

GÜÇLÜ VE ÇEŞİTLİ BİR PİYASA İÇİN
SABİT KİTAP FİYATI:

FRANSA ÖRNEĞİ



Türkiye Yayıncılar Birliği Panel Dizisi ///



**TÜRKİYE
YAYINCILAR
BİRLİĞİ**

TURKISH PUBLISHERS ASSOCIATION

37. ULUSLARARASI İSTANBUL KİTAP FUARI
GÜÇLÜ VE ÇEŞİTLİ BİR PİYASA İÇİN SABİT KİTAP FİYATI: FRANSA ÖRNEĞİ

Yöneten

Kenan Kocatürk Türkiye Yayıncılar Birliği Yönetim Kurulu Başkanı

Konuşmacılar

Rémi Gimazene (Fransız Kültür Bakanlığı Kitap Ekonomisi Bölümü Başkanı-Fransa)

Jean-Guy Boin (BIEF-Fransa Yayıncılar Birliği Eski Başkanı, Ekonomist ve Sosyolog-Fransa)

Düzenleyen

Türkiye Yayıncılar Birliği - TÜYAP

Fransız Kültür Merkezi Desteğiyle

11 Kasım 2018, Pazar / 13:30 - 14:30

TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi, Karadeniz Salonu

KENAN KOCATÜRK:

Son iki yıldır, Türkiye Yayıncılar Birliği olarak gündemimize aldığımız kültür endüstrisi yapısal sorunlarını ortadan kaldıracabilecek olan Sabit Fiyat Yasası, Kıta Avrupası'nda Almanya, Hollanda, İtalya, İspanya gibi ülkelerde uygulanıyor. Bunlar, yayıncılık endüstrisini ve yayıncılık ekonomisini çok yakından ilgilendiren kanunlar. Biz de kendi ülkemizde benzer kanunların, benzer yapıların ortaya çıkması için çeşitli toplantılar yaptık. Geçen yıl burada Almanya Yayıncılar Birliğinden arkadaşlarımız vardı. Bildiğiniz gibi Nisan ayında bir yayıncılık kurultayı yaptık, oraya da Hollanda'dan arkadaşlarımız gelmişti. Bugün de burada Fransız Kültür Merkezinin desteğiyle Fransız Yayıncılar Birliği ve Fransız Kültür Bakanlığından, Kitap Ekonomisi Başkanı Rémi Gimazane ve Fransa Yayıncılar Birliği Eski Başkanı Jean-Guy Boin yanımızda. Onlarla Fransa'daki Sabit Fiyat Yasası'nın ne olduğu, ne şekilde uygulandığı, yayıncılığı ve kitapçılığı nasıl etkilediği, kamunun ve okurların bundan ne gibi faydalar sağladığını konuşacağız. İlk sözü, Rémi Gimazane'e vereceğim.

Rémi Gimazane, Kültür Bakanlığı Ekonomi Bölüm Başkanı. Bizi Sabit Fiyat Yasası'nın ne olduğu, yasanın ülkede yayıncılık endüstrisini, kitapçılığı ve yayıncılığı nasıl etkilediği hakkında bilgilendirecek. Daha sonra da Eski Başkan Jean-Guy Boin bize bilgi verecek. Rémi Gimazane, buyurun...

RÉMI GIMAZANE:

Hepinize merhaba, öncelikle Türkiye Yayıncılar Birliği'ne daveti için teşekkür ederim. Bugün, Fransa'da geçerli olan Sabit Fiyat Yasası'nı sunmak üzere sizinle birlikte olmaktan çok mutluyum.

10 Ağustos 1981 tarihinde kitap fiyatlarıyla ilgili olarak çıkan bu yasanın resmî ismi "Sabit Fiyat Yasası": ancak, Fransa'da daha çok Lang Yasası olarak bilinir. Çünkü bu yasanın yürürlüğe girdiği tarihte, Kültür Bakanı, Jack Lang idi ve zamanla yasa, Bakanın adıyla anılmaya başladı. Yasanın parlamento tarafından kabul edildiği 1981 yılı, Fransa'da büyük bir cumhurbaşkanlığı seçimine denk geldiği için önemli bir tarihtir. Kitabın ekonomisiyle ilgilenen bu teknik yasa, o dönem önemli siyasi tartışmaların öznesi haline gelmişti. Öyle ki, cumhurbaşkanı adayları seçim kampanyalarında bu konuyla özellikle meşgul olmak durumundaydı.

Yasa, 1970'li yılların sonlarında, Fransa'da büyük kitap perakendecilerinin kitap fiyatlarında sık sık indirim yaptığı ve ucuz fiyat uygulamalarıyla daha fazla pazar payı kazandığı bir ekonomik ortamda çıktı. 1981'de kabul edilen yasanın mekanizması nispeten basit. Sabit Fiyat Yasası, tüm ülkedeki kitap fiyatlarının yayıncılar tarafından belirlenmesini ve Fransız topraklarındaki tüm kitapçıların ve tüm mağazaların kitabın satışında yayıncı tarafından belirlenen sabit fiyatı dikkate almasını zorunlu tutar.

Yasa genel çerçeveyi bu şekilde çizer. Elbette, bu genel çerçevenin bir dizi istisnası var. Kitabı okuyucuya satan perakendeci veya kitabevi, kitap fiyatının yüzde 5'ine kadar sınırlı bir indirim yapabilir. Başka bir deyişle, yayıncı kitabın fiyatını 20 € olarak belirlediyse, kitapçı kitabı 19 ila 20 € arasında satabilir; 19 €'dan daha az fiyata satamaz. Yüzde 5, perakendeci için azami indirim oranıdır. Bu ilk istisna, tekil müşterilere kitap satışı için genel kuraldır. Toptan satışlar için başka

kurallar söz konusu. Örneğin, bir kamu otoritesi kütüphane koleksiyonlarını genişletmek üzere kitap satın aldığı anda, kitap satıcısı veya kitabevi, yalnızca yüzde 5 değil, kitap fiyatının yüzde 9'una varan bir indirim yapabilir. Öte yandan kütüphane kitap satın aldığı anda perakendeci, kitabın satış fiyatının yüzde 6'sını kolektif bir yönetim topluluğuna aktarır. Böylece kütüphanelere yapılan kitap satışının yüzde 6'sı buradaki etkinliğe katılan yazarlara ve yayıncılara dağıtılır. Bu, kütüphaneler için yapılan satın almalarındaki derogasyondur. Bundan başka bir derogasyon da bir kamu otoritesinin ders kitabı satın almasıdır. Okul kitaplarının söz konusu olduğu bu durumda perakendeci, satın alanın kamusal bir kurum olması halinde herhangi bir sabit fiyat kuralına tâbi değildir. Perakendeci eğer isterse rekabete aykırı bir şekilde zarara uğramaması koşuluyla yayıncıların belirlediği fiyatın yüzde 30-40-50'si kadar indirim yapabilir.

Yani bir kamu kurumuna satılan okul kitapları söz konusu olduğunda sabit fiyat yoktur. Ancak, bir kitapçıya kitap alma amacıyla giden bir aile, kitabı her kitap gibi yayıncı tarafından belirlenmiş sabit bir fiyata satın alacaktır. Sabit Fiyat Kanunu tekil kişiler için okul kitaplarında da geçerlidir: fakat kitap, bir kamu kurumu tarafından alınacaksa yasanın artık geçerli olmadığını görüyoruz. Sabit Fiyat Yasası'nın, perakendeciler için de söz konusu olan son bir istisnası daha var. Kitap yayınlanalı 2 yıldan uzun bir süre geçmişse ve eğer kitap kitabevinin stoğunda ya da mağazasında 6 aydan uzun bir süredir bulunuyorsa, kitabevi bu kitabı satabilmek için istediği gibi fiyat verebilir, istediği indirimini yapabilir çünkü kitap uzun süre kitapçıda kalmıştır. Ancak, genel bir kural olarak kitapçı veya kitabevi yayıncı tarafından belirlenen fiyatı uygulamalıdır ve bu kural, kitap yayınlandıktan 10 yıl sonra bile geçerlidir. Hatta 20 yıl önce yayınlanan kitaplar bile kanun kapsamında kalmaya devam eder ve tekil müşterinin almak istediği bir kitap, yayıncı tarafından belirlenen fiyattan satılmalıdır.

Yasanın ekonomik olarak genel tanımı işte böyle... Yasa ayrıca, sabit fiyat mekanizmasıyla doğrudan ilgili olmayan bazı hükümler de içeriyor. Birincisi, kitapçıların dükkanlarına gelenlerin tüm siparişlerini yerine getirmek zorunda olduğunu belirtir. Fransa'da bir kitapçıya giren bir vatandaş, kitap o mağazadaki stokta yoksa bile kitabı sipariş etme hakkına sahiptir. Fransa'da bu talepleri ücretsiz olarak karşılama zorunluluğu vardır. Bu, biraz özel olan ilk hükümdür. Kanundaki ikinci ilginç hüküm ise yayıncılar ve perakendeciler arasındaki ilişkiye odaklanıyor.

Satış fiyatını belirleyen yayıncı olduğu için perakendeciyle olan ticari ilişkisi sırasında perakendeciye bir indirim yapar. Mesela, bir kitabın perakende fiyatı 20 € ise yayıncı kitabı 12 €'ya perakendeciye satacaktır. Bu da firmalar arası ilişkidir. Yasa, yayıncının kitapçıya vereceği indirimini belirlerken, bu indirimin kitapçıların çalışma kalitesi ve satış miktarına uygun olması gerektiğini ortaya koyar. Kitabevinin ticari iskontosunun belirlenmesindeki niteliksel yön, niceliksel yönden daha önemlidir. Sonuç olarak kitabın dağıtımında iyi bir iş çıkarmadan çok fazla kitap satan büyük bir kitabevi, daha az kitap satan ancak iş kalitesi daha yüksek olan bir kitapçıya kıyasla daha düşük bir ticari indirimde sahip olmalıdır. Yasa, kitapçıların çalışma niteliği hakkında bir şey söylemez. Bu konu Fransız Yayıncılar Sendikası ile toplu olarak perakendecileri temsil eden sendikalarından oluşan profesyonel bir çalışma komitesi tarafından düzenlenir. Yasanın düzeneğinin genel tanıtımı da böyle diyebiliriz.

GÜÇLÜ VE ÇEŞİTLİ BİR PİYASA İÇİN SABİT KİTAP FİYATI: FRANSA ÖRNEĞİ

Bırakayım da yasanın ekonomisinin işleyişini Jean-Guy Boin aktarsın. Ben, bu yasanın oylanıldığı dönemde Fransız Parlamentosu'nun yasayla ilgili siyasi hedeflerinden bahsedeyim. Çünkü bu siyasi hedefler, aynı zamanda bugün yaşamızın uygunluğunu ve gücünü değerlendirmemizi sağlıyor. Fransa'daki Sabit Fiyat Yasası'nın ilk amacı eşitliktir. Her vatandaşın kitap erişiminde eşitlik sağlamaktır. Yasa, Cumhuriyet toprakları üzerinde nerede olursak olalım kitabı aynı fiyata bulabilelim, mesela dağlarda, gelişmiş bir ticari ağdan uzak bir yerde olsak da kitabı daha pahalıya almayalım yaklaşımına göre düzenlendi. Tüm Fransızlar, herhangi bir kitabı eşitlikçi bir fiyatla satın alabilir. Bu gerçekten, Cumhuriyetin temel değerine bağlı olan ilk hedeftir. Diğer iki hedef, kanunun ekonomik etkisiyle ilgilidir. Sabit Fiyat Yasası, birçok kitabevinden ve birçok kitap satış yerinden oluşan yoğun bir ağı korur.

Yasa, perakendeciler arasındaki fiyat rekabetini ve böylece perakende segmentindeki yoğunlaşmayı önler. Buradan ortaya çıkan politika hedefleri de önemlidir. Perakendeci ağlarının yoğunluğuna ilişkin ilk siyasi hedef, Cumhuriyet'in tüm bölgelerindeki kültürel canlandırmayı garantilemesidir. Yasama organı, çok sayıda kitap satış yeri olmasının önemini kabul etmiştir. Çünkü bu satış yerleri, vatandaşların millet ve halk üzerine tartışmalarına, günümüzün siyasal ve estetik tartışmalarına erişebileceği yerlerdir. Kitabevleri ve bunların yarattığı kültürel canlanma, demokrasinin bir garantisidir. Ekonomik olarak biraz daha incelikli olsa da nihai hedef editöryal yaratımın çeşitliliğini sağlamaktır. Sabit Fiyat Kanunu, bölgedeki geniş bir kitapçı ağını sürekli kılar, halk tarafından beklenmedik, yaratıcı yayınların devam etmesini sağlar. Yenilikçi işlerin basımı konusunda, aksi bir durumun tersine, daha fazla cesur olmayı sağlar. Kitapçı ağı ne kadar yoğun ve çeşitli ise tüm bölgelerdeki kitapçılar da birbirinden o kadar farklı olur ve böylece yayıncılar farklı kitapları piyasaya sunabilirler. Çünkü, bazı kitabevleri her zaman az ya da çok yeni üretimle uğraşmaya devam edecektir.

Jean-Guy'in hem yasanın mekaniği hem de siyasi hedefleri hakkında genel bir sunumunun tüm bunlara hakim ekonomik mantığını da ortaya koyacağını sanıyorum.

JEAN-GUY BOIN:

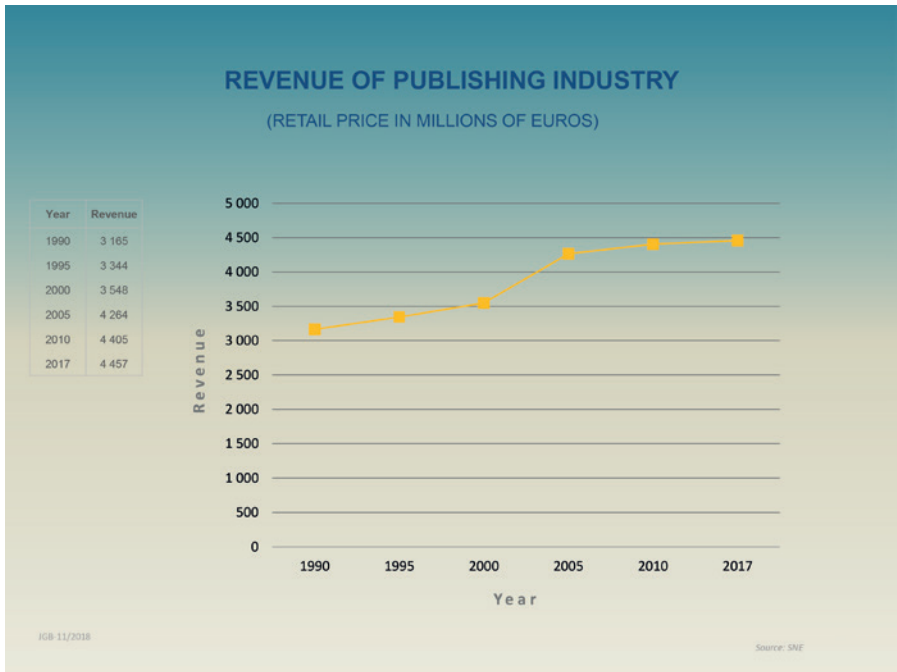
Teşekkür ederim. Hepinize merhaba, Derneğe de daveti için teşekkür ederim. Kendileriyle İstanbul'da birçok kez buluşma fırsatım oldu. 2010'da ve İstanbul Fransız Enstitüsünün evsahipliğinde başka toplantılarda görüşmüştük. Hatta bildiğim kadarıyla önümüzdeki Haziran ayında ve daha sonra Paris'te başka buluşmalar da olacak.

Sunum öncesinde Rémi'nin söylediğine biraz geri döneceğim. Her şeyden önce, sabit fiyat problemi, Fransa'daki deneyimi yaşamış tüm ülkeler için geçerlidir. Elbette, sabit fiyat sistemine sahip yaklaşık yirmi kadar başka ülke de var. Muhtemelen bizimkine en yakın olanı Almanya. Ayrıca İspanya, Portekiz ve İtalya ve ayrıca Avusturya ve Japonya'yı da sayabiliriz.

Bazılarınız şunu soruyor olabilir, Rémi'nin söz ettiği siyasi fitil nasıl ateşlendi? Yakın şartlar altında bir liberal ekonomik sistem içinde bu nasıl yapılabildi? Bu, yurtdışında konusu açılan ve insanları şaşırtan bir durum. Sabit fiyat sisteminin, devletin bir müdahalesi olduğunu ve yayıncılığın

devlet kontrolü altında kalması anlamına geleceğini söylüyorlar. Kültürel ve editoryal çeşitlilik meselesinden söz edildi, sanırım buradan başlamalıyız. Teorik açıdan bakıldığında kitabın, yayıncılığın, bir kültür endüstrisi olduğu gerçeğinden başlayabiliriz. Bu kültür endüstrisi terimi garip bir şekilde bir iktisatçı tarafından değil, filozof Theodor Adorno tarafından icat edildi. Üzerinden 70 yıla yakın bir süre geçti ve şu anda herkes tarafından farklı bir tarafa çekiliyor. Kültür endüstrileri kitaplar, bahsi geçen yayıncılığı bir araya getirirken aynı zamanda başka tür olarak sinema ve müzik endüstrisini de içeriyor. Bu nedenle, kültür endüstrisinin bu prensiple olan alakası ekonomistlerin dediği gibi arz ekonomisinin içinde yer alır. Ancak bu, talebin arz ekonomisi içinde var olmadığı anlamına gelmiyor elbette. Sonuç olarak bunun gerçekteki yansımaları basılan başlık sayısından gözlemleyebiliyoruz. Örneğin, Fransa için Livres-Hebdo adlı profesyonel dergiye göre geçtiğimiz seneye ait yeni yayın ve baskı sayısı 67 bin adet. Diğer sektörlerle karşılaştırırsanız bu kesinlikle büyük bir sayı. Film endüstrisini ele alırsanız; örneğin, Fransız endüstrisi bu bakış açısına göre dünyada çok önemli bir yerde ve 180 uzun metrajlı filmi var. Bu karşılaştırma biraz kabaca yapılmış olsa da akla yatkın bir hesap. Bu durum arz çeşitliliğinin önemini akıllara getirirken, bu arzın çeşitli satış yerlerinde kendi talebini bulabilmesi için de çeşitliliğe ihtiyaç duyulduğunu hızlıca tahmin edebilirsiniz. Bu bakış açısı, değinilecek ilk nokta. Buraya geleceğiz ama önce bazı rakamlara bakalım. Rakamların, kaynakları hakkında bilgi vermiyim.

Tablo 1



GÜÇLÜ VE ÇEŞİTLİ BİR PİYASA İÇİN SABİT KİTAP FİYATI: FRANSA ÖRNEĞİ

Mesela Tablo 1'de yayıncılık sektörü cirosunun 1990'dan bu yana evrimini görüyoruz. Burada gösterilen, vergiler hariç perakende fiyatı denilen satış fiyatının değerini gösteren rakamlardır. Diğer endüstriler ile mesela, sinema endüstrisiyle kıyaslama yaparken, en küçük karşılaştırma unsurunun dahi tanımının doğru yapılması, tamamen küreselleşmiş bir dünyada olduğumuzdan, uluslararası karşılaştırmalar düzeyinde de tanımlama yapılabilmesini mümkün kılar. Bu bakış açısına göre kısaca söylemek gerekirse, Fransız yayıncılığı ciro açısından dünyada 6. sırada olduğunu görüyoruz. Bu eğri üzerinde neler gözlemliyoruz. Aslında, burada biraz büyümeye baktık. Büyümede 1990'lara baktığımızda 3 milyar avronun hemen ardından şu an 4 buçuk milyarlık bir seviyeye geliyoruz. Bu nedenle, hâlâ önemli bir büyümeye sahibiz. Dilerseniz avro üzerinden verilen mevcut değerlere geri döneyim, yani para birimi olarak söylemek gerekirse, avroyu sabit tutarak değerleri düzeltmek gerekecek. İlginc olan, fiyatların evrimini açık bir şekilde göz önünde bulundurmak anlamına gelen sabit bir sıfırdır ve orada da bir miktar büyüme olduğunu göreceğiz. Bu genel satış rakamlarının içinde, 2017'de, genel olarak dünyada herkesin kullandığı İngilizcesi "ebook" olan dijital kitabı etüd ediyoruz. Ulusal Sendikaya göre, Fransa Yayıncılar Birliği de diyebilirsiniz.... Dijital kitap satışları, toplam satışın yaklaşık yüzde 7'sini oluşturuyor, küçük bir düzeltmeyle toplamın yüzde 7,2'si. Bunu büyük resme yeniden oturtmalıyız. Mesela bunun içerisinde, hukuk ve yasa kitaplarının başı çektiği mesleki yayınlara ait satışın üçte ikisi dijital kitaptır. Amerikalıların ya da İngilizlerin "ticaret" dediği şeye geri dönersek... Gündelik kitabın ne olduğunu burada bulunan yayıncıların bilmesi gerekiyor. Bunlar kurgu ve kurgu dışı kitaplar olarak adlandırıldığı gibi daha genç türleri, mesela sanat kitapları ve çizgi romanları da kapsar. Aslında bu yaklaşık yüzde 4 civarında bir toplamdır ancak Birleşik Devletler'den ya da Birleşik Krallık'taki sayıdan yüksek sayılmaz. Rémi az önce bundan bahsetti ancak ben buna geri dönmek için tekrarlıyorum. 5-6 yıldan bu yana basılı kitaplara ilişkin Sabit Fiyat Yasası'nın yanında, dijital kitap için de Sabit Fiyat Yasası var. Aslında Rémi, daha sonra belki de bu yasanın tarihsel olarak destekçilerini size anlatacaktır. Bu 27 yıllık döneme baktığımızda, satılan kopya sayısının yaklaşık 430 bine ulaştığını görüyoruz, bu da Fransa'da kişi başına yaklaşık 7 kitap demek. Bizi önde gelen ülkelerden biri yapmasa da bu konuda küresel olarak 10. veya 12. sırada olmalıyız.

NUMBER OF TITLES PUBLISHED (DEWEY decimal classification)

Category of books - UDC till 1993, DDC from 1994

YEAR	REVENUE
1990	21 143
1995	23 436
2000	39 422
2005	53 462
2010	63 052
2017	68 735



This graph represents new titles, new revised and enriched editions and mass-market paperback reprints. It does not include reprints announced by the Electre bibliographic database.

IGB-11/2018

Source: ELECTRE

Tablo 2

Aynı dönemde yayımlanan başlıkların sayısına baktığımızda, 20 binden yaklaşık 68 bine çıkan bir patlama yaşandığını Tablo 2’de görüyoruz. Yani 3.3 katı, bu kesinlikle büyük bir patlama. Piyasaya sürülenlerin sayısı Fransa’ya özgü değil, pek çok ülkede gözlemlenebilir. Kolaylıkla yapılabilecek analiz sonrasında, Rémi’nin de az önce bahsettiği gibi bu durumun kültürel çeşitlilik için iyi bir haber olduğu söylenebilir. Bununla beraber, toplam satış rakamlarına dönersek bu artışın satıştaki artıştan çok daha yüksek olduğunu göreceksiniz. Çıkarılacak sonuç çok açıktır ki, parça başı ortalama satış değeri düşmüştür ve bu düşüş çok belirgindir. Buradaki makro ve mikro ekonomik boyutu belki sayın Başkan’la daha ileriki saatlerde tartışabiliriz. Buradan çıkarılacak sonuç, parça başı kârlılığın azaldığıdır fakat bu, daha fazla yayın yapıldığında genel kârlılığın azaldığı anlamına gelmez. Yayın başına kârlılık ilkesine geri geleceğim.

2017 : BREAKDOWN BY MARKET CATEGORY (%)

CATEGORY	REVENUE	NEW TITLES PUBLISHED	COPIES SOLD
School	14,2	6,8	14,1
STM, Management	2,7	4,2	1,0
Law	9,3	1,5	1,3
Non Fiction	8,5	25,0	6,4
Religion, Esotericism	1,6	3,1	1,6
Dictionaries, Encyclopaedias	1,3	0,6	1,2
Fiction	22,7	19,4	25,9
Children's	12,8	15,0	19,1
Comic and graphic novels	10,5	9,1	14,2
Art/Quality illustrated	2,9	3,4	1,5
How to	12,7	11,4	12,0
Maps, Atlas	0,8	0,5	1,7
Total	100,0	100,0	100,0

H0811/2018

Source: SNE

Tablo 3

Hızla, aynı zamanda ülkeler arasında olabilecek bir farklılık göstergesinden de bahsedeceğim: satışların dağılımı. Etkin bir şekilde görülmesi için Tablo 3'te, ilk sütunda satış rakamları, ikinci sütunda yeni yayınlar ve üçüncü sütunda da satılan kopya sayısı yer alıyor. Kurgu ve edebiyatın büyük ölçüde öncü olduğunu görüyoruz ancak büyüyen ve oldukça önemli olan dilimler olduğunu da görebiliyoruz. Gençlik yayınları satışımızın yüzde 12,8'ini oluşturuyor. Bir gençlik kitabının ortalama fiyatı, dünyanın birçok ülkesinde olduğu gibi, edebiyat kitabının ortalama fiyatından daha az olduğu için satılan kopya sayısı ile karşılaştırma yapmak ilginç sonuçlar ortaya çıkarıyor. Satılan kopya açısından gençlik yayınlarının satışı yüzde 12.8 iken, satılan kopya sayısı yüzde 19,1'e karşılık geliyor. Neredeyse bir kitap 5 kopyanın üzerinde satıyor. Aynı zamanda, iyi haberler de var. Bu bizi okuma alışkanlıklarına götürüyor. Aslında bu, bir tarafında yasa olsa da doğrudan yasanın konusu değil. Okuma ve okumanın gelişmesi hakkında bir yandan hem kamuoyu olarak hem de aynı zamanda bu gelişimde ve böyle bir alışkanlığın evriminde kendi sorumlulukları da olan kitap profesyonelleri olarak gerçekten daha tetikte olmalıyız. Son olarak ve hızlıca, İngilizce "Comics and graphic novels" denen çizgi romanlara bakalım. Satışların %10'dan fazlasını oluşturuyorlar ve satılan kopya sayısı da yüzde 14,2.

SALES POINTS

(not inc. Schoolbooks)

Breakdown of sales points for new print books in value (%) : Evolution

SALES POINTS	1995	2000	2005	2010	2017
Bookshops (all networks inc.)	34,6	31,3	26,7	23,4	22,0
For large stores and specialized bookshops and book sections in department stores	23,6	20,8	19,8	18	18,5
For book and stationery retailers, street kiosks, stations, airports	11,0	10,5	6,9	5,5	3,5
Large cultural stores (FNAC, ...)	12,0	17,2	21,7	22,3	25,5
Book depts. in super and hypermarkets	15,8	17,8	20,7	19,1	19,0
On-line sales	0	0,9	5,4	13,1	20,0
Door-to-door, mail order (not inc. Internet)	29,6	24,8	17,0	14,8	9,5
Others (remaindering, schools, markets,...)	8,0	8,5	8,0	7,2	4,0

IGB-11/2018

Source: SOFRES study for the Ministry of culture and communication

Tablo 4

Satışların satış noktasına göre dağılımına dair Tablo 4’de sunduğumuz rakamlar, Kültür Bakanlığı adına bir anket enstitüsü olan Sofres tarafından yapılan düzenli bir anketten elde edilen verilerdir. 1995 - 2017 yıllarını gözlemlediğimizde, kitabevlerinde yapılan satışların bazılarının geleneksel, diğerlerinin bağımsız, diğer bazılarının ise klasik kitapçı dükkanlarında gerçekleştiğini görüyoruz. Yüzde 34,6’dan yüzde 22’ye çok önemli bir düşüş yaşandığını gözlemliyoruz. Aslında ilk önce iki unsuru göz önünde bulundurmalıyız: 1995’den 2017’ye kadar geçen süre çok uzun bir süre. Eğer 10 yıl kadar daha kısa bir dönem seçseydim daha da net görülecek bir gelişme var. Başta Fnac gibi büyük ölçekli kültürel platformların pazar payı ikiye katlanarak yüzde 12’den yüzde 25,5’e yükselmekte. Fnac’ın, kitap satan mağazalarının sayısını bugün büyük ölçüde artırdığını söylemeliyiz. Yanlış konuşmak istemem ama 120 civarında veya biraz daha fazlası kitap satılan Fnac mağazasına ek olarak Fnac gibi müzik, film ve başka ürünlerin yanı sıra kitap da satan, büyük kültürel platform olarak adlandırılabilen başka bazı mağazalar da hızla açılabilir. Bu, en başta Fransa’da gözlemlediğimiz bir evrim. Dünyanın başka ülkelerinde de görülüyor ama en çok Fransa’da var... Bu nedenle, metrekare sayısını artıran bu büyük kültürel platformlar pazar paylarını da arttırdı. Benzer şekilde, başta ve esasen gıda olmak üzere hemen hemen her tür ürünün satışını yapan, Fransa’ya özgü büyük ticari platformlardan bahsedeceğim. Türkiye’de var mı bilmiyorum ancak dünyanın her yerinde bulunabilen Auchan veya Carrefour olarak bilinen zincirler... Bildiğim kadarıyla, bu zincirler içinde kitap çeşitliliği konusunda dünyada ikinci sırada olan Carrefour’dur. Bu nedenle, Carrefour’da bir reyonda 1200 veya 1500 civarında kitap bulabi-

GÜÇLÜ VE ÇEŞİTLİ BİR PİYASA İÇİN SABİT KİTAP FİYATI: FRANSA ÖRNEĞİ

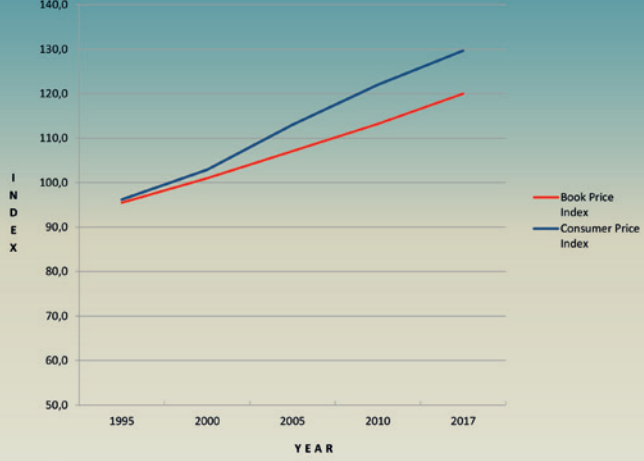
lirsiniz, 1200 veya 1500 ürün... Yelpaze kesinlikle sınırsız değil! Son olarak da kitabevlerine geri döneceğim. Biliyoruz ki, 1995 yılında internetten satış yoktu. Burada da kitap satışı derken fiziksel kitaptan, kağıda basılı kitaptan bahsediyorum. İnternet üzerinden yapılan satışta da sıfırdan yüzde 20'ye geldik, yani oldukça önemli bir artış. Öte yandan, başka satış ağları da mevcut. Özellikle de posta üzerinden satış veya komisyoncu satışı veya kulüpler... Bunlar büyük ölçüde azalıyor ve ben Tablo 4'deki 2 yeşil satırı vurgulayarak ayırmak istiyorum. Mesela, yüzde 23.6 iken 22 yıl sonra yüzde 18,5'e düşüşün görüldüğü ilk satırın işaret ettiği yer olan kitapçıları işin kalbi olarak adlandırabiliz. Belirli bir alanda halihazırda mevcut metrekare seviyesine göre sundukları arz muhtemelen çok fazla olacaktır. 8 bin, 10 bin veya 20 bin, 50 bin 80 bin, 100 bin kitap... Bunlar kopya ya da cilt değil... Başlık sayısı...

Arzın kalbi diyebileceğimiz kitabevlerinde sunulan yayınlar, gerçekten muazzam boyuttadır. Örneğin, tren istasyonlarında ya da havaalanlarında bulunan gazete kiosklarında düşüş çok fazla, yüzde 11'den yüzde 3,5 oranına varan çok büyük bir düşüş var. Bunlardan, Fransa'da binlerce var. Fakat hipermarket gibi büyük kültürel platformların yanında tüketici alışkanlıklarında kendine yer bulamaması ekonomik mantığı aşmaktadır. Aslında tüketim alışkanlıklarının zemini değişmiştir. Bu yüzden daha az kiosk var ama hâlâ bu tabloda yer buluyorlar. Rémi Gimazane'in de söylediği gibi çok çeşitliliğe sahip bir sektörde sorun en büyüğün kim olduğunu bilmek değil, bu kadar kioskun hâlâ nasıl var olduğunu bilmektir. Yeşil olan bu ilk ağda, aslında yeşil renkli ilk satırın 1000 civarında satış noktasını gördüğü ve yüzde 18.5'te durduğunu söyleyebilirim. İkinci satırda olanlar için kesin rakamlara sahip değiliz ama en az 5000 satış noktası var ve hâlâ çok önemliler. Fiziksel kitap satışlarının 3. belirleyicisi ise internet. Fiziksel kitaplarda internetten satış aslında daha önce mevcut olmadığı için sıfırdan yüzde 20'ye çıkıyoruz. Diğer ülkelerde gözlemediğimiz kadarıyla bariz bir şekilde, bu alandaki Sabit Fiyat Yasası olmasaydı gerçekten çok kötü olurdu. Hafızam yanıltmıyorsa 2011 yılında yürürlüğe giren yasa çok faydalı oldu. Stratejik olarak kendi içinde bir bütün ekonomiyi güçlendirdi. ABD'den farklı bir seviyede olsa bile... Örneğin, orada en bariz olarak bilinen durum, muazzam büyüklükteki kitapçıların neredeyse ortadan kalkması oldu. Aslında, bunlar kapanırken sektör Amazon'un eline geçti... Tüm sektörde yaklaşık yüzde 60-70'lik indirimler yapıldı. Yine de bu yasaya dair bir gözlem yapmak isterseniz, burada gösterilen evrim hâlâ bir çeşitliliğe sahip olduğumuzu ancak var olan kentsel ticari alanın evrildiğini gösteriyor. Aynı zamanda internet üzerinden yapılan alışveriş alışkanlıklarının da...

Sanıyorum sıradaki Tablo 5 sonuncu ve muhtemelen sunumumu sonlandıracak ama aynı zamanda konumuzun özünü daha ilgili olacak. Sayın Başkan'ın kitap profesyonellerine soracağı bir soru olacaktır: "Peki bu kanun tüketiciye ne veriyor?" Kitabın fiyatını artıran aslında bizim...

COMPARISON OF CONSUMER PRICE INDEX AND BOOK PRICE INDEX

YEAR	BOOK PRICE INDEX	CONSUMER PRICE INDEX
1995	95,5	96,2
2000	101,0	102,9
2005	107,1	113,0
2010	113,2	122,0
2017	120	129,7



NOTES :

- Data established by INSEE (*Institut de la statistique et des études économiques*), index 100 in 1998
- There is no global index for the book price before 1990
- Consumer price index

IGB-11/2018

Tablo 5

Yukarıda gösterdiğim eğri, ulusal bir istatistik ve ekonomik araştırma enstitüsü olan Insee adlı bir Fransız enstitüsü tarafından oluşturulan verilerden üretildi. Burada, 1975'ten 2017'ye kadar olan dönemi dâhil etmeyi tercih ettim. Solda karşılaştırmalı sayıları görüyorsunuz. Burada kasıt genel fiyatlardaki artışın bütün ülkede yaşandığıdır. Tüketici endeksini gösteren mavi eğrideki artış, kitap fiyatı endeksini gösteren kırmızı eğriden daha yüksek ve rekabetçi görünüyor. Kırmızı eğriye baktığımızda rekabetin daha düşük olduğunu ve fiyat artışının daha yavaş ve stabil olduğunu görüyoruz. Kitap fiyatı eğrisinin yansıttığı durumun çok önemli olduğunu düşünüyorum. Çünkü daha önceki dönemlerde hem Avrupa yayıncıları hem de komisyonla böyle bir tartışma açılmıştı. Avrupa'nın aynı zamanda rekabetçi bir sistem üzerinde mücadele ettiğini ve Avrupa'daki rekabetin yönünün ülkenizde çok önemsenen bir konu olduğunu biliyoruz. Fakat Fransa'nın da kendine has bir rekabet yönü var. Dolayısıyla ortaya şu soru çıkıyor: "Sabit fiyat sistemi rekabeti öldürüyor mu veya onu tehlikeye atıyor mu?" İşte bu şekilde, konu ideolojik bir mesele haline geliyor. Fiyatla ilgili olan bu eğri, bence bu soruya ilginç bir yanıt veriyor. Kitapların fiyatını belirleyenler yayıncılar olduğu için kitap fiyatını artırmanın onlara gerçek bir faydası olmadığı görülüyor. Yaklaşık 900 bin Fransızca başlık var. Bütün kitabevleri ulaşılabilir ve tüm yayıncıların birbiriyle uyumlu olacağı fiyat aralıkları belirleme konusunda daha dikkatlidir. Örneğin, cep kitabı formatının ülkemizde dikkate değer bir yeri vardır. Satılan kopyaların dörtte birinden fazlasını bu format oluşturuyor ve büyük formattaki bir kitabın cep formatında yeniden yayımlandığında kitabı satın alanların yaklaşık yarısının küçük formatı tercih edebileceği düşünülüyor. Cep for-

GÜÇLÜ VE ÇEŞİTLİ BİR PİYASA İÇİN SABİT KİTAP FİYATI: FRANSA ÖRNEĞİ

matı büyük formatlı kitaptan yüzde 40 daha ucuzdur. Bu anlamda size ortada gerçek bir rekabet olduğunu garanti edebilirim. Rekabetin katalogları hazırlama noktasında ortaya çıktığını ve yayıncıların ve diğer profesyonellerin bu konuda çok dikkatli davrandığını görüyoruz. Bu nedenle, sadece yayıncının etkisinden söz edemeyiz. Editörün de belli bir sorumluluğu var. Rémi Gimazane'nin az önce hatırlattığı gibi bence çok önemli başka bir konu daha var. Devlet, yayıncılar ve kitabevleri arasındaki ticari koşullara müdahale etmemiştir, bu onun rolü değildir. Yine liberal bir ekonomi içerisindeyiz ancak devlet çerçeveyi veya daha önce bahsedildiği gibi marj sabitlemelerinde kitapçıların yayıncıya ne ödeyeceğini belirler... Aslında bu dağıtıcıdan dağıtıcıya gider ve sonunda yayıncıya geri gelir.

Bu niceliksel durum değil. Dünya çapında bilindik klasik bir ticaret ürünü olan kitap için çok pahalı bir ödeme anlamına da gelmez. Sağlanan hizmetler bakımından da rekabet denen şeyin ne olduğunu görmek gerek. Bu hizmetler kitapçada bulunan referansların sayısı, müşteriye tavsiyede bulunma yeteneği, muhtemelen vitrinde ve masalarda kitabın gösterilmesi, kitaplar hakkındaki bilgilendirmeler gibi hizmetlerdir. Müşterilerin bahsedileni anlaması için bilgi verme yeteneği gerekir. Bu da profesyonel kitapçıların, bu işin profesyonellerinin olması ve bu kişilerin örnek alınmasının gerektiği anlamına gelir. Saçma bir örnek olacak ama Paris'e gittiğim zaman, 1974'te kitabı kitap yapan Fnac'ın ilk mağazalarından birini sık sık kullanırdım. Burası, La Reine caddesinde Fnac Montparnasse diye bilinen bir mağazaydı. Bir tren istasyonunun yanında Montparnasse semtinin hemen yakınında bulunuyor. Bugün 60-65 bin arası yayın, Sabit Fiyat Yasası dahilinde satılıyor, üstelik yüzde 5 indirim imkânından yararlanmadan. Yine burada, yani Montparnasse Bulvarı'nda 500 veya 800 metrelik bir yarıçap içinde bulunan kitabevleri içinde çokça iyi bildiğim 100 metrelik bir kitabevi daha var. Fiziksel boyutu kültürel boyutundan çok daha küçük ve ancak 6 ya da 7 kişinin çalışabileceği bir kitap dükkanı. Büyük bir yer değil ve sadece neredeyse 32 bin farklı kitaba sahip zayıf bir kitabevi. Fnac gibi dev bir satış noktası varken bu ilginç bir durum aslında. Avrupa Komisyonunun anlayamadığı şey budur. Ancak şu şekilde daha iyi anlaşılır bir durum bu aslında: fiyat rekabeti yönünde verdiğim rakamlar uyarınca artık olmasa da rekabet, hizmet kalitesi seviyesinde hâlâ devam ediyor.

Diğer bir deyişle, sabit fiyat sistemindeki müşteri, kitabevine giderek daha fazla talepte bulunacak, herhangi bir kitap için var mı yok mu diye soracak, danışma imkânlarını sorgulayacak ve hatta sadece merhaba demek için bile uğrayacaktır ki, bu sizin kültürünüzde Fransa'dakinden daha da kolay olacaktır. Hatta bu resmin güçlendirdiği hizmet rekabeti terimi gülünç görünse de aslında rekabet tam da böylece uygulanacaktır. Hepinize teşekkürler.

KENAN KOCATÜRK:

Ülkedeki yayıncıların dağıtımçılara uyguladıkları indirimlerin alt ve üst limiti nedir? Kitapçıların kitapları iade etme hakları var mı ve kitapçılar aldıkları kitapları ne kadar zaman içerisinde ödeyebiliyor?

JEAN-GUY BOIN:

Montparnasse'taki örnekten devam edersek, mesela Fnac kurgu yayıncılarından birinde yüzde 40'lık bir indirim yapsa ve neredeyse tüm Fnacs'larda aynı indirimi uygulasa...

Eminim ki, Paris'in birçok köşesinde siz de benzer bir duruma şahit olabilirsiniz. Daha önce bahsettiğim yayınevi yaklaşık yüzde 39.5 veya hatta yüzde 40'lık bir ortalama indirim uygular, çünkü burada tam olarak Rémi'nin bahsettiği kalite kriterleri oyunu ön plana çıkar. Bunun büyük kültürel platformlardan küçük kitabevelerine göre basitleştirilmesi çok ilginç bir konu. Kurgu ve kurgu dışı literatürde indirim marjı yüzde 40'a kadar çıkabilir. Küçük satış noktalarında da indirim marjı yüzde 33-34 civarına yerleşir. Süpermarketler, Carrefour ve diğerleri de yüzde 40 civarına ulaşır.

RÉMI GIMAZANE:

Kitabevi ve yayıncı arasındaki ticari ilişkiler ve sorunuzun diğer unsurları hakkında biraz bilgi vereyim. İlk olarak 10-15 yıl önceki iade yetkisi üzerinde durayım. Kitapçılar yayıncılara yayınladıkları yıl kitapları iade edemezdi ve onları stokta tutmak zorundaydılar.

Bugün genel olarak, kitapevlerinin yayıncılara istedikleri zaman kitapları geri verebileceği ve karşılığında geri ödeme alabileceği, kabul edilmektedir. Yayıncı ve kitabevi arasındaki gecikmeli ödeme koşulu genellikle ay sonundan itibaren 60 gündür. Yani, kitabı 15 Ocak'ta yayıncıdan alan kitabevi en geç 30 Mart'ta ödeme yapacaktır. Ters durumda da aynı şey geçerlidir. Kitabevi yayıncıya iade ettiğinde de bu 60 günlük gecikme kuralı geçerli. Ancak, yasa bunların hepsini içermiyor, bunlar hep ticari teamüllerdir. Yasa indirimden bahsetmez, yasa gecikmeden bahsetmez. Bunlar, sektörün uygulamalarıdır.

KENAN KOCATÜRK:

Eğitim kitaplarında kamuya kitap satılırken yerel kitapçılar % 5 veya %9 indirim yapabiliyor mu yoksa doğrudan devlete mi satılıyor? Yüzde 50'ye varan eğitim kitapları kamuya satılırken yayıncı, kitapçıyı atlayarak mı yoksa doğrudan mı satış yapıyor?

RÉMI GIMAZANE:

Bir daha netleştireyim... İki tür istisna var. Kütüphaneler tarafından alınan kitaplar, kurgu

GÜÇLÜ VE ÇEŞİTLİ BİR PİYASA İÇİN SABİT KİTAP FİYATI: FRANSA ÖRNEĞİ

kitapları, edebiyat kitapları ve halk kütüphaneleri tarafından satın alınan kitaplar... Kitabevi bunlara yüzde 9 indirim yapabilir. Ancak okul kitapları, eğitici kitaplar bir topluluk tarafından satın alınırsa fiyatı serbestir. Kitabevi fiyatını kendi seçer ve okul yayıncısı okul kitaplarını doğrudan bir topluluğa sattığında yasadaki herhangi bir sınırlama yoktur. Yasa, kitapların yayıncısı tarafından doğrudan satış yapılmasını yasaklamamaktadır. Bu sadece profesyonel bir uygulamadır, yayıncıların etik ve ticari politikaları doğrultusunda bir uygulama... Doğrudan satış yapmak pek az mümkündür. Fransa'daki yayıncılar hâlâ kitaplarını satmak için kitabevlerinin ağından geçmeyi tercih ediyorlar.

JEAN-GUY BOIN:

Rémi'nin söylediklerine dönersek bu yasanın erdemli etkilerinden biri gerçekten bir kitap zinciri kavramının gelişmesini sağlamasıdır. Dayanışma zincirinde yayıncılara sorumluluk verir ve bu fiyat sorumluluğudur. Onlar saf ekonomik analizde sektörün liderleridir ama şikayet etmeksizin kitabevleriyle çok iyi bir şekilde mesleki ilişkilere girmek ve mesleki uygulamalara sahip olmak zorundadırlar. Onlara ait bir çerçevede yazarlarla ilgili başka bir konu bu.

ADNAN ADEMİR - İKİ A YAYIN DAĞITIM:

Büyük satış noktalarına %40 küçük noktalara %33 civarında iskonto yapıldığının bahsi geçti az önce. Bu iskontolar dağıtımçı tarafından mı veriliyor yoksa doğrudan yayıncının verdiği iskontolar mı?

JEAN-GUY BOIN:

Aslında, çoğu Fransız yayıncı, kitabevlerine çalışmak için ana bayi ve dağıtım şirketlerini kullanıyor. Tümüyle lojistik bir yönü olan bayilik işi stok ve faturalama işlerine fayda eder. Ticari konular ise kesin olarak aynı bayilerle çalışan dağıtım şirketi tarafından düzenlenir. Aslında, yayıncı bir dağıtıcı ve bir bayi seçer ve bazen bu bayi dağıtıcıya aittir. Ancak, çoğunlukla diğer yayıncılara da açıktır. Bu nedenle, yayıncı bu dağıtıcıya yaptığı indirimle bayiye indirim yapılacaktır. Ayrıca dağıtıcı tarafından da kitabevine indirim yapılacaktır.

Aslında burada kitabın satış fiyatından bahsediyoruz, bu fiyat üzerinden yayıncı, dağıtıcılara ve bayilere indirim yapacak, bunun yanı sıra kitabevine de sipariş verilmesini teminen bir indirim yapacaktır. Kurgu ve kurgu dışı yayıncılar bütün bu taraflara yüzde 50-55 civarında bir indirim uygular.

ERKAN AKPINAR - İLETİŞİM YAYINLARI:

Sabit fiyat uygulamasında denetim nasıl oluyor? İhlalleri nasıl belirliyorsunuz ve cezai uygulamalar nasıl yapılıyor?

RÉMI GIMAZANE:

Aslen başlangıçta yasada, yasayı ihlal edenlere karşı yayıncıları, kitabevlerini veya diğerlerini yargıç önünde temsil etmek için sendikalara izin veren bir hüküm vardı. Buradaki tek hüküm buydu, bu kanunu ihlal eden taraflar sendikalar tarafından dava edilebilirdi. 2013'ten itibaren yasanın uygulanmasını güçlendirmek istedik. Kitapevlerinin ve mağazaların yayıncı tarafından belirlenmiş fiyattan kaynaklanan ihlalleri çok nadirdir. Öte yandan internet üzerinden kitap satışı için platformların geliştirilmesiyle yasada sorunlar olduğu gözlemlendi. 2013'ten itibaren iki hüküm ekledik. Kültür Bakanlığı temsilcilerinin, mağazalarda veya internette suçları görüp hızlıca mahkemeye sunmak için doğrudan müdahale edebilme yeteneği var. Bu, yasanın uygulanmasına yönelik ilk eklemeydi, ikincisi ise kitap zinciri içinde çeşitli aktörler arasında bir arabulucu olması için kurduğumuz bir organ. Bir kitabevi ile yayıncı arasında, iki kitabevi arasında yasanın uygulanmasından doğan bir ihtilaf çıkarsa ve kanunda öngörülmemiş başka bir cezai hüküm yoksa ihtilafa bir çözüm bulmaya çalışacak bir arabulucuya başvurulacaktır. Hükme göre her bir ihlal için 100 avrodan biraz fazla bir miktar söz konusudur. Eğer sabit fiyat kuralına aykırı şekilde 50 tane kitap sattıysam, 100 avroluk cezai tutarı 50 kere ödemem gerekiyor.

MEHMET BURHAN GENÇ - TONGUÇ YAYINLARI:

Bu kanun özellikle kitapçıyı acımasız bir rekabete karşı korumak için öngörülmemiş. Ancak zincirin diğer halkaları olan yayıncı ve dağıtımçıyı, kendi arasındaki acımasız rekabete karşı korumak üzere bu indirimlerin standartlaşması kanun kapsamına alınmamış mı? Diğer sorum da şu: İkinci el kitap satışları kanunda nasıl düzenleniyor?

RÉMI GIMAZANE:

İkinci soruya öncelik verirsem, yasanın kapsamı yeni kitapları ilgilendirir. İkinci el kitap, Sabit Fiyat Yasası kapsamına girmez, herkes istediği fiyata satabilir. Bu ilk unsur, tamamen serbest olan ikinci el pazarı.

Yayıncı ve dağıtımçı arasındaki ilişkiler, kitapçıya verilen indirim seviyesini belirleyen söz konusu hükmün dışında kanunla düzenlenmemiştir. Öte yandan, bugün Amazon gibi internet satışında büyük perakende şirketleri ve yayıncılar arasındaki ilişkiler, rekabet kanunu adına belirli sayıda soruşturmanın konusu olduğu için yayıncılık, mevcut durumun kötüye kullanılmasına yol açabilecek bir olaya karşı korunmalıdır. Amazon gibi bir dağıtım operatörü bir pazarda çok güçlü hale

GÜÇLÜ VE ÇEŞİTLİ BİR PİYASA İÇİN SABİT KİTAP FİYATI: FRANSA ÖRNEĞİ

geldiğinde, yayıncılarla olan ilişkilerinde rekabete aykırı olabilecek, rekabete ters düşen uygulamalar olabilir. Bu uygulamalara ilişkin soruşturmalar Sabit Fiyat Kanunu çerçevesinde değil şirketler arasındaki rekabet hukukunun çok genel çerçevesi içinde yürütülebilir.

JEAN-GUY BOIN:

Yoğunlaşma hakkında kısaca konuştuk ve ülkenizdeki yoğunlaşmanın nasıl önleneceği hakkında sorunuza dönersem... Öncelikle bu zor bir konu çünkü yasa açık değil. Devlet yoğunlaşma sürecine müdahale etmez. Dikkatli olmak gerekiyor. Bu sorun, Fransa'da yüksek bir seviyede. İki önemli aktör var ve satış rakamlarının yarısı bu iki aktöre ait. Biri büyük bir grubun satın aldığı Fransız bir servis sağlayıcı ve diğeri ise İspanyol bir sağlayıcı. İkisinin haricinde bir de diğer yayın grupları var. Buna da piyasa diyoruz ve bunun da endüstrideki faaliyetin gelişmesi demek olduğu açık.

İki konuya dikkat çekeceğim. Ülkemizde 5-6 yüz kadar profesyonel yayıncının var olduğunu söyleyebiliriz. Öznel bir değerlendirme olacak ama bu profesyoneller yılda en az 5 kitap yayınlayan ve ayda en az üçte bir maaş ödeyebilen kişilerdir. Görüyorsunuz ki, çok büyük bir yayınevinden bahsetmiyoruz. Yayıncının hazırlanma sürecinden sonra da bu yayına erişim süreci geliyor. Bu safhada ise diğer aktörler ortaya çıkıyor. Özellikle de ilginç bir sektör olan ve bunun için de güçlü bir yaratıcılık isteyen gençlik yayınları türünde.

Dikkat çekmek istediğim ikinci nokta, rekabetin üretim sürecini de içine almasıyla ilgili. Bu, yazarlar üzerinde bir çeşit rekabet yaratan bir durum. Yayın gruplarının içinde farklı yayın seçeneklerine odaklanmış markalar da bulunuyor. Büyük bir grup tarafından satın alınan tanınmış bir yayıneviyle ilgili tipik bir örnek biliyorum. Sizi temin ederim ki, edebiyatta ve kurguda birçok markası bulunan Fayard gibi bir yayınevinin bile davaları var. Satın alınan grup ile edebi yaklaşımları veya yayın politikasından dolayı yaşadıkları çatışmalar üzerine görülen davalar bunlar.

KENAN KOCATÜRK:

Yeteri kadar tartıştığımızı ve açıklandığını düşünüyorum. Zamanımız olsaydı daha fazla soru sorabilirdik ama şimdi bir panelimiz daha var. Buraya kadar gelip Fransa'daki uygulamayı bize aktaran arkadaşlarımız Mr. Boin ve Mr. Gimazane'e; ayrıca, Saadet Hanım'a ve çevirmenimize çok teşekkür ediyoruz.

Panelin alt yazılı videosunu aşağıdaki bağlantıdan izleyebilirsiniz:

<https://www.youtube.com/watch?v=-HxJlyJmKhE>

GÜÇLÜ VE ÇEŞİTLİ BİR PİYASA İÇİN SABİT KİTAP FİYATI: FRANSA ÖRNEĞİ

ISBN: 978-975-365-025-0

BASKI İSTANBUL, MART 2019

TÜRKİYE YAYINCILAR VE YAYIN DAĞITIMCILARI BİRLİĞİ DERNEĞİ

İnönü Caddesi Opera Palas Apt. No.55 D.2 34437

Gümüşsuyu, Beyoğlu/İstanbul

T. + 90 212 512 56 02

F. + 90 212 511 77 94

info@turkyaybir.org.tr

Baskı ve Cilt: İnkılâp Matbaası (Matbaa Sertifika no: 10614)

Çobançeşme Mah. Altay Sok. No:8 Yenibosna Bahçelievler 34196 İstanbul

Baskı Sponsoru İnkılâp Kitabevi

