

Fiyat Bilgisi İçeren Reklamlar ile İndirimli Satış Reklamları ve Ticari Uygulamaları Hakkında Kılavuz

Haziran 2022



Ticaret Bakanlığı'na bağlı Reklam Kurulu tarafından 15 Nisan 2022 tarihinde, Fiyat Bilgisi İçeren Reklamlar ile İndirimli Satış Reklamları ve Ticari Uygulamaları Hakkında Kılavuz ("**Kılavuz**") yayımlanmıştır. Kılavuz'un amacı fiyat bilgisi içeren reklamlar ile indirimli satış reklamları ve ticari uygulamalar hakkında reklam veren, reklam ajansları, mecra kuruluşları satıcı, sağlayıcı, aracı hizmet sağlayıcılar ve reklamcılık ile ilgili tüm kişi, kurum ve kuruluşlara yol göstermek olarak belirtilmiştir. Kılavuz'a [buradan](#) ulaşabilirsiniz.

Kılavuz'da düzenlenen dikkat edilmesi gereken konular aşağıdaki şekilde özetlenmiştir:

Temel ilkeler

- Teslimat için yapılması gereken zorunlu ve makul masraflar haricinde, tüketicinin bir malı edinebilmesi için ödeme yapması gerektiği durumlarda, o mal için bedelsiz, bedava, ücretsiz veya bunun gibi tanımlamalarda bulunulamaz. Tüketicinin ödemesi gereken tüm teslimat ücretlerinin fiyatla birlikte gösterilmesi gerekmekte olup, önceden hesaplanamayan durumda ise gerekli bilgilendirme yapılmalıdır.
- Ek ödeme yükümlülüğü doğuran seçenekler kendiliğinden seçili olarak sunulmamalı, önceden tüketicinin açık onayı alınmalıdır.
- Bir fiyat veya indirimle ilişkin "net", "tümü" veya "her şey" gibi ifadeler ancak mağazadaki veya belirli bir kategorideki tüm mal veya hizmetler için geçerli olduğu sürece kullanılabilir olup farklı kategorideki mallar için farklı indirim söz konusu ise bunlarla ilgili fiyat indirimlerinin açıkça belirtilmesi gerekmektedir.
- "...e varan", "...den itibaren", "...e kadar" gibi ifadeler okunabilir büyüklükte yer verilmeli ve indirimli malların kapsamı tüketicinin makul beklentisini karşılamalıdır.

- Tüketicinin bilinçli tercih yapmasına engel olan şekilde, gerçeğe aykırı olarak bir mal veya hizmetin sadece çok kısıtlı bir süre içinde belirli şartlar altında sunulacağı belirtilemez.
- Yaşlılar, engelliler ve çocuklar gibi hassas tüketici gruplarına yönelik indirimli satış reklamlarında ve ticari uygulamalarda ilave özen gösterilmesi gerekmektedir. Özellikle çocuklara yönelik indirimli satış reklamlarında; a) Mal veya hizmetin fiyatının düşük olduğu algısı oluşturacak şekilde, fiyat bilgisinin yanında “yalnızca” veya “sadece” gibi ifadeler kullanılmamalıdır. b) Çocuklar, bir mal veya hizmeti edinmek için, ebeveynlerini veya başkalarını ikna etmeye doğrudan teşvik edilmemelidir. c) Mal veya hizmetlerin edinilmesi için, çocukların sözleşme yapmalarını ima edecek ifadeler kullanılmamalıdır.

Fiyat bilgisi içeren reklamlar

- Reklamlarda tüketicilerin bilgisine sunulan fiyat, mal veya hizmetin tüm vergiler dâhil toplam satış fiyatı olmalıdır.
- Bir vergi, resim, harç veya ücretin hesaplanmaması durumunda bu unsurların fiyata dahil olmadığı reklamlarda açıkça belirtilir ve toplam fiyatın hesaplanma yöntemine yer verilir.
- Yurt dışında ifa edilmesi öngörülen paket tur ve eğitim hizmetleri ile yurt dışına yönelik ulaşım ve konaklama hizmetlerinin reklamları hariç olmak üzere, reklamlarda satış fiyatları; “Türk Lirası”, “TL” veya “₺” şeklinde belirtilir.
- Mal veya hizmetin fiyatının başka bir mal veya hizmete bağlı olması halinde, tüketicilerin reklamda yer verilen fiyattan yararlanması için yerine getirilmesi gereken şartlar açıkça belirtilir.
- Taksitli ödemelere ilişkin reklamlarda, mal veya hizmetin toplam fiyatı ve taksit sayısı, taksit tutarı ile birlikte ve okunabilir büyüklükte veya sesli olarak gösterilmelidir.
- Bir mal veya hizmetin, belirli yükümlülükleri yerine getirmek koşuluyla tüketicilere bedelsiz verileceği taahhüt ediliyor ise buna ilişkin olarak tüketicilerin yerine getirmek zorunda olduğu yükümlülükler reklamın ana mesajında açıkça belirtilir.
- Fiyatın geçerliliği bir süre veya stoka bağlı ise, bu süre ve stok miktarı reklamlarda açıkça belirtilmelidir. Örneğin “Bu uçak bileti kampanyası 31.12.2022 tarihine kadar geçerlidir ve 300 adet koltuk ile sınırlıdır.”
- Kişinin satın alma alışkanlıklarına ilişkin kişisel verileri analiz edilerek sunulan fiyatın kişiselleştirilmiş fiyat olduğu kabul edilir ve tüketiciye kişiselleştirilmiş fiyat sunulacağı durumda, bu hususa ilişkin bilgi ile ilgili mal veya hizmete ilişkin belirlenen güncel satış fiyatına ve kişiselleştirilmiş fiyata aynı alanda yer verilir.

İndirimli satış reklamları

- İndirime ilişkin reklamlarda; indirimden önceki fiyat, indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunludur.
- İndirimli satış reklamlarında, anlam karışıklığına yol açarak tüketicileri yanıltabilecek veya gerçekte olduğundan daha fazla indirim uygulanıyormuş izlenimi oluşturacak ifade veya görüntülere yer verilemez. Bir mal veya hizmetin indirimden önceki satış fiyatının tespitinde indirimin uygulandığı tarihten önceki 30 gün içinde uygulanan en düşük fiyat esas alınır.
- Çabuk bozulabilen mallara ilişkin reklamlarda indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır. Örneğin, yaş sebze, meyve, yumurta, günlük süt, ekmeğin gibi çabuk bozulma niteliği bulunan mallar için, 30 gün içindeki en düşük fiyat değil, o malın bir önceki fiyatı esas alınır.

- Bir malın aynı e-ticaret platformunda ve aynı satıcı tarafından farklı uzantılar üzerinden satışa sunulması farklı indirim oran ve tutarları belirlenmesi halinde bu durumun ortalama tüketici nezdinde uygulanan indirim konusunda anlam karışıklığına neden olduğu, dolayısıyla mevzuat hükümlerine aykırı olacağı değerlendirilmektedir.

Sorumluluk

Herhangi bir mecrada yayınlanan fiyat gösterimleri, indirimli satış duyuruları, stok bildirimleri ve ticari uygulamalardan reklam verenler (aracı hizmet sağlayıcı reklam verenler dâhil) sorumludur. Aracı hizmet sağlayıcılar, oluşturdukları sistem üzerinden satış yapan satıcı ve sağlayıcıları bu Kılavuz hükümleri hakkında bilgilendirmelidir. Reklam verenler, reklam ajansları ve mecra kuruluşları, Kılavuz maddelerine uyum konusunda ayrı ayrı sorumludur.

Sonuç

Yayımlanan Kılavuz ile birlikte, tüketici mevzuatında genelde tüketici lehine olan düzenlemelere paralel olarak, uygulamada tüketiciyi yanıltmaya sebep olabilecek reklamlardan kaçınılmasına dair detaylı yönerge ve açıklamalara yer verilmiştir. Bu doğrultuda, ilgili mevzuat ve Kılavuz'da yer alan düzenlemelerin reklam ve satış sektöründeki sorumlular tarafından dikkatle uygulanması gerekmektedir. Söz konusu düzenlemelere aykırılığın tespiti halinde 2022 yılı itibarıyla 615 TL - 311.429.139 TL arasında değişebilecek miktarda idari para cezasına hükmedilmesi söz konusu olabilecektir.



Simel Sarılioğlu

Ortak Avukat

ssarialioglu@paksoy.av.tr



Onur Çeliker

Kıdemli Avukat

oceliker@paksoy.av.tr



Özge Güller

Kıdemli Avukat

oguller@paksoy.av.tr

Bu not sadece bilgilendirme amaçlı olup hukuki görüş içermemektedir. Bu bilgi notundaki konulara ilişkin bir sorunuz olması halinde lütfen bizi arayınız. Tüm hakları saklıdır.

Paksoy Ortak Avukat Bürosu, yerli ve yabancı yatırımcılara Türkiye'de hukuki danışmanlık ve avukatlık hizmeti sağlamak üzere ortak girişimler, şirket birleşme ve satın almaları, rekabet hukuku, gayrimenkul yatırımları, banka ve finans hukuku, enerji mevzuatı, alt yapı yatırımları, ticari ve idari davalar, iş davaları ve vergi uyumsuzlukları gibi geniş bir yelpazede faaliyet gösteren yerel avukatlık firmasıdır.