



T.B.M.M.
CUMHURİYET HALK PARTİSİ
Grup Başkanlığı
Tarih: 27. Şubat 2014
Sayı: 22422

40805

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞINA

Aşağıdaki sorularımın Türkiye Büyük Millet Meclisi İç Tüzüğü'nün 96. Maddesine uygun olarak Kültür ve Turizm Bakanı tarafından yazılı olarak yanıtlanması için gereğinin yapılmasını arz ederim. 27.02.2014

Bedii Süheyl BATUM
Eskişehir Milletvekili

Türkiye'nin Yurtdışı Tanıtımının, Türkiye'ye gelen yabancı turist sayısının arttırılması ve özellikle gelen turist profilinin değiştirilmesi açısından çok önemli olduğu hepimizin malumudur. Nitekim Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yıllar bazında üstlendikleri Yurtdışı Tanıtım İhaleleri bu yönde çok etkili olmuştur.

Şeffaf, katılımcı ihalelerin gerçekleştirilmesi ve konuyla ilgili tüm birim ve aktörlerin, bu ihalelerin belli aşamalarına katılımlarının ve katkılarının sağlanmasıyla, Türkiye'nin Dış Tanıtımının başarılı bir şekilde yapıldığı, bu suretle Türkiye'ye gelen yabancı turist sayısında, yıllar içinde ciddi artışlar olduğu ve üstelik gelen turistlerin profillerinin ve kompozisyonlarının değiştiği kuşkusuzdur.

Ancak 2014 yılına kadar ihaleler genelde Kıtalar ve büyük ülke ya da ülke grupları itibarıyla yapılmaktaydı. Ve bu amaçla ihaleye katılan ajanslar bu bölgelere göre seçiliyordu.

Bunun yanı sıra ve daha da önemli olarak ihalelerde yer alan yarışma jürileri; TURSAB, TUROB, Rehberler Birliği, TUROFED, TYD, Reklamcılar Derneği gibi çeşitli meslek örgütleri ve sivil toplum kuruluşları temsilcilerinden oluşan geniş bir sayı ve ayrıca Ankara ve İstanbul Üniversitelerinden 2 iletişim Profesöründen oluşuyordu. Seçilen ajanslar tekliflerini, şeffaf ve katılımcı bir uygulamayla bu jüri önünde veriyor ve karşılaştırmalı fiyat tespiti yine şeffaflık ilkesi çerçevesinde yapılıyordu.

Ancak bu yıl, maalesef Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından, son derece yararlı ve olumlu sonuçlara yol açtığı tartışmasız olan bu yöntemden, şeffaflık ve katılımcılık uygulamasından tamamen vazgeçmiştir. Bu doğrultuda ihaleye ilişkin yarışma jürisinin yapısı tamamen değiştirilmiş; Meslek örgütleri ve sivil toplum kuruluşları yer almadığı gibi, jüri tamamen yurt dışında görev yapan 5 turizm müşavirinden oluşturulmuştur.

Bununla da yetinilmemiş, bu jüri eskiden olduğu gibi, ajansların etkin olanları arasında bir bölüşüm ve işbirliği yapılmasına imkan tanımayarak, sadece bir tek ajansın teklifi kabul edilerek, ihale bu tek ajansa bırakılmıştır.

Bu çerçevede aşağıda ki sorularımın yanıtlanmasını arz ve talep ederim.

1. 2014 yılı Yurtdışı Tanıtım İhalesi ile ilgili olarak, daha önce uygulanan ve son derece başarılı olduğu kuşkusuz olan, şeffaflık ve katılımcılık ilkeleri doğrultusunda kurulan ihale yarışma jürisinin kompozisyonunun değiştirildiği ve jüriden meslek örgütleri ile sivil toplum kuruluşları temsilcileri yanı sıra iki akademisyen üyenin de çıkarıldığı doğru mudur? Bu suretle ihale jürisinin tamamen Bakanlığa bağlı kişilerden oluşması doğru mudur?
2. Bu şekilde katılımcılığın gerçekleştirilmediği bir jüri sisteminin, 2014 ihalesi için uygulanmasının yararının ne olacağı Bakanlığınızca düşünülmektedir? Bu doğrultuda daha önce uygulanan ve tüm meslek örgütlerini, değişik aktörleri ihalenin aşamalarına katan katılımcı ve şeffaf ihale sisteminden ne zararlar ortaya çıkmıştır ki Bakanlığınız bu sistemi 2014 yılı ihalesi için terk etmiştir?
3. Bu yılki ihalede, ajans komisyonunun Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın uzun yıllardır uyguladığı "oranın" dört katına çekildiği yani yıllık yüz milyon USD üzerinden 11 milyon USD'ye ulaştığı doğru mudur? Bu doğru ise, bugüne kadar çok başarılı hizmetler gerçekleştiren ajanslara (haklı olarak) sağlanmayan bu ayrıcalığın nedeni ve gerekçesi nedir?
4. Söz konusu 2014 tanıtım ihalesinde şeffaflığın ve katılımcılığın terkedilmesi sonucunda oluşturulan jüri bugüne kadar yapılan ihalelerden farklı olarak, ihalede tek bir ajansın teklif vermesine izin vermiştir. Bu bilgi yani bir tek ihaleyi alan ajansın teklif verebildiği, diğer ajansların ise teklif vermelerine fırsat verilmediği doğru mudur? Diğer bir ifadeyle neden sadece tek ajanstan fiyat teklifi alınmıştır?
5. Bu doğru ise, bu denli zorlama koşulların oluşturulmasının nedeni nedir? Ayrıca bu zorlama yolla Devletin zarara uğratılabileceği Bakanlığınız tarafından düşünülmemiştir midir?

6. 2014 yılı Yurtdışı Tanıtım İhalesi için, daha önceki yöntemler terk edilerek, şeffaf ve katılımcı olmayan bu yeni yöntemin uygulanmasıyla, 2014 de yapılacak Türkiye'nin tüm dünyadaki tanıtımı Emrah YÜCEL adlı kişiye verilmiştir. Bu kişinin grafik tasarımcısı olarak daha önce hazırlamış olduğu film afişlerinin çalıntı (kopya) olduğu yönündeki haber ve bilgiler Bakanlığınızın malumu mudur? Bu nedenle ünlü sinemacı Mustafa ALTIOKLAR'ın filminin afişlerini Kore'de kullanımdan kaldırmış olduğu Bakanlığınızın bilgisi dahilinde midir? Bu çalıntı (kopya) afişler nedeniyle Kore'de Türk film sektörünün imaj kaybına uğradığı haberlerinden Bakanlığınızın bilgisi var mıdır?
7. Kültür ve Turizm Bakanlığının, 2014 yılı Yurtdışı Tanıtım faaliyetlerine dünyanın hiçbir yerinde başlayamamış olması, Emrah YÜCEL'in bir reklam ajansı alt yapısı olmamasından mı kaynaklanmaktadır? Tanıtımların gecikmesinin sorumlusu kim olacaktır? Ve bu gecikmeden doğacak zararın (eğer doğacak olursa) karşılanması ne şekilde mümkün olacaktır?
8. İhaleyi tek başına alan Emrah YÜCEL'in, görevden ayrılan Egemen BAĞIŞ'ın ya da eşi Beyhan BAĞIŞ'ın sahibi olduğu ANATOLİE adlı şirketle ilişkisi olduğu ileri sürülmektedir. Bu konunun doğruluk derecesi nedir? Bakanlığınızın bu konuda bilgisi var mıdır? Ya da konu araştırılmış mıdır?