

Reklam Kurulu tarafından Çevreye İlişkin Beyanlar İçeren Reklamlar Hakkında Kılavuz yayımlandı.

1 Mar 2023

Reklam Kurulu'nun 13.12.2022 tarihli ve 328 sayılı toplantısında ilke karar olarak kabul edilen "Çevreye Yönelik Beyanlar İçeren Reklamlar Hakkında Kılavuz" ("Kılavuz") yayımlanarak Kurul Kararı ile aynı günde yürürlüğe girmiştir.

Kılavuz, ticari reklam ve ticari uygulamalarda yer verilen çevreye ilişkin beyan ve görsellerin ilgili mevzuata uyumlu olmaları konusunda reklamcılar ile ilgili tüm kişi, kurum ve kuruluşlara yol göstermek amacıyla 6502 sayılı Tüketici Korunması Hakkında Kanun'a ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'ne dayanılarak hazırlanmıştır.

Kılavuz'da öne çıkan düzenlemeler aşağıdaki gibidir:

- Madde 5 ile temel ilkeler aşağıdaki şekilde belirlenmiştir:
 - Reklamlarda, çevresel idare, sembol ve onaylar tüketicileri aldatıcı bir şekilde kullanılamaz.
 - Reklamlarda "yeşil", "sürdürülebilir", "eko", "doğa dostu", "çevre dostu", "sıfır atık", "geri dönüşümlü", "çevre açısından güvenli", "enerji açısından verimli", "geri dönüşümlü", "karbon nötr", "yenilenebilir", "yeşil enerji" gibi genel nitelikteki kavramlar açıklama yapılmadan ya da tüketiciler nezdinde belirsizliğe neden olacak şekilde kullanılamaz.
 - Reklam veren, mevzuat gereği uyması gereken yasal süreçler ve sağlaması gereken standartlara veya hâlihazırda kullanılmayan uygulamalara ilişkin çevresel beyanlar, rakiplerinden farklı ya da üstün olduğu algısı oluşturacak biçimde kullanamaz.
 - Reklamlarda yer verilen çevresel beyanların o mal veya hizmetin hangi bölüm veya sürece ilişkin olduğu açıkça belirtilmelidir.
 - Mal veya hizmetlerin gelecekte hedeflenen çevresel etkilerine ilişkin beyanların, yalnızca kamuya açık ve doğrulanabilir bir strateji belgesinde yer verilmesi halinde reklamlarda kullanılabilirliği düzenlenmiştir.
 - Bir malın geri dönüşümlü olmasına yönelik beyanların, malın ambalajı da dahil olmak üzere ürünün tamamıyla mı yoksa bir kısmıyla mı ilgili olduğu, biyolojik olarak bozunma veya kompostlama sürecinin hangi koşullarda geçerli olduğu ya da bu sürecin yaygın olarak kullanılmayan özel ekipman veya işlemler gerektirip gerektirmediği konusunda tüketiciler açıkça bilgilendirilmelidir.
 - Reklamlarda yer verilen karışık nitelikteki çevresel beyanlarda, yapılan karışık ve yanıltıcı içeriklerinin açıkça belirtilmesi gerekmektedir.
 - Reklamlarda yer verilen çevre etiketi logosuna ilişkin hususların ilgili mevzuata uygun olmasıdır.
- Reklamlarda bir mala, ambalajına ya da bir hizmete ilişkin olarak belirtilen sertifika ve onayların ulusal yetkili kurum ve kuruluşlardan alınan belgeler ile doğrulanması gerekmektedir. Ayrıca, bu belgelendirmelerin ne tür çevresel etkilere ilişkin olduğu ve nasıl faydalara atfedildiğine dair açıklayıcı bilgilere reklamın yayımlandığı alanda, açılır ekranda ya da bir internet sitesine yönlendirmek suretiyle yer verilmesi gereklidir.
- Tüketiciler, reklamlarda yer verilen beyan ve görseller ile bir malın bozunabilirliğine, geri dönüşümlü olmasına, içerdiği geri dönüşümlü içeriğe, yenilenebilir enerji kullanıp kullanmadığına ve geri kazanılıp suya ilişkin hususlarda doğrudan veya dolaylı olarak yanıltılmamalıdır.
- Reklam verenler, reklam ajansları ve mecra kuruluşları, bu Kılavuz maddelerine uyum konusunda ayrı sorumlulukları vardır. Mevzuata uygun olmayan reklamların daha sonra düzeltilmesi yahut telafi edilmesi, reklam verenin tespit edilen aykırılığa yönelik sorumluluğunu ortadan kaldırmayacaktır.

K?lavuz'un tam metnine bu [ba?lant?dan](#) ula?abilirsiniz.

?LG?L? ÇALI?MA ALANLARI

- [?r?n Sorumlulu?u ve T?keticinin Korunmas?](#)

Related Attorneys

- [EZG? BAKLACI G?LKOKAR, LL.M.](#)
- [MEL?S YILMAZ T?RK?Z](#)

Moroglu Arseven | www.morogluarseven.com