

Reklam Kurulu ve Hijyen Ürünleri Reklamları

Covid-19 pandemi döneminin ortaya çıkardığı ihtiyaçlara paralel olarak hijyen ve sağlık bakım ürünlerine yönelik reklam ve tanıtımlar da sayıca çoğaldı. Reklam Kurulu da bu tür ürünler doğrudan tüketicilerin sağlığını ilgilendirdiği için bu ürün gruplarının reklamlarına karşı son derece hassas ve titiz bir inceleme ve değerlendirme gerçekleştirdi. Tanıklı ve karşılaştırmalı reklamlar dahil olmak üzere ilgili mevzuatta özel düzenlemeye tabi reklam türleri ile reklamlarda ispat külfeti kuralı da kararlarda en fazla değinilen hususlar oldular. Reklam ve tanıtımlardaki söz konusu çeşitlilik; Reklam Kurulu'nun son dönemde verdiği kararlara da yansdı ve reklam hukukunun temel kavramları bir kez daha ele alındı.

Antibakteriyel ıslak mendillerin reklamlarına ilişkin verdiği bir kararında Reklam Kurulu reklamı yapılan antibakteriyel ıslak mendilin yüzeylerde koronavirüsü öldürmek hususundaki etkisi kanıtlanmış olsa dahi, damlacık yolu ile hasta bireylerin virüs bulaştırma riski devam ettiğinden söz konusu ürünlerin koronavirüsten koruyacağına yönelik ifade ve görüntülerin tüketicileri yanlış yönlendiren ve kamu sağlığını bozabilecek nitelikte olduğu sonucuna varmıştır. Ürün kullanıldığında tekrar virüs bulaşmayacağı şeklinde bir çıkarımın önlenmesi adına anılan reklamları durdurma cezası verilmiştir.

Yine biyosidal ürünlerin reklamlarının ciddi bir artış göstermiş olması neticesinde Reklam Kurulu bu ürünlerin reklamlarını sıkı bir şekilde ele aldı. Biyosidal ürün ruhsatı bulunmadığı halde ürünün reklamının yapıldığını tespit

ettiği incelemelerinde söz konusu reklamların durdurulması yanısıra aynı zamanda reklam veren firmalara da ciddi idari para cezaları uyguladı.

Yine Reklam Kurulu'nun özellikle hijyen ürünlerinin reklamlarında dikkat ettiği hususlardan biri de tanıklı reklamlar oldu. Çok fazla ürünün reklamlarında doktor, diş hekimi, eczacıların yer aldığı pandemi sürecinde Reklam Kurulu Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 16. maddesinin 3. fıkrasında yer alan "Reklamlarda; doktor, diş hekimi, veteriner hekim ve eczacılar ile sağlık kuruluşlarının bir mal veya hizmete yönelik sağlık beyanında bulunduğu ilişkin ya da bu izlenimi uyandıran herhangi bir görüntü, beyan veya atfa yer verilemez." hükmünü pandemi döneminin tüketiciler nezdinde neden olduğu endişe halini de dikkate alarak tüketicileri korumak maksadıyla oldukça dar bir çerçevede yorumlayarak toplumda bilinen bir doktorun antibakteriyel bir ürünü önerdiği reklamları yukarıda anılan düzenlemeye aykırı bulmuştur ve anılan reklamın durdurulmasının yanısıra idari para cezası uygulanmasına da karar vermiştir.

Böylelikle; pandemi sürecinde de tüketicilerin ihtiyacına göre şekillenen ürün ve hizmet çeşitliliği, pazarlama ve reklam sektöründe karşılığını bulmuş ve Reklam Kurulunun kararlarında bu eğilim şekillenmiştir. Reklam Kurulu'nun söz konusu ürünlere ilişkin verdiği kararlarında daha detaylı inceleme yapması kamu sağlığının gözetilmesi ve tüketicinin bu çerçevede korunması bakımından olumlu ve makul bir tutum olarak değerlendirildi.