

Reklam Kurulu Gıda Takviyelerinin Sağlık Beyanı ile Sosyal Medya Üzerinden tanıtımlarına Ceza Uyguladı

Reklam Kurulu 14.07.2020 tarihli ve 299 sayılı toplantısında aldığı kararları ile "No Attack" markalı takviye edici gıda niteliğindeki ürünün çeşitli ünlüler tarafından sağlık beyanı ile yapılan reklamlarına karşı anılan reklamları durdurma cezası ile hem ürünün üreticisi reklam veren firma hem de ilgili tanıtımları sosyal medya hesapları üzerinden gerçekleştiren ünlülere her biri bakımından ayrı ayrı 104.781 TL'lik idari para cezası uygulanmasına karar vermiştir.

Bu karar, son zamanlarda özellikle Covid-19 salgınının tüketiciler nezdinde yarattığı endişe halinden faydalanmak suretiyle takviye edici gıda cinsi ürünlerin piyasada gerçeğe aykırı sağlık beyanı ile söz konusu ürün sanki ilaç veya beşeri tıbbi üründmüş gibi yapılan reklamların Reklam Kurulu tarafından takibe alındığını, anılan reklamlara ilgili idari yaptırımların uygulandığını göstermektedir. Özellikle bahsi geçen karara konu reklamların ünlülerin şahsi sosyal medya sayfaları üzerinden yayınlanmış olması ve Reklam Kurulu'nun sosyal medya üzerinden yayınlanan bu reklamlar üzerinde etkin denetimini gerçekleştirmiş olması bakımından anılan karar önemlidir. Bunun yanısıra Reklam Kurulu hem reklam veren hem de reklamı sosyal medya hesabı üzerinden gerçekleştirenlere ilgili idari yaptırımı uygulamakla mevzuat kapsamında kendisine tanınan yetkinin sınırlarını da en uygun şekilde kullandığını göstermiştir.

Daha önce "Korona Virüse Karşı Etkili Olduğu Yönünde Sağlık Beyanıyla Ürün Tanıtımları" başlıklı yazımızda takviye edici gıdaların üretimi, ithalatı, piyasaya arzı için Tarım ve Orman Bakanlığı'ndan onay alınması gerektiği; bunun yanı sıra gıda ve takviye edici gıdaların etiketinde, tanıtımında veya reklamında sağlık beyanı kullanılabilmesine ilgili "Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda Ve Yem Kanunu" ile bu kanuna dayanarak hazırlanan "Sağlık Beyanı İle Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik" uyarınca gerekli şartları sağlaması durumunda Sağlık Bakanlığı'na bağlı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu'nca izin verilebildiği hususlarını detaylı olarak açıklamıştık. Bunun yanısıra takviye edici gıdaların ne olursa olsun ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtılması, takviye edici gıdaların ilaç olmadığı halde hastalıkları teşhis veya tedavi ettiği yönünde reklam ve tanıtımlarının yapılması yasaktır.

İşbu yazımıza konu kararında Reklam Kurulu "No Attack" isimli takviye edici gıdanın reklamlarını incelemiştir. Reklam Kurulu; anılan ürünün tanıtımını Instagram hesapları üzerinden yapan ünlülerin söz konusu ürünün içeriğindeki bileşenler sayesinde bağışıklık sistemini güçlendirdiği yönünde beyanlarda bulunduğu, böylece adı geçen ürünün başta Covid-19 olmak üzere her türlü viral enfeksiyonlara karşı koruyucu bir özelliğe sahip olduğu izleniminin uyandırıldığı, hatta "enfekte olunmuş olsa bile hastalığın iyileşmesine faydası olduğu" iddiasına yer verildiği hususlarını tespit etmiştir. Buna göre Reklam Kurulu bu tanıtımların ve beyanların sağlık beyanı kapsamında olduğu, bu tür beyanlarla takviye edici bir gıda niteliğinde olan söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi üründmüş gibi tanıtıldığı, takviye edici gıdaların bu şekilde tanıtımının kesinlikle yasak olduğu, mevzuat kapsamında izin verilen şekilde sağlık beyanında bulunulabilmesi için Sağlık Bakanlığı'ndan izin alınması gerektiği, anılan izinlerin alınmadığı hususlarını tespit etmiştir. Bunun yanısıra Reklam Kurulu tarafından söz konusu reklamların Covid-19 döneminde yayınlanması suretiyle insanların bilgi ve tecrübe eksikliği ile korku ve endişelerinin istismar edilerek ticari rant elde edilmeye çalışıldığı hususları değerlendirilmiştir.