan

pazarlıkta dağıtımının gösterim süresine ilişkin ısrarına rağmen, gösterimci filmi istediği zaman gösterimden çıkarabilmiştir.

- Belge-31'de CJET Film Dağıtım Direktörü (.....) Belediye Sineması yetkilisi (.....)'in (.....) haftalık süreyi kabul etmesi durumunda filmin dağıtımının yapılabileceğini ifade etmiştir. Ancak, yapılan inceleme sonucunda, gösterimcinin "(.....)" filmini dağıtımının gösterimde kalmasını talep ettiği süreden daha kısa olacak şekilde (.....) hafta gösterimde tuttuğu tespit edilmiştir.

I.5.1.1.3. TME'de Elde Edilen Belgelerin Değerlendirilmesi

- (95) Belge-39'da "(.....)" filmini (.....) hafta boyunca gösterimde tutmak isteyen (.....) Sineması yetkilisi (.....)'in talebi TME Film Programlama Sorumlusu (.....) tarafından kabul edilmemiş, bunun üzerine (.....) farklı seans seçenekleri sunmuştur. TME Film Programlama Sorumlusu (.....) başlangıç olarak programa (.....) hafta kayıt yapabildiğini, ama filmin izlenmemesi durumunda yardımcı olabileceğini (.....)'a iletmiştir. Yapılan incelemede sinema salonu işletmecisinin kendi talebi ile filmi (.....) haftada oynatmaya devam ettiği tespit edilmiştir. Bu belgede sinema gösterimcileri ile dağıtımıcılar arasında anlaşılacak gösterim haftası sayılarının daha sonradan yumuşatılabileceği gibi iyi giden filmler için gösterim haftalarının gösterimcinin talebiyle uzatılabildiği görülmektedir.

I.5.1.1.4. UIP'de Elde Edilen Belgelerin Değerlendirilmesi

- (96) Belge-40'ta (.....) Sineması Yetkilisi (.....) filmini (.....) hafta belirli seanslar arasında (eksik seansla) (.....) Sineması salonunda göstermek istemektedir. UIP Satış Uzmanı (.....) filmin tüm sinemalarda (.....) hafta oynandığını, ilgili sinema salonuna daha önce haftalar konusunda yardım ettiklerini ancak bu şekilde diğer sinema salonlarına haksızlık edildiğini söylemiştir. Bu belge, UIP Satış Uzmanı (.....) filmini gösterimde tutmak istediği sürenin önaraştırma konusu şikâyetinde yer verilen (.....) haftalık süre kadar uzun bir süre olmadığını göstermektedir.
- (97) Belge-41'de (.....) Sinemaları yetkilisi (.....)'in "(.....)" filmini gösterimden kaldırma talebi UIP Satış Müdürü (.....) tarafından kabul edilmiştir. Görüleceği üzere gösterimciler performansı beklenenden düşük gerçekleşen filmleri dağıtımıcı ile anlaştıkları haftadan daha kısa sürede gösterimden çıkarabilmektedirler.
- (98) Belge-42'de (.....) Tesis Müdürü (.....) tarafından UIP Satış Müdürü (.....)'a "(.....)" filmini (.....) hafta ve eksik seansla gösterim talebinde bulunulmuştur. UIP Satış Müdürü (.....) tarafından (.....) yetkilisi (.....) filmini (.....) gün seans şeklinde göstermesi talep edilmekle birlikte, aksi halde filmi (.....) hafta süre ile gösterime alan diğer gösterimcilere haksızlık olacağı (.....) tarafından ifade edilmektedir. Sonunda tarafların (.....) hafta ve (.....) gün seans üzerinde anlaşmaya vardığı görülmektedir.

I.5.1.1.5. WARNER BROS'ta Elde Edilen Belgelerin Değerlendirilmesi

- (99) Belge-43'te (.....) Sineması yetkilisi (.....) filmini hafta sonu az sayıda seyirci tarafından izlediğinden gösterimden çıkarma talebini dağıtımıcıya iletmiştir. Bu talep WARNER BROS Satış Departmanı Müdürü (.....) tarafından kabul edilmiştir. Aynı şekilde, Belge-44'te (.....) Sinemaları yetkilisi (.....) filmini gösterimden kaldırmayı talep etmiş, talebi (.....) tarafından kabul edilmiştir. Gerek Belge-43 gerekse Belge-44 gösterimcilerin performansı bekleneni karşılamayan filmler için erkenden gösterimden çıkarılması taleplerine dağıtımıcıların olumlu bir şekilde cevap verebildiklerini göstermektedir.

I.5.1.2. İhbar Yer Alan İddialara İlişkin Genel Değerlendirme

- (100) İhbar konusunu temel olarak, dağıtımıcıların filmlerin gösterim sürelerine ilişkin taleplerinin küçük ölçekli gösterimcilere dayatıldığı, bu nedenle gösterimcilerin diğer yeni

filmleri gösterme imkânının ortadan kaldırıldığı, bu durumun hem dağıtımçı lehine filli münhasırlığa yol açtığı hem de küçük ölçekli gösterimcilerin büyük ölçekli gösterimcilerle rekabet etme olanağını kısıtladığı iddiası oluşturmaktadır.

- (101) İhbarda sektördeki belli teşebbüslere yöneltilmiş iddialardan ziyade sektördeki genel uygulamalara dikkat çekilmiştir. Bu nedenle özellikle büyük dağıtımçıların tamamının bu türden uygulamalarının bulunup bulunmadığı incelenmiştir. Sinema sektörüne ilişkin Rekabet Kurumu incelemelerinden, dağıtımçıların filmleri için asgari hafta ve perde tavsiyelerinde bulunduğu bilinmektedir. Dosya kapsamında dağıtımçılarda yapılan yerinde incelemelerde de bu yönde pek çok bulguya rastlanılmıştır. Önceki bölümde yer verildiği üzere, elde edilen belgelerin bir bölümünde filmlerin dağıtımçı tarafından tavsiye edilen sürenin üzerinde gösterimde tutulduğu tespit edilmiştir. Önerilenden fazla süre gösterimde kalan filmlerin, büyük ölçüde beklenenin üzerinde seyirci çeken filmler olduğu görülmektedir. Elde edilen belgelerin diğer kısmında ise filmlerin dağıtımçı tarafından tavsiye edilen sürenin altında gösterimde tutulduğu tespit edilmiştir. Bu filmlerin de genellikle beklediği seyirciyi çekmeyen filmler olduğu anlaşılmaktadır. Belgelerin bazılarında dağıtımçıların yeni filmler için tavsiye edilen hafta sayısından daha az bir süre talepte bulunan gösterimcilerle filmi daha uzun süre programlarına almaları için iletişime geçtikleri, kimi zaman da filmin performansına göre gösterimden erken çıkarmalarında yardımcı olunacağına beyan edildiği görülmektedir. Bununla birlikte, elde edilen belgelerde, dağıtımçıların hâlihazırda gösterimi devam eden filmler için gelen çıkış talepleri üzerine gösterime bir hafta daha devam etmeleri yönünde kimi zaman için ısrarcı oldukları kimi zaman da bu taleplerin doğrudan kabul edildiği anlaşılmaktadır. Önceki bölümde detaylı şekilde yer verildiği üzere, başlangıçta yapılan pazarlıkta dağıtımçının daha uzun gösterim süresine ilişkin ısrarının bulunduğu durumlarda da, gösterimcinin filmi tavsiye edilen sürenin öncesinde gösterimden çıkarabildiği görülmüştür. Dolayısıyla, dosya kapsamında elde edilen belgelerde gösterim süresi tavsiyelerinin dayatıldığına dair bir uygulama gözlemlenmemiştir. Bunlara ilaveten, belgelerde adı geçen gösterimcilerle yapılan görüşmelerde, film dağıtım sürecinde dağıtımçı ile şimdiye kadar bir sıkıntı yaşamadıkları ve herhangi bir yaptırımla karşılaşmadıkları dile getirilmiştir.
- (102) Yerinde incelemelerde dağıtımçıların, genellikle filmleri için hazırladıkları aynı tavsiye gösterim sürelerini ve perde sayısını içeren teklif formunu her bir gösterimciye gönderdikleri görülmüştür. Bu bakımdan, küçük ve büyük ölçekli gösterimciler açısından bir fark bulunmamaktadır. Diğer yandan yerinde incelemede elde edilen bazı belgelerde, (.....) gişe beklentisi çok yüksek olan bazı filmleri için gösterimcileri kategorilere ayırarak daha fazla perdeye sahip gösterimcilere daha uzun gösterim süresi tavsiyesi gönderdiği görülmüştür. Buna göre (.....) filmleri için sekiz ve üzeri perdeye sahip gösterimciler için minimum (.....) hafta gösterim ve ilk hafta (.....) perde; 5-7 perdeye sahip gösterimciler için minimum (.....) hafta gösterim ve ilk hafta (.....) perde; 2-4 perdeye sahip gösterimciler için minimum (.....) hafta gösterim ve ilk hafta (.....) perde; 1-2 perdeye sahip gösterimciler için minimum (.....) hafta gösterim ve ilk hafta (.....) perde gösterim koşulu istemiştir.
- (103) Öte yandan, gösterimden kalkan (.....) ve (.....) filmleri küçük ölçekli gösterimcilerde e-postada bahsi geçen (.....) haftadan çok daha kısa süre gösterimde kalmıştır. Bu filmleri öngörülen sürelerden önce gösterimden çıkaran küçük ölçekli gösterimciler akabinde aynı dağıtımçıdan farklı tarihlerde farklı filmleri alabilmiştir. Dolayısıyla, (.....) tarafından söz konusu filmler için gönderilen sürelerin bağlayıcı olduğu sonucuna ulaşmak mümkün görünmemektedir.
- (104) Dosya kapsamında, dağıtımçıların filmleri için gönderdikleri hafta tavsiyelerinin fiilen uygulanıp uygulanmadığı da incelenmiştir.

- (105) İhbar metninden küçük ölçekli gösterimcilerin hangi türden filmlerin gösterim sürelerine itiraz ettikleri anlaşılamamaktadır. Daha çok seyirci sayısına sahip filmler, gösterimciler için de karlı olduğundan, daha uzun süre gösterimde kalmaktadır. Bu çerçevede, 2018 yılında dağıtılan filmler, daha önce belirtildiği üzere, üç farklı kategoriye ayrılmış ve her bir gösterimci grubuna göre gösterimde kaldığı ortalama süreler aşağıda analiz edilmiştir.

Tablo-7: Filmlerin Ortalama Gösterim Süreleri

| Dağıtımçı | Film Türü | Ortalama Seyirci | Ortalama Hafta Tavsiyesi | Gösterimde Kaldığı Ortalama Hafta Sayısı | | |
|-------------|---|------------------|--------------------------|--|-----------|----------|
| | | | | 1-3 Perde | 4-7 Perde | 8+ Perde |
| MARS | 1.000.001 ve daha fazla izlenen filmler | 3.790.312 | (.....) ²² | (.....) | (.....) | (.....) |
| | 500.001 ve 1.000.000 arasında izlenen filmler | 757.843 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | 500.000 ve daha az izlenen filmler | 152.384 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| CJET | 1.000.001 ve daha fazla izlenen filmler ²³ | 1.658.727 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | 500.001 ve 1.000.000 arasında izlenen filmler | - | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | 500.000 ve daha az izlenen filmler | 126.597 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| UIP | 1.000.001 ve daha fazla izlenen filmler | 1.588.138 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | 500.001 ve 1.000.000 arasında izlenen filmler | 713.892 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | 500.000 ve daha az izlenen filmler | 208.532 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| WARNER BROS | 1.000.001 ve daha fazla izlenen filmler | - | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | 500.001 ve 1.000.000 arasında izlenen filmler | 663.586 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | 500.000 ve daha az izlenen filmler | 173.607 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| TME | 1.000.001 ve daha fazla izlenen filmler | 1.429.087 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | 500.001 ve 1.000.000 arasında izlenen filmler | 720.207 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |
| | 500.000 ve daha az izlenen filmler | 121.361 | (.....) | (.....) | (.....) | (.....) |

Kaynak: Dağıtımıcılardan elde edilen bilgiler

- (106) Yukarıdaki tablodan görüldüğü üzere, her bir film kategorisinde küçük ölçekli gösterimciler filmleri önerilen hafta sayısından çok daha az bir ortalama ile göstermiştir. Orta ve büyük ölçekli gösterimciler, 500.000 ve daha az seyirci çeken film kategorisinde önerilen hafta sayısından daha az süre filmi gösterirken, daha yüksek seyirci elde eden diğer kategorilerdeki filmlere önerilen süreler yakın veya daha fazla süre vermiştir. Bu bağlamda, bir film beklenen başarıyı elde etmediğinde her bir gösterimci grubu tarafından önerilen haftalardan bağımsız olarak filmin kısa sürede gösterimden

²² (.....) tarafından dağıtılan "(.....)" filmi yüksek seyirci elde etmesi beklenmediğinden gösterim süresi (.....) hafta olarak önerilmiş ama uzun süre gösterimde kalmıştır. (.....) uygulamasında yüksek gişe beklentisi olan filmler için rutin olarak (.....) hafta gösterim süresi tavsiye edildiği görülmektedir. Dolayısıyla, "(.....)" filminin tavsiye süresi yanıltıcı olacağından ortalamaya dahil edilmemiştir.

²³ CJET'in bu kategorideki filmlerinin tamamının gösterimi devam etmektedir. Dolayısıyla ilgili ortalamalara sadece bilgi verilmesi amacıyla yer verilmiştir.

çıkarıldığını söylemek mümkündür. Filmin, başarısı arttıkça perde bakımından kapasite sorunu çok yüksek olmayan orta ve büyük ölçekli gösterimciler tarafından önerilen sürelerle yakın veya daha uzun gösterildiği, ancak bu tür filmler için bile küçük ölçekli gösterimcilerin filmi önerilen süreden daha az gösterebildiğini söylemek mümkündür. Dolayısıyla, ihbarda yer alan dağıtımıcılar tarafından önerilen hafta sayısının küçük ölçekli gösterimcilere dayatıldığı, bu haftalardan önce filmleri gösterimden çıkaramadıkları iddiasının somut verilerle de desteklenmediği değerlendirilmektedir

- (107) 4054 sayılı Kanun'un 4. ve 6. maddeleri kapsamında başlatılan mevcut önaraştırmada dağıtımıcıların kendi aralarında anlaşarak ya da tek taraflı davranışlar yoluyla asgari gösterim koşullarını küçük ölçekli gösterimcilere dayattıkları ve bu yolla dağıtım veya gösterim pazarında rekabeti kısıtladıklarına işaret edecek herhangi bir bilgi veya belge elde edilmemiştir. Bu kapsamda, incelemeye konu teşebbüslerden herhangi birinin, 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi çerçevesinde de kötüye kullanma olarak değerlendirilebilecek bir eyleminin bulunmadığı anlaşılmıştır.
- (108) Diğer yandan, gösterimciler tarafından tavsiye edilen gösterim süreleri sinema sektörünün piyasa özellikleri ve mevcut ticari işleyişi dikkate alınarak değerlendirilmelidir.
- (109) Küçük ölçekli gösterimciler perde altyapılarının müsait olmaması ve genellikle küçük şehirlerin sosyal ve kültürel ortamı nedeniyle ister istemez her filmi göstermek istemeyecektir. Dolayısıyla, bu tür gösterimcilerin ancak gişe beklentisi orta ve yüksek filmleri göstermek isteyeceği varsayılabilir. Bu çerçevede, küçük ölçekli gösterimcilerin yalnızca 500.000'den fazla seyirci çeken filmleri göstermek isteyeceği ve pazarda sadece bu koşulu sağlayan filmlerin olduğu varsayıp 2015-2018 yılları arasındaki filmler incelenmiştir²⁴. Veriye göre bu teşebbüsler yıl içerisinde çeşitli tarihlerde 30-34 film gösterime sokabilmektedir. Buna göre en çok izlenen film ilgili yılda %13 ila %16; 2-5. sıralarda olan filmler %4 ila %10; 6-10. sıralarda olan filmler %2 ila %4 arasında; sonraki filmler ise %1 ve %2 oranında pay almaktadır. Görüldüğü üzere, en çok seyredilen filmi göstermeyen bir gösterimci bile %84 ila %87'lik büyük bir seyirci payına sahip film havuzundan istediğini seçebilecektir. Kaldı ki pazara 500.000'den az seyirci elde eden filmler de eklendiğinde, gösterimci daha büyük bir pazardan yararlanabilecektir²⁵. Öte yandan, kısıtlı gelir getiren kalan filmler açısından da, filmlerin gösterime gireceği zaman aralıkları önceden bildirildiğinden, küçük ölçekli gösterimcinin gösterim programını ayarlayarak kısa aralıklarla yeni bir film alma imkânı bulunmaktadır.
- (110) Yapımcılar ise, sektörde uzun zamandır uygulanan gelir/hasılat paylaşımı modeli çerçevesinde gösterimci tarafından belirlenen bilet fiyatından pay almaktadır. Yapımcıların veya dağıtımıcıların bilet fiyatlarına müdahale etmesine 4054 sayılı Kanun çerçevesinde izin verilemeyeceği²⁶ dikkate alındığında, yapımcının finansal riski oldukça yüksek olmaktadır. Gösterimci bilet fiyatında indirim yaptığında yapımcının geliri doğrudan etkilenmektedir. Dolayısıyla yapımcılar veya dağıtımıcılar, üstlendikleri finansal riskin karşılanması için filmlerinin asgari bir süre gösterimde kalmasını istemektedir; ancak bu durum özellikle perde sayısı az olan küçük gösterimcilerin her hafta yeni film gösterme istekleriyle çatışmaktadır. Her hafta gösterime giren yeni film sayısının çokluğu dikkate alındığında, yapımcının tanıtım maliyetleri yüksek boyutlara ulaşabilecektir.

²⁴ boxofficeturkiye.com sitesinden yararlanılmıştır. 500.000'den fazla seyirci elde eden filmlerin toplam seyirci sayısının pazarın tamamını oluşturduğu varsayılmıştır. Her bir filmin seyirci sayısı toplam seyirci sayısına bölünerek filmin pazar payına ulaşılmıştır.

²⁵ Örneğin pazara tüm filmler dâhil edildiğinde en çok seyredilen filmlerin payı %7 ila %10 arasına gerilemektedir.

²⁶ 08.11.2018 tarihli ve 18-42/667-328 sayılı Film Yapımcıları kararı.

Yapımcılar da filmleri yeteri kadar gösterimde kalmadığında üstlendikleri maliyetleri karşılayamayabilecektir.

1.5.2. MARS'ın Bilet ve Büfe Ürünlerini Bağlayarak Sattığı İddialarına Yönelik Yapılan Değerlendirme

- (111) Dosya kapsamında MARS'ın gösterim aşamasında seyircilere bilet ve büfe ürünlerini bir arada almayı zorunlu tuttuğu iddiası da incelenmiştir. Yapılan yerinde incelemeler sonucunda elde edilen Belge-1-4'teki e-postalarda tüketiciler tarafından MARS'a yapılan şikâyet başvuru örnekleri yer almaktadır. İlgili başvurularda, MARS çalışanlarının devam etmekte olan kampanya kapsamında biletin yanında sunulan menünün hediye olduğunu, müşteriler yalnızca bilet almak istediklerinde kampanya nedeniyle yalnızca bilet satışının mümkün olmadığını ifade ederek, zorla kampanyalı bilet satışı gerçekleştirdikleri belirtilmektedir.
- (112) Bu çerçevede ilk olarak MARS'ın tek bilet ve paket satışları incelenmiştir. Detaylarına aşağıdaki tabloda yer verildiği üzere, paket halinde satılan bilet sayısı, toplam satılan bilet sayısının %(.)'unu oluşturmaktadır. Dolayısıyla, satılan biletlerinin önemli bir kısmının paket halinde satılmadığı görülmektedir.

Tablo-8: MARS'ın Bilet Satışları (adet)

| AYLAR | Paketli Bilet Satışı | Toplam Bilet Satışı | Paket Satış Oranı (%) |
|---------|----------------------|---------------------|-----------------------|
| Ocak | (.....) | (.....) | (.....) |
| Şubat | (.....) | (.....) | (.....) |
| Mart | (.....) | (.....) | (.....) |
| Nisan | (.....) | (.....) | (.....) |
| Mayıs | (.....) | (.....) | (.....) |
| Haziran | (.....) | (.....) | (.....) |
| Temmuz | (.....) | (.....) | (.....) |
| Ağustos | (.....) | (.....) | (.....) |
| Eylül | (.....) | (.....) | (.....) |
| Ekim | (.....) | (.....) | (.....) |
| Kasım | (.....) | (.....) | (.....) |
| Aralık | (.....) | (.....) | (.....) |
| Toplam | (.....) | (.....) | (.....) |

Kaynak: Teşebbüsten edinilen bilgiler

- (113) Belge-5'te tüketici şikâyetlerinden birine MARS tarafından cevaben gönderilen yazı yer almaktadır. MARS yetkilisi ilgili yazıda (.....) belirtmiştir. Müşteriye, (.....) önerilmiştir. E-postanın devamında, (.....) belirtilmiştir. Belge-10'da şirket içi bir yazışma olduğu anlaşılan e-postada da Mars Lojistik Satış Uzmanı (.....) şikâyetlerde belirtilen (.....) ifade etmiş olup, bu husus Belge-5'te yer verilen paket satışların zaruri olmadığı ifadesini destekler niteliktedir. Belge-9'da ise Film Programlama Genel Müdürü (.....) ifade etmiştir. Bu iki belgede yapımcının görevlendirdiği denetçilerin tek bir lokasyona ilişkin tespitte bulunduğu anlaşılmaktadır. Ancak daha sonra yapılan inceleme sonucunda paket satışların zorunlu olarak gerçekleşmediği belirtilmiştir. Bu kapsamda MARS'tan talep edilen satış bilgileri incelendiğinde, 2018 yılının Ocak ayında menüsüz bilet satışlarının toplam bilet satışlarına oranının %(.) olarak gerçekleştiği görülmektedir.
- (114) Belge-6'da MARS Kurumsal İlişkiler Direktörü (.....) MARS Operasyon Müdürü (.....) ve şirket avukatı (.....)'ya gönderdiği e-postada, (.....) ifade etmiştir. Ek olarak, (.....) ifade edilmiştir.

- (115) Belge-7'de (.....) ifade edilmiştir. Belge-8'de bu kapsamda tüm bölgelerdeki sinema salonlarına bir duyuru metninin gönderileceği belirtilmiştir. Bahsi geçen duyuru metninin şirket lokasyonlarına gönderilip gönderilmediğini tespit etmek amacıyla MARS'tan metnin personelce imzalanmış örnekleri talep edilmiştir.
- (116) MARS, talep edilen bilgiler kapsamında sunduğu e-posta örneklerinde yer alan duyuru metninin 25.12.2018 tarihinde İnsan Kaynakları departmanı tarafından tüm sinema salonlarındaki bölge müdürlerine, sinema müdürlerine, sinema müdür yardımcılara ve ekip şeflerine gönderildiğini belirtmiştir. Ayrıca, metnin çıktısı alınarak tüm lokasyon personellerince incelenmesinin sağlandığı, personelce "okudum, anladım" yazılarak duyuru metninin imzalanması ve şirkete gönderilmesinin talep edildiği, lokasyonlarda çalışan toplam (.....) adet personelin (.....) duyuru metnini imzalayarak şirkete ilettiği ifade edilmiştir. Satış personelleri (.....) tarafından imzlanmış duyuru metin örnekleri de Kuruma iletilmiştir.
- (117) Sonuç olarak, teşebbüsün 2018 yılı içerisinde aylık ve yıl bazında bakıldığında sinema biletlerinin önemli bir kısmının paket halinde satılmadığı görülmektedir. Buna ilaveten, MARS'ın çalışanlarına gönderdiği ve imzalandığı duyuru metni ile konuyu ilgilendiren yukarıda yer verilen benzer içerikli e-postalar incelendiğinde, MARS'ın bahsi geçen münferit uygulamaları engellemeye çalıştığı, uygulamaları sonlandırmak amacıyla gerekli işlemleri başlattığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, bu aşamada söz konusu uygulamaya ilişkin olarak soruşturma açılmasına gerek olmadığı kanaatine varılmıştır.

I.5.3. TME'de Elde Edilen Diğer Belgelere İlişkin Değerlendirme

- (118) Yapılan yerinde incelemeler sonucunda elde edilen Belge-47-49'deki e-postalardan görüldüğü üzere TME, gösterimciler tarafından talep edilen filmlere ek olarak yapımını gerçekleştirdiği filmleri veya talep edilen film dışında dağıttığı filmleri bazı gösterimcilerin programına dahil etmeye çalışmaktadır. TME'nin tekliflerine olumsuz dönüş yapan ilgili teşebbüslere film dağıtmaktan imtina ettiği görülmektedir.
- (119) Türkiye'de dağıtım pazarındaki işleyiş incelendiğinde dağıtımın, sinema bazında ve film bazında gerçekleştiği, dağıtımçıların her bir filmin dağıtımını için tüm gösterimcilerle ayrı ayrı görüşmeler gerçekleştirdiği görülmektedir.
- (120) TME'nin söz konusu uygulamaları bakımından, Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışlarına İlişkin Kılavuz'da (Kılavuz) yer alan açıklamalara değinmekte fayda bulunmaktadır. Bağlama genellikle bir ürünü (bağlayan ürün) hâkim durumdaki teşebbüsten satın alan müşterilerin bir başka ürünü (bağlı ürün) de aynı teşebbüsten almasını gerektiren durumları ifade etmektedir. Hâkim durumdaki bir teşebbüsün bağlı ürün pazarında piyasa kapamaya yol açarak tüketicilere zarar vermesi mümkündür. Kılavuz'un lafzından da anlaşıldığı üzere, bağlama eyleminin Kanun kapsamında rekabeti kısıtlayıcı etkiler doğurduğunu iddia edebilmek için teşebbüsün ilgili pazarda hâkim durumda olması gereklidir. Yine Kılavuzda belirtildiği üzere, incelenen teşebbüsün ilgili pazardaki konumunun birincil göstergesi, teşebbüsün ilgili ürün pazarındaki pazar payıdır.

- (121) TME'nin dağıtım pazarındaki pazar payı incelendiğinde, seyirci bazında pazar payının %(.), hasılat bazında pazar payının ise %(.) olduğu görülmektedir. Teşebbüsün pazar payının, Kurulun yerleşik uygulamasında, aksine özel bir durum olmadığı sürece, detaylı incelemeyi gerektirecek eşik olarak kabul edilen %40'ın oldukça altında olduğu görülmektedir. Dolayısıyla TME'nin pazardaki konumunun, uygulamalarıyla pazar kapama etkisi yaratmasına imkân verecek düzeyde olmadığı değerlendirilmektedir. Öte yandan, yerinde incelemede elde edilen belgelerden, teşebbüsün bu uygulamasının dört teşebbüsle sınırlı kaldığı, sektörün geneline yayılan bir uygulama olmadığı görülmektedir. Söz konusu teşebbüslerin diğer dağıtımçıların filmlerini göstererek faaliyetlerine devam ettiği anlaşılmıştır.
- (122) Bu çerçevede, TME'nin 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettiğine dair bilgi, belge ve bulgunun mevcut olmadığı kanaatine varılmıştır.

J. SONUÇ

- (123) Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre, 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmamasına, gerekçeli kararın tebliğinden itibaren 60 gün içinde Ankara İdare Mahkemelerinde yargı yolu açık olmak üzere, OYÇOKLUĞU ile karar verilmiştir.

Rekabet Kurulunun 07.02.2019 Tarih ve 19-06/63-26 Sayılı Kararına Karşı Oy Gerekçesi

Kurulun, 07.02.2019 tarihli toplantısında görüşülen ve 4054 sayılı Kanun'un 41. maddesi uyarınca soruşturma açılmaması yönündeki oyçokluğu ile alınan kararına katılmamız aşağıdaki gerekçelerle mümkün olmamıştır.

Düzenlenmiş olan raporda, MARS'ın gösterim aşamasında seyircilere bilet ve büfe ürünlerini bir arada almayı zorunlu tuttuğu iddiası incelenmiştir. Tespit edilen Bulgu:1-4'teki e-postalarda tüketiciler; Mars çalışanlarının, gişelerde müşterilere devam eden kampanya kapsamında bilet satışları ile birlikte menü satışı yaptıklarını, müşteriler yalnızca bilet almak istediklerinde de kampanya nedeniyle yalnızca bilet satışının mümkün olmadığını belirterek Mars'ın "zorla kampanyalı bilet satışı" uygulamasından şikayetçi olmuşlardır.

Yapılan incelemelerde; Mars'ın 2018 yılına ait tek bilet ve paket satışları aylık ve yıllık olmak üzere tespit edilmiş ve 10 nolu tabloda detaylandırılmıştır. 2018 yılında paket halinde satılan bilet sayısının, toplam satılan bilet sayısının %(.)'unu oluşturduğunu yani satılan biletlerinin önemli bir kısmının paket halinde satılmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Bilindiği gibi sinema sektöründe; yapımcılar ve dağıtıcılar gişedeki hasılatı maksimize etmeyi avantajlı görürken gösterimciler ise reklam ve büfe ürünleri satışlarından elde edecekleri gelirleri daha önemli görmektedirler. Gerek gelir paylaşımı modelinde gerekse de tek fiyat modelinde; tüm sektörde yapımcı/dağıtımçı ile gösterimci arasında oldukça yüksek yoğunlukta yaşanan bir menfaat çatışması ortaya çıkmakta ve gösterimcileri bazı stratejik davranışlara doğru güdülemektedir. Bu davranışlar ise bazen 4054 sayılı Kanun'un amaçladığı tüketici refahının maksimize edilmesi hedefi ile örtüşmeyebilmektedir.

Sinema sektörü tarafları, bu dosyanın konusunu da oluşturan gösterim sürelerine özel önem atfetmektedir. Yapımcı bir kere filmi çektikten sonra maliyeti batık olduğundan filmin en uzun süre gösterimde kalmasını tercih etmektedir. Gösterimci için ise yeni film yeni reklam

demek olduğundan ve her yeni filmin özellikle ilk haftasında en fazla izleyici çekmesinden dolayı belli bir filmi uzun süre göstermeye meyletmemektedir.²⁷

İkinci olarak, büfe ürünleri bahse konu sözleşmeye dayalı ilişkinin dışında tutulmuş olup gösterimci büfe ürünlerinden elde ettiği gelirin tamamına kendisi sahip olmaktadır. Dolayısıyla gösterimci için, büfe ürünlerinin karlılığı oldukça yüksek olduğundan bilet fiyatlarının düşük olup izleyici sayısının en çoklandığı durum, en ideal senaryo olmaktadır. İspanya için yapılan bir çalışmaya göre bir sinema salonunun toplam gelirlerinin %67'si bilet satışlarından elde edilirken aynı bilet satışları gösterimcinin karının %50'sinden daha az bir kısmına denk gelmektedir. Büfe ürünleri satışı ise gösterimcilerin karının yaklaşık %40'ını oluşturmaktadır.²⁸

Raporda 10 nolu tabloda ifade edildiği üzere Mars'ın 2018 yılında yapmış olduğu "*paket halindeki bilet satışları*" paket içinde sunulan ürünlerin (bilet+menü) ayrı ayrı fiyatlarının toplamının paketin nihai fiyatından yüksek olduğu, tipik bağlama uygulamalarının bir çeşididir. Nitekim aşağıda belirtilen yerinde inceleme belgelerindeki ifadeler de bu uygulamaların varlığına işaret etmektedir.

Bulgu-5 (para. 25); tüketici şikayetlerinden birine, Mars yetkilisince gönderilen cevabi e-postada; "(.....)."

Bulgu-7 (para. 31); 19.07.2018 tarihli (.....) tarafından (.....) gönderilen (.....) başlıklı e-postada; şikâyetler kapsamında denetçilerin şirkete para cezası kestiği, şikâyetçilerin tüketici hakem heyetlerine başvurduğu, zorla menü satılmasına yönelik uygulamalara son verilmesi gerektiği belirtilmiştir.

Ancak raporda iki sebeple şikâyetin reddedilebileceği sonucuna ulaşılmıştır. İlki bağlama uygulamasının (bilet+menü satışı) "sistemik olmaması" ikinci olarak da bağlama ile satışın sonlandırılmasına yönelik irade ve eyleme ilişkin belgelerin bulunmasıdır. Halbuki bağlama uygulamaları mal veya hizmet piyasasındaki rekabeti sınırlayan veya ortadan kaldıracı ve sömürücü sonuçları olan davranışlardır. Bu tür uygulamalar teşebbüsler arasındaki bir anlaşma, karar veya uyumlu eylem yoluyla ortaya çıkabileceği gibi, hakim durumdaki bir teşebbüsün sahip olduğu pazar gücünü kötüye kullanması ile de ortaya çıkabilir.

Bu gerekçe ile soruşturma açılması reddedilen raporda, %40 üzerinde bir pazar payına sahip olduğu düşünülen Mars'ın, sinema filmi gösterim pazarında da hakim durumda olup olmadığı öncelikle araştırılarak ortaya konması gerekirdi. Nitekim raporda (1) nolu tabloda da belirtildiği üzere; bilet hasılatı açısından dağıtıcıların pazar payları değerlendirildiğinde Mars'ın payının %41'in üzerinde olduğu hatta dağıtım pazarında faaliyet gösteren ve Mars ile tek teşebbüs gibi değerlendirilen CJET'in de pazar payı dikkate alındığında bu oranın yaklaşık %53 olduğu görülmektedir.

İkinci olarak; mezkur teşebbüsün 2018 yılında gerçekleştirdiği toplam bilet satışları içerisinde yaklaşık beşte birlik bir orana tekabül eden "*paket bilet satışları*"nda yani bağlama uygulamalarında indirim, bilet fiyatına mı? yoksa menü ücretine mi? yansıtıldığı ayrıntılı bir analizinin yapılması gerekmektedir. Örneğin; bilet ücretinin 10 TL, menü ücretinin ise 25 TL olması halinde toplam 35 TL'lik fiyatın gişede müşterilere 30 TL olarak uygulanması durumunda 5 TL'lik indirim eğer ki bilet ücretlerinden indirilerek müşteriye sunulduğunun ortaya

²⁷ Her ne kadar azalan oranlı paylaşımında gösterimcinin uzun süreli gösterimden kazancı artsa da büfe gelirleri sert azaldığından dolayı salonlar uzun süreli gösterimi tercih etmemektedir. Tarafların menfaati sadece uzun haftalar boyu çok sayıda izleyici çeken filmlerde örtüşebilmektedir.

²⁸ Richard Gil ve Wesley Hartmann, "The Role and Determinants of Concession Sales in Movie Theaters: Evidence from the Spanish Exhibition Industry" *Rev. Ind. Org*, 2007, 30, ss. 329-330.

konulması halinde 2018 yılının tamamında menüsüz bilet alan %(...) oranındaki müşterinin, paket bilet satışı yapılanlarla kıyaslandığında daha pahalı bilet ücreti ödedikleri ortaya konulmuş olacaktır ki bu da tüketici refahının yaklaşık 24 milyon kişiye adaletsiz ve olumsuz bir şekilde yansıtılmış olduğu anlamına gelmektedir.

Sonuç olarak; daha ayrıntılı coğrafi tanımlarda pazar gücü daha ciddi boyutlara ulaşacağı düşünülen teşebbüsün, yeni filmlerin gösterimlerinin yapıldığı dönemler olan Eylül, Ekim ve Kasım aylarındaki paket satışları irdelendiğinde %(...)’ten başlayıp %(...)’ye ulaşan bağlamalı satışlarının tüketici refahını ne yönde etkilediği ortaya konmadan şikayetin reddedilmesi rekabet hukukunda “*ihlal varken yok demek*” riskini beraberinde getirmektedir. Böyle bir risk varken Tablo 10’da yer verilen oranların neye dayanarak “sistematik” olmadığı açıklanması gerekmektedir. Bilindiği üzere bilet fiyatlarının yani baz ürünün fiyatının düşük olması ve büfe ürünleri fiyatlarının yüksek olması zaten bilinen bir gerçektir. Böyle bir pazar yapısında üzerine bir de bilet sırasına girmiş tüketicileri yanı sıra seçim yapmaya itecek şikayet konusu uygulamanın etkisi tüketici artışının nasıl dağıldığını ortaya çıkarma sorumluluğuna da beraberinde getirmektedir.

Yukarıda belirtilen gerekçelerle adı geçen teşebbüs hakkında soruşturma açılması gerektiği kanaatindeyiz.

Mehmet AYAN
Kurul Üyesi

Ahmet ALGAN
Kurul Üyesi