

Tüketici Değerlendirmelerinde Yakın Takip Dönemi

İnternet üzerinde yapılan alışverişlerde tüketici değerlendirmeleri büyük önem taşıyor. Bu değerlendirmeler sayesinde tüketicilerin satın almayı değerlendirdiği ürün ya da hizmetin özellikleri ile kalitesi bakımından ve müşteriye gösterdiği özen bakımından bir kanaat oluşturması mümkün olabiliyor.

Tüketici değerlendirmelerinin alışveriş tercihleri üzerindeki etkileri sebebiyle Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'ne ("Yönetmelik") 1 Şubat 2022 tarihinde eklenen 28/B ve 28/C maddeleri ile tüketici değerlendirmelerinin ve tüketici şikâyetlerinin yapılmasına ve yayınlanmasına ilişkin temel usul ve esaslar belirlenmişti. Tüketici değerlendirmeleri ile ilgili temel ilkeler, bilgilendirme, kontrol süreci, aldatıcı kabul edilen durumlar ile yükümlülüklerle ilişkin reklam veren, reklam ajansları, mecra kuruluşları ve reklamcılıkla ilgili tüm kişi, kurum ve kuruluşlara yol göstermek amacıyla Reklam Kurulu 12.09.2023 tarihli ve 337 sayılı toplantısında Tüketici Değerlendirmeleri Hakkında Kılavuz'u ("Kılavuz") ilke kararı olarak kabul etmiştir.

Kılavuzda düzenlenen prensipler tüketicilerin alışveriş tercihlerinde önemli bir yer tutan ve onların satın alma kararlarını önemli ölçüde etkileyen tüketici deneyim ve tecrübelerinden oluşan yorum ve derecelendirme uygulamaları ile bunların sıralanmasına ilişkin Kurul'un kararlarında benimsediği değerlendirme ve ilkeleri yansıtmaktadır.

- Reklam Kurulu Nisan 2023 tarihli kararında; bir e-ticaret platformunun, tüketici tarafından yapılan "yanlış ürün" şeklindeki değerlendirmesini, "Ürün veya markayla ilgili bilgi veren, ürüne/kullanımına dair olumlu veya olumsuz görüş ve deneyimleri içeren yorumları onaylıyoruz. Yorumunuz yayınlanma kriterlerimiz açısından uygun olmadığı için yayına alınmamıştır." açıklaması ile onaylamaması şeklindeki uygulamasını incelenmiştir. Kurul, tüketici tarafından yapılan "yanlış ürün" şeklindeki yorumun e-ticaret platformunun yayın kriterleri uyarınca "satıcı

değerlendirmesi" sayılması sebebiyle "ürün değerlendirme" altında yayınlanmadığını, bu yorumun aslında satıcı ile ilgili ayrı bir kısımda yayınlanabileceğini tespit etmiş ve böylesi bir ayrımın ortalama bir tüketici tarafından anlaşılmasının mümkün olmadığını, kaldı ki satın alınan ürünün yanı sıra platform tarafından sağlanan yan hizmetler hakkında tüketiciler tarafından değerlendirmelerde bulunulabileceğini, dolayısıyla bu uygulamanın tüketicilerin değerlendirme süreçlerinde yorum yapmalarını zorlaştırıcı nitelikte bir haksız ticari uygulama teşkil ettiğini değerlendirmiştir.

Bu husus Kılavuz'da düzenlenmektedir. Kılavuzun "Tüketicilerin Bilgilendirilmesi" başlıklı 6. maddesi; tüketici değerlendirme ekranının tüketicilerin satın alma kararında ana faktörler olan mal veya hizmete ya da teslimat başta olmak üzere ilgili yan sözleşmelere ilişkin değerlendirme yapmasını engelleyecek veya sadece belirli konularda değerlendirme yapılmasını sağlayacak şekilde belirlenemeyeceğini düzenlemektedir. Tüketicinin internet üzerinden verdiği yemek siparişine ilişkin olarak teslimatla ilgili tüketici değerlendirmesinin "restorandan alınan hizmetten bağımsız" olduğu gerekçesi ile reddedilemeyeceği ve değerlendirmenin yayınlanmasına ilişkin kontrol sürecinin makul ve orantılı olması gerektiği Kılavuz'da örnek olarak verilmektedir.

- Kurul Haziran 2023'te verdiği bir kararında; reklam veren tarafından yorum/etkileşim hizmeti satışında bulunduğu tespit edilmiştir. Kurul tarafından yapılan incelemeler sonucunda, işletmelere belirli bir bedel karşılığında işletmeler hakkında yapılan yorumları derleme/değerlendirme/işleme vb. nitelikteki hizmetlerin verildiği, bu süreçte firmaca, söz konusu yorumların toplanması, işlenmesi ve diğer internet siteleri ile bağlantılandırılması sürecine müdahalede bulunularak olumsuz yorumların yayınlanmasının veya tüketiciler tarafından görülebilir nitelikte olmasının önüne geçildiği ve ilgili verilerin manipüle edilerek

Google sistemi üzerinden işletmelerin görünürlüğünün yanıltıcı bir biçimde artırıldığı; işletmelerden mal veya hizmet satın almayan kişilerin yorum yapmaya yönlendirildiği ve bu yorumların çeşitli mecralarda yayınlatıldığı tespit edilmiş olup söz konusu uygulamaların, tüketici değerlendirmeleri başta olmak üzere ticari reklam mevzuatında yer alan hükümlere aykırı olduğu değerlendirilmiş, anılan reklamların ve ticari uygulamaların durdurulması yönünde idari yaptırım cezası verilmiştir.

Kılavuz uyarınca; tüketici değerlendirmelerinin toplanması, işlenmesi ve diğer internet siteleri ile bağlantı kurulması sürecine müdahalede bulunularak olumsuz değerlendirmelerin yayınlanmasının önüne geçilemez. Satıcı, sağlayıcı ya da aracı hizmet sağlayıcılar tüketici değerlendirmelerini manipüle edebilecek uygulamalarda bulunamaz. Görüleceği üzere anılan karar Kılavuz'daki ilkelerle aynı gerekçelere dayanmaktadır.

- Benzer şekilde Kılavuz uyarınca, yalnızca olumlu yorum yapmak amacıyla çok sayıda mal satın alınmasını takiben olumlu yorumlarda bulunulması ve yorumların yayınlanmasından sonra satın alınan malların iade edilmesi gibi muvazaalı fiiller, haksız ticari uygulamalara örnek olarak verilmiştir.

Kurul Eylül 2023 tarihinde verdiği kararına konu incelemesinde; yalnızca küçük boy su siparişi veren çokça kişi tarafından işletmenin servis ettiği köfte, piyaz vb. yemekler hakkında olumlu, abartılı ve övme sınırlarını aşan ve 5 puanlık değerlendirme baremi üzerinden 5 puan verilmiş yorumların yer aldığı tespit etmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda, genel olarak tüketicilerin yemek platformlarını yemek siparişi verme amaçlı kullandığı ve yalnızca küçük boy su satın almak için restoran olarak hizmet veren bir işletmeden sipariş vermenin olağan ve alışlageldik bir tüketici davranışı olmadığı, nitekim tüm küçük boy su siparişi veren müşterilerin yemekler hakkında çok olumlu yorumlar yazdığı, böylelikle söz konusu

işletmenin lezzet ve servis yönünden tüketicilerin en üst memnuniyet derecesine mazhar olduğuna yönelik bir izlenim oluşturulduğu, bilinçli olarak yapıldığı anlaşılan söz konusu yorum ve değerlendirmeler vasıtasıyla tüketici tercihlerinin ve satın alma kararlarının yönlendirilmesine çalışıldığı, böylelikle işletmenin yemek ve hizmetlerine yönelik tüketici algısının manipüle edilmeye çalışıldığı, gerçekleştirilen söz konusu ticari uygulamaların tüketicilerin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozmaya yönelik haksız ticari uygulama olduğu değerlendirilmiş olup reklam veren/ticari uygulamada bulunan hakkında anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

- Kılavuz'da ilgili mevzuatına aykırı sağlık beyanı içeren tüketici değerlendirmelerinin yayınlanamayacağı da özel olarak düzenlenmiştir. Bu doğrultuda Kurul, Ekim 2023 tarihli kararında bir e-ticaret sitesi üzerinden satılan ürünlere ilişkin olarak "ödem atma konusunda başarılı", "selülit için çok faydalı", "3 gündür kullanıyorum oldukça hafif hissediyorum" gibi sağlık beyanları içeren yorumlarda yer alan sağlık beyanlarının reklam veren firma tarafından belirlenen "konuya göre filtrele" başlığı altında "ödem konusunda", "ağırılık", "gastrit var" gibi ifadeler ile tüketicilere seçenek olarak sunulmasını mevzuata aykırı bulmuştur. Buna göre; ticari uygulamada bulunan hakkında 347.128-TL idari para cezası ve anılan haksız ticari uygulamaları durdurma cezası verilmiştir.

Kurulu'nun anılan Kılavuz'u yayımlamasında; yorum, şikâyet ve değerlendirmelerin tüketicilerin satın alma kararları üzerindeki yoğun etkisi rol oynamıştır. Kılavuz'un, mevzuata uyum konusunda rehberlik edeceği ve aynı zamanda Kurul'u kararlarındaki değerlendirmelerinin yeknesaklaşmasına katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.