



T.C.
GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI

7-16233

Sayı : 94595215/610 987
Konu : Soru Önergesi (7/16233)

18.1.2013

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞINA

İlgi: TBMM Başkanlığının 24/01/2013 tarihli ve 43452547-120.00-104626 sayılı yazısı.

İlgide kayıtlı yazıları ekinde alınan, Ordu Milletvekili Sayın İdris YILDIZ tarafından tevcih edilen 7/16233 sayılı yazılı soru önergesinin cevabı hazırlanarak ekte sunulmuştur.

Bilgilerinizi ve gereğini arz ederim.


Hayati YAZICI
Bakan

Ek: Soru önergesi cevabı (2 sayfa).

Ordu Milletvekili Sayın İdris YILDIZ'ın (7/16233) Sayılı Yazılı Soru Önergesine İlişkin Cevap

1- Tüketicilere yönelik olarak piyasada satışa sunulan tüm mal ve hizmetlere ilişkin reklamların denetimi ve mevzuata aykırı reklamlardan dolayı sorumlular hakkında kanunda belirtilen yaptırımların uygulanması görev ve yetkisi Reklam Kurulu'na verilmiştir. Kurulu'un yasal dayanağını 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 17 nci maddesi oluşturmaktadır. Bağımsız bir şekilde faaliyetlerini yürüten Kurul'un almış olduğu kararların ilgililere tebliği, kamuoyuna duyurulması ve diğer sekreteryâ hizmetleri Bakanlığım tarafından gerçekleştirilmektedir.

Reklam Kurulu'nun görev ve yetki çerçevesi bir mal veya hizmete ilişkin reklamlarla sınırlı olup, mevzuata aykırı reklamlarla ilgili olarak, **3 aya kadar tedbiren durdurma, durdurma, düzeltme ve idari para cezası** yaptırımlarından biri veya birkaçı birlikte uygulanabilmektedir. Bu bağlamda, aldatıcı-yanıltıcı veya ilgili mevzuatında belirtilen ilkelere aykırı bulunan bal reklamları ile ilgili olarak Reklam Kurulunca sorumlular hakkında yaptırımlar uygulanmaktadır.

Özellikle son yıllarda birçok TV ve radyo kanallarında sıklıkla yapılan bal reklamları incelendiğinde; satışı yapılan ürünle ilgili olarak **"%100 doğal ve saf, katkı maddesi içermez, organik, kara kovan balı, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığının denetiminde ve birçok hastalıklar için tedavi edici sağlık beyanları"** gibi ifadelerin kullanıldığı görülmektedir.

Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığının görev alanına giren mevzuat hükümlerine bakıldığında, herhangi bir gıda maddesinin tanıtım ve reklamlarında, o gıdanın çeşitli hastalıkları ve sağlık sorunlarını iyileştirdiği, tedavisine yardımcı olduğu şeklinde doğrudan veya bunu ima edecek bir sağlık beyanına yer verilmesi yasaklanmıştır. Yine Türk Gıda Kodeksi Bal Tebliği'nde bal; *"Bitki nektarlarının, bitkilerin canlı kısımlarının salgılarının veya bitkilerin canlı kısımları üzerinde yaşayan bitki emici böceklerin salgılarının bal arısı Apis mellifera tarafından toplandıktan sonra kendine özgü maddelerle birleştirerek değişikliğe uğrattığı, su içeriğini düşürdüğü ve petekte depolayarak olgunlaştırdığı doğal ürün"* olarak tanımlanmıştır. Bu tanıma göre adına bal denilen gıda maddesinin zaten doğal ve saf olması gerektiği kaçınılmazdır. Bu nedenle dışarıdan yapılacak herhangi bir katkı veya müdahale, balı bal olmaktan çıkaracaktır. Diğer taraftan, ilgili mevzuatta **"kara kovan balı"** gibi bir bal çeşidi de tanımlanmamıştır. Dolayısıyla, **"%100 doğal ve saf, katkı maddesi içermez, kara kovan balı"** gibi ifadelerle **çeşitli hastalıkların tedavisinde kullanıldığı** şeklinde çeşitli sağlık beyanlarını içeren bal reklamları, Reklam Kurulu'nca mevzuata aykırı bulunmakta ve ihlalin niteliğine göre yaptırımlar uygulanmaktadır. 2012 yılı içerisinde **9 adet bal satışı yapan firmaya**, yukarıda izah edilen aykırılıklardan dolayı yaptırım uygulanmış, bunlardan yedisine sadece ilgili reklamları durdurma, ikisine de toplam **155.520 TL idari para** ve ilgili reklamları durdurma cezaları verilmiştir.

2- Herhangi bir gıda maddesinin sahte veya taklit olup olmadığı hususunun tespit edilmesi, buna yönelik numuneler üzerinde analizlerin yapılması Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığının görev alanına girmektedir. Herhangi bir gıda maddesinde ya da yemlerde taklit ve tağşişin yapıldığı tespit edilirse, ilgili Bakanlıkça 5996 sayılı Kanunu'nun ilgili hükmü uygulanmaktadır.

Konuyla ilgili olarak Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı ile Bakanlığım arasında uyumlu bir çalışma yürütülmekte olup ilgili Bakanlık tarafından yapılan denetimler ve alınan numune analizleri neticesinde, taklit ve tağşiş tespit edilen ürünleri piyasaya sürenler hakkında gerekli yaptırımlar uygulanmakta, ayrıca konu reklam yönünden incelenmek üzere Bakanlığımıza iletilmektedir. Yine anılan Bakanlık tarafından mevzuata aykırı davranan firmalar hakkında Radyo Televizyon Üst Kurulu'na bildirimde bulunulmakta, Kurul tarafından anılan reklamlarla ilgili olarak mecra kuruluşları hakkında da gerekli müeyyideler uygulanmaktadır.

3- Hâlihazırda bazı televizyon kanallarında reklamı devam eden balların “**sahte bal**” olduğuna ilişkin Bakanlığımıza gönderilmiş herhangi bir analiz sonucu bulunmamaktadır. Bir ürünün sahte olabileceği yönünde şüphelere sahip olunabilir, ancak o ürüne kesin olarak sahte denebilmesi için bunu gösterir bilimsel kanıtlara sahip olunması gerekir. Ballar da dahil olmak üzere reklamları mevzuata aykırı bulunan ve bundan dolayı çeşitli yaptırım uygulanmış olan bir ürünü “**sahte**” olarak değerlendirmek mümkün değildir. Reklamların mevzuata aykırı olması ayrı bir konudur, ürünün sahte olması ise ayrı bir konudur.

Bunula birlikte, Reklam Kurulu'nun, reklamlarında herhangi bir aldaticılığın veya ilgili mevzuata aykırılığın olup olmadığı hususunda incelemelerini sürdürdüğü bal reklamları bulunmaktadır. Bu incelemeler en kısa sürede tamamlanıp nihai bir karara bağlandıktan sonra, diğer tüm kararlarda olduğu gibi kamuoyu ile paylaşılacaktır.

4- Herhangi bir ürüne ilişkin reklamın yayınından önce, o ürüne ait analiz sonuçlarının veya teknik dokümanların Bakanlığımız onayına sunulması gerekli değildir. Esasen, günümüzde ticarete konu olan mal ve hizmet çeşitlerinin büyüklüğü ve temel pazarlama aracı olarak kullanılan reklamların değişkenliği dikkate alındığında, böyle bir mekanizmanın işlemesi pratikte mümkün değildir.

Diğer taraftan, **4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un “Ticari Reklamlar ve İlanlar” başlıklı 16 ncı maddesi ve Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik** hükümleri ile ticari reklam ve ilanlarda uyulması gereken temel prensipler belirlenmiştir. Buna göre, reklamların kanunlara uygun, doğru ve dürüst olması esastır. Ayrıca, reklamlarda kullanılan somut iddiaların ispatı da reklam veren firmalara aittir. Dolayısıyla, basiretli birer tacir olarak her reklam veren firmanın reklam konusunda bu sorumluluklarının bilinciyle hareket etmeleri gerekmektedir.