

E-Ticaret Şirketleri İçin Reklam Kurulundan Önemli 3 Karar

25 Şubat 2025

Ticaret Bakanlığı'nın internet sitesinde yayımlanan, [12 Kasım 2024 tarihli 351 Sayılı Reklam Kurulu Toplantısı Basın Bülteni](#) ve [16 Ocak 2025 tarihli 353 sayılı Reklam Kurulu Toplantısı Basın Bülteni](#)'nde önemli bulduğumuz kararları sizler için derledik.

1. İndirim için Kişisel Veri Verme Zorunluluğuna Durdurma Cezası! (Sadakat Programı Üyeliği Kapsamında)

Öncelikle bu ilginç kararı özetleyelim:

- Kütahya'da bir Madame Coco mağazasında, alışveriş esnasında tüketicilerden isim, soy isim ve cep telefonu numaralarını; (i) üyelik tanımlama (sadakat programı üyeliği olduğunu tahmin ediyoruz), (ii) ticari ileti ve (iii) KVKK kapsamında (Kişisel Veri İşleme İzni olduğunu tahmin ediyoruz) talep ediyor.
- Üyelik işlemleri, tüketicileri indirimlerden faydalandırmak amacıyla yapılıyor.
- Ancak kişisel verilerin paylaşılmasının reddedilmesi halinde -doğal olarak- tüketici sadakat programına üye olamıyor ve indirimlerden faydalanamıyor.
- İndirimli satışların üyelere özel olmasına rağmen indirim afişlerinde bu ibareye yer verilmediği tespit ediliyor.
- Bunun üzerine Reklam Kurulu,
 - indirim kampanyalarından faydalanabilmeleri için ilgili kişilerin kişisel verilerini paylaşmaya mecbur bırakıldığı,
 - böylece tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacakları bir tüketici işlemine taraf olmasına yol açabileceği gerekçeleriyle bu uygulamanın "haksız ticari uygulama" niteliğinde olduğuna ve bu ticari uygulamanın durdurulmasına karar veriyor.

Yorumumuz: Gerekçe tam olarak açıklanmadığı için karar tam olarak anlaşılmıyor fakat anladığımız kadarıyla indirimin "kişiselleştirilmiş pazarlama" yapılması amacıyla oluşturulan bir "sadakat programına" üye olma koşulu ile verildiğini, bu çerçevede kişisel verilerin talep edildiğini tahmin ediyoruz. Böyle bir uygulamanın ne reklam ne tüketici ne de kişisel verileri koruma mevzuatına aykırı olduğu görüşündeyiz. Zira sadakat programı kapsamında "kişiselleştirilmiş pazarlama" yapılması, bunun için kişiselleştirilmiş pazarlama rızası alınması Kişisel Verileri Koruma Kurulu'nun birçok kararında kabul edilmiş, bu uygulamada bir sorun bulunmamıştır.

Bununla birlikte Reklam Kurulu bu kararı verirken:

- İndirimli satışların üyelere özel olmasına rağmen indirim afişlerinde bu ibareye yer verilmediğini;
- Reklam Kurulu indirimli satış reklamlarına ilişkin çıkarttığı kılavuzda yer alan "sadakat programları kapsamında indirimli satış reklamı yapılamaz" kuralını; ya da
- Ticari iletişim yönetmeliğinde yer alan "ticari ileti izni bir hizmetin ön şartı olamaz" kuralını dikkate alıyor olabilir.

Bu durumda karar makul görünebilir fakat Reklam Kurulu "indirim için kişisel verilerin "sadakat programı kapsamında" verilmesi talep edilemez" gerekçesiyle bu kararı vermişse kararın bu bakımdan çok isabetli olmadığı; Kişisel Verileri Koruma Kurulu'nun bu konudaki yerleşik sayılabilecek yaklaşımına aykırı olduğu; ayrıca Kişisel Verileri Koruma Kurulu'nun yetki alanına giren bir konuda karar vermiş olduğu görüşündeyiz.

Müvekkillerimizin sadakat kart uygulamalarında değiştirilmesi gereken bir hususun olmadığı; fakat aşağıdaki kurallara riayet edilmesinin önemli olduğu görüşündeyiz:

- İndirimli satışların üyelere özel olması halinde indirimli satış reklamlarında, afişlerinde bu açıklamaya yer verilmesi (reklam ile kampanya şartlarının örtüşmesi, reklamın yanıltıcı olmaması) kuralı;
- İndirimli satış reklamlarına ilişkin çıkartılan kılavuzda yer alan "sadakat programları kapsamında indirimli satış reklamı yapılamaz" kuralı;
- Ticari iletişim yönetmeliğinde yer alan "ticari ileti izni bir hizmetin ön şartı olamaz" kuralı.

2. E-Ticaret Pazaryerinde Sahte Yorumlar İçin Satıcıya Ceza

Bu sefer ilginç bir kararla değil ama ilginç bir olayla karşı karşıyız. Zira olay şu şekilde gerçekleşiyor:

- Bir e-ticaret pazaryeri uygulamasında "Su (50 cl)" ürününü alan kullanıcılar aşağıdaki yorumlar gibi yorumlar yapıyor:
 - "çok güzel olmuş ellerine sağlık" (!)
 - "harika servis" (!)
 - "usta bu dünyada yediğim en güzel yemek oldu" (!)
- Yapılan incelemede satıcı için yapılan yorumların gerçeği yansıtmadığı tespit ediliyor.
- Reklam Kurulu bu tür uygulamaların ortalama bir tüketici üzerinde yanıltıcı ve aldatıcı bir etki yaratacağı vurguluyor ve satıcıya **550 bin 59 TL idari para cezası** vererek haksız ticari uygulamanın derhal durdurulmasına karar veriyor.

Yorumumuz: Bu kararın son derece isabetli bir karar olduğu görüşündeyiz. Reklam Kurulu'nun müşteri yorumlarını dahi incelediğinin ve buradaki hukuka aykırılıkları da tespit ettiğinin dikkate alınması gerekiyor.

Bu arada ek bir bilgi de vermek isteriz: Bu uygulamanın hukuka aykırılığını sosyal medyada dile getirerek Reklam Kurulu'nun bu hukuka aykırılığa dikkatini çeken, bu yazının yazarlarından biri: [Yağız Soymen'in LinkedIn Postu](#)

3. Şirket Bültenlerindeki Örtülü Reklama Durdurma Cezası

- Reklam Kurulu bir e-ticaret şirketinin farklı internet sitelerinde yayımladığı beş bültenden üçünde örtülü reklam yapıldığını tespit etti;
- Reklam Kurulu bu değerlendirmeyi yaparken içeriklerin tüketicilerin "aydınlanma", "bilgilendirilme" ihtiyacını karşılama ve "haber verme amacı" taşıyıp taşımadığına baktığını belirtti.

- Bu çerçevede Kurul, incelediği beş bültenden üçünde “haber verme amacının dışına çıkılarak markaya yönelik övücü, tanıtıcı, yönlendirici ifadeler yer verildiği, ancak herhangi bir reklam ibaresine yer verilmediği” gerekçesiyle, e-ticaret şirketi bültenini örtülü reklam olarak paylaşan internet sitelerine anılan reklamları **durdurma cezası** verirken iki bültende ise “yazının tüketicilerin aydınlanma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacıyla yayınlandığı” değerlendirmesi yaparak bir aykırılık bulunmadığına karar verdi.

Yorumumuz: Kararın isabetli olduğu görüşündeyiz. Zira kararlarda yalnızca içerik bakımından değil, mecra bakımından da bir değerlendirme yapıldığı anlaşıyor. Örneğin, sektörel amaçlı yayım yapan internet sitelerinde, firma yöneticileri ile gerçekleştirilen röportajların yer almasının, bu platformların hedef kitlenin aydınlanma ve bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacına hizmet ettiği kabul ediliyor. Ancak bültenlerde kullanılan dilin, aydınlanma ve bilgilendirme amacını aşarak e-ticaret şirketine yönelik; övücü, tanıtıcı veya yönlendirici ifadeler yer verilmesi halinde bu durumun örtülü reklam yasağına aykırı olacağı belirtiliyor.

Bora Yazıcıoğlu

bora@yazicioglulegal.com

Yağız Soymen

yagiz@yazicioglulegal.com

Arda Kilci

arda@yazicioglulegal.com

Bu not hukuki görüş niteliğinde değildir. Sadece bilgi amaçlı hazırlanmış ve gönderilmiştir. Konuyla ilgili hukuki görüş almak isterseniz bizimle iletişime geçmenizi rica ederiz.