

# **DİJİTAL PAZARLAMA VE REKLAM MEVZUATI**

**Arb. Av. Kevser SEZER KULAK**

**Özel Hastaneler Platformu Hukuk Müşaviri**

**Lokman Hekim Grubu Hukuk Direktörü**



# DİJİTAL PAZARLAMA NEDİR?

- **Dijital pazarlama;** internet aracılığıyla dijital ürün ve servisler kullanılarak internet kullanıcılarının hedeflendiği bir pazarlama yöntemidir. 1990'dan sonra internetin yaygınlaşmasıyla birlikte pazarlamada teknolojik araçlar kullanılmaya başladı ve markalar, kurum ve şirketler de stratejilerini bu yönde geliştirmeye başlamıştır.



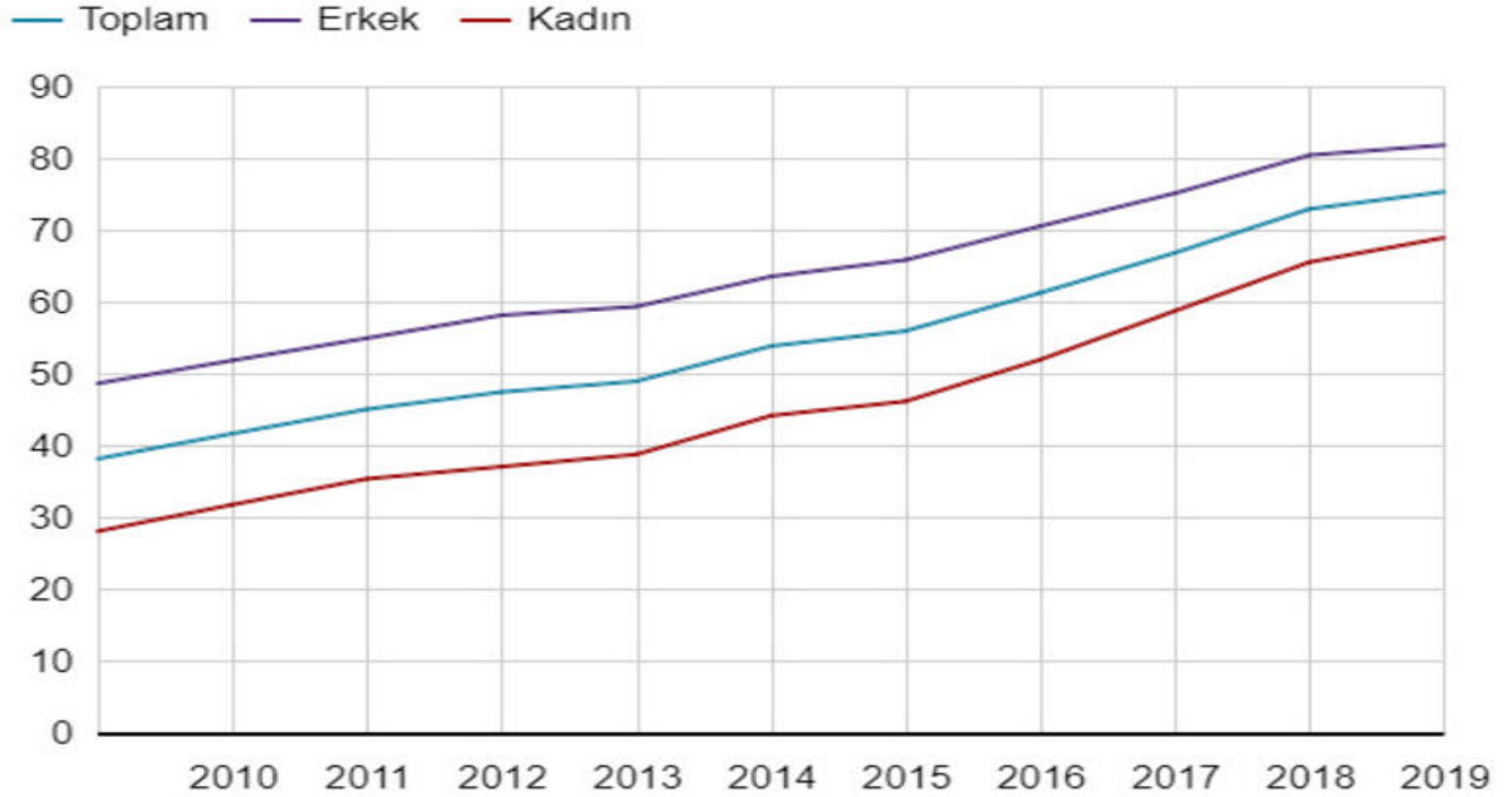
# Dijital Pazarlama Kanalları Nelerdir?

- **Dijital pazarlama kanalları** akıllı telefonlarla birlikte giderek daha geniş bir alana yayılmıştır. Dijital pazarlama yöntemlerini genel çerçevede şu şekilde listeleyebiliriz.
- SEO (Search Engine Optimization – Arama Motoru Optimizasyonu), SEM (Search Engine Marketing – Arama Motoru Pazarlaması)
- İçerik Pazarlaması ve Otomasyonu
- Influencer Pazarlama
- Veri Tabanlı Pazarlama

# Dijital Pazarlama Neleri Kapsar?

- E – Ticaret Pazarlaması
- Sosyal Medya Pazarlaması ve Optimizasyonu
- E – Mail Pazarlaması
- Görüntülü Reklam Pazarlaması
- E – Kitaplar, Mobil Uygulama ve Oyunlar
- İnternet dışı, akıllı telefonlara yönelik pazarlamalar (SMS, MMS, Çağrılar)
- Online Davranışsal Reklamcılık
- Yeniden Pazarlama (Re – Marketing)
- Satış Ortaklıkları (Affiliate Marketing)
- Mobil Pazarlama

# TÜİK VERİLERİNE GÖRE TÜRKİYE'DE İNTERNET KULLANIMI



Kaynak: TÜİK



# WE ARE SOCIAL 2020 TÜRKİYE RAPORU



*We Are Social 2020 Türkiye İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri – Genel Tablo*

# WE ARE SOCIAL 2020 TÜRKİYE RAPORU

- 62 milyon **internet kullanıcısı**, Türkiye nüfusunun %74'ü
- 54 milyon **sosyal medya kullanıcısı**, Türkiye nüfusunun %64ü
- 77 milyon **mobil kullanıcısı**, Türkiye nüfusunun %92'sini oluşturmaktadır.
- Türkiye'de **mobil kullanıcı sayısı 58 milyona** ulaşmış durumda. Türkiye nüfusunun %94'ü **mobil cihazlar** üzerinden **internet** kullanmaktadır.
- **Mobil cihazlar** üzerinde geçirilen süre ortalama 4 saattir. We Are Social 2020 raporuna göre **sosyal medya kullanıcı sayısı 54 milyona** ulaşmış durumda. Türkiye nüfusunun %64'ü **sosyal medya** kullanmaktadır.

# Sağlık Hizmetlerinin Tanıtımı

- Sağlık hizmeti tanıtımı, hedef kitlenin ruhsal ve fiziksel sağlığı ile ilgili problemleri anlayıp, sorularını cevaplandırıp çözüm önerileri ile yararların ne şekilde sağlanabileceğini anlatarak, söz konusu kitleyi etkilemek amacıyla faaliyet gösteren tanıtım çabalarıdır.



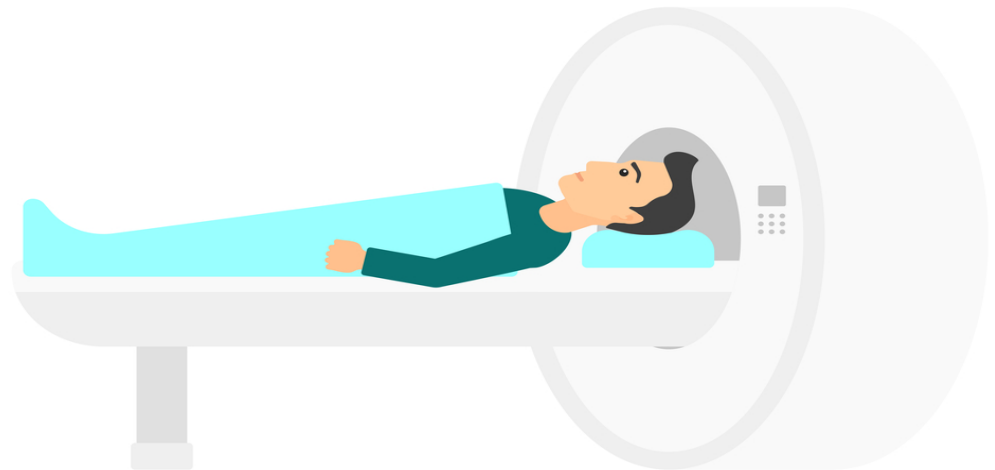


# Sağlık Hizmetlerinin Tanıtımı

- Sağlık hizmetleri işletmeleri, dijital tanıtımlarında hizmeti alan kişinin uzun vadede elde ettiği kazanç ve faydaları göz önünde bulundurmak zorundadır.
- Sağlık hizmetinin hastanın/tüketicinin hayatında ve sağlığında yaptığı uzun vadeli değişiklikler kişi ve hastalık sonrası hakkında bilgi sahibi olunabilmesi için tedavi sonrası hasta izlenmeli ve birkaç aylık verilerle takip edilmelidir.
- Dijital tanıtımlarda hastane veya sağlık hizmeti alan kişilere sunulan sağlık hizmetinin faydalarının anlatılması, ilerdeki viziteler için yardımcı olmakla birlikte, ayrıca hasta ve yakınları ile ilişkileri geliştirmek için de bir temel teşkil etmektedir.

# Sağlık Sektöründe Türkiye'de Medikal Dijital Tanıtım Uygulamaları

- Sağlık hizmeti sunumunda son dönemlerde dijital tanıtım sektöründeki uygulamaların kullanılması yaygınlaşmıştır. Bu bağlamda insan sağlığının geliştirilmesine ve korunmasına yönelik bilgilendirmeler yapılmıştır.



# Sağlık Sektöründe Türkiye'de Medikal Dijital Tanıtım Uygulamaları

- Ülkemizde özellikle son yıllarda ilaç sektörü ve hastanelerde dijital tanıtım uygulamalarının kullanımının daha da çok artmış olduğu görölmektedir.



# Sağlık Sektöründe Dünya'da Medikal Dijital Tanıtım Uygulamaları

- Google'ın araştırmasına göre her 3 hastaneden en az bir tanesinin akıllı telefonlara uygun web siteleri bulunmaktadır. Hastanelerin web sitelerinde anahtar kelime arama yerleri ile hedef kitleye kolaylık sağlanır. Hastanenin tanıtımı bu şekilde arttırılır.
- Hastanelerin web sitelerinin İngilizce olması, uluslararası olarak hastanenin tanınmasını sağlamaktadır. Hastanelerin geleneksel tanıtımda uyguladığı ağızdan ağıza tanıtımı, dijital tanıtımda sosyal medya ile sağlanmaktadır. Belli bir hizmeti talep eden insanlar bilgiyi yalnızca sosyal medyadaki yakınlarında değil hastaneyi takip eden diğer bireylerden de bilgi edinirler.

# SAĞLIK SEKTÖRÜNDE DİJİTAL TANITIM

- Tanıtım gelişen teknolojiye ayak uydurarak dijitalleşmeye gitmiştir. Sağlık kuruluşları da değişen sektörde varlığını sürdürmek için dijitalleşme tanıtımına ayak uydurmuştur.





# SAĞLIK SEKTÖRÜNDE DİJİTAL TANITIM

- İnsanların sabırsız bir şekilde anında hizmet talebi, dünyada olan diğer hizmetleri görme olanakları dijital tanıtımın hızla yükselmesini sağlamıştır. Dijital tanıtımı kendine uydurabilen kurumlar, kurumun insanlar arasında tanınmasını, prestij sağlamasını, kalitesini arttırması ve maliyetleri düşürmesi gibi bir çok imkan sağlamaktadır.

# SAĞLIK SEKTÖRÜNDE DİJİTAL TANITIM

- Günümüzde oldukça yaygınlaşan dijital medya kullanımı beraberinde dijital tanıtımı da getirmiş olup hizmet sunucuların insanlara ulaşmaları oldukça kolay olmuştur
- Sağlık hizmetleriyle ilgili olarak tanıtım iletişimi araçları ve sosyal medya mecraları üzerinden gerçekleştirilen reklam çalışmalarına bazı yasal kısıtlamalar getirilmiştir.

# Sağlık Alanında Kişisel Verilerin Korunması

- T.C Anayasa Madde 20/3 uyarınca, herkes, kendisiyle ilgili kişisel verilerin korunmasını isteme hakkına sahiptir.
- 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu Madde 6 uyarınca **kişilerin sağlık bilgileri ve genetik verileri özel nitelikli kişisel veri kapsamındadır.**



## Sağlık Alanında Kişisel Verilerin Korunması

- **TCK md. 135/1 uyarınca**, hukuka aykırı olarak kişisel verilerin kaydedilmesi suçunun cezası, 1 yıldan 3 yıla kadar hapis cezasıdır.
- **TCK md. 135/2 uyarınca**, kişilerin siyasi, felsefi veya dini görüşlerine, ırki kökenlerine; hukuka aykırı olarak ahlaki eğilimlerine, cinsel yaşamlarına, **sağlık durumlarına** veya sendikal bağlantılarına ilişkin bilgileri kişisel veri olarak kaydeden kimse de 1 yıldan 3 yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılır.

# Sağlık Alanında Kişisel Verilerin Korunması

- Kişisel Verileri Koruma Kurulunun 05/12/2018 tarihli ve 2018/143 sayılı kararına göre;
- “Doktor kontrolünde ilaç kullanan ilgili kişinin sağlığı ile ilgili özel nitelikli kişisel verilerinin, ilaçları temin ettiği eczane tarafından 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanununun 8 inci maddesinde sayılan şartlar sağlanmadan üçüncü kişiyle paylaşılmasının Kanunun 12 nci maddesinin (4) numaralı fıkrasına aykırılık teşkil etmesi nedeniyle veri sorumlusu eczane hakkında Kanunun 18 inci maddesi uyarınca idari para cezası uygulanmıştır”



# Reklam Nedir?

- 14.06.2003 tarih ve 25318 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Ticari Reklâm ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik’in 4. maddesine göre **“Mal, hizmet veya marka tanıtmak, hedef kitleyi oluşturanları bilgilendirmek ve ikna etmek, satışını veya kiralanmasını sağlamak ya da arttırmak amacıyla reklâm veren tarafından herhangi bir mecra da yayımlanan pazarlama iletişimi niteliğindeki duyuru”** şeklinde reklam tanımlanmıştır.

# Sağlık Alanında Reklam Mevzuatı

- Bireyler, tıpkı diğer ürünlerde olduğu gibi sağlık ihtiyacını gidermek için de çeşitli alternatifler arasında gidip gelmektedir. Ne var ki sağlık ihtiyacına yönelik alternatifler hakkında bilgi edinmek diğer ürünler hakkında bilgi edinmek kadar kolay değildir. Sağlık ihtiyacının ciddiyeti ve söz konusu olan talebin hayati önem taşıması nedeniyle devlet, sağlığa yönelik reklamların istismarını ortadan kaldırmak amacıyla reklamlara çeşitli kanun, tüzük, yönetmelik ve etik kurallarla bir takım kısıtlamalar getirmiştir. Hatta sağlık alanında “**reklam**” ifadesinden bile kaçınılarak “**bilgilendirme ve tanıtım**” ifadesi kullanılmaktadır.

# Sağlık Alanında Reklam Mevzuatı

- Sağlığa yönelik bilgilendirme ve tanıtımlar gerek hastalar gerekse diğer sağlık kuruluşlarına karşı etik değerler korunarak gerçekleştirilmelidir. Bu doğrultuda etik, neyin iyi neyin kötü neyin doğru neyin yanlış olduğunu belirten bireyler arası bir denge unsurudur. Reklam da etik ise reklama ilişkin sürecin başından sonuna kadar uyulması gereken etik kurallar bütünüdür. Bu sayede tüketicilere yanıltıcı, yanlış, paniğe düşürücü, güven sarsıcı, onların tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici bilgiler verilmemiş rakiplere karşı da haksız rekabetten doğan bir avantaj elde edilmemiş olur.

# Sağlık Alanında Reklam Mevzuatı

- Ülkemizde reklamda etik sorunların çözümlenebilmesi için Uluslararası Ticaret Odası (International Chamber of Commerce, ICC) Uluslararası Reklam Uygulama Esasları'nın dâhil olduğu bir Reklam Mevzuatı bulunmaktadır.
- Hala geçerli olan ve reklamdaki gerek etik gerekse mesleki düzenlemelere ışık tutan bu mevzuat; Reklam Özdenetim Kurulu (RÖK)'nun benimsediği Reklam Uygulama Esasları ile birlikte Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun, Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun, Radyo ve Televizyon Yayınlarının Esas ve Usulleri Hakkında Yönetmelik, Medya Ölçümü Araştırma Sonuçlarının Ticari Reklam ve İlanlarda Kullanılmasına Dair Tebliğ, Ticaret ve Sanayi Odaları Hakkındaki Kanun, Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumuna ait kanun, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) gibi çeşitli kurum ve kuruluşlarla bunların çalışma alanlarını belirleyen yasa, yönetmelik ve prosedürleri kapsamaktadır.

# Sağlık Alanında Reklam Mevzuatı

- **Hekimlik Meslek Etiği Kuralları** (TTB 47. Genel Kurulunda kabul edilmiştir, 10- 11 Ekim 1998)'nda hekimlere yönelik olarak “**Ticari Amaç ve Reklam Yasağı**” düzenlenmiştir ve şu şekildedir:
- Madde 11- **Hekim, mesleğini uygularken reklam yapamaz, ticari reklamlara araç olamaz, çalışmalarına ticari bir görünüm veremez; insanları yanıltıcı, paniğe düşürücü, yanlış yönlendirici, meslektaşlar arasında haksız rekabete yol açıcı davranışlarda bulunamaz.** Hekim, yayın araçlarıyla yapacağı duyurularda varsa, Tababet Uzmanlık Tüzüğü'ne göre kabul edilmiş olan uzmanlık alanını, çalışma gün ve saatlerini bildirebilir. Tabela ve benzeri tanıtım araçlarının biçim ve boyutları yerel tabip odası tarafından saptanır.





# Sağlık Alanında Reklam Mevzuatı ve Haksız Rekabet Kavramı

- Sağlık sektöründe tanıtım yaparken haksız rekabete yol açıcı davranışlarda bulunulamayacağı belirtmiş olduğumuz mevzuatlarda açık şekilde ifade edilmektedir.
- 6102 sayılı Türk Ticaret Kanununda “Haksız Rekabet” düzenlenmiştir;

**MADDE 54–** (1) Haksız rekabete ilişkin bu Kısım hükümlerinin amacı, bütün katılanların menfaatine, dürüst ve bozulmamış rekabetin sağlanmasıdır.

(2) Rakipler arasında veya tedarik edenlerle müşteriler arasındaki ilişkileri etkileyen aldatıcı veya dürüstlük kuralına diğer şekillerdeki aykırı davranışlar ile ticari uygulamalar haksız ve hukuka aykırıdır.

# Sağlık Alanında Reklam Mevzuatı

- **Özel Hastaneler Yönetmeliği-Madde 60**

**(1)Özel hastaneler; tıbbî deontoloji ve meslekî etik kurallarına aykırı şekilde, insanları yanıltan, yanlış yönlendiren ve talep yaratmaya yönelik, ruhsatında yazılı kabul ve tedavi ettiği uzmanlık dallarından başka hastaları kabul ve tedavi ettiği intibasını uyandıran, diğer hastaneler aleyhine haksız rekabet yaratan davranışlarda bulunamazlar ve bu mahiyette tanıtım yapamazlar.**

# Sağlık Alanında Reklam Mevzuatı

**(2)Özel hastaneler tarafından; sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikteki bilgilendirme ve tanıtımlar yapılabilir.** Bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamında, yanıltıcı, abartılı, doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış bilgilere ve talep yaratmaya yönelik açıklamalara yer verilemez.

# Sağlık Alanında Reklam Mevzuatı

**(3)Özel hastaneler; hizmet alanları ve sunacağı hizmetler ile açılış bilgileri ve benzeri konularda toplumu bilgilendirmek amacıyla tanıtım vanabilir ve ilan verebilir.**



# Sağlık Alanında Reklam Mevzuatı

**(4)Özel hastaneler tarafından oluşturulan internet sitelerinde yer alan her türlü sağlık bilgisi, alanı ile ilgili bilgi ve tecrübeye sahip sağlık meslek mensupları tarafından verilmek zorundadır. Bu siteler aracılığıyla hiçbir şekilde tedavi edici sağlık hizmetine yönelik bilgiler verilemez. İnternet sayfalarında verilen bilginin, son güncelleme tarihi açıkça belirtilir.**



# Sağlık Alanında Reklam Mevzuatı

(5) Yukarıda belirtilen esaslara uymayan özel hastane sahipleri ve mesul müdürleri hakkında ilgili mevzuat hükümlerindeki müeyyideler uygulanır”



# Sağlık Alanında Reklam Mevzuatı

- **Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik Madde 25'e göre;**

**(1) Sağlık kuruluşları tarafından reklam yapılamaz.**

# Sağlık Alanında Reklam Mevzuatı

**(2)Sağlık kuruluşları ağız ve diş sağlığını koruyucu ve geliştirici nitelikte bilgilendirme yapabilir. Sağlık kuruluşları bu madde hükümlerine aykırı olmamak kaydıyla açılışı, hizmet alanları ve sunduğu hizmetler ile ilgili konularda toplumu bilgilendirmek amacıyla tanıtım yapabilir ve ilan verebilir. Ancak, bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamında yanıltıcı, abartılı, doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış bilgilere ve talep oluşturmaya yönelik açıklamalara yer verilemez.**

# Sağlık Alanında Reklam Mevzuatı

**(3) Tabelaları ile basılı ve elektronik ortam materyallerinde, ruhsatnamesinde kayıtlı sağlık kuruluşu ismi dışında başka bir isim kullanılamaz.**

**(4) Sağlık kuruluşları, tıbbî deontoloji ve meslekî etik kurallarına aykırı şekilde, insanları yanıltan, yanlış yönlendiren ve talep oluşturmaya yönelik, diğer sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabet yaratan davranışlarda bulunamazlar ve bu mahiyette tanıtım yapamazlar.**

# Sağlık Alanında Reklam Mevzuatı

**(5) Sağlık kuruluşları tarafından her türlü yayın mecralarında yer alan sağlık bilgileri, konusuna göre yetkili sağlık meslek mensupları tarafından verilmek zorundadır. Bu mecralar yoluyla yapılan bilgilendirme ve tanıtımlar, hastayı ilgili sağlık kuruluşuna doğrudan veya dolaylı biçimde yönlendirecek içerikte olamaz.**

(6) Bu maddede belirtilen esaslara uymayan sağlık kuruluşu işletenleri ve mesul müdürleri hakkında ilgili mevzuat hükümlerindeki müeyyideler uygulanır.



# Sağlık Alanında Reklam Mevzuatı

- **Türk Tabipleri Birliği Disiplin Yönetmeliği**

## **Disiplin Suçları ve Cezaları - Para Cezası:**

Madde 4- Para cezası, 6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanununun 39 uncu maddesinin (b) bendinde belirtilen sınırlar dâhilindeki paranın odaya ödenmesine dair verilecek cezadır.

Para cezasını gerektiren haller şunlardır:

- a) Resmi görevi dışında hekimlik faaliyetini yürüttüğü yerin bağlı bulunduğu odaya 30 gün içinde kayıt olmamak,
- b) **Tanıtım kurallarına aykırı davranmak,**
- c) **Her türlü iletişim mecrasında reklam amacına yönelik yazılar yazmak, yazdırmak veya açıklamada bulunmak yahut ortağı olduğu kuruluş veya şirket aracılığıyla bu anlamda reklam yapılmasını sağlamak,**

# Sağlık Alanında Reklam Mevzuatı

- d) Bireysel olarak veya yöneticisi oldukları dernekler ya da çalıştıkları kurumlar aracılığıyla ticari mal veya hizmetin tanıtımında yer almak veya reklamına aracılık etmek,**
- e) El ilanları, tabelalar, basın ve benzeri yollarla meslektaşlar arası haksız, tıp dışı rekabete yol açacak duyurular yapmak,**
- j) Türk Tabipleri Birliği veya odalarca saptanmış tabela ile ilgili kurallara uymamak.**

# Sağlık Alanında Reklam Mevzuatı

- **AYAKTA TEŞHİS VE TEDAVİ YAPILAN ÖZEL SAĞLIK KURULUŞLARI HAKKINDA YÖNETMELİK**

Bilgilendirme ve tanıtım

**MADDE 29 – (1) Sağlık kuruluşları tarafından reklam yapılamaz.**

**(2) Sağlık kuruluşları tarafından, tıbbi deontoloji ve mesleki etik kurallarına aykırı, insanları yanıltan, yanlış yönlendiren, talep yaratmaya yönelik, doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış veya yerleşik tıbbi metot haline gelmemiş uygulamalara dayalı tanıtım yapılamaz ve diğer sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabet yaratan davranışlarda bulunulamaz.**

**(3) Tabelaları ile basılı ve elektronik ortam materyallerinde, ruhsatnamesinde kayıtlı sağlık kuruluşu ismi dışında başka bir isim kullanılamaz.**

# Sağlık Alanında Reklam Mevzuatı

(4) Sağlık kuruluşları, sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikte bilgilendirme yapabilir. Birinci fıkra hükümlerine aykırı olmamak kaydıyla açılışı, hizmet alanları ve sunduğu hizmetler ile ilgili konularda toplumu bilgilendirmek amacıyla tanıtım yapabilir ve ilan verebilir. Ancak, bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamında yanıltıcı, abartılı, doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış bilgilere ve talep yaratmaya yönelik açıklamalara yer verilemez.

(5) Sağlık kuruluşları tarafından her türlü yayın mecralarında yer alan sağlık bilgileri, konusuna göre yetkili sağlık meslek mensupları tarafından verilmek zorundadır. Bu mecralar yoluyla yapılan bilgilendirme ve tanıtımlar, hastayı ilgili sağlık kuruluşuna doğrudan veya dolaylı biçimde yönlendirecek içerikte olamaz.

(6) Bu maddede belirtilen esaslara uymayan sağlık kuruluşlarının işletenleri ve mesul müdürleri hakkında ilgili mevzuat hükümlerindeki müeyyideler uygulanır.

# Sağlık Alanında Reklam Mevzuatı

**Uyulması gereken diğer hususlar**

**MADDE 31 – (1) Sağlık kuruluşu işletenleri ile mesul müdürleri, aşağıda belirtilen hususlara uymak zorundadır:**

**e) Sağlık kuruluşunun dış tabelalarında, ruhsatnamede belirtilen uzmanlık dalları haricinde başka uzmanlık dalı ve/veya başka ibareler yazılamaz.**

**1) Binanın dış cephesinde, sağlık kuruluşunun isminin ve ruhsatnamede belirtilen uzmanlık dallarının yazılı olduğu tabelalardan başka bir tabela yer alamaz. Sağlık kuruluşu veya hizmetleri ile ilgili 29 uncu maddeye uygun olmayan yazı, ilan veya tanıtım veya reklam benzeri ibarelerin olduğu materyaller bulundurulamaz ve dağıtılamaz.**



# Sağlık Alanında Reklam Mevzuatına Aykırılık Halinde Uygulanan Yaptırımlar

- **Aracılık (simsarlık) edenler**, 6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanunu'nun 64. maddesi gereğince; **üç aydan bir seneye kadar hapis cezası ile cezalandırılacaktır.**
- 6023 sayılı Kanun'un 39. maddesi ve Türk Tabipleri Birliği Disiplin Yönetmeliği hükümleri gereğince, Tabip Odaları bildirim ve şikayet üzerine veya re'sen, inceleme yapma, soruşturma açma, disiplin kovuşturması yürütme, disiplin cezası verme yetkilerine sahiptir. Yine 39. madde gereğince, Onur Kurulları tıbbi deontoloji ve hekimlik meslek etiği kurallarına aykırı davranan hekimler hakkında, **“uyarma cezası”, “para cezası”, “geçici olarak meslekten alkoyma cezası” ve “oda bölgesinde çalışmanın yasaklanması”** cezaları verebilmektedir.

# Sağlık Alanında Reklam Mevzuatına Aykırılık Halinde Uygulanan Emsal Yaptırımlar

- Reklam Kurulu Aralık ayı toplantısında, ..... İlaç ve Kozmetik Laboratuvarları A.Ş. isimli firma tarafından çeşitli televizyon kanallarında yayınlanan “.....” isimli saç bakım ürünlerine ilişkin reklamlarda yer alan “3.080 yeni saçteli” iddiasının ispatlanmadığı ve kozmetik tanımına uygun olmadığı gerekçesi ile, firma hakkında 91 bin 370 TL idari para cezası uygulanmasına ve söz konusu reklamların durdurulmasına karar verildi.

## Sağlık Alanında Reklam Mevzuatına Aykırılık Halinde Uygulanan Emsal Yaptırımlar

- [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde yayınlanan kuruluşa ait .....2015 tarihli paylaşımında; "**Bembeyaz dişler hayal değil!Diş beyazlatma tedavilerinde etkili çözümler sunuyoruz.**" ifadeleri ile.....2015 tarihli paylaşımında; " .....'de implant tedavisi .....€'dan başlayan fiyatlarla. En kaliteli ürün, en avantajlı fiyat. Tüm implant çeşitlerimiz Avrupa ürünüdür." ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

# Sağlık Alanında Reklam Mevzuatına Aykırılık Halinde Uygulanan Emsal Yaptırımlar

- İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak **“reklam”** niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı; diğer taraftan, kuruluşça sunulan implant tedavisinin fiyatının **“Türk Lirası” cinsinden belirtilmediği; ayrıca şayet anılan hizmet sağlık turizmi kapsamında Türkiye Cumhuriyeti Devleti sınırları dışında yaşayan tüketicilere sunuluyor ise, bu durumda da söz konusu tanıtımların Türkçe olarak yapılmaması gerektiği, dolayısıyla her koşulda internet sitesinde yer alan paylaşımların mevzuata aykırılık teşkil ettiği ifade edilmiştir.**

# Sağlık Alanında Reklam Mevzuatına Aykırılık Halinde Uygulanan Yaptırımlar

- Buna göre, reklam veren ..... Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **55.055,00-TL (Ellibeşbinellibeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine karar verilmiştir.**



# Sağlık Sektöründe Tanıtım Yasaklarını İlgili Mevzuatlar Çerçevesinde Kısaca Saymak Gerekirse

- Sağlık kuruluşları faaliyete başladıkları tarihten itibaren uzmanlık dalı, adres ve iletişim bilgileri konusunda 30 gün ilan verebilirler. Sonrası için ilan vermek yasaktır.
- İnsanların güvenini ve sağlık alanındaki bilgi eksikliğini istismar edecek ifadelerden kaçınmaları gerekiyor.

- Rakipleri olan sağlık kuruluşlarından üstün ve farklı olduklarını ifade eden ve sağlık hizmetlerine ticari yön verecek ifadeler kullanılmamalıdır. ( En üstün, en deneyimli, en tecrübeli, en son teknoloji, en çok tercih edilen, erken taburcu olma gibi.)
- Sağlık kurumlarına ait web sitelerinde sadece kendi uzmanlık alanları, izin belgelerinde olan ünite ve cihazlar, çalışma saatleri, iletişim ve adres bilgilerine yer verilebilir. Ancak bu bilgileri verirken diğer kurumlardan üstü olduklarını gösteren ifadeler kullanılmamalıdır.

- Sağlık kuruluşları web siteleri üzerinden reklam yapamazlar. Verdikleri bilgilerin ve son g¼ncelleme tarihinin belirtilmesi zorunludur. Ayrıca sayfada web sayfasının edit¼r¼ne ait bilgiler de yer almalıdır.
- Bireylere bilgi verilmeden ve rızaları alınmadan şahsi telefonlarından geliřig¼zel aranamazlar. Mektup, kısa mesaj, mail g¼nderemezler.
- Daha ¼nce sağlık kuruluşuna gelen hastalarla randevu zamanını bildirmek adına iletişim kurmak zorunludur.

- Kanunda belirtilen hasta grubuna ücretsiz servis hizmeti sağlayabilirler. Ancak servis hizmeti sırasında servis hizmetiyle ilgili reklam, ilan verme, talep yaratma gibi faaliyetlerde bulunamazlar.
- Bilimsel olarak kanıtlanmamış ve rutin tedavi yöntemi olmamış metotları kimsenin üzerinde kullanamazlar.
- Yaptıkları operasyonlar ve işlemler konusunda fiyat bilgisini web sitelerinde ya da internet ortamında paylaşamazlar. Hastalara muayene sonunda fiyat bilgisi verebilirler.

- İnternet sitelerindeki bilgilendirmenin, son güncelleme tarihi ile web sayfası editörüne ulaşılabilecek iletişim bilgileri açıkça belirtilir.
- Bilgilendirme ve tanıtım maksadını aşan, örtülü ve/veya açık reklam yapılamaz/yaptırılamaz.
- Bilgilendirme ve tanıtımlarda, hekim tarafından yapılsa dahi, doğruluğu bilimsel ve klinik olarak kanıtlanmamış ve yerleşik tıbbî metot haline gelmemiş, mevzuatla tıbbî işlem olarak tanımlanıp düzenlenmemiş tedavi ve yöntemler hakkında açıklamalara yer verilemez, bu metotlarla hastalıkların tedavi edildiği veya tedaviye yardımcı olduğuna dair ifadeler kullanılamaz.



- "Hasta Taşıma Hizmeti Alımı" konulu 2011/20 sayılı Genelge'de belirtilen esaslar dışında ücretsiz servis ile ücretsiz muayene, ücretsiz checkup, ücretsiz sağlık taraması (göz, kemik, kanser vb.) kampanyaları düzenlenemez, benzeri faaliyetlerde bulunulamaz.
- Sağlık kuruluşlarına başvuran kişilerin, hastalıkları ile ilgili olarak veya randevu tarihlerinin bildirilmesi dışında, kişilerin bilgi ve rızaları olmaksızın şahsî telefonları aranmaz, mektup, kısa mesaj ve elektronik posta gönderilemez.

# SAĞLIK ALANINDA GERÇEKLEŞTİRİLEN REKLAMLARA YÖNELİK ÖRNEK OLAYLARIN İNCELENMESİ

- **Dava 1:** Bir güzellik merkezine ilişkin indirim kuponlarının “banka ekstreleri ile birlikte banka müşterilerine gönderilen broşürde yer alması nedeniyle güzellik merkezinin sorumlu hekimine verilen disiplin cezası üzerine Ankara 10. İdare Mahkemesi tarafından; “... Söz konusu indirim kuponunun incelenmesinde, Dr. ... Lazer Epilasyona ait %15 indirim uygulanacağına açıkça belirtildiği ve adres ve telefon numarasının da yer aldığı görülmüştür. Bu durumda, davacının Tıbbi Deontoloji Tüzüğü’nün yukarıda yer alan hükümlerini ihlal ettiği açık olduğundan verilen cezada hukuka aykırılık bulunmamaktadır. Her ne kadar davacı kendisinden habersiz yayınlandığını iddia etmekte ise de, bir bankanın hiçbir talep olmadan bir kuruluşun ya da kişinin üstelik indirim içeren bir reklamını yapması mutad olan bir uygulama olmadığından, davacının bu iddiası yerinde görülmemiştir...” gerekçesi ile davanın reddine karar verilmiştir. (2004/3683 E., 2005/2437 K.) Bu karar Danıştay 8. Dairesi’nin 2006/1592 E., 2006/3449 K. sayılı kararı ile onanmıştır.” (Ersoy vd., 2008: 28).

# Dava-1

- Güzellik merkezi tarafından gerçekleştirilen tanıtıma Tababeti Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunu madde 24 kapsamında bakıldığında, hasta kabul ettikleri mahal, muayene saati ve ihtisas alanının bildirilmesi haricinde bir ilan düzenlenmemesi gerekirken gerçekleştirilen bilgilendirme ve tanıtımın “indirim” gibi bir ifade içererek kanuna aykırı olduğu görülmektedir.

# Dava-1

- Karara Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi bağlamında bakıldığında ise madde 8 ve madde 9'un alenen ihlali ortadadır. Broşürde belirtilen %15'lik indirim ile bir tutundurma çalışması (satış geliştirme) gerçekleştirilerek sağlık müessesesine "ticari veçhe" verilmiş olup kanuna aykırı hareket edilmiştir. Madde 39'a göre ise bahsedilen indirim ile ilgili hekim "meslektaşlarının hastaları elde etmeye matuf hareket ve teşebbüste" bulunmuştur.

# Dava-1

- Dolayısıyla Türk Tabipler Birliği Disiplin Yönetmeliği madde 4/e gereği “El ilanları, tabelalar, basın ve benzeri yollarla meslektaşlar arası haksız, tıp dışı rekabete yol açacak duyurular yapmak” yoluyla yönetmeliğe aykırı davranarak haksız rekabet gerçekleştirdiği ve disiplin cezasına çarptırıldığı görölmektedir.



# SAĞLIK ALANINDA GERÇEKLEŞTİRİLEN REKLAMLARA YÖNELİK ÖRNEK OLAYLARIN İNCELENMESİ

**Dava 2:** Bir göz hastanesinin “binası üzerine asılı ilan nedeniyle bir özel hastane sorumlu hekimine verilen disiplin cezasının iptali istemi ile açılan davada Ankara 5. idare Mahkemesi tarafından; “... dosyada yer alan davacıya para cezası verilmesine neden olan ilanın incelenmesinden, ilanın hastanenin sunmakta olduğu hizmete yönelik tanıtıcı ve halkı bilgilendirici nitelikten öteye reklam mahiyetinde olduğu, başka bir ifade ile herhangi bir hastalık hakkında bilgi vermeden sadece hastaneyi tanıtmayı hedeflediği, böylece ilanın ticari amaçla talep yaratmaya yönelik olduğu, bu haliyle haksız rekabete yol açtığı sonucuna varılmakla yukarıda anılan mevzuat hükümleri uyarınca tıbbi müessese ve tabiplerin her ne mahiyette olursa olsun reklam vermesinin yasak olduğu ve Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 16. ve 17. maddeleri gereğince davacının sorumlu müdür sıfatıyla hastanenin bu tür faaliyetlerinden sorumlu olduğu açık olduğundan belirtilen gerekçeler ile adına ceza kesilmesinde mevzuata aykırılık bulunmamaktadır...” gerekçesi ile davanın reddine karar verilmiştir. (2006/1428 E., 2007/329 K.)” (Ersoy vd., 2008: 30).

# Dava-2

- Özel Hastaneler Yönetmeliği madde 60'a göre özel hastaneler bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamında talep yaratmaya yönelik açıklamaya yer veremezler. Yine ilgili kanun madde 60'da belirtildiği üzere bu esasa uymayan özel hastane sahipleri ve mesul müdürleri hakkında ilgili mevzuat hükümlerinin uygulandığı ve idari para cezası verildiği görölmektedir.

# SONUÇ

- Sağlık hizmetleri sektöründe gerçekleştirilen bilgilendirme ve tanıtımlara genel olarak bakıldığında ciddi anlamda sınırlamalar getirilmiş ve yaptırımlarla da desteklenmiştir.



# SONUÇ

- Sağlık hizmeti alınıp-satılabilen, paraya endekli bir meta olmadığı ve bu hizmetin ticarileştirilmesi önemli etik sorunlar ortaya çıkardığından bu sorunların önüne geçebilmek için ciddi yaptırımlar uygulanmaktadır. Sağlık alanında reklama getirilen sınırlamaların amacı, insan sağlığını ve bu kapsamda insan haklarını korumak, insanların kâr, rekabet ve benzeri amaçlardan kaynaklanan eylemlerden zarar görmelerini engellemektir.



Dinlediğiniz İçin TeŖekkür Ederim...

Arb. Av. Kevser SEZER KULAK