



SİNEMA ESERİ YAPIMCILARI MESLEK BİRLİĞİ

REKABET KURUMU'NUN 16.02.2016 TARİHLİ "SİNEMA HİZMETLERİ SEKTÖR RAPORU" ve 22.04.2016 TARİHLİ RAPORUN TANITILDIĞI PANEL HAKKINDA SİNEMA ESERİ YAPIMCILARI MESLEK BİRLİĞİ (SE-YAP) DEĞERLENDİRMESİ

Rekabet Kurumu tarafından hazırlanan "Sinema Hizmetleri Sektör Raporu" SE-YAP ile 12.04.2016 tarihinde paylaşıldı ve bu paylaşım ile birlikte raporun sunumu ile ilgili 22.04.2016 tarihinde düzenlenen panele SE-YAP konuşmacı olarak davet edildi.

İstanbul Ticaret Üniversitesi'nde yapılan raporu değerlendirme paneline SE-YAP adına Yönetim Kurulu üyesi yapımcı Yonca Ertürk katıldı. Paneldeki diğer sektör temsilcisi ise SİSAY (Sinema Salonu Yatırımcıları Derneği) Başkanı ve Cinemarine Sinemaları Yönetim Kurulu Başkanı Cenk Sezgin'di. Panele katılan dinleyiciler arasında sektörün katılımının azlığı ve konunun esas muhataplarından Kültür ve Turizm Bakanlığı Sinema Genel Müdürlüğü'nden üst düzey bürokratların katılmaması dikkat çekiciydi.

SE-YAP, bu süreçte özellikle Mars-AFM birleşmesinin sektörde yarattığı etkileri, son yıllarda oluşan keyfi VPF uygulamalarını, Mars Grubu'nun dikey yapılanması sonucu sektörde büyüyen sorunları gerek Bakanlık nezdinde, gerek Rekabet Kurumu ile yaptığı görüşmelerde dile getirmiş, yazılı raporlar sunmuş, birçok kez konu ile ilgili tarafları biraraya getirecek bir çalıştay yapılması önerisinde bulunmuştur.

Rekabet Kurumu'nun "Sinema Hizmetleri Sektörü Raporu" başlığıyla yayınladığı bu sektör raporu Mars-AFM birleşmesi sonrası oluşan durumları da analiz ederken dikey bütünleşme ve sanal kopya bedeli (VPF) konusunda da bilgi ve görüşler içeriyor.

Rekabet Kurumu'nun raporunun tüm sektörü kapsayıcı nitelikte olmadığı, ele aldığı konu başlıklarının sektörel terminolojiyle ilgili yanlışlar ve eksik bilgiler/değerlendirmeler içerdiği, anket ve görüşmelerle ortaya çıkan açık olguların görmezden geldiği ve/veya yanlış yorumlandığı görülmektedir. Ayrıca raporda ele alınan dikey yapılanma ve keyfi VPF uygulamalarından doğrudan en çok olumsuz etkilenen kesim olan film yapımcılarına rapor içinde oldukça yetersiz bir şekilde yer verilmiştir.

SE-YAP'IN RAPORDA GEÇEN KONULARLA İLGİLİ GÖRÜŞLERİ

DİKEY BÜTÜNLEŞME

Mars-AFM birleşmesinin ardından Mars Grubu'nun, raporda da değinilen, gösterim, dağıtım, yapım, reklam pazarlarında yürüttüğü ticari faaliyetler sonucunda oluşturduğu "dikey bütünleşme" sektörde ticari faaliyeti sınırlayan ve rekabeti olumsuz anlamda etkileyen sonuçlar doğurmuştur.

Bu yapısal dönüşümün sonucunda sektörde pazar paylarında ciddi değişiklikler oluşmuş, dağıtım alanında faaliyet gösteren Tiglon ve reklam alanındaki en büyük şirket Fida Film 2014 yılı sonu



SİNEMA ESERİ YAPIMCILARI MESLEK BİRLİĞİ

itibarıyla piyasadan çekilmek durumunda kalmışlardır. Bu gelişmelerin Mars-AFM birleşmesi ve sonrasındaki yoğunlaşma ile dikey bütünleşmenin sonucunda olmadığını iddia etmek mümkün değildir.

Raporda geçtiği şekliyle Rekabet Kurumu, Mars-AFM birleşmesine rekabet hukuku açısından yaklaşmakta, "dikey yapılanmanın rekabeti engellediğine dair delil bulunamadığı" ifade edilmekte, ancak dikey yapılanmanın belli riskler taşıdığı yorumu da yapılmaktadır. Oysa ki, raporda da belirtildiği gibi Mars grubu, kısa bir süre içinde faaliyet alanlarına film ithalatı, yapım, dağıtım ve reklam gibi alanlar ekleyerek dikey yapılanmaya gitmiştir. Bu dikey yapılanma sonucunda sektörde reklam pazarlama alanında lider pozisyondaki Fida Film'in ve dağıtım pazar payı bakımından ikinci sırada bulunan Tiglon'un da piyasadan çekilmesine sebep olmuş, Mars Dağıtım kısa sürede dağıtım pazarının en önemli şirketlerinden biri konumuna gelmiştir. Bu gelişmeler raporda sıralandıktan sonra "dikey yapılanmayla ilgili bir problem tespit edilmediği" ifade edilmektedir.

Veriler dikkatle incelendiğinde Mars Dağıtım'ın ağırlıklı olarak sektörde box office anlamında lider pozisyonda bulunan ve stüdyo mantığı ile faaliyet gösteren yerli yapım şirketlerinin filmlerini dağıtımını gerçekleştirdiği görülmektedir. Bu verilerden hareketle ABD stüdyo filmleri ve yerli stüdyo filmleri bu süreçte öne çıkmakta, yoğunlaşma ve dikey yapılanma dikkate alındığında stüdyo yapımı olmayan yerli ve yabancı bağımsız filmlerin dağıtımını ciddi sorun yaşamaktadır.

SANAL KOPYA BEDELİ (VPF)

Rapordaki temel problemlerden biri VPF (Sanal Kopya Bedeli) uygulamasını eksik bilgi nedeniyle hatalı olarak incelemesi, sonucunda da hatalı bir yoruma ulaşmasıdır.

VPF modeli, tüm dünyada, dijital gösterim teknolojisine dönüşümün taraflar arasında adil dağıtılması, dönüşümün sadece gösterimciye yüklenmemesi amacıyla başladı. VPF modelindeki kilit kavram yurtdışındaki birçok modelde rahatlıkla görülebileceği üzere 'dönüşüm'dür. Dönüşümden kasıt sinemaların 35mm kopya oynatabilecekken yapımcı ve dağıtımcıların maliyet olarak lehine olan dijital gösterim sistemleri için "erken yatırım" kararı alması ve bu sürecin finansmanıdır. Tam da bu sebeple bu bedeller dönüşüm gerçekleştiren salonlar için uygulanmış, yeni açılan salonlar zaten doğrudan dijital projeksiyon ile faaliyet göstereceğinden bu salonlarda VPF ödemesi yapılmamaktadır. ABD'li stüdyoların Avrupa'da 2008, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde ise 2011 yılından itibaren açılan salonlara VPF ödemediği sözleşmelerle sabittir.

Mars Grubu'nun sinema salonlarında bu tip bir tarih ayırımı olmaksızın ve film kaç hafta gösterilirse gösterilsin 650 USD'lik bir bedel "katkı payı" adı altında tahsil edilmekte, hasılatın bu tutarı karşılamadığı durumlarda bile bu tutar yapımcı şirketten alınmaktadır. Raporda ise konunun esas muhatabı olan yapımcı bu sürecin dışında tutulmuş, VPF modeli sanki 'dağıtımcılar' ile 'salon sahipleri' arasındaki bir mekanizma gibi sunulmuştur. Dolayısıyla raporda sözü edilen 'sinema salonları ve dağıtımcıların arasında imzalanan anlaşmalarının dışlayıcı olmadıkları' saptamasının herhangi bir "manası" bulunmamaktadır. Türkiye'deki reel uygulamada dağıtımcılar



SİNEMA ESERİ YAPIMCILARI MESLEK BİRLİĞİ

salon sahipleri ile yapılan anlaşmaları imzalamalarına rağmen konunun finansal olarak tarafı değildir.

Agregatör bir firma olan DCINEX'in pazara girişi sırasında SE-YAP ile DCINEX arasında yapılan görüşmelerde, şirket yetkilileri tarafından 2011 Nisan ayından itibaren açılan salonların VPF sistemine dahil olmayacağı ifade edilmişti. Ancak gelinen son noktada DCINEX tarafından finanse edilen sinema salonları da 2015 sonuna kadar açılmış olan yeni salonlardan VPF talep etmektedir.

VPF ödemesinin hangi tarihte sona ereceği de net olarak belli değildir. DCINEX sistemindeki sinemalar için 2018 sonu ifade edilirken, Mars sinemalarında bunun 2019 sonu gibi olabileceği belirtilmektedir.

Kısacası yasal düzenlemenin olmadığı bir ortamda karman çorman bir sistem oluşmuştur.

Sinema Eseri Yapımcıları Meslek Birliği, Rekabet Kurumu'nu aşağıdaki soruların cevaplarını araştırmaya davet etmektedir:

1. Farklı sinema grupları arasında farklı VPF sistemlerinin yürütülmesi rekabet açısından makul bir durum mudur?
2. Yerli ve yabancı tüm filmler aynı koşullarda ve şartlarda mı VPF ödemektedir?
3. Mars grubu sinemalarının ABD stüdyoları ile yaptığı anlaşmalar çerçevesinde stüdyo filmlerine uyguladığı VPF tutarı ve sistemi ve yerli filmlere uyguladığı sistem ile aynı mıdır?
4. Rapora göre DCINEX anlaşması olan zincir sinemalar stüdyolar ile anlaşmalarını 2015 sonu itibarıyla imzalamıştır. Yerli filmler ile stüdyo filmleri eşit uygulamaya mı sahiptir? Salonların VPF talebi salonların DCINEX ile yaptığı anlaşma ile uyumlu mudur?
5. 35 mm sinema filmlerinin üretilmediği ve sinemalarda gösterilmediği 2015 ve 2016 yıllarında açılan yeni salonlara VPF ödemesi talep edilmesi konusunun incelenmesi Rekabet Kurumu'nun faaliyet alanına dahil değil midir?

VPF uygulaması ile ilgili olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı Sinema Genel Müdürlüğü'nün acilen tüm ilgili tarafları görüşmeye çağırıp yasal düzenleme konusunda çalışmalarını başlatması gerekmektedir. Sinema Eseri Yapımcıları Meslek Birliği'nin birçok kez yazılı ve sözlü dile getirdiği çalıştay ve bunun sonucundaki yasal düzenleme talebi devam etmektedir. Bu düzenlemenin yapılamaması durumunda, Kültür ve Turizm Bakanlığı Sinema Genel Müdürlüğü, mevcut durumun yarattığı olumsuz sonuçların birinci dereceden sorumlularından olacaktırlar.



SİNEMA ESERİ YAPIMCILARI MESLEK BİRLİĞİ

SE-YAP GÖRÜŞÜ SONUÇ

1. Rapor sektördeki taraflarla yapılan görüşmeleri ve anketlerle elde ettiği verileri, bilgileri yanlış yorumlamaktadır. Rekabet Kurumu, izin verdiği Mars-AFM birleşmesi ve birleşmenin yarattığı sonuçlarla ilgili bir öz eleştiri yapmamakta dolayısıyla kurum olarak konuyla ilgili sorumluluğunu üstlenmemektedir. Tüm bunların doğal sonucu olarak da durumu düzeltici bir eylem planından bahsetmemektedir. Bu haliyle rapor sektördeki şikayet, eleştiri ve hassasiyetleri yansıtmamaktadır. Raporda olması muhtemel gelişmeler olarak nitelenen unsurlar 2016 yılı itibarıyla rektörün reel gerçeklikleri haline geldiğinden rapor ne yazık ki sektördeki sorunları ve yapısal bozuklukları meşrulaştırmaya yönelik bir resmi belge niteliğindedir.
2. Piyasadaki monopolistik yoğunlaşma, bunun sonrasında gerçekleşen dikey bütünleşme ve keyfi VPF uygulamaları konunun esas muhatabı olan Kültür ve Turizm Bakanlığı Sinema Genel Müdürlüğü'nün de ivedilikle faaliyete geçmesini gerektirir düzeydedir. Raporda da belirtildiği gibi "sektörün ekonomik yönü bir tarafa, gözden kaçırılmaması gerekli diğer bir yönü de sinemanın sosyal ve kültürel bir etkinlik olduğu gerçeğidir". Sektör dijital dönüşümü gerçekleştirmekte zorlanan sinema işletmelerinin pazardan çıkma tehlikesiyle karşı karşıyadır. Bu gerçek, özellikle küçük yerleşim birimlerinde çoğunlukla tek perde/salonla hizmet veren küçük sinema salonlarının dijitalleşme yüzünden varlığının tehlikeye düşmesi ve söz konusu yerlerde yaşayan toplumun en önde gelen kültürel aktivitelerinden biri olan sinemaya birincil yoldan ulaşamama ihtimalini de beraberinde getirmektedir. Bu durum Sinema Genel Müdürlüğü'nün bu konuya doğrudan müdahil olmasını kaçınılmaz kılmaktadır.
3. Rekabet Kurumu raporunda Mars Grubu'nun dikey yapılaşmasına ve yoğunlaşmasına dikkat çekilmekte, ancak sonuç olarak bu durumun rekabet açısından negatif sonuçlar doğurmadığı iddia edilmektedir. Oysa Mars Grubu'nun gösterim faaliyetlerinde AFM birleşmesi sonrasındaki yoğunlaşma dışında, dağıtıcılık, yapımcılık, ithalatçılık ve reklamcılık faaliyetlerine de başlaması sinema sektöründe dağıtım alanında fiilen rekabeti bozan bir tekelleşme durumu yaratmıştır. Grup kendine ait sinema salonlarında, dağıtımını, yapımını veya ithalatını gerçekleştirdiği filmlere vizyon tarihi ve gösterim hafta sayısı anlamında avantajlar sağlamaktadır. Raporda da belirtildiği gibi Türkiye'de hangi filmin hangi tarihte vizyona gireceğini fiilen Mars Grubu belirlemektedir. Bu durum yapımcılar açısından yatırımlarının geri dönüşü anlamında belirsizlik yaratmakta, yeni yatırımcıların sektöre girmesini zoraştırmakta, dolayısıyla film yapım finansmanını olumsuz yönde etkilemektedir. Rekabet Kurumu Mars-AFM birleşmesi sonrasındaki dikey bütünleşmeyi dağıtım, salon sahipleri ve bilet alanlar ile sınırlı tutmuştur. Mars Grubu'nun dikey bütünleşmesinin özellikle film üretimi ve film ithalatı yapan taraflar açısından tekrar değerlendirilmesi gerekmektedir.
4. Rekabet Kurumu, 2016 Nisan ayında Mars Grubu'nun Güney Kore'li bir sinema zinciri grubu CJ CGV Co. tarafından satın alınmasına ne raporunda ne de raporun değerlendirildiği panelde yer vermemiştir. Rekabet Kurumu'nun hazırlamış olduğu "Sinema Hizmetleri Sektör Raporu"nu yeni gelişmeler ışığında ve sektörden aldığı geri bildirimler doğrultusunda ivedilikle revize etmesi gerekmektedir.



SİNEMA ESERİ YAPIMCILARI MESLEK BİRLİĞİ

REKABET KURUMU “SİNEMA HİZMETLERİ SEKTÖR RAPORU”NDAKİ ÇEŞİTLİ İSTATİSTİK VE ARAŞTIRMA SONUÇLARI

1. Rapor, sektör aktörleri ile bire bir görüşmeler ve web tabanlı olarak yapılan bir anket metodolojisiyle hazırlanmıştır. Rekabet Kurumu'nun iletişime geçtiği 74 sinema salonunda 24'ü, 11 dağıtım şirketinden de 7'si araştırma kapsamında bilgi vermişler. Raporda, kaç yapımcı ile iletişime geçildiği ve SE-YAP dışında başka bir yapımcı meslek birliği ile görüşülüp görüşülmediği konusunda bilgi verilmemiştir. Rapora, gerek sektörden, gerekse SE-YAP dışındaki meslek birliklerinden daha aktif ve yaygın bir katılım sağlanabilirdi.
2. Yapılan bire bir görüşmeler, anketler ve araştırmalar sonucunda Mars-AFM birleşmesi sonrasında ve dikey bütünleşmenin yoğunlaşmasının ardından ortaya çıkan etkiler sayısal olarak ifade edilmiştir. Buna göre:
 - a. Mars Grubu şu anda piyasada %50'nin üzerinde pazar payı ile "en yakın rakibinden" seyirci sayısı olarak beş kat, ciro olarak ise altı kat büyüklüğe sahiptir. Mars Grubu sadece İstanbul dikkate alındığında ise, "en yakın rakibinden" seyirci sayısı olarak altı kat, ciro olarak yedi kat büyüklüğe sahiptir.
 - b. 2000'li yıllar ile birlikte sinema salonları alışveriş merkezlerine (AVM) kaymış ve daha çok sayıda sinema ve buna bağlı olarak perde ile hizmet göstermeye başlamıştır. Türkiye'de bulunan perde/salonların yaklaşık %71'i AVM'lerde yer almaktadır. AVM sinemalarının hızlı artışı ile birlikte, sinema gruplarına bağlı olmayan cadde sinemaları hızla ortadan kalkmaya başlamıştır. Türkiye'deki bağımsız salonların oranı 2006 yılında %70 iken, 2014 itibarıyla %41'e gerilemiştir. 2016 yılı itibarıyla bu oran %30'un altına inmiştir.
 - c. Mars-AFM birleşme kararı sonrası incelemeye konu olan dönemde Türkiye genelinde tespit edilen 61 yeni AVM projesinin 33'ünde sinema işletmesinin Mars Grubu tarafından yapıldığı görülmektedir.
 - d. Ankete katılan salon sahiplerinin %77'si, AVM sahipleri/işletmecileri tarafından kendilerine Mars Grubu'na göre daha düşük kira bedeli teklif edilmesine rağmen AVM sahipleri/işletmecilerinin marka imajı gibi nedenlerle yeni açılan AVM'lerde Mars Grubu'nu tercih edildiği görüşündedir. Salon sahiplerinin %39'u pazara giriş engelleri bulunmadığı görüşüne katılmamaktadır.
 - e. Raporda, 2014 yılı sonunda faaliyete başlayan Mars Grubu şirketlerinden sinema filmi dağıtıcısı Mars Dağıtım'ın 2015 yılında toplam hasılatın %19'luk pay aldığı belirtilmektedir. Bu bilgi ve rapordaki Tablo 29'da verilen dağıtımçı pazar ve market payları yanlıştır. Mars Dağıtım, kısa sürede dağıtımçıları arasında seyirci paylarına bakıldığında lider konumuna gelmiş ve 2015 yılında dağıtım sektöründe hasılatın aldığı pay %29 olarak gerçekleşmiştir. Bu durum dikey yapılaşmanın yarattığı durum çarpıcı bir şekilde gözler önüne sermektedir.
 - f. Dağıtım şirketleri arasında en büyük üç dağıtım firmasından biri olan Tiglon, içinde bulunduğu finansal koşullar nedeniyle 2015 yılında faaliyetlerine son vererek dağıtım pazarından çekilmiştir.



SİNEMA ESERİ YAPIMCILARI MESLEK BİRLİĞİ

- g. Mars-AFM birleşmesi sonrası Mars Grubu, “Mars Media” adlı bir şirket kurarak perde reklamcılığı pazarına giriş yapmıştır. Mars Media’nın kurulmasıyla Fida Film hızla pazar payı kaybetmeye başlamış, 2014 yılının ikinci yarısında ise pazardan çıkmak zorunda kalmıştır.

Tüm bu olgular ve anket sonuçları sonucunda Rekabet Kurumu raporunda şu yorumlara yer verilmektedir:

1. Mars-AFM birleşme kararı sonrasında, dağıtım ve gösterimci hasılat paylaşımı oranlarında değişim ya da gösterime ilişkin bazı münhasır hakların elde edilmesi gibi alıcı gücünün doğrudan yansıması olabilecek gelişmeler gözlemlenmemiştir. Bununla birlikte piyasadaki sezon kavramının yarattığı baskının, Mars Grubu’nun sahip olduğu alıcı gücünü artırıcı etkisi olduğu ve Mars Grubu’nun bir filmi gösterime alma tarihine ilişkin kararlarının piyasada dağıtımçıların filmlerinin gösterime gireceği tarihe ilişkin verecekleri kararlarda doğrudan etkili olduğu izlenimi edinilmektedir.
2. Mars Grubu, yapım alanında sınırlı düzeyde faaliyet göstermekle birlikte, 2014 yılının sonlarına doğru dağıtım faaliyetine başlaması sonrasında, bütünüyle dikey bütünleşik hale gelmiştir. Mars Grubu’nun perde reklamcılığı pazarındaki faaliyetleri de dikkate alındığında, hâlihazırda sinemaya girdi sağlayan alanların neredeyse tümünde dikey bütünleşik olarak faaliyet gösterdiği söylenebilecektir. Hâlihazırda dağıtımçı ya da gösterimci başka bir teşebbüsün dikey bütünleşme planı bulunmamaktadır.
3. Yapılan görüşmelerde hem dağıtımçıları hem de sinema salonlarının tamamı tarafından Mars Grubu’nun yapım, dağıtım ve reklam pazarlarında dikey bütünleşmeye gitmesine yönelik endişeler dile getirilmiştir. Öte yandan yakın zamanda yürütülen bir inceleme sonucu alınan Rekabet Kurulu kararında, Mars Grubu’nun dağıtım ve gösterim pazarlarındaki dikey bütünleşik yapısıyla bağlantılı olarak rekabeti sınırlayıcı eylemlerde bulunduğu dair herhangi bir bilgi ya da belgeye ulaşılmamıştır.
4. Dağıtımçıları kıyasla, salon sahipleri, VPF sisteminin geliştirilmesi ve uygulanmasına kamu otoritesinin müdahalesinin daha yüksek oranda gerekli olduğu görüşündedir. Dağıtımçıları aracı firmaların (agregatör) dâhil olmasını yeterli bulmaktadır. Yapılan ankete göre salon sahiplerinin %60’ı VPF sisteminin hem dönüşümünü tamamlamış hem de yeni açılacak sinema salonlarını kapsaması gerektiğini belirtmiş iken, dağıtımçıları ve yapımcı birliğinin ağırlıklı olarak bu sinemaların dışarda tutulması gerektiği görüşünde olduğu görülmüştür.
5. Dijital dönüşümün gerçekleştirebilmesi için sinema işletmelerinin önemli bir yatırım yapması gerekmektedir. Bu bakımdan, belli bir finansal güce sahip olmayan sinema işletmeleri bu dönüşümü tamamlamakta zorlanmakta, dolayısıyla sektörün gerekliliklerini yerine getiremeyip pazardan çıkma tehlikesiyle karşılaşmaktadır. Bu gerçek, özellikle küçük yerleşim birimlerinde çoğunlukla tek perde/salonla hizmet veren sinema salonlarının dijitalleşme yüzünden varlığının tehlikeye düşmesi ve söz konusu yerlerde yaşayan toplumun en önde gelen kültürel aktivitelerinden biri olan sinemaya birincil yoldan ulaşamama ihtimalini de beraberinde getirmektedir.



SİNEMA ESERİ YAPIMCILARI MESLEK BİRLİĞİ

6. Gösterim pazarını da kapsayan dikey bütünleşme sonucunda, Mars Grubu'nun kendisince piyasaya sürülen filmler lehine ayrımcı uygulamalara girebileceği ve böylece tüketiciye sunulacak seçeneklerin azalabileceği, bağımsız teşebbüslerin gösterim pazarına erişiminin zorlaşabileceği yönünde endişeler oluşmuştur.
7. Mars Grubu'nun, Mars-AFM'nin birleşme sonrası elde ettiği görece yüksek pazar payını kullanarak, dağıtımcılar aleyhine birtakım uygulamalarda bulunmasının sektörün genel yapısı ve özellikle dağıtım piyasasının yoğunlaşmış yapısı dikkate alındığında güç görüldüğü belirtilmiştir.
8. Sektör araştırması kapsamında yapılan incelemelerde Mars Grubu'nun salon zinciri işletmecisi olarak 2014 Ekim ayında ABD'li stüdyolarla VPF anlaşmalarını imzaladığı; diğer zincir sinema salonlarının ise 2015 yılı içerisinde bir agregatör firma (DCINEX) üzerinden VPF anlaşması yaptığı anlaşılmıştır. Sözleşmelerin, sisteme dâhil olmayan dağıtımcıların sisteme erişimini engelleyici, önemli rekabet sorunlarına yol açacak nitelikte olmadığı, salon sahipleri için yeterli finansman imkânlarına ulaşılmamasının önemli olduğu dikkate alındığında, bu aşamada anılan sözleşmelere re'sen herhangi bir müdahalede bulunmaya gerek olmadığı düşünülmektedir. Sözleşmelere göre, gösterimcilerin VPF almaya hak kazanılabilmesi için ilgili filmin bilet satışlarından belirli bir ciro elde etmeleri gerekmektedir.
9. Dijital dönüşüm için önemli kaygılardan birinin gösterimcilerin yeterli finansman imkânlarına ulaşamaması olduğu ve Türkiye'de finansman sistemlerinin oluşturulması konusunda ABD ve AB'ye göre oldukça geç kalındığı dikkate alındığında, ödemelerin devamlılığını caydırıcı bir etki doğurmamak bakımından ve sözleşmelerin mevcut durumda sistemin dışında olan küçük ölçekli dağıtımcıların da sisteme dâhil olabilmesine imkân tanıdığı dikkate alınarak, anılan sözleşmelere re'sen herhangi bir müdahalede bulunmamanın bu aşamada uygun olacağı düşünülmektedir.

REKABET KURUMU SEKTÖR RAPORU SONUÇ BÖLÜMÜ

Gösterim pazarında oldukça güçlü bir teşebbüsün perde reklamcılığı ve dağıtım pazarlarına faaliyete başlaması, sektörü dışlayıcı eylemler bakımından **riskli** hale getirmektedir. Türkiye'de dağıtımcıların gelirlerinin en önemli kısmını az sayıda izleyici potansiyeli yüksek filmlerden elde edilen gelirin oluşturması, söz konusu filmlere ait bilet satışı ve reklam gelirlerinin gösterimcilerin de en önemli gelir kaynağı olması nedeniyle Mars Grubu'nun gösterim pazarındaki gücü ile bağlantılı olarak dağıtım ve perde reklamcılığı pazarlarındaki olası birtakım davranışları dışlayıcı etkiler doğurabilecektir. Sektör incelemesi kapsamında yapılan görüşmelerde hem dağıtımcılar hem de gösterimcilerin tamamı tarafından Mars Grubu'nun yapım, dağıtım ve reklam pazarlarında dikey bütünleşmeye gitmesine yönelik endişeler dile getirilmiştir. Yukarıda ilgili bölümde bahsedildiği üzere yakın zamanda bu konuya ilişkin olarak Mars-3 kararı kapsamında bir inceleme yürütülmüş ve **Mars Grubu'nun dikey bütünleşik yapısıyla bağlantılı olarak dağıtım ve gösterim pazarlarında rekabeti sınırlayıcı türden eylemlerde bulunduğuna dair herhangi bir bilgi ya da belgeye ulaşılmamıştır.**