REKLAM KURULU
373. TOPLANTI
10 EYLÜL 2026
BİLGİ NOTU

Reklam Kurulu 373: 5G İddiaları ve Fiyat Avantajı Vaatleri

Advertising Board No. 373: 5G Claims and Price Advantage Promises

Bu bilgi notu, Ticaret Bakanlığı Reklam Kurulunun 10.09.2026 tarihli ve 373 sayılı toplantısına ilişkin, Bakanlığın internet sitesinde Kasım 2026'da yayımlanan basın bülteninde yer alan kararlardan seçilen örnekleri konu almaktadır. Bültende iletişim hizmetleri, dayanıklı tüketim ve teknoloji, diğer, indirimli satış, kozmetik ve temizlik ürünleri, gıda, sağlık, örtülü reklam ve eğitim başlıkları altında doksan dört dosya yer almaktadır. Notta, karar tarihi ile bültenin yayım dönemi birbirinden ayrı tutulmuş; yalnızca bültende yer alan tespit, değerlendirme ve yaptırım bilgilerine yer verilmiştir.

Kurul, 1 Nisan 2026 öncesinde yayımlanan iki 5G temalı operatör reklamına 3.991.652 TL idari para cezası vermiş; "en düşük fiyat" ve "sepette indirim" gibi ispatlanamayan fiyat avantajı vaatlerinde 1.083.706 TL'ye varan cezalar uygulamıştır.

This legal update covers selected examples of the decisions contained in the press bulletin on the Ministry of Trade Advertising Board's meeting No. 373 of 10 September 2026, published on the Ministry's website in November 2026. The bulletin contains ninety-four files under the headings communication services, durable consumer goods and technology, other, discounted sales, cosmetics and cleaning products, food, health, covert advertising and education. The update keeps the date of the decisions separate from the period in which the bulletin was published, and is confined to the findings, assessments and sanctions set out in the bulletin.

The Board imposed administrative fines of TRY 3,991,652 on two 5G-themed operator advertisements published before 1 April 2026, and fines of up to TRY 1,083,706 for unproven price advantage promises such as "lowest price" and "discount in the basket".

GIRIŞ · INTRODUCTION

Reklam Kurulu, 10.09.2026 tarihli 373 sayılı toplantısında 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 ve 62 nci maddeleri ile Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği hükümleri çerçevesinde doksan dört dosyayı karara bağlamıştır. Kararların bir bölümünde idari para cezası ile birlikte durdurma cezası, bir bölümünde yalnızca durdurma cezası verilmiş; bazı dosyalarda ise tanıtımların mevzuata aykırı olmadığına karar verilmiş veya dosya ek bilgi ve belge istemiyle ertelenmiştir.

Bültende öne çıkan konular şu şekilde gruplandırılabilir: 1 Nisan 2026 öncesinde yayımlanan 5G temalı operatör reklamları; e-ticaret ve perakendede "en düşük fiyat", "sepette indirim", "6 al 1 öde" gibi fiyat avantajı vaatleri; "en ekonomik", "şehrin en ucuzu", "Türkiye'nin en iyisi" türünde ispatlanmamış üstünlük iddiaları; kutsal kabul edilen unsurların ürün adlarında kullanıldığı kozmetik tanıtımları; coğrafi işaret ve menşe algısı oluşturan gıda ambalajları; sağlık kuruluşu olmayan güzellik salonlarının tıbbi işlem adlarıyla yaptığı tanıtımlar; yerel haber siteleri ve dergilerde örtülü reklam; ve avukatlık tekeline giren faaliyetlerin reklamı. Aşağıda bu başlıklar altında seçilen kararlar aktarılmaktadır.

At its meeting No. 373 of 10 September 2026, the Advertising Board decided ninety-four files under Articles 61 and 62 of Law No. 6502 on Consumer Protection and the provisions of the Regulation on Commercial Advertising and Unfair Commercial Practices. In some of the decisions an administrative fine was imposed together with a suspension order, and in others only a suspension order; in certain files it was decided that the promotions were not contrary to the legislation, or the file was postponed with a request for further information and documents.

The main topics in the bulletin may be grouped as follows: 5G-themed operator advertisements published before 1 April 2026; price advantage promises in e-commerce and retail such as "lowest price", "discount in the basket" and "buy 6, pay for 1"; unproven superiority claims such as "the most economical", "the cheapest in the city" and "the best in Türkiye"; cosmetic promotions using elements regarded as sacred in product names; food packaging creating a perception of geographical indication and origin; promotions by beauty salons that are not health institutions using the names of medical procedures; covert advertising on local news websites and in magazines; and the advertising of activities reserved to attorneys. Selected decisions under these headings are set out below.

01 İletişim Hizmetleri: 5G İddiaları ve Taahhütlü Tarife Uygulamaları

Communication Services: 5G Claims and Fixed-Term Tariff Practices

Vodafone — "81 İl 922 İlçede İlle de Vodafone 5G" (Dosya No: 2026/769)

Televizyon, YouTube, Instagram, TikTok ve diğer sosyal medya mecralarında 10–20 Şubat 2026 tarihleri arasında yayımlanan reklam filmi incelenmiştir. Kurul, "Çekicilik lafla değil global tecrübeyle olur" ifadesinin bir diğer operatörün yakın dönemdeki kampanyasına gönderme teşkil ettiğini, "Onlar giderken biz

Vodafone — "5G in 81 Provinces and 922 Districts: It Has to Be Vodafone 5G" (File No. 2026/769)

The advertising film broadcast on television, YouTube, Instagram, TikTok and other social media channels between 10 and 20 February 2026 was examined. The Board found that the statement "Appeal comes from global experience, not words" constituted a reference to another operator's recent campaign, that the statement "While they were going, we

dönüyorduk" ifadesinin ölçülebilir bir veriye dayanmadığını, "Dünyanın 1 numaralı 5G şebekesi" şeklindeki liderlik iddiasının hangi kritere dayandığının belirtilmediğini ve "81 il, 922 ilçede" şeklindeki sayısal beyanın 5G hizmetinin tüm bu yerlerde yaygın ve fiilen erişilebilir şekilde sunulacağı algısı oluşturduğunu tespit etmiştir.

Şirket savunmasında, "Dünyanın 1 numaralı 5G şebekesi" söyleminin markanın dünyada en fazla ülkede 5G hizmeti sunan operatör olduğu verisine dayandığını, bu hususun bağımsız bir araştırma kuruluşunca doğrulandığını ve Reklam Özdenetim Kurulunun 18.03.2026 tarihli görüşünde aykırılık tespit edilmediğini belirtmiştir.

were coming back" was not based on any measurable data, that the criterion on which the leadership claim "The world's number 1 5G network" was based was not stated, and that the numerical statement "in 81 provinces, 922 districts" created the perception that the 5G service would be offered widely and in a practically accessible manner in all those places.

In its defence, the company stated that the claim "The world's number 1 5G network" was based on data showing that the brand is the operator offering 5G services in the largest number of countries in the world, that this had been verified by an independent research organisation and that no infringement had been found in the Advertising Self-Regulatory Board's opinion of 18 March 2026.

KURULUN DEĞERLENDIRMESI

THE BOARD'S ASSESSMENT

Kurul, reklamın "tüketiciler nezdinde şirketin global tecrübesi ve 5G alanındaki konumu üzerinden rakip işletmecilere kıyasla genel bir teknolojik üstünlüğe sahip olduğu ... yönünde, sunulan ispat unsurlarının kapsamını aşan bir algı oluşturduğu, ayrıca rakip işletmecilere yönelik dolaylı ve küçümseyici nitelikte karşılaştırmalara yer verildiği" sonucuna varmıştır. Yönetmeliğin 7, 8, 9, 10 ve 18 inci maddeleri ile Kanun'un 61 inci maddesine aykırılık nedeniyle 3.991.652 TL idari para cezası ve durdurma cezası verilmiştir.

The Board concluded that the advertisement "created a perception among consumers, exceeding the scope of the evidence submitted, that the company has general technological superiority over rival operators on the basis of its global experience and position in 5G ..., and also contained indirect and disparaging comparisons directed at rival operators". An administrative fine of TRY 3,991,652 and a suspension order were imposed for breach of Articles 7, 8, 9, 10 and 18 of the Regulation and Article 61 of the Law.

TT Mobil – "Sevdiklerimizden uzaklarda olsak da sahurlarımız bir arada" (Dosya No: 2026/808)

18.02.2026–10.03.2026 tarihleri arasında televizyon, radyo ve dijital mecralarda yayımlanan reklam filminin Ramazan ayı boyunca sahur saatlerinde sunulacak 20 GB hediye internet faydasını konu aldığı, buna karşılık reklamın ana mesajının 5G teknolojisine bağlandığı ve 5G etiketlerinin kullanıldığı tespit edilmiştir. Kurul, 5G teknolojisinin 1 Nisan 2026 tarihinden itibaren frekans tahsisi sonrası hizmete giren bir teknoloji olduğunu, kampanya faydasının sunulduğu dönemde 5G hizmetinin bulunmadığını ve reklam filminin sonundaki "Abone Başına En Yüksek 5G Kapasitesine Sahip Türk Telekom" iddiasının henüz ticari olarak kullanıma açılmamış bir hizmet için ispat edilen hususun kapsamını aşan bir kapasite üstünlüğü iddiası olduğunu belirtmiştir. Şirketin, reklamın RÖK kararı sonrasında 06.03.2026 tarihinde revize edilerek 5G unsurlarının kaldırıldığı yönündeki beyanı sonucu değiştirmemiştir. 3.991.652 TL idari para cezası ve durdurma cezası verilmiştir.

TT Mobil – "Even When We Are Far from Our Loved Ones, Our Sahurs Are Together" (File No. 2026/808)

It was found that the advertising film broadcast on television, radio and digital channels between 18 February 2026 and 10 March 2026 concerned a 20 GB free internet benefit to be offered at sahur hours throughout the month of Ramadan, whereas the main message of the advertisement was linked to 5G technology and 5G labels were used. The Board stated that 5G technology entered into service following frequency allocation from 1 April 2026, that there was no 5G service in the period in which the campaign benefit was offered, and that the claim at the end of the film, "Türk Telekom, with the Highest 5G Capacity per Subscriber", was a claim of capacity superiority, for a service not yet commercially available, exceeding the scope of what had been proven. The company's statement that the advertisement had been revised on 6 March 2026 following the Self-Regulatory Board's decision and the 5G elements removed did not change the outcome. An administrative fine of TRY 3,991,652 and a suspension order were imposed.

Bayar Teknoloji – Mağaza Önü Kampanya Afişi (Dosya No: 2026/3731)

Bir Türk Telekom bayisinin AVM mağazası önündeki "Kısa Süreliğine Geçerli Numara Taşıyanlara Özel" başlıklı afişte kampanyanın geçerlilik tarihi, hedef kitlesi, indirim oranı, indirim öncesi fiyat ve vergilerin dahil olup olmadığı gibi ana vaadin esaslı unsurlarına yer verilmediği; tekliflerin aslında faturasızdan faturalıya geçiş teklifi olduğu ve operatörün internet sitesinde bu şekilde yer almadığı tespit edilmiştir. Dosyada operatör TT Mobil'in bayilere yalnızca kurumsal görselin kullanılması yönünde uyarı yaptığı ve bayiye gönderilen görselin şikâyete konu görselden farklı olduğu kayıtlıdır; aynı afişe ilişkin olarak operatör hakkında açılan dosyada (2026/40) tanıtımların mevzuata aykırı olmadığına karar verilmiştir. Bayi hakkında, Bakanlığın bilgi ve belge talebine cevap verilmemesi de dikkate alınarak 86.358 TL idari para cezası ve durdurma cezası verilmiştir.

Bayar Teknoloji – In-Store Campaign Poster (File No. 2026/3731)

It was found that the poster headed "Valid for a Short Time, Exclusively for Those Porting Their Number" in front of a Türk Telekom dealer's shopping centre store did not include the essential elements of the main promise, such as the period of validity of the campaign, the target audience, the discount rate, the price before discount and whether taxes were included, and that the offers were in fact offers for switching from prepaid to postpaid and did not appear in that form on the operator's website. The file records that the operator TT Mobil had warned dealers to use only the corporate visual and that the visual sent to the dealer differed from the visual complained of; in the file opened against the operator concerning the same poster (2026/40), it was decided that the promotions were not contrary to the legislation. An administrative fine of TRY 86,358 and a suspension order were imposed on the dealer, taking into account also its failure to respond to the Ministry's request for information and documents.

Vodafone – Taahhütlü Tarifede Yüksek Fatura (Dosya No: 2026/623)

Dijital kanal üzerinden sunulan on iki aylık taahhütlü tarifede tüketiciye Ocak 2026 döneminde uygulanması gereken bedelden daha yüksek bir tutarın fatura

Vodafone – High Bill on a Fixed-Term Tariff (File No. 2026/623)

The company acknowledged that, under a twelve-month fixed-term tariff offered through a digital channel, the consumer had been billed a higher amount than the price applicable for the January 2026 period. The company stated that the overcharge resulted

edildiği şirketçe de kabul edilmiştir. Şirket, fazla tahakkukun teknik bir arızadan kaynaklandığını, iadenin yapıldığını ve etkilenen diğer aboneler için iade süreçlerinin başlatıldığını belirtmiştir.

from a technical fault, that a refund had been made and that refund processes had been initiated for the other subscribers affected.

KURULUN DEĞERLENDİRMESİ

THE BOARD'S ASSESSMENT

Kurul, "söz konusu fazla tahakkukun teknik bir arızadan kaynaklandığının belirtilmesinin tüketici nezdinde ortaya çıkan yanıltıcı sonucu ortadan kaldırmadığı, zira ticari uygulamanın haksız olup olmadığının değerlendirilmesinde şirketin uygulamayı gerçekleştirmekteki kastından veya hatanın teknik nedeninden ziyade, uygulamanın tüketici üzerinde meydana getirdiği etkinin esas alındığı" tespitiyle, sonradan yapılan iade ve düzeltme işlemlerinin uygulamanın gerçekleştiği tarihteki niteliğini değiştirmediğini belirtmiştir. Kanun'un 62 nci maddesi uyarınca 108.370 TL idari para cezası ve haksız ticari uygulamayı durdurma cezası verilmiştir.

The Board found that "stating that the overcharge resulted from a technical fault does not eliminate the misleading result arising for the consumer, since in assessing whether a commercial practice is unfair, the effect of the practice on the consumer is taken as the basis rather than the company's intention in carrying out the practice or the technical cause of the error", and stated that the subsequent refunds and corrections did not change the nature of the practice as at the date on which it occurred. An administrative fine of TRY 108,370 and an order to cease the unfair commercial practice were imposed under Article 62 of the Law.

Krea (beIN Connect) – Telefonla Satışta Fiyat Bilgisi (Dosya No: 2025/3786)

Tüketiciye gönderilen dijital teyit kısa mesajında paket bedelinin 569,00 TL olarak belirtildiği, fatura aşamasında eklenen aylık 90,00 TL modem bedelinin ise onay ekranında veya kısa mesaj içeriğinde yer almadığı; ön bilgilendirme formu ve mesafeli satış sözleşmesinde ise farklı fiyat bilgilerinin bulunduğu tespit edilmiştir. Kurul, birden çok fiyat bilgisine yer verilerek hizmete ilişkin fiyat hakkında doğru bilgilendirme yapılmadığı sonucuna varmış ve durdurma cezası vermiştir.

Krea (beIN Connect) – Price Information in Telephone Sales (File No. 2025/3786)

It was found that the digital confirmation text message sent to the consumer stated the package price as TRY 569.00, whereas the monthly modem fee of TRY 90.00 added at the billing stage did not appear on the confirmation screen or in the text message, and that the preliminary information form and the distance sales contract contained different price information. The Board concluded that, by including more than one price, accurate information about the price of the service had not been provided, and imposed a suspension order.

02 Fiyat Avantajı Vaatleri: "En Düşük Fiyat", "Sepette İndirim", "6 Al 1 Öde"

Price Advantage Promises: "Lowest Price", "Discount in the Basket", "Buy 6, Pay for 1"

Tan İnvest (Bella Maison) – "14 Günün En Düşük Fiyatı, Sepette %80 İndirim" (Dosya No: 2026/2484 ve 2026/2489)

Trendyol üzerinde satışa sunulan kapı stoperi ürünlerinin "14 Günün En Düşük Fiyatı, Sepette %80 indirim, Sepette 499,99 TL 2.499,95 TL" tanıtımıyla sunulduğu, ancak ürünlerin hiçbir zaman 2.499,95 TL fiyattan satılmadığı tespit edilmiştir. Şirket, otuz günlük dönemde uygulanan en düşük fiyatın referans fiyatla örtüştüğünü, ancak ürünlerin kampanya dönemi boyunca sürekli olarak indirimli fiyattan satıldığını belirtmiştir.

Tan İnvest (Bella Maison) – "Lowest Price of 14 Days, 80% Discount in the Basket" (File Nos. 2026/2484 and 2026/2489)

It was found that door stopper products offered for sale on Trendyol were presented with the promotion "Lowest Price of 14 Days, 80% discount in the basket, TRY 499.99 in the basket, TRY 2,499.95", but that the products had never been sold at the price of TRY 2,499.95. The company stated that the lowest price applied in the thirty-day period matched the reference price, but that the products had been sold continuously at the discounted price throughout the campaign period.

KURULUN DEĞERLENDİRMESİ

THE BOARD'S ASSESSMENT

Kurul, ürünlerin indirimsiz fiyattan satışının gerçekleştirilmediğinin ve fiilen sürekli indirimli olarak satışa sunulduğunun şirketçe de kabul edildiğini, "'14 Günün En Düşük Fiyatı', 'Sepette %80 indirim' başlığı altında sunulan ürün fiyatlarının tüketiciler nezdinde fiyat avantajı sağlayacağı algısına yol açtığı ancak söz konusu fiyat avantajının ispatlanmadığı" sonucuna varmıştır. Her iki dosyada da 1.083.706 TL idari para cezası ve durdurma cezası verilmiştir. Şirketin kendi internet sitesindeki "Kırlent Kılıfı" kategorisine ilişkin dosyada (2026/2489) aynı tutarda ceza uygulanmıştır.

The Board concluded that the company itself acknowledged that the products had not been sold at the undiscounted price and had in fact been offered continuously at a discount, and that "the product prices presented under the headings 'Lowest Price of 14 Days' and '80% discount in the basket' led consumers to perceive that a price advantage would be provided, but that price advantage was not proven". An administrative fine of TRY 1,083,706 and a suspension order were imposed in both files. A fine of the same amount was imposed in the file concerning the "Cushion Cover" category on the company's own website (2026/2489).

Deha Mağazacılık (Madame Coco) — "6 Al 1 Öde" (Dosya No: 2026/2614)

Kısa mesajla duyurulan ve mağaza afişlerinde "Muhteşem Fırsat — Porselen Ürünlerde 6 Al 1 Öde" şeklinde yer alan kampanyada, 499,99 TL üstü çizili fiyatla 100,00 TL'den satışa sunulan porselen tabağın kasada "6 al 5 öde" şeklinde fiyatlandırıldığı, kampanyanın ürünlerin ilk satış fiyatları üzerinden uygulanacağına ilişkin şartın kısa mesajda hiç yer almadığı, afişlerde ise ana vaade kıyasla okunabilir büyüklükte olmadığı tespit edilmiştir. Kurul, şirketin kampanyanın duyurulduğu şekilde uygulandığını gösterir ispatlayıcı belge sunmadığını belirterek 1.011.458 TL idari para cezası ve durdurma cezası vermiştir. Aynı şirket hakkında "%80 İndirim" ibareli mağaza tanıtımlarına ilişkin üç ayrı dosyada (2026/2480, 2026/2864, 2026/3470) 108.370 TL ve bir dosyada (2026/1785) 86.358 TL idari para cezası verilmiştir.

Fark Otomotiv — sahibinden.com'da "111 TL" İlanları (Dosya No: 2026/676)

Samsun Ticaret İl Müdürlüğünün denetiminde, ilan sitesinde "111TL" olarak gösterilen orijinal otomobil yedek parçaları için ürünü satın almak isteyen tüketicilerden "5000TL" ve "6000TL" gibi fiyatlar istendiği, 26.01.2026 tarihli görünümde de muhtelif ürünlerin "111TL" olarak gösterilmeye devam edildiği tespit edilmiştir. Bakanlık yazısına cevap verilmemiş; iddialar Yönetmeliğin ispat külfetine ilişkin 9 uncu maddesi çerçevesinde ispatlanamamıştır. Şahıs işletmesi hakkında 1.083.706 TL idari para cezası ve durdurma cezası verilmiştir.

Decathlon — "500 Puanı 5'e Katla" (Dosya No: 2026/2407)

İnternet sitesindeki "Runtalya Maratonu'na özel 5 km haftalık 500 puanı 5'e katla!" tanıtımında, puan kazanımının "tek seferde 5 kilometre adım" atılması şartına bağlı olduğu, bu şartın genel tanıtım metninde yer almadığı ve alt metinde ana vaade kıyasla okunabilir büyüklükte olmadığı tespit edilmiştir. Kurul, ana vaadin istisnası niteliğindeki hususun ana vaadin sağladığı avantajı büyük ölçüde ortadan kaldırdığını belirterek durdurma cezası vermiştir.

Flo — "Bir Alana Bir Bedava" (Dosya No: 2026/3467)

Mağaza afişinde Türkçe "Bir Alana Bir Bedava — Yeni Sezon ve Aksesuar Hariç Kış Sezonu Ayakkabı ve Giyim Ürünlerinde Geçerlidir" ifadesi ile İngilizce "Buy 1 Get 1 Free on Selected Products" ifadesinin anlam açısından birbirini tam olarak karşılamadığı tespit edilmiş; Kurul bu durumun tüketiciler nezdinde anlam karmaşası oluşturabileceğini belirterek durdurma cezası vermiştir.

Kampanya Tarihi ve Kapsamı Belirtilmeyen Afişler

İstanbul Alışveriş Merkezleri Tic. Ltd. Şti.'nin "11.11 Dev Kampanyalar" afişinde kampanya başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimin hangi ürünleri kapsadığının belirtilmediği tespit edilmiş ve durdurma cezası verilmiştir (Dosya No: 2026/3558). Bültende yer alan English Home, Ayakkabı Dünyası, Levi's, Doğuş Perakende ve Chakra mağazalarına ilişkin afiş dosyalarında ise 108.370 TL idari para cezası ve durdurma cezası uygulanmıştır.

Deha Mağazacılık (Madame Coco) — "Buy 6, Pay for 1" (File No. 2026/2614)

In the campaign announced by text message and appearing on store posters as "Amazing Opportunity — Buy 6, Pay for 1 on Porcelain Products", it was found that a porcelain plate offered for sale at TRY 100.00 with a struck-through price of TRY 499.99 was priced at the till as "buy 6, pay for 5", that the condition that the campaign would be applied on the basis of the products' initial sale prices did not appear at all in the text message, and that on the posters it was not of a legible size comparable to the main promise. Stating that the company had not submitted any supporting document showing that the campaign had been applied as announced, the Board imposed an administrative fine of TRY 1,011,458 and a suspension order. Administrative fines of TRY 108,370 were imposed on the same company in three separate files (2026/2480, 2026/2864, 2026/3470) and of TRY 86,358 in one file (2026/1785) concerning store promotions bearing the words "80% Discount".

Fark Otomotiv — "TRY 111" Listings on sahibinden.com (File No. 2026/676)

In an inspection by the Samsun Provincial Directorate of Trade, it was found that, for original car spare parts shown as "111TL" on the listing website, consumers wishing to buy the product were asked for prices such as "5000TL" and "6000TL", and that various products continued to be shown as "111TL" in the view of 26 January 2026. The Ministry's letter was not answered, and the claims could not be proven under Article 9 of the Regulation on the burden of proof. An administrative fine of TRY 1,083,706 and a suspension order were imposed on the sole proprietorship.

Decathlon — "Multiply 500 Points by 5" (File No. 2026/2407)

In the promotion "Multiply your weekly 500 points for 5 km by 5, exclusively for the Runtalya Marathon!" on the website, it was found that earning points was conditional on taking "5 kilometres of steps in a single session", that this condition did not appear in the general promotional text and that in the small print it was not of a legible size comparable to the main promise. Stating that the element constituting an exception to the main promise largely eliminated the advantage provided by the main promise, the Board imposed a suspension order.

Flo — "Buy One, Get One Free" (File No. 2026/3467)

It was found that the Turkish statement on the store poster, "Buy One, Get One Free — Valid on Winter Season Footwear and Clothing Products, Excluding the New Season and Accessories", and the English statement "Buy 1 Get 1 Free on Selected Products" did not correspond fully in meaning; stating that this could create confusion as to meaning among consumers, the Board imposed a suspension order.

Posters Not Stating the Campaign Dates and Scope

It was found that the "11.11 Giant Campaigns" poster of İstanbul Alışveriş Merkezleri Tic. Ltd. Şti. did not state the start and end dates of the campaign or which products the discount covered, and a suspension order was imposed (File No. 2026/3558). In the poster files concerning English Home, Ayakkabı Dünyası, Levi's, Doğuş Perakende and Chakra stores included in the bulletin, administrative fines of TRY 108,370 and suspension orders were imposed.

03 Üstünlük İddiaları: "En Ekonomik", "Şehrin En Ucuzu", "Türkiye'nin En İyisi"

Superiority Claims: "The Most Economical", "The Cheapest in the City", "The Best in Türkiye"

Otonomi — "Türkiye'nin En Ekonomik İlan Platformu" (Dosya No: 2026/2866)

Instagram hesabındaki tanıtımın benzer nitelikte faaliyet gösteren şirketlerle karşılaştırma içerdiği, "en ekonomik" ifadesinin nesnel ve doğrulanabilir kriterlere göre değerlendirilmediği tespit edilmiştir. Şirket, bireysel kullanıcılardan ücret

Otonomi — "Türkiye's Most Economical Listing Platform" (File No. 2026/2866)

It was found that the promotion on the Instagram account contained a comparison with companies carrying on similar activities and that the expression "most economical" had not been assessed against objective and verifiable criteria. The company argued that no fee is charged to individual users, that a low annual fee policy is applied to professional

alınmadığını ve profesyonel kullanıcılara düşük tutulan bir yıllık ücret politikası uygulandığını, ifadenin kullanıldığı dönemdeki fiyat ve hizmet modeliyle birlikte değerlendirilmesi gerektiğini savunmuştur. Kurul, üstünlük iddiasını kanıtlayıcı bilimsel test, rapor ve benzeri belge sunulmadığını belirterek durdurma cezası vermiştir.

users and that the expression should be assessed together with the price and service model in place at the time it was used. Stating that no scientific test, report or similar document proving the superiority claim had been submitted, the Board imposed a suspension order.

Mansur Gross – "Şehrin En Ucuz Marketi" (Dosya No: 2026/3588)

Diyarbakır Ticaret İl Müdürlüğünün denetiminde mağaza içi afişlerde "Şehrin En Ucuz Marketi" ifadesi tespit edilmiş; şirket savunmasında "en" ifadesinin abartılı reklam ifadesi olarak kullanıldığını belirtmiş, ancak ifadeyi doğrulayacak bilgi ve belge sunmamıştır. 108.370 TL idari para cezası ve durdurma cezası verilmiştir.

Mansur Gross – "The Cheapest Supermarket in the City" (File No. 2026/3588)

In an inspection by the Diyarbakır Provincial Directorate of Trade, the statement "The Cheapest Supermarket in the City" was found on in-store posters; in its defence the company stated that the word "the most" had been used as a puffery expression, but submitted no information or document to substantiate the statement. An administrative fine of TRY 108,370 and a suspension order were imposed.

Sınav Kampı – "70 Puan Garantili", "Türkiye'nin En İyi Online Eğitim Platformu" (Dosya No: 2026/2279)

İnternet sitesinde "Türkiye'nin En İyi Online Eğitim Platformu", "Türkiye'nin En İyi Hocaları Evinizde", "70 Puan Garantili", "Sınav Geçme Garantili" ve "Türkiye'nin en çok tercih edilen online eğitim platformu" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir. Kurul, bu tanıtımların Yönetmeliğin ispat külfetine ilişkin 9 uncu maddesi çerçevesinde ispatlanması gerektiğini belirterek durdurma cezası vermiştir.

Sınav Kampı – "70 Points Guaranteed", "Türkiye's Best Online Education Platform" (File No. 2026/2279)

It was found that the website contained the statements "Türkiye's Best Online Education Platform", "Türkiye's Best Teachers in Your Home", "70 Points Guaranteed", "Exam Pass Guaranteed" and "Türkiye's most preferred online education platform". Stating that these promotions had to be proven under Article 9 of the Regulation on the burden of proof, the Board imposed a suspension order.

Sleepy – "Çok Daha İyisi", "Patent Korumalı" (Dosya No: 2026/1311)

Bebek bezi tanıtımlarında yer alan "Sleepy her zaman çok daha iyisi", "bebek bezinde çığır açacak 2. devrim" ifadelerine ilişkin olarak ürünün hangi özellik ve ölçütlerle "çok daha iyi" olduğuna dair açıklayıcı bilgiye yer verilmediği ve rakip ürünlerden daha iyi olduğu algısının ispatlanamadığı; ayrıca ambalajın ön yüzünde "Patent korumalı" ifadesine yer verilmesine rağmen patent sürecinin henüz tamamlanmadığı tespit edilmiştir. Kurul, şirketin sahip olmadığı bir patente sahip olduğu yönünde tüketicilerin yanlış bilgilendirildiğini belirterek durdurma cezası vermiştir.

Sleepy – "Much Better", "Patent Protected" (File No. 2026/1311)

It was found that, as regards the statements "Sleepy is always much better" and "the 2nd revolution that will break new ground in nappies" in the nappy promotions, no explanatory information was given as to the features and criteria by which the product was "much better" and the perception that it was better than rival products could not be proven; it was further found that, although the statement "Patent protected" appeared on the front of the packaging, the patent process had not yet been completed. Stating that consumers had been misinformed that the company held a patent it did not hold, the Board imposed a suspension order.

04 Manevi Değerlerin ve Batıl İnançların Reklamda Kullanımı

The Use of Spiritual Values and Superstitions in Advertising

"Kabe Örtüsü Kokusu" Ürün Adları (Dosya No: 2026/3090, 2026/3014, 2026/3016 ve bağlantılı dosyalar)

Bültende, bir Instagram hesabı, üretici ve satıcı şirketlerin kendi internet siteleri ile Çiçeksepeti, N11, Hepsiburada, Trendyol, Amazon, PttAVM, idefix ve Pazarama pazar yerleri hakkında "Kabe Örtüsü Kokusu", "Kabe ve Ravza Kokusu", "Medine Ravza Kokusu", "Hacerül Esved Kokusu", "Mescidi Aksa Kokusu" gibi ürün adlarına ilişkin on dört dosya yer almaktadır.

"Kaaba Cover Scent" Product Names (File Nos. 2026/3090, 2026/3014, 2026/3016 and related files)

The bulletin contains fourteen files concerning product names such as "Kaaba Cover Scent", "Kaaba and Rawdah Scent", "Medina Rawdah Scent", "Black Stone Scent" and "Al-Aqsa Mosque Scent", relating to an Instagram account, the own websites of manufacturing and selling companies and the marketplaces Çiçeksepeti, N11, Hepsiburada, Trendyol, Amazon, PttAVM, idefix and Pazarama.

KURULUN DEĞERLENDİRMESİ

THE BOARD'S ASSESSMENT

Kurul, tüm bu dosyalarda tanıtımlarda "toplumun çoğunluğu tarafından kutsal kabul edilen ve manevi değer atfedilen unsurlara yer verilerek toplumun manevi hassasiyetlerinin istismar edildiği" tespitiyle Yönetmeliğin 5/1-d maddesine aykırılık nedeniyle durdurma cezası vermiştir. Ürünleri satışa sunan pazar yerleri hakkında da reklam veren sıfatıyla aynı yönde karar verilmiştir.

In all these files, the Board found that the promotions "exploited the spiritual sensitivities of society by including elements regarded as sacred and attributed spiritual value by the majority of society" and imposed suspension orders for breach of Article 5/1-d of the Regulation. Decisions to the same effect were also taken against the marketplaces offering the products for sale, in their capacity as advertisers.

Turuncu Fal — Fal ve Medyum Tanıtımları (Dosya No: 2026/1564)

İnternet sitesi ve sosyal medya hesaplarında medyum, büyü ve fal tanıtımlarında bulunulduğu tespit edilmiştir. Kurul, "Falcı, medyum, astrolog ve benzerleri tarafından verilen hizmet reklamları ile yasadışı bahis ve kumar oyunlarının reklamları hiçbir şekilde yapılamaz" hükmüne aykırılık nedeniyle durdurma cezası vermiştir.

Turuncu Fal — Fortune-Telling and Medium Promotions (File No. 2026/1564)

It was found that the website and social media accounts contained promotions of mediums, spells and fortune-telling. The Board imposed a suspension order for breach of the provision that "Advertisements for services provided by fortune-tellers, mediums, astrologers and the like and advertisements for illegal betting and gambling may not be made in any way whatsoever".

05 Gıda: Coğrafi İşaret, Menşe ve Ambalaj Uygulamaları

Food: Geographical Indication, Origin and Packaging Practices

Uğurlu Peynircilik — "Kars Göbek Kaşar Peyniri" (Dosya No: 2026/3600)

İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğünün denetiminde, ürün adında "Kars" ibaresi kullanılarak ürünün coğrafi işarete sahip "Kars Kaşarı" olduğu izlenimi oluşturulduğu, ancak ürünün bu coğrafi işaretle ilgisinin bulunmadığı tespit edilmiştir. Kurul, Yönetmeliğin 7/5-f, 7/5-g ve 12/2 nci maddeleri de dâhil olmak üzere ilgili hükümlere aykırılık nedeniyle durdurma cezası vermiştir.

Şok Marketler — "Menşei: Filistin" ve "Türk Malı" Logosu (Dosya No: 2026/1900)

"Amigo Medjoul Hurma 300 gr" ürününün ambalajında ön orta yüzde "Menşei: Filistin" bilgisine yer verilmesine rağmen ön alt yüzde "Türk Malı" logosunun kullanıldığı; Kurul, bu kullanımın ortalama tüketici nezdinde ürünün yerli üretim olduğu izlenimi yarattığını belirterek durdurma cezası vermiştir.

Ak Gıda (İçim) — Gramaj Farkının Ambalaja Yansıtılmaması (Dosya No: 2026/3190)

750 ve 1000 gramlık tereyağı ambalajlarının aynı satış noktalarında aynı görsel ve ebatlarla sunulduğu tespit edilmiştir. Kurul, Yönetmeliğin ekinde yer alan "tüketicilere sunulan bir malda birim fiyatını farklılaştıracak şekilde ... ağırlık ... unsurlarından birinde değişiklik yapılmasına rağmen, değişiklik yapılmadığı izlenimi uyandıran yanıltıcı ambalajlama uygulamaları" örneğine atıfla, Kanun'un 62 nci maddesi uyarınca haksız ticari uygulamayı durdurma cezası vermiştir. 600 ve 700 gramlık kaşar peyniri ambalajları bakımından ise ürünlerin aynı satış noktalarında yer almadığı dikkate alınmıştır.

Aykırı Bulunmayan Tanıtımlar

Getir ve Gratis markalarının mor ve sarı renk kombinasyonlarına ilişkin dosyada (2026/2899), tescilli renklerin Pantone kodlarının farklı olduğu ve renk kombinasyonlarının tüketiciler tarafından kolaylıkla ayırt edilebileceği değerlendirilerek aykırılık bulunmamıştır. "Juva Dubai Style" fıstık kreması ambalajında yer alan görsellere ilişkin dosyada (2026/3591) iddiaların ispatlandığı kabul edilmiş; Coca-Cola'nın "Daha Daha" mobil uygulaması ve Dalsan'ın "Şampiyon Dalsan Sahada" radyo reklamlarına ilişkin dosyalarda da aykırılık tespit edilmemiştir.

Uğurlu Peynircilik — "Kars Göbek Kashar Cheese" (File No. 2026/3600)

In an inspection by the District Directorate of Agriculture and Forestry, it was found that the use of the word "Kars" in the product name created the impression that the product was "Kars Kashar", which has a geographical indication, whereas the product had no connection with that geographical indication. The Board imposed a suspension order for breach of the relevant provisions, including Articles 7/5-f, 7/5-g and 12/2 of the Regulation.

Şok Marketler — "Origin: Palestine" and the "Turkish Product" Logo (File No. 2026/1900)

Although the packaging of the "Amigo Medjoul Dates 300 g" product stated "Origin: Palestine" on the front centre, the "Turkish Product" logo was used on the front bottom; stating that this use created the impression among average consumers that the product was domestically produced, the Board imposed a suspension order.

Ak Gıda (İçim) — Failure to Reflect the Difference in Weight on the Packaging (File No. 2026/3190)

It was found that 750-gram and 1000-gram butter packs were offered at the same points of sale with the same visuals and dimensions. Referring to the example in the annex to the Regulation of "misleading packaging practices creating the impression that no change has been made despite a change in one of the elements of ... weight ... of goods offered to consumers in a manner that alters the unit price", the Board imposed an order to cease the unfair commercial practice under Article 62 of the Law. As regards the 600-gram and 700-gram kashar cheese packs, it was taken into account that the products were not offered at the same points of sale.

Promotions Not Found to Be Contrary to the Legislation

In the file concerning the purple and yellow colour combinations of the Getir and Gratis brands (2026/2899), no infringement was found, it being assessed that the Pantone codes of the registered colours differ and that consumers can easily distinguish the colour combinations. In the file concerning the visuals on the packaging of "Juva Dubai Style" pistachio cream (2026/3591), it was accepted that the claims had been proven; no infringement was found either in the files concerning Coca-Cola's "Daha Daha" mobile application and Dalsan's "Şampiyon Dalsan Sahada" radio advertisements.

06 Sağlık: Güzellik Salonlarının Tıbbi İşlem Adlarıyla Tanıtımı

Health: Promotion of Beauty Salons Using the Names of Medical Procedures

Bültenin sağlık başlığı altında yer alan on beş dosyanın tamamı, sağlık kuruluşu olmayan güzellik salonlarının Instagram hesaplarında, broşürlerinde veya tabelalarında "mezoterapi", "kolajen terapi", "dudak dolgusu" gibi tıbbi işlem adlarına ve enjeksiyon uygulama görüntülerine yer vermesine ilişkindir.

All fifteen files under the health heading of the bulletin concern beauty salons that are not health institutions including the names of medical procedures such as "mesotherapy", "collagen therapy" and "lip filler" and images of injection procedures in their Instagram accounts, brochures or signboards.

KURULUN DEĞERLENDIRMESI

THE BOARD'S ASSESSMENT

Lilium Güzellik Salonu dosyasında (2026/3646) Kurul, Sağlıkta Bilgilendirme Tanıtım Faaliyetleri İl Değerlendirme Komisyonu kararı da dikkate alınarak "kuruluşun sağlık alanında faaliyet göstermeye yetkili olmadığının anlaşıldığı, buna rağmen inceleme konusu tanıtımlarda çeşitli tıbbi uygulama yöntemlerinin isimlerine yer verilmesi suretiyle kuruluşun bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırıldığı, bu durumun tüketicileri aldatıcı, tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici, kamu sağlığını bozucu ve hastaları istismar edici nitelikte olduğu" tespitinde bulunmuştur. Yeni Tarz Beauty dosyasında (2026/3700) "dudak dolgusu" ifadesi, "tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi bir tedavi yöntemi" olarak nitelendirilmiştir. Tüm dosyalarda Yönetmeliğin 5/1-b ve 5/1-ç maddelerine aykırılık nedeniyle durdurma cezası verilmiştir.

In the Lilium Güzellik Salonu file (2026/3646), taking into account also the decision of the Provincial Assessment Commission for Information and Promotion Activities in Health, the Board found that "it was understood that the establishment is not authorised to operate in the field of health, yet by including the names of various medical treatment methods in the promotions under examination, the impression was created that the establishment provides services in this field and operates in the field of health, and that this is of a nature to deceive consumers, exploit their lack of experience and knowledge, harm public health and exploit patients". In the Yeni Tarz Beauty file (2026/3700), the expression "lip filler" was characterised as "a medical treatment method that must be performed by physicians and is not permitted to be performed in beauty salons". Suspension orders were imposed in all the files for breach of Articles 5/1-b and 5/1-ç of the Regulation.

07 Örtülü Reklam: Haber Siteleri ve Dergiler

Covert Advertising: News Websites and Magazines

Tokat'ta yayın yapan iki yerel haber sitesinde (Dosya No: 2026/3632 ve 2026/3268) "Silk Road Museum Hotel" isimli işletmeye ilişkin yazılarda işletmeyi ziyaret etmeye, rezervasyon yaptırmaya ve sunulan hizmetlerden yararlanmaya teşvik edici beyanlara yer verildiği tespit edilmiştir. Kurul, içeriğin "haber verme ve kamuoyunu bilgilendirme amacının dışına çıkarak tanıtım ve reklam niteliği taşıdığını", pazarlama iletişimi niteliğinin açıkça belirtilmediğini ve içeriğin reklam olduğu hususunda tüketicilerin bilgilendirilmediğini belirterek mecra kuruluşları hakkında durdurma cezası vermiştir. Kocaeli Life dergisi ve internet sitesinde bir hayvan hastanesi kurucusuyla yapılan söyleşiye ilişkin dosyada da (2026/1558) aynı gerekçeyle mecra kuruluşu hakkında durdurma cezası verilmiştir. Her üç dosyada Yönetmeliğin 6, 22 ve 23 üncü maddelerine aykırılık tespit edilmiştir.

It was found that two local news websites publishing in Tokat (File Nos. 2026/3632 and 2026/3268) contained, in articles about a business named "Silk Road Museum Hotel", statements encouraging readers to visit the business, make reservations and use the services offered. Stating that the content "went beyond the purpose of reporting news and informing the public and was of a promotional and advertising nature", that its character as marketing communication was not clearly indicated and that consumers were not informed that the content was an advertisement, the Board imposed suspension orders on the media organisations. In the file concerning an interview with the founder of an animal hospital in the magazine Kocaeli Life and on its website (2026/1558), a suspension order was likewise imposed on the media organisation on the same grounds. In all three files, breaches of Articles 6, 22 and 23 of the Regulation were found.

08 Avukatlık Tekeline Giren Faaliyetlerin Reklamı

Advertising of Activities Reserved to Attorneys

Instagram'da "kazaanaliz" ve "kazadesteği" isimli hesaplar üzerinden "Trafik kazası sonrası meydana gelen ölüm, yaralanma ve araç değer kayıplarında danışmanlık hizmetleri ve bilirkişilik" şeklinde yapılan tanıtımlar incelenmiştir (Dosya No: 2026/3469 ve 2026/3468).

Promotions made through the Instagram accounts "kazaanaliz" and "kazadesteği" in the form "Consultancy services and expert examination in cases of death, injury and loss of vehicle value following a traffic accident" were examined (File Nos. 2026/3469 and 2026/3468).

KURULUN DEĞERLENDİRMESİ

THE BOARD'S ASSESSMENT

Kurul, tanıtımlarda "hukuki ihtilaflarda mütalaa vermek, dava etmek ve savunmak, adli işlemleri takip etmek, bu işlere ait evrakı düzenlemek gibi 1136 sayılı Avukatlık Kanunu'nun 'Yalnız Avukatların Yapabileceği İşler' başlıklı 35'nci maddesi uyarınca yalnız avukatların gerçekleştirebileceği faaliyetlerin muhatap tarafından yürütüldüğünün ifade edildiği ancak bu alanda muhatabın bir yetkisinin bulunmadığı" tespitiyle her iki hesap sahibi hakkında durdurma cezası vermiştir.

The Board found that the promotions "stated that activities which, under Article 35 of the Attorneys' Act No. 1136 headed 'Work That May Be Performed Only by Attorneys', may be performed only by attorneys, such as giving opinions in legal disputes, bringing and defending actions, pursuing judicial proceedings and drawing up the documents relating to such matters, are carried out by the respondent, whereas the respondent has no authority in this field", and imposed suspension orders on both account holders.

09 Haksız Ticari Uygulama: "Kapatıyoruz. Zararına"

Unfair Commercial Practice: "Closing Down. Selling at a Loss"

Kadıköy'de faaliyet gösteren bir halı mağazasının vitrininde bir yıldan uzun süredir "Kapatıyoruz. Zararına" ibareli açık hava tanıtımlarına yer verildiği tespit edilmiştir (Dosya No: 2026/3625). Kurul, bu durumun Yönetmeliğin ekindeki "Gerçeğe aykırı olarak, ticareti bırakmak, işyerini taşımak veya faaliyet konusunu değiştirmek üzere olduğunu iddia etmek" örneğine aykırılık teşkil ettiğini belirterek Kanun'un 62 nci maddesi uyarınca haksız ticari uygulamayı durdurma cezası vermiştir.

It was found that outdoor promotions bearing the words "Closing Down. Selling at a Loss" had been displayed for more than a year in the shop window of a carpet store operating in Kadıköy (File No. 2026/3625). Stating that this constituted a breach of the example in the annex to the Regulation, "Claiming, contrary to the truth, that the trader is about to cease trading, move premises or change its line of business", the Board imposed an order to cease the unfair commercial practice under Article 62 of the Law.

SONUÇ · CONCLUSION

373 sayılı toplantı bülteninde en yüksek idari para cezaları, 1 Nisan 2026 öncesinde yayımlanan 5G temalı operatör reklamlarına (iki dosyada 3.991.652 TL) ve e-ticaret ile perakendede ispatlanamayan fiyat avantajı vaatlerine (üç dosyada 1.083.706 TL, bir dosyada 1.011.458 TL) verilmiştir. Üstünlük iddialarında ispat külfetinin reklam verende olduğu, "en" ifadesinin abartılı reklam savunmasının kabul görmediği, kampanya istisnalarının ana vaatle eşdeğer okunabilirlikte verilmesi gerektiği ve sonradan yapılan iadelerin haksız ticari uygulamanın gerçekleştiği tarihteki niteliğini değiştirmediği bültende tekrarlanan tespitlerdir. Kutsal kabul edilen unsurların ürün adlarında kullanımı, pazar yerleri dâhil tüm satış kanallarında durdurma cezasıyla sonuçlanmış; sağlık kuruluşu olmayan işletmelerin tıbbi işlem adlarıyla tanıtım yapması ve avukatlık tekeline giren faaliyetlerin reklamı da aynı yaptırımla karşılanmıştır. Kararlar 10.09.2026 tarihlidir; bülten Bakanlığın internet sitesinde Kasım 2026'da yayımlanmıştır.

In the bulletin on meeting No. 373, the highest administrative fines were imposed on 5G-themed operator advertisements published before 1 April 2026 (TRY 3,991,652 in two files) and on unproven price advantage promises in e-commerce and retail (TRY 1,083,706 in three files and TRY 1,011,458 in one file). The findings repeated in the bulletin are that the burden of proving superiority claims lies on the advertiser, that the puffery defence for the word "the most" was not accepted, that campaign exceptions must be presented with legibility equivalent to the main promise, and that subsequent refunds do not change the nature of an unfair commercial practice as at the date on which it occurred. The use of elements regarded as sacred in product names resulted in suspension orders across all sales channels, including marketplaces; promotions by businesses that are not health institutions using the names of medical procedures and the advertising of activities reserved to attorneys met with the same sanction. The decisions are dated 10 September 2026; the bulletin was published on the Ministry's website in November 2026.

İşbu bilgi notu genel bilgilendirme amacıyla hazırlanmış olup hukuki tavsiye niteliği taşımamaktadır. Notta anılan karar, düzenleme ve duyurular yayın tarihi itibarıyla ilgili kurumların internet sitelerinde ve Resmî Gazete'de kamuya açık kaynaklara dayanmaktadır; aktarılan tespitler ilgili kurul ve mahkemelerin değerlendirmesi olup Devin Law & IP'nin görüşünü yansıtmaz. İşbu yazı avukat ile müvekkil arasında bir ilişki kurmamakta ve güncellenmesi hususunda herhangi bir taahhüt içermemektedir. 9 Kasım 2026.

This legal update has been prepared for general information purposes only and does not constitute legal advice. The decisions, legislation and announcements referred to are based on sources published on the relevant authorities' websites and in the Official Gazette as at the date of publication; the findings reported are those of the relevant boards and courts and do not reflect the views of Devin Law & IP. This update does not create an attorney-client relationship and contains no undertaking as to its updating. 9 November 2026.

Devin | LAW & IP

DEVİN LAW & IP · FERKO SIGNATURE, KAT B3, ŞİŞLİ / İSTANBUL

devinlaw.com.tr/insights