



GÜZELDERE ♦ BALKAN
HUKUK BÜROSU

Telefon : (212) 244 84 94
Faks : (212) 244 85 95
Adres : İnönü Cad. Dilaram Apt.
No: 19/9-11 Taksim 34437 İstanbul
E-Posta : info@guzeldere-law.com
Web : www.guzeldere-law.com

21 Mayıs 2021

Sayın İlgili,

İşbu bilgi notu; sosyal medya etkileyicileri (*influencer*) tarafından yapılan ticari reklam ve haksız ticari uygulamalara ilişkin olarak yürütülen incelemelerde esas teşkil etmek üzere hazırlanan ve Reklam Kurulu'nun ilke kararı olarak kabul edilen Sosyal Medya Etkileyicileri Tarafından Yapılan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Hakkında Kılavuz ("**Kılavuz**") hakkında sizleri bilgilendirmek amacıyla hazırlanmıştır.

Kılavuz'un amacı; sosyal medya etkileyicileri tarafından yapılan ticari reklam ve ticari uygulamalar hakkında reklam veren, reklam ajansları, mecra kuruluşları ve reklamcılık ile ilgili tüm kişi, kurum ve kuruluşlara yol göstermek olarak belirlenmiştir. Kılavuz'da sosyal medya etkileyicisi aşağıdaki şekilde tanımlanmıştır:

"Sosyal medya hesabı üzerinden kendisine veya reklam verene ait bir mal veya hizmetin satışını ya da kiralanmasını sağlamak, hedef kitleyi oluşturanları bilgilendirmek veya ikna etmek amacıyla pazarlama iletişimde bulunan kişi."

Sosyal medya etkileyicileri tarafından uyulması gereken temel ilkeler aşağıdaki gibidir:

- 1) Sosyal medya etkileyicisi aracılığıyla yapılan reklamlar, **açık ve anlaşılır** ve **ayırt edilebilir** olmalıdır. Sosyal medya etkileyicileri, örtülü reklam yapamazlar. Başka bir deyişle, sosyal medya etkileyicisinin bir menfaat kazanarak yaptığı paylaşımların, reklam olduğu belirtilmeksizin, sosyal medya etkileyicisi tarafından bir öneri veya hayat deneyimi olarak paylaşılması yasaklanmıştır. Bu hususa aykırı yapılan paylaşımlar, Reklam Kurulu tarafından örtülü reklam olarak değerlendirmektedir.
- 2) Örtülü reklam yasağının bir sonucu olarak; sosyal medya etkileyicisi yaptığı paylaşımlar karşılığında reklam verenden maddi kazanç ve/veya ücretsiz ya da indirimli mal veya hizmet gibi faydalar sağlıyorsa, sosyal medya etkileyicisi tarafından bu durumun açıkça belirtilmesi zorunludur. Bu doğrultuda Kılavuz, **reklam veren ile sosyal medya etkileyicisi arasındaki ticari reklam ilişkisinin gerçekleştiği platforma bağlı olarak sosyal medya etkileyicisine Kılavuz'da sayılan ifadelerden en az birini kullanmak yükümlülüğünü getirmiştir:**



- **Video paylaşım mecralarında yapılan reklamlar:** YouTube ve Instagram TV gibi video paylaşım mecralarında yapılan reklamlar ile canlı yayın niteliğinde olan paylaşımlarda, video içinde sürekli olarak veya videonun başlığında ya da açıklama kısmında veya ilgili reklamın geçeceği bölümün başında tüketicileri “*daha fazla oku*” gibi bir alanı tıklamak zorunda bırakmadan yazılı ve sözlü olarak aşağıda belirtilen açıklamalardan en az birine yer verilmesi gerekmektedir:

“Bu video [reklam veren] reklamlarını içermektedir.”

“Bu video, [reklam veren] ile ücretli işbirliğini içermektedir.”

“[Reklam veren]’in destekleri ile.”

“Bu ürünleri [reklam verenden] hediye olarak aldım.”

“Ürünleri bana gönderdiği için [reklam verene] teşekkürler.”

- **Fotoğraf ve mesaj paylaşım mecralarında yapılan reklamlar:** Instagram, Facebook, Twitter gibi fotoğraf ve mesaj paylaşım mecralarında paylaşılan fotoğrafın ve/veya mesajın içinde ya da altında veya açıklamalarında reklam verene ilişkin ad, marka, ticaret unvanı gibi tanıtıcı bilgilerden herhangi biriyle birlikte aşağıda belirtilen etiketlerden ya da açıklamalardan en az birine yer verilmesi gerekmektedir:

#Reklam

#Reklam/Tanıtım

#Sponsor

#İşbirliği

#Ortaklık

“@[Reklam veren] ile işbirliği”

“@[Reklam veren] tarafından sağlandı.”

“@[Reklam veren] tarafından hediye olarak alındı.”

- **Podcast mecrasında yapılan reklamlar:** Podcast aracılığıyla yapılan reklamlarda yayının başında, ortasında ve sonunda, yazılı ve sözlü olarak aşağıda belirtilen açıklamalardan en az birine yer verilmesi gerekmektedir:

“Bu podcast, [reklam veren] hakkında reklam içerir.”

“Bu podcast, [reklam veren] ile ücretli bir işbirliğinden oluşmaktadır.”

“[Reklam veren]’in destekleri ile.”

“Ürünleri (podcastimde bahsettiğim) [reklam verenden] hediye olarak aldım.”



- **İçeriğin yalnızca kısa bir süre için görülebildiği mecralarda yapılan reklamlar:** Snapchat ve Instagram hikâyeleri gibi içeriğin yalnızca kısa süreliğine görülebildiği reklamlarda, paylaşım süresince reklam verene ilişkin ad, marka, ticaret unvanı gibi tanıtıcı bilgilerden herhangi biri ile birlikte aşağıda belirtilen etiketlerden ya da açıklamalardan en az birine yer verilmesi gerekmektedir:

#Reklam

#Reklam/Tanıtım

#Sponsor

#İşbirliği

#Ortaklık

"@[Reklam veren] ile işbirliği"

"@[Reklam veren] tarafından sağlandı."

"@[Reklam veren] tarafından hediye olarak alındı."

- 3) Yukarıda belirtilen etiket ve açıklamalar, paylaşım içinde kullanılan renklerden ve arka fondan **ayırt edilebilir nitelikte** ve **kolaylıkla** okunabilir büyüklükte olmalıdır. Paylaşımında başka etiket veya açıklamalara yer verilmesi durumunda, bu etiket veya açıklamalar arasında **görünebilir şekilde** belirtilmelidir. Ayrıca Kılavuz'a göre, tüketiciler paylaşım ile ilk karşılaştıkları anda başka bir şey yapmalarına gerek kalmaksızın paylaşımın ticari reklam olduğunu anlayabilmelidir. Bu doğrultuda, paylaşımın yer aldığı mecranın ara yüz ve teknik özellikleri de dikkate alınarak tüketiciler tarafından **ilk bakışta fark edilebilecek biçimde** sunulmalıdır.

Sosyal Medya Etkileyicisinin Yükümlülükleri

- a) Sosyal medya etkileyicisi, henüz deneyiminin bulunmadığı bir mal veya hizmete ilişkin, tüketiciler nezdinde o mal veya hizmeti onaylayacak ya da deneyimlediği algısı yaratacak şekilde ticari reklam amacıyla paylaşımında bulunamaz. Ayrıca, ilgili mevzuata aykırı olacak şekilde bir mal veya hizmete ilişkin sağlık beyanında bulunamaz ve doktor, dış hekim, veteriner hekim ve eczacılar ile sağlık kuruluşları tarafından sunulan mal veya hizmetlere yönlendirmede bulunamaz, bu mal veya hizmetlerin tanıtımını yapamaz.
- b) Sosyal medya etkileyicisi, bir mal veya hizmete ilişkin nesnel, ölçülebilir, sayısal verilere dayanmayan ve ispatı mümkün olmayan bilimsel araştırma ve test sonuçları hakkında iddialarda bulunamaz.
- c) Sosyal medya etkileyicisi, bir mal veya hizmetin ticari reklamına ilişkin herhangi bir reklam verenden maddi kazanç ve/veya ücretsiz ya da indirimli mal veya



hizmet gibi faydalar sağladığı süre boyunca kendisinin sadece bir tüketici olduğu izlenimi oluşturamaz.

- d) Sosyal medya etkileyicisi, herhangi bir malın ticari reklamında, efekt veya filtreleme uygulamalarını kullanması durumunda görüntünün filtrelendiğini açıkça belirtmelidir.
- e) Sosyal medya etkileyicisi, sosyal medya aracılığıyla bir mal ve/veya hizmet hakkında iletişim kurmak için sistemik olarak sahte veya var olmayan kimlikleri toplu olarak oluşturamaz ve/veya kullanamaz.

Reklam Verenin Yükümlülükleri

- a) Reklam veren, sosyal medya etkileyicilerini **Kılavuz hükümleri hakkında bilgilendirmekle** ve sosyal medya etkileyicilerinin **ilgili mevzuattan kaynaklanan yükümlülüklerini yerine getirmesi için çaba göstermek** ve **ihlallere karşı önlem almak ile yükümlüdür.** Ayrıca, reklam veren içeriklerde yer alan üçüncü kişilerin de söz konusu yükümlülüklere uymasına dikkat çekmelidir. Reklam veren, bu maddede yer alan yükümlülüklerin sosyal medya etkileyicisinin kendi yükümlülüğü olduğunu iddia ederek sorumluluktan kurtulamaz.
- b) Reklam verenin Kılavuz'da düzenlenen yükümlülüklerle uygun hareket ettiğini ispatlaması durumunda, sosyal medya etkileyicilerinin kurallara uymasını sağlamak için kendisinden makul olarak beklenebilecek en iyi çabayı gösterdiği kabul edilecektir.

Reklam verenler, reklam ajansları, mecra kuruluşları ve sosyal medya etkileyicileri Kılavuz maddelerine uyum konusunda ayrı ayrı sorumlu tutulmuştur. **6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61. ve 62. maddelerine, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'ne ve Kılavuz'a uygun olmayan reklamın veya ticari uygulamanın daha sonra düzeltilmesi veya telafi edilmesi reklam verenin veya ticari uygulamada bulunanın tespit edilen aykırılığa ilişkin sorumluluğunu ortadan kaldırmaz.**

Yukarıda anılan konulara ilişkin herhangi bir soru veya yorumunuz bulunması halinde, lütfen bizimle irtibata geçmekte tereddüt etmeyiniz.

Saygılarımızla,

Güzeldere Balkan Hukuk Bürosu