

BÜLTEN

ŞİRKETLER HUKUKU | TÜRKİYE |

MART 2022

TİCARİ REKLAM VE HAKSIZ TİCARİ UYGULAMALAR YÖNETMELİĞİNDE YAPILAN DEĞİŞİKLİKLER

10 Ocak 2015 tarihli ve 29232 sayılı Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği ("**Yönetmelik**") 1 Şubat 2022 tarihli ve 31737 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Tadil Yönetmeliği ile ("**Tadil Yönetmeliği**") tadil edilmiş ve yeni değişiklikler 1 Mart 2022 tarihi itibarıyla yürürlüğe girmiştir.

Hem Yönetmelik'in hem de Tadil Yönetmeliği'nin amaçları reklam verenlerin, reklam ajanslarının, medya kuruluşlarının, reklamcılıkla ilgili ticari faaliyetler ile işgal eden gerçek ve tüzel kişiler tarafından uyulması gereken temel esas ve süreçlerin belirlenmesi ve tüketicilerin haksız ticari uygulamalara karşı korumaktır.

Tadil Yönetmeliği ile getirilen temel değişikliklerin bir özetini aşağıda bulabilirsiniz:

KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ FİYAT

Tadil Yönetmeliği "kişiselleştirilmiş fiyat" kavramını getirmiş ve uygulama esaslarını Yönetmelik'in 13. maddesinde belirlemiştir.

Kişiselleştirilmiş fiyat "*bir mal veya hizmete ilişkin olarak tüketicinin satın alma davranışı ve diğer kişisel verileri analiz edilerek sunulan fiyat*" olarak tanımlanmaktadır. Kişiselleştirilmiş fiyat sunulması durumunda (i) bu uygulamaya ilişkin bilgiye, (ii) o mal veya hizmete ilişkin olarak satıcı veya sağlayıcı tarafından belirlenen güncel satış fiyatına, (iii) kişiselleştirilmiş fiyata aynı alanda yer verilecektir.

İlgili değişikliğin bir sonucu olarak kişiselleştirilmiş fiyat uygulaması tüketiciye özel olarak sunulacak ve yukarıda bahsedilen şartları karşılayacaktır.

İNDİRİMLİ SATIŞLAR

Tadil Yönetmeliği uyarınca bir mal veya hizmete ilişkin indirim duyurusu yapılan reklamlarda, "indirimden önce uygulanan fiyat" da indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ve (eğer mevcut ise) miktarı bu tür indirimle sınırlı mal/hizmetler ile birlikte zorunlu olarak belirtilecektir.

İndirim öncesi uygulanan satış fiyatının indirimsiz fiyat olarak belirlenmesinde, indirim tarihinden önceki 30 gün içerisinde uygulanan en düşük fiyat esas alınacaktır. Bununla birlikte, çabuk bozulabilen nitelikteki meyve ve sebze gibi ürünlere ilişkin olarak ise indirimli fiyattan bir önceki fiyat dikkate alınacaktır.

Yukarıda bahsedilen şartlara ilişkin ispat yükü reklam verenlere aittir.

Bu değişiklikler ile Ticaret Bakanlığı'nın tüketicilerin gerçek ve doğru indirim oranlarına ulaşmasını hedeflediğini söyleyebiliriz.

FİNANSAL HİZMETLER İLE İLGİLİ REKLAMLAR

Finansal hizmetler ile ilgili reklamlara ilişkin aşağıdaki fıkra yeni bir hüküm olarak Yönetmelik'in 25. maddesine eklenmiştir:

"(4) Bir mal veya hizmetin bağlı kredi ile satışa sunulduğunun belirtildiği reklamlarda kredinin vadesine, faiz oranına, tüketicilere toplam maliyetinin aylık ve yıllık yüzde değerine ve geri ödeme koşullarına reklamın yayınlandığı alanda ya da bir bağlantı veya uyarı işareti ile tüketicilerin yönlendirilerek ayrıntılı bilgi alabileceği bir internet sitesinde veya açılır ekranda yer verilir."

SIRALAMA UYGULAMALARI

Tadil Yönetmeği ile getirilen 28/A Maddesi ile sıralama uygulamalarına ilişkin yeni bir düzenlemeye yer verilmiştir. Buna göre,

"(1) İnternet ortamında satışa sunulan bir mal veya hizmetin fiyat, nitelik ve benzeri hususlarında karşılaştırma yapılarak sıralama yapılması durumunda, sıralamanın hangi ölçütler dikkate alınarak oluşturulduğuna ilişkin bilgiye aynı alanda ya da bir bağlantı veya uyarı işareti ile tüketicilerin yönlendirilerek ayrıntılı bilgi alabileceği açılır ekranda kolayca görülebilecek şekilde yer verilir."

"(2) Reklam veya sponsorluk ve benzeri anlaşmalara dayanılarak gösterilen sıralama sonuçlarında "reklam" ibaresine yer verilmesi zorunludur."

TÜKETİCİ DEĞERLENDİRMELERİ

Yeni bir hüküm olarak, 28/B Maddesi satıcılar veya sağlayıcılar ya da aracı hizmet sağlayıcıları tarafından, tüketicilere bir mal veya hizmet, satıcı ya da sağlayıcıya ilişkin değerlendirme yapma imkanı sağlanması halinde, bu değerlendirme imkanının yalnızca ilgili mal veya hizmeti satın alan(lar)a verileceğini öngörmektedir.

Bundan başka, bu değerlendirmelerin yayınlanmasına yönelik belirlenen esas ve kurallara değerlendirmelerin yayınlandığı alanda veya bir bağlantı ya da uyarı işaretiyle tüketicilerin yönlendirildiği bir açılır ekranda yer verilecektir.

Tüketici değerlendirmeleri gerekli incelemeler yapıldıktan sonra herhangi bir olumlu ya da olumsuz ayrımı yapılmaksızın en az 1 yıl süreyle ve tarih, değerlendirme notu vb. gibi objektif bir kritere göre yayımlanacaktır. Değerlendirme esaslarına ve kurallarına uymaması nedeniyle bir değerlendirmenin yayınlanmaması halinde, değerlendirme göz ardı edilecek ve tüketici buna ilişkin olarak haberdar edilecektir.

İlgili mevzuatı ihlal edecek nitelikte sağlık açıklamaları ve beyanları içeren tüketici değerlendirmeleri yayınlanmayacaktır.

Yeni hüküm satıcıların ve hizmet sağlayıcılarının doğru olmayan değerlendirmeler ya da ilgili mal veya hizmete dair onaylayıcı ifadeler kullanılarak bir mal veya hizmetin satışını artırma amacı için üçüncü kişilerle herhangi bir anlaşma yapmasına izin vermemektedir.

TÜKETİCİ ŞİKAYETLERİNİN YAYINLANMASI

Yeni bir hüküm olarak, 28/C Maddesi eğer bir şikayet platformunun esas faaliyet alanı internet ortamında bir mal veya hizmete ya da o mal veya hizmetin satıcı veya sağlayıcılarına ilişkin değerlendirme niteliğindeki tüketici

şikayetlerinin yayınlanmasına imkan sağlamak ise anılan şikayet platformu yukarıda açıklanan tüketici değerlendirmelerine ilişkin yükümlülüklerle ve ayrıca aşağıda belirtilen diğer yükümlülüklerle de uygun olacaktır:

72 saatlik süre: Değerlendirmeye tabi tutulan satıcı veya sağlayıcılara değerlendirmenin yayınlanmasından önce açıklama ya da cevap verme hakkını kullanabilmesi için en az yetmiş iki saat süre tanınacaktır.

Yayınlanma şartı: Değerlendirmeler bu süre sona ermeden önce veya gerçeği yansıtmadığının anlaşılması halinde yayınlanmayacaktır.

Etkin iletişim: Değerlendirmeye ilişkin açıklama veya cevap verme hakkını kullanacak olan satıcı veya sağlayıcılara platforma üyelik, ücret veya benzeri uygulamalara bağlı olmaksızın etkin bir iletişim yöntemi sağlanacaktır.

Yukarıdaki değişikliklere istinaden, Reklam Kurulu tüketicilerin ticari reklamlar ve haksız uygulamalara karşı korunması amacına yönelik özel kılavuzlar hazırlamak ve yayınlamakla görevlidir.

YAPTIRIMLAR

Yukarıda bahsi geçen yükümlülüklerin yerine getirilmemesi halinde uygulanacak yaptırımlara ilişkin olarak 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'da öngörülen hükümler uygulanacaktır. Bu noktada, yayının türüne bağlı olarak (televizyon, radyo, internet, sms vb.) 15.566 TL ile 622.853 TL arasında bir idari para cezası, reklamın durdurulması veya düzeltilmesi ve üç aya kadar tedbiren durdurma cezası ayrı ayrı ya da birlikte uygulanabilecektir.



Avukatlık mevzuatına uygun olarak, bu bültende yer alan Türk hukukuna ilişkin tüm bilgiler Gide Loyrette Nouel'in Türkiye'de işbirliği içinde çalıştığı Özdirekcan Dündar Şenocak Ak Avukatlık Ortaklığı tarafından verilmektedir.

İLETİŞİM

ARPAT ŞENOCAK

senocak@odsavukatlik.com

PINAR VEZİROĞLU DİLEK

veziroglu@odsavukatlik.com

Güncel hukuki bilgilere web sitemizin News & Insights bölümünden de ulaşabilirsiniz: gide.com

Bu bülten Gide Loyrette Nouel ("Avukatlık Bürosu") tarafından hazırlanan ücretsiz ve periyodik elektronik bir duyuru olup Gide'in müvekkilleri ve iş ortakları için yayımlanmaktadır. Bülten sadece adresine gönderilenlerin kişisel kullanımı içindir ve ele alınan konu hakkında sadece genel nitelikli hukuki bilgi vermeyi amaçlamaktadır. Bülten, hukuki görüş sunmamaktadır ve bu şekilde yorumlanmamalıdır. Gönderilen kişi, kendisine sunulan bilgilerin kullanımından münhasıran sorumludur ve Avukatlık Bürosu söz konusu kullanımdan doğacak doğrudan veya dolaylı hiçbir zarardan sorumlu tutulamaz. İletişim birimimizin işleme tabi tuttuğu kişisel verileriniz ile ilgili olarak her zaman erişim, düzeltilme veya silinme talebinde bulunabilirsiniz (privacy@gide.com).