



T.C.
TİCARET BAKANLIĞI

Sayı : E-69602026-610-00104814625 /105676747
Konu : Soru Önergesi (7/20292)

30.01.2025

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞINA

7/20292
GK65

İlgi : 17.12.2024 tarihli ve 43452547-120.07.04-E.1548782 sayılı yazınız.

İlgide kayıtlı yazıları ekinde yer alan, Manisa Milletvekili Sayın Selma Aliye KAVAF tarafından verilen 7/20292 sayılı yazılı soru önergesinin cevabı hazırlanarak ekte sunulmuştur.

Bilgilerini ve gereğini arz ederim.

Prof. Dr. Ömer BOLAT
Bakan

Ek : Soru Önergesi Cevabı (2 sayfa)

Bu belge güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu: 8D8CF41F-826E-4DE6-A8A5-11EA10709417

<https://www.turkiye.gov.tr/ticaret-bakanligi-ebys>

Adres: Üniversiteler Mah.Dumlupınar Bulvarı No:151 Çankaya/ANKARA

Telefon No: 03124491331 Faks No: 0312449 13 41

e-Posta: g.ozcan@ticaret.gov.tr

İnternet Adresi: www.ticaret.gov.tr

KEP Adresi: stratejigelistirmebakanligi@gtb.hs01.kep.tr

Ayrıntılı bilgi için:

GÜLAY ÖZCAN

Bilgisayar İşletmeni

Telefon No: 03124491331



T.C.
TİCARET BAKANLIĞI

Manisa Milletvekili Sayın Selma Aliye KAVAF'a Ait 7/20292 Sayılı Yazılı Soru Önergesine İlişkin Cevaplar:

Bakanlığımız görev ve yetki alanına giren hususlar itibarıyla önergenize ilişkin cevaplarımıza aşağıda yer verilmiştir:

1-6) 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un ticari reklamlar başlıklı 61'inci maddesi ile uygulama yönetmeliği olan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinde tüketicilere yönelik olarak gerçekleştirilen reklamlara ilişkin ayrıntılı düzenlemelere yer verilmektedir. Diğer sektörler gibi e-ticaret sektöründe faaliyet gösteren firmaların da söz konusu düzenlemelere uygunluğu konusunda, anılan Kanun'un 61'inci maddesi uyarınca oluşturulan Reklam Kurulu tarafından belirtilen mevzuat çerçevesinde gerekli incelemeler yürütülmektedir.

Sosyal medya reklamları da yukarıda yer verilen düzenlemeler ve idari yapılanma çerçevesinde incelenmekte olup, sosyal medya fenomenleri tarafından gerçekleştirilen tanıtımlara ilişkin olarak ise Reklam Kurulu tarafından yayımlanan "Sosyal Medya Etkileyicileri Tarafından Yapılan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Hakkında Kılavuz" çerçevesinde özel düzenlemelere yer verilmiştir.

Diğer taraftan Bakanlığımız, Hazine ve Maliye Bakanlığı Vergi Denetim Kurulu ile Reklam Özdenetim Kurulu iş birliğiyle düzenlenen Sorumlu Influencer Sertifika Programı kapsamında, sosyal medya etkileyicilerine yönelik bir eğitim sağlanarak ardından sertifika verilmesi süreci başlatılmıştır.

Bilindiği üzere, yersellik ilkesi uyarınca ve özellikle reklam durdurma veya idari para cezası niteliğindeki yaptırımın uygulanabilmesi veya tahsil edilebilmesi için 6502 sayılı Kanun'da öngörülen yaptırımlar, ülkemizde faaliyet gösteren firmalara veya ülkede ikamet eden kişilere uygulanabilmektedir.

Bununla birlikte, 6502 sayılı Kanun'da Reklam Kuruluna idari yaptırımlar dışında ilgili internet sitelerine erişimin engellenmesi tedbiri de uygulayabilmesi yönünde yetki verilmiştir. Bu doğrultuda, yurt dışı merkezli firma/şahısların ülkemizdeki tüketicileri yanıltıcı nitelikteki 6502 sayılı Kanun'a aykırı uygulamalarına ilişkin olarak, ilgili tanıtımlar göz önünde bulundurularak erişim engeli kararı verilmesi mümkündür.

Diğer taraftan, tüketicinin korunması ve dolayısıyla reklam hukuku politika alanının, dijital ekonomiyle birlikte genişleme kaydetmesi, bu alanda sınır ötesi ve uluslararası girişimlerin öneminin artması sonucunu doğurmaktadır. Bu kapsamda, gerek Uluslararası İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) gerek Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD) gerekse Uluslararası Tüketicinin Korunması Uygulama Ağı (ICPEN) nezdinde Bakanlığımız tarafından yanıltıcı, saldırgan ve haksız ticari uygulamaların uluslararası düzeyde korunması aksiyonları ortaya konulmakta, Türkiye de bu aksiyonlar kapsamında sorumluluklar üstlenmektedir.

Öte yandan, reklamlarda yer verilen iddiaların veya görsel ifadelerin kanıtlanması yükümlülüğünün reklam verende olması, reklam mevzuatının en temel unsurlarındandır. Bu çerçevede, yapay zeka kullanılarak hazırlanan reklamlarda yer verilen ifadelerin kanıtlanması ve bu teknoloji kullanılarak hazırlanan reklamlarda gerekli uyarıların yapılması yükümlülüğü reklam verenin sorumluluğundadır.

2024 yılı itibarıyla sağlık, gıda sektörlerindeki yanıltıcı veya düzenlemelere aykırı reklamlar ile elektronik ticaret üzerinden gerçekleştirilen işlemler hakkında yapılan şikayetler, başvuruların büyük bir kısmını oluşturmakta olup, bu başvuruların sonuçlandırılma oranı %90'dır.

2024 yılı Aralık ayı itibarıyla Reklam Kuruluna 32 binin üzerinde şikayet başvurusu yapılmış olup, Kurul tarafından aldatıcı reklam veya haksız ticari uygulama olduğu tespit edilen 1.705 adet dosya hakkında durdurma cezasının yanı sıra toplam 277.664.783 TL idari para cezası uygulanmasına karar verilmiştir.

Ayrıca, “Uzaktan İletişim Araçları Yoluyla Piyasaya Arz Edilen Ürünlerin Piyasa Gözetimi ve Denetimi Yönetmeliği” 30 Ekim 2024 tarihli ve 32707 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanmış olup, 1 Nisan 2025 tarihinde yürürlüğe girecektir.

Söz konusu Yönetmelik ile uzaktan iletişim araçları yoluyla piyasaya arz edilen veya piyasada bulundurulanan ürünlerin de güvenli olması gerekmektedir. Yönetmeliğin 6’ncı maddesi ile, satış ilanlarında, imalatçının, ithalatçının veya dağıtıcının ismi ve kayıtlı ticari unvanının yanı sıra iletişim kurulabilecek posta adresi ve elektronik posta adresi; teknik düzenlemelerde ürüne veya ürün ambalajına veya ürüne eşlik eden belgelere iliştilmesi gerektiği belirtilen Türkçe uyarı ve güvenlik bilgileri ile uygunluk işaretleri; ürünün fotoğrafı, tipi ve ürünü tanımlayacak diğer bilgiler dahil olmak üzere ürünün tarifine imkân veren tüm bilgilerin yer alması zorunlu hale gelmiştir.

Bununla birlikte, mezkûr yönetmelik sosyal medya üzerinden satışı yapılan ürünleri de kapsamaktadır. Ulusal piyasa gözetimi ve denetimi makamları tarafından, sosyal medya üzerinden satılan ürünlere dair Yönetmelik hükümlerine bir aykırılık tespit edilmesi halinde idari yaptırım cezası uygulanabilmektedir.

Öte yandan, Avrupa Birliği (AB)’nin Katılım Öncesi Mali Yardım (IPA) programlamasının 2021-2027 yıllarını kapsayan dönemi (IPA-III) çerçevesinde kabul edilen “E-Ticarette Ürün Güvenliği Projesi” 9 Eylül 2024 tarihi itibarı ile başlamış bulunmaktadır.

Söz konusu proje kapsamında geliştirilecek yapay zeka destekli bir yazılım ile çevrimiçi platformlarda satışa sunulan ürünler; ürün güvenliği mevzuatı ve yukarıda adı geçen Yönetmelik çerçevesinde taranarak uygunsuz ürünlerin tespit edilmesi öngörülmektedir. Bu çerçevede aracı hizmet sağlayıcı olarak tanımlanan çevrimiçi platformlar ara yüzlerini Yönetmelik hükümlerine göre güncelleyecek ve ürüne dair zorunlu bilgiler ürün satışa sunulmadan önce sisteme eklenecektir. Yazılım, ara yüze yüklenen fotoğraf, güvenlik bilgi ve belgeleri veya imalatçı/ithalatçı bilgisi gibi verileri tarayarak uygunsuz ürünlerin tespitini sağlayacaktır. Tespit edilen ürünlere yönelik olarak da piyasa gözetimi ve denetimi kuruluşları gerekli idari yaptırımları uygulayarak piyasanın disiplin altına alınmasını sağlayacaktır.