Hedef Müşteri Profilinin Açıklamanın Aldatıcılığı Üzerindeki Etkisi

15 Ocak 2025

Bir piyasa aktörünün yapmış olduğu aldatıcı açıklamalarla kendisine veya üçüncü bir kişiye avantaj sağlaması haksız rekabet teşkil eder (TTK m. 55/1-a-2). Aldatıcı açıklamalar kendi içerisinde ikiye ayrılabilir. İlk olarak, bir açıklamanın müşterilerin tercihlerini etkileyebilecek konularda gerçeğe aykırı bilgiler içermesi açıklamayı aldatıcı hale getirecektir. Ancak aldatıcı açıklamalar bunlarla sınırlı değildir. Bazı hallerde, açıklamanın içeriği gerçeğe uygun olsa da ifade ediliş şekli açıklamayı aldatıcı kılabilir. Bunlara yanıltıcı açıklamalar denilmektedir. Sözgelimi, bir açıklamanın eksik bilgiler içermesi, açıklamanın müşterilerin anlamayacağı karmaşık bir ifade şekliyle yapılması veyahut bir mal veya hizmetin zaten sahip olması gereken özelliklerin, somut açıklamada mal veya hizmete özgü özelliklermiş gibi sunulması gibi hallerde yanıltıcı açıklamadan söz edilebilir. Bir açıklamanın yanıltıcı olup olmadığı değerlendirilirken açıklamanın yapıldığı mecra veya vasıtalar da dikkate alınmalıdır. Ele aldığımız Yargıtay kararının da bu noktada önem arz ettiği kanaatindeyiz.

Kararda, bir akaryakıt istasyonuna asılan afişin müşterileri aldatma ihtimalinin bulunup bulunmadığı değerlendirilmektedir. Karara konu afişte, "*%7'ye varan indirim*" ifadesi kullanılmış fakat yazının "*ye varan*" kısmı diğer kısımlarından küçük puntolarla yazılmıştır.

Yargıtay, açıklamanın aldatıcılığını irdelerken, akaryakıt istasyonları açısından hedef müşteri kitlesinin seyir halindeki sürücüler olduğunu belirtmiş ve seyir halindeki sürücülerin dikkatlerini trafiğe yoğunlaştıracağı, bu sebeple bu tür afişlere uzun süre odaklanmayacaklarını kabul etmiştir. Yargıtay, bu kabulle, yapılan açıklamanın seyir halindeki sürücüler tarafından "*%7 indirim*" şeklinde algılanacağına ve dolayısıyla aldatıcı bir açıklama olacağına karar vermiştir.

Yargıtay 11. HD, T. 15.01.2015, E. 2014/1273, K. 2015/421

MAHKEMESİ: ASLİYE TİCARET MAHKEMESİ

Taraflar arasında görülen davada..... Asliye Ticaret Mahkemesi'nce verilen 16.04.2013 tarih ve 2012/30-2013/142 sayılı kararın duruşmalı olarak incelenmesi davacı vekili tarafından istenmiş olup, duruşma için belirlenen 13.01.2015 günü başkaca gelen olmadığı yoklama ile anlaşılıp hazır bulunan davalılar vekili Av... dinlenildikten sonra duruşmalı işlerin yoğunluğu ve süre darlığından ötürü işin incelenerek karara bağlanması ileriye bırakıldı. Tetkik Hakimi.... tarafından düzenlenen rapor dinlenildikten ve yine dosya içerisindeki dilekçe, layihalar, duruşma tutanakları ve tüm belgeler okunup incelendikten sonra işin gereği görüşülüp, düşünüldü:

Davacı vekili, müvekkili şirketin "…. altında akaryakıt istasyonları işletmeciliği yaptığını, davalılardan…'nin ise "…" markası adı altında akaryakıt ürünleri ticareti yapan ana firma olup, diğer davalıların ise bu firmanın mallarını satan davacı müvekkili konumundaki bir kısım akaryakıt istasyonları olduğunu, davalılardan…'nin bir süre önce tüm yurttaki benzin istasyonlarında "yakıtta %7'ye varan indirim" şeklinde reklam kampanyası başlattığını, bu kampanya çerçevesinde Bursa'da faaliyet gösteren diğer davalı şirketlerin de akaryakıtlarda %7'ye varan indirim yaptıklarını tüketiciye ilan etmeye başladıklarını, ancak kamuoyuna duyurulan bu reklam kampanyasının aldatıcı ve halkın iradesine etki ederek haksız kazanç sağlamaya yönelik olduğunu, "ye varan" ibaresinin panolarda okunamayacak derecede küçük yazıldığını, reklama bakıldığında tüketiciler tarafından direkt tüm ürünlerde %7 indirim yapıldığının algılandığını, bu şekilde yanıltıcı reklamla haksız rekabete yol açıldığını ileri sürerek, davalıların yaptığı haksız rekabetin önlenmesi ile kararın ilanına karar verilmesini talep ve dava etmiştir.

Davalılar vekili, davacı tarafın iddialarının gerçek dışı ve dayanaksız olduğunu savunarak, davanın reddini istemiştir.

Mahkemece iddia, savunma ve tüm dosya kapsamına göre, davalı…..'nin firma girişindeki büyük panoda satmış olduğu ürünlerin fiyatını belirttiği, yine fiyat panosunun yanında büyük bir maskot bulunduğu ve maskotun elinde ışıklı %7 reklamı ve "7" rakamının yanında küçük harflerle "ye varan indirimli" ibaresinin bulunduğu, "ye varan indirimler" ibaresinin 7 rakamına göre küçük yazılmasına rağmen rahatlıkla okunabildiği, tabelada gösterilen ürün fiyatları ile pompa satış fiyatlarının aynı olduğu, davalı şirketin satış fiyatlarının …rakamları ile uyumlu olduğu ve yapılan indirimlerin değişik ürünlerde %7'ye ulaştığı ve hatta bazen bu oranı aştığı, dosyadaki delil durumuna göre davacı iddiasını kanıtlamaya yeterli bulunmayan tanık beyanının hükme esas almaya yeterli görülmediği gerekçesiyle ispatlanamayan davanın reddine karar verilmiştir.

Kararı, davacı vekili temyiz etmiştir.

Dava, davalıların yanıltıcı reklamla haksız rekabete yol açtıkları iddiasıyla yapılan haksız rekabetin önlenmesi ile kararın ilanı istemlerine ilişkindir. Davacı, davalıların "yakıtta %7'ye varan indirim" şeklinde yaptıkları reklamlardaki "ye varan" ibaresinin panolarda okunamayacak kadar küçük yazıldığını, reklama bakıldığında tüketiciler tarafından doğrudan tüm ürünlerde "%7 oranında indirim" yapıldığı şeklinde algılandığını, tüketicilerin bu düşünce ile ürünleri satın aldıklarını, aynı izlenimin geceleyin ise reklamdaki "ye varan" ibaresinin tamamen karanlıkta bırakılarak yaratıldığını, bu suretle yanıltıcı ve gizleyici reklamla haksız rekabete yol açıldığını, oysaki ilan edildiği gibi %7'ye varan indirimlerin de yapılmadığını ileri sürerek, haksız rekabetin önlenmesini istemiştir.

Davaya konu reklam kampanyasına ilişkin tespit dosyası içeriği ile fotoğraflar incelendiğinde, "%7 indirim" kısmının büyük puntolarla ve belirgin şekilde yazılmış olmasına rağmen "ye varan" kısmının oldukça küçük harflerle ve dikkat çekmeyecek şekilde yazılmış olduğu, reklamda ilk göze çarpan kısmın "%7 indirim" yazılı kısım olduğu, "ye varan" kısmının ise çok küçük ve dikkat çekmeyecek şekilde gösterildiği anlaşılmıştır. Reklamdaki bu yazım şeklinin, özellikle akaryakıt istasyonlarının bulunduğu güzergahlardaki kara yolundan araçları ile seyir halinde iken geçen ve bu nedenle de o esnada dikkatlerini öncelikle yola ve trafiğe yoğunlaştırmış bulunan sürücüler için yanıltıcı olup, seyir halinde geçen kısa süre içinde reklamın ilk olarak

fark ettikleri dikkat çekici şekilde yazılmış olan “%7 indirim” kısmına göre akaryakıt satın alma kararı vermelerinin mümkün bulunması karşısında, söz konusu reklamın müşterileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, hüsnüniyet kurallarına aykırı bu durumun haksız rekabet teşkil edeceği kabul edilerek, mahkemece yaratılan haksız rekabetin önlenmesine karar verilmesi gerekirken yazılı gerekçe ile davanın reddine karar verilmesi doğru olmamış, kararın bu nedenlerle davacı yararına bozulması gerekmiştir.

SONUÇ: Yukarıda açıklanan nedenlerle davacı vekilinin temyiz itirazlarının kabulü ile kararın davacı yararına BOZULMASINA, ödediği temyiz peşin harcın isteği halinde temyiz edene iadesine, 15.01.2015 tarihinde oybirliğiyle karar verildi.

YAZAR

Dr. Ozan Ali Yıldız
ozanali.yildiz@sakyildiz.com

Bu sitede yer alan yazılar genel bilgilendirme amaçlıdır; hukuki görüş, danışmanlık veya avukatlık hizmeti niteliği taşımaz. Her uyuşmazlık kendi somut koşulları içinde değerlendirilmelidir.