

Hukuk Bülteni

Ticaret ve Borçlar Hukuku | Kasım 2024

DİJİTAL PLATFORMLARIN ABONELİK UYGULAMALARINA İLİŞKİN GÜNCEL REKLAM KURULU KARARLARI

6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ("TKHK") uyarınca oluşturulan Reklam Kurulu ("Kurul") çeşitli dijital platformların abonelik uygulamalarına ilişkin yaygın pazarlama stratejileri kapsamında reklam faaliyetlerini incelemiştir. Kurul, 10 Eylül 2024 tarihli Reklam Kurulu Toplantısı Basın Bülteni'nde yer alan bazı kararlarında, söz konusu reklam faaliyetlerine ilişkin olarak ortalama tüketicinin (i) yanıltılıp yanıltılmadığına, (ii) karar verme iradesinin etkilenip etkilenmediğine ve (iii) normal şartlarda taraf olmayacağı bir tüketici işlemine taraf olmaya teşvik edilip edilmediğine yönelik değerlendirmeler yapmış ve haksız ticari reklam uygulamaları tespit etmiştir. Bu bağlamda Kurul, bazı dijital platformların reklamlarının durdurulması yönünde yaptırıma hükmetmiştir.

I. Ticari Reklamlarda Haksız Ticari Uygulamalara İlişkin Yasal Çerçeve

Ticari reklam ve haksız ticari uygulamaları düzenleyen mevzuat, TKHK ve 29232 sayılı Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği ("Yönetmelik") çerçevesinde şekillenmektedir.

TKHK ve Yönetmelik'in ortaya koyduğu temel prensipler uyarınca ticari reklamların, Kurul'un belirlediği ilkelere, genel ahlaka, kamu düzenine ve kişilik haklarına uygun, doğru ve dürüst bir şekilde sunulması esastır. Öte yandan ticari uygulamaların "haksız ticari uygulama" niteliğinde olmaması için, mesleki özen gerekliliklerine aykırı olarak, hedeflenen ortalama tüketicinin mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranışını önemli ölçüde bozan veya bozmaya yönelik potansiyelde olmaması gerekmektedir. Zira haksız ticari uygulamalar ile tüketicilerin yanıltılması, karar verme iradelerinin yanlış bilgilerle şekillendirilmesi veya normalde taraf olmayacakları bir işlemi gerçekleştirmeye sevk edilmeleri söz konusu olabilmektedir. Bu durum, piyasa dengesini bozarak rekabeti olumsuz yönde etkilemekte ve tüketici haklarının ihlaline yol açmaktadır.

Kurul, ticari reklamlar ve haksız ticari uygulamalar bakımından yaptığı değerlendirmeler sonucunda durdurma, aynı yöntemle düzeltme, idari para cezası veya gerekli görülen hâllerde de üç aya kadar tedbiren durdurma gibi cezaları ayrı ayrı veya birlikte vermeye yetkilidir. Bu yetkiler kapsamında haksız ticari uygulamalara ilişkin Kurul'un uygulayabileceği idari para cezalarının tutarları artırılmıştır. Kurul'a 60.000 TL ile 6.000.000 TL arasında değişen miktarlarda idari para cezası

KOLCUOĞLU DEMİRKAN KOÇAKLI

verme yetkisi tanınmıştır. Kurul, haksız ticari uygulamalara yönelik para cezalarını belirlerken aykırılığın haksızlık içeriği, aykırılık dolayısıyla elde edilen menfaatin veya neden olunan zararın büyüklüğü ve aykırılığı gerçekleştirenin kusuru ve ekonomik durumu gibi çeşitli faktörleri dikkate almaktadır.

II. Reklam Kurulunun Dijital Platformların Abonelik Uygulamalarına İlişkin Kararları

Kurul, 10 Eylül 2024 tarihli ve 349 sayılı Bülten’de, Netflix, Disney+, MUBI, Spotify, Storytel, Youtube, Amazon Prime, Tod, BlueTV gibi dijital platformların uygulamalarını incelemiş ve ilgili platformların reklamlarına çeşitli sebeplerle durdurma cezası uygulanmasına karar vermiştir. Kurul’un yürüttüğü incelemeler ve uygulanan cezaların kapsamı, belirttiğimiz dijital platformlar için genel anlamda benzer durumdadır. Bu sebeple, aşağıda söz konusu kararların tümüne değil, temsilen Netflix, Spotify, Disney+, Youtube ve Amazon Prime hakkında verilen kararlara yer verdik.

- i. Kurul, Netflix’in abonelik paketlerini “Özel”, “Standart” ve “Temel” olarak tanıttığını ve “Özel” paketinin “En Popüler” ibaresiyle önceden seçili olarak sunulduğunu tespit etmiştir. “En Popüler” ifadesinin anlamı ve hangi kriterlere dayandığı hususunda (tıklanma sayısı, satın alma sayısı, sepete eklenme sayısı gibi) yeterli açıklama yapılmadığını belirtmiş; bu durumun, tüketicilerin bağımsız karar alma süreçlerine zarar verdiğine kanaat getirmiştir. Bu nedenle, ilgili reklamın durdurulmasına karar vermiştir.
- ii. Spotify platformuna yönelik denetimlerde, tüketicilere sunulan “1 aylık ücretsiz deneme” teklifini kabul eden tüketicilerden deneme sonrası paketi iptal edenlere ücret iadesi yapılırken, iptal etmeyenlerden abonelik ücreti alındığı tespit edilmiştir. Kurul, “1 aylık ücretsiz deneme” için tüketicilerin kredi kartı bilgilerinin verilmesinin zorunlu tutulduğunu, Spotify’nın “1 aylık ücretsiz deneme” teklifini aslında abonelik sözleşmesinin bir parçasıymış gibi değerlendirdiğini ve bağımsız bir süreç olarak ele almadığını belirtmiştir. Bir başka ifadeyle “1 aylık ücretsiz deneme” ifadesinin ortalama tüketicide, herhangi bir ücret ödemesi veya ödeme bilgisi gerekmez söz konusu hizmetten 1 ay boyunca yararlanabileceği algısı yaratırken fiili durumun böyle olmadığını belirtmiştir. Ayrıca, “Hesabın kapatılması ve verilerin silinmesi” işleminin hesap oluşturma işlemine göre çok daha karışık bir yapıda olduğunu da tespit etmiştir. Kurul, bu nedenle “1 aylık ücretsiz deneme” ifadesinin yanıltıcı olduğu, tüketicinin iradesinin olumsuz etkilendiği ve tüketicilerin kolayca aboneliğe yönlendirildikleri, ancak aynı kolaylıkla çıkış yapamadıkları sonucuna varmıştır. Bu gerekçelerle, reklamın durdurulmasına karar verilmiştir.
- iii. Disney+ platformu bakımından ise, “Aylık Abonelik” ve “Yıllık Abonelik” paketlerinin mevcut olduğu ancak “Yıllık Abonelik” paketinin önceden seçili olarak tüketicilere sunulduğu tespit edilmiştir. Bu durumun, tüketicilerin karar alma süreçlerinde iradelerini olumsuz yönde etkilediği ifade edilmiştir. Kurul, ayrıca “Yıllık Abonelik” paketinin seçilmesi halinde aylık olarak ödenen tutarın, “Aylık Abonelik” paketine kıyasla daha düşük olmasının makul bir gerekçe oluşturmadığına kanaat getirmiştir. Bu durumun, tüketicileri normal şartlar altında taraf olmayacağı bir işlemde bulunmaya teşvik edici nitelikte olduğu belirtilmiş ve bu nedenle ilgili reklamın durdurulmasına karar verilmiştir.
- iv. YouTube Premium’un internet sitesinde, “Bireysel”, “Aile” ve “Öğrenci” abonelik seçenekleri arasında “Bireysel” seçeneğinin önceden seçili olarak tüketicilere sunulduğu tespit

KOLCUOĞLU DEMİRKAN KOÇAKLI

edilmiştir. Kurul, "1 Ay boyunca 0 TL ödeyerek deneyin" ifadesinin tüketicilerde herhangi bir ücret ödemeksizin veya ödeme bilgisi vermeksizin hizmetten yararlanma beklentisi yarattığını, ancak teklifinin kabulü halinde tüketicilerin kredi kartı bilgilerini paylaşmak zorunda bırakıldığını belirtmiştir. Karara göre "1 Ay Boyunca 0 TL" ifadesi, ortalama tüketici nezdinde tüketicinin hizmetten yararlanmak için abone olup olmayacağına karar verebileceği bir aylık süresi olduğuna yönelik bir algı oluşturmaktadır. Ayrıca, "1 aylık ücretsiz deneme" teklifinden yararlanmama imkânının sağ üst köşedeki çarpı işareti ile sınırlı olması sebebiyle "1 aylık ücretsiz deneme" teklifini kabul etme ve bu tekliften yararlanmama imkanının aynı kolaylıkta sunulmadığı, tüketicilerin karar verme sürecinin zorlaştırıldığı ifade edilmiştir. Bu nedenlerle Kurul, tüketicilerin karar verme iradesinin olumsuz etkilenmesi, ortalama tüketicinin algılama düzeyinin dikkate alınmasıyla reklamın yanıltıcı nitelik taşıdığı, tüketici mağduriyetine yol açtığı ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği gerekçeleriyle, söz konusu reklamın durdurulmasına karar vermiştir.

- v. Amazon Prime platformuna yönelik gerçekleştirilen incelemede, "30 Günlük Ücretsiz Denemeni Başlat" butonuna tıklanıldığında, ücretsiz deneme teklifinden yararlanmak amacıyla ödeme bilgilerinin eklenmesinin zorunlu kılındığı tespit edilmiştir. Kurul, bu ifadenin ortalama tüketici nezdinde yeni bir abonelik başlatmaktan ziyade, 30 günlük deneme süresi boyunca herhangi bir ücret ödemeksizin veya ödeme bilgisi vermeksizin hizmetten yararlanma beklentisi doğurduğunu değerlendirmiştir. Bu bağlamda, ilgili ifadenin ortalama tüketici beklentilerini karşılamadığı, yanıltıcı nitelik taşıdığı ve tüketicilerin seçim yapma iradelerini olumsuz etkilediği sonucuna varılmıştır. Sonuç olarak, reklamın durdurulmasına karar verilmiştir.

Kurul, dijital platformların reklamlarına ilişkin kararları ile, özellikle abonelik uygulamalarının tanıtımında kullanılan ifadelerin yanıltıcılığını ve bu ifadelerin ortalama tüketici üzerindeki etkisini denetleyerek tüketici haklarının korunmasını, reklam kampanyalarında yasal düzenlemelere uyum gösterilmesini ve piyasada dürüst rekabetin sağlanmasını amaçlamaktadır. Yanıltıcı ifadeler içeren reklamlar hakkında, tüketicilerin ekonomik davranışlarını etkileme potansiyelleri göz önünde bulundurularak, bültenimizde yer verdiğimiz şekilde cezai yaptırımlar uygulanmaktadır. Yaptırıma konu reklamın veya uygulamanın devam etmesi veya tekrarlanması halinde, Kurul'un reklamı veya uygulamayı tekrar incelemeye alma ve bahsedilen yaptırımları tekrar uygulama yetkisinin olduğunu da hatırlatmak isteriz.

İLETİŞİM



Stj. Av. Naz Üstündağ

nustundag@kolcuoglu.av.tr



Stj. Av. Zeynep Meryem Ünal

zmunal@kolcuoglu.av.tr