



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
TİCARET BAKANLIĞI

ÇEVREYE İLİŞKİN BEYANLAR İÇEREN REKLAMLAR HAKKINDA KILAVUZ

TÜKETİCİNİN KORUNMASI VE PİYASA GÖZETİMİ GENEL MÜDÜRLÜĞÜ

21 ŞUBAT 2023



T.C. TİCARET
BAKANLIĞI

ÇEVREYE İLİŞKİN BEYANLAR İÇEREN REKLAMLAR

Sürdürülebilir
Tüketim

Karbon
Ayak İzi

Çevresel
Farkındalık

Geri
Dönüşüm

Sıfır Atık

Yeşil Pazarlama



Sürdürülebilirlik
ve
Marka

Çevre Dostu
Doğa Dostu
Ekolojik

Yeşil Strateji



Temiz Enerji
Emisyon Azaltımı
Karbon Nötr

«Yeşil Aklama»





T.C. TİCARET
BAKANLIĞI

MEVZUAT

Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği

Çevreye ilişkin beyanlar içeren reklamlar

MADDE 17 -(1) Reklamlar, tüketicilerin çevre konusundaki duyarlılığını ya da bu alandaki olası bilgi eksikliğini istismar edecek biçimde yapılamaz.

(2) Reklamlarda; çevresel işaret, sembol ve onaylar tüketicileri aldatıcı şekilde kullanılamaz.

(3) Reklamlarda, çevresel etki konusunda sadece akademik kuruluşlarca kabul görmüş bilimsel çalışmalara dayalı bilimsel bulgular ve teknik gösterimler kullanılabilir.

(4) İlgili mevzuatı gereği enerji etiketlemesi zorunlu olan mallara ilişkin reklamlarda, enerji verimliliğine veya fiyata dair bilgilerin yer alması durumunda, ilgili malın enerji verimliliği sınıfının belirtilmesi zorunludur.



T.C.
TİCARET BAKANLIĞI
Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi
Genel Müdürlüğü

**6502 SAYILI
TÜKETİCİNİN KORUNMASI
HAKKINDA KANUN VE
İKİNCİL MEVZUATI**



T.C. TİCARET
BAKANLIĞI

MEVZUAT

Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği
Ek Madde 1 – (Ek:RG-1/2/2022-31737)

ÇEVREYE İLİŞKİN BEYANLAR İÇEREN REKLAMLAR HAKKINDA KILAVUZ

- Reklam Kurulu'nun 13.12.2022 tarihli ve 328 sayılı toplantısı 2022/2 numaralı İlke Kararı





T.C. TİCARET
BAKANLIĞI

KILAVUZUN ÖNEMİ

- Reklam veren, mecra kuruluşu ve reklam ajanslarına yol gösterici olmak

- Tüketicilerin bilgi düzeyini artırmak

Çevresel beyan içeren reklamlarda
şeffaflık sağlamak

Tüketicilerin çevreye ilişkin hassasiyetlerinin
istismar edildiği, tüketicilerin manipüle
edildiği, yanıltıldığı reklamların ve ticari
uygulamaların önlenmesi

Çevresel beyan içeren reklamlara yönelik
uygulamada belirli bir standardın
yakalanmasına katkıda bulunmak



T.C. TİCARET
BAKANLIĞI

KILAVUZ

Temel İlkeler

Sertifika ve Onaylar

**Bozunabilirliğe, Geri Dönüştürülebilirliğe &
Geri Dönüştürülmüş İçeriğe İlişkin Beyanlar**

**Yenilenebilir Enerjiye & Geri Kazanılmış Suya
İlişkin Beyanlar**

Sorumluluk ve Yükümlülükler



T.C. TİCARET
BAKANLIĞI

TEMEL İLKELER

Reklamlar, tüketicilerin çevre konusundaki duyarlılığını ya da bu alandaki olası bilgi eksikliğini istismar edecek biçimde **YAPILAMAZ**.



Çevresel işaret, sembol ve onaylar tüketicileri aldatıcı şekilde **KULLANILAMAZ**.

Reklamlarda yer verilen çevresel beyanların o mal veya hizmetin tamamına mı yoksa herhangi bir bölüm, parça veya sürecine mi ilişkin olduğu açıkça **BELİRTİLMELİDİR**.



“yeşil”, “sürdürülebilir”, “eko”, “doğa dostu” veya “çevre dostu” gibi kavramlar açıklama yapılmadan, tüketiciler nezdinde belirsizliğe neden olacak şekilde **KULLANILAMAZ**.

Reklamlarda yer verilen çevresel beyanların gerçekleşmesi, özel koşulların varlığına bağlı ise bu koşullar açıkça **BELİRTİLMELİDİR**.

Reklamın yayınlandığı mecra gerekli bilgileri vermek için sınırlı ise tüketiciler, ayrıntılı bilgi alabileceği mecraya/internet sitesine yönlendirilmelidir **!**



İlgili mevzuatı gereği uyulması gereken yasal süreçlere, sağlanması gereken standartlara veya halihazırda kullanılmayan süreçlerin veya bileşenlerin kullanılmamasına ilişkin **çevresel beyanlar**, o mal veya hizmetin ya da sürecin rakip ve muadillerinden farklı ya da daha üstün olduğu algısı oluşturacak biçimde **KULLANILAMAZ**.



T.C. TİCARET
BAKANLIĞI

TEMEL İLKELER



Çevresel etkilere ilişkin olarak, reklamlarda gelecekteki hedeflerle ilgili beyanlara, yalnızca bu hedefleri gerçekleştirmek için kamuya açık ve doğrulanabilir bir stratejinin var olması halinde yer verilebilir.

A+++

A++

A+

A

B

C

D

Enerji etiketlemesi zorunlu olan mallara ilişkin reklamlarda, enerji verimliliğine veya fiyata dair bilgilerin yer alması durumunda, ilgili malın enerji verimliliği sınıfının belirtilmesi ZORUNLUDUR.

Reklamlarda yer verilen karşılaştırma niteliğindeki çevresel beyanların neye ilişkin olduğu açıkça BELİRTİLMELİDİR.

Örneğin, bir pet şişenin ambalajında yer verilen “%20 daha fazla geri dönüştürülmüş içerik” ifadesi ile reklam verenin kendisine ait aynı marka ve içerikte önceki ürünüyle mi yoksa rakiplerinin ürünleriyle mi karşılaştırma yaptığı açıkça BELİRTİLMELİDİR.



Reklamlar, hedef kitleye ve topluma yönelik bir sorumluluk duygusu ile hazırlanmalıdır !



Reklamlarda;

- çevre kirliliği veya aşırı atık birikmesine yol açacak tüketici davranışlarını önemsiz gibi gösteren,
- geri dönüştürülebilir olmayan ambalajlara özendirilen,
- tüketicileri, hareketlerinin olumsuz çevresel etkilerini görmezden gelmeye yönlendiren,
- uygunsuz çöp atmayı özendirilen veya hoş gören,
- sürdürülebilir tüketim anlayışından uzak iletişimlerden kaçınılmalıdır.



T.C. TİCARET
BAKANLIĞI

SERTİFİKA VE ONAYLAR

Reklamlarda bir mala veya ambalajına ya da bir hizmete ilişkin olarak belirtilen sertifika ve onayların,

- ✓ yetkili kamu kurum ve kuruluşlarından, üniversitelerin ilgili bölümlerinden veya akredite araştırma, test ve değerlendirme kuruluşlarından alınmış bilgi ve belgeler ile **DOĞRULANMIŞ OLMASI GEREKMEKTEDİR.**
- ✓ ne tür çevresel etkilere ilişkin olduğu ve nasıl faydalara atıfta bulunduğuna dair **açıklayıcı bilgilere** reklamın yayınlandığı alanda ya da bir bağlantı veya uyarı işareti ile tüketicilerin yönlendirilerek ayrıntılı bilgi alabileceği bir internet sitesinde veya açılır ekranda **YER VERİLMESİ GEREKMEKTEDİR.**



Örneğin, bir içecek ürününe ait ambalajda “Doğa Dostu Ambalaj Birliği” ibaresini içeren onay görseline yer verilmiştir.

Bununla birlikte ambalajda adı geçen birlik tarafından ambalajların çevreye ilişkin etkileri ile ilgili herhangi bir araştırma ve inceleme yapılmamaktadır.

Bu durumda ambalaj üzerinde yer verilen ifade ve görselin, tüketicileri yanıltıcı olmaması amacıyla kapsamı ve dayanağı belirtilmelidir.



T.C. TİCARET
BAKANLIĞI

BOZUNABİLİRLİĞE, GERİ DÖNÜŞTÜRÜLEBİLİRLİĞE & GERİ DÖNÜŞTÜRÜLMÜŞ İÇERİĞE İLİŞKİN BEYANLAR

Tüketiciler, reklamlarda yer verilen beyan ve görseller ile bir malın veya ambalajının;

- biyolojik olarak veya herhangi bir yolla bozunabilir olduğu,
- geri dönüştürülebilir olduğu,
- geri dönüştürülmüş içerikten üretildiği konularında doğrudan veya dolaylı olarak yanıltılmamalıdır.



2. El
(Yenileme
süreci)

“Geri Dönüştürülmüş” ❌



Reklamlarda yer verilen bozunabilirliğe ilişkin beyanların, malın veya ambalajının bulunduğu ortama göre bozunma kabiliyeti, bozunma oranı ve kapsamı konularında açık ve anlaşılır bilgileri içermesi gerekmektedir.

Kısmen geri dönüştürülmüş malzemeden üretilen ürünler için nihai malın veya ambalajındaki geri dönüştürülmüş içeriğin miktarı veya oranı hakkında tüketiciler açıkça bilgilendirilmelidir.






BOZUNABİLİRLİĞE, GERİ DÖNÜŞTÜRÜLEBİLİRLİĞE & GERİ DÖNÜŞTÜRÜLMÜŞ İÇERİĞE İLİŞKİN BEYANLAR

- ❑ Bir malın "biyolojik olarak bozunabilir", "çözünebilir" veya "geri dönüştürülebilir" olduğuna ilişkin 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.

Ürünün şişe, etiket ve kapak gibi kısımlarının olduğu dikkate alındığında, tümünün mü yoksa belli kısımlarının mı geri dönüştürülebilir olduğu belirtilmediğinde;

«  » görselinin ya da «geri dönüştürülebilir» ifadesinin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olma ihtimali bulunmaktadır.



Ürünün geri dönüştürülebilir olmadığı veya yalnızca belirli bir bölümünün veya parçalarının geri dönüştürülebilir olduğu durumlarda, ürün reklamında o ürünün tamamının geri dönüştürülebilir olduğu belirtilmemeli veya herhangi bir şekilde bu izlenimi verilmemelidir !



T.C. TİCARET
BAKANLIĞI

YENİLENEBİLİR ENERJİYE & GERİ KAZANILMIŞ SUYA İLİŞKİN BEYANLAR

- ❑ **Tüketiciler**, reklamlarda yer verilen beyan ve görseller ile bir malın veya ambalajının üretiminde ya da bir hizmetin sunumunda **yenilenebilir enerji ve geri kazanılmış su kullanıldığı konularında doğrudan veya dolaylı olarak yanıtılmamalıdır.**
- ❑ Reklam verenler, reklamlarda **yenilenebilir enerjinin kaynağını** (örneğin, rüzgar veya güneş enerjisi) **belirterek** tüketicilerin bilgilendirilmesini sağlamalıdır.



- ❑ **Reklam verenler**, malın veya ambalajının üretim süreçlerinde kullanılan **yenilenebilir enerji oranını ve geri kazanılmış su yüzdesini açık ve belirgin bir şekilde belirtmelidir.**



T.C. TİCARET
BAKANLIĞI

SORUMLULUK VE YÜKÜMLÜLÜKLER

Reklam verenler, reklam ajansları ve mecra kuruluşları, bu Kılavuz maddelerine uyum konusunda **AYRI AYRI SORUMLUDUR.**

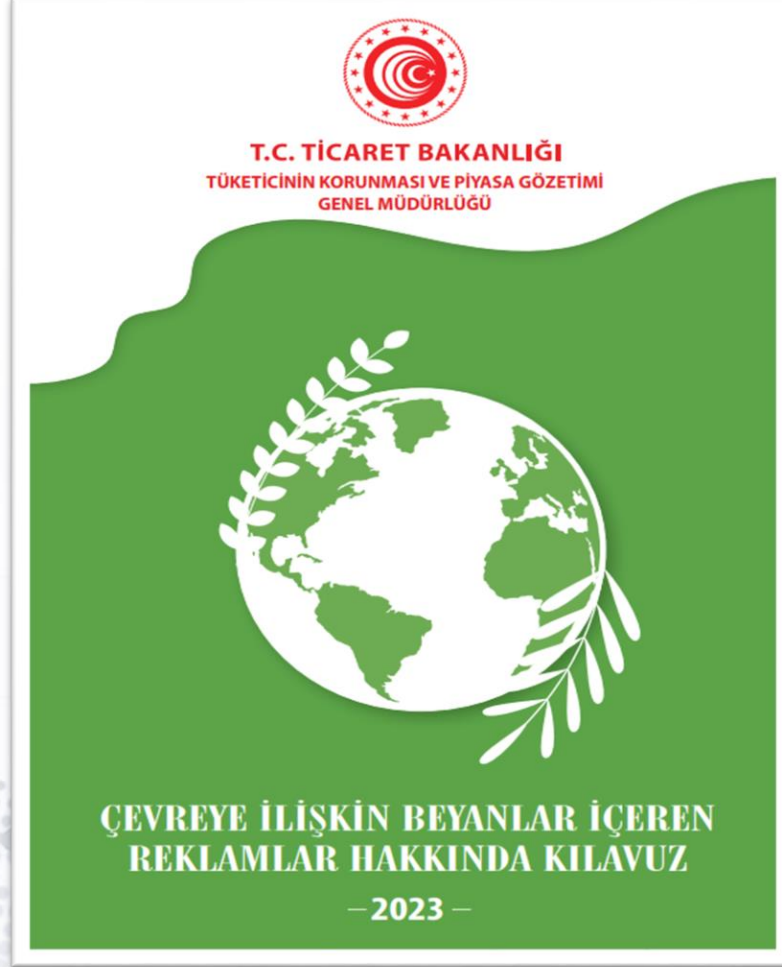
6502 sayılı Kanununun 61 inci ve 62 nci maddelerine, Yönetmeliğe ve bu Kılavuza **uygun olmayan reklamın veya ticari uygulamanın daha sonra düzeltilmesi veya telafi edilmesi** reklam verenin veya ticari uygulamada bulunanın tespit edilen aykırılığa ilişkin **SORUMLULUĞU ORTADAN KALDIRMAZ.**

Bu Kılavuz hükümleri, 6502 sayılı Kanun ve Yönetmelik hükümlerine aykırı şekilde YORUMLANAMAZ VE UYGULANAMAZ.



T.C. TİCARET
BAKANLIĞI

KILAVUZ



KILAVUZA ERİŞİM İÇİN



<https://tuketici.ticaret.gov.tr/duyurular/cevreye-iliskin-beyanlar-iceren-reklamlar-hakkinda-kilavuz>



REKLAM KURULU KARARLARI'NDAN ÖRNEKLER

- Reklam Kurulu'nun 11.10.2022 tarihli ve 326 sayılı toplantısı -



«X» markalı elektrikli scooter ürünlerine ilişkin olarak sosyal medya hesaplarında yer alan paylaşımlarda; «X bugüne kadar 250 bin ağaca eşdeğer CO2 emisyon tasarrufu sağladı.» ifadelerine yer verilmiş.

Çevresel etki konusundaki reklamlarda kullanılabilecek beyan ve iddialara ilişkin olarak mevzuatta yer alan yükümlülüklerle uygun hareket edilmediği ve tüketicilerin çevre konusundaki duyarlılığını ya da bu alandaki olası bilgi eksikliğini istismar edecek biçimde tanıtımlarda bulunduğu değerlendirilmiş, kuruluş hakkında, **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.



T.C. TİCARET
BAKANLIĞI

REKLAM KURULU KARARLARI'NDAN ÖRNEKLER

- Reklam Kurulu'nun 11.10.2022 tarihli ve 326 sayılı toplantısı -

Ülkemizin ve bölgemizin en yeşil hava yolu olma hedefimizle, uçuş kaynaklı karbon emisyon yoğunluğumuzu 2030'a kadar %20 azaltıyoruz! 🍀🍀

CO₂

Ülkemizin ve Bölgemizin En Yeşil Hava Yolu Olma Hedefimizle, Uçuş Kaynaklı **Karbon Emisyon Yoğunluğumuzu 2030'a Kadar %20 Azaltıyoruz!**

X

“Ülkemizin ve Bölgemizin En Yeşil Hava Yolu Olma Hedefimizle, Uçuş Kaynaklı Karbon Emisyon Yoğunluğumuzu 2030'a Kadar %20 Azaltıyoruz! – X” ibareli tanıtımlarla ilgili olarak,

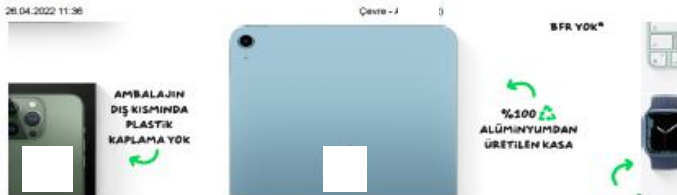
Söz konusu tanıtımlardaki beyanın kuruluşun gelecek hedefleriyle ilgili olduğu ve anılan hedefin kuruluşa ait açık ve doğrulanabilir bir stratejiye dayandırıldığı anlaşıldığı ve dolayısıyla, reklam mevzuatına aykırı bir hususun bulunmadığı kanaatine varıldığından, inceleme konusu reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi hükmüne **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.



T.C. TİCARET
BAKANLIĞI

REKLAM KURULU KARARLARI'NDAN ÖRNEKLER

**Sizin için tasarlandı.
Gezegenin de kalbini
kazandı.**



- Reklam Kurulu'nun 08.11.2022 tarihli ve 327 sayılı toplantısı -

'X' markalı ürünler için yapılan "Sizin için tasarlandı. Gezegenin de kalbini kazandı." başlıklı reklamlarla ilgili olarak,

«M1 ile %34 daha az karbon ayak izi. Ambalajın dış kısmında plastik kaplama yok. Taptic Engin'de %100 tungsten. Son Montaj tesislerinin %100'ü için sıfır atık onay sertifikası ... Hava, güneş, su kullanarak üretiyoruz. Daha az güç tüketiyoruz. ...» gibi ifadelerin ve çevresel beyanların, firmaya ait hangi ürünler, parçalar ve süreçler için kullanıldığının açıkça belirtilmediği, karşılaştırma niteliğindeki ifadelerin neye ilişkin olduğunun tam olarak anlaşılamadığı, yenilenebilir enerji kullanımına ilişkin ifadelerde, üretim süreçlerinde yenilenebilir enerji kullanımının ne kadar olduğu hususunda belirsizlik bulunduğu, reklamlarda yer alan ifadelerin firmaya ait tüm ürünler için geçerli olduğu algısı yaratıldığı, ürünlerin veya üretim süreçlerinin çevreye etkilerine ilişkin olarak tüketiciler nezdinde belirsizliğe neden olacak şekilde kullanıldığı,

Ayrıca, "Kimse eline su dökemez.", "X ürünleri. Hepsi doğuştan çevreci. vb." şeklindeki ifadelerin genel ve soyut ifadeler olduğu, sektörde faaliyette bulunan başka firmaların da çevreye duyarlı ürünler ürettiği, söz konusu ifadelerin tüketicilerin kararları üzerinde firma lehine bir etki yaratarak haksız rekabete neden olduğu,

Söz konusu reklamlarda yer alan çevresel etkiye ilişkin ifade ve beyanlarda, mevzuatta yer alan yükümlülüklerle uygun hareket edilmediği ve tüketicilerin çevre konusundaki duyarlılığını ya da bu alandaki olası bilgi eksikliğini istismar edecek biçimde tanıtımlarda bulunduğu, söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş, kuruluş hakkında, **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.



T.C. TİCARET
BAKANLIĞI

REKLAM KURULU KARARLARI'NDAN ÖRNEKLER

- Reklam Kurulu'nun 08.11.2022 tarihli ve 327 sayılı toplantısı -

21.04.2022 11:03 Doğaya Daha Duyarlı Çamaşır Ürünleri X

X



0:00

EN ZORLU LEKELERDE ETKİLİ & DOĞAYA DAHA DUYARLI |

ASIL DEĞİŞİM İÇİN KOLLARI SIVAMAK VE KİRLENMEK GEREK! BU YÜZDEN, [X] OLARAK BİZ DE DEĞİŞİYORUZ. DOĞADA [X] NEBİLİR İÇERİKLERLE EN ZORLU LEKELERİ İLK YIKAMADA ÇIKARIYOR, %25 GERİ DÖNÜŞTÜRÜLMÜŞ PLASTİKTEN ÜRETİLEN ŞİŞELERİMİZ İLE, ORTALAMA 70 TON SAF PLASTİK ÜRETİMİNİN ÖNÜNE GEÇMEYİ HEDEFLİYORUZ.

“X” markalı deterjan ürünlerine ilişkin “Doğaya Daha Duyarlı” ibareli tanıtımlarla ilgili olarak;

“Doğaya Daha Duyarlı” şeklinde karşılaştırma niteliğindeki çevresel beyan ile “X” markalı önceki ürünlerle mi yoksa rakiplerinin ürünleriyle mi karşılaştırma yapıldığının açıkça belirtilmediği ve “X” markalı deterjanların yaşam döngüsünün tümü veya bir bölümü boyunca genel çevresel etkisini karşılaştırmalı olarak ispatlar nitelikte çalışmaların sunulmadığı değerlendirilmiş, kuruluş hakkında, **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
TİCARET BAKANLIĞI

Teşekkürler...

Pelin TÜRK
Ticaret Uzmanı
P.Turk@ticaret.gov.tr
