

Reklam Kurulu Kararları Işığında Gıdalarla Birlikte Verilen Hediye­lerin Kapsamı Nedir?

Reklam Kurulu 11 Şubat 2020 tarih ve 2019/9931 sayılı kararında bir gıda firmasının patates cipsi ürünlerinin paketlerinin içinden çıkan bedava soğuk çay kuponlarına yönelik kampanya ve anılan ürünün reklamlarını incelemiş, söz konusu kampanyanın ve anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un ilgili hükümlerine aykırı olmadığına, bu kampanya ve reklamlara ilişkin herhangi bir idari yaptırım uygulanmasına yer olmadığına karar vermiştir.

Bu karar, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin ("Reklam Yönetmeliği") 24/A maddesinin 3. fıkrasının "Aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen gıdaların satışını artırmaya yönelik uygulamalar kapsamında, çocuklar hedef alınarak, asıl ürünün dışında çocukların ilgi alanlarına ve beğenilerine yönelik ürünler, ürünle birlikte ayrıca hediye olarak verilemez." Yönündeki hükmü kapsamında gıda ürünleri ile birlikte verilen hediye ürünlere getirilen kısıtlamanın sınırlarının tespit edilebilmesi bakımından oldukça önemli ve yol göstericidir.

Reklam Yönetmeliği'nin 24/A maddesi hukuk düzenimizde yeni sayılabilecek bir hüküm olup düzenleme kapsamında teknik terimler tanımlanmadığı ve düzenlemenin kendisi de yeterince açık olmadığı için geçtiğimiz yıllarda oldukça tartışmalara neden olmuştur. Zira düzenleme kapsamında "hediye" ve "pazarlama tekniği" kavramlarının ne ifade ettiğine yönelik herhangi bir bilgi ve tanıma yer verilmemiştir. Bu hükmün getirdiği yenilik ve sınırlamalar ile anılan düzenlemenin neden olduğu eleştiriler daha önce yayınlanmış olduğumuz [Bazı Gıda Ürünlerinde Hediye Yasağı](#) başlıklı makalemizde detaylı olarak ele alınmıştır.

İşbu makalemize konu kararında Reklam Kurulu gıdalar ile birlikte verilen tüm hediye ürünlerin yasaklanmadığını, sadece doğrudan çocukları hedef alan ve çocukların ilgi alanları ile beğenilerine yönelik ürünlerin gıdalarla birlikte hediye olarak verilemeyeceğini teyit etmiştir. Her ne kadar kararın gerekçe bölümünde düzenlemede yer alan hediye ve pazarlama tekniği terimlerinin ne olabileceği açıkça yorumlanmamış olsa da karara konu bedava soğuk çay kuponlarının çocukların ilgi alanlarına ve beğenilerine yönelik hediye ve pazarlama tekniği olarak kabul edilmediği karardan anlaşılmaktadır. Yine bedava soğuk çay kuponlarının doğrudan hedef aldığı tüketici kitlesinin çocuklar olmadığı, bu hediye­nin özel olarak çocukların değil tüm tüketici kitlesinin ilgili alanı ve beğenisine yönelik olduğu sonucuna varıldığı karardan anlaşılmaktadır. Anılan düzenleme kapsamında aşırı tüketimi

tavsiye edilmeyen gıdalar ile birlikte hediye oyuncaklar, çocuklara yönelik koleksiyon ürünleri, çıkartmaların verilmesinin yasaklandığı konusunda tereddüt olmamakla birlikte benzeri ne gibi ürünlerin yasak kapsamında olup olmadığı konusunda Reklam Kurulu'nun bahsi geçen kararı fikir vermektedir.