7/5413

T.C
SANAYİ VE TİCARET BAKANLIĞI
Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği

Sayı : B 14.0.BHİ 01-32
Konu: Yazılı Soru Önergesi

29 OCAK 2002

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞI'NA

İlgi: 04.01.2002 tarih ve A.01.0.GNS.0.10.00.02-7/5413-12720/30341sayılı yazınız.

Tokat Milletvekili M. Ergün DAĞCIOĞLU'nun,"Gazete promosyonlarına" ilişkin olarak tarafımdan cevaplandırılmasını istediği (7/5413) esas nolu yazılı soru önergesiyle ilgili cevabımız ekte takdim edilmiştir.

Bilgilerinizi ve gereğini arzederim.

A.Kenan TANRIKULU
Sanayi ve Ticaret Bakanı

Ek: 5 sayfa önerge cevabı

DAĞITIM :

Gereği :

T.B.M.M. Başkanlığına

Bilgi :

Başbakanlığa

Cevaplarda ilgili yazının çıktığı daire, tarih ve numaralarının tam olarak yazılması rica olunur.

7/5413

TOKAT MİLLETVEKİLİ SAYIN M. ERGÜN DAĞCIOĞLU'NUN, YAZILI SORULARINAİLİŞKİN CEVAPLARIMIZ

Bilindiği üzere, yazılı basın kuruluşlarının kitap, ansiklopedi gibi kültürel amaçlı ürünlerle başlayan "promosyon" kampanyaları önce günlük tüketim maddelerine, ardından da televizyonlara, çamaşır makinelerine hatta giderek arsalara, otomobillere ulaşarak kabul edilebilir seviyenin çok ötesine geçmiş, adeta bir savaşa dönüşmüştü. Bakanlığımıza ulaşan, kamuoyuna da yansımış olan yoğun şikayetlerden, bu kampanyaların gerek sunulan malların düşük kaliteli, gerekse bu malların hiç ya da zamanında teslim edilmeme riski dolayısıyla tüketici çıkarlarıyla bağdaşmadığı ve yarattıkları haksız rekabet nedeniyle de kampanya konusu malların ticaretini yapan tacir ve esnafın aleyhine bir durum arz ettikleri ortaya çıkmıştı.

Bütün bunlar, konuya ilişkin bir hukuki düzenlemenin gerekliliğini ortaya koymuş, Bakanlık olarak kalıcı bir düzenleme olarak yasa hazırlığına girilmiş, 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda değişiklik yapan bir Tasarı hazırlanmış ve bu Tasarı, 31 Temmuz 1996 tarihinde TBMM Genel Kurulunda kabul edilmiştir. Ancak, Sn. Cumhurbaşkanının Tasarının bazı maddelerini Anayasa'ya aykırı bulması nedeniyle bir kez daha görüşülmek üzere Tasarı, TBMM'ne geri gönderilmiştir.

TBMM'nde 15.01.1997 tarihinde yeniden görüşülen tasarı aynen kabul edilmiş ve Sn Cumhurbaşkanınca imzalandıktan sonra **28.01.1997 tarihinde** Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

15.01.1997 tarihli ve 4226 sayılı Kanun'la, süreli yayın kuruluşlarının;

a) Kitap, dergi, ansiklopedi, afiş, bayrak, poster, sözlü veya görüntülü manyetik bant veya optik disk gibi yayıncılık amaçlarına aykırı olmayan kültürel ürünler dışında promosyon yapamayacağı,

b) Bu ürünlerin piyasa değerinin de tüketicinin kampanya süresince ödeyeceği toplam bedelin **%50'sini** aşamayacağı,

c) Bu kapsamdaki kampanyaların (kupon biriktirme) süresinin **60 günü** geçemeyeceği, hükmü getirilmiştir.

Bu genel değerlendirmenin yanı sıra, sorularınız arasında yer alan **"hukuki sürecin devam ettiği gerekçesine sığındığımız"** şeklindeki iddia karşısında, konunun tarihsel gelişiminin bir kez daha hatırlatılmasında yarar görmekteyim.

1- 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun değişik 11'nci maddesine aykırı promosyon kampanyası düzenleyen Milliyet, Hürriyet ve Sabah gazetelerine, 21.11.1997, 15.12.1997.16.01.1998 ve 21.01.1998 tarihlerinde **4 ayrı uyarı yapılmıştır.**

2- Adı geçen gazetelerin bu uygulamalarına devam etmekte ısrarlı olmaları üzerine, Kanunun 25/5 inci maddesindeki yetkiye dayanarak Tüketici Mahkemesi sıfatıyla görev yapan Ankara Asliye 8. Ticaret Mahkemesinde, bu kampanyaların durdurulması için **3 Şubat 1998 tarihinde dava açılmıştır.**

3- Sözkonusu Mahkemede davanın görülmesi sırasında, davalı gazeteler, Kanunun11/3 üncü maddesinin; Anayasanın;

- 48 inci maddesindeki "özel teşebbüs ve sözleşme yapma serbestliğine,"
- 29/3 üncü maddesindeki haber, düşünce ve kanaatlerin serbestçe yayınlanmasını engelleyici veya zorlaştırıcı mali şartların bulunduğu kanun hükümlerinin konulamayacağı hükmüne,
- Eşitlik ilkesine ait 10 uncu maddesine,
- Hak ve özgürlüklerin hangi sebeplerle sınırlanabileceğinin tarif edildiği 13 üncü maddesine, aykırı olduğunu iddia etmişlerdir.

4- Mahkeme, gazetelerin, Kanunun Anayasaya aykırılığı iddiasını ciddi bularak konuyu **20 Mayıs 1998 tarihinde, Anayasa Mahkemesine götürmüştür.**

5- Anayasa Mahkemesi, 29 Eylül 1998 tarihli, E:98/25, K:98/56 sayılı kararı ile **Anayasaya aykırılık iddiasını reddetmiştir.**

6- 20 Kasım 1998 tarihinde, Ankara Tüketici Mahkemesinde yapılan duruşma sonucunda, Mahkeme; üç gazete ile ilgili olarak, bu kampanyaların Kanuna aykırı olduğunun tespitine ve **kampanyaların durdurulmasına karar vermiştir.**

7- Mahkemenin bu kararı taraflara tebliğ edilmesine rağmen, gazeteler mevcut uygulamalarına ısrarla devam etmişler ve **Mahkeme kararını temyiz etmişlerdir.** (Sabah 21.12.1998, Hürriyet 28.12.1998 Milliyet 31.12.1998'de)

8- Diğer taraftan, Mahkeme kararının uygulanması yönüyle konu Hazine Avukatı tarafından Ankara 10. İcra Dairesine intikal ettirilmiş ancak, ilgili gazetelerin itirazı üzerine , Ankara 3. İcra Hakimliği 29.12.1998 tarihinde, Ankara 10. İcra Müdürlüğünün 1998/7406 Sayılı Dosyasındaki **takibin iptaline karar vermiştir.**

9- Milliyet, Hürriyet ve Sabah Gazeteleri **Ocak 1999 dan itibaren Kanun'a uygun**, yani kültürel ürünlerin taahhüt edildiği **promosyon kampanyaları düzenlemeye başlamışlardır.**

10- Yargıtay 4 üncü Hukuk Dairesi, Milliyet ve Sabah gazeteleri ile ilgili 12.04.1999 tarihli Kararında, Bakanlığımızın Tüketici Mahkemesinde dava açtığı 03.02.1998 tarihine kadar olan kampanyaları, Hürriyet gazetesi ile ilgili 15.04.1999 tarihli kararında ise, dava tarihinden sonraki kampanyaları da **Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'a aykırı bulmuştur.**

11- Bakanlığımız, Milliyet ve Sabah gazeteleri ile ilgili Kararın, Hürriyet gazetesi ise kendisiyle ilgili kararın tashihi için **Yargıtaya başvurmuştur.**

12- Bakanlığımızca yapılan itiraz Yargıtayca haklı bulunmuş ve her üç Gazeteye ait kararların kapsamı genişletilmiştir.

13- Yargı sürecinin tamamlanması üzerine, **24 Şubat 2000 tarihinde,** Bakanlığımızca anılan gazetelere **4 trilyon 617 milyar lira idari para cezası uygulanmıştır.**

Görüldüğü üzere, Kanuna aykırı olarak düzenledikleri promosyon kampanyalarını durdurmaları amacıyla anılan gazetelere gönderilen 21.11.1997 tarihli uyarı yazımız ile, bu

yöndeki tespitimizin, Yargıtayca onaylanıp para cezasının uygulandığı 24.02.2000 tarihi arasında üç yıla yakın bir süre geçmiştir. Bakanlığımdan kaynaklanmayan bu durum nedeniyle sorumlu olup olmadığımı takdirlerinize sunarım.

Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı aracılığıyla tarafıma yönelttiğiniz sorularınız aşağıda cevaplandırılmıştır.

Cevap-1 1999 yılının Haziran ayından itibaren, önceki uygulamaların aksine Milliyet, Hürriyet, Sabah ve Star gazetelerinin ikinci ürün (hediye) olarak verildiği kampanyalar başlamıştır. Buna göre, çeşitli üretici ve ithalatçı firmalar tarafından düzenlenen taksitli – kampanyalar uyarınca; müzikseti, bisiklet, cep telefonu gibi ürünleri alabilmek için, gazete dağıtım şirketlerine günlük taksit yatıran tüketicilere, hediye olarak anılan gazeteler verilmeye başlanmıştır.

4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 4226 sayılı Kanunla değişik 11 inci maddesi hükmü gereğince, yalnızca **süreli yayın kuruluşlarının** kültürel ürünler dışında promosyon kampanyası düzenlemeleri yasaklanmış, diğer bir ifadeyle, üretici ve ithalatçılar tarafından düzenlenen kampanyalarda, günlük gazetelerin hediye ürün (promosyon) olarak verilmesine sınırlama getirilmemiştir.

Cevap- 2 12.04.1999 tarihinde yayın hayatına yeni başlayan Star gazetesi tarafından Motorola 2000 cep telefonu kampanyası başlatılmış, 15.04.1999 tarihli yazımızla adıgeçen gazetenin uyarılmasına rağmen uygulamaya devam ettiğinin tespiti üzerine, önce İstanbul Tüketici Mahkemesi nezdinde dava açılmış, **ayrıca 115 milyar TL. idari para cezası uygulanmıştır.**

Diğer taraftan, süreli yayın kuruluşu olmayan firmalar tarafından düzenlenen ve bir günlük gazetenin esas ürünün yanında hediye olarak verildiği kampanyalara ilişkin Bakanlığım müfettişleri tarafından yürütülen denetimler sonucunda; bu tür satışların, 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 11'nci maddesi kapsamında değerlendirilmesinin mümkün olmadığı, anılan Kanunun taksitli kampanyalı satışları düzenleyen hükümleri çerçevesinde işlem yürütülmesi gerektiği ifade edilmiştir.

Bu tespit doğrultusunda, 1999 yılının Haziran ayından sonra süreli yayın kuruluşu olmayan üretici ve ithalatçı firmalar tarafından düzenlenen tüm taksitli / kampanyalı satışlar dikkatle takip edilmiş ve tüketici mağduriyetlerine yol açtığı tespit edilen firmalara yaklaşık **3 trilyon TL. idari para cezası uygulanmıştır.**

Cevap-3 Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun altı yıllık uygulama sonuçlarını dikkate alan Bakanlığımız, sözkonusu Kanunun bazı maddelerinde değişiklik öngören Kanun Tasarısını 21.11.2001 tarihinde Başbakanlığa sevk etmiştir.

Buna göre, Tasarı, Kanunun 11 inci maddesinin son fıkrasını aşağıdaki şekilde değiştirmektedir.

"Bilet, kupon, sertifika iştirak numarası, oyun, çekiliş ve benzeri yöntemler olmaksızın süreli yayının, tüketicinin satın aldığı mal veya hizmetle birlikte hediye olarak verildiği kampanyalar hariç süreli yayın kuruluşu tarafından düzenlenmeyen, ancak süreli yayınla doğrudan **veya dolaylı irtibatlandırılan kampanyalar da bu hükümlere tabidir.**"

Kanun Değişikliği Tasarısının Türkiye Büyük Millet Meclisinde aynen kabulü halinde, süreli yayın kuruluşlarınca düzenlenecek promosyon kampanyalarının, yukarıda yer verilen hüküm doğrultusunda gerçekleştirilmesi için, önceden olduğu gibi bundan sonra da Bakanlığımıza düşen görev ve yetkiler çerçevesinde hareket edileceği aşikardır.

Cevap-4 4077 sayılı Kanunda 15 Ocak 1997 tarihinde gerçekleşen değişiklikten sonra, yazılı basın kuruluşlarınca düzenlenen promosyon kampanyaları titizlikle takip edilmiş ve Yasaya aykırı kampanya düzenledikleri tespit edilen gazetelere toplam **dört trilyon dokuzyüzotuzüç milyar** lira para cezası uygulanmıştır. Cezai yaptırımların uygulanması konusundaki kararlılığımız nedeniyle, geçtiğimiz yıllarda şikayetlerin %75'i promosyon kampanyalarına ait iken 2000 yılında bu oran % 3'e, 2001 yılında ise % 1'e düşmüştür.

Yukarıda yer verdiğimiz açıklamalardan da anlaşılacağı üzere, "siyasi nedenlerle Bakanlığıma tanınan yetkileri kullanmadığım" şeklindeki iddianız gerçeği yansıtmamaktadır.

Cevap-5 Bu gün itibariyle konu, gazetelerin Kanunlara saygılı olmaları boyutunun yanısıra, okuyucuların günlük gazetelerimize duyduğu saygıyı ve ihtiyaçları olan güveni artırmak meselesi olmuştur. Bu gerçeğin farkında olan yazılı basın kuruluşlarımızın, promosyon için değil, daha çok haber ve yorumları için gazete satın alan bir tüketici kitlesine hitap etmeye başlamaları memnuniyetle karşılanmaktadır.

Diğer taraftan, ilgili mevzuat tarafından yasaklanmayan bir promosyon kampanyasına Sanayi ve Ticaret Bakanlığına tanınan yetkileri aşarak müdahale edilmesini beklemek, herşeyden önce "Hukuk Devleti" ve "Hukukun Üstünlüğü" ilkeleriyle çelişmektedir.

Ancak, daha önce de ifade ettiğimiz gibi, Bakanlığımca hazırlanarak çok yakında Meclis gündemine gelecek olan Kanun Değişikliği Tasarısının Yasama Organınca aynen kabul edilmesi ile bu alandaki tüm olumsuzluklar giderilmiş olacaktır.

Cevap-6 "Rekabetin Korunması Hakkında Kanun (7.12.1994 / 4054)'un 20/2 maddesi hükmüyle, Rekabet Kurumu, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın İlişkili Kuruluş"u olarak gösterilmiştir.

Anılan 20. madde hükmünde, Rekabet Kurumu ve konumu şöyle belirtilmiştir:

Madde 20 - Mal ve hizmet piyasalarının serbest ve sağlıklı bir rekabet ortamı içinde teşekkülünün ve gelişmesinin temini ile bu Kanunun uygulanmasının gözetmek ve Kanunun kendisine verdiği görevleri yerine getirmek üzere, kamu tüzel kişiliğini haiz, idari ve mali özerkliğe sahip Rekabet Kurumu teşkil edilmiştir. Kurumun ilişkili olduğu Bakanlık, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'dır. Kurum görevini yaparken bağımsızdır. Hiçbir organ, makam, merci ve kişi Kurumun nihai kararını etkilemek amacıyla emir ve talimat veremez. Kurumun merkezi Ankara'dadır. Kurumun teşkilatı ise; "Rekabet Kurulu", "Başkanlık" ve hizmet birimlerinden oluşmaktadır. (M. 21) Rekabet Kurulu ise; biri başkan, biri yardımcısı olmak üzere 11 üyeden oluşmaktadır. Bu üyeler de; 4'ü Rekabet Kurulunca, 2'si Sanayi ve Ticaret ve Bakanlığınca, diğer 1'er üye de Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığının bağlı olduğu Devlet Bakanlığı, ayrıca Yargıtay, Danıştay, Üniversitelerarası Kurul (YÖK), Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği tarafından gösterilen adaylar arasından, Bakanlar Kurulunca seçilip, atanmaktadır. (M.22)

Bakanlığımız ilişkili kuruluşu Rekabet Kurumu'nun 28.01.2002 tarih ve B.50.0.REK.0.00.00.00/230 sayılı yazısı ile Tokat Milletvekili M. Ergün DAĞCIOĞLU'nun yazılı sorusuna yönelik olarak verilen cevaplar aşağıda sunulmuştur.

"Basın sektöründe maliyetin altında satışlar nedeniyle Yeni Gün Haber Ajansı Basın ve Yayıncılık A.Ş. (Cumhuriyet Gazetesi) tarafından 20.09.1999 tarihinde Rekabet Kurumu'na

-Uzan Grubu'na ait Ulusal Basın Gazetecilik Matbaacılık ve Yayıncılık Sanayi A.Ş.'nin yayımlamakta olduğu *Star Gazetesi*'nin fiyatını 5 Eylül 1999 tarihinde 130.000 TL'den 50.000 TL'ye düşürdüğü,

-Sabah Grubu'na ait Bilgin Yayıncılık A.Ş.'nin, yayımladığı Takvim Gazetesi'nin fiyatını 9 Eylül 1999 tarihinde 75.000 TL'den 25.000 TL'ye düşürdüğü,

-Doğan Grubu'na ait Simge Yayıncılık ve Dağıtım A.Ş.'nin de yayımladığı *Posta Gazetesi*'nin fiyatını 8 Eylül 1999 tarihinde, 75.000 TL'den 50.000 TL'ye düşürdüğü,

-Anılan şirketlerin piyasa şartlarına göre fiyat belirlemeyip, bağlı bulundukları grupların yazılı ve görsel basındaki hakim durumlarından ve finansal avantajlarından destek alarak maliyetlerinin altında satış yapmak suretiyle pazardaki diğer kuruluşları piyasanın dışına ittikleri, dolayısıyla 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4'üncü ve 6'ncı maddelerini ihlal ettikleri gerekçesiyle bir şikayette bulunulmuştur.

Söz konusu başvuru üzerine hazırlanan 27.09.1999 tarih ve D2/1/B.E.-99/2 sayılı İlk İnceleme Raporu, 06.10.1999 tarih, 99-45 sayılı Kurul toplantısında görüşülmüş ve 99-45/488-313 sayılı Rekabet Kurulu kararı ile 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 40/1'inci maddesi uyarınca söz konusu piyasada önaraştırma yapılmasına karar verilmiştir.

İlgili önaraştırma kararı gereğince yapılan önaraştırma sonucu düzenlenen 15.11.1999 tarih, D2/2/B.E.-99/4 sayılı Önaraştırma Raporu, 18.11.1999 tarih, REK.0.06.00.00/44 sayılı Başkanlık önergesi ile Kurul toplantı gündemine alınmıştır.

Yapılan değerlendirmeler ışığında; 'okuyucu bağlılığı az ve fiyat hareketlerine duyarlı ulusal günlük siyasi gazeteler pazarında' Star gazetesinin 5 Eylül 1999'da fiyatını 130.000 TL'den 50.000 TL'ye indirmesinin pazara yeni giren bir firmanın pazarda tutunma çabası olarak değerlendirilmesi gerektiği; anılan gazeteyi yayımlayan Ulusal Basın Gazetecilik Matbaacılık ve Yayıncılık Sanayi A.Ş.'nin ilgili pazarda hakim durumda bulunmaması ve davranışın niteliği gereği, bu aşamada 4054 sayılı Kanun'un 6'ncı maddesine aykırılık oluşturmadığı,

İlgili pazarda birlikte hakim durumda bulunan Sabah Grubu ve Doğan Grubu'nun yayımladıkları Takvim ve Posta gazetelerinin Star gazetesinin fiyatını düşürmesinin ardından fiyatlarını düşürmelerinin, amacı, etkisi ve süresi dikkate alındığında, yıkıcı fiyat uygulaması olarak değerlendirilemeyeceği, aksine bu davranışın rekabetçi nitelikte olduğu ve 4054 sayılı Kanun'un 6'ncı maddesine aykırılık oluşturmadığı, kanaatine varılarak, anılan teşebbüsler hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığına karar verilmiştir."