

22 Ocak 2021

Twitter, Pinterest ve Periscope/Scope getirilen reklam yasağı reklamverenler ve ajanslar için ne anlama geliyor?

Sosyal Medya Yasası olarak bilinen ve İnternet yayınlarını düzenleyen 5651 sayılı Kanun'da ("**5651 sayılı Kanun**") değişiklik yapan bir kanun ile belirli bir büyüklük düzeyine sahip olan yabancı sosyal medya şirketlerine Türkiye'de temsilci atama ve bunu Bilgi Teknolojileri Kurumu'na ("**BTK**") bildirme yükümlülüğü yüklenmişti. Bu yükümlülüğe uymamanın bir aşaması olan reklam yasağı, 19 Ocak 2021 tarihinde BTK Başkanı tarafından Resmî Gazetede yayınlanarak:

- Twitter,
- Pinterest, ve
- Periscope/Scope için uygulanmaya başlandı.

1. Reklam yasağının arka planı nedir?

5651 sayılı Kanun kapsamında yüklenen temsilci atama yükümlülüğüne uymama halinde BTK tarafından atılacak adımlar sırasıyla şöyledir:

- (i) temsilci atama yükümlülüğü kapsamında yabancı sosyal medya şirketine BTK tarafından bildirimde bulunulur;
- (ii) bildirimden itibaren 30 (otuz) gün içinde bu yükümlülüğün yerine getirilmemesi hâlinde sosyal medya şirketine BTK Başkan'ı tarafından 10.000.000 TL (on milyon Türk lirası) idari para cezası verilir;
- (iii) verilen idari para cezasının tebliğinden itibaren 30 (otuz) gün içinde bu yükümlülüğün yerine getirilmemesi hâlinde 30.000.000 TL (otuz milyon Türk lirası) daha idari para cezası verilir;
- (iv) ikinci kez verilen idari para cezasının tebliğinden itibaren 30 (otuz) gün içinde bu yükümlülüğün yerine getirilmemesi hâlinde BTK Başkanı tarafından: Türkiye'de yerleşik vergi mükellefi olan gerçek ve tüzel kişilerin ilgili sosyal medya **şirketine (a) yeni reklam vermesi yasaklanır; (b) reklam yasağı verilen sosyal medya şirketleri BTK Başkanı tarafından Resmî Gazetede ilan edilir; (b) bu kapsamda yeni sözleşme kurulamaz ve buna ilişkin para transferi yapılamaz.**¹

Temsilci belirleme ve bildirme yükümlülüğünün yerine getirilmesi hâlinde **reklam yasağı kaldırılır.**

¹ Reklam yasağı kararından sonra da temsilci atanmaması halinde sosyal medya şirketinin işlettiği platformun bant genişliğinin daraltılması için BTK Başkanı mahkemeye başvurabilir; fakat bu notun konusu olmadığı için o konunun ayrıntısına girmiyoruz.

2. Şimdi ne olacak?

Şimdiye kadar Twitter, Pinterest, Periscope/Scope hariç 5651 sayılı Kanun kapsamında temsilci atamakla yükümlü diğer sosyal ağ sağlayıcıların tamamı Türkiye’de temsilci atayacağını duyurdular ve reklam yasağı kapsamına alınmadılar. Bu doğrultuda reklamverenler ve ajanslar bu sosyal ağ sağlayıcıları ile işbirliklerine herhangi bir kesinti olmaksızın devam edebilecekler.

Ancak temsilci atamayan Twitter, Pinterest, Periscope/Scope için ise 19 Ocak 2021 tarihi itibarıyla reklam yasağı devreye girmiş olması sebebiyle reklamverenlerin ve ajansların bu sosyal ağ sağlayıcılarına yeni reklam verebilmesi yasaklanmış oldu.

3. Reklam yasağı nasıl uygulanacak?

Bu kararın uygulanmasını ilgili kamu kurum ve kuruluşları takip edecek.

Bu kuruluşların başlıcalarının şunlar olacağı görüşündeyiz:

- **Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu’nun (“BDDK”):** Bankacılık sektörü ile ilgili çok geniş yetkileri bulunmaktadır. Bu kapsamda BDDK Kurulu’nun bankalara talimat verme yetkisi vardır. Reklam yasağı kararı verilmesinin ardından, muhtemelen BDDK’nın vereceği talimat doğrultusunda bankalar ilgili para transferlerini gerçekleştirmeyecektir.

Ayrıca bu yasağın bankaların uyum birimleri tarafından takip edileceğini tahmin etmek de yanlış olmaz. BDDK’dan bir talimat gelmese dahi ilgili para transferleri 5651 sayılı Kanun uyarınca yasaklanacağından, birçok bankanın bu para transferlerini gerçekleştirmeyebileceğini söyleyebiliriz.

- **Gelir İdaresi Başkanlığı:** Reklamverenlerin ya da ajansların ilgili sosyal medya şirketlerine yapacakları ödemelerin gider gösterilmesi halinde ve bunları sunacakları beyannameler “inceleme” konusu olabilecek ve kanunen gider kabul edilmeyen ödemeler olarak nitelendirebilecektir.
- **BTK:** Elektronik Haberleşme Kanunu (“EHK”) kapsamında gerçek ve tüzel kişiler (işletmeci olmasalar dahi) BTK’nın taleplerini yerine getirmekle yükümlüdürler. “Reklam Yasağı” kapsamında da BTK’nın bu yönde reklamverenlere karşı BTK ilgili hüküm uyarınca yetkilerini kullanacak olursa yasağa uymayan reklamverenlere ve ajanslara 3.469 TL’den (üç bin dört yüz altmış dokuz Türk Lirası) 3.482.115 TL’ye (üç milyon dört yüz seksen iki bin yüz on beş Türk Lirası) kadar para cezası uygulayabilecektir. Fakat sosyal medya şirketlerini temsilci atamaya zorlamaya çalışan BTK’nın Türkiye’de yerleşik kişilerde bu cezayı vermesinin çok da BTK’nın asıl amacına uygun olmayacağı ve BTK’nın da bu doğrultuda ilgili taraflara bir yaptırım uygulamayacağı görüşündeyiz.
- **Kişisel Verileri Koruma Kurumu (KVKK):** Bilindiği gibi Facebook reklam ekosistemi ciddi bir veri işlemeyi de içerisinde barındırıyor. Bununla birlikte reklamverenlerin ya da ajansların veri sorumlusu olup olmadığı her bir olay özelinde değerlendirilmelidir. Zira bazı durumlarda reklamverenlerin ya da ajanslar Facebook ile birlikte veri sorumlusu olabilecekken, çoğu durumda sadece Facebook’un kendisi veri sorumlusu sayılabilir. Dolayısıyla KVKK’nın bu konuda bir aykırılık bulmasının ancak çok doyulu bir yorum ile mümkün olabileceği, bunun düşük bir ihtimal olduğu görüşündeyiz.

Ayrıca özel hukuk çerçevesinde:

(i) Reklam yasağına uyan şirketler reklam yasağına uymayan şirketler aleyhine haksız rekabet davası açabileceği görüşündeyiz.

(ii) 5651 sayılı Kanun'un ilgili maddesine göre, karardan “sonra” ilgili sosyal ağ sağlayıcılarla yeni sözleşme imzalanamayacak ve buna ilişkin para transferi yapılamayacaktır. Dolayısıyla karardan önce yapılan sözleşmeler açısından bir sorun yok gibi görünmektedir. Bu çerçevede karardan önceki faturaların ödenebilmesi, karardan önce yayınlanması konusunda mutabık kalınan reklamların yayınlanabilmesi gerektiği görüşündeyiz. Fakat burada da örneğin “çerçeve sözleşmeler” yani şart ve koşulların önceden ana hatlarıyla belirlendiği ve her bir reklam özelinde talepte bulunulan/para ödenen (dolayısıyla her seferinde ayrı bir sözleşme ilişkisine konu olan) sözleşmelerin de bu yasağa tabi olabileceği de unutulmamalıdır.

Son olarak kamu kurum ve kuruluşlarının 5651 sayılı Kanun'un ilgili maddesini daha katı bir şekilde yorumlamayabilir ve karar ile birlikte artık hiçbir para transferinin yapılmaması, hiçbir reklamın yayınlanmaması gerektiğini ileri sürebilirler. Bu durumda bir ödemenin/faturanın karardan önce imzalanmış bir sözleşmeye ilişkin olduğu iddiası ile ilgili kamu kurum ve kuruluşları ile uyumsuzluk yaşanma riski mevcuttur.

Uygulamada mevcut sözleşmeler için kamu kurum ve kuruluşlarının yaklaşım belirsiz olduğu her bir olay bazında nasıl ilerleneceğinin değerlendirilmesi uygun olacaktır.

4. Influencerler bu yasadakı kapsamında mıdır?

İlgili sosyal medya platformlarında “influncer” olarak nitelendirilen kişilerle yapılan işbirlikleri ve bu kişilerin markalar adına yaptıkları reklamlar sık kullanılan yöntemlerden biridir. Ancak 5651 sayılı Kanun uyarınca doğrudan yabancı sosyal medya şirketlerine yani mevcut durumda Twitter, Pinterest ve Periscope/Scope’a reklam vermekle ilgili kısıtlanma yapıldığından, reklamverenlerin ve ajansların “influncerlar” ile olan işbirlikleri açısından hukuken bir sorun gözükmemektedir.

Herhangi bir sorunuz olursa Bora Yazıcıoğlu'na (bora@yazicioglullegal.com) veya Uğurkan Şeber'e (ugurkan@yazicioglullegal.com) her zaman ulaşabilirsiniz.

Bu not bilgi notu olarak hazırlanmıştır. Hukuki görüş niteliğinde değildir. Ayrıntılı bilgi için lütfen bizimle iletişime geçiniz.