



KAYSERİ ESNAF ve SANATKARLAR ODALARI BİRLİĞİ



03.07.2026

Sayı : O/666
Konu : İndirimli Satış Reklamları Hakkında

ODALARA 2026/108 SAYILI GENELGE

Ticaret Bakanlığı Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü'nün ilgede kayıtlı ve ekte bir sureti sunulan yazısında; Bakanlığa ulaşan tüketici şikâyetleri ile gerçekleştirilen inceleme ve denetimler neticesinde, indirimli satış reklamlarının mevzuata uygun şekilde gerçekleştirilmediği ve bu durumun sıklıkla tüketici mağduriyetlerine yol açtığı tespit edildiği belirtilmektedir.

Bakanlıkça yapılan değerlendirmelerde, indirimli satış reklamlarına ilişkin olarak;

- İndirimden önceki fiyatın tespitinde Yönetmelikte öngörülen sürelerle riayet edilmemesi,
 - İndirimli satışların başlangıç ve bitiş tarihlerine reklam ve tanıtımlarda yer verilmemesi,
 - Birden fazla indirim oranına birlikte yer verilerek tüketiciler nezdinde uygulanacak nihai indirim oranı konusunda anlam karışıklığı oluşturulması,
 - "Tüm ürünlerde indirim" gibi ana vaatlere yer verilmesine rağmen dipnot veya istisna hükümleriyle kampanya kapsamının önemli ölçüde daraltılması,
 - Ana vaadin istisnası niteliğindeki bilgilerin tüketicilerden gizlenmesi veya tüketiciler tarafından kolaylıkla fark edilemeyecek şekilde sunulması,
 - İstisna ve koşulların, reklamda yer alan ana vaadi önemli ölçüde ya da bütünüyle kısıtlayıcı nitelikte olması,
 - Sadakat programları veya koşullu satış reklamlarında gerçeği yansıtmayan indirim öncesi fiyatlara yer verilmesi,
- sorunlarının yaşandığı ifade edilmektedir.

6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanununun 77'nci maddesinin on ikinci fıkrası uyarınca, Kanununun 61'inci maddesinde belirtilen yükümlülüklerle aykırı hareket eden reklam verenler, reklam ajansları ve mecra kuruluşları hakkında durdurma, aynı yöntemle düzeltme, idari para cezası ve gerekli görülen hâllerde üç aya kadar tedbiren durdurma yaptırımları uygulanabilmektedir.

Bu itibarla; esnaf ve sanatkârlarımızın tüketici mağduriyetine sebebiyet vermemesi ve idari yaptırımlarla karşı karşıya kalmaması bakımından, indirimli satışlara ilişkin reklam, kampanya, afiş, broşür, sosyal medya paylaşımı, internet sitesi ilanı ve benzeri tüm tanıtımlarında ilgili mevzuat hükümlerine uygun hareket etmeleri önem arz etmektedir.

Bilgilerinizi ve odanız üyesi esnaf ve sanatkârlara duyurulması hususunda gereğini önemle rica ederiz


Hüseyin TÜRKAY
GENEL SEKRETER


Şeyhi ODAKIR
BAŞKAN

EKLER: 1. İndirimli Satış Reklamları Hakkında



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

Sayı : E-93327413-401.99-00123614137
Konu : İndirimli Satış Reklamları Hakkında

DAĞITIM YERLERİNE

Bakanlığımıza ulaşan tüketici şikâyetleri ile gerçekleştirilen inceleme ve denetimlerden; indirimli satış reklamlarının mevzuata uygun olarak gerçekleştirilmediği ve bu durumun sıklıkla tüketici mağduriyetlerine yol açtığı tespit edilmektedir.

Ticari reklamlarda uyulması gereken esas ve usuller Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nde düzenlenmiş olup mezkur Yönetmeliğin "*İndirimli satış reklamları*" başlıklı 14'üncü maddesi, indirimli satış reklamlarında uyulması gereken kurallara ilişkin emredici hükümleri ihtiva etmektedir.

İndirimli satış reklamlarının yaygın olarak gerçekleştirilmesi ve fiyat indirimlerinin tüketicilerin satın alma davranışlarını yönlendirme hususundaki etkinliği göz önüne alındığında, indirimli satış reklamlarında, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nde yer alan hükümlere eksiksiz bir şekilde riayet edilmesi önem arz etmektedir. Ancak, Bakanlığımızca yapılan incelemeler neticesinde indirimli satış reklamlarına ilişkin olarak özellikle aşağıda yer verilen konu başlıklarında sıklıkla mevzuat ihlallerinin gerçekleştiği tespit edilmektedir.

- İndirimden önceki fiyatın tespitinde Yönetmelik'te yer alan süreye riayet edilmemesi,
- İndirimli satışların başlangıç ve bitiş tarihlerine yer verilmemesi,
- Birden fazla indirim oranına birlikte yer verilerek (%50 + %20 + %10) uygulanacak nihai indirim oranına ilişkin olarak tüketiciler nezdinde anlam karışıklığı oluşturacak ifadelere yer verilmesi,
- Ana vaat-istisna uyumsuzluğu oluşturacak ifadelere yer verilmesi (Reklam metninde "Tüm Ürünlerde %50 İndirim" ifadesine yer verilmesine rağmen dipnotta kampanya kapsamı dışında tutulan ürünlere yer verilmesi),
- Ana vaadin istisnası niteliğindeki bilgilerin tüketicilerden gizlenmesi ya da bu bilgilere tüketiciler tarafından erişilmesi güç şekilde (bilgilere yer verilen konum, punto, renk tonu vb.) yer verilmesi,
- İstisna ve koşulların reklamda yer alan ana vaadi önemli ölçüde ya da bütünüyle kısıtlayıcı nitelikte olması,
- Sadakat programları kullanılarak gerçekleştirilen reklamlarda ve koşullu satış reklamlarında gerçeği yansıtmayan indirim öncesi fiyatlara yer verilmesi,

6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun "*Yaptırım hükümleri*" başlıklı 77'nci maddesinin 12'nci fıkrasında, "*Bu Kanunun 61 inci maddesinde belirtilen yükümlülüklere aykırı hareket eden reklam verenler; reklam ajansları ve mecra kuruluşları hakkında durdurma veya aynı yöntemle düzeltme veya idari para cezası ve gerekli görülen hâllerde de üç aya kadar tedbiren durdurma cezası uygulanır. Reklam Kurulu, ihlalin niteliğine göre bu fıkradaki yaptırım kararlarını birlikte veya ayrı ayrı verebilir.*" hükmü yer almaktadır.

Bilindiği üzere 6502 sayılı Kanunun 77'nci maddesinin on ikinci fıkrası uyarınca Reklam Kurulu tarafından aldatıcı ve mevzuata aykırı reklamlar nedeniyle uygulanan idari para cezaları reklamın yer aldığı mecranın türüne göre 99.339 TL ile 39.916.524 TL arasında değişiklik göstermektedir. Reklam Kurulu, Kanunda mecra bazında alt ve üst sınırları belirtilen idari para cezalarını uygularken aykırılığın haksızlık içeriği, aykırılık dolayısıyla elde edilen menfaatin veya neden olunan zararın büyüklüğü ile aykırılığı gerçekleştirenin kusuru ve ekonomik durumu gibi hususları dikkate almaktadır.

Bu belge güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu: AAA67510-1C16-4ABD-B11D-C7B92CF65A9A

<https://www.turkiye.gov.tr/ticaret-bakanligi-ebys>

Adres: Üniversiteler Mahallesi Dumlupınar Bulvarı No:151 B Blok Kat:4

Ayrıntılı bilgi için:

06800 ANKARA

Melik Can KILIÇ

Telefon No: 0312 449 42 42 Faks No: 0312 449 45 05

Ticaret Uzmanı

e-Posta: m.kilic30@ticaret.gov.tr

İnternet Adresi: www.ticaret.gov.tr

KEP Adresi:

tuketicininkorunmasivepiyasagozetimigenelmudurlugu@gtb.hs03.kep.tr

Telefon No: 0312 449 42 42



Bu doğrultuda hem tüketicilerin yanıtılarak mağduriyet yaşamaması hem de reklam verenlerin idari yaptırım ile karşı karşıya kalmamaları için üyelerinizin reklam ve tanıtımlarının mevzuata tam uyumlu hale getirilmesi hakkında bilgilendirilmesinin önem arz ettiği değerlendirilmektedir.
Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

Avni DİLBER
Bakan a.
Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi
Genel Müdürü

Dağıtım:
Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Başkanlığına
Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu Başkanlığına

Bu belge güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu: AAA67510-1C16-4ABD-B11D-C7B92CF65A9A

<https://www.turkiye.gov.tr/ticaret-bakanligi-ebys>

Adres: Üniversiteler Mahallesi Dumlupınar Bulvarı No:151 B Blok Kat:4
06800 ANKARA

Telefon No: 0312 449 42 42 Faks No: 0312 449 45 05

e-Posta: m.kilic30@ticaret.gov.tr

İnternet Adresi: www.ticaret.gov.tr

KEP Adresi:

tuketicininkorunmasivepiyasagozetimigenelmudurlugu@gtb.hs03.kep.tr

Ayrıntılı bilgi için:

Melik Can KILIÇ

Ticaret Uzmanı

Telefon No: 0312 449 42 42

