**T.C.**

**TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :** 10 Eylül 2019

**Toplantı Sayısı :** 288

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2019/1633**

**Şikayet Edilen:** **Millenicom Telekomünikasyon Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma bayii yetkilileri tarafından telefon aracılığıyla yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Aralık 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Diğer (Telefon)

**Tespitler:** Bayi tarafından gönderilen ses kaydı dinlendiğinde; tüketiciye farklı bir operatöre ait internet+tv hizmetine ilişkin paket sunulduğu, D-Smart TV paket tanıtımı yapıldığı ve devlet destekli ifadesine yer verildiği, tüketicinin “internetim Ttnet mi olacak?” sorusuna “internetiniz Türk Telekom altyapısıyla gelecek” şeklinde genel bir ifadeye verildiği, yapılan görüşmede “Millenicom” ifadesine yer verilmediği hususları tespit edilmiştir. Ayrıca, tüketici ile Millenicom internet satışına ilişkin yapılan görüşmenin ses kaydı gönderilmemiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Başvuru sahibi tüketicinin yapmış olduğu internet başvurusuna istinaden firma tarafından aranarak Millenicom internet ve D-Smart TV paket tanıtımının yapılarak "devlet destekli" olduğu ve aylık ücretinin 52TL olduğunun belirtildiği, üstelik telefonda internet hizmeti konusunda da tüketiciye net biçimde Millenicom'dan hizmet alacağının söylenmediği, tüketicinin "internetim Ttnet mi olacak?" sorusuna "internetiniz Telekom altyapısıyla gelecek zaten" şeklinde cevap verilerek "Ttnet-Telekom" itibarından haksız biçimde yararlanmak suretiyle firma lehine haksız kazanç elde edildiği,

Tüketicinin teklifi kabul etmesinin ardından 22.11.2018 tarihinde evde internet bağlantısının yapıldığı ancak TV-uydu bağlantısı yapılmayınca tüketicinin firma müşteri hizmetlerini araması üzerine uydu hizmetinin bulunmadığının belirtildiği, bunun üzerine tüketici derhal firma üyeliğini sonlandırmak istediğinde ise tüketiciden cayma bedeli talep edildiği, dolayısıyla tüketiciye telefonda "internet-TVortak paket" tanıtımı yapıldığı ve tüketici ortak pakete onay verdiği halde vaadin yerine getirilmeyerek halde sadece internet hizmeti verildiği, üstelik "devlet destekli" ifadesiyle tüketicinin yanıltıldığı, dolayısıyla telefon aracılığıyla sunulan paket tanıtımlarının gerçeği yansıtmadığı,

Dolayısıyla telefon aracılığıyla yapılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve yanlış yönlendirici nitelikte olduğu, ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, ayrıca tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir işleme taraf olmasına yol açtığı gerekçesiyle bu durumda aldatıcı ihmal neticesinde bir haksız ticari uygulama olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5c, 9, 13, 28, 29, 30 ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Millenicom Telekomünikasyon Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nc i maddeleri uyarınca **6.907. TL (Altıbindokuzyüzyedi Türk Lirası)**  **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**2)**

**Dosya No: 2019/1907**

**Şikayet Edilen:** **Superonline İletişim Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma bayii yetkilileri tarafından telefon aracılığıyla yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Ocak 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Diğer **(**Telefon)

**Tespitler:** Tüketicinin bayi ile yaptığı telefon görüşmelerine ilişkin ses kayıtları gönderilmemiştir. Tüketici ile müşteri temsilcileri arasında geçen görüşmelerde ise tüketicinin 500 TL tutarının karşılanacağı şeklinde kendisine bilgi verildiği, bu bilgiyi yaptığı 3 görüşmede de teyit ettirdiği ve bunun üzerine abonelik işlemine onay verdiği, 17-18-19.01.2019 tarihlerinde yaptığı görüşmelerin dinlenmesini talep ettiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Başvuru sahibi tüketicinin firma müşteri temsilcisi tarafından 17.01.2019 tarihinde aranarak internet paket tanıtımının yapıldığı ancak tüketicinin halihazırda Türk Telekom abonesi olduğunu belirtmesi üzerine Superonline'a geçmesi halinde Türk Telekom tarafından yansıtılacak olan cayma bedelinin 500TL'sinin firma tarafından karşılanacağının taahhüt edildiği, tüketicinin faturayı ulaştırmasının yeterli olduğunun belirtildiği, bu teklif üzerine tüketicinin 18.01.2019 tarihinde firma abonesi olduğu, ardından Türk Telekom tarafından taahhüdü erken sonlandırdığı gerekçesiyle cayma bedeli yansıtıldığı, adı geçen tüketici tarafından firmaya fatura gönderildiğinde 250TL'sinin ödenebileceğinin söylendiği, ancak tüketicinin firma ile 17-18-19.01.2019 tarihlerinde 3 defa olmak üzere 05320121815 numaralı telefon hattından yapmış olduğu görüşmelerde emin olmak için defaten 500TL şeklinde teyit edildiği, böylece tüketicinin 500TL cayma bedeli ödeneceği vaadiyle Türk Telekom aboneliğini sonlandırdığı ve firma abonesi olduğu, fakat firma tarafından teklif edilen vaadin gerçeği yansıtmadığı, verilen vaadin tüketicinin şikayet başvurularına rağmen yerine getirilmediği böylece tüketicinin firma temsilcileri tarafından yanıltıldığı ve mağdur edildiği, ardından tüketicinin Bakanlığa başvurmasının ardından firma bayi personeli tarafından sehven cayma bedelinin 500 TL şeklinde ifade edildiğinin kabul edildiği, böylece tüketiciye hatalı bilgi verildiği ve bu hatalı bilgi karşılığında tüketicinin firma abonesi olduğu,

Dolayısıyla telefon aracılığıyla yapılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve yanlış yönlendirici nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, ayrıca tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir işleme taraf olmasına yol açtığı gerekçesiyle bu durumda aldatıcı ihmal neticesinde bir haksız ticari uygulama olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5c, 9, 13, 28, 29, 30 ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 ve 62 nci maddeleri

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Superonline İletişim Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nc i maddeleri uyarınca **8.546-TL (Sekizbinbeşyüzkırkaltı Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**3)**

**Dosya No: 2019/8455**

**Şikayet Edilen:** **Ttnet A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Ev internet hizmeti karşılığında modem hediye şeklinde firma bayisi tarafından yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:**  Ağustos 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Telefon, broşür

**Tespitler:** Başvuru sahibi tüketicinin 15.08.2018 tarihinde abonelik sözleşmesini ve “İnternetsiz Ev Kalmasın Kampanyası 24 Aylık Yeni Abonelik Taahhütnamesi”ni imzaladığı, 24 ay boyunca taahhüdüne uygun davranması koşuluyla rayiç bedeli 250TL olan VDSL modemin ücretsiz olarak verildiği ve bu bilgiye taahhütnamede de yer verildiği,

Ancak firma tarafından gönderilen ses kayıtları incelendiğinde; 05.09.2018 tarihinde çağrı merkezini arayarak abonelik iptal talebini ilettiği, müşteri temsilcisinin 24 ay taahhütlü kampanyaya üye olduğu için aboneliğini sonlandırması halinde cayma bedeli yansıtılacağını ifade etmesi üzerine tüketicinin ısrarla cayma bedeli ödemeyeceğini belirttiği, bunun üzerine müşteri temsilcisinin ön iptal talebini aldığı fakat hattın durdurulması ve faturanın kısıtlanması için en yakın bayiye giderek ıslak imzalı talepte bulunması gerektiği şeklinde tüketiciye bilgi verdiği, ayrıca modemin 24 ay taahhüt karşılığında ücretsiz verildiği, taahhüt süresi dolmadan hattın iptal edilmesi halinde modem ücretinin de bir sonraki faturaya yansıtılacağı bilgisinin verildiği,

Ayrıca tüketicinin imzaladığı taahhütnamede 24 ay taahhüt süresi sona ermeden aboneliğin iptal olması halinde 250tl olan modem ücretinin yansıtılacağı bilgisi ile iptalde cayma bedelinin faturalandırılacağı bilgisine yer verildiği, kampanyaya ilişkin tanıtım materyallerinde bu bilgilere altyazıda yer verildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tüketici ile firma temsilcileri arasında geçen telefon görüşmeleri, kampanyaya ilişkin tanıtım materyalleri ve tüketicinin imzaladığı taahhütname ile sözleşme incelendiğinde, tüketicinin 24 ay taahhüt karşılığında internetsiz ev kalmasın kampanyasına abone olduğu, modemin de bu taahhüt karşılığında ücretsiz verildiği ancak tüketici 2 aylık kullanımın ardından iptal talebinde bulununca taahhütlü kampanyayı erken sonlandırdığı gerekçesiyle cayma bedeli yansıtıldığı, modem kampanya dahilinde ücretsiz olduğu ve tüketici kampanyadan taahhüdü dolmadan kendi talebiyle çıkmak istediği için de modem ücretinin yansıtıldığı ve bu bilgiye tüketicinin imzaladığı taahhütnamede yer verildiği tespit edilmiş olup söz konusu kampanyaya ilişkin tanıtımlarda herhangi bir eksik bilgilendirme bulunmadığı gerekçesiyle söz konusu tanıtımların ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2019/8533**

**Şikayet Edilen:** **Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.turkcell.com.tr7kampanyalar/diger-kampanyalarimiz](http://www.turkcell.com.tr7kampanyalar/diger-kampanyalarimiz) adresli internet sitesinde yer alan “Turkcell Avantaj ve Ekstra İnternet” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Mayıs 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.turkcell.com.tr/kampanyalar/diger-kampanyalarimi](http://www.turkcell.com.tr/kampanyalar/diger-kampanyalarimi) z adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda; "Turkcell Avantaj Kampanyası" kapsamında 10.05.2019 tarihi itibariyle belirli kampanyalardan birine kayıtlı olan abonelere talepte bulunması halinde (Turkcell asistan uygulamasına, çağrı merkezine veya Turkcell mağazasına başvuru) Haziran 2019 ayında kesilecek faturalarından başlamak üzere kampanya taahhüt süresi boyunca her ay belirli tutarlarda indirim yapılacağı vaat edildiği, örneğin Turbo fırsat-turbo konfor paketlerine kayıtlı abonelere aylık 5TL indirim yapılacağı,

"Extra İnternet Kampanyası" kapsamında 10.05.2019 tarihi itibariyle belirli kampanyalardan birine kayıtlı olan abonelere, Mayıs ayındaki fatura kesim tarihlerinden sonra başlamak üzere taahhüt dönemi sonuna kadar ilgili kampanyaya göre her ay yenilenecek miktarlara göre hediye internet verileceği, örneğin turbo fırsat- turbo konfor paketlerine kayıtlı abonelere 1GB hediye internet verileceği;

tespit edilmiştir.

Böylelikle turbo fırsat kampanyasına kayıtlı tüketici herhangi bir başvuru yapmasına gerek olmaksızın otomatik olarak taahhüt süresi boyunca her ay 1GB hediye internet hakkı kazanacağı ancak abone şayet Turkcell çağrı merkezini arayarak veya Turkcell mağazalarına giderek avantaj kampanyasından yararlanmak istediğini beyan ederse bu durumda mevcut kampanyasına ek olarak pakette 5TL indirim uygulanacağı ve bu durumunda abonenin yararlanmakta olduğu 1GB hakkının sona ereceği anlaşılmaktadır. Diğer bir ifadeyle, aynı gün yürürlüğe giren iki kampanyadan birinde tüketiciye 5TL paket ücretinde indirim hakkı diğerinde 1GB internet hediye hakkı tanımaktadır.

Bununla birlikte, turbo fırsat-konfor paket üyelerine *"Turkcell'in 25. yılına özel turbo fırsat kampanya süreniz boyunca paketinize ek 1GB internet her ay hattınıza ücretsiz tanımlanacaktır. 10.05.2019 itibariyle Turbo fırsat paketinizin ücreti vergiler dahil 34,90TL olarak güncellenecektir. EK 1GB yerine alabileceğiniz 5TL indirim hakkında bilgi için https://hesabim.li/doavantaj B00*2" şeklinde kısa mesaj gönderildiği,

**Değerlendirme/Karar:**  Taahhütlü aboneliklerde taahhüt süresi boyunca abone aleyhine değişikliğe gidilemezken 11.05.2019 tarihinde "Turbo fırsat" paketi üyesi tüketicilere sunulan 5TL indirimin geçersiz kılınarak ilave fayda öncesinde paket ücretlerinde 5TL'lik artışa gidildiği, dolayısıyla öncesinde vaat edilen 5TL indirim faydasının anlamını yitirdiği ve taahhütlü paket fiyatının 29,90TL'den 34,90TL'ye çıkartıldığı ve tüketicilere talebi olmaksızın ek GB tanımlandığı, örneğin turbo fırsat-konfor paket üyelerine *"Turkcell'in 25. yılına özel turbo fırsat kampanya süreniz boyunca paketinize ek 1GB internet her ay hattınıza ücretsiz tanımlanacaktır. 10.05.2019 itibariyle Turbo fırsat paketinizin ücreti vergiler dahil 34,90TL olarak güncellenecektir. EK 1GB yerine alabileceğiniz 5TL indirim hakkında bilgi için https://hesabim.li/doavantaj B00*2" şeklinde kısa mesaj gönderildiği, aynı şekilde diğer "turbo" taahhütlü paketlerde de fiyat artışına ve tüketicilere sormaksızın ek GB artışına gidildiği (turbo star paketinde tüketicilere ek 2 gb sunularak 14TL fiyat artışına gidildiği), bu konuda birçok tüketicinin mağdur edildiği, dolayısıyla örnek olarak "turbo fırsat" paketi için "Turkcell Avantaj Kampanyası" kapsamında sunulan 5TL indirimin fiyat artışıyla geçerliliğini yitirdiği, böylece yapılan tanıtımların gerçeği yansıtmadığı ve bu durumun haksız bir ticari uygulama olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Abonelik Sözleşmeleri Yönetmeliği'nin 14 üncü maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-b, , 9,13, 29ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 ve 62 nci maddeleri

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**5)**

**Dosya No: 2019/8576**

**Şikayet Edilen:** **B16 İletişim- Ferhat ÖZKAN**

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.b16iletisim.com](http://www.b16iletisim.com) adresli internet sitesinde yer alan "Faturalı Hatta Nakit" başlıklı reklamlar ile "B16 İletişim" isimli Instagram sosyal medya hesabında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.b16iletisim.com](http://www.b16iletisim.com) adresli internet sitesinde "Faturalı Hatta Nakit Sistemi ile İlgili Merak Edilenler" başlıklı tanıtımlarda; *"İhtiyaçlarınız için gereken finansmanı her zaman bankadan sağlamanız mümkün olmaz. Özellikle kredi skoru düşük kişiler için bankalardan kredi almak zordur. Bu gibi kişilerin alternatifleri ise faturalı hatta borç transferi sağlayan firmalardır. Faturalı hatlar için uygulanan kredi sistemiyle 500 ila 7500TL arasından bir finansman çekebilirsiniz (...) İşlemlerimiz Bursa mağazamızda geçerlidir tüm işlemlerimiz yasal olup uzaktan kesinlikle işlem yapılmamaktadır.(...) Faturalı Hatlara Anında Nakit/ Nakit İhtiyacınızı Giderelim*" şeklinde ifadelere yer verildiği,

Aynı şekilde "b16iletisim" isimli Instagram hesabında "*En az 6 aylık faturalı hattınız var ise 1000-9500TL nakit alabilirsiniz. İşlemlerimiz Bursa'da mağazamızda gerçekleşmekte ve 25 dakika sürmektedir. Başvurmak için mesaj gönderebilir veya 02242521649-05050656329 arayabilirsiniz*." şeklinde tanıtımlara yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan değerlendirme sonucunda, telekomünikasyon firmalarından faturalı hat aboneliğiyle taksitle cihaz satan alan ve paraya ihtiyacı olan tüketicilere cihaz karşılığında firma tarafından nakit kredi sağlandığı anlaşılmış olup, böylece tüketiciler nezdinde firmadan faturalı hat sahipleri için cihaz karşılığında kredi alınabildiği izlenimi uyandırıldığı, böylece firmanın kredi kuruluşu olarak hareket ettiği ve fakat bu durumun 5411 sayılı Bankacılık Kanunu’nun; “Tanım ve kısaltmalar” başlıklı 3 üncü maddesinde yer alan; *“Bu Kanunun uygulanmasında;*(…)*Banka: Mevduat bankaları ve katılım bankaları ile kalkınma ve yatırım bankalarını.*(…)*ifade eder”* hükmü ile “Faaliyet Konuları” başlıklı 4 üncü maddesinde yer alan; *“Bankalar, diğer kanunlarda öngörülen hükümler saklı kalmak kaydıyla aşağıda belirtilen faaliyetleri gerçekleştirebilirler*… *c) Nakdî, gayrin nakdî her cins ve surette kredi verme işlemleri…”* hükmüne aykırılık teşkil ettiği, firma tarafından herhangi bir tüketiciye kredi verme işleminin sağlanamayacağı veya buna aracılık edemeyeceği, dolayısıyla nakit kredi sağlanmasının sadece ilgili mevzuat ile yetkili kılınan kurumlarca ve belirlenen prosedürlere göre gerçekleştirildiği halde mevzuat tarafından yetkili kılınan bir finansal kuruluş gibi kredi verildiği şeklinde firma tarafından yapılan tanıtımların mevzuata aykırı olduğu, tüketicileri yanıltıcı olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5c, 9, 11, 18, 25, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 ve 62 nci maddeleri

- Ek-Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamaların “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” başlıklı maddesinin 3. ve 8. fıkraları

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **B16 İletişim- Ferhat ÖZKAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nc i maddeleri uyarınca **85.480-TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**6)**

**Dosya No: 2019/8632**

**Şikayet Edilen:** **Mozaik İletişim Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından telefon aracılığıyla yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ekim 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Diğer **(**Telefon)

**Tespitler:** Bayi tarafından gönderilen ses kaydı dinlendiğinde, tüketicinin yapmış olduğu internet başvurusuna ilişkin 10 Mbps hızda sınırsız kotasız 77TL” ile “8 Mbps 50GB AKN’li 69TL” şeklinde iki paket sunulduğu, tüketicinin “Bu hangisi Türk Telekom değil mi?” sorusuna “Telekom D-Smart ortak kampanya efendim” şeklinde cevap verildiği, “Almış olduğu internet paketinin yanında 24 ay boyunca ekstra bir ücret ödemeden yararlanabileceğiniz D-Smart uydu alıcısı ve kumandası gönderilir” diyerek uydu alıcısının internet hizmeti yanında ücretsiz olacağı şeklinde bir tanıtım yapıldığı, tüketicinin “ Şimdi bu internet D-Smart mı Türk Telekom mu ben anlamadım hala” şeklindeki sorusuna da “Türk Telekom altyapısıyla D-Smart olarak gönderilir efendim” diyerek cevap verildiği, Türk Telekom altyapısının kullanıldığı ve herhangi bir çekme sorunu yaşanmayacağının vaat edildiği, son olarak D-Smart kurulduktan sonra internet kurulumunun gerçekleşeceği bilgisi verildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Başvuru sahibi tüketicinin 01.10.2018 tarihinde firma yetkilileri tarafından arandığı ve "100 Mbps hızda sınırsız kotasız 77TL- 8Mbps 50 GB AKN 69TL" şeklinde iki teklif sunularak internet kampanya tanıtımının yapıldığı, tüketicinin Türk Telekom olduğunu düşünerek sorması üzerine "Telekom- D-Smart ortak kampanya" olduğu yönünde bilgi verildiği, hatta görüşmenin ilerleyen dakikalarında tüketici emin olmak için *"Şimdi bu internet D-Smart mı Türk Telekom mu ben onu anlamadım hala?"* şeklinde sorunca *"Telekom altyapısıyla D-Smart olarak gönderilir"* cevabını aldığı fakat çekim gücü için Türk Telekom altyapısının kullanıldığı, Telekom’la aynı olduğu ve herhangi bir sorun yaşanmayacağının vaat edildiği, üstelik internet paketinin yanında "*sizlere 24 ay boyunca ekstra bir ücret ödemeden yararlanabileceği D-Smart uydu alıcısı ve kumandası gönderilir*" şeklinde uydu bağlantısının ücretsiz olduğunun belirtildiği, önce D-Smart kurulumu yapılacağı ardından internet kurulumuna geleceğinin telefonda söylenmesi üzerine uydu bağlantısı için gelen servis yetkilileri tarafından internet hizmeti karşılığında hediye olduğu söylenerek tüketici uydu talep etmediğini bunun karşılığında herhangi bir ücret ödeyip ödemeyeceğini sorduğunda ücretsiz olduğunun tekrar belirtildiği, ancak daha sonra internet kurulumu için gelindiğinde port olmadığı için bağlanamadığı, tüketici internet paketi karşılığında ücretsiz olduğu vaadiyle bağlatılan uydu hizmetinden hiç faydalanmadığı halde faturaların yansıtıldığı, internet hizmeti almadığı halde sözde ücretsiz-hediye şeklinde tanıtımı yapılan uydu bağlantısına son verilmediği, tüketiciye yanlış bilgi verilerek esas talep ettiği internet hizmetinden faydalanamadığı halde istemediği ve ücretsiz olduğu belirtilen ve üstelik hiç kullanmadığı uydu bağlantısından para tahsil edildiği, tüketiciye gelen kısa mesajlar doğrultusunda aboneliğini iptal edince de cihaz bedeli ve taahhüt süresinden önce iptal sebebiyle 565TL cayma bedeli yansıtıldığı, fakat tüketiciye ne telefonda ne de bağlantı yapılırken cihazın bedeli, taahhüt hakkında bir bilgilendirme yapıldığı, dolayısıyla tüketicinin internet hizmeti talebini yerine getirmeyerek ve yanlış bilgi vererek normal şartlar altında D-Smart uydu abonesi olmayacakken abone yapıldığı, böylece haksız kazanç elde edildiği,

Dolayısıyla tüketiciye yönelik yapılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve yanlış yönlendirici nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, ayrıca tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir işleme taraf olmasına yol açtığı gerekçesiyle bu durumda aldatıcı ihmal neticesinde bir haksız ticari uygulama olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5c, 9, 13, 28, 29, 30 ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 ve 62 nci maddeleri

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Mozaik İletişim Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **6.907. TL** **(Altıbindokuzyüzyedi Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**7)**

**Dosya No: 2019/8645**

**Şikayet Edilen:** **Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“#çoknet tarife Lifecell’de*” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Mayıs 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Söz konusu televizyon reklamlarında ana vaat olarak "Hayattan istediklerin çok net değil mi? Hangi müzikleri dinliyorsun diyorlar her müziğin iyisini dinlerim çok net! Tarihe de meraklıyım, teknolojiye de.  Belgesel de izlerim, dizi de. Hayattan istediklerin çok netse sana gereken çok hızlı internet sana özel fiyatıyla Lifecellde. 3GB internet sadece 29TL. Lifecell Turkcell mağazalarında" ifadelerine yer verildiği, sabit yazıda "3GB+ 1000DK SADECE 29TL" ve " 2GB+500DK ek faydalardır" ifadelerine, altyazıda ise *" Kampanya 08.11.2018-30.06.2019 tarihleri  arasında Lifecell seçmece karışık  1GB paketine yeni gelen aboneleredir. 500DK, 100SMS, 1GB pakete ek olarak Haydi Gel Kampanyası ile 1GB ve Avantajlı Yeni Hat Kampanyası ile 1GB ve 500DK otomatik aktiflenir. Ücretlendirme periyodu konuşmada 6sn, internette 1KB, SMSte 1SMStir. Kampanya bitiminde tarifeden ücretlendirilir. Faydalar devretmez. Hız, şebek yoğunluğu, cihaz vb.ne göre değişir. Turkcell altyapısını 5GBye uygun şekilde geliştirmektedir. 5GB yasal düzenlemeler sonrası sunulabilecektir.* "  ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklam filminde tanıtımı yapılan paket kapsamında temelde 1GB+500DK teklifi sunulduğu ancak tüm Lifecell paketleri için kampanya faydası sunulduğu algısı yaratıldığı, ancak kampanyanın Lifecell seçmece karışık 1GB paketine yeni gelen abonelere yönelik olduğu ve ana vaat niteliğindeki bu bilginin sadece altyazıda yer verildiği, böylece ana vaat-istisna uyumsuzluğu yaratıldığı, tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, üstelik numara taşıma ile başka operatörden "yeni gelen abone" mi yoksa Turkcell'den yeni hat alan "yeni abone"lere yönelik olup olmadığının altyazıdan anlaşılmadığı, bu durumun anlam karışıklığına yol açtığı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

Diğer taraftan, reklam filminin yayınlanan ilk versiyonunda tanıtımı yapılan paketteki faydanın geçerlilik süresine yer verilmediği, 3GB+100DK faydası 12 ay ile sınırlı olduğu bilgisine sadece internet sitesinde yer verildiği, böylece tüketicilerin eksik bilgilendirildiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Abonelik Sözleşmeleri Yönetmeliği'nin 14 üncü maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-b, 7,13, 18 ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 ici maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**8)**

**Dosya No: 2019/8646**

**Şikayet Edilen:** **Millenicom Telekomünikasyon Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma bayii yetkilileri tarafından telefon aracılığıyla yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Aralık 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Diğer **(**Telefon)

**Tespitler:** \*\*\*\*\*\* isimli tüketici tarafından Ttnet’e yapılan başvuru dilekçesinde, 22 Mayıs tarihinde 0212 824 07 48 numaralı telefon hattından “Türk Telekom İnternet Kampanya Merkezi”nden arandığı, yeni yasa ile kotaların artık kalktığı, 8 Mbps kotasız internete 96,5TL ödediği ancak Millenicom ile devam etmesi durumdan 16 Mbps hızdan 87TL’ye faydalanabileceğinin söylendiği, tüketicinin tekrar nereden aradıklarını sorması üzerine “Türk Telekom İnternet Hizmetlerinden” şeklinde cevap verildiği, neden farklı firmanın kampanyasını tanıttığını sorduğunda ise bulunduğu lokasyon itibariyle 2 hizmet sağlayıcı olduğunu söylemesi ve tüketicinin de Türk Telekom çalışanı olduğunu belirtmesi üzerine telefonun yüzüne kapandığı tekrar aradığında sürekli meşgul çaldığı ifadeleri yer almaktadır.

Aynı telefon numarası hakkında internette yapılan sorgulamalarda benzer nitelikte şikayetlerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Firma bayisi/ yetkilisi/ çözüm ortağı tarafından muhtelif birçok tüketicinin “Türk Telekom İnternet merkezinden” arandığı söylenerek "a*dil kullanım kotası kalktığı, yasal zorunluluk gereği paketinin değiştirileceğinin söylendiği, ttnet ile devam ederseniz 114TL, Millenicom'a geçmeniz halinde 84TL*" şeklinde yanlış bilgi verildiği, hatta "*bugün itibariyle geçmelisiniz, yoksa 2 kat fiyat ödersiniz" ş*eklinde zaman sınırı koyarak tüketicinin tercih yapması konusunda zorlandığı, böylece "Ttnet" adını kullanarak ve tüketicilere Millenicom'un daha uygun olduğu belirtilerek Ttnet müşterilerinin taahhütleri bitmediği halde "yasal zorunluluk" adı altında sözleşme yenilemeye zorlandığı, Ttnet abonelik sözleşmesi bitmediği halde telefondaki teklifi onaylayan ve firma abonesi olan tüketicilerin taahhüt cezası ödemek zorunda bırakıldığı, Ttnet firmasının itibarından haksız biçimde yararlanıldığı, Ttnet ‘in ismiyle firma lehine haksız kazanç elde edilmek istendiği, bu durumun haksız rekabete neden olduğu, ayrıca Ttnet abonelere yönelik yapılan bu aramaların haksız ticari uygulama niteliğinde olduğu,

Dolayısıyla telefon aracılığıyla yapılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve yanlış yönlendirici nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, ayrıca tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir işleme taraf olmasına yol açtığı gerekçesiyle bu durumda aldatıcı ihmal neticesinde bir haksız ticari uygulama olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu uygulamanın;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5c, 9, 13, 28, 29, 30 ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Millenicom Telekomünikasyon Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nc i maddeleri uyarınca **8.546 TL TL (Sekizbinbeşyüzkırkaltı Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**9)**

**Dosya No: 2019/8820**

**Şikayet Edilen:** **Vodafone Net İletişim Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "*Vodafone Evde İnternet'te Memnuniyet Dönemi Başlıyor*" ve *"Vodafone Evde İnternet'te Memnuniyet Dönemi Tüm Hızıyla Devam Ediyor*" başlıklı reklamlar hakkında Reklam Kurulu tarafından tesis edilen durdurma cezalarının ihlal edildiği iddiası

**Reklam Yayın Tarihi:**  Nisan-Temmuz 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** 09.04.2019 tarih ve 283 sayılı Reklam Kurulu’nda durdurma cezası verilen "Vodafone Evde İnternet'te Memnuniyet Dönemi Başlıyor" başlıklı televizyon reklamlar hakkında yapılan inceleme doğrultusunda söz konusu ceza tebligatının firmaya tebliğinin akabinde yayından kaldırıldığı, [www.vodafone.com.tr](http://www.vodafone.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan “2 günde kurulum, hızlı arıza çözümü” ifadelerinin de internet sitesinden kaldırılması gerektiğine dair uyarı neticesinde kaldırıldığı,

12.07.2019 tarih ve 286 sayılı Reklam Kurulu’nda durdurma cezası verilen *"Vodafone Evde İnternet'te Memnuniyet Dönemi Tüm Hızıyla Devam Ediyor*” başlıklı televizyon reklamlarının yayından kaldırıldığı;

hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan firma tarafından televizyon reklamlarının derhal kaldırıldığı, internet sitesinde gerekli düzeltmelerin yapılması için firmaya tanınan süre sonucunda ifadelerin kaldırıldığı tespit edilmiş, yapılan düzeltme sonrası <https://www.vodafone.com.tr/Net/evde-internet.php> adresli internet sitesindeki ifadelerin genel, sübjektif ifadeler olduğu değerlendirilmiş ve ***mevzuata aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**10)**

**Dosya No: 2019/9026**

**Şikayet Edilen:** **Mozaik İletişim Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından telefon aracılığıyla yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ekim 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Diğer **(**Telefon)

**Tespitler:** \*\*\*\*\*\* isimli tüketiciye ait dilekçe incelendiğinde, tüketicinin aranarak mevcut internet taahhüdünüz bitmek üzere olduğu, Ttnet’in artık özelleştiği ve iflas ettiği, hizmetin artık bir zorunluluk olarak Ttnet ile anlaşmalı Superonline ya da D-Smart’tan alınması gerektiği şeklinde yanlış bilgi vererek kampanya tanıtımı yapıldığı ve D-Smart’ın daha uygun olduğunun belirtildiği, bunun üzerine tüketicinin D-Smart’a geçmeye onay verdiği, ardından tüketici kendisine verilen bilgilerin yanlış olduğunu tespit etmesi üzerine D-Smart aboneliğinin derhal iptalini talep ettiği anlaşılmaktadır.

Bunun üzerine firmadan ses kayıtları talep edilmiş ancak teklifin sunulduğu ilk kayıt gönderilmemiştir. Tüketicinin şikayet talebi üzerine yapılan aramaya ilişkin ses kaydı incelendiğinde ise, tüketicinin “*sözleşme süreniz dolmak üzere, Türk Telekom satıldı, özelleşti, D-Smart’a geçmeniz gerekiyor*” denmesi üzerine interneti kesilmesin diye daha uygun olan D-Smart’a geçmeyi kabul ettiğini, durumu anlayınca da Türk Telekom’a kandırıldığına dair dilekçe verdiğini, tüketici haklarına başvurduğunu, iptal talebinde bulunduğunu müşteri temsilcisine anlatması üzerine müşteri temsilcisi tarafından “*Sizler yine Ttnet’e devam ediyorsunuz, kusura bakmayın zaten bir sözleşme yok sıkıntı olmayacak şikayet kaydınız oluşturuldu yasal işlem başlatılacak, merak etmeyin*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Firma tarafından Ttnet ‘in kötülenerek özelleştiği/iflas ettiği şeklinde tüketici nezdinde firmanın itibarını zedelendiği, Ttnet abonelerine firmaya abone yapmak için yanlış bilgi verildiği, firma lehine haksız kazanç elde edilmek istendiği, bu durumun haksız rekabete neden olduğu, ayrıca Ttnet abonelere yönelik yapılan bu aramaların saldırgan haksız ticari uygulama niteliğinde olduğu,

Dolayısıyla telefon aracılığıyla yapılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve yanlış yönlendirici nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, ayrıca tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir işleme taraf olmasına yol açtığı gerekçesiyle bu durumda aldatıcı ihmal neticesinde bir haksız ticari uygulama olduğu,

Diğer taraftan, konuya ilişkin açıklamaları ile birlikte tüketiciye kampanya teklifinin sunulduğu ilk telefon görüşmesi olmak üzere müşteri temsilcileri ile yapılan görüşmelerin ses kayıtları firmadan talep edildiği halde ilk görüşme gönderilmediği fakat tüketicinin şikayet talebi üzerine arandığı ses kaydı incelendiğinde tüketicinin başından geçen durumu özet geçerek kandırıldığını belirttiği, böylece firma tarafından telefon aracılığıyla yapılan tanıtımların haksız ticari uygulama olmadığının ispatlanamadığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu uygulamanın;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5c, 9, 13, 28, 29, 30 ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 ve 62 nci maddeleri

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Mozaik İletişim Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nc i maddeleri uyarınca **6.907. TL (Altıbindokuzyüzyedi Türk Lirası)**  **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**11)**

**Dosya No: 2019/9643**

**Şikayet Edilen:** **Superonline İletişim Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma bayii yetkilileri tarafından telefon aracılığıyla yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Ocak 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Diğer **(**Telefon)

**Tespitler:** Tüketicinin bayi çalışanı tarafından verilen kartvizitte “*Eski internet aboneliğinizden cayma bedelini biz karşılıyoruz. Tatile, memlekete gittiğinizde boş yere fatura ödetmiyoruz. Çocukları ve aileleri istemediğiniz sitelerden koruyoruz.”* şeklinde ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

Ayrıca, firma tarafından tüketiciyle yapılan görüşmelere ilişkin herhangi bir ses kaydı gönderilmemiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Başvuru sahibi tüketicinin firma müşteri temsilcisi \*\*\*\* tarafından 26.03.2019 tarihinde aranarak tüketicinin ikamet ettiği apartmana Superonline altyapısı kurulduğu söylenerek abone yapılmak istenmiş ancak tüketicinin halihazırda Türk Telekom aboneliği olduğunu belirtmesi üzerine Türk Telekom tarafından yansıtılacak tüm taahhütname cezası cayma bedelinin koşulsuz biçimde Superonline tarafından karşılanacağı vaat edilmesi üzerine, tüketicinin taahhüdü devam eden Türk Telekom aboneliğini sonlandırmak suretiyle firmadan internet hizmeti almaya başladığı, ardından, Türk Telekom tarafından tüketiciye 30.04.2019 son ödeme tarihli 959,94TL taahhüt iptal bedeli fatura yansıtıldığı, tüketici bu cayma bedeli faturasını bayiye götürdüğünde 250TL'ye kadar cayma bedeli faturalarının mahsup edilebildiği, tamamının ödenmeyeceğinin söylendiği,

Fakat tüketiciye gerek bayi çalışanı tarafından telefonda cayma bedelinin tamamının Superonline tarafından karşılanacağı vaadinin gerekse söz konusu çalışan tarafından tüketicilere dağıtılan kartvizitte *"Eski internet aboneliğinizden cayma bedelini biz karşılıyoruz. Tatile, memlekete gittiğinizde boş yere fatura ödetmiyoruz. Çocukları ve aileleri istemediğiniz sitelerden koruyoruz."* ifadelerinin gerçeği yansıtmadığı, tüketicinin bu cazip teklif karşılığında mevcut aboneliğini sonlandırdığı, aksi takdirde taahhüt cezası ödeyeceğini bildiği halde mevcut internet aboneliğini sonlandırıp normal şartlar altında firma abonesi olmayacağı, böylece tüketicinin güvenini kötüye kullanılmak suretiyle yanıltıldığı,

Dolayısıyla telefon aracılığıyla yapılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve yanlış yönlendirici nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, firma bayisi tarafından tüketici ile yapılan telefon görüşmesine ilişkin ses kaydının sunulamadığı, ayrıca tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir işleme taraf olmasına yol açtığı gerekçesiyle bu durumda aldatıcı ihmal neticesinde bir haksız ticari uygulama olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu uygulamanın;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5c, 9, 13, 28, 29, 30 ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 ve 62 nci maddeleri

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Superonline İletişim Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nc i maddeleri uyarınca **8.546-TL (Sekizbinbeşyüzkırkaltı Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**12)**

**Dosya No: 2019/9644**

**Şikayet Edilen:** **Ttnet A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “*İnternetsiz Ev Kalmasın”* başlıklı kampanya tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:**  2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://bireysel.turktelekom.com.tr> adresli internet sitesinde yapılan "İnternetsiz Ev Kalmasın" başlıklı kampanya tanıtımlarında; *"Evde internet artık çok uygun fiyata! Siz de Türk Telekom evde internete gelin, sizin de eviniz internetsiz kalmasın. Her şey dahil fiyat ve evinize kadar ücretsiz kurulum fırsatıyla limitsiz internet paketleri burada sizleri bekliyor. Fiber İnternet 20GB her şey dahil 29,90TL"*  ifadelerine yer verildiği, detaylar kısmında “ *İnternetsiz ev kalmasın kampanyası 30 Eylül 2019’a kadar geçerli olup bireysel müşteriler için geçerlidir. Kampanyadan bireysel yeni müşterilerimiz 24 ay taahhüt vererek yararlanabilir. Kampanya fiyatları 24 ay boyunca indirimli her şey dahil fiyatlar olup taahhüt süresi sonunda seçilen paketin yürürlükteki fiyatı geçerlidir. Alo paket erişimi ile internet bağlantısı tercih edildiğinde Alo Paket aylık sabit ücreti (20TL) İnternetsiz Ev Kalmasın Kampanyası kapsamında 24 ay boyunca aylık 10TL olup kampanya ücretlendirme tablosundaki fiyatlara dahildir. Kampanya süresi sonrasında hizmetin yürürlükteki tarife ücreti geçerlidir. Sabit telefon hattı olmayan abonelerin başvurularında bir defaya mahsus olarak alınan 16TL (vergiler dahil) Alo Paket Bağlantı Ücreti kampanya kapsamında ücretsizdir. Türk Telekom sabit hattı olan abonelerden bir defaya mahsus olarak alınan 16TL( vergiler dahil) Alo Paket Geçiş ücreti kapsamında 10TL’dir. Kampanya kapsamında istendiği takdirde, Alo dakika paketlerinden birini seçerek Alo Paket hizmetinden yararlanabilirsiniz.”* ifadelerine yer verildiği,

Billboard reklamlarında ise ana vaatte *" Limitsiz İnternet Her şey dahil 29,90TL/Ay*" ifadesine, altyazıda “*Yeni gelen bireysel evde internet abonelerine, 24 ay taahhütle*” ile “*30.06.2019’a kadar bireysel aboneler için geçerlidir. Paket kapsamında sunulan 20 GB, 4 Mbps’ye kadar hızla kullanılabilirken paket tüketildiğinde hız 1 Mbps’ye kadar uygulanacak ve fatura dönemi sonuna kadar kullanabilecektir. Evde kurulum ücretsizdir. Modem ücreti ayrıca tahsil edilir. Damga vergisi bir defaya mahsus yansıtılır. İptalde cayma bedeli faturalandırılır. Taahhüt sonunda güncel fiyatlar uygulanır. Detaylı bilgi:* [*www.turktelekom.com.tr*](http://www.turktelekom.com.tr)” ifadelerine yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “İnternetsiz Ev Kalmasın” başlıklı kampanyaya ilişkin internet sitesinde ve billboard reklamlarında fiyat, hız, taahhüt konularında gerekli bilgilendirmelerin yapıldığı, tanıtımı yapılan paketin BTK onaylı limitsiz ve kotasız bir paket olduğu, bağlantı ücretinin her şey dahil fiyata dahil olduğu ancak alo paket ücretinin tüketicinin tercihine bırakıldığı ve bu bilgiye internet sitesinde yer verildiği tespit edilmiş olup söz konusu kampanyaya ilişkin tanıtımlarda herhangi bir eksik bilgilendirme bulunmadığı gerekçesiyle söz konusu tanıtımların ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No: 2019/9648**

**Şikayet Edilen:** **Mozaik İletişim Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından telefon aracılığıyla yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Mayıs 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Diğer (Telefon)

**Tespitler:** Firma tarafından tüketiciye ilk teklifin sunulduğu aramaya ilişkin ses kaydı gönderilmemiştir. Tüketicinin şikayeti üzerine müşteri temsilcisi ile yapmış olduğu telefon görüşmesinde ise, tüketicinin “ 1 Mayıs’ta beni aradınız, taahhüdünüz bitmiş dediniz, gelip bağladınız ama benim taahhüdüm Telekom’da 2020’ye kadar devam ediyor, ben sizin aboneliğinizi iptal etmek istiyorum” şeklinde beyan verdiği, “yarın aranacaksınız” denerek ertesi gün arandığında ise müşteri temsilcisi tarafından tüketiciye “*Haklı bulunmuşsunuz. Cayma bedeli yansıtılmaması için kayıt açacağım şimdi. İptal talebini dilekçe ile göndereceksiniz faks ile ya da en yakın bayiden. Sadece TV’den devam etme şansınız var. Sizin yerinize internet kullanacak biri var mı? TV’ye devam edin. Üyeliği 3 ay donduralım. Ailenizden başka birine yararlandırabilirsiniz. 0 abone gibi olmayın*.” şeklinde tanıtım yapılması üzerine tüketicinin “*Türk Telekom’dan arıyoruz dediler, bugün internetiniz sona erdi. Bugün onay verirseniz 89TL, kabul etmezseniz 150TL dediler, ben de ona istinaden kabul ettim, sonra Telekom’u aradım Mayıs 2020’ye kadar devam ettiğimi öğrendim*” diyerek ve müşteri temsilcisinin tekliflerini kabul etmeyerek iptal talebinde bulunduğu hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Başvuru sahibi tüketicinin, firma bayisi tarafından 01.05.2019 tarihinde arandığı, bayi çalışanının tüketiciye *"Türk Telekom tarife kontrol biriminden"*  aradığını söylediği, mevcut internet taahhüdünün bitmek üzere olduğu, yeni abonelik yapmasının zorunlu olduğu aksi takdirde yüksek meblağda ücret ödeyeceği, bugün onay verirse 89TL, kabul etmezse daha sonra 150TL olacağı söylenerek tüketicinin tercih yapmaya zorlandığı, ardından D-Smart kampanya tanıtımı yapıldığı, bunun üzerine tüketicinin D-Smart'a geçmeye onay verdiği, 10.05.2019 tarihinde *"D-Smart İnternet Yalın ADSL süreciniz başlamış olup ilgili ekip 2019-05-10 13:00 12:30 arasında sizi ziyaret edecektir*" şeklinde kısa mesaj gönderildiği, ardından tüketici kendisine verilen bilgilerin yanlış olduğunu tespit etmesi, mevcut taahhüdünün Mayıs 2020'ye kadar devam edeceğini öğrenmesi üzerine D-Smart aboneliğinin derhal iptalini talep ettiği, tüketicinin mağdur edildiği, ayrıca firma lehine haksız kazanç elde etme amacıyla taahhütleri devam eden Ttnet abonesi tüketicileri firmaya abone yapmak için bayiler tarafından kasten yanlış bilgi verildiği, bu durumun haksız rekabete neden olduğu, ayrıca Ttnet abonelere yönelik yapılan bu aramaların haksız ticari uygulama niteliğinde olduğu,

Dolayısıyla telefon aracılığıyla yapılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve yanlış yönlendirici nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, ayrıca tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir işleme taraf olmasına yol açtığı gerekçesiyle bu durumda aldatıcı ihmal neticesinde bir haksız ticari uygulama olduğu,

Diğer taraftan, konuya ilişkin açıklamaları ile birlikte tüketiciye kampanya teklifinin sunulduğu ilk telefon görüşmesi olmak üzere müşteri temsilcileri ile yapılan görüşmelerin ses kayıtları firmadan talep edildiği halde ilk görüşme gönderilmediği fakat tüketicinin şikayet talebi üzerine arandığı ses kaydı incelendiğinde tüketicinin başında geçen durumu özet geçerek kandırıldığını belirttiği, böylece firma tarafından telefon aracılığıyla yapılan tanıtımların haksız ticari uygulama olmadığının ispatlanamadığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5c, 9, 13, 28, 29, 30 ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 ve 62 nci maddeleri

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Mozaik İletişim Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nc i maddeleri uyarınca **8.546-TL (Sekizbinbeşyüzkırkaltı Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**14)**

**Dosya No: 2018/279**

**Şikayet Edilen: Mynet Medya Yayıncılık Ulusl. Elek. Bilgilendirme ve Haberleşme Hiz. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.mynet.com](http://www.mynet.com) adresli internet sitesinde, 15.01.2018 tarihinde yayınlanan "Yoksa gerçek ruh eşin Netflix mi? Anlamak için 8 işaret!" başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.01.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu, [www.mynet.com](http://www.mynet.com) adresli internet sitesinde, 15.01.2018 tarihinde yayınlanan "*Yoksa gerçek ruh eşin Netflix mi? Anlamak için 8 işaret!*"başlıklıyazıda;

*“Her şey ne kadar da masum başlamıştı… Önce ruh halin ne olursa olsun Netflix’in hep yanında olduğunu keşfettin. Keyifsiz olduğunda neşelendiriyor, canın sıkıldığında güldürüyor. Ve artık Netflix ile vakit geçirmeye can atar hale geldin! “Netflix ile ilişki mi yaşıyorum acaba?” diye merak ediyorsan, işte gerçek ruh eşinin Netflix olduğunu gösteren sekiz işaret…*

*Benzemez kimse sana. Uzun ve yorucu bir günün sonunda tek yapmak istediğin eve gelip Netflix’i açmak. Ayaklarını uzatıp en sevdiğin dizileri ve filmleri izlemek için sabırsızlanıyorsun. Ve Netflix her zaman seçimi sana bırakıyor; ister Black Mirror’un yeni bir bölümüne kilitleniyorsun, ister daha önce sayısız kere izlediğin The Crown’a.*

*Uykusuz her gece. “Tek bölüm izleyip kapatacağım!” diyorsun, ama içten içe bunun imkansız olduğunu biliyorsun. Dizi maratonu yapmak (hatta bazen bir dizi yayınlanır yayınlanmaz ilk 24 saat içinde sezonun tüm bölümlerini izleyerek “dizi maratonu yarışı” yapmak) için uykusuz kalmayı göze alıyorsun. Ertesi gün gözlerinin altındaki mor halkaları aşkının nişaneleri addediyorsun.*

*Sen nereye Netflix oraya. Spor salonunda, toplu taşımada, hatta bazen tuvalete giderken bile yanından ayırmıyorsun. İstediğin yapımları mobil cihazlarına indirip, istediğin yerde ve istediğin zaman internet bağlantın olmadan seyrediyorsun.*

*Seni senden iyi tanıyor. Netflix nelerden hoşlandığını çok iyi biliyor. İzleme geçmişine bakarak, sana izlemekten keyif alacağın içerikler öneriyor. Üstelik onunla ne kadar zaman geçirirsen seni o kadar iyi tanımaya başlıyor, izleme önerileri de o kadar isabetli oluyor. Öyle ki Netflix karşına çıkarıyorsa, hiç sevmem dediğin içerikleri bile seviyorsun.*

*Sırlarınız var. Aranızdaki ilişkinin bu denli güçlü olmasının sebeplerinden biri de Netflix’in başka kimseye söyleyemediğin bazı sırlarını bilmesi. İzleme geçmişindeki istediğin film ve dizleri silebiliyorsun. Tek yapman gereken “Hesap’ altındaki “İzleme Etkinliği”ne giderek istediğin yapımları silmek. Merak etme, Netflix’in ağzı sıkı.*

*Sana küçük sürprizler yapıyor. Tam da artık “her şeyi tükettiğini” düşündüğünde, Netflix seni heyecanlandıran yeniliklerle çıkageliyor. Her zaman hoşuna giden yeni bir şeyler buluyorsun onda, çünkü Netflix her ayın başında (ve süresince) kütüphanesine yeni diziler, filmler ve belgeseller ekliyor. Yani sürprizleri hiç bitmiyor.*

*Arkadaşlarınla tanıştırıyorsun. Hem “ruh ikizin” hem de arkadaşlarınla (daha önce Netflix yüzünden ektiklerin de dahil) vakit geçirebilmek için arkadaşlarını eve davet ediyorsun. Birlikte dizi ve film seyrediyor, ortak izledikleriniz hakkında konuşuyor ve böylece ilişkilerinizi güçlendiriyorsunuz.*

*Netflix’i olmayan biriyle asla. Birlikte olduğun kişinin seninle tutkularını paylaşması şart. Olmazsa olmazın, Netflix’i sevmesi. Hadi itiraf et, bazen dışarı çıkmak yerine sevgilini eve davet etmenin sebebi, Netflix izlemeye devam edebilmek. İlişki bittiğinde ise aklında şu soru oluyor: “Acaba Netflix şifresini değiştirecek mi?”*şeklinde, Netflix isimli internet TV platformu ile ilgili övücü ve talep yaratıcı ifadelere ve "Netflix" ve "Love" ibarelerinin yer aldığı bir görsele yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu yazıda; *"Benzemez kimse sana. Uykusuz her gece. Sen nereye Netflix oraya. Seni senden iyi tanıyor. Sırlarınız var. Sana küçük sürprizler yapıyor. Arkadaşlarınla tanıştırıyorsun. Netflix'i olmayan biriyle asla."* şeklinde başlıkların kullanıldığı, ilgili başlıkların bir haberden ziyade, içerisinde muhtelif sloganlar yer alan tipik bir reklam metni niteliğinde olduğunun görüldüğü,

Bununla birlikte; *“İslediğin yapımları mobil cihazlarına indirip, istediğin yerde ve istediğin zaman internet bağlantın olmadan seyrediyorsun. Netflix nelerden hoşlandığını çok iyi biliyor. İzleme geçmişine bakarak, sana izlemekten keyif alacağın içerikler öneriyor. Üstelik onunla ne kadar zaman geçirirsen seni o kadar iyi tanımaya başlıyor, izleme önerileri de o kadar isabetli oluyor. Aranızdaki ilişkinin bu depüryüçlü olmasının sebeplerinden biri de Netflix’in başka kimseye söyleyemediğin bazı sırlarını bilmesi. İzleme geçmişindeki istediğin film ve dizleri silebiliyorsun. Tek yapman gereken "Hesap' altındaki "İzleme Etkinliği "ne giderek istediğin yapımları silmek. Merak etme*, *Netflix 'in ağzı sıkı. Her zaman hoşuna giden yeni bir şeyler buluyorsun onda, çünkü Netflix her ayın başında (ve süresince) kütüphanesine yeni diziler, filmler ve belgeseller ekliyor*” şeklindeki ifadelerin ise açık bir biçimde Netflix isimli platformun tanıtımına yönelik olduğu, platformun neredeyse tüm özelliklerine detaylı bir biçimde yer verildiği, bu doğrultuda söz konusu ifadelerin hem talep yaratıcı hem de tüketicileri yönlendirici ve teşvik edici nitelikte olduğu,

Diğer taraftan söz konusu yazının dizi haberleri kategorisinde yayınlandığı dikkate alındığında, içeriğinin haber niteliğinde olmasının beklendiği, ancak söz konusu yazıda haber verme ya da okuyucuları bilgilendirme amacının dışına çıkılarak tüketici tercihlerini bilinçli olarak yönlendirebilecek şekilde adı geçen markanın övüldüğü ve adı geçen platformun sunduğu hizmetlerin satın alınmasının teşvik edildiği ve dolayısıyla Netflix markasının örtülü reklamının yapıldığı kanaatine varıldığı;

Bu nedenle söz konusu yazının örtülü reklam yönüyle;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6/1, 6/3, 22/1, 22/2, 23/1 inci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, mecra kuruluşu sıfatıyla **Mynet Medya Yayıncılık Ulusl. Elek. Bilgilendirme ve Haberleşme Hiz. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**15)**

**Dosya No: 2017/2241**

**Şikayet Edilen: Nurs Lokman Hekim Gıda Tarım Bitki ve Botanik Medikal San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:**Nurs TV isimli televizyon kanalında Kasım 2016 döneminde muhtelif günlerde yayınlanan “Aynı Safa Mantar Kremi” isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: Nurs TV isimli televizyon kanalında Kasım/2016 döneminde muhtelif günlerde yayınlanan *“Aynı Safa Mantar Kremi”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“El, ayak ve tırnak mantarlarından şikayetçi olanlar. Bu mantarların sebep olduğu kaşıntılardan, yaralardan, kötü kokulardan, çatlaklardan bıkanlar. Bundan kurtulamayanlar, işte size mucize çözüm. Uzmanlar açıklıyor…Bu kremle mantar sorununuza artık dur diyeceksiniz. Sıkı durun, bu mucize krem tanıtım amaçlı kısa bir süre için sadece 29 lira, Hemen arayın bu fırsatı kaçırmayın, mantar sorununuza artık dur deyin. Unutmayın! Bu ürün kimyasal değil, ünlü uzman hocaların bahsetmiş olduğu aynı safa bitkisidir….”* şeklindeifadelere ve ekran görüntüsünde *“Kaşıntıya, yaralara, kötü kokuya, çatlaklara son! Aynı Safa Mantar Kremi. 0212 496 01 01”* yazılı ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ve tanıtımı yapılan kozmetik ürünün mantardan kaynaklanan kaşıntı, yara, çatlak ve kötü kokuları tedavi edeceğine dair endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Ayrıca, “Aynı Safa Mantar Kremi” isimli ürüne ilişkin reklamlarda *“Bu mucize krem tanıtım amaçlı kısa bir süre için sadece 29 lira. Hemen arayın bu fırsatı kaçırmayın.”* şeklinde ifadelere yer verilerek doğrudan satış reklamları ile ilgili olarak mevzuatta yer alan *“Bu tür reklamlarda; ilk kez, son, sadece, tek bir sefer, sınırlı satış, hepsi satılmak üzere, satıldı satılacak gibi ifadelerle tüketiciler mal veya hizmeti satın almaya teşvik edilemez.”* hükmüne aykırı hareket edildiği,

Son olarak, “Aynı Safa Mantar Kremi” isimli ürünlere ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu, Prof. Dr. Ahmet Maranki ve Dr. Feridun Kunak isimli tanınmış kişilere ait ifadelerin izinsiz şekilde kullanıldığı ve söz konusu şahıslar tarafından verilen beyanların, reklamı yapılan kozmetik ürüne ilişkin olarak söylenildiği izlenimi yaratılarak, söz konusu kişilerin toplumda sağlamış olduğu itibardan haksız yararlanıldığı;

Açıklanan gerekçeler ile söz konusu reklamların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanları ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5 inci ve 7 nci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/6, 7/8-ç, 11 inci, 16 ncı, 26 ncı, 27 nci ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

 hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, mecra kuruluşu sahibi **Nurs Lokman Hekim Gıda Tarım Bitki ve Botanik Medikal San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **11.625-TL (Onbirbinaltıyüzyirmibeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**16)**

**Dosya No: 2019/706**

**Şikayet Edilen: Eruslu Sağlık Ürünleri Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Sleepy Natural Ultra Hassas” markalı bebek bezi ürünlerine yönelik olarak [www.sleepy.com.tr](http://www.sleepy.com.tr) adresli internet sitesinde ve ürün ambalajı üzerinde 2019 yılı içerisinde yer alan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet-Ambalaj

**Tespitler:** “Sleepy Natural Ultra Hassas” isimli bebek bezine ilişkin olarak [www.sleepy.com.tr](http://www.sleepy.com.tr) adresli internet sitesinde ve ürün ambalajı üzerinde; *“Dünya’da ilk defa/ilk ve tek 3’ü bir arada!. Saf (Saf su ile dokunmuş yumuşacık dış yüzey) Doğal (Doğal Bambu Özlü Gelişmiş Emici Bölge) Organik (Kuruluğu Arttıran Organik Pamuk Lifleri”* ifadelerine yer verildiği **t**espit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tanıtımlarda yer alan *“Dünya’da ilk defa/ilk ve tek 3’ü bir arada!”* ifadesinin ispatına ilişkin olarak sunulan çalışmanın, tanıtımı yapılan ürünün saf, doğal ve organik bileşenleri bir arada içeren Dünya’da ilk ve tek bebek bezi olduğu iddiasını desteklemede yetersiz kaldığı;

Açıklanan gerekçe ile söz konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9 uncu ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Eruslu Sağlık Ürünleri Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**17)**

**Dosya No: 2019/2037**

**Şikayet Edilen: Hayat Kimya Sanayi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Bingo Oksijen” markalı çamaşır suyuna ilişkin olarak muhtelif televizyon kanalları ile Youtube isimli sosyal paylaşım sitesinde yayınlanan “Çiçek Testi” ve “Boya Testi” temalı reklam filmleri ile mağaza içi tanıtım faaliyetleri.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon-İnternet-Mağaza İçi Tanıtım

**Tespitler:** “Bingo Oksijen” markalı çamaşır suyuna ilişkin olarak muhtelif televizyon kanalları ile Youtube isimli sosyal paylaşım sitesinde yayınlanan “Çiçek Testi” temalı reklam filminde;

*“Zahide Yetiş: Bingo Oksijen hijyeni ile ezber bozmaya devam ediyoruz.*

*Anne: Her yer de çamaşır suyu kokuyor ama.*

*Zahide Yetiş: Tam da zamanında gelmişim Sibel hanım.*

*Çocuk: Anne artık gelebilir miyim?*

*Anne: Temizlik bitmedi daha.*

*Zahide Yetiş: Aaaa neden gelmesin canım.*

*Anne: Odayı havalandırmadım ama.*

*Zahide Yetiş: Sibel Hanım o zaman klorsuz Bingo Oksijeni deneyin.*

*Zahide Yetiş: Bakın oksijenli formülü ile hem kokusu rahatsız etmiyor hem de çiçeğe bile zarar vermiyor. Sibel Hanım’a nefes aldıran hijyen Bingo Oksijen ile geldi, şimdi sıra sizde. ”* ifadelerine ve klorsuz bingo oksijenin bulunduğu kapalı fanus içerisinde yer alan çiçek görseli ile klorlu çamaşır suyunun bulunduğu fanusa konan çiçek görüntülerine karşılaştırmalı olarak yer verilerek, tanıtımı yapılan ürünün bulunduğu fanustaki çiçek tazeliğini korurken klorlu çamaşır suyu bulanan fanustaki çiçeğin solduğunun görüldüğü görüntülere yer verildiği,

*“Boya Testi”* temalı reklam filminde;

*“Zahide Yetiş: Bingo Oksijen hijyeni ile ezber bozmaya devam ediyoruz. Ooo temizlik yeni bitmiş galiba.*

*Anne: Çamaşır suyu ile iyice temizledim her yeri.*

*Zahide Yetiş: Ya gözle görülmeyen kirler, gelin boya testi ile görelim. Tuvaletlerde hijyenin en büyük düşmanı kireç. Acaba çamaşır suyundaki klor kireci tamamen temizliyor mu?*

*Anne: Yıllardır temizliyor sanıyordum, nasıl çıkacak şimdi bunlar?*

*Zahide Yetiş: Bingo Oksijen ile.. Formülündeki mikro baloncuklar gözle görülmeyen kireç lekelerini bile çıkarıyor, hem de klorsuz.*

*Anne: Oh şimdi içim rahat.*

*Zahide Yetiş: Neslihan Hanıma nefes aldıran hijyen şimdi Bingo oksijen ile geldi.”* sesli ifadelerine, ekran görselinde *“Kirece karşı Türkiye’nin en güçlü çamaşır suyu”* yazılı ifadesine ve klozet içerisine ‘kireci gösteren boya’ döküldükten sonra klozetin bir yarısına klorsuz bingo oksijen, diğer yarısına klorlu çamaşır suyunun uygulandığı ve tanıtımı yapılan ürünün uygulandığı alanda herhangi bir kireç kalıntısı kalmazken klorlu çamaşır suyunun uygulandığı alanda kalıntı kaldığının görüldüğü görüntülere yer verildiği,

İstanbul/Şirinevler’de Çağrı Market isimli mağaza içerisinde yer alan tanıtım standında gerçekleştirilen faaliyette, Bingo Oksijen ürünü ile klorlu çamaşır suyu ürününün kullanıldığı çiçek testinin yapıldığı esnada *“Bingoyu attığımızda çiçek ölmedi, ama Domestosu attığımız zaman çiçek öldü”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tanıtım faaliyetinde rakip ürüne ait isme yer verilmesinin Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Karşılaştırmalı Reklamlar” başlıklı 8 inci maddesine aykırı olduğu;

Açıklanan gerekçeler ile söz konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8 inci, 10 uncu ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Hayat Kimya Sanayi A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dâhilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak, **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No: 2019/4648**

**Şikayet Edilen: Taylan SARIKAYA (Taylan Bilgisayar)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.peniskrem.net, [www.peniskrem.biz](http://www.peniskrem.biz) , [www.peniskrem.web.tr](http://www.peniskrem.web.tr) ve [www.peniskrem.xyz](http://www.peniskrem.xyz) adresli internet sitelerinin 22.04.2019 tarihli görünümlerinde yer alan “Penis Kremi” isimli kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.04.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.peniskrem.net, www.peniskrem.biz, www.peniskrem.web.tr ve www.peniskrem.xyz adresli internet sitelerinin 22.04.2019 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Doktor tavsiyeli penis kremi …Büyütücü Krem Penis Kremleri…Eczanede satılan penis büyütücü krem…Bitkisel penis büyütücü krem…Titan Gold küçük penisler için üretilmiş penis büyütücü jel…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ve tanıtımı yapılan ürünlerin cinsel performansı artıracağına yönelik endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

 Açıklanan gerekçe ile söz konusu reklamların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanları ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5 inci ve 7 nci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/8-ç, 26 ncı, ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Taylan SARIKAYA** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde, belirtilen hususlara ilişkin olarak **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**19)**

**Dosya No: 2019/8421**

**Şikayet Edilen:** **Özcan Toker (Erekot Ticaret)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesinde “erekot” isimli hesap üzerinden satışı yapılan “Erekot” markalı muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.01.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.n11.com adresli internet sitesinde “erekot” isimli hesap üzerinden satışı yapılan “E TOKYAR Yara ve Yanık Kremi”, “ETOKHERMO Basur ve Yara Kremi”, “E TOKZEMA Ciltteki kaşıntı ve benzeri problemler kremi” ve “E TOKULTRA Vücut Ağrıları Kas Ağrıları” isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“İçerisinde bulunan etken maddeler nedeniyle vücuttaki egzamayı tedavi etmeye yardımcı olur.”*,

“E TOKSAÇ Saç ve Saç Derisi Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…saç kıran ve dökülen saçları yenilemeye yardımcı olur.”*,

“Varis Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Varisleri tedavi etmeye yardımcı olur.”*,

“TOKGÜN Güneş Öncesi Güneş Sonrası Krem” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Güneş sonrası oluşmuş olan yanıklarda yardımcı olarak kullanılır.”* ve “EREKOT E. Sarımsak Yağlı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İçerisinde bulunan etken maddeleri nedeniyle saç oluşumuna yardımcı olmaya çalışır.”*  ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ve tanıtımı yapılan ürünlerin isimlerinde “Yara, Basur, Varis” gibi ifadelere yer verilmesinin ve söz konusu ürünlere ilişkin olarak kullanılan altı çizili endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Açıklanan nedenlerle söz konusu reklamların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4,7/5-a,7/8-ç, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Özcan Toker Erekot Ticaret** Hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde, belirtilen hususlara ilişkin olarak **durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2019/8423**

**Şikayet Edilen:** **Beyaz Kağıt ve Hijyenik Ürünler Temizlik İnşaat San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Peros” markalı deterjan ürününe ilişkin olarak [www.perosdeterjan.com.tr](http://www.perosdeterjan.com.tr) adresli internet sitesinde ve mağaza içi stantlarda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet-Mağaza içi ilan

**Tespitler:** *“Peros”* markalı deterjan ürününe ilişkin olarak www.perosdeterjan.com.tr adresli internet sitesinin 23.01.2019 tarihli görünümünde; *“Fabrikamız, günde yaklaşık 1.500 ton deterjan üretim kapasitesi ile Türkiye’nin ilk 5 deterjan üreticisi arasında yer almaktadır.”* ifadelerine ve mağaza içi stantlarda yer alan ilanda; *“En Çok Tercih Edilen Markayız.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu iddiaların ispatına ilişkin sunulan bilgi, belge ve araştırma sonuçlarının bahsi geçen iddiaları desteklemede yetersiz kaldığı,

Açıklanan gerekçe ile söz konusu reklamların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/8-a-b-c-ç, 9 uncu ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Beyaz Kağıt ve Hijyenik Ürünler Temizlik İnşaat San. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde, belirtilen hususlara ilişkin olarak **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**21)**

**Dosya No:** **2019/8488**

**Şikayet Edilen: Alaaddin DULKADİR**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.thealaaddin.com/varison-varis-kremi.html> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

 **Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.thealaaddin.com/varison-varis-kremi.html> adresli internet sitesinde yer alan “Varison Varis Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Varis rahatsızlığınız için tamamen doğal içeriğe sahip ve tüm sertifikalarını almaya hak kazanmış kullanıcıları tarafından gerçekten olumlu sonuçları olan varison varis kremini gönül rahatlığı ile kullanabilirsiniz.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda ve ürün isminde yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

-Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c, 5 ve 7 nci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 26 ncı, 32 nci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Alaaddin DULKADİR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**22)**

**Dosya No:** **2019/8490**

**Şikayet Edilen: Hasan GEZER**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.dermosatis.com](http://www.dermosatis.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.dermosatis.com](http://www.dermosatis.com) adresli internet sitesinde “Algae Yağı Çatlak ve Selülit Karşıtı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Vücuttaki yağ dengesinden sorumlu endokrin hormonu düzenli bir şekilde çalışmasına yardımcı olur. Selülitlerin ve çatlağın yarattığı görünümü ve yeni selülit ve çatlağın oluşmasını önlemeye yardımcıdır. Selülitin portakal kabuğu görüntüsünün iyileşmesine yardımcı olur. Göbek bölgesindeki çatlakların görüntüsünün iyileşmesine yardımcı olur.”*  ifadelerine, “Anagain Saç Çıkarıcı Şampuan+Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Anagain, tamamen bitkisel içeriklerden üretilmiş, kullanılan bölgedeki kıl köklerinin beslenmesine yardımcı, gelişme gösteremeyen sarı tüylerin daha kuvvetlenerek saç olarak çıkmasını destekleyen bir üründür. …zayıf saç köklerinin kuvvetlenmesine yardımcı olduğu gibi yeni saç oluşumunu da desteklemektedir.”* ifadelerine, “Delia Collagen Serum Kolajen Destekli Nemlendirici Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kırışıklıkların görünümünü azaltır.”* ifadelerine, “Grand Gnreux Longda Gögüs Toparlayıcı Sıkılaştırıcı Krem” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Göğüs büyütücü, sıkılaştırıcı, göğüs toparlayıcı”* ifadelerine, “Varison Varis Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Varis insanların damar yapısında oluşan deformasyonlardan kaynaklı bir rahatsızlıktır. Oluştuğu bölgede kötü bir görüntüye sebep olmasının yanı sıra oluşturduğu ağrılar sebebiyle yaşam kalitesinin de düşmesine sebep olan bir rahatsızlıktir. Varison Krem ayak derisi ve varis için kullanılır. Varis ağrılarının azalmasına da yardımcı olur.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c, 5 ve 7 nci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 26 ncı, 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren, **Hasan GEZER** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**23)**

**Dosya No:** **2019/8558**

**Şikayet Edilen: Dalan Kimya End. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Dalan Zeytinyağlı Doğal Granül Sabun”ve“Dalan Roxy Matik”isimli ürünlereilişkin olarak ürün ambalajlarında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** “Dalan Zeytinyağlı Doğal Granül Sabun”isimli ürüneilişkin olarak ürün ambalajlarında yer alan tanıtımlarda; *“Zeytinyağlı doğal granül sabun. %100 doğal zeytinyağlı. Paraben, SLES, GMO, fosfat, fitalat, boya içermez. Hassas ciltler için dermatolojik olarak test edilmiştir. Bebeğinizin hassas cildini korumak amacıyla özenle geliştirdiğimiz Dalan Granül Sabun saf ve doğaldır. %100 doğal zeytinyağlı, bitkisel sabundan üretilmiştir. Sentetik deterjan değildir. Hayvansal hiçbir madde içermez. Bitkisel yağlardan üretildiği için yumuşatıcı etkisi sağlar. Doğa dostu. Kolay çözünebilen yapısı ile doğaya zarar vermez. 16 yıkama.”* ifadelerine“Dalan Roxy Matik” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“%100 bitkisel yağlardan üretilen toz sabun. Dermatolojik olarak test edilmiştir. Roxy Matik ile yıkanan çamaşırlar bebeğinizin cildini tahriş etmez. %100 bitkisel yağlardan üretilen Roxy Matik doğaya zarar vermez. Hayvansal hiçbir madde içermez. İlaveten yumuşatıcı kullanımı gerektirmez. Bitkisel yağlardan üretildiği için yumuşatıcı etkisi sağlar. Türkiye’de bir ilk. Roxy Matik kolay kullanım için, özel ayakta duran ve kilitli ambalajı ile sunulan ilk ve tek toz sabundur. ”*ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Dalan Zeytinyağlı Doğal Granül Sabun”isimli ürüneilişkin olarak ürün ambalajlarında yer alan tanıtımlarda yer verilen; *“Doğal granül sabun. Saf ve doğaldır." i*fadeleri ile “Dalan Roxy Matik” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Türkiye’de bir ilk. Roxy Matik kolay kullanım için, özel ayakta duran ve kilitli ambalajı ile sunulan ilk ve tek toz sabundur."* ifadelerinin ispatlanmadığı,

Diğer taraftan “Dalan Zeytinyağlı Doğal Granül Sabun” isimli ürüne ilişkin olarak ürün isminde ve ambalaj üzerinde yer verilen *“doğal”* ifadesinin, ürünün tamamen doğal/doğada bulunan saf içeriğe sahip olduğu algısı yarattığı,

 Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9 uncu, 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Dalan Kimya End. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**SAĞLIK**

**24)**

**Dosya No: 2018/ 8207**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Mehmet KAYA**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait <http://www.opdrmehmetkaya.com/op-dr-mehmet-kaya/> adresli internet sitesi ile <https://tr-tr.facebook.com/pages/category/Publ_c-F_gure/Op-Dr-Mehmet-Kaya-1745223172468584/> adresli sosyal paylaşım internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.05.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.opdrmehmetkaya.com/op-dr-mehmet-kaya/> adresli internet sitesinin 27.5.2019 tarihli görünümündeörnek olarak;"*Ağrısız Çözümler Sunmak... Yüzü, sadece kendi içinde de değil, tüm vücut yapısı ile birlikte değerlendiriyor, gerektiğinde teknolojinin de getirdiği avantajlarla klasik ameliyatları kombine kullanabiliyoruz...Dudaklar, yüzün alt üçte birlik bölümünün merkezini oluşturur ve ifade, iletişim ve cinsel çekicilikte önemli rol oynar. Medyada dahi seksi dudaklarıyla öne çıkan birçok sanatçı biliriz... Göğsünüzün tamamı ya da bir kısmı da alınmış olsa mevcut cerrahi yöntemler ile onarımı mümkündür. Meme onarımında amaç sadece sütyen içerisinde iyi görünmesi değil sütyensiz de iyi görünen göğüsler oluşturabilmektir... Sarkmış ve düz bir kalça görünümü bazı hastalarımız için çok can sıkıcı olabilmektedir. Bugünlerde popüler olan Brezilya popo estetiği ile kalça dolgunluğunuz arttırılabilmekte ve kalçalarınız dikleştirilebilmektedir.*

[https://tr-tr.facebook.com/pages/category/Publ\_c-F\_gure/Op-Dr-Mehmet-Kaya174522317 2468584/](https://tr-tr.facebook.com/pages/category/Publ_c-F_gure/Op-Dr-Mehmet-Kaya174522317%202468584/) adresli internet sitesinin 27.5.2019 tarihli görünümünde örnek olarak; *"Botoks, kronik migren olan kişilerde duygusal sinir uçlarından salınarak ağrıyı başlatan kimyasal ileticiler ibloke ediyor. Böylece cilt altındaki sinir uçlarından santral sinir sistemine ulaşan ağrı yolakları, aktive olamıyor; ağrı beyne ulaşmadan kontrol ediliyor... Burnunuz güzelliğinize gölge mi düşürüyor? Tek bir dokunuşla kendinizde büyük ve doğal değişimler yaratmak isterseniz bize ulaşın... Rinoplasti operasyonu ile burundaki şekil bozuklukları düzeltilip estetik bir görünüm elde edilirken, nefes alma problemleri de aynı operasyon içerisinde düzeltilebilir. Nefes alma problemine sebep olan deformite burun içerisindeki eğrilikler, et büyümeleri ya da burun çatısının dar olması olabilir. Ameliyat öncesi yapılan muayene ile nefes alma probleminin altında yatan sebep ortaya konur ve operasyon sırasında bu bölgeye de müdahale edilebilir... Saç ekimi ile saatler içinde dökülen saçlarınıza ve kaybettiğiniz Özgüvene yeniden kavuşabilirsiniz… Kepçe ya da büyük kulaklar okul yıllarından itibaren kişilerin sosyal hayatlarını olumsuz yönde etkilerler. Hastalar sürekli kendileriyle alay edildiğinden ve özellikle kız çocuklar ve kadınlar saçlarını toplayamamaktan şikayet ederler. Özellikle çocukluk dönemindeki arkadaş baskısı kişilerin psikolojik gelişimini olumsuz olarak etkiler. Bu nedenle kulak operasyonlarında en uygun olan tedavi zamanı çocukların daha çok sosyalleştiği okul çağlarına başlamadan öncesidir. Kepçe kulak onarımı kulak gelişiminin büyük kısmının tamamlandığı 5-6 yaşından itibaren her yaşta yapılabilir."* gibi ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımların, sağlık alanında çalışan söz konusu şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm veren, ilgili mevzuatta tıbbi işlemlere ilişkin izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamını aşan, talep yaratıcı ve diğer sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu,

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 24 üncü maddesi,

-Tıbbi Deontoloji Tüzüğü’nün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/c maddesi,

-Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin29 uncu maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-ğ, 5/1-h, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Op.** **Dr. Mehmet KAYA** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**25)**

**Dosya No: 2018/ 8209**

**Şikayet Edilen: Doç. Dr. Levent AKÇAY**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait <https://www.instagram.com/leventakcay1/?hl=tr> adresli internet sitesi ve <https://tr-tr.facebook.com/DrLeventAkcay/> adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.05.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/leventakcay1/?hl=tr adresli internet sitesinin 27.5.2019 tarihli görünümlerindeörnek olarak; *"Troide bağlı göz hastalığı… Troid hastalığı göz kapağında resimde görüldüğü gibi; göz kapağını yukarı çekebilir yada gözü öne doğru itebilir.
Göz küresi bu durumda kurur ve kornea tabakasında yara oluşur.
Troid hastalarında oluşan bu durum körlüğe bile neden olabilir.
Kapak retraksiyonu dediğimiz bu durumda göz kapağında kapağı kaldırarak kasan müller ve levator kasına müdahale edilmelidir.
Böylece göz kapağı normal sınırına indirilerek gözün kuruması önlenir ve aynı zamanda hastanın estetik görünümü de düzelmiş olur... Lazer ile katarakt cerrahisi gelişen teknolojinin yeni bir alternatifi. Femtosecond laser katarakt cerrahisinde kataraktın kapsülünü ve kataraktı hatasız keser. Acı ağrı yoktur. Böylece hastanın kataraktı rahatlıkla alınır ve mükemmel bir kesim yapılmış olan kapsülün içine yeni bir mercek konur... Harika hocam... Dr. Bey beni hayata yeniden güzel bakıyorum. Bu ameliyatı ve sizi herkese tavsiye ederim. Binlerce teşekkürler."*

https://tr-tr.facebook.com/DrLeventAkcay/ adresli internet sitesinin 27.5.2019 tarihli görünümlerinde örnek olarak; *"Göz kapaklarımız ultraviyole veya genetik faktörlerle kanser üretebilir. 50 yaşın üzerinde göz kapağı kanser oranı artar. Belirtisi; ele gelen şişlik, kitle yada kapak kenarında erime hatta kapak kenarının bozularak kirpiklerin göze batması şeklinde olabilir. Resimde infiltratif bazal kanseri olan bir göz kapağını görüyoruz. Bu tür cerrahilerde kanser acilen alınmalı ve alınan göz kapak bölgesine tamir amacıyla greft yapılmalıdır. İkinci resimde Hughes tarsokonjonktİval greft ve üst kapaktan alınan cilt ile kanser bölgesinden alınan doku yerine yeni doku yapılmasını görüyorsunuz. Göz kapağı kanser cerrahisi tecrübe ve takip gerektiren bir cerrahidir... Gözün üst kapağının düşüklüğüne ptozis diyoruz. Doğumsal yada sonradan gelişebilen bu durumun tek tedavisi cerrahidir. Eğer göz kapağını kaldıran kas çalışıyorsa sadece kas düzeltilerek cerrahi yapılır. Bu işleme Levator kas cerrahisi diyoruz. Bu kas çalışmıyorsa hastaya yeni bir kas yapılır. Bu işleme de frontal askılama diyoruz. Resimde genç erişkin bir hastada kendi göz kapağı kası çalışmadığı için frontal askılama yapıldı. Çok sık yaptığımız bu cerrahide oldukça yüz güldürücü sonuçlar alınmaktadır. Üstte ameliyat öncesi Altta ameliyattan 5 dakika sonrasını görüyorsunuz. Bu tür cerrahiler tecrübe gerektirir. Hastamız daha önce başka bir merkezde bu ameliyatı 2 kez geçirmiş ama yeterli bir düzelme sağlanamamış... Hayırdır sabah sabah doktor nedir bu diyebilirsiniz. Gördüğünüz şey Altın. Göz kapağına takıyoruz. Kolumuza, parmağımıza, boynumuza taktık bir orası mı kaldı diyorsanız aşağıdaki bilgileri okuyalım. Bazı hastalar hipertansiyon, şeker ya da beyin cerrahisinden sonra yüz felci geçirir. Bu felç sonucu göz kapaklarını kapatamaz ve zamanla korneası yani gözün ön tarafı kurur ve yara olur. Şiddetli ağrılar gelişir ve sonucunda körlük gelişir. İşte bu anlattıklarım olmasın diye felçli yüzün olduğu üst göz kapağına Altın ağırlık takıyoruz ve hastanın gözü açılıp kapabiliyor. Göz kurumuyor. Ağrılar gelişmiyor. Körlük olmuyor…* *Dünyada eşi ender bulunan insanlardan ve mesleki becerileri insani ilişkileri mükemmel biridir kendisine diama teşekkür ve başarılar dilerim."* gibi ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımların, sağlık alanında çalışan söz konusu şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm veren, ilgili mevzuatta tıbbi işlemlere ilişkin izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamını aşan, talep yaratıcı ve diğer sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu,

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 24 üncü maddesi,

-Tıbbi Deontoloji Tüzüğü’nün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/c maddesi,

-Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin29 uncu maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-ğ, 5/1-h, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Doç.** **Dr. Levent AKÇAY** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**26)**

**Dosya No: 2019/77**

**Şikayet Edilen: Medes Estetik Güzellik Eğitim Sağlık Hiz. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Eva Çukurambar Güzellik Salonu – Eva Beauty Club Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait <https://tr-tr.facebook.com/evacukurambar/> ve <https://www.instagram.com/explore/locations/201373747078436/eva-cukurambar/> adresli sosyal paylaşım siteleri ile <https://evabeautyclub.com/> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.05.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu internet sitesinde tanıtımı yapılan kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet gösterdiği;

<https://tr-tr.facebook.com/evacukurambar/> adresli internet sitesinin 28.05.2019 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Dermapen bakımlarımız yüz, saç ,el ve boyun bölgesinde, vücutta doku kaybı olan bölgelerde kollajen dokunun arttırılarak cildin yeniden yapılanması için kullanılır. Dermapen uygulaması ile ciltte hasara uğramış dokular yeniden aktive olur ve hızla onarılır.6 ayda bir tekrar edilen bu seanslarla kırışıklık bakımlarında da daha kalıcı sonuçlar elde edilebilir... Epilasyon vücudumuzdaki istenmeyen tüylerin kalıcı bir şekilde yok edilmesidir. ♦️Kalıcı özelliği ve insan sağlığına zarar vermediği FDA tarafından onaylanmıştır. Epilasyona doğru yöntem ile başlanması önemlidir. Hangi yöntemin kişiye uygun olduğuna, uygulama öncesinde uzmanlar, cilt ve kıl yapısını değerlendirerek karar vermelidir. Bu değerlendirme ile epilasyondan beklenen başarı oranı artar ve yan etki ihtimali azalır. ♦️Videoda göründüğü üzere hiçbir nokta atlanmadan geçiliyor ve böylelikle kontrol seanslarına gerek kalmıyor ve direkt sonuca gidiyor. Tüm uygulamaların başarısı efsane teşekkür ediyorum Eva."*

h[ttps://www.instagram.com/explore/locations/201373747078436/eva-cukurambar/](https://www.instagram.com/explore/locations/201373747078436/eva-cukurambar/%22%20%5Ct%20%22_blank) adresli internet sitesinin 28.05.2019 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Dermapen uygulaması ilk seanstan itibaren etkisini göstermeye başlar. İşlem sonrası cilt atlında onarım devam eder ve ciltte canlanma günden güne daha fazla belirgin hale gelir. Hedeflenen sonuca ne kadar seansta ulaşılabileceği, uygulanan bölgedeki problemin boyutuyla doğru orantılıdır. Uygulama yapılan bölgenin güneşten korunması gereklidir... Bir de bonus verelim; özel günlerde oluşan çene bölgesindeki kistik akneleri dermapen ilk seanstan itibaren geçiriyor ve bir daha böyle bir şikayetiniz olmuyor... Altı seans dermapen ile elde ettiğimiz sonuç... Mutlu hafta sonları kalıcı epilasyon 6. Seansımız sonrası 4 mevsim yapılan son sistem soğuk başlık epilasyon ile siz neden kuğu gibi boyuna sahip olmayasınız.",*

 <https://evabeautyclub.com/> adresli internet sitesinin 28.05.2019 tarihli görünümünde örnek olarak; *"Lazer epilasyon işlemi ilk önce foto epilasyon (IPL) olarak ortaya çıkmıştır. IPL lazer ışını değil ışık demetidir. Dalgalı ve geniş atım sağlar. Son sistem IPL’ler 410-1200 nanometre dalga boylarına sahiptir. Lazer ışını ile epilasyon işlemi çıkmadan önce bizleri kurtarırdı. Düzenli olması önemlidir, dalga boyu, tende kalış süresi en önemli faktörlerdendir. Foto Epilasyon cihazları sadece epilasyon işleminde değil, akne, leke, sivilce, kılcal damar ve gençleştirme işlemlerinde de kullanılır. Yeni çıkan lazer epilasyon teknolojilerine göre gücü yetersizdir ve tekrar çıkar... Dermapen",* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde tanıtımı yapılan kuruluşun bir güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği; buna karşın söz konusu internet sitelerinde, güzellik salonlarında uygulanması yasak olan ve doktorlar tarafından uygulanması gereken çeşitli tıbbi işlemlereilişkin talep yaratıcı ifadelere yer verildiği, söz konusu kuruluşun sağlık alanında faaliyet gösterme yetkisinin bulunmadığı, dolayısıyla tüm bu tanıtımların;

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesi,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

 hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Medes Estetik Güzellik Eğitim Sağlık Hiz. San. ve tic. Ltd. Şti. ( Eva Çukurambar Güzellik Salonu – Eva Beauty Club Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**27)**

**Dosya No: 2018/699**

**Şikayet Edilen: Özgül YILDIZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait [www.ozgulyildiz.com](http://www.ozgulyildiz.com)adresli internet sayfası ile[www.facebook.com](http://www.facebook.com) ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa aitsayfada yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.09.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait [www.ozgulyildiz.com](http://www.ozgulyildiz.com) adresli internet sitesinin 19.09.2018 tarihli görümünde;

- Ana sayfada; *"...Bioenerji, vücudu bir bütün olarak ele alıp vücudun duygusal, düşünsel, zihinsel, ruhsal ve fiziksel enerji ayarının yapılmasıdır. Bağışıklık sisteminin güçlendirilmesi bir bakıma vücudun enerjisine akort ve balans ayarı yapılmasıdır..."* ,

- "Bioenerji Danışmanlık" başlığı altında*; "... Bio enerji yaşama dönük sağlık ve canlılık akımıdır, daha açık ifadeyle ‘’Yaşam Enerjisi’’ dir. Bilimsel bir konudur. İnsandaki ‘’Hay’at enerjisi’’ artık ölçüm cihazlarıyla somut olarak saptanabilmekte hatta görüntülene bilmektedir. ‘"Kirlian fotoğrafçılık’’ Bio enerji terapisti ise bedene söz konusu olan bioenerjitik enerji frekanslarının yansıtılması ,aktarılması suretiyle insan bedeninin yeniden dengeye oturtulması metodudur...ABD,ÇİN, JAPONYA, RUSYA FEDERASYONU, KAZAKİSTAN, KIRGIZİSTAN,AZERBAYCAN, BATI AVRUPA DEVLETLERİ, BİLHASSA İNGİLTERE,VE BAZI ARAP ÜLKELERİNDE BİO ENERJİ TIBBI GENİŞ ÇAPTA HİZMET ETMEYE BAŞLAMIŞTIR...Kronik yorgunluk sendromu çeşitli ağrılar, migren, eklem /mafsal rahatsızlığı, beyin felci, kalp damar tıkanıklığı, kanser, prostat, kısmi felç, depresyon, böbrek, bel boyun sırt ağrıları, romatizma, kireçlenme, tümör, kas güçsüzlüğü, denge bozukluğu, kısırlık vb rahatsızlıklarda uygulandığında başarılı sonuçlar alınmıştır. Artık bütün dünyada uygulanan ve ülkemize sağlık bakanlığı tarafından tamamlayıcı – geleneksel tıp olarak kabul edilmiştir...BİREYSEL SEANSLARDA UYGULANAN İŞLEMLER: Aurayı uyandırmak ve auranın enerji alım geçirim hassasiyetini artırmak,metobolizmayı hızlandırmak,kan dolaşımını hızlandırmak ve bir sonraki işleme hazır hale getirmek, Sırttan dokunmatik destek: baş,boyun,omuz,omurga,sırt,bel,eklem,kulunç,diz ağrıları için 1 dk temasla uygulanır..."*

- "Hakkımda" başlığı altında; *"...Çocuk yaşta fark ettiği spiritüel boyutunu liseden itibaren şifa yönünde kullanmaya ve geliştirmeye başlamıştır. Ruhsal enerjiler ile şifa terapilerine ve şifacılık eğitimlerine başlamıştır..."* gibi ifadeler ile;

[www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitesinin 19.09.2018 tarihli görünümünde kuruluşa ait “zglyldz” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *"...Bio enerji, sağlık ve canlılık için kişide var olan "Yaşam Enerjisi"dir. Bilimsel bir konudur...Bio enerji uzmanı ise Hayy Frekans frekans tekniği ile bedene söz konusu olan enerji frekanslarının çakralara aktarılmasını, blokajların temizlenmesi suretiyle insanın enerji bedeninin yeniden dengeye oturtulması metodudur...Fotoğrafı paylaşan 7 kişi etiketleyenler arasında canlı yayında yapacağım çekiliş ile 3 kişiye Alchemy healing bioenerji şifa terapisi uygulayacağım. Şifası gelen buyursun...Akşamdan sabaha şifa esmalarda saklı..."* gibi ifadeler ile çekiliş gibi kampanya bilgilerine ve hastalanan bir çocukla ilgili yapıldığı iddia edilen işlem sonrasında hasta yakını tarafından atılan *"Allah tekrar ettirmesin inşallah cümlemizin çocuklarını korusun Allah senden de bin kere razı olsun canım iyiki varsın"* mesajının sayfada paylaşımı ile ile şahsa yönelik teşekkür ve övgü ifadelerine yer verildiği;

[www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinin 19.09.2018 tarihli görünümünde kuruluşa ait *“Özgül Yıldız”* kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *"...Ayak bileğinde yaşanan sağlık sorununda emar çekilip ameliyata gün verilip hazırlanırken üç Alchemy healing ( ruhsal ameliyat ) sonrasında röntgen çekilip burda olan burada yok ne ameliyatı deyip ameliyat iptal ediliyorsa sıkı durun elimden çekeceğiniz var..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tanıtımlarda adı geçen çok sayıda hastalık ve rahatsızlıkların tanı, tedavi ve bilgilendirmesinin ilgili alanda uzman tabiplerce yapılması gerektiği, şahsın hekim olmamasına karşın, bu tür ifadelere yer verilmesinin ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu; toplumun pozitif bilime olan güveninin sarsılarak halk sağlığının tehlikeye atıldığı, bütün bu durumların da;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26, 27 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

 hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Özgül Yıldız** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**28)**

**Dosya No: 2018/2981**

**Şikayet Edilen: Can Hair Saç Ekim Merkezi**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.facebook.com](http://www.nilgunturhan.com.tr) ve [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitelerinde yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.01.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitesinin 18.01.2019 tarihli görünümünde kuruluşa ait “can\_guzellik\_merkezi” kullanıcı isimli sayfada örnek olarak; *"Acilsin çizgiler birinci seans #lazerepilasyon #buzlazerepilasyon #dermapen #ipekkirpik...... Birinci seans sonuç memnuniyet #dermapen... Hız kesmeden devam ediyoruz Dermapen... Prp ve Dermapen uygulamasıyla leke tedavisi #dermapen#prptedavisi #cangüzelliksalonu...Yeni yıla özel kampanya 4 seans dermapen 1 seans cilt bakımı 1000 tl...PRP yaklaşık 30 yıldır kullanılmaktadır. Başka bir şekilde ifade edersek, kanı tortusundan ayırıp faydalı öz kısmını uygun alanlara zerk etmektir... zengin plazma cilde mezoterapi veya dolgu yöntemiyle enjekte edilir. #prp #grp #prptedavisi #ciltgenclestirme #ciltbakimi #leketedavisi#cilttetedavileri 4 seans sac PRP si 3 seans fiyatına sakın kaçırma...Can Hair Saç Ekim Merkezi #canhairsacekim #05062774945 #bursa #nilüfer İstenmeyen tüylere son..!! Acısız buz lazer ile tüylerinizden kurtulun. 3 bölge. Peşin:800 Taksitli:1300tl %80 kadar bitme garantili ...Hastamızdan güzel bi nağme kim demiş saçekimi ağrılı geçiyor diye #canhairsacekim....Ekimden 6 ay sonra ki başarı... PRP tedavisi yüz güldürücü sonuçlar vermektedir. Dermakozmetik uzmanlarınca kullanılan en önemli saç tedavileri arasında yer almaktadır. Özetle artık mezoterapinin yerini almıştır diyebiliriz..Saç ekimi öncesi & sonrası...Fransa'dan saçekimi için gelen misafirlerimiz..."* ifadeleri üzerinden sadece yetkili sağlık meslek mensuplarınca yapılması gereken ve açıklayıcı bilgi sağlanabilen *"lazer epilasyon, dermapen, saç ekimi, PRP"* gibi tıbbi işlem olarak değerlendirilen uygulamalara yönelik tanıtım yapıldığı; diğer taraftan bu işlemlere ilişkin fiyat ve kampanya bilgisi paylaşıldığı ve hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

[www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinin 18.01.2019 tarihli görünümünde kuruluşa ait “Can Hair Saç Ekim Merkezi” kullanıcı isimli sayfada örnek olarak*; "Saç ekimi, saç prp, sakal ekimi,kaş ekimi, medikal cilt bakımları,Vitamin kürleri, mikroiğneleme ile cilt yenileme, dermapen, dermaroller ..diode lazer epilasyon...Hiç birsey için gec değildir. Yeter ki isteyin güzelliğinize güzellik katmak bizim elimizde ... Geçici çözümleri bir kenara bırakın; kalıcı çözümler ile tanışın! vücuttaki istenmeyen kıllardan kalıcı olarak kurtulmanın en kısa ve en modern yolu ile tanıştınız mı?...Babalar gününe özel %20 - %40 İndirimler...Erkeklere özel kampanya Hemen Arayın!...Diode ütüleme epilasyon etkili bir epilasyon yöntemidir.Tamamen ağrısız acısız ve 4 mevsim bronz tene dahi uygulanabilen bir sistemdir. Teknik farklardan biri diode lazerin ciltte alexandrite lazerden daha derine inebilmesidir...Yüz bölgesinde diode lazer ince tüylere bu olumlu etkisinden dolayı en çok kullanılan lazerdir. Biz tüm yüz, kol, sırt ve omuz uygulamalarında diode ütüleme epilasyon yöntemini öneriyoruz. Böylece hem ince hem de kalın tüylerde etkili epilasyon sağlayabiliyoruz. Diode epilasyon tüm vücut bölgelerindeki kalın kıllar da da son derece etkili bir lazerdir..."* gibi ifadeler üzerinden tıbbi işlemlere ilişkin bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği; işlemlere ilişkin fiyat ve kampanya bilgisi paylaşıldığı ve hasta öncesi ve sonrası görsellerinin paylaşıldığı;

Diğer taraftan*; "...İşini başarıyla yapan ve gerçekten işleri mutlu etmek adına ellerinden gelenin en iyisinin profesyonel ve uzmanlık olarak severek yapan mükemmel bir ekip servet hocam ve ekibi...Beni çok mutlu ettin şuan yine saç ektirseydin hiç düşünmeden giderdim tüm saç sıkıntısını yaşayan insanlara çok rahat bir şekilde güveniliremin olarak söyleyebilirim servet hocama ve ekibine çok teşekkür ediyorum ve başarılarının devamını diliyorum saygılar...Umut simsarligi yapmayan isinde basariyi prensip edinmis ekip...saçın can bulduğu yer diyeyim anlayın...."* değerlendirmeleri ile kuruluşa yönelik teşekkür, övgü, tavsiye ve onay ifadelerine yer verildiği,

Bununla birlikte kuruluşa ait tanıtımlarda *"Can Hair Saç Ekimi Merkezi"* ve *"Can Güzellik Merkezi"* isimlerinin kullanıldığı ancak, ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir sağlık kuruluşu türünün bulunmadığı; dolayısıyla, kuruluş şayet bir “sağlık kuruluşu” olarak faaliyet göstermekte ise, bu isimle tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu; diğer taraftan, şayet kuruluş bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermekte ise bu durumda da, söz konusu tanıtımlarda kuruluş türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili talep yaratıcı nitelikte olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği; ayrıca, söz konusu internet sitelerinde sağlık hizmeti sunumuna ilişkin fiyat bilgilerine yer verilerek mevzuatın ihlal edildiği, tüm bu durumların da;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 24 üncü maddesi,

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/c maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Can Hair Saç Ekim Merkezi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**29)**

**Dosya No: 2018/3027**

**Şikayet Edilen: Dt. Mustafa Eyüp Çelik**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait [www.doctorcelik.com](http://www.doctorcelik.com) adresli internet sitesi ile [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ve [www.instagram.com/doctorcelik/](http://www.instagram.com/doctorcelik/) adresli sosyal paylaşım sitelerinde yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.06.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.doctorcelik.com](file:///%5C%5CANKTICFS1%5CREKLAM%5C%2BREKLAM%20KURULLARI%20T%C3%9CM%20BELGELER%2B%5CGEREK%C3%87EL%C4%B0%20KARAR%5C288%5Cwww.doktortakvimi.com) adresli internet sitesinin 13.06.2019 tarihli görünümünde; *"... Periodontolojik tedaviler dişlerin ağızda bulundurulma ömrü olarak çok önemli bir tedavidir...Pembe estetik gülüş tasarımında önemli yeri bir yeri olan diş etlerinin şekil ve formasyonun yeniden kazandırılması işlemidir. Genellikle güldüğünde diş etlerinin gözükmesinden şikayeti olan hastalarda, diş etlerinin lazerle veya cerrahi olarak kesilerek yeniden şekil ve seviye verilmesi ile sağlanır...Diş etlerinin şekil form ve seviyesi güzel bir gülüş oluşturmak için dişler kadar önem arz etmektedir..Toplam yüz estetiğiniz deki güzelliğinizin %35'lik kısmını güzel bir gülüş ile daha sonra %15 ile burun ve %15 göz ve çevresi dokular oluşturmaktadır. Buradan da anlaşılacağı üzere tüm yüz estetiğinin en büyük kısmını ağız ve çevresi dokular oluşturmaktadır... Estetik ve kozmetik olarak olarak diş hekimliğinde gelişen teknoloji sayesinde artık bir çok yöntemle invasiv yani kalıcı olarak bunu elde etmek, doğru bir hasta ve hekim ilişkisi içerisinde mümkün hale gelmiştir...Unutmayınız ki gülmek ilişkilerinizi güçlendirir. İnsanları birbirine daha yakın hale getirir, samimiyet yaratır ve duygular yükselirken özellikle çatışmayı yönetmek ve gerginliği azaltmak için güçlü bir araçtır...Her hastam benim için bir referans niteliği taşıdığından dolayı; küçükten büyüğe bütün işlerimi büyük bir özveri ile gerçekleştirerek, Doktor Çelik ismini bu alandaki en prestijli konuma yükseltmeyi hedefledim...Tedavi için beni tercih eden her hastamın gülüşüne estetik değer kazandırarak bir sanat eseri ortaya çıkarmak, işimi sevmemdeki en büyük etken diyebilirim....Çünkü bana göre her insan bir sanat eseridir ve her sanat eseri mümkün olduğunca en iyi şekilde değerlendirilmelidir... Bu sebepledir ki, sanata olan ilgim beni bu alana yöneltti. Bugün bile hâlâ üyesi olduğum Amerikan Diş Hekimliği Birliği ve Türk Diş Hekimleri Birliği mesleğimin bana kazandırdığı en önemli saygın kuruluşlardandır...Lamina Porselen Uygulaması ile Mutlu Gülüşler...Pelin Çift ile İyi Fikir/TRT..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği;

[www.instagram.com](file:///%5C%5CANKTICFS1%5CREKLAM%5C%2BREKLAM%20KURULLARI%20T%C3%9CM%20BELGELER%2B%5CGEREK%C3%87EL%C4%B0%20KARAR%5C288%5Cwww.doktortakvimi.com) adresli internet sitesinin 13.06.2019 tarihli görünümünde şahsa ait "*doctorcelik*" isimli sayfada; *"...Online siparisleriniz icin* [*www.doctorcelikbeauty.com...*](file:///%5C%5CANKTICFS1%5CREKLAM%5C%2BREKLAM%20KURULLARI%20T%C3%9CM%20BELGELER%2B%5CGEREK%C3%87EL%C4%B0%20KARAR%5C288%5Cwww.doctorcelikbeauty.com...) *doctorcelik beauty diş macununu tüm Avrupa'da bulabilirsiniz!.....Dişlerinin yeteri kadar gözükmediğinden ve sarı renginden dolayı rahat gülemediği şikayeti ile kliniğimize başvuran hastama uyduladığım 6 adet kesmeden Noprep Lamina vener ve diğer dişlere uyguladığım beyazlatma işlemi ile tedavisi...Kanal D ‘ nin avrupa kanalı olan Euro D ile Özel hayatım ve kariyerim üzerine samimi bir röportaj yaptık. 27 nisan (yarın ) Türkiye saati ile 16:00 da Euro D den izleyebilirsiniz...Sertifika programları daha çok pratiğe dayalı eğitim süreci gibi görülse de, programlarının asıl amacı seçilen mesleki dalda profesyonellik kazanmaktır. Benim içinse bu eğitim sürecine ek olarak; vaka duruma göre uygulanması gereken hassasiyet, etik davranış ve çalışma prensipleri ile birlikte ekip olabilmek, kaliteli ve teknolojinin verimliliğini en iyi şekilde kullanarak tüm bu süreci sıcağı sıcağına güvenle hissettirerek öğretmektir...Dişlerden şekil ve renk olarak şikayeti olan hastama uyguladığım 20 adet Lamina vener...hastalarimi hergun buyuyen ailemin bir parcasi olarak goruyorum. Dunyanin dort bir yanindan gelen insanlara servis sunmaktan ve onlari mutlu ugurlamanin gururunu yasiyorum..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile hastaların öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

Diğer taraftan; *"...DOCTORCELIK BEAUTY ÇEKİLİŞ! 'Doctorcelik Beauty' sayfasını takibe alarak son postu beğenmek ve ardından yoruma iki arkadaşınızı etiketleyip, dilediginiz kadar çok yorum yaparak kazanma şansınızı arttırmak. Kazanan 12 kişi 17.05.2019 günü Doctorcelik Beauty sayfasından bildirilecektir..."* gibi talep yaratıcı şekilde kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği;

[www.facebook.com](file:///%5C%5CANKTICFS1%5CREKLAM%5C%2BREKLAM%20KURULLARI%20T%C3%9CM%20BELGELER%2B%5CGEREK%C3%87EL%C4%B0%20KARAR%5C288%5Cwww.doktortakvimi.com) adresli internet sitesinin 14.06.2019 tarihli görünümünde şahsa ait "*Doctorcelik*" isimli sayfada; *"..Sizce gülüşünüzün tüm yüz estetiğine yüzde kaçlık bir etkisi vardır...Avrupa ' nın her yerinde online sipariş...doctorcelik beauty diş macununu tüm Avrupa'da bulabilirsiniz!...Cezayir’ den tedavi için gelen, daha önce yapılmış ve diş eti ile uyumlu olmayan kaplamalarının değiştirilerek gülüşün kaybettiği estetik ve diş eti sağlığının tekrar kazanılması...lamina Venerler ile gulusun transformasyonu...Lamina Venerler ile Pazartesi gününe doğal bir başlangıç . Lamina Venerler ile kapanışın ve çoklu boşlukların düzeltilmesi..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine ve "*...Dr. Eyüp Çelik ender yetişen bir deha, O bir vizyon...İstanbul'da en sevdiğim diş hekimi...Her şey mükemmeldi. Rabbim yolunu kolay eylesin...*" gibi ifadeler üzerinden hastalara ait yorum, övgü ve teşekkür ifadelerine yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili talep yaratıcı nitelikte olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği; ayrıca, söz konusu internet sitelerinde sağlık hizmeti sunumuna ilişkin fiyat bilgilerine yer verilerek mevzuatın ihlal edildiği, tüm bu durumların da;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 40 ıncı maddesi,

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/c maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Dt.** **Mustafa Eyüp Çelik**  hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2018/3285**

**Şikayet Edilen: D.E.N.T. Trabzon Özel Ağız ve Diş Sağlık Hiz. Tic. Ltd. Şti. (Dentrabzon Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait[www.dentrabzon.com](http://www.dentrabzon.com) adresli internet sitesi ile [www.facebook.com](http://www.facebook.com), [www.instagram.com](http://www.instagram.com) ve [www.twitter.com](http://www.twitter.com) adlı sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait sayfalarda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.01.2019, 11.01.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.dentrabzon.com](http://www.dentrabzon.com) adresli internet sitesinin 11.01.2019 tarihli görümünde örnek olarak;

- Ana sayfada*; " ...Sağlıklı dişler için implant teknolojisi...Estetik artık vazgeçilmez bir kavram olarak hayatımızda varsa diş hekimliğinde estetik için neden bir şeyler olmasın…"* ,

- "Estetik Diş Hekimliği" başlığı altında*; "...Kişinin yaşamına pozitif izlenimler katabilmesi, diş ve diş etlerinin sağlıklı ve güzel görünmesi sayesinde olmaktadır. Bu durum kişinin sadece genç görünmesini değil aynı zamanda kendine olan güvenini ve saygısını arttırmada da önemlidir. Bilim, teknoloji ve sanatın karışımı olan ‘Estetik diş hekimliğinin en önemli amacı ‘kişisel ve doğal güzelliği yakalamaktır..."* ,

- "Implant Teknolojisi" başlığı altında; *"..Rahatça çiğneyebilmek ve güvenle gülümseyebilmek ne harika! Eğer implantlarınıza ve ağzınıza iyi bakarsanız yıllar boyu huzurla gülebilir, yemek yiyebilir ve konuşabilirsiniz. İyi ağız hijyeni sadece implantlarınızı korumakla kalmaz aynı zamanda diş etlerinizin, kemiklerinizin ve kalan doğal dişlerinize korur..."* ,

- "Oral Diagnoz" başlığı altında; *"...Özel radyoloji görüntüleme cihazları sayesinde .... çoğu zaman teşhis edebildiği gibi hastanın ileri evrelerde karşılaşabileceği sorunları da bu cihazlar yardımı ile çoğu zaman bulunabiliyor ve gerekli müdahaleleri yaparak hastanın bugününe olduğu kadar yarınları için de çözüm üretilebilir..."* ,

- "Ortodonti" başlığı altında; *"...Ortodontik tedavi, küçük çocuklarda çene gelişimine yardım ederek dişlerin doğru pozisyonlarda olmalarına yardımcı olur, yetişkinlerde ise var olan çapraşıklık ve kapanış bozukluklarının düzeltilmesini sağlar..."* ,

- "Bleaching (Diş Beyazlatma)" başlığı altında; *"...İşlem bittiğinde sonuç hemen gözlenir. Her iki yöntemde etkin olmasına rağmen tercih...ne kadar çabuk sonlandırmak istendiğine ve hekimin görüşüne bağlıdır...ağız sağlığı teknolojisindeki ilerlemeler sayesinde dişleriniz çok kısa bir sürede, güvenli ve etkin olarak beyazlatabilmektedir. Güvenli midir? Evet! Yapılan araştırmalara göre, dişlerin beyazlatabilmesi diş hekiminizin gözetimi altında yapılırsa son derece etkin ve güvenlidir. Dişler ve dişetleri hiçbir şekilde zarar görmez...Dişler beyazladıktan sonra eski haline döner mi? Dişler her zaman için eskisinden daha beyaz olacaktır... Diş Beyazlatma veya diş ağartma, genel diş hekimliğinde çokça uygulanan bir işlem olmasına rağmen aslına Estetik/Kozmetik Diş hekimliğinin alanıdır. Çok kimse beyaz dişlerle yapılan bir gülüşü çok çekici bulur..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği;

[www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinin 10.01.2019 tarihli görümünde kuruluşa ait *"Dentrabzon Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği"* isimli sayfada örnek olarak*; "...Kalp sağlığınızı korumak için,önce dişlerinizi koruyun...Gelişmiş görüntüleme sistemleri ile hastaların dişlerinde oluşan sorunları ayrıntılı bir şekilde değerlendirilebilir...Kişinin yaşamına pozitif izlenimler katabilmesi, diş ve diş etlerinin sağlıklı ve güzel görünmesi sayesinde olmaktadır. Bu durum kişinin sadece genç görünmesini değil aynı zamanda kendine olan güvenini ve saygısını arttırmada da önemlidir. Bilim, teknoloji ve sanatın karışımı olan ‘Estetik diş hekimliğinin en önemli amacı ‘kişisel ve doğal güzelliği yakalamaktır...implant - Rahat, sağlam ve güvenilir bir uygulamadır. İmplant üzerine yapılan protezler, eksik dişlerin yerini alırken doğal bir yapı oluştururlar. Kaybedilen dişlerin yeri tamamlanırken sağlıklı dişlere dokunulmamış olur...Erkenden alınacak önlemler çocukların ileri yaşlarda sorunsuz gülümsemelerini sağlar....Ağız sağlığınızın bozulmaması için kişisel bakımınızı ihmal etmeyin..."* gibi talep yaratan ifadelere yer verildiği;

Ayrıca, *"Gerek doktorlarımız gerek diğer personeller gerçekten hastalarla güzel şekilde ilgileniyorlar...gercekten mükemmel insanlar hepsi çok çok iyiler ve el becerileride gerçekten harika kısaca implant mucitleri desem yeridir...Sağlığımı emanet etmekte tereddüt etmeyeceğim insanlar..."* gibi kuruluşa yönelik hasta övgü ve teşekkür ifadelerine yer verildiği;

[www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli internet sitesinin 10.01.2019 tarihli görümünde kuruluşa ait tanıtım yapılan ve herkese açık olan *"drhulyayardimci"* isimli sayfada, hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği *ve "botoks, dudak dolgusu"* gibi sadece yetkin hekimler tarafından yapılabilen tıbbi işlemlere ilişkin tanıtımlar yapıldığı;

[www.twitter.com](http://www.twitter.com) adresli internet sitesinin 10.01.2019 tarihli görümünde kuruluşa ait *"Dentrabzon Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği"* isimli sayfada örnek olarak*; "...Kalp sağlığınızı korumak için,önce dişlerinizi koruyun...Gelişmiş görüntüleme sistemleri ile hastaların dişlerinde oluşan sorunları ayrıntılı bir şekilde değerlendirilebilir...Kişinin yaşamına pozitif izlenimler katabilmesi, diş ve diş etlerinin sağlıklı ve güzel görünmesi sayesinde olmaktadır...İmplant üzerine yapılan protezler, eksik dişlerin yerini alırken doğal bir yapı oluştururlar. Kaybedilen dişlerin yeri tamamlanırken sağlıklı dişlere dokunulmamış olur...Erkenden alınacak önlemler çocukların ileri yaşlarda sorunsuz gülümsemelerini sağlar...Gülüşünüz bizim için değerli...Gülüşünüz imzanız olsun..."* gibi talep yaratan ifadelere yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: İnceleme konusu görsellerin sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği, bu durumun da;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 40 ıncı maddesi,

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/c maddesi,

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin25 inci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

 hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **D.E.N.T. Trabzon Özel Ağız ve Diş Sağlık Hiz. Tic. Ltd. Şti. (Dentrabzon Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi)**  hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**31)**

**Dosya No: 2018/5639**

**Şikayet Edilen: Erdem Ağız ve Diş Sağlığı Poliklinik San. ve Tic. Ltd. Şti. (Özel Zeugma Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşun dış cephe giydirmesinde yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun isminin yazılı olduğu tabelanın altında "implant" uygulamasına yönelik görsele ve düzgün dişlere sahip gülen ağız fotoğrafına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu görsellerin sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği, bu durumun da;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 40 ıncı maddesi,

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/c maddesi,

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin25 inci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Erdem Ağız ve Diş Sağlığı Poliklinik San. ve Tic. Ltd. Şti. (Özel Zeugma Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**32)**

**Dosya No: 2018/6788**

**Şikayet Edilen: Extra Group İnsan Kay. Tur. Taş. İnş. San. ve Dış Tic. Ltd. Şti. (Ruen Clinic)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.estetikguzellikbakirkoy.com> adresli internet sitesi ile [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitelerinde yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.03.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait <http://www.estetikguzellikbakirkoy.com> adresli internet sitesinin 07.03.2019 tarihli görünümünde;

- "PRP Tedavisi" başlığı altında; *"...Trombosit bakımından zengin bu plazmanın uygulama yapılacak bölgeye verilme işlemi ise 30 dakika sürer. Uygulamadan hemen sonra ciltte canlılık ve parlaklık ortaya çıkar. Üç veya dört uygulamadan sonra belirgin bir etki görülür...derinin hızla yapılanmasını sağlamada • Deride yılarca ultraviyole ışınlarına maruz kalmanın sonucunda oluşan kırışıkların düzelmesi, çöküntülerin giderilmesi, esneklik ve parlaklığın kazandırılmasında...dolgu amaçlı uygulanır. • Ayda bir yapılacak 3 veya 4 uygulamadan sonra yılda bir tekrarlanırsa, kürlerin etkisi uzun süreli bir gençleştirici etkiye eşdeğer olur..."* ,

- "Saç Mezoterapi" başlığı altında; *"...Mikro enjektörlerle yapılan işlem ağrısız ve acısızdır yada tolere edilebilecek düzeydedir. Hasta tedaviden sonra gündelik yaşamına devam edebilir....Saç mezoterapisi ağrılı / acılı bir tedavi midir? Tedavi ağrısız ve acısızdır yada tolere edilebilecek düzeydedir...Saç mezoterapisinin yan etkisi var mıdır?Bilinen herhangi bir yan etkisi yoktur..."* ,

- "Saç Ekimi" başlığı altında; *"...“Sağlıklı güzelliğin” adresi estethica, tüm uygulamalarında olduğu gibi saç ekimini de dünyadaki en yeni ve en yenilikçi yöntemlerle gerçekleştirmektedir. Saç, bıyık, sakal ve kaş ekimi; merkezlerimizde modern yöntemlerle başarıyla uygulanmaktadır. Bu alandaki en yenilikçi uygulamalardan biri, ülkemizde öncüsü olduğumuz perkutan tekniğidir....Başta Amerika olmak üzere, dünyada sayılı klinikte uygulanan özel bir tekniktir...Ekilen saç kökleriyle aynı boyuttaki kanallar, ekim alanında bulunan sağlam saç köklerinin aralarına rahatlıkla açılabilir ve onlara zarar vermez. Perkutan tekniğinde, cilt altına verilen sıvı miktarı sınırlı tutulduğu için uygulamadan sonra yüzde görülen şişlik (ödem) düzeyi daha düşüktür..."* ,

- "Dövme ve Kaş Silme" başlığı altında; *"...Trendler, gençlik rüzgarı, sevgilinize sevginizi gösterme şekli, arkadaşlarla geçirilen alkollü bir gün, ergenlik döneminde ki statü kaygısı… Evet hemen hemen aynı gerekçelerle yaptırılan dövmeler ertesi gün ya da ilerki yaşlarda pişmanlıklara dönüşebilmektedir...ÜZÜLMEYİN.. ÇARESİZ DEĞİLSİNİZ! Bu konuda çok da fazla üzülmeyin çünkü modern tıp lazerle dövme sildirme tedavisinde de hayli ilerlemiş durumda. Hatta dövmeniz çok yeni değilse hiç dövme yaptırmamış gibi hayatınıza devam edebilmeniz de mümkün…Tedavide kullanılan lazer sisteminin de dövme sildirme işleminin başarısına etkisi bulunmaktadır..."* ,

- "Diode Lazer Epilasyon" başlığı altında; *"...İstenmeyen tüylerden kalıcı olarak kurtulmanın en sağlıklı ve en hızlı yoludur...Özellikle bayanları her ay geçici epilasyon yöntemleriyle uğraşmaktan kurtaran bu yöntem, eski yöntemlere göre hem daha acısız, hem kalıcı sonuç veren, hem de sanılanın aksine uzun vadede çok daha hesaplı bir epilasyon yöntemidir. Lazer epilasyon, 16 yaşından itibaren ve koyu renkli tüyleri olan herkese uygulanabilir...Lazer epilasyon işlemi, kişi lazer uygulanan bölgelerini güneş ışığına özellikle maruz bırakmadığı müddetçe 4 mevsim uygulanabilinir..."* ,

- "Kök Hücre" başlığı altında; *"...Bu içeriğin elektroporasyon yardımıyla hücrelere daha kolay ulaşması sağlandığında meydana gelen etkiler çok yüksek düzeydedir...Kök hücrelerin plazmadan farkı, iyileştirme potansiyellerinin olması ve ''totipotent'' (her hücreye dönüşme yeteneği olan) hücre olarak tanımlanmalarıdır...Yaşam için çok önemlidir. İşlevi hasarlı hücrelerin onarımı, kemiklerin, kasların ve sinir dokularının oluşumu.Hipofiz-yaşlanmayı geciktirir..."* ,

- " Kalıcı Makyaj" başlığı altında*; "...Mikro-pigmentasyon / kalıcı makyaj uygulaması doğal ve mineral pigmentlerin deri altına uygulanması işlemidir. Mantıksal açıdan dövme uygulamasından çok farklı değildir. Burada önemli husus kullanılan pigmentlerin cilde uygun, sonrasında kolay silinebilir olması ve işlemin steril bir ortamda yapılmasıdır..."* gibi bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği;

[www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitesinin 07.03.2019 tarihli görünümünde kuruluşa ait “ruenestetic” kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *"...Lazer epilasyon istenmeyen tüylerden kurtulmak adına kadın ve erkekler tarafından sıklıkla tercih edilen kalıcı bir yöntemdir. Traş, kimyasal maddeler, ağda, cımbız ve epilatörler kalıcı çözüm sağlayamazlar. Lazer epilasyon cilde zarar vermeden kıl kökünü ısıyla yok eden bir teknik sayesinde kılın tekrar oluşumunu engellemeyi hedefler.Lazer epilasyon uzmanlık gerektiren ciddi bir işlemdir. Lazer epilasyon merkezi konusunda karar verilirlen tıp merkezinin farklı lazer çeşitlerine cevap verecek donanım ve aygıta sahip olmasına dikkat edilmelidir...Eski ağrılı lazer epilasyon tekniklerini unutun! Sizi Avrupa'da yaygın olarak kullanılan yeni nesil lazer epilasyon tekniğiyle tanışmaya davet ediyoruz...Stardust Laser, kalıcı epilasyon için geliştirilmiş ileri düzey bir teknolojidir...Geniş nokta atış çapı ile size sorunsuz, hızlı ve başarılı bir epilasyon uygulaması sunar... Işık dolgusu öncesi ve sonrasi.Çökmüş gözaltları birçok kadının “bayanın" estetik sorunlarının başında ama artık özel olarak geliştirilen Redensity II gözaltı ışık dolgusu yöntemi etkili olabiliyor. Gözaltı şişlik ve morluk problemlerini giderilmesine ve cildin uzun süreli yeniden yapılandırılmasına tek seferde yardımcı olan ilk ve tek dolgu ürünü olma özelliğine sahip olan gözaltı ışık dolgusu Redensity II, yaşlanma nedeniyle artan gözaltı problemlerine ciddi bir çözüm sunuyor...Dudak dolgusu...SON SİSTEM ÜTÜLEME LAZER EPİLASYONLA İSTENMEYEN TÜYLERE SON SEN HALA DENEMEDİNMİ BU FIRSAT KAÇMAZ RUEN CLINIC...4 Mevsim Lazer Epilasyon Tedavisi ile Kalıcı Çözüm..."* gibi ifadeler üzerinden *"lazer epilasyon, dudak dolgusu, kalıcı makyaj"* gibi sadece hekim tarafından uygulanabilecek tıbbi işlemlere ilişkin bilgilendirme sınırını aşan tanıtımlara ve bu işlemlere ilişkin hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

Diğer taraftan; *"...Kalıcı Makyaj hizmetimizde %30 Yaz İndirimi!...Şimdi Lazer Epilasyon Zamanı! Yanında 1 kişi ile gelene %50 indirimle...Yarım Bacak Kolaltı+Özelbölge Ütüleme Epilasyon 1,500 TL yerine SADECE 999 TL..."* gibi ifadeler üzerinden tıbbi işlemlere ilişkin kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği;

Tüm bunlara ek olarak, inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluş isminin *“Ruen Clinic”* olarak nitelendirildiği; ancak, ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir sağlık kuruluşu türünün bulunmadığı; dolayısıyla, kuruluş şayet bir “sağlık kuruluşu” olarak faaliyet göstermekte ise, bu isimle tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu; şayet kuruluş bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermekte ise bu durumda, söz konusu tanıtımlarda kuruluş türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: 15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile “Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik” yürürlükten kaldırılmış ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılmıştır. Bu bağlamda, Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek,

Yönetmelik maddesinin 2 inci fıkrasında yer alan; “Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır.” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesi yasaklanmıştır.

Bununla birlikte, İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Güzellik Salonları" başlıklı J Bölümünün 16.1 inci maddesinde "Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam, tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça 'güzellik salonu' ifadesi kullanılır." hükmü ile güzellik salonlarının her türlü mecrada yayınlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarınının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmıştır.

Bu bağlamda, inceleme konusu internet sitesinde, kuruluşun ruhsatında kayıtlı olan isminin açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı; ayrıca, söz konusu tanıtımlar aracılığıyla kuruluşun sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu; tüm bu durumların da,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesi,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

 hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren “**Extra Group İnsan Kay. Tur. Taş. İnş. San. ve Dış Tic. Ltd. Şti. (Ruen Clinic)**” hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**33)**

**Dosya No: 2018/7267**

**Şikayet Edilen: Doktorsitesi Com Bilgi Hizmetleri Teknoloji ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait [www.doktorsitesi.com](http://www.doktorsitesi.com) adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.01.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 15.01.2019 tarihli görünümünde yer alan doktor profillerinde*; “Randevu Al”* uygulaması ile sitede kayıtlı bulunan kuruluş ve doktorlar lehine talep oluşturulduğu;

Diğer taraftan; *“Son Cevapladığı Sorular”* kısmında yer alan doktor cevaplarında örnek olarak; *“...Merhabalar kliniğimiz de şeffaf apareyle ortodontik tedavi yapılmaktadır diastema dediğimiz diş ayrıklığını başarıyla tedavi ettiğimiz vakalarımız da mevcuttur ancak açıklığın boyutunu görmemiz gerekiyor müsait olduğunuzda kliniğimize gelirseniz muayene sonucunda sizi daha net bilgilendirebiliriz.(muayenemiz ücretsizdir)...Öncelikle şunu belirtmek isterim burada sadece sizin ifadenizle rahatsızlığınızı tahmin edip size yol göstermeyi amaçlıyorum. bence hapşırdıktan sonra bu durumun ortaya çıkması bunun bir basınç değişimi neticesinde olduğunu düşünüyorum.laringosel denilen bir rahatsızlıkta soluk borusunun bir bölümü balnlaşır. fakat bu tamamen bir tahmin en doğru bilgiyi muayene olarak edinebilirsiniz...Ben antalyadayım gelebilirsen yardımcı olabilirim...Leke tedavisi zor ve uzun..karşılıklı güven ve disiplinle oldukça başarılı sonuçlarımız var..siz karar verin yeter..Bir dermatolog gözetiminde allerjik mi başka bir nedene mi bağlı kolaylıkla anlaşılır ve kolayca tedavi edilir...Merhaba, o tarz lekelerde prp ve hyalurinik asit tedavisi beraber oldugunda oldukça iyi sonuç alınıyor, ciddi bir aşama kaydedebiliriz, bunla ilgili daha detaylı bilgi ve randevu için 02163495151 numaradan dilek hanım' a ulaşabilirsiniz...*" gibi ifadeler ile sağlık hizmeti sunan kişi ve kuruluşlara yönlendirme yapıldığı, sunulan hizmetlere yönelik talep oluşturulduğu ve tedavi edici sağlık hizmetine yönelik internet portalı üzerinden teşhislerde bulunulduğu,

Bununla birlikte; *“Hastaların Değerlendirmeleri”* uygulamasında yer alan hasta görüşlerinde örnek olarak; *“Ilgisinden memnun oldugum doktoruma tesekkur ederim. Oguz bey ve gulsen hanima her agiz ve dis problemimde gidecegim herkese tavsiye ediyorum doktor korkumu onlarla yendim kopru ve kanal tedavilerim cok rahat gecti...Kendisinden cok memnun kaldim. Konusunda uzman bir doktor. Bu kanalla da tesekkurlerimi iletmiş olayim...Uzm. Dr. Şükrü Bağcık'ın muayenesinde tedavi gören bir hastayım. Doktor, muayenehane ve çalışanları hakkında şunu söyleyebilirim ki geldiğim ilk günden itibaren yoğun ilgi ve güler yüz görmekteyim. Bence bu tedavinin büyük kısmını oluşturuyor. Muayene ve tedavi süreci çok iyi ve tatmin edici...doktor şükrü bağcıka gidip emin olduktan sonra doktor şükrü bey ile akupuntur tedavisine başladık. Farklı yöntemler ile akupuntur uygulamasını gerçekleştiren Şükrü Bağcık ile 8 seans sonunda sağlıma kavuşmuş durumdayım...Doktor Nalan Esin çok güler yüzlü birisi. İşinde bilgili ve tecrübeli bir doktor olan Nalan Esin'e kesinlikle güvenebilirsiniz...Nalan hanım işinde inanılmaz basarili ,hastasıyla iyi diyalog kuran öncelikle hastayi dinleyen ve ona gore tedavi uygulayan kendinizi tamamen ellerine teslim edebileceğiniz bir doktor.. Gerçekten mükemmel bir Dr şafak Göktaş bey ilgisiyle işiyle dört dörtlük bir doktor Allah bin kere razı olsun sizden gerçekten herşey için tekrar tekrar çok sağolun...Yüzlerde doktora gittim hepsi kırem ilaç verip gönderdi taki mehmet beyi bulana kadar 10 dakikada acılarımdam kurtuldum ve günlük hayatıma devam hiç bir şikayet ve acı yok çok teşekkürler op.Dr.hacı mehmet ulusoy ve güler yüzlü ekibine...Ben hayatımda böyle bir şey görmedim. Eşim şimdi çıktı kıl dönmesi ameliyatından ne Ağrı ne sızı var hatta yanımda yürüyor şu an ..Bende midem için geleceğim Mehmet hocama. Şiddetle herkese öneririm..15 sene çektiğim sıkıntı 2 saat de son buldu ağrı yok sancı yok patrondan izin alma derdi yok yaptır tedavini işine ertesi gün başla mucizeyi gör tşk dr..."* gibi yorumlar ile ilgili doktorlara yönelik teşekkür, övgü, tavsiye ve onay ifadelerine yer verildiği,

Ayrıca, “Hakkında” başlığı altında sunulan hekim bilgileri, sağlık kuruluşu fotoğrafları ile hekim diploma ve sertifikaları üzerinden, sağlık kuruluşlarına yönelik talep yaratıcı ifadeler ve görsellere yer verildiği,

Söz konusu internet sitesinin kayıtlı üyeleri lehine aracılık faaliyetinde bulunduğu ve bu durumun diğer sağlık kuruluşları ve doktorlar açısından da haksız rekabete sebep olduğu,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Sağlık alanında yürürlükte bulunan mevzuat gereği, tabiplerin ve diş tabiplerinin sadece isimlerini, Tıpta Uzmanlık Tüzüğü’ne göre kabul edilmiş olan ihtisaslarını, akademik unvanlarını, hasta kabul ettikleri mahal ile muayene saatlerini bildiren ilanlar verebilmeleri mümkün iken; bunun haricinde her ne surette olursa olsun reklam ve ilan vermelerinin çok açık ve kesin biçimde yasak olduğu;

Yine, sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşların, tabi bulundukları mevzuat gereği, yalnızca açılış bilgileri, hizmet alanları ve sunduğu hizmetler ile ilgili konularda toplumu bilgilendirmek amacıyla tanıtım yapabilecekleri ve ilan verebilecekleri, bunların dışında, talep yaratmaya yönelik açıklamalara ve yanıltıcı, abartılı, doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış bilgilere yer verilemeyeceği hüküm altına alınmıştır.

Bu bağlamda, mezkur ifadelerin ve sitede yer alan benzeri tüm ifadelerin ilgili mevzuata aykırılık oluşturduğu; bu durumun;

- 6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanununun 64 üncü maddesi,

- 3224 sayılı Türk Dişhekimleri Birliği Kanununun 45 inci maddesi,

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 24 üncü ve 40 ıncı maddeleri,

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/c maddesi,

-Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi,

-Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

 hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Doktorsitesi Com Bilgi Hizmetleri Teknoloji ve Ticaret A.Ş** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **85.480-TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**34)**

**Dosya No: 2018/8200**

**Şikayet Edilen: Gözlükadası Optik Turizm San. ve Tic. Ltd. Şti. (Marka Adası Optik)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait vitrinde yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait mağaza camında 2018 yılında yer alan reklamlarda*, “Organik inceltilmiş cam + çerçeve 44.90 TL 29.90 TL...Yeni Sezon Güneş Gözlüklerinde 2 AL 1 ÖDE 99 TL...Güneş Gözlüklerinde 2 AL 1 ÖDE 99 TL...CAM - ÇERÇEVE 44 TL...* ” ifadelerinin kullanıldığı; ancak, inceleme konusu reklamlarda, söz konusu kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihleri, indirimli olarak satışa sunulacağı belirtilen ürüne ait stok miktarları gibi kampanya koşullarına ilişkin bilgilere yer verilmediği,

Diğer taraftan, Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazlar ile geri ödeme kapsamında olan cihazların reklamının yapılması yasak olup, bunların dışında kalan cihazların reklamına ilgili mevzuata uygun olmak koşuluyla izin verildiği, dolayısıyla kuruluşta satışı yapılan ve geri ödeme kapsamında bulunan gözlük camı ve çerçevelerine yönelik olarak söz konusu reklamda yer verilen *“Organik inceltilmiş cam + çerçeve 44.90 TL...CAM - ÇERÇEVE 44 TL... ”* ifadelerinin ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazlar ile geri ödeme kapsamında olan cihazların reklamının yapılması yasak olup, bunların dışında kalan cihazların reklamına ilgili mevzuata uygun olmak koşuluyla izin verildiği, dolayısıyla kuruluşta satışı yapılan ve geri ödeme kapsamında bulunan gözlük camı ve çerçevelerine yönelik olarak söz konusu reklamda yer ifadelerin ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği, tüm bu durumların;

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliğinin 15 inci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 14/1 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Gözlükadası Optik Turizm San. ve Tic. Ltd. Şti. (Marka Adası Optik)**  hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**35)**

**Dosya No: 2018/4233**

**Şikayet Edilen:** **Esha Sağlık Hizmetleri ve Tıbbi Malzeme Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://www.esha.com.tr ve <https://www.facebook.com/cerrahitip> merkezi/photos/a.1559458171044535/1964995050490843/?type=3&theater adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.02.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://www.esha.com.tr adresli internet sitesinin 19.02.2019 tarihli görünümünde örnek olarak; “Kurumsal*”* başlığı altında; *“Temel ilkemiz; bilimsel gelişmeler doğrultusunda, tıbbi etik ilkelerden asla ödün vermeden, hasta ve insan haklarına saygı duyarak, kaliteli sağlık hizmetini sıcak bir aile ortamında sunmaya devam etmektir… Özel ESHA Cerrahi Tıp Merkezi olarak üstün hizmet kalitemiz, İleri teknolojik tıbbi donanım ve deneyimli hekim kadromuz ile poliklinikler, cerrahi birimler, ameliyathane, laboratuvar, radyoloji, endoskopi- kolonoskopi ünitesi, diş ünitesi, fizik tedavi ünitesi, gözlem odaları, 24 saat açık olan acil servisimiz ile hizmetinizdeyiz...* *Sizin sağlığınız bizim mutluluğumuz!”,* https://www.facebook.com/cerrahitipmerkezi/photos/a.1559458171044535/1964995050490843/?type=3&theater adresli internet sitesinin 28.02.2019 tarihli görünümünde örnek olarak;*“PRP seansı 600 TL yerine 350 TL… Mezoterapi 500 TL yerine 350 TL… Göz kapağı düşüklüğüne yaşlanmaya bağlı deformasyonlara karşı göz kapağı estetiği ile dur de! Yılsonu kampanyasını kaçırmayın…”* gibi ifadelerle tıbbi işlemlere yönelik fiyat bilgisi verilerek kampanyaların düzenlendiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 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, bu durumun da;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 24 üncü maddesi,

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğinin 5/c maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Esha Sağlık Hizmetleri ve Tıbbi Malzeme Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**36)**

**Dosya No: 2018/4263**

**Şikayet Edilen:** **Elit Sağlık Hizmetleri Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.facebook.com/ozelelitpoliklinigi ve https://www.instagram.com/elitpoliklinigi/ adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlarda adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.02.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.facebook.com/ozelelitpoliklinigi adresli internet sitesinin 19.02.2019 tarihli görünümünde; *“14 Şubat sevgililer gününe özel… 14 Gün devam edecek lazer epilasyon fırsatı sizleri bekliyor…”, “ Göz kapağı estetiği… Daha genç görünmek için bakışlarınızı güzelleştirin… Blefaroplasti göz kapağı estetiğinde kişinin görme alanı genişler. Böylelikle daha sağlıklı ve genç bakışlara sahip olabilirsiniz.”, “PRP tedavisi ile daha güçlü saçlar… Saç dökülmelerinde uygulanan PRP tedavisi saçınızı kökten besleyip, daha hacimli ve sağlıklı olmasına yardımcı olur. Ocak ayı özel fiyatı için iletişime geçebilirsiniz… PRP ile doğal güzelleşin…”, “Botox yaptırmanın şimdi tam zamanı…”,* https://www.instagram.com/elitpoliklinigi/ adresli internet sitesinin 19.02.2019 ve 01.03.2019 tarihli görünümlerinde; *“Lazer epilasyon paketinizin yanında hediyenizi almayı unutmayın…”* gibi ifadelere, “Saç ekimi” gibi tıbbi işlemlere ilişkin uygulama görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: S**öz 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, bu durumun da;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 24 üncü maddesi,

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğinin 5/c maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Elit Sağlık Hizmetleri Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**37)**

**Dosya No: 2019/1452**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Işıl Çeri (DERMAFİT)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.dermafit.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.07.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.dermafit.com.tr adresli internet sitesinin 09.07.2019 tarihli görünümündeörnek olarak; “*Gözaltı ışık dolgusu ile canlı bakışlar… Üstün alman teknolojisi ile ağrısız acısız alexandrite lazer epilasyon… Soğuk lipoliz ile tek seansta bir beden incelme…”,*  “*2014 yılında Işıl Çeri ve Oğuz Çeri tarafından Antalya’da Lara bölgesinde kurulan Dermafit Estetik ve güzellik merkezi, alanında uzman kadrosuyla, en ileri teknolojiye sahip cihazları ile hizmet vermektedir. Hedefimiz en ileri tekniklerle, kişiler için en uygun yöntemleri uygulamak ve doğal görünümü bozmadan, en iyi sonuçları elde etmektir. Hijyenik koşullarda, titiz ve en ekonomik hizmeti kişilere sunmak, Işıltılı ve fit görünmek herkesin hakkıdır sloganıyla kozmetik uygulamaların herkes tarafından ulaşılabilir olmasını sağlamak genel misyonumuzdur…”* gibi ifadelere, Kuruluşun *“Dermafit Estetik ve Güzellik Merkezi, Dermafit Klinik”* olarak isimlendirildiği, “*Akne tedavisi, leke tedavisi*” gibi tıbbi işlemlere ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine ve tıbbi işlemlerin uygulama videolarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: S**öz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 24 üncü maddesi,

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğinin 5/c maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/ğ, 5/h, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Dr. Işıl Çeri (DERMAFİT)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**38)**

**Dosya No: 2019/1456**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Pınar ARAT**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/dr.pinararat/?hl=en adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.05.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/dr.pinararat/?hl=en adresli internet sitesinin 08.05.2019 tarihli görünümünde; “*Gözaltı ışık dolgusu… Solgun ve yorgun görünüme elveda… Genç ve dinç bakışlara merhaba…”, “Botoksla terlemeye dur de!”, “Cildini mezoterapi ile korumaya al…”, “Pürüzsüz bir cilt sizin de hakkınız…”, “Gözaltı ışık dolgusu ile bakışların canlansın…”* gibi ifadelere yer verildiği, *“Saç mezoterapisi”* gibi tıbbi işlemlere ilişkin uygulama görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir..

**Değerlendirme/Karar: S**öz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 24 üncü maddesi,

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğinin 5/c maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/ğ, 5/h, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Dr. Pınar ARAT** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**39)**

**Dosya No: 2019/1470**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Pınar CÖMERT**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/dr.pinarcomert/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.05.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/dr.pinarcomert/ adresli internet sitesinin 08.05.2019 tarihli görünümündeörnek olarak; *“Burun dolgusu, Dudak dolgusu”* gibi tıbbi işlemlere ilişkin uygulama görüntülerine yer verildiği, *“Botoks, dolgu”* gibi tıbbi işlemlere ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: S**öz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 24 üncü maddesi,

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğinin 5/c maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/ğ, 5/h, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Dr. Pınar CÖMERT** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**40)**

**Dosya No: 2019/1474**

**Şikayet Edilen:** **Solaser Lazer Epilasyon ve Estetik Hiz. Tic. Ltd. Şti. (Dr. Ali ŞAHAN)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/dralisahan/ ve http://www.dralisahan.com/ adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.07.2019, 11.09.2019 ve 17.09.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/dralisahan/ adresli internet sitesinin 10.07.2019 tarihli görünümünde örnek olarak; “*Gözaltı ışık dolgusu, Botoks, Dolgu*” gibi tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, "*Dinamik yüz uygulaması, Ameliyatsız yüz gençleştirme*" gibi tıbbi işlemlere ilişkin uygulama görüntülerine yer verildiği, http://www.dralisahan.com/ adresli internet sitesinin 11.09.2019 ve 17.09.2019 tarihli görünümlerinde örnek olarak; *“Dudak Dolgusu… Dudaklarınız Artık Çok Daha Güzel…”,* *“Ulthera… Hollywood Yıldızlarının Tercihi…”,* *“Fransız Askısı… Yaşlanma ve Sarkmalara Net Çözüm…”,* *“Burun Dolgusu… Güzelliğinizi Ön Plana Çıkartın…”* gibi ifadelere yer verildiği, “*Klinik dermatoloji*” başlığı altında; hastalıkların toplumu endişeye sevk edici biçimde görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: S**öz 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, bu durumun da;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 24 üncü maddesi,

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğinin 5/c maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/ğ, 5/h, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Solaser Lazer Epilasyon ve Estetik Hiz. Tic. Ltd. Şti. (Dr. Ali ŞAHAN)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **85.480 TL. (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**41)**

**Dosya No: 2019/1480**

**Şikayet Edilen:** **Dr. İ. Öykü MARAŞLIOĞLU ÇELEN**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/droykumarasoglucelen/ adresli internet sitesinde adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.07.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/droykumarasoglucelen/ adresli internet sitesinin 10.07.2019 tarihli görünümündeörnek olarak; “*Şok dalga tedavisi, PRP tedavisi, Altın iğne, botoks, Dudak mezoterapisi*” gibi tıbbi işlemlere ilişkin uygulama görüntülerine ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 24 üncü maddesi,

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğinin 5/c maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/ğ, 5/h, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Dr. İ. Öykü MARAŞLIOĞLU ÇELEN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**42)**

**Dosya No: 2019/1485**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Zahra Mellat DOUST KILIÇ**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/dr.zehradoust/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.07.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/dr.zehradoust/ adresli internet sitesinin 10.07.2019 tarihli görünümünde; “*Burun estetiği, Saç ekimi, Botoks, Dolgu*” gibi tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, “Saç mezoterapisi, Leke tedavisi” gibi tıbbi işlemlere ilişkin uygulama görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 24 üncü maddesi,

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğinin 5/c maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/ğ, 5/h, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Dr. Zahra Mellat DOUST KILIÇ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**43)**

**Dosya No: 2019/1486**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Hayat ÖZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/drhayatoz/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.06.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/drhayatoz/ adresli internet sitesinin 14.06.2019 tarihli görünümünde; *“Botoks… Daha doğal ve daha genç bir görünüm için, size özel birkaç sihirli dokunuş…”, “Saten vücut germe… Vücudunuzda sizleri rahatsız eden sarkmalar veya gevşeyen dokulardan şikâyetçi misiniz? Vücudumuzda saten etkisi için ve daha güzel bir vücut için egzersiz ve diyetlerle desteklenmesine karşın bir türlü istenilen sonuçlar alınamayan sorunlu bölgeleri olan her yaş grubunda ki kişilere güvenle uygulanabilir. Uygulama için 4-6 seans yeterlidir. Seans aralığı ise 7-10 gündür. Vücudunuzda ikinci seanstan sonra gözle görülür düzelmeler ve iyileşmeleri görebiliriz. Detaylı bilgi için +90 542 422 21 22 numaralı telefondan bizlere ulaşabilirsiniz.”* gibi ifadelere yer verildiği, Ameliyatsız Göz Kapağı Estetiği Uygulaması gibi tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: S**öz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 24 üncü maddesi,

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğinin 5/c maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/ğ, 5/h, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Dr. Hayat ÖZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**44)**

**Dosya No: 2019/1491**

**Şikayet Edilen:** **Derma Özel Sağlık Hiz. Tur. Tic. Paz. San. Ltd. Şti. (Dr. Kubilay YÜCEL)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/dr.kubilayyucelpoliklinigi/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.07.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/dr.kubilayyucelpoliklinigi/ adresli internet sitesinin 11.07.2019 tarihli görünümünde; “*Botoks ile Zamanı Geri Alın… Botoks kırışıklıkların giderilmesi, kaşların yukarı kaldırılması ve ince çizgilerin giderilmesinde uygulanan medikal bir işlemdir…”* gibi ifadelere yer verildiği, “*Botoks, Dolgu uygulamaları*” gibi tıbbi işlemlerin uygulama görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: S**öz 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, bu durumun da;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 24 üncü maddesi,

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğinin 5/c maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/ğ, 5/h, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Derma Özel Sağlık Hiz. Tur. Tic. Paz. San. Ltd. Şti. (Dr. Kubilay YÜCEL)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**GIDA**

**45)**

**Dosya No: 2018/2556**

Gıda ve Kontrol Genel Müdürlüğü’nün başvurusu üzerine incelemeye alınan Haks Hamzaoğlu Kimya Sanayi ve Ticaret A.Ş. unvanlı firmaya ait “Nurse Harvey's Gaz Giderici Damla” isimli ürün tanıtımlarına ilişkin dosya hakkında yapılan görüşmeler neticesinde, konu ile ilgili olarak Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu'nun görüşüne başvurulması istemiyle **dosyanın ertelenmesine** karar verilmiştir.

**46)**

**Dosya No: 2018/3256**

**Şikayet Edilen:** **Gökçek Şifa Laboratuvar San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Gökçek Gıda İlaç” ibareli ürün kataloğu

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Katalog

**Tespitler:** Firmanın “Terazidere Mah. Yaşar Doğu Sok. No:20 Bayrampaşa/İSTANBUL” adresinde faaliyet gösteren Bayrampaşa 2 Şubesi'nde İstanbul İl Tarım ve Orman Müdürlüğü tarafından 2018 yılında gerçekleştirilen resmi kontrolde işletme deposunda bulunan “Gökçek Gıda İlaç” ibareli ürün kataloğunda; *“(...)Zona, Herpes, Uçuk, Genital Siğil, Genital Herpes, Sivilce, akne Rahatsızlıkları. Melisa Kapsül. Zona hastalığı, herpes uçukl, genital siğili genital herpes tedavisinde yardımcı gıda takviyesidir. Bu sete www.gokcekmarket.com adresinden ulaşabilirsiniz. (...)Kordisep Kapsül. Her türlü alerji tedavisinde yardımcı bitkisel gıda takviyesidir. (...)Ginkgo Kapsül. beyin hastalıkları, Parkinson, beyincik küçülmesi, kulak çınlama tedavisinde yardımcı bitkisel gıda takviyesidir. (...)Çoban Çökerten Kapsül. veirkosel, epidemit ve azosperm tedavisinde yardımcı bitkisel gıda takviyesidir. (...)Boswellia Kapsül. Bağışıklık sistemini güçlendirmeye yardımcı bitkisel gıda takviyesidir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; anılan tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d maddeleri,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24/3 üncü maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliğinin7 nci maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5, 7, 8, 9 13 ve 17 nci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/5 ve 26 ncı maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Gökçek Şifa Laboratuvar San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **6.907-TL (Altıbindokuzyüzyedi Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2018/3565**

**Şikayet Edilen: Yunus Market İşletmeleri Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Yunus Market şubelerinde satılan muhtelif gıda ürünlerine ait “özel indirim”, “indirim indirim” ve “fırsat ürünü” başlıklı fiyat etiketleri

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Etiket

**Tespitler**: Yunus Market şubelerinde standart raf etiketlerinden daha büyük fiyat etiketleri üzerinde “özel indirim”, “indirim indirim” ve “fırsat ürünü” ibareleri kullanıldığı, ancak inceleme konusu etiketlerde indirimden önceki fiyatlara yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Yunus Market şubelerinde standart raf etiketlerinden daha büyük fiyat etiketleri üzerinde “özel indirim”, “indirim indirim” ve “fırsat ürünü” ibareleri kullanılarak 2018 yılı içerisinde satışa sunulan gıda ürünlerinde indirim yapıldığı izlenimi yaratıldığı, ancak inceleme konusu etiketlerde indirimden önceki fiyatlara hiçbir şekilde yer verilmediği dolayısıyla bu durumun tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 14/2, 14/3 ve 14/4 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Yunus Market İşletmeleri Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**48)**

**Dosya No: 2019/683**

**Şikayet Edilen:** **Sbs Bilimsel Bio Çözümler San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Beeo”markalı bal ve arı ürünlerine yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.02.2019,28.05.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/beeoariurunleri/ adresli internet sayfasının 15.02.2019 tarihli görünümünde; *“Nar suyundan 80 kat güçlü antioksidan aktiviteye sahip gerçek Anadolu propolisi için www.beeo.com.tr’yi ziyaret edin. (…)Merhaba ben bu ürünü 15 aylık oğlum için kullanıyorum. Eczaneden aldığım zaman günde 5 damla kullanmamı söylediler. Acaba 10 ile 40 damlası kaç yaş aralığı için geçerli? @beeoariurunleri. Beeoariurunleri Merhaba, 15 aya günde 5 damla verebilirsiniz. 2 yaşından itibaren günde 10 damla verebilirsiniz. (…)@beeoariurunleri merhaba 12 aylık bebek için uygun mu ve kaç damla verilmeli acaba beeoariurunleri Merhaba, günde 5 damla su, süt vb. ılık ve soğuk içeceklere damlatarak verebilirsiniz. Kullanmadan önce bilek iç kısmına damlatarak alerji testi yapmanızı öneririz. 1 damla ile başlayıp alerjisi olup olmadığını gözlemleyerek damla sayısını arttırabilirsiniz.”* şeklinde, 12.05.2019 tarihli görünümünde; *“(…)Boğaz spreyi muhteşem bir ürün tadı çok kötü evet ama işlevi çok iyi herkese tavsiye ediyorum biz ailecek kullanıyoruz iki gün içinde hiçbirşey kalmıyor ne ağrı ne kızarıklık ne şişkinlik tebrikler@beeoariurunleri”* şeklinde,

https://www.instagram.com/ceydadvenci/ adresli internet sayfasının 15.02.2019 tarihli görünümünde; *“@aslieliftanugursamanci @beeoariurunleri yaşasın Anadolu propolisi. Evet Ailecek Kullanıyoruz. Bu yüzden de tüm kış hastalanmadık. tavsiyemdir. (…)”* şeklinde,

www.instagram.com/aslieliftanugursamanci adresli internet sayfasının 28.05.2019 tarihli görünümünde; *“Propolisin insan sağlığına faydaları. Propolis çok çeşitli biyolojik aktivitelere sahiptir. En önemli aktivitesi antimikrobiyal özelliği. Bunun yanı sıra antiromatizmal, ülser önleyici, karaciğer koruyucu, bağışıklık sistemini güçlendirici etkilerini sayabiliriz. (…)Aslı hanım yaklaşık 2 aydır düzenli kullanıyorum. Oğlumun sinüzit atakları ateş ve antibiyotiksiz hatta iğnesiz geçmezdi. 3 haftada anca toparlardı. Şimdi 3 günde antibiyotiksiz atlattı çok şükür. Doktorumuz ne yapıyorsan devam et dedi(…)çocuklar ne beta ne domuz gribi bu yıl hiçbirşey olmadılar. Tüm okul hastalıktan kırılırken sadece 2 kez 37,5 gu geçmeyen ateş cok hafif gribal enfeksiyon.(…)diyabete olumlu etkisiyle propolis (…)annem multiple miyolom hastası daha önce sizden bilgi almıştım propolisi tek başına içemiyor bünyesi hassas öksürürk başladı boğazı ağrıyor propolis ham balı arı sütü karışımı olandan içebilir mi etkisi olur mu ya da başka öneriniz olur mu nerden temin edeceğimizi yazarsanız çok sevinirim mutlaka bağışıklık sistemini güçlendirmemiz gerekiyor(…)merhaba gün içerisinde damla sayısını bölerek tüketebilir. (…)Aslı hanım merhaba. 3 aydır düzenli olarak propolis kullanıyorum. Hiç hastalanmamıştım. Geçen hafta Salı gunu hasta olacak gibi oldum. Boğaz, burun ve gözlerde yanma ile başlayan sonra burun tıkanması ve hafif ses değişimiyle hasta oluyurm hissi yaratan bir süreç geçirdim. Propolisi 4 katına çıkardım ve pazartesi akşamı hastalık belirtilerinden hiç eser kalmadı. Hem de hiç dinlemediğimi, sürekli koşturduğum halde. Yorgunluk hissetmeden, antibiyotiksiz ve ayakta hastalık başlangıcı atlattım. (…)aslı hanım kızım da son bahar ve ilkbaharda çok hastalanıyordu, hapşırma burun tıkanıklığı çekiyordu ben bağışıklığını kuvvetlendirmek için her türlü sebzelerden yedirmeye uğraşıyordum ama yine de hastalanıyorduç Propolisi siz telev,zyonda anlatırken gördüm ve etkilendim. Sonra takip ettiğim çocuk doktoru instagramda payşaınca aldırdım ve kızım şimdi bahar ayında hiç hastalanmadı (…)astım hastaları propolis kullanır mı?-Merhaba kullanabilir. Propolisin astıma iyi geldiğine dair birçok bilimsel yayın mevcuttur. (…)”*şeklinde ifadelere yer verildiği, bununla birlikte anılan internet sayfasında yer alan www.beeo.com.tr linki ile söz konusu ürünlerin internet satış sitesine yönlendirme yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; anılan tanıtımlarda “Beeo” markalı bal ve arı ürünlerine yönelik olarakendikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle *gıda* *takviyesi* niteliğindeki söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, *tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı*, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu,

Bununla birlikte, https://www.instagram.com/beeoariurunleri/ adresli internet sayfasının 15.02.2019 tarihli görünümünde yer alan *“(…)Merhaba ben bu ürünü 15 aylık oğlum için kullanıyorum. Eczaneden aldığım zaman günde 5 damla kullanmamı söylediler. Acaba 10 ile 40 damlası kaç yaş aralığı için geçerli? @beeoariurunleri. Beeoariurunleri Merhaba, 15 aya günde 5 damla verebilirsiniz. 2 yaşından itibaren günde 10 damla verebilirsiniz. Sevgiler (…)@beeoariurunleri merhaba 12 aylık bebek için uygun mu ve kaç damla verilmeli acaba beeoariurunleri Merhaba, günde 5 damla su, süt vb. ılık ve soğuk içeceklere damlatarak verebilirsiniz. Kullanmadan önce bilek iç kısmına damlatarak alerji testi yapmanızı öneririz. 1 damla ile başlayıp alerjisi olup olmadığını gözlemleyerek damla sayısını arttırabilirsiniz.”* şeklinde ifadelerin Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin “Etiketleme” başlıklı 13/ğ maddesinde yer alan *“2 yaşın altındaki bebek ve küçük çocuklar için takviye edici gıda üretilemez ve piyasaya arz edilemez.”* hükmüne aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d ve 5/e maddeleri,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24/3 üncü maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliğinin7 nci maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5, 7, 8, 9 13 ve 17 nci maddeleri,

**-** Türk Gıda KodeksiTakviye Edici Gıdalar Tebliği’nin 13/ğ maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/5 ve 26 ncı maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Sbs Bilimsel Bio Çözümler San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **85.480-TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**TEKNOLOJİ**

**49)**

**Dosya No: 2019/265**

**Şikayet Edilen: Teknosa İç ve Dış Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.teknosa.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan *"ING Teknokredi ile tüm televizyonlar peşin fiyatına 6 taksitle!"* başlıklı kampanya reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.10.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.teknosa.com.tr adresli internet sitesinde, şikayet edilen firma tarafından satışı gerçekleştirilen televizyon ürünlerine ilişkin yapılan tanıtımlarda, *"ING Teknokredi ile* *tüm televizyonlar peşin fiyatına 6 taksitle!", "Kampanya 31 Ekim 2018 tarihine kadar* *geçerlidir.", "Mağazadan çıkmadan anında kredi! Üstelik masrafsız, komisyonsuz!* *Teknosa mağazalarından Teknokredi'ye hemen başvur, hemen kullan!"*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.teknosa.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan *"ING Teknokredi ile tüm televizyonlar peşin fiyatına 6 taksitle!"*başlıklı kampanya reklamlarında, satışı gerçekleştirilen televizyonların, tüketici finansman kredisi ile satın alınması halinde, 6 taksitle satış fiyatının peşin fiyatıyla aynı olacağının vaat edildiği; buna göre, kampanya kapsamında yapılan alışverişlerde, fatura bedelinde krediye uygulanan faiz tutarı miktarında indirim yapılması suretiyle, tüketicilerin kampanyadan yararlandırıldığı; bu hususun inceleme konusu reklamlarda yer alan dipnotta *“Kampanyaya dahil ürünler ING Teknokredi ile 6 taksitle alındığında ürün tutarından faiz tutarı kadar indirim yapılarak 6 taksit ile toplam geri ödeme tutarı ürünlerin peşin fiyatına eşitlenir.”* ifadeleriyle belirtildiği; dolayısıyla, anılan reklamların; Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin ilgili hükümleri ile 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**50)**

**Dosya No: 2019/353**

**Şikayet Edilen: HYS Köroğlu Mağazacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "HYS AVM" adlı işletmelerin tanıtımına ilişkin yayınlanan *"2019 yeni yıla özel fırsatlar"* başlıklı broşürler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.12.2018-31.12.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** "HYS AVM" adlı işletmelerin tanıtımına ilişkin yayınlanan *"2019 yeni yıla özel fırsatlar, Yeni yılda yeni fırsatlar, Evinizin bütçesine Köroğlu’ndan dev destek"* başlıklı broşürlerde, 10.12.2018-31.12.2018 tarihleri arasında geçerli olmak üzere, muhtelif dayanıklı teknoloji ürünlerinin peşin veya taksitli satış fiyatlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Taksit tutarlarının verildiği reklamlarda, reklamı yapılan mal veya hizmetin toplam fiyatı ve taksit sayısının, taksit tutarı ile birlikte ve okunabilir büyüklükte gösterilmesi gerekirken şikayet edilen firmaya ait "HYS AVM" adlı işletmelerin tanıtımına ilişkin yayınlanan *"2019 yeni yıla özel fırsatlar"* başlıklı broşürlerde, taksit tutarları ve sayıları belirtilen muhtelif ürünlerin toplam satış fiyatına yer verilmeyerek anlam karışıklığına yol açıldığı ve ürünün fiyatı hakkında tüketicilerin eksik bilgilendirildiği; dolayısıyla, anılan reklamların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin; 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5; 9 ve 13 üncü maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **HYS Köroğlu Mağazacılık A.Ş.** isimli kuruluş hakkında; 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**TURİZM**

**51)**

**Dosya No: 2019/8792**

**Şikayet Edilen: Türk Hava Yolları A.O.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından gerçekleştirilen “Öğretmenler Günü Kampanyası” başlıklı promosyon kampanyasına ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018 - 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Türk Hava Yolları A.O. tarafından düzenlenen “Öğretmenler Günü Kampanyası” başlıklı promosyon kampanyasına ilişkin olarak https://www.turkishairlines.com/tr-tr/kampanyalar/degerli-ogretmenlerimiz-icin-yuzde-25-indirim/ URL adresinde yer verilen tanıtımlarda, *“Değerli öğretmenlerimiz için %25 indirim! Öğretmenlerimiz ve birlikte seyahat ettikleri aileleri için iç hat seferlerimizde %25 indirim sunuyoruz. Tüm öğretmenlerimizin Öğretmenler Günü’nü bugünden kutluyoruz!”* şeklinde ifadeler ile birlikte “Kurallar ve Koşullar” başlığı altında, kampanya katılım koşullarına ilişkin olarak, *“Öğretmen yolcularımızın Miles&Smiles üyesi olması koşuluyla indirim uygulanacaktır. Bilet alımı esnasında Öğretmen yolcu tipinin seçilmesi ve yolcumuzun Miles&Smiles üyelik numarasını giriş yapması gerekmektedir. Öğretmen yolcularımızın öğretmenlik bilgileri sistem tarafından otomatik olarak onaylanabilmektedir. Bu işlem için THY Web Sitesi Miles&Smiles hesabında TC Kimlik Numarası girişi yapılmış ve Kişisel Bilgilerim alanındaki “Öğretmen” seçeneğinin seçilmiş olması gerekmektedir. Öğretmen bilgisinin kaydedilmesi esnasında herhangi bir problemle karşılaşılması durumunda THY Web Sitesi - Müşteri İlişkileri Formu üzerinden veya THY Satış Ofislerine öğretmenlik belgeleri ile başvurarak bilgilerin onaylatılması gerekmektedir. Milli Eğitim Bakanlığı’na bağlı olarak görev yapmakta olan öğretmenler ve aileleri ile YÖK’e bağlı üniversitelerde görev yapmakta olan öğretim üyeleri ve aileleri bu indirimden faydalanabilir. İç hat öğretmen indirimi Türk Hava Yolları (Hopa seferleri dahil) ve AnadoluJet iç hat seferlerinde uygulanacaktır. Codeshare (ortak) uçuşlarda, Türk Hava Yolları Kıbrıs Ercan seferlerinde, açık biletlerde ve promosyon sınıflarında iç hat öğretmen indirimi geçerli değildir. İç hat öğretmen indiriminden aynı rezervasyondaki aynı soyadlı en fazla 4 yolcu faydalanabilir. Çift soyad sahibi yolcular, rezervasyon sırasında soyadı bölümüne beraber seyahat edecekleri ailesine ait soyadını giriş yaparak indirimden yararlanabilirler. Öğretmen yolcumuz hariç, yolculardan biri gruptan ayrı seyahat etmek isterse yapılan indirim geçersiz olacak ve indirimsiz ücret kullanılacaktır. İç hat öğretmen indirimleri diğer indirimlerle birleştirilemez. Bebek yolcu ücretleri üzerinden ayrıca bir indirim uygulanmayacaktır.”* şeklinde bilgilendirmelerin yer aldığı,

Öğretmenlerin kampanyadan yararlanabilmesi için, Miles&Smiles üyesi olarak kullanıcı hesaplarında kişisel bilgiler alanında “Öğretmen” seçeneğini işaretlemeleri gerektiği ve öğretmenlik bilgilerinin Milli Eğitim Bakanlığı veri tabanına erişim sağlanarak onaylandığı, öğretmenlik bilgilerinin onaylanması aşamasında sorun yaşayan kişilerin THY Web Sitesi - Müşteri İlişkileri Formu üzerinden veya THY Satış Ofislerine öğretmenlik belgeleri ile başvurarak bilgilerini onaylatmaları gerektiği,

Kampanya biletleme döneminin 09 Ekim 2018 - 24 Mart 2019, seyahat döneminin ise 19 Kasım 2018 - 31 Mart 2019 tarih aralıkları olarak belirlendiği,

Kampanyaya ilişkin olarak yapılan incelemelerde, “kampanyadan faydalanmak isteyen öğretmenlerin kampanya koşullarında belirtildiği gibi Miles&Smiles üyesi olarak Miles&Smiles kullanıcı ekranında kişisel bilgilerini öğretmen olarak işaretledikleri, fakat bilgilerin onaylanması aşamasında sistemin sürekli hata verdiği, sorun yaşayan öğretmenlerin THY web sitesi müşteri ilişkileri formu üzerinden veya THY satış ofislerine öğretmenlik belgeleri ile bilgilerini onaylatmak için başvuruda bulundukları halde bilgilerinin uzun süre onaylanmadığı, çağrı merkezi kanalından müşteri temsilcileri ile görüşmeler yapıldığı ancak bir sonuç alınamadığı, bu süreçte alınması planlanan biletlerin fiyatının arttığı ve kampanyadan %25 indirimli bilet alınmak istenirken bilet fiyatlarının yükselmesiyle kampanyanın avantajını yitirdiği” gibi iddialar içeren çok sayıda tüketici şikayetinin bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu kampanyaya ilişkin olarak tespit edilen tüketici şikayetleri incelendiğinde; kampanyadan faydalanmak isteyen öğretmenlerin kampanya koşullarında belirtildiği gibi Miles&Smiles üyesi olarak Miles&Smiles kullanıcı ekranında kişisel bilgilerini öğretmen olarak işaretledikleri, fakat bilgilerin onaylanması aşamasında sistemin sürekli hata verdiği, sorun yaşayan öğretmenlerin THY web sitesi müşteri ilişkileri formu üzerinden veya THY satış ofislerine öğretmenlik belgeleri ile bilgilerini onaylatmak için başvuruda bulundukları halde bilgilerinin uzun süre onaylanmadığı, çağrı merkezi kanalından müşteri temsilcileri ile birçok defalar görüşme yapıldığı ancak bir sonuç alınamadığı, bu süreçte alınması planlanan biletlerin fiyatının arttığı ve kampanyadan %25 indirimli bilet alınmak istenirken bilet fiyatlarının yükselmesiyle kampanyanın avantajını yitirdiği, yaşanan sorunların çözümünün uzun süreleri bulması nedeniyle kampanya kapsamında belirlenen indirim oranından daha yüksek bir oranda bilet fiyatlarının arttığı,

THY A.O. tarafından konuya ilişkin olarak yapılan açıklamada; Miles&Smiles sadakat programına öğretmen olarak kayıtlı 27925 aktif üyenin bulunduğu, kampanya kapsamında 12184 tüketicinin (öğretmen ve öğretmen yakınları) indirim hakkından yararlandığı, kampanyadan faydalanmak isteyen bu tüketicilerden 6035 tüketicinin ise sorun yaşadığı gerekçesiyle geri bildirimde bulunduğu, gelen geri bildirimlere ortalama 2.32 günde cevap verildiği, geri bildirimlerin %40’ının (2423 tüketici başvurusu) 24 saat içinde çözümlendiği,

Bu itibarla, kampanyadan faydalanmak isteyen tüketicilerin (12184 tüketici) %50’sinin (6035 tüketici) sorun yaşadığı gerekçesiyle geri bildirimde bulunmasının, tüketicilerin öğretmenlik bilgilerinin onaylanması aşamasında yaygın problemlerle karşılaşıldığını gösterdiği, Türk Hava Yolları A.O. tarafından yapılan açıklamalar dikkate alındığında, 6035 tüketici tarafından yapılan geri bildirimden; 267 geri bildirimin 7 günden daha uzun sürede (%4.4), 207 geri bildirimin 7 gün içinde (%3.4), 264 bildirimin 6 gün içinde (%4.4), 285 geri bildirimin 5 gün içinde (%4.7) ve 427 geri bildirimin ise 4 gün içinde (%7.1) cevaplandığının görüldüğü, tüm bu hususlar dikkate alındığında ise, kampanya kapsamında yaşanan sistemsel sorunlar nedeniyle tüketicilerin satın almak istedikleri biletleri zamanında alamadıkları, satın alınmak istenen biletlerin fiyatlarının, THY A.O. tarafından geri bildirimlere geç cevap verilmesi veya öğretmenlik belgelerinin sisteme yüklenmesi / firma satış ofislerine teslim edilmesi / onay aşaması gibi işlemlerin uzun bir zamanı kapsamasından dolayı arttığı, sonuç olarak kampanyanın vaat edildiği şekilde yerine getirilmediği ve kampanyadan faydalanmak isteyen birçok tüketicinin mağduriyetine yol açtığı, bu itibarla, kampanya tanıtımlarının bu haliyle tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici olarak değerlendirildiği, bu durumun da;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Türk Hava Yolları A.O.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**52)**

**Dosya No: 2019/9636**

**Şikayet Edilen: Aydoğanlar İnş. Tur. Otelcilik San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “Capella Otel” adlı tesise yönelik olarak tesis dış cephesinde ve www.capellaotel.com adresli internet sitesi ile otel rezervasyon hizmeti veren muhtelif internet sitelerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemelerde, “Capella Otel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” bulunmasına karşın tesis dış cephesinde ve https://www.facebook.com/capellaotel/, www.setur.com.tr, www.otelz.com, www.odamax.com ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinin 18.07.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapıldığı, diğer taraftan, tesis dış cephesinde konumlandırılmış “4 Yıldız” tabelasını gösteren tesis fotoğraflarının, www.capellaotel.com, www.tatilbudur.com, www.etstur.com ve tr.hotels.com adresli internet sitelerinde yer alan “Capella Otel” adlı tesise ait tanıtım sayfasında tanıtım materyali olarak kullanıldığı, ayrıca, anılan işletme tarafından yapılan başvuru ve Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılan denetimler sonucunda “Capella Otel” adlı tesise 09.08.2019 tarihinde “4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” verildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bakanlığımıza yapılan başvuru sonucunda yapılan ilk incelemede, “Capella Otel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan verilmiş “3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” bulunmakla birlikte, anılan tesisin, tesis dış cephesinde ve www.facebook.com/capellaotel/, www.setur.com, www.otelz.com, www.odamax.com ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinin 18.07.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtıldığının tespit edildiği, diğer taraftan, firma tarafından anılan tesise ilişkin olarak yapılan “4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” başvurusuna ilişkin olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılan denetimler sonucunda “Capella Otel” adlı tesise 09.08.2019 tarihinde “4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” verildiği,

Bu itibarla, “Capella Otel” adlı tesise “4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” verilmesinden önce, anılan tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” bulunmasına karşın tesis dış cephesinde ve www.facebook.com/capellaotel/, www.setur.com, www.otelz.com, www.odamax.com ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinin 18.07.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olarak değerlendirildiği,

Diğer taraftan, tesis dış cephesinde konumlandırılmış “4 Yıldız” tabelasını gösteren tesis fotoğraflarının, aynı tarihlerde, www.capellaotel.com, www.tatilbudur.com, www.etstur.com ve tr.hotels.com adresli internet sitelerinde yer alan tanıtım sayfasında tanıtım materyali olarak kullanılmasının tesisin tüketiciler nezdinde yanıltıcı bir şekilde “4 Yıldızlı Otel” olduğu algısı oluşturduğu; tüm bu hususların da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- 01.06.2019 tarih ve 30791 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-g, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Aydoğanlar İnş. Tur. Otelcilik San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2019/9638**

**Şikayet Edilen: Oden İnşaat Turizm ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Ilıca Hotel SPA&Thermal Resort Çeşme” adlı tesise yönelik olarak www.ilicahotel.com adresli internet sitesi ile www.etstur.com adresli internet sitesinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018 - 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, tesise ait “5 Yıldızlı Termal Otel Turizm İşletmesi Belgesi” kapsamında bulunmayan “Aqua Toy City” isimli su parkı ile tesise 1 Km uzaklıkta bulunan 21 apart üniteli “Vela Garden Resort” isimli apart otelin www.ilicahotel.com adresli internet sitesinde “Ilıca Hotel SPA&Thermal Resort Çeşme” adı altında tanıtılıp pazarlandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kültür ve Turizm Bakanlığından 22.10.2008 tarih ve 11620 sayılı “5 Yıldızlı Termal Otel Turizm İşletmesi Belgesi” sahibi olup “Altınyunus Mah. Boyalık Mevkii 3447 Sk. No:2 Çeşme/İZMİR” adresinde faaliyet gösteren “Ilıca Hotel SPA&Thermal Resort Çeşme” isimli tesise ilişkin olarak www.ilicaotel.com adresli internet sitesinde yer alan reklam ve tanıtımlarda, anılan tesise ait “5 Yıldızlı Termal Otel Turizm İşletmesi Belgesi” kapsamında bulunmayan “Aqua Toy City” adlı su parkı ile tesise 1 Km uzaklıkta bulunan 21 apart üniteli “Vela Garden Resort” isimli apart otelin “Ilıca Hotel SPA&Thermal Resort Çeşme” adı altında tanıtılıp pazarlanmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olarak değerlendirildiği, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- 01.06.2019 tarih ve 30791 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-g, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Oden İnşaat Turizm ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**54)**

**Dosya No: 2019/9655**

**Şikayet Edilen: Hotelistan Turizm Otelcilik Bilgi İşlem Ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Nova Plaza Park Hotel” adlı tesise yönelik olarak tesis dış cephesinde, tesis tabelasında ve otel rezervasyon hizmeti sağlayan muhtelif internet sitelerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede, İstanbul Kervansaray Otel, ve Tur. A.Ş.’nin belge ve ruhsat sahibi olduğu “Park City Otel” isimli tesisin, Kültür ve Turizm Bakanlığından 20/08/2010 tarih ve 12530 sayılı “Özel Konaklama Tesisi Turizm İşletmesi Belgesi” bulunmakla birlikte, 23.10.2017 tarihinde anılan firma ile Hotelistan Turizm Otelcilik Bilgi İşlem Tic. Ltd. Şti. arasında imzalanan “Otel Kiralama Sözleşmesi” doğrultusunda hâlihazırda Hotelistan Turizm Otelcilik Bilgi İşlem Tic. Ltd. Şti. tarafından “Nova Plaza Park Otel” adı altında işletilmekte olduğu,

“Özel Konaklama Tesisi Turizm İşletmesi Belgesi” bulunan tesisin, tesis dış cephesinde, tesis tabelasında ve www.otelz.com, www.tripadvisor.com.tr, www.agoda.com, www.kayak.com ve tr.hotels.com adresli internet sitelerinin 24.06.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kocatepe Mah. Şehit Muhtar Bey Cad. No:53 Beyoğlu/İSTANBUL adresinde faaliyet gösteren, İstanbul Kervansaray Otel, ve Tur. A.Ş.’nin belge ve ruhsat sahibi olduğu “Park City Otel” isimli tesisin, Kültür ve Turizm Bakanlığından 20/08/2010 tarih ve 12530 sayılı “Özel Konaklama Tesisi Turizm İşletmesi Belgesi” bulunmakla birlikte, 23.10.2017 tarihinde anılan firma ile Hotelistan Turizm Otelcilik Bilgi İşlem Tic. Ltd. Şti. arasında imzalanan “Otel Kiralama Sözleşmesi” doğrultusunda hâlihazırda Hotelistan Turizm Otelcilik Bilgi İşlem Tic. Ltd. Şti. tarafından “Nova Plaza Park Otel” adı altında işletilmekte olduğu,

Bu kapsamda, “Özel Konaklama Tesisi Turizm İşletmesi Belgesi” bulunan tesisin, tesis dış cephesinde, tesis tabelasında ve www.otelz.com, www.tripadvisor.com.tr, www.agoda.com, www.kayak.com ve tr.hotels.com adresli internet sitelerinin 24.06.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olarak değerlendirildiği, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- 01.06.2019 tarih ve 30791 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-g, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Hotelistan Turizm Otelcilik Bilgi İşlem Ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **85.480 TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2019/9657**

**Şikayet Edilen: Pelin YAVUZ (Türkevi Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Otel Türkevi” adlı tesise yönelik olarak tesis dış cephesinde, tesis tabelasında ve otel rezervasyon hizmeti sağlayan muhtelif internet sitelerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Otel Türkevi” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis dış cephesinde, tesis tabelasında, tesise ait Facebook ve Instagram kurumsal sosyal medya hesaplarında ve www.trivago.com.tr, www.tripadvisor.com.tr, www.neredekal.com ve tr.hotels.com adresli internet sitelerinin 31.07.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda, “Türkevi Butik Butik Otel” ve “Butik” ibareleriyle “Butik Otel” olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Otel Türkevi” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis dış cephesinde, tesis tabelasında, tesise ait Facebook ve Instagram kurumsal sosyal medya hesaplarında ve www.trivago.com.tr, www.tripadvisor.com.tr, www.neredekal.com ve tr.hotels.com adresli internet sitelerinin 31.07.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda, “Türkevi Butik Butik Otel” ve “Butik” ibareleriyle “Butik Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olarak değerlendirildiği, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- 01.06.2019 tarih ve 30791 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-g, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Pelin YAVUZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2019/9658**

**Şikayet Edilen: Nilüfer ŞEN (Nilüfer Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Nilüfer Otel” adlı tesise yönelik olarak tesis dış cephesinde, tesis tabelasında, tesise ait Facebook ve Instagram kurumsal sosyal medya hesaplarında ve otel rezervasyon hizmeti sağlayan muhtelif internet sitelerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Nilüfer Otel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis dış cephesinde, tesis tabelasında, tesise ait Facebook ve Instagram kurumsal sosyal medya hesaplarında ve www.tripadvisor.com.tr, tr.hotels.com, www.otelz.com ve www.neredekal.com adresli internet sitelerinin 05.08.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “Butik Otel” olarak tanıtıldığı,

Diğer taraftan, tesise ait www.niluferotel.com adresli internet sitesinde, https://www.youtube.com/watch?v=6bpW608SA3Q URL adresinde yer alan “Nilüfer Butik Otel” başlıklı bir tanıtım filmine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Nilüfer Otel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis dış cephesinde, tesis tabelasında, tesise ait Facebook ve Instagram kurumsal sosyal medya hesaplarında ve www.tripadvisor.com.tr, tr.hotels.com, www.otelz.com ve www.neredekal.com adresli internet sitelerinin 05.08.2019 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda “Butik Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olarak değerlendirildiği,

Diğer taraftan, tesise ait www.niluferotel.com adresli internet sitesinde, https://www.youtube.com/watch?v=6bpW608SA3Q URL adresinde yer alan “Nilüfer Butik Otel” başlıklı bir tanıtım filmine yer verildiği, söz konusu tanıtım videosunun tüketiciler nezdinde tesisin yanıltıcı bir şekilde “Butik Otel” olduğu izlenimi oluşturduğu, tüm bu hususların da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- 01.06.2019 tarih ve 30791 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-g, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Nilüfer ŞEN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**57)**

**Dosya No: 2019/9659**

**Şikayet Edilen: Arkadaş Tavukçuluk Yumurta Üretim Gıda İnş. Turizm Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Cunda Kıvrak Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “Cunda Kıvrak Otel” adlı tesise yönelik olarak tesis dış cephesinde, tesis tabelasında ve tesise ait www.cundakivrakotel.com adresli internet sitesi ile otel rezervasyon hizmeti sağlayan muhtelif internet sitelerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Cunda Kıvrak Otel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis dış cephesinde, tesis tabelasında ve tesise ait www.cundakivrakotel.com adresli internet sitesi ile www.otelz.com, www.neredekal.com, tr.hotels.com ve www.setur.com.tr adresli internet sitelerinin 08.08.2019 tarihli görünümlerinde “Butik Otel” olarak tanıtıldığı,

Diğer taraftan, “Butik Otel” ibareli tesis tabelasını gösteren tesis fotoğraflarına, www.cundakivrakotel.com adresli internet sitesi ile tesise ait Facebook kurumsal sosyal medya hesabında ve yukarıda anılan internet sitelerinde yer verildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Cunda Kıvrak Otel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis dış cephesinde, tesis tabelasında ve tesise ait www.cundakivrakotel.com adresli internet sitesi ile www.otelz.com, www.neredekal.com, tr.hotels.com ve www.setur.com.tr adresli internet sitelerinin 08.08.2019 tarihli görünümlerinde “Butik Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olarak değerlendirildiği,

Diğer taraftan, “Butik Otel” ibareli tesis tabelasını gösteren tesis fotoğraflarına, www.cundakivrakotel.com adresli internet sitesi ile tesise ait Facebook kurumsal sosyal medya hesabında ve yukarıda anılan internet sitelerinde yer verilmesinin tüketiciler nezdinde yanıltıcı bir şekilde tesisin “Butik Otel” olduğu izlenimi oluşturduğu, tüm bu hususların da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- 01.06.2019 tarih ve 30791 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-g, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Arkadaş Tavukçuluk Yumurta Üretim Gıda İnş. Turizm Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**58)**

**Dosya No: 2019/9660**

**Şikayet Edilen: Fulya ŞENEL (Bouti Ayvalık Pansiyon)**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Bouti Ayvalık Pansiyon” adlı tesise yönelik olarak tesis dış cephesinde, tesis tabelasında ve tesise ait http://www.boutiquepansiyon.com adresli internet sitesi ile otel rezervasyon hizmeti sağlayan muhtelif internet sitelerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Bouti Ayvalık Pansiyon” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis dış cephesinde, tesis tabelasında ve tesise ait http://www.boutiquepansiyon.com adresli internet sitesi ile www.etstur.com, www.neredekal.com ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinin 08.08.2019 tarihli görünümlerinde “Butik Otel” olarak tanıtıldığı,

Diğer taraftan, “Boutique” ve “Butik Otel” ibareli tesis tabelasını gösteren tesis fotoğraflarına, http://www.boutiquepansiyon.com adresli internet sitesi ile tesise ait Instagram kurumsal sosyal medya hesabında ve otel rezervasyon hizmeti sağlayan muhtelif internet sitelerinde yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Bouti Ayvalık Pansiyon” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis dış cephesinde, tesis tabelasında ve tesise ait http://www.boutiquepansiyon.com adresli internet sitesi ile www.etstur.com, www.neredekal.com ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinin 08.08.2019 tarihli görünümlerinde “Butik Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olarak değerlendirildiği,

Diğer taraftan, “Boutique” ve “Butik Otel” ibareli tesis tabelasını gösteren tesis fotoğraflarına, http://www.boutiquepansiyon.com adresli internet sitesi ile tesise ait Instagram kurumsal sosyal medya hesabında ve otel rezervasyon hizmeti sağlayan muhtelif internet sitelerinde yer verilmesinin tüketiciler nezdinde yanıltıcı bir şekilde tesisin “Butik Otel” olduğu izlenimi oluşturduğu, tüm bu hususların da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- 01.06.2019 tarih ve 30791 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-g, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Fulya ŞENEL** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**59)**

**Dosya No: 2019/9661**

**Şikayet Edilen: Hasan İlker FIÇICI (Antikhan Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Antikhan Otel” adlı tesise yönelik olarak tesis dış cephesinde, tesis tabelasında, tesise ait Facebook ve Instagram kurumsal sosyal medya hesaplarında ve tesise ait www.antikhanbutikotel.com adresli internet sitesi ile otel rezervasyon hizmeti sağlayan muhtelif internet sitelerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Antikhan Otel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis dış cephesinde, tesis tabelasında, tesise ait Facebook ve Instagram kurumsal sosyal medya hesaplarında ve tesise ait www.antikhanbutikotel.com adresli internet sitesi ile tr.hotels.com, www.etstur.com, www.tatilsepeti.com, www.tripadvisor.com.tr, www.balnet.net, www.neredekal.com ve www.otelz.com adresli internet sitelerinin 08.08.2019 tarihli görünümlerinde “Butik Otel” olarak tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Antikhan Otel” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis dış cephesinde, tesis tabelasında, tesise ait Facebook ve Instagram kurumsal sosyal medya hesaplarında ve tesise ait www.antikhanbutikotel.com adresli internet sitesi ile tr.hotels.com, www.etstur.com, www.tatilsepeti.com, www.tripadvisor.com.tr, www.balnet.net, www.neredekal.com ve www.otelz.com adresli internet sitelerinin 08.08.2019 tarihli görünümlerinde “Butik Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olarak değerlendirildiği, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- 01.06.2019 tarih ve 30791 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-g, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Hasan İlker FIÇICI** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No: 2019/9662**

**Şikayet Edilen: Emrah ERTEM (Dalyan Otel Hayat Bahçesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Dalyan Otel Hayat Bahçesi” adlı tesise yönelik olarak tesis dış cephesinde, tesis tabelasında ve tesise ait www.dalyanhayatbahcesi.com adresli internet sitesi ile otel rezervasyon hizmeti sağlayan muhtelif internet sitelerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Dalyan Otel Hayat Bahçesi” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis dış cephesinde, tesis tabelasında, tesise ait www.dalyanhayatbahcesi.com adresli internet sitesi ile tr.hotels.com, www.etstur.com, www.tripadvisor.com.tr, www.agoda.com, www.setur.com.tr, www.balnet.net, www.neredekal.com ve www.otelz.com adresli internet sitelerinin 08.08.2019 tarihli görünümlerinde “Butik Otel” olarak tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Dalyan Otel Hayat Bahçesi” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesis dış cephesinde, tesis tabelasında, tesise ait www.dalyanhayatbahcesi.com adresli internet sitesi ile tr.hotels.com, www.etstur.com, www.tripadvisor.com.tr, www.agoda.com, www.setur.com.tr, www.balnet.net, www.neredekal.com ve www.otelz.com adresli internet sitelerinin 08.08.2019 tarihli görünümlerinde “Butik Otel” olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olarak değerlendirildiği, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- 01.06.2019 tarih ve 30791 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-g, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Emrah ERTEM** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**61)**

**Dosya No: 2019/9667**

**Şikayet Edilen: Club Jolly Turizm ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.jollytur.com adresli internet sitesinde otel rezervasyonları kapsamında uygulanan “Fiyat Farkı İade Garantisi” adlı kampanyaya ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, www.jollytur.com adresli sitesinin 18.07.2019 tarihli görünümünde, ana sayfada “Geçken Rezervasyon” başlığı altında, “Son gün 22 Temmuz, Sezon fırsatını kaçırmayın, hemen yerinizi ayırtın. Fiyat Farkı İade Garantisi, 72 saate kadar iptal hakkı” şeklinde tanıtımların yer aldığı, “Yaz Fırsatları” başlığına tıklandığında muhtelif turizm tesislerinin listelendiği bir sayfanın açıldığı, söz konusu sayfada bazı tesislerin isimlerinin altında, “12 taksit seçeneği, Fiyat Farkı İade Garantisi” şeklinde ibareler yer alırken bazı tesislerin isimlerinin altında sadece “12 taksit seçeneği” şeklinde tanıtımlara yer verildiği, “Fiyat Farkı İade Garantisi” kapsamında bulunan bir tesisin tanıtım sayfası açıldığında ise, sağ taraftaki menüde bulunan “Fiyat Farkı İade Garantisi” ibaresinin üzerine fare işareti ile tıklandığında aynı sayfada “Erken rezervasyon otellerinde yapacağınız rezervasyon sonrasında, konaklama yapacağınız tarihten önce sizleri olumsuz yönde etkileyecek bir fiyat farkı oluşur ise aradaki farkı iade ediyoruz.” şeklinde bir ifadenin belirdiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Club Jolly Turizm ve Ticaret A.Ş. tarafından düzenlenen “Fiyat Farkı İade Garantisi” kampanyası kapsamında, kampanyalı bir otelden rezervasyon yaptırdığı, konaklama tarihinden önce tesis fiyatının düştüğü gerekçesi ile aradaki farkın iadesi talebiyle firmaya başvuruda bulunduğu, ancak başvurusu kabul edilmeyerek fiyat farkının kendisine iade edilmediği iddialarıyla 03.07.2018 tarihinde Bakanlığımıza başvuran \*\*\*\*\*\*\* adlı tüketicinin şikayetinin, Bakanlığımız tarafından firmadan konuya ilişkin bilgi, belge ve yazılı savunmasının istendiği 18.07.2019 tarihinden önce 08.07.2019 tarihinde çözüldüğü, aradaki fiyat farkının tüketiciye iade edilerek tüketici şikayetinin çözülmesi üzerine tüketicinin firmanın internet sitesinde bir teşekkür mesajı yayınladığı,

Kampanya kapsamında tüketici hakem heyetleri ve tüketici mahkemeleri nezdinde firma aleyhine bir başvuru yapılmadığı, inceleme konusu kampanyadan faydalanmak amacıyla yapılan 421 adet başvurunun 377’sinin firma tarafından kabul edildiği ve başvurular kapsamında 330.031 TL tutarında iade ya da tüketici talebi doğrultusunda rezervasyon iptalinin yapıldığı, bu işlemlere ilişkin tafsilatlı döküm ve ücret iadelerine ilişkin banka dekontlarının yazı ekinde Bakanlığımıza sunulduğu,

Diğer taraftan, “Fiyat Farkı İade Garantisi” kampanyası kapsamında, www.jollytur.com adresli internet sitesinde ve kampanyaya ilişkin gazete ilanlarında kampanya katılım koşullarına ilişkin olarak yer verilen açıklamaların tüketicileri makul düzeyde bilgilendirici olduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımlarda tüketicileri yanıltıcı bir unsur bulunmadığı anlaşıldığından, anılan reklam ve tanıtımların 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırılık teşkil etmediği*** görüş ve kanaatine varılmıştır.

**62)**

**Dosya No: 2019/9671**

**Şikayet Edilen: Mert-Çelik Yapı Malz. Nak. İnş. Taah. Tur. San. İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “Güre Termal Resort” adlı tesise ilişkin olarak devre mülk satış ve pazarlama faaliyetleri kapsamında gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Haksız Ticari Uygulama

**Tespitler:** Bakanlığımıza yapılan tüketici başvurusuna ilişkin olarak yapılan inceleme sonucunda; başvuru sahibi tüketicinin Mert-Çelik Yapı Malz. Nak. İnş. Taah. Tur. San. İç ve Dış Tic. Ltd. Şti. unvanlı firma tarafından firmaya ait tesiste düzenlenen tanıtım toplantılarına davet edildiği ve anılan tanıtım toplantılarında tüketicilere psikolojik baskı ve zorlama yoluyla “Güre Termal Resort” isimli tesisten devre mülk satışı yapıldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tüketicilerin firma tarafından hediye tatil kazandıkları vaadiyle *“Güre Termal Resort”* adlı tesise davet edildiği ve anılan tesiste gerçekleştirilen tanıtım toplantısında tüketicilere psikolojik baskı ve zorlama yoluyla söz konusu tesisten devre mülk satışı yapılmaya çalışıldığı, devre mülk satın almak istemeyen tüketicilerin yüksek müzik sesinin bulunduğu bir ortamda eşleriyle/yakınlarıyla görüşmelerine izin verilmeyerek ve baskı kullanılarak ikna edilmeye çalışıldığı, öte yandan, devre mülk satışı yapabilmek adına tüketicilere tesis nitelikleri, sözleşme şartları ve tüketicilerin yasal haklarına ilişkin olarak gerçekleri yansıtmayan bilgiler verildiği, bu tür ticari uygulamaların ise tüketicilerin bilinçli olarak karar verme yeteneğini azaltarak normal şartlar altında taraf olmayacakları bir tüketici işlemine taraf olmalarına yol açtığı, diğer taraftan, firma tarafından tüketicilere bedava tatil hizmeti sağlandığını ispatlayıcı nitelikte herhangi bir bilgi ve belge sunulamadığı,

Bu kapsamda, firma tarafından gerçekleştirilen ticari uygulamaların, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un “Haksız ticari uygulamalar” başlıklı 62 inci maddesinin *“(1) Bir ticari uygulamanın; mesleki özenin gereklerine uymaması ve ulaştığı ortalama tüketicinin ya da yöneldiği grubun ortalama üyesinin mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozması veya önemli ölçüde bozma ihtimalinin olması durumunda haksız olduğu kabul edilir. Özellikle aldatıcı veya saldırgan nitelikte olan uygulamalar ile yönetmelik ekinde yer alan uygulamalar haksız ticari uygulama olarak kabul edilir. Tüketiciye yönelik haksız ticari uygulamalar yasaktır.”* hükmüne aykırı, tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve tüketicilerin tecrübe ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu, tüm bu hususların da;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 28/1, 28/2, 28/4, 29, 30, 31 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 62 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Mert-Çelik Yapı Malz. Nak. İnş. Taah. Tur. San. İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **8.546 TL (Sekizbinbeşyüzkırkaltı Türk Lirası) idari para ve anılan ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**63)**

**Dosya No: 2019/9676**

**Şikayet Edilen: Sinanoğlu ve Altunay Şirketleri Yatırım Ortaklığı**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “Sarayhan Thermal Hotel & SPA Devremülk” adlı tesise ilişkin olarak devre mülk satış ve pazarlama faaliyetleri kapsamında gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018 - 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Haksız Ticari Uygulama

**Tespitler:** Bakanlığımıza yapılan tüketici başvurusuna ilişkin olarak yapılan inceleme sonucunda; başvuru sahibi tüketicinin Sinanoğlu ve Altunay Şirketleri Yatırım Ortaklığı unvanlı işletme tarafından işletmeye ait tesiste düzenlenen tanıtım toplantılarına davet edildiği ve anılan tanıtım toplantılarında tüketicilere yanıltıcı, aldatıcı ve gerçekleri yansıtmayan beyan ve tanıtımlarda bulunularak psikolojik baskı ve zorlama yoluyla “Sarayhan Thermal Hotel & SPA Devremülk” isimli tesisten devre mülk satışı yapıldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tüketicilerin firma tarafından hediye tatil kazandıkları vaadiyle “Sarayhan Thermal Hotel & SPA Devremülk” adlı tesise davet edildiği ve anılan tesiste gerçekleştirilen tanıtım toplantısında tüketicilere psikolojik baskı ve zorlama yoluyla söz konusu tesisten devre mülk satışı yapılmaya çalışıldığı, devre mülk satın almak istemeyen tüketicilerin yüksek müzik sesinin bulunduğu bir ortamda eşleriyle/yakınlarıyla görüşmelerine izin verilmeyerek ve baskı kullanılarak ikna edilmeye çalışıldığı, bu hususlara ek olarak, devre mülk satışı amacıyla gerçekleştirilen tanıtım toplantılarında tüketicilere, *“devre mülk tapusunun satın alım tarihinden itibaren 21 gün içinde tüketicilere verileceği, satın alınan devre mülkün yıl içerisinde istenilen tarihte kullanılabileceği, toplantı günü teklif edilen fiyatın cazip olduğu ve daha sonraki günlerde fiyatların yükseleceği, tüketicinin satın aldığı devre mülkü satmak istediğinde 19.750 TL liste fiyatından kolaylıkla satabileceği”* şeklinde tesis nitelikleri, sözleşme şartları ve tüketicilerin yasal haklarına ilişkin olarak gerçekleri yansıtmayan aldatıcı nitelikte bilgiler verilerek tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarının istismar edildiği,

Bu kapsamda, firma tarafından gerçekleştirilen söz konusu ticari uygulamaların, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un “Haksız ticari uygulamalar” başlıklı 62 inci maddesinin *“(1) Bir ticari uygulamanın; mesleki özenin gereklerine uymaması ve ulaştığı ortalama tüketicinin ya da yöneldiği grubun ortalama üyesinin mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozması veya önemli ölçüde bozma ihtimalinin olması durumunda haksız olduğu kabul edilir. Özellikle aldatıcı veya saldırgan nitelikte olan uygulamalar ile yönetmelik ekinde yer alan uygulamalar haksız ticari uygulama olarak kabul edilir. Tüketiciye yönelik haksız ticari uygulamalar yasaktır.”* hükmüne aykırı, tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve tüketicilerin tecrübe ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu, tüm bu hususların da;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 28/1, 28/2, 28/4, 29, 30, 31 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 62 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Sinanoğlu ve Altunay Şirketleri Yatırım Ortaklığı** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **8.546 TL (Sekizbinbeşyüzkırkaltı Türk Lirası) idari para ve anılan ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**64)**

**Dosya No: 2019/9677**

**Şikayet Edilen: Aktermal Yer Altı Yer Üstü Kaynakları İnş. Tur. Taah. Tar. Hay. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “Akropol Termal Şehir” adlı tesise ilişkin olarak devre mülk satış ve pazarlama faaliyetleri kapsamında gerçekleştirilen ticari uygulamalar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018 - 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Haksız Ticari Uygulama

**Tespitler:** Bakanlığımıza yapılan tüketici başvurularına ilişkin olarak yapılan inceleme sonucunda; başvuru sahibi tüketicilerin Aktermal Yer Altı Yer Üstü Kaynakları İnş. Tur. Taah. Tar. Hay. A.Ş. unvanlı işletme tarafından muhtelif illerde düzenlenen tanıtım toplantılarına davet edildiği ve anılan tanıtım toplantılarında tüketicilere gerçekleri yansıtmayan beyan ve tanıtımlarda bulunularak psikolojik baskı ve zorlama yoluyla “Akropol Termal Şehir Beypazarı” isimli tesisten devre mülk satışı yapıldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bakanlığımıza yapılan tüketici başvurularına ilişkin olarak; tüketicilerin firma tarafından hediye tatil vaat edilerek çeşitli tesislerde düzenlenen tanıtım toplantılarına davet edildiği ve anılan tanıtım toplantılarında tüketicilere psikolojik baskı ve zorlama yoluyla *“Akropol Termal Şehir”* adlı tesisten devre mülk satışı yapılmaya çalışıldığı, söz konusu devre mülkü satın almak istemeyen tüketicilerin yüksek müzik sesinin bulunduğu bir ortamda eşleriyle/yakınlarıyla görüşmelerine izin verilmeyerek, telefon kullanımları kısıtlanarak ve baskı kullanılarak ikna edilmeye çalışıldığı, bu tür ticari uygulamaların ise tüketicilerin bilinçli olarak karar verme yeteneğini azaltarak normal şartlar altında taraf olmayacakları bir tüketici işlemine taraf olmalarına yol açtığı, böylelikle firma tarafından 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un “Haksız ticari uygulamalar” başlıklı 62 inci maddesinin *“(1) Bir ticari uygulamanın; mesleki özenin gereklerine uymaması ve ulaştığı ortalama tüketicinin ya da yöneldiği grubun ortalama üyesinin mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozması veya önemli ölçüde bozma ihtimalinin olması durumunda haksız olduğu kabul edilir. Özellikle aldatıcı veya saldırgan nitelikte olan uygulamalar ile yönetmelik ekinde yer alan uygulamalar haksız ticari uygulama olarak kabul edilir. Tüketiciye yönelik haksız ticari uygulamalar yasaktır. ”* hükmüne aykırı, tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve tüketicilerin tecrübe ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte haksız ticari uygulamalarda bulunulduğu;

Diğer taraftan, firma tarafından tüketicilere bedava tatil hizmeti sağlandığını ispatlayıcı nitelikte herhangi bir bilgi ve belge sunulamadığı,

Bu hususlara ek olarak, devre mülk satışı amacıyla gerçekleştirilen tanıtım toplantılarında, tüketicilere, *“Tüketicilerden ek hiçbir ücret talep edilmeyeceği, Akropol Termal Şehir adlı tesisin Devlet destekli olduğu, tüketicilerin ödeyeceği ücretin bir kısmının termal tesisin desteklenmesi ve bölgenin kalkındırılması amacıyla kamu kurumlan tarafından karşılanacağı, devre mülkün kullanılmadığı sene bir başka müşteriye kiraya verilerek ücretinin devre mülk sahibine ödeneceği, kira garantisinin bulunduğu, satın alınan devre mülkün kolaylıkla satılabileceği”* şeklinde tesis nitelikleri, sözleşme şartları ve tüketicilerin yasal haklarına ilişkin olarak gerçekleri yansıtmayan aldatıcı nitelikte bilgiler verilerek tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarının istismar edildiği, firmanız tarafından gerçekleştirilen bu ve benzeri ticari uygulamaların da, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Aldatıcı ihmaller” başlıklı 30 uncu maddesinin, *“(1) Ticari uygulamada bulunanın bir hukuki ilişki kurmak amacıyla tüketiciye yöneltmiş olduğu öneride önemli bir bilgiyi gizlemesi, öneriyi tüketiciye anlaşılmaz bir şekilde veya uygun olmayan bir zamanda sunması, amacı açıkça belli olan ticari uygulamanın amacını tüketiciye bildirmemesi ve bu durumların ortalama bir tüketicinin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir hukuki işleme taraf olmasına yol açması ya da yol açma olasılığının bulunması halinde aldatıcı ihmalin varlığı kabul edilir. (...)”* hükmü ile “Saldırgan ticari uygulamalar” başlıklı 31 inci maddesinin, *“(1) Bir ticari uygulamanın; taciz, fiziksel şiddet dâhil cebir veya haksız tesir yoluyla ortalama tüketicinin bir mal ya da hizmete ilişkin seçim veya davranış özgürlüğünü önemli ölçüde bozması veya bozma olasılığı taşıması ve tüketicinin bu sebeple normal şartlar altında taraf olmayacağı bir hukuki işleme taraf olması veya taraf olma olasılığının artması halinde saldırgan olduğu kabul edilir.”* hükmüne aykırı haksız ticari uygulamalar olarak değerlendirildiği,tüm bu hususların da;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 28/1, 28/2, 28/4, 29, 30, 31 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 62 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Aktermal Yer Altı Yer Üstü Kaynakları İnş. Tur. Taah. Tar. Hay. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **8.546 TL (Sekizbinbeşyüzkırkaltı Türk Lirası) idari para ve anılan ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**65)**

**Dosya No: 2019/9678**

**Şikayet Edilen: Özgül Termal Turizm İnşaat Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Grand Özgül Termal Tatil Köyü” adlı tesise yönelik olarak www.ozgultermal.com.tr adresli internet sitesinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “Grand Özgül Termal Tatil Köyü” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın www.ozgultermal.com.tr adresli internet sitesinde “5 Yıldızlı Termal Tatil Köyü” ibareleri ve “5 Yıldız” görsellerine yer verilmek suretiyle “5 Yıldızlı Tesis” olarak tanıtıldığı,

Yine www.ozgultermal.com.tr adresli internet sitesinde, “Grand Özgül Termal Tatil Köyü” adlı tesiste kullanılan termal suyun tıbbi endikasyonlarına ilişkin olarak, “Kireçlenme, Boyun ve Bel Fıtığı, Nörolojik Hastalıklar, Romatoit Artrit, Kadın Hastalıkları, Fibromiyalji, Böbrek ve Safra Kesesi Taşı, Kemik Erimesi Osteoporoz, Cilt Hastalıkları, Damla Gut, Kas Ağrıları” başlıkları altında tanıtım ve bilgilendirmelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Grand Özgül Termal Tatil Köyü” adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın www.ozgultermal.com.tr adresli internet sitesinde “5 Yıldızlı Termal Tatil Köyü” ibareleri ve “5 Yıldız” görsellerine yer verilmek suretiyle “5 Yıldızlı Tesis” olarak tanıtımının yapılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olarak değerlendirildiği,

Diğer taraftan, Kaplıcalar Yönetmeliği kapsamında, kaplıca tedavisinde kullanılan suların tıbbi endikasyonu (şifalı özellikleri) Sağlık Bakanlığınca belirlendikten sonra Valiliklerce (İl Sağlık Müdürlüğü) başvuruda bulunan turizm tesislerine Kaplıca Tesisi İşletme İzni verildiği, bu kapsamda, www.ozgultermal.com.tr adresli internet sitesinde, “Grand Özgül Termal Tatil Köyü” adlı tesiste kullanılan termal suyun tıbbi endikasyonlarına ilişkin olarak, “Kireçlenme, Boyun ve Bel Fıtığı, Nörolojik Hastalıklar, Romatoit Artrit, Kadın Hastalıkları, Fibromiyalji, Böbrek ve Safra Kesesi Taşı, Kemik Erimesi Osteoporoz, Cilt Hastalıkları, Damla Gut, Kas Ağrıları” başlıkları altında tanıtım ve bilgilendirmelere yer verildiği, ne var ki, firmanıza ait “Grand Özgül Termal Tatil Köyü” adlı tesisin Kaplıca Tesisi İşletme İzni bulunmakla birlikte, anılan tanıtımlarda bahsi geçen, “Kireçlenme, boyun ve bel fıtığı, kadın hastalıkları, böbrek ve safra kesesi taşı, kemik erimesi (osteoporoz), cilt hastalıkları, gut, kas ağrıları” rahatsızlıklarının, bahse konu termal su için Tıbbi Değerlendirme Kurulunca önerilen tamamlayıcı tedavi uygulamaları içerisinde yer almadığı, dolayısıyla, tesise ait termal suyun bu rahatsızlıkların tedavisinde sağladığı faydalara ilişkin olarak yer verilen tanıtım ve bilgilendirmelerin bu haliyle mevzuata aykırı, tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olarak değerlendirildiği, tüm bu hususların da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- 01.06.2019 tarih ve 30791 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Mülga Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-g, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Özgül Termal Turizm İnşaat Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **85.480 TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**66)**

**Dosya No: 2019/9703**

**Şikayet Edilen: Hitit Ayaş Termal Sağ. İnş. Tur. Org. Emlak Gıda Taşımacılık Taahhüt Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından *“Hattuşa Vacation Termal Club Ankara”* adlı tesise yönelik olarak devre mülk satış ve pazarlama faaliyetleri kapsamında gerçekleştirilen ticari uygulamalar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018 - 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Haksız Ticari Uygulama

**Tespitler:** Bakanlığımıza yapılan tüketici başvurularına ilişkin olarak yapılan inceleme sonucunda; başvuru sahibi tüketicilerin Hitit Ayaş Termal Sağ. İnş. Tur. Org. Emlak Gıda Taşımacılık Taahhüt Sanayi ve Ticaret A.Ş. unvanlı işletme tarafından muhtelif illerde düzenlenen tanıtım toplantılarına davet edildiği ve anılan tanıtım toplantılarında tüketicilere gerçekleri yansıtmayan beyan ve tanıtımlarda bulunularak psikolojik baskı ve zorlama yoluyla “Hattuşa Vacation Termal Club Ankara” isimli tesisten devre mülk satışı yapıldığı,

Bu hususlara ek olarak, devre mülk satışı amacıyla gerçekleştirilen tanıtım toplantılarında, tüketicilere, “Kira garantisinin bulunduğu, tüketicilerin sahip olduğu devre mülk kiralandığı takdirde kira ücretinin tüketicilere ödeneceği, tüketicilerden ek hiçbir ücret talep edilmeyeceği, tüketicilerin cayma haklarını kullandıkları takdirde cayma bedeli adı altında ödeme yapmak zorunda oldukları, Hattuşa Vacation Termal Club adlı tesisin Devlet destekli olduğu” şeklinde beyanlarda bulunulduğu,

\*\*\*\*\*\*\*\* adlı tüketici tarafından yapılan başvuru kapsamında; anılan tüketicinin Afyon İli İhsaniye İlçesinde bulunan “Grand Özgül Termal” adlı tesiste sahibi olduğu devre mülkü satmak amacıyla internette ilan verdiği, bunun üzerine anılan tüketiciye firma satış acentesi tarafından ulaşılarak yeni uygulamaya alınan bir sistem kapsamında sahibi olduğu devre mülkün firma tarafından satın alınacağı vaadiyle “Hattuşa Vacation Termal Club Ankara” adlı tesise davet edildiği, anılan tesiste yapılan görüşmede, tüketiciye, firmaya ait tesisten devre mülk satın alması karşılığında “Grand Özgül Termal” adlı tesiste sahibi olduğu devre mülkün 60.000 TL karşılığında satın alınacağının taahhüt edildiği, aynı gün yapılan görüşmelerde, tüketicinin sahibi olduğu devre mülke muhtelif alıcıların talip olduğu şeklinde vaatlerde bulunularak ve teklif edilen fiyatlar yükseltilerek firmaya ait devre mülklerden iki adet devre mülkün satışının yapıldığı, sözleşme değeri 25.100 TL olan devre mülkler karşılığında tüketiciden 39.400 TL tahsil edildiği, tüm bu işlemler karşılığında tüketicinin sahibi olduğu devre mülkün firma tarafından satın alınmadığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bakanlığımıza yapılan tüketici başvurularına ilişkin olarak; tüketicilerin firma tarafından hediye tatil kazandıkları vaat edilerek çeşitli tesislerde düzenlenen tanıtım toplantılarına davet edildiği ve anılan tanıtım toplantılarında tüketicilere psikolojik baskı ve zorlama yoluyla “Hattuşa Vacation Termal Club Ankara” adlı tesisten devre mülk satışı yapılmaya çalışıldığı, söz konusu devre mülkü satın almak istemeyen tüketicilerin yüksek müzik sesinin bulunduğu bir ortamda eşleriyle/yakınlarıyla görüşmelerine izin verilmeyerek, telefon kullanımları kısıtlanarak ve baskı kullanılarak ikna edilmeye çalışıldığı,

Bu hususlara ek olarak, devre mülk satışı amacıyla gerçekleştirilen tanıtım toplantılarında, tüketicilere, *“Kira garantisinin bulunduğu, tüketicilerin sahip olduğu devre mülk kiralandığı takdirde kira ücretinin tüketicilere ödeneceği, tüketicilerden ek hiçbir ücret talep edilmeyeceği, tüketicilerin cayma haklarını kullandıkları takdirde cayma bedeli adı altında ödeme yapmak zorunda oldukları, Hattuşa Vacation Termal Club adlı tesisin Devlet destekli olduğu”* şeklinde tesis nitelikleri, sözleşme şartları ve tüketicilerin yasal haklarına ilişkin olarak gerçekleri yansıtmayan aldatıcı nitelikte bilgiler verilerek tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarının istismar edildiği,

Firma tarafından gerçekleştirilen söz konusu ticari uygulamaların, tüketicilerin bilinçli olarak karar verme yeteneğini azaltarak normal şartlar altında taraf olmayacakları bir tüketici işlemine taraf olmalarına yol açtığı ve dolayısıyla 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un “Haksız ticari uygulamalar” başlıklı 62 inci maddesinin *“(1) Bir ticari uygulamanın; mesleki özenin gereklerine uymaması ve ulaştığı ortalama tüketicinin ya da yöneldiği grubun ortalama üyesinin mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozması veya önemli ölçüde bozma ihtimalinin olması durumunda haksız olduğu kabul edilir. Özellikle aldatıcı veya saldırgan nitelikte olan uygulamalar ile yönetmelik ekinde yer alan uygulamalar haksız ticari uygulama olarak kabul edilir. Tüketiciye yönelik haksız ticari uygulamalar yasaktır. ”* hükmüne aykırı, tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve tüketicilerin tecrübe ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu,

Diğer taraftan, firma tarafından tüketicilere bedava tatil hizmeti sağlandığını ispatlayıcı nitelikte herhangi bir bilgi ve belge sunulamadığı, söz konusu hizmetin sağlandığını ispat amacıyla Bakanlığımıza sunulan tüketicilere ait konaklama belgeleri ve rezervasyon kayıt örneklerinin, tüketicilere vaat edilen hediye tatil ve ücretsiz konaklama hizmetinin sağlandığını ve tüketicilerin firmaya ait tesislerde ücretsiz konakladığını ispatlayıcı nitelikte olmadığı; bu kapsamda, firma tarafından sunulan konaklama belgeleri, e-posta yazışmaları ve rezervasyon kayıt örneklerinin incelenmesinden; bedava tatil hizmetinin firma ile sözleşme imzalayan tüketicilere sağlandığı ve tanıtım toplantısı amacıyla davet edilen tüketicilerin firmanıza ait tesislerde ücretsiz konakladığını ispatlar nitelikte değerlendirilmediği,

\*\*\*\*\* adlı tüketici tarafından yapılan başvuruya ilişkin olarak; anılan tüketicinin Afyon İli İhsaniye İlçesinde bulunan “Grand Özgül Termal” adlı tesiste sahibi olduğu devre mülkü satmak amacıyla internette ilan verdiği, bunun üzerine anılan tüketiciye firma satış acentesi tarafından ulaşılarak yeni uygulamaya alınan bir sistem kapsamında sahibi olduğu devre mülkün firma tarafından satın alınacağı vaadiyle “Hattuşa Vacation Termal Club Ankara” adlı tesise davet edildiği, anılan tesiste yapılan görüşmede, tüketiciye, firmaya ait tesisten devre mülk satın alması karşılığında “Grand Özgül Termal” adlı tesiste sahibi olduğu devre mülkün 60.000 TL karşılığında satın alınacağının taahhüt edildiği, aynı gün yapılan görüşmelerde, tüketicinin sahibi olduğu devre mülke muhtelif alıcıların talip olduğu şeklinde aldatıcı vaatlerde bulunularak firmaya ait devre mülklerden iki adet devre mülkün satışının yapıldığı, sözleşme değeri 25.100 TL olan devre mülkler karşılığında tüketiciden 39.400 TL tahsil edildiği, tüm bu işlemler karşılığında tüketicinin sahibi olduğu devre mülkün firma tarafından satın alınmadığı,

Bu kapsamda, Bakanlığımız kayıtlarında yapılan incelemelerde, sahibi oldukları devre mülkü ikinci el piyasasında satmayı amaçlayan bazı tüketicilere ulaşılarak ilan edilen satış fiyatından daha yüksek fiyatlar teklif edildiği, akabinde yapılan görüşmelerde tüketicilerin devre mülkünün satın alınacağı vaadiyle yeni bir devre mülk satış sözleşmesi imzalandığı, ancak satış departmanın henüz oluşturulmadığı öne sürülerek söz konusu vaadin yerine getirilmediği, tüketicilerin mağduriyetine yol açan söz konusu ticari uygulamaların da haksız ticari uygulama olarak değerlendirildiği,

Tüm bu hususların da;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 28/1, 28/2, 28/4, 29, 30, 31 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 62 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Hitit Ayaş Termal Sağ. İnş. Tur. Org. Emlak Gıda Taşımacılık Taahhüt Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **8.546 TL (Sekizbinbeşyüzkırkaltı Türk Lirası) idari para ve anılan ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**67)**

**Dosya No: 2018/2916**

**Şikayet Edilen: Süha Şehirlerarası Oto. İşl. Sey. Ac. Tur. Tic. San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Web Sitemize Üye Olun Her Bilette %5 İndirim Kazanın…”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Süha Şehirlerarası Oto. İşl. Sey. Ac. Tur. Tic. San. A.Ş. tarafından yayınlanan *“Web Sitemize Üye Olun Her Bilette %5 İndirim Kazanın…”* ibareli reklamlarda, firmaya ait web sitesine üye olan tüketiciler tarafından satın alınacak her bilette %5 indirim yapılacağı ifade edilmesine karşın, kampanyadan yararlanmak amacıyla web sitesine üye olan başvuru sahibi tüketicinin söz konusu reklamda vaat edilen indirimden faydalandırılmadığı iddia edilmiş olup, söz konusu iddianın doğruluğunun tespiti açısından, anılan firmadan, başvuru sahibi tüketicinin iddialarına ve anılan kampanyanın işleyişine ilişkin ayrıntılı açıklamaları ile diğer bilgi ve belgeler istenmiş, ancak firma tarafından söz konusu tüketici iddialarının aksini kanıtlayacak nitelikte herhangi bir bilgi ya da belgenin tarafımıza gönderilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Süha Şehirlerarası Oto. İşl. Sey. Ac. Tur. Tic. San. A.Ş. tarafından yayınlanan *“Web Sitemize Üye Olun Her Bilette %5 İndirim Kazanın…”* ibareli reklamlarda, firmaya ait web sitesine üye olan tüketiciler tarafından satın alınacak her bilette %5 indirim yapılacağı ifade edilmesine karşın, kampanyadan yararlanmak amacıyla web sitesine üye olan başvuru sahibi tüketicinin söz konusu reklamda vaat edilen indirimden faydalandırılmadığı iddia edilmiş olup, söz konusu iddianın doğruluğunun tespiti açısından, anılan firmadan, başvuru sahibi tüketicinin iddialarına ve anılan kampanyanın işleyişine ilişkin ayrıntılı açıklamaları ile diğer bilgi ve belgeler istenmesine karşın, firma tarafından söz konusu tüketici iddialarının aksini kanıtlayacak nitelikte herhangi bir bilgi ya da belgenin tarafımıza gönderilmediği, dolayısıyla inceleme konusu reklamda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/5, 14 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Süha Şehirlerarası Oto. İşl. Sey. Ac. Tur. Tic. San. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**68)**

**Dosya No: 2018/3157**

**Şikayet Edilen: Kamil Koç Otobüsleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Enflasyonla Topyekûn Mücadele Kampanyası kapsamında yayınlanan *“ENFLASYONA İNAT %10 VE ÜZERİ İNDİRİMLE SEYAHAT”* başlıklı reklamlar ile kampanya kapsamında tüketicilere yönelik olarak gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018-2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, afiş

**Tespitler:** Kamil Koç Otobüsleri A.Ş. tarafından Enflasyonla Topyekûn Mücadele Kampanyası kapsamında yayınlanan *“ENFLASYONA İNAT %10 VE ÜZERİ İNDİRİMLE SEYAHAT”* başlıklı reklamlarda *“(...) tüm yolcularımıza birçok seferde %10 ve üzeri oranında indirim yapıyor, enflasyonla topyekûn mücadeleye destek oluyoruz.”*ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kamil Koç Otobüsleri A.Ş. tarafından Enflasyonla Topyekûn Mücadele Kampanyası kapsamında yayınlanan *“ENFLASYONA İNAT %10 VE ÜZERİ İNDİRİMLE SEYAHAT”* başlıklı reklamlarda *“(...) tüm yolcularımıza birçok seferde %10 ve üzeri oranında indirim yapıyor, enflasyonla topyekûn mücadeleye destek oluyoruz.”*ifadelerine yer verilmesine karşın firma tarafından yalnızca iki seferde otobüs fiyatlarının %10 oranında indirildiği, ancak diğer seferlerin fiyatlarında herhangi bir indirim yapılmadığı, dolayısıyla söz konusu reklamlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı iddiasına ilişkin olarak firmadan 2018-2019 yılları içerisinde söz konusu kampanyadan kaç tüketicinin faydalandığı bilgisi ile tüketicilerin anılan kampanyadan faydalandırıldıklarını ispatlayacak nitelikteki bilgi ve belgeler talep edilmiş olup, firma tarafından Bakanlığımıza gönderilen cevabi yazı ve eklerinin incelenmesi sonucunda, kampanyaya başvuru tarihi olan 15.10.2018 ile kampanyanın sonlandırıldığı 30.04.2019 tarihleri arasında kampanyadan toplamda 496.983 yolcunun yararlanmış olduğu tespit edildiğinden, söz konusu reklamlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı ve anılan reklam kampanyası kapsamında tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte haksız ticari uygulamalarda bulunulduğu iddiasının gerçeği yansıtmadığı anlaşılmış, dolayısıyla anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**69)**

**Dosya No: 2018/5100**

**Şikayet Edilen: OMR Turizm İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Oscar Pansiyon”*isimli tesise ilişkin olarak https://oscarhotel.com.tr, www.tatil.com, www.tripadvisor.com.tr, www.etstur.com, www.otelz.com, https://tr.hotels.com ve www.tatilsepeti.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.12.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** OMR Turizm İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Butik Otel ve 3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Oscar Pansiyon”* isimli tesise ilişkin olarak https://oscarhotel.com.tr, www.tatil.com, www.etstur.com, www.otelz.com ve www.tatilsepeti.com adresli internet sitelerinin 31.12.2018 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“Oscar Boutique Hotel”* ibaresine; www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitesinin 31.12.2018 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“*\*\*\**3 yıldızlı konaklama yeri” , OTEL SINIFI\*\*\*” , “Oscar Boutique Hotel”* ibarelerine; https://tr.hotels.com adresli internet sitesinin 31.12.2018 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ise *“Oscar Boutique Hotel 3 yıldızlı”* ibaresine yer verilmek suretiyle *“3 Yıldızlı Otel”* ve *“Butik Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** OMR Turizm İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Butik Otel ve 3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Oscar Pansiyon”* isimli tesise ilişkin olarak https://oscarhotel.com.tr, www.tatil.com, www.etstur.com, www.otelz.com ve www.tatilsepeti.com adresli internet sitelerinin 31.12.2018 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“Oscar Boutique Hotel”* ibaresine; www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitesinin 31.12.2018 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda *“*\*\*\**3 yıldızlı konaklama yeri” , OTEL SINIFI\*\*\*” , “Oscar Boutique Hotel”* ibarelerine; https://tr.hotels.com adresli internet sitesinin 31.12.2018 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ise *“Oscar Boutique Hotel 3 yıldızlı”* ibaresine yer verilmek suretiyle *“3 Yıldızlı Otel”* ve *“Butik Otel”* şeklinde tanıtım yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- 01.06.2019 tarih ve 30791 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe giren Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/5 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **OMR Turizm İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**70)**

**Dosya No: 2018/5105**

**Şikayet Edilen: Altam Gayrimenkul İnş. Tur. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Nun Hotel”*isimli tesise ilişkin olarak http://nunboutiquehotel.com, www.tatilvitrini.com, www.odamax.com, www.tripadvisor.com.tr, www.etstur.com ve www.hotelscombined.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.12.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Altam Gayrimenkul İnş. Tur. San. Tic. Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Nun Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak http://nunboutiquehotel.com, www.tatilvitrini.com, www.odamax.com, www.etstur.com ve www.hotelscombined.com adresli internet sitelerinin 31.12.2018 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Nun Boutique Hotel”* ibaresine; www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitesinin 31.12.2018 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ise *“*\*\*\*\**4 yıldızlı konaklama yeri” , “OTEL SINIFI* \*\*\*\**” , “Nun Boutique Hotel”* ibarelerine yer verilmek suretiyle *“4 Yıldızlı Otel”* ve *“Butik Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Altam Gayrimenkul İnş. Tur. San. Tic. Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Nun Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak http://nunboutiquehotel.com, www.tatilvitrini.com, www.odamax.com, www.etstur.com ve www.hotelscombined.com adresli internet sitelerinin 31.12.2018 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Nun Boutique Hotel”* ibaresine; www.tripadvisor.com.tr adresli internet sitesinin 31.12.2018 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ise *“*\*\*\*\**4 yıldızlı konaklama yeri” , “OTEL SINIFI* \*\*\*\**” , “Nun Boutique Hotel”* ibarelerine yer verilmek suretiyle *“4 Yıldızlı Otel”* ve *“Butik Otel”* şeklinde tanıtım yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- 01.06.2019 tarih ve 30791 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe giren Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/5 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Altam Gayrimenkul İnş. Tur. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**71)**

**Dosya No: 2018/5109**

**Şikayet Edilen: Huriye KARAKOÇ**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Eliz Hotel”*isimli tesise ilişkin olarak www.tatil.com, www.tripadvisor.com.tr, www.etstur.com, www.otelz.com ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.12.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Huriye KARAKOÇ’a ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Eliz Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.tatil.com, www.tripadvisor.com.tr, www.etstur.com, www.otelz.com ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinin 31.12.2018 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Eliz Butik Hotel”* ibaresine yer verilmek suretiyle *“Butik Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Huriye KARAKOÇ’a ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Eliz Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak www.tatil.com, www.tripadvisor.com.tr, www.etstur.com, www.otelz.com ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinin 31.12.2018 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Eliz Butik Hotel”* ibaresine yer verilmek suretiyle *“Butik Otel”* şeklinde tanıtım yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- 01.06.2019 tarih ve 30791 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe giren Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/5 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Huriye KARAKOÇ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**72)**

**Dosya No: 2018/5115**

**Şikayet Edilen: Nethan Emlak Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Espina Hotel”*isimli tesise ilişkin olarak http://espinahotel.com, www.tripadvisor.com.tr, www.neredekal.com, www.otelz.com, www.tatilbudur.com ve https://tr.hotels.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.12.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Nethan Emlak Ticaret Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“2 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş *“Espina Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak http://espinahotel.com, www.tripadvisor.com.tr, www.neredekal.com, www.otelz.com, www.tatilbudur.com ve https://tr.hotels.com adresli internet sitelerinin 31.12.2018 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Espina Boutique Hotel”* ibaresine yer verilmek suretiyle *“Butik Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Nethan Emlak Ticaret Ltd. Şti.’ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“2 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş *“Espina Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak http://espinahotel.com, www.tripadvisor.com.tr, www.neredekal.com, www.otelz.com, www.tatilbudur.com ve https://tr.hotels.com adresli internet sitelerinin 31.12.2018 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Espina Boutique Hotel”* ibaresine yer verilmek suretiyle *“Butik Otel”* şeklinde tanıtım yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- 01.06.2019 tarih ve 30791 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe giren Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/5 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Nethan Emlak Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**73)**

**Dosya No: 2018/6061**

**Şikayet Edilen: Ataçatı Otel**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Ataçatı Otel”*isimli tesise ilişkin olarak www.facebook.com ve www.instagram.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.12.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Ataçatı Otel”* isimli tesise ilişkin olarak www.facebook.com ve www.instagram.com adresli internet sitelerinin 28.12.2018 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Ataçatı Butik Otel”* ibaresine yer verilmek suretiyle *“Butik Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Ataçatı Otel”* isimli tesise ilişkin olarak www.facebook.com ve www.instagram.com adresli internet sitelerinin 28.12.2018 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Ataçatı Butik Otel”* ibaresine yer verilmek suretiyle *“Butik Otel”* şeklinde tanıtım yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- 01.06.2019 tarih ve 30791 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe giren Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/5 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Ataçatı Otel** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**74)**

**Dosya No: 2018/7185**

**Şikayet Edilen: Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.flypgs.com adresli internet sitesinde yayınlanan *“1 Alana 1 Bedava”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.01.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş.’ye ait www.flypgs.com adresli internet sitesinin 04.01.2019 tarihli görünümünde yayınlanan *“1 Alana 1 Bedava”* başlıklı reklamlarda, *“Bu bayramda yaz dönemine bir bilet alana, kış bileti bedava! Sen de biletini Pegasus Mobil uygulaması ve flypgs.com üzerinden al, 1 Temmuz - 28 Ekim 2018 tarihleri arasında yaz tatilini, 1 Kasım 2018 - 30 Mart 2019 arasında kış tatilini yap!”* , *“Bedava Bilet Kazanımı: (…) Tek yön veya gidiş dönüş uçuşlarda PNR'da yer alan her bir kişi birer adet şifre hak edecektir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş.’ye ait www.flypgs.com adresli internet sitesinde yayınlanan *“1 Alana 1 Bedava”* başlıklı reklamlarda, *“Bu bayramda yaz dönemine bir bilet alana, kış bileti bedava!”* şeklindeifadelere yer verilerek bir adet bilet satın alan tüketicilerin bir adet ücretsiz bilet kazanacağı hususunun ifade edildiği; kampanya kapsamında birlikte satın alınan gidiş-dönüş uçuşlarında tüketicilerin yalnızca bir adet ücretsiz bilet kazanacağı şeklindeki ana vaadin istisnası niteliğindeki bilgiye ise inceleme konusu reklamlarda *“Tek yön veya gidiş dönüş uçuşlarda PNR'da yer alan her bir kişi birer adet şifre hak edecektir.”* şeklinde yer verildiği, ancak anılan kampanyaya ilişkin olarak Bakanlığımıza ulaşan muhtelif tüketici şikayetleri doğrultusunda yapılan incelemede, söz konusu reklamın ana vaadinde yer alan *“1 Alana 1 Bedava”* ifadesinin ortalama tüketiciler nezdinde birlikte satın alınan gidiş-dönüş uçuşlar için iki adet ücretsiz bilet kazanılacağı şeklinde algılandığı, dolayısıyla tüketicinin satın alma kararını etkileyecek nitelikteki bir bilginin reklamda ortalama tüketicinin algılayabileceği biçimde iletilmediği kanaatine varıldığı, dolayısıyla inceleme konusu reklamların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/5 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**75)**

**Dosya No: 2018/8146**

**Şikayet Edilen: Kalyon Pansiyon**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Kalyon Pansiyon”*isimli tesise ilişkin olarak https://kalyonbutikotel.business.site/ ve www.facebook.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.07.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Kalyon Pansiyon”* isimli tesise ilişkin olarak https://kalyonbutikotel.business.site/ ve www.facebook.com adresli internet sitelerinin 26.07.2018 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Kalyon Butik Otel”*ibaresine yer verilmek suretiyle *“Butik Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı hususu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Kalyon Pansiyon”* isimli tesise ilişkin olarak https://kalyonbutikotel.business.site/ ve www.facebook.com adresli internet sitelerinin 26.07.2018 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda *“Kalyon Butik Otel”* ibaresine yer verilmek suretiyle *“Butik Otel”* şeklinde tanıtım yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- 01.06.2019 tarih ve 30791 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe giren Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/5 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Kalyon Pansiyon** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**76)**

**Dosya No: 2018/8148**

**Şikayet Edilen: Azize KARAKUZULU**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Mavi Ege Pansiyon”*isimli tesise ilişkin olarak www.maviegeotel.com ve www.facebook.com adresli internet siteleri ile tesise ait tabelada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.07.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** Azize KARAKUZULU’ya ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Mavi Ege Pansiyon”* isimli tesise ilişkin olarak www.maviegeotel.com ve www.facebook.com adresli internet sitelerinin 30.07.2018 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlar ile tesise ait tabelada *“Mavi Ege Butik Otel”* ibaresine yer verilmek suretiyle *“Butik Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Azize KARAKUZULU’ya ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Mavi Ege Pansiyon”* isimli tesise ilişkin olarak www.maviegeotel.com ve www.facebook.com adresli internet sitelerinin 30.07.2018 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlar ile tesise ait tabelada *“Mavi Ege Butik Otel”* ibaresine yer verilmek suretiyle *“Butik Otel”* şeklinde tanıtım yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- 01.06.2019 tarih ve 30791 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe giren Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/5 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Azize KARAKUZULU** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**77)**

**Dosya No: 2018/8152**

**Şikayet Edilen: Eden in Teos Pansiyon**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Eden in Teos Pansiyon”*isimli tesise ilişkin olarak www.twitter.com ve www.instagram.com adresli internet siteleri ile tesise ait tabelada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.07.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Eden in Teos Pansiyon”* isimli tesise ilişkin olarak www.twitter.com adresli internet sitesinin 30.07.2018 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ve tesise ait tabelada *“EDEN IN TEOS Boutique Hotel”* ibaresine;www.instagram.com adresli internet sitesinin 30.07.2018 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ise *“Eden in Teos Butik Otel”* ibaresine yer verilmek suretiyle *“Butik Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı hususu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Butik Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi bulunmayan *“Eden in Teos Pansiyon”* isimli tesise ilişkin olarak www.twitter.com adresli internet sitesinin 30.07.2018 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ve tesise ait tabelada *“EDEN IN TEOS Boutique Hotel”* ibaresine;www.instagram.com adresli internet sitesinin 30.07.2018 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ise *“Eden in Teos Butik Otel”* ibaresine yer verilmek suretiyle *“Butik Otel”* şeklinde tanıtım yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- 01.06.2019 tarih ve 30791 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe giren Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/5 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Eden in Teos Pansiyon** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**78)**

**Dosya No: 2019/2296**

**Şikayet Edilen: Mehmet YILDIRIM**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Hotel Grand Alemdar”* isimli tesise ilişkin olarak www.hotelgrandalemdar.com, www.otelz.com, www.trivago.com.tr ve www.odamax.com adresli internet siteleri ile tesise ait tabelalarda yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.06.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** Mehmet YILDIRIM’a ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi Belgesi bulunmayan *“Hotel Grand Alemdar”* isimli tesise ilişkin olarak www.hotelgrandalemdar.com, www.otelz.com, www.trivago.com.tr ve www.odamax.com adresli internet sitelerinin 26.06.2019 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda ve tesise ait tabelalarda “\*\*\*\*\*”*(beş yıldız)* görseline yer verilmek suretiyle *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Mehmet YILDIRIM’a ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi Belgesi bulunmayan *“Hotel Grand Alemdar”* isimli tesise ilişkin olarak www.hotelgrandalemdar.com, www.otelz.com, www.trivago.com.tr ve www.odamax.com adresli internet sitelerinin 26.06.2019 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda ve tesise ait tabelalarda “\*\*\*\*\*”*(beş yıldız)* görseline yer verilmek suretiyle *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtım yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

- 01.06.2019 tarih ve 30791 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe giren Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/5 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Mehmet YILDIRIM** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **85.480.TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**DİĞER**

**79)**

**Dosya No: 2019/989**

**Şikayet Edilen: Yeni Mağazacılık A.Ş. (A101)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Broşürlerde ve mağazalarda bulunan fiyat etiketinde yer alan Herevin marka termosa ilişkin ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür, etiket

**Tespitler:** Broşürlerde ve mağazalarda bulunan fiyat etiketinde Herevin marka termosun 500 cc kapasiteli olduğu belirtilmesine rağmen ürünün üzerinde yer alan etikette anılan ürünün 410 cc kapasiteli olduğunun belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Broşürlerde ve mağazalarda bulunan fiyat etiketinde Herevin marka termosun 500 cc kapasiteli olduğu belirtilmesine rağmen ürünün üzerinde yer alan etikette anılan ürünün 410 cc kapasiteli olduğunun görüldüğü,

Dolayısıyla, inceleme konusu ifadelerin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, bu durumun da;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7. ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Yeni Mağazacılık A.Ş. (A101)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**80)**

**Dosya No: 2019/1155**

**Şikayet Edilen: Miniso Mağazacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından uygulanan indirim kampanyası

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Etiket

**Tespitler:** İnceleme konusu firma tarafından uygulanan indirim kampanyasındaindirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunlu olduğu halde bu bilgilere yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu firma tarafından uygulanan indirim kampanyasındaindirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunlu olduğu halde bu bilgilere yer verilmediği,

Dolayısıyla, inceleme konusu ifadelerin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, bu durumun da;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 13, 14 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Miniso Mağazacılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**81)**

**Dosya No: 2019/4723**

**Şikayet Edilen: Esas 67 Burda AVM**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnceleme konusu firmaya ait açık hava ilanında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Firmaya ait açık hava ilanının ana vaadinde *“67 Burda’dan üniversiteliye sinema bileti hediye! Aynı gün içerisinde toplam 75 TL ve üzeri alışveriş yapan üniversitelilere anında sinema bileti hediye! Nisan ayı boyunca hafta içi her gün”* ifadesine anılan ilanın dipnotunda ise *“…Sinema biletleri 3D filmlerde geçerli değildir.”* ifadesine yer verildiği ancak 75,00 TL üzeri alışveriş yaparak 2D filme girmek isteyen tüketiciye kampanyanın izlemek istediği filmde geçerli olmadığı bilgisinin verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu firmaya ait açık hava ilanının ana vaadinde *“67 Burda’dan üniversiteliye sinema bileti hediye! Aynı gün içerisinde toplam 75 TL ve üzeri alışveriş yapan üniversitelilere anında sinema bileti hediye! Nisan ayı boyunca hafta içi her gün”* ifadesine anılan ilanın dipnotunda ise *“…Sinema biletleri 3D filmlerde geçerli değildir.”* ifadesine yer verildiği ancak 75,00 TL üzeri alışveriş yaparak 2D filme girmek isteyen tüketiciye kampanyanın izlemek istediği filmde geçerli olmadığı bilgisinin verildiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu ifadelerin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, bu durumun da;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7. ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Esas 67 Burda AVM** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**82)**

**Dosya No: 2018/2212**

**Şikayet Edilen: Gökser İleti Depolama Ve Paketleme Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.adidassstore.net adlı internet sitesinde yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Konu ile ilgili olarak, tüketiciden elde edilen bilgiler üzerinden ilgili ürünün kargo işlemlerini yürüten Teknikler Dağıtım Lojistik ve Paz. Tic. Ltd. Şti. ile yürütülen yazışmalar neticesinde ilgili internet sitesine ait işlemlerin Gökser İleti Depolama Ve Paketleme Tic. Ltd. Şti. tarafından yürütüldüğü tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İlgili firmaya ait söz konusu internet sitesinde yayınlanan reklam ve ilanlar ile tüketicilere “Adidas marka spor ayakkabı” satılacağı yönünde bir vaatte bulunulduğu ancak tüketicilere gönderilen ürünün vaat edildiği üzere Adidas markalı olmadığı, söz konusu markanın sembolü kullanılarak üretilen ve ilgili markadan beklenilen kalite standardını yansıtmayan bir ürün olduğu, diğer bir deyişle ürünün orijinal olmadığı, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a; 9/1; 11/1-a, 11/1-b; 12/2; 29/1, 29/2-a, 29/2-e; 32/1 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un; 61 ve 62 inci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **Gökser İleti Depolama Ve Paketleme Tic. Ltd. Şti.** unvanlı firma hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak, **69.086 TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**83)**

**Dosya No: 2018/3241**

**Şikayet Edilen: Gittigidiyor Bilgi Teknolojileri A.Ş**

**Şikayet Edilen Reklam:** İlgili firmaya ait [www.gittigidiyor.com](http://www.gittigidiyor.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait [www.gittigidiyor.com](http://www.gittigidiyor.com) adresli internet sitesi üzerinden tüketiciye *"150 TL üzeri alışverişe 25 Tl indirim hesabınıza tanımlanmıştır"* şeklinde bir elektronik posta gönderildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İlgili firmaya ait anılan internet sitesi üzerinden tüketicilere *"150 TL üzeri alışverişe 25 Tl indirim hesabınıza tanımlanmıştır"* şeklinde bir elektronik posta gönderilmesine karşın bu indirim çekinin kullanılamadığı, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5; 9/1; 28/1, 28/4; 29/1; 32/1 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı ekinin A/6-b maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un; 61 ve 62 inci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **Gittigidiyor Bilgi Teknolojileri A.Ş** unvanlı firma hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak, **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**84)**

**Dosya No: 2019/8845**

**Şikayet Edilen: Cavit AKTÜRK**

**Şikayet Edilen Reklam:** İlgili şahıs tarafından üretilen “Cavit İNOX Sürmene Yöresel El Dövmesi Trabzon” adlı ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** İlgili şahıs tarafından üretilen bıçakların ambalajında *“Sürmene Yöresel El Dövmesi”* ifadesinin bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İlgili şahısça üretilen bıçakların üzerinde “Cavit İNOX Sürmene Yöresel El Dövmesi Trabzon” ifadesine yer verildiği ancak söz konusu ürünün 25.08.2017 tarih ve 329 sayı ile tescil altına alınan Sürmene Bıçağı coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretilmediği, bu çerçevede marka adında Sürmene ifadesinin bulunmasının mevzuata aykırı olduğu değerlendirilmiştir.

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-f, 7/5-g; 9/1; 11/1-b; 12/2; 28/1, 28/2; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un; 61 ve 62 inci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **Cavit AKTÜRK** isimli şahıs hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir

**85)**

**Dosya No: 2019/9664**

**Şikayet Edilen: DEHA Mağazacılık Ev Tekstil Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait [www.madamecoco.com](http://www.madamecoco.com) ve ilgili firma tarafından [www.trendyol.com](http://www.trendyol.com) adresli internet sitelerinde yayınlanan indirim kampanyasına ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından düzenlenen indirim kampanyası kapsamında bazı ürünlerin satışının iptal edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaca her iki internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen indirim kampanyaları kapsamında tüketiciler tarafından satın alınan ürünlerin satışının, ilgili ürünler stoklarda bulunmasına rağmen iptal edildiği, bu niteliğiyle tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiştir.

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a; 9/1; 13/9; 14/1; 28/1, 28/2, 28/4; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı ekinin A/5, 6-b, 7 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un; 61 ve 62 inci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **DEHA Mağazacılık Ev Tekstil Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.** unvanlı firma hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak, **85.480 TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**86)**

**Dosya No: 2019/9670**

**Şikayet Edilen: Dsm Grup Dan. İlet. ve San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait [www.trendyol.com](http://www.trendyol.com) adresli internet sitelerinde yayınlanan indirim kampanyasına ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** DSM Grup Dan. İlet. ve Sat. Tic. A.Ş. unvanlı firmanın [www.trendyol.com](http://www.trendyol.com) adresli internet sitesinde bir başka firma tarafından gerçekleştirilen uygulamalar açısından 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi Ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun kapsamında sorumlu olmadığı ancak belirtilen internet sitesinde yer verilen reklam ve tanıtımların Reklam Mevzuatına uygunluğunu sağlamak açısından sorumlu olduğu hususu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi Ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun uyarınca her ne kadar yer sağlayıcılar içerik denetiminden sorumlu tutulamasalar da, özellikle indirimli satışa yönelik hizmet sunan internet sitelerinin tüketicilerin en çok sorun yaşadıkları ürünlere ait stok adedi ile kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihleri konusunda Reklam Mevzuatının getirdiği yükümlülüklere uygun bir satış ortamı yaratmaları gerekliliği ortadadır.

Diğer taraftan, konuya ilişkin olarak içerik sağlayıcı firmalar ile yürütülen yazışmalar neticesinde, ilgili firmaların sadece hizmet sağlayıcısı firmaların kendilerine tanıdıkları alanda ve önceden belirlenen bilgileri girebildikleri, diğer bir deyişle stok adedi ve indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri konusunda herhangi bir şekilde bilgi girişi yapmalarının mümkün olmadığı anlaşılmaktadır.

Bu çerçevede, Deha Mağazacılık Ev Tekstil Ürünleri San. ve Tic. A.Ş. unvanlı firma tarafından firmaya ait www.trendyol.com adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen indirim kampanyası kapsamında, Reklam Mevzuatında açıkça belirtilen indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleriyle indirimli satışa konu ürünlerin stok adedinin belirtilmediği, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu nedenle inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a; 9/1; 13/1, 13/9; 14/1, 14/2; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un; 61 ve 62 inci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **DSM Grup Dan. İlet. ve San. Tic. A.Ş.** unvanlı firma hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir

**87)**

**Dosya No: 2018/5695**

**Şikayet Edilen: Odak Mobil Kargo Pazarlama Ve Çağrı Hizmetleri Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Halk Euro TV isimli televizyon kanalında 05.09.2018 tarihinde yayınlanan “Lazbaba Sürmene Bıçağı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.09.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Halk Euro TV isimli televizyon kanalında 05.09.2018 tarihinde yayınlanan “Lazbaba Sürmene Bıçağı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda *“Hanımlar beyler! 250 yılı aşkın bir süredir babadan oğula geçen tarihi Laz Baba el yapımı sürmene bıçaklarının imalatını ünlü sanatçı Latif Doğan gezdi, dolaştı, onayladı ve sizlere gururla sunuyor. -Evet Ahmetim ne yapıyoruz bugün. Meşhur sürmene Lazbaba bıçaklarını yerinde inceleyeceğiz yerinde göreceğiz ve sizlere yapma bıçak değil gerçek el emeği göz nuru olan sürmene lazbaba bıçaklarını inceleyip halkımıza sunacağız. Hakiki çelik. - evet dövme çelik sürmene lazbaba bıçağı. Bıçak sürmene bıçağı alınır, o da lazbabadan alınır. İşte dünyanın 1 numaralı bıçağı işte çeliği bitene kadar garantili tek bıçak. İşte meşhur lazbaba el yapımı sürmene bıçağı. Piyasada tanesi 100 liraya satılmakta olan hakiki lazbaba sürmene bıçağına iki tanesine 99 liraya sahip olabilirsiniz. Bitmedi. Özel sürmene bıçak bileme makinesi bizden size hediye. Bitmedi 6lı meyve bıçağı seti bizden size hediye. Yine bitmedi. Vee kampanyaya dikkat. Tam 30 parçadan oluşan paslanmaz eğilmez bükülmez çatal kaşık takımını da biz hediye olarak gönderiyoruz. O zaman ne duruyoruz hemen arayın acele edin. Laz baba orijinal el yapımı sürmene bıçakları dünyanın en kaliteli çeliğinden el emeği ile dövme yöntemiyle üretilmektedir. Lazbaba el yapımı dövme bıçağının boyu 25 cm’dir. Bıçaklarımızın sap kısmında gül ağacı kullanılmaktadır. İşte keskinlik testi. Lazbaba el yapımı sürmene bıçaklarıyla kurban keserken hayvanlarınız eziyet çekmez. Tek bıçak darbesiyle anında kurban kesimi. (…) -Bu emeğin nasıl sahtesini yapıp da insanların haklarını yiyorlar ben anlamıyorum. Öyle plastik bıçak yapma bıçak çin malı bıçak göndermiyoruz. Orijinal el emeği göz nuru. (…) Lazbaba sürmene bıçakları yekpare çeliktir. Üzerinden otomobil geçer. Lazbaba el yaımı sürmene bıçakları ustura gibi tıraş eder. Tüm dünyada profesyonel aşçı ve kasaplarca tercih edilmektedir. Türkiye’nin en ünlü şefleri lazbaba sürmene bıçağını sizler için test etti. Lazbaba sürmene bıçaklarını 3 ila 5 yıl garanti değil. Çeliği bitene kadar garanti veriyoruz. Üzerinde ürün sorgulama barkodu bulunmayan bıçaklar bize ait değildir ve orijinal lazbaba bıçağı değildir. (…) Hakiki Sürmene bıçağı* *(…) Hakiki çelik. (…)İşte dünyanın 1 numaralı bıçağı işte çeliği bitene kadar garantili tek bıçak. dünyanın en kaliteli çeliğinden el emeği ile dövme yöntemiyle üretilmektedir. Lazbaba sürmene bıçakları yekpare çeliktir. Üzerinden otomobil geçer. Lazbaba el yaımı sürmene bıçakları ustura gibi tıraş eder. Tüm dünyada profesyonel aşçı ve kasaplarca tercih edilmektedir. Türkiye’nin en ünlü şefleri lazbaba sürmene bıçağını sizler için test etti. Lazbaba sürmene bıçaklarını 3 ila 5 yıl garanti değil. Çeliği bitene kadar garanti veriyoruz. Üzerinde ürün sorgulama barkodu bulunmayan bıçaklar bize ait değildir ve orijinal lazbaba bıçağı değildir. (…) Piyasada tanesi 100 liraya satılmakta olan hakiki lazbaba sürmene bıçağına iki tanesine 99 liraya sahip olabilirsiniz. Bitmedi. Özel sürmene bıçak bileme makinesi bizden size hediye. Bitmedi 6lı meyve bıçağı seti bizden size hediye. Yine bitmedi. Vee kampanyaya dikkat. Tam 30 parçadan oluşan paslanmaz eğilmez bükülmez çatal kaşık takımını da biz hediye olarak gönderiyoruz””* ifadeleri ve durağan yazıda yer verilen *“Yerli sermaye %100 Türk malı”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından 05.09.2018 tarihinde Halk Euro TV isimli televizyon kanalında yayınlanan “Lazbaba Sürmene Bıçağı” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Hanımlar beyler! 250 yılı aşkın bir süredir babadan oğula geçen tarihi Laz Baba el yapımı sürmene bıçaklarının imalatını ünlü sanatçı Latif Doğan gezdi, dolaştı, onayladı ve sizlere gururla sunuyor. -Evet Ahmetim ne yapıyoruz bugün. Meşhur sürmene Lazbaba bıçaklarını yerinde inceleyeceğiz yerinde göreceğiz ve sizlere yapma bıçak değil gerçek el emeği göz nuru olan sürmene lazbaba bıçaklarını inceleyip halkımıza sunacağız. Hakiki çelik. - evet dövme çelik sürmene lazbaba bıçağı. Bıçak sürmene bıçağı alınır, o da lazbabadan alınır. İşte dünyanın 1 numaralı bıçağı işte çeliği bitene kadar garantili tek bıçak. İşte meşhur lazbaba el yapımı sürmene bıçağı. Piyasada tanesi 100 liraya satılmakta olan hakiki lazbaba sürmene bıçağına iki tanesine 99 liraya sahip olabilirsiniz. Bitmedi. Özel sürmene bıçak bileme makinesi bizden size hediye. Bitmedi 6lı meyve bıçağı seti bizden size hediye. Yine bitmedi. Vee kampanyaya dikkat. Tam 30 parçadan oluşan paslanmaz eğilmez bükülmez çatal kaşık takımını da biz hediye olarak gönderiyoruz. O zaman ne duruyoruz hemen arayın acele edin. Laz baba orijinal el yapımı sürmene bıçakları dünyanın en kaliteli çeliğinden el emeği ile dövme yöntemiyle üretilmektedir. Lazbaba el yapımı dövme bıçağının boyu 25 cm’dir. Bıçaklarımızın sap kısmında gül ağacı kullanılmaktadır. İşte keskinlik testi. Lazbaba el yapımı sürmene bıçaklarıyla kurban keserken hayvanlarınız eziyet çekmez. Tek bıçak darbesiyle anında kurban kesimi. (…) -Bu emeğin nasıl sahtesini yapıp da insanların haklarını yiyorlar ben anlamıyorum. Öyle plastik bıçak yapma bıçak çin malı bıçak göndermiyoruz. Orijinal el emeği göz nuru. (…) Lazbaba sürmene bıçakları yekpare çeliktir. Üzerinden otomobil geçer. Lazbaba el yaımı sürmene bıçakları ustura gibi tıraş eder. Tüm dünyada profesyonel aşçı ve kasaplarca tercih edilmektedir. Türkiye’nin en ünlü şefleri lazbaba sürmene bıçağını sizler için test etti. Lazbaba sürmene bıçaklarını 3 ila 5 yıl garanti değil. Çeliği bitene kadar garanti veriyoruz. Üzerinde ürün sorgulama barkodu bulunmayan bıçaklar bize ait değildir ve orijinal lazbaba bıçağı değildir.”* ifadeleri ve durağan yazıda yer verilen *“Yerli sermaye %100 Türk malı”* ifadeleri ile satışa sunulan ürünlerin 25.08.2017 tarih ve 329 sayı ile tescil altına alınan Sürmene Bıçağı coğrafi işaret tesciline uygun nitelikte üretilmediği, bu çerçevede marka adında Sürmene ifadesinin bulunmasının mevzuata aykırı olduğu,

Diğer yandan, söz konusu tanıtımlarda yer alan; “*Hakiki Sürmene bıçağı* *(…) Hakiki çelik. (…)İşte dünyanın 1 numaralı bıçağı işte çeliği bitene kadar garantili tek bıçak. dünyanın en kaliteli çeliğinden el emeği ile dövme yöntemiyle üretilmektedir. Lazbaba sürmene bıçakları yekpare çeliktir. Üzerinden otomobil geçer. Lazbaba el yaımı sürmene bıçakları ustura gibi tıraş eder. Tüm dünyada profesyonel aşçı ve kasaplarca tercih edilmektedir. Türkiye’nin en ünlü şefleri lazbaba sürmene bıçağını sizler için test etti. Lazbaba sürmene bıçaklarını 3 ila 5 yıl garanti değil. Çeliği bitene kadar garanti veriyoruz. Üzerinde ürün sorgulama barkodu bulunmayan bıçaklar bize ait değildir ve orijinal lazbaba bıçağı değildir.”* ifadeleri ve durağan yazıda yer verilen *“Yerli sermaye %100 Türk malı”* ifadelerinin ispatlanamadığı,

Ayrıca, söz konusu tanıtımlarda; *“Piyasada tanesi 100 liraya satılmakta olan hakiki lazbaba sürmene bıçağına iki tanesine 99 liraya sahip olabilirsiniz. Bitmedi. Özel sürmene bıçak bileme makinesi bizden size hediye. Bitmedi 6lı meyve bıçağı seti bizden size hediye. Yine bitmedi. Vee kampanyaya dikkat. Tam 30 parçadan oluşan paslanmaz eğilmez bükülmez çatal kaşık takımını da biz hediye olarak gönderiyoruz”* ifadelerine yer verilmesine karşın, hediye edilecek ürünlerin piyasa değeri belirtilmeyerek ilgili mevzuat hükümlerine aykırı hareket edildiği,

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-f, 7/5-g; 9 uncu; 11/1-b; 12/2; 28/1, 28/2; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un; 61 ve 62 inci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Odak Mobil Kargo Pazarlama ve Çağrı Hizmetleri Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine; diğer taraftan;

* Reklam Kurulu’nun 09.04.2019 tarih ve 283 sayılı toplantısında yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda, **18.09.2017** tarihinde **ANC TV** isimli televizyon kanalında yayınlanan **“Zenix Şampuan”** isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlara ilişkin olarak, firmanız hakkında, **12.070-TL (Onikibinyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** uygulanmasına karar verildiği,
* 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 77/12 maddesinde; *“(12) Bu Kanunun 61 inci maddesinde belirtilen yükümlülüklere aykırı hareket eden reklam verenler, reklam ajansları ve mecra kuruluşları hakkında durdurma veya aynı yöntemle düzeltme veya idari para cezası ve gerekli görülen hâllerde de üç aya kadar tedbiren durdurma cezası uygulanır. Reklam Kurulu, ihlalin niteliğine göre bu cezaları birlikte veya ayrı ayrı verebilir. Aykırılık; a) Yerel düzeyde yayın yapan televizyon kanalı aracılığı ile gerçekleşmiş ise on bin Türk Lirası (…) idari para cezası verilir.* ***Reklam Kurulu, idari işleme konu ihlalin bir yıl içinde tekrar edilmesi hâlinde yukarıda belirtilen idari para cezalarını on katına kadar uygulayabilir*** hükmünün yer aldığı,

Bu itibarla, Reklam Kurulunun 09.04.2019 tarih ve 283 sayılı toplantısında tesis edilen idari işleme konu ihlalin firma tarafından son bir yıl içinde tekrar edilmesi ve 6502 sayılı Kanunun 77/12 maddesi hükmüne istinaden idari para cezasının iki kat olarak **(13.816 x 2 = 27.632 TL (Yirmiyedibinaltıyüzotuziki Türk Lirası))** uygulanmasına karar verilmiştir.

**88)**

**Dosya No: 2018/7586**

**Şikayet Edilen:** **Taksim Danışmanlık Yazılım Hizmetleri Gıda Day. Tük. Mal. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.belcert.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:**2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.belcert.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda;

*“Hangi Evraklar Gereklidir? Başvuru için vergi levhanız yeterlidir.*

*ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 10002. 4 Belge toplam 1500 TL+kdv dir. Belgelerimiz hem yurt içinde hem de yurt dışında geçerlidir. Çalıştığımız diğer kurumlardan teyit edebilirsiniz. Ek ücret çıkarmadan en geç 5 iş günü içerisinde sizlere ulaştırıyoruz.*

*Toplam ücret 1500TL+KDV. Fiyatlarımız dip fiyatlar olup indirim söz konusu değildir. 1500TL+KDV dışında başka ödeme çıkmayacaktır.*

*Yeterlilik*

*Yetkili olduğumuzu gösteren belgeler tarafınıza gönderilecektir. Belgeleriniz sertifika sorgulama ekranı ile yayınlanacaktır. Müşterinize belge kodunuzu vererek belgenizi göndermeye gerek kalmadan sorgulama yapmasını sağlayabilirsiniz. Tüm hammaliyetler bize ait olup sizin yalnızca telefon açıp kayıt yaptırmanız yeterli olacaktır.*

*Belgelerin geçerlilik süresi. Belgeler 3 yıl geçerlidir.*

*Kampanya süresi. Kampanya süresi. 31 Aralık 2018 son tarihtir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.belcert.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“Hangi Evraklar Gereklidir? Başvuru için vergi levhanız yeterlidir.*

*ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 10002. 4 Belge toplam 1500 TL+kdv dir. Belgelerimiz hem yurt içinde hem de yurt dışında geçerlidir. Çalıştığımız diğer kurumlardan teyit edebilirsiniz. Ek ücret çıkarmadan en geç 5 iş günü içerisinde sizlere ulaştırıyoruz.*

*Toplam ücret 1500TL+KDV. Fiyatlarımız dip fiyatlar olup indirim söz konusu değildir. 1500TL+KDV dışında başka ödeme çıkmayacaktır.*

*Yeterlilik*

*Yetkili olduğumuzu gösteren belgeler tarafınıza gönderilecektir. Belgeleriniz sertifika sorgulama ekranı ile yayınlanacaktır. Müşterinize belge kodunuzu vererek belgenizi göndermeye gerek kalmadan sorgulama yapmasını sağlayabilirsiniz. Tüm hammaliyetler bize ait olup sizin yalnızca telefon açıp kayıt yaptırmanız yeterli olacaktır.*

*Belgelerin geçerlilik süresi. Belgeler 3 yıl geçerlidir.*

*Kampanya süresi. Kampanya süresi. 31 Aralık 2018 son tarihtir.”* ifadelerine yer verildiği, ancak söz konusu belgelerin verilmesinin belirli prosedürlerin yerine getirilmesine ve uygunluk denetimine tabi olduğu, bu nedenle söz konusu tanıtımlarda yer alan, sadece vergi levhasının gönderilmesi ve belli bir ücret karşılığında söz konusu belgelerin 5 iş günü içerisinde temin edileceğine yönelik ifadelerin yanıltıcı olduğu,

Açıklanan gerekçe ile söz konusu reklamların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-g ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Taksim Danışmanlık Yazılım Hizmetleri Gıda Day. Tük. Mal. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde, **85.480-TL (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**89)**

**Dosya No: 2019/1532**

**Şikayet Edilen:** **Marjinal Alışveriş Hizmetleri ve Deri San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.n11.com adresli internet sitesinde “pirrecardinderi” satıcı hesabında satışı yapılan “Pierre Cardin Bayan Ceket” isimli ürüne ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:**28.11.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.n11.com adresli internet sitesinde yer alan “pirrecardinderi” satıcı hesabında “Pierre Cardin Bayan Ceket” isimli ürünün 39,99 TL ile satışa sunulduğu, ancak söz konusu ürünü ilan edilen fiyat ile satın alan başvuru sahibi tüketicinin siparişinin, ürünün stoklarda olmadığı gerekçesi ile iptal edilerek ürünün 159,99 TL ile fiyat ile tekrar satışa sunulduğu, başvuru sahibi tüketicinin göndermiş olduğu bilgi ve belgelerden tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.n11.com adresli internet sitesinde yer alan “pirrecardinderi” satıcı hesabında *“Pierre Cardin Bayan Ceket”* isimli ürünün 39,99 TL ile satışa sunulduğu, ancak söz konusu ürünü ilan edilen fiyat ile satın alan başvuru sahibi tüketicinin siparişinin, ürünün stoklarda olmadığı gerekçesi ile iptal edilerek ürünün 159,99 TL ile fiyat ile tekrar satışa sunulduğu, dolayısıyla söz konusu reklamlarda yer alan vaadin yerine getirilmeyerek tüketicilerin yanıltıldığı,

Ayrıca, reklam veren firmanın, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünü belirtilen fiyattan sunamayacağına veya başka bir yerden tedarik edemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın 39,99-TL satış fiyatı üzerinden edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu,

Açıklanan gerekçeler ile söz konusu reklamların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-e, 9 uncu, 28 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci ve 62 nci maddeleri

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Marjinal Alışveriş Hizmetleri ve Deri San. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde, **69.086-TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası)** **idari para cezası ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**90)**

**Dosya No: 2019/217**

**Şikayet Edilen: Teşekkürler Modern Tasarımlar İç ve Dış Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.dekorazon.com adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen *"Modelight Tripod Abajur Kayın Ayak/Beyaz Şapka"* adlı ürünün tanıtımına ilişkin yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.11.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.dekorazon.com adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen *"Modelight Tripod Abajur Kayın Ayak/Beyaz Şapka"* adlı ürünün tanıtımına ilişkin yayınlanan reklamlarda yer alan ürün özelliklerinde, *"Şapkada kullanılan kumaş Hollanda menşei olup abajur için özel olarak üretilmiştir."* ifadelerinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.dekorazon.com adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen *"Modelight Tripod Abajur Kayın Ayak/Beyaz Şapka"* adlı ürünün tanıtımına ilişkin yayınlanan reklamlarda yer alan ürün özelliklerinde, *"Şapkada kullanılan kumaş Hollanda menşei olup abajur için özel olarak üretilmiştir."* ifadesinin kullanıldığı; şikayet edilen firma tarafından tedarikçi firmadan sağlanan fatura örneğinde, ürünün Hollanda menşei olduğunun ve bahsi geçen abajura ait şapkanın “PVC kumaş üzerine lamine edilmiş özel kumaş” şeklinde nitelendirildiğinin görüldüğü gerekçesiyle, anılan reklamların; Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin ilgili hükümleri ile 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**HAKSIZ TİCARİ UYGULAMALAR**

**91)**

**Dosya No: 2018/2135**

**Şikayet Edilen: TELCOCAT Telekomünikasyon A.Ş**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Kısa Mesaj

**Tespitler:** Firma tarafından tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda *“\*\*\*\* isimli tüketiciye "Sayın müşterimiz 36 ay vadeye kadar 30.000 TL tutarla ön onaylı kredi çekebilirsiniz detaylı bilgi için hemen müşteri temsilcimizle görüşün 08882992966"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından \*\*\*\*\* isimli tüketiciye "*Sayın müşterimiz 36 ay vadeye kadar 30.000 TL tutarla ön onaylı kredi çekebilirsiniz detaylı bilgi için hemen müşteri temsilcimizle görüşün 08882992966"* şeklinde gönderilen kısa mesaj neticesinde,

* Tüketicinin ilgili telefon numarasını araması sonrasında cep telefonu faturalarına yüksek miktarda görüşme bedeli yansıtıldığı, diğer bir deyişle hizmetin fiyatı konusunda yanıltıcı bilgi verildiği,
* İlgili kısa mesaj yoluyla, firmanızca tüketicilere yönelik olarak kredi hizmeti sunulduğu yönünde ifadelere yer verildiği, böylece firmanızın kredi kuruluşu olarak hareket ettiği, bu durumun 5411 sayılı Bankacılık Kanunu’nun; “Tanım ve kısaltmalar” başlıklı 3 üncü maddesinde yer alan; *“Bu Kanunun uygulanmasında;(…)Banka: Mevduat bankaları ve katılım bankaları ile kalkınma ve yatırım bankalarını.(…)ifade eder”* hükmü ile “Faaliyet Konuları” başlıklı 4 üncü maddesinde yer alan; *“Bankalar, diğer kanunlarda öngörülen hükümler saklı kalmak kaydıyla aşağıda belirtilen faaliyetleri gerçekleştirebilirler…c) Nakdî, gayrin nakdî her cins ve surette kredi verme işlemleri…”* hükmüne aykırılık teşkil ettiği, diğer bir deyişle, ilgili mevzuat uyarınca nakit kredi sağlanmasının sadece yetkili kılınan kurumlarca ve belirlenen prosedürlere göre gerçekleştirilmesi öngörüldüğü halde firmanızca mevzuat tarafından yetkili kılınan bir finansal kuruluş gibi kredi verildiği yönünde gerçekleştirilen tanıtımların mevzuata aykırı olduğu değerlendirilmiştir.

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-ç; 9/1; 28/1, 28/4; 29/1; 30/1,; 32/1 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı ekinin A/8 ve 14 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un; 61 ve 62 inci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **TELCOCAT Telekomünikasyon A.Ş** unvanlı firma hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak, **34.542 TL (Otuzdörtbinbeşyüzkırkiki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**92)**

**Dosya No: 2018/2529**

**Şikayet Edilen: TELCOCAT Telekomünikasyon A.Ş**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Kısa Mesaj

**Tespitler:** Firma tarafından tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda *"Falmıgor.com sitemize üyeliğinizi gerçekleştirdiniz üyelikten çıkmak ve iptal işlemini gerçekleştirmek için 08882992966 nolu telefonu arayınız" ve "falımabak.com sitemize üyeliğinizi gerçekleştirdiniz üyelikten çıkmak ve iptal işlemini gerçekleştirmek için 08882992966 nolu telefonu arayınız"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından \*\*\*\*\*\* isimli tüketiciye *"Falmıgor.com sitemize üyeliğinizi gerçekleştirdiniz üyelikten çıkmak ve iptal işlemini gerçekleştirmek için 08882992966 nolu telefonu arayınız" ve "falımabak.com sitemize üyeliğinizi gerçekleştirdiniz üyelikten çıkmak ve iptal işlemini gerçekleştirmek için 08882992966 nolu telefonu arayınız"* şeklinde gönderilen kısa mesaj neticesinde, tüketicinin ilgili telefon numarasını araması sonrasında cep telefonu faturalarına yüksek miktarda görüşme bedeli yansıtıldığı, diğer bir deyişle hizmetin fiyatı konusunda yanıltıcı bilgi verildiği ve Reklam Mevzuatında açıkça yasaklanan fal reklamı yapıldığı değerlendirilmiştir.

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-ç; 9/1; 27/3; 28/1, 28/4; 29/1; 30/1; 32/1 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı ekinin A/8 ve 14 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un; 61 ve 62 inci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre,reklam veren **TELCOCAT Telekomünikasyon A.Ş** unvanlı firma hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak, **34.542 TL (Otuzdörtbinbeşyüzkırkiki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**4) Diğer Konuların Görüşülmesi**

|  |
| --- |
| **4.1)** **Dosya No: 2018/3579*****“Hotel Cinnah”*** adlı tesise yönelik olarak www.otelz.com, www.hotelscombined.com ve www.agoda.com adresli internet sitelerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 63 üncü maddesi uyarınca oluşturulan Reklam Kurulu Başkanlığınca incelemeye alınmış ve Reklam Kurulunun 13.11.2018 tarih ve 278 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;***“Hotel Cinnah”*** adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın, www.otelz.com, www.hotelscombined.com ve www.agoda.com adresli internet sitelerinin 14.09.2018 tarihli görünümlerinde yer alan reklam ve tanıtımlarda **“4 Yıldızlı Otel”** olarak tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu, bu durumun da, Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi, Mülga Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesi ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-g, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5 ve 32 nci maddeleri ve 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi hükümlerine aykırı olduğuna;Dolayısıyla, reklam veren olduğu tespit edilen **Checkinn Otel İşletmeciliği Abubekir Yılmaz** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **69.086 TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmişti.Bununla birlikte, C.A. Global Özel Öğrenci Yurdu Özel Eğitim ve Öğretim Turizm ve Otelcilik Dental İnşaat Matbaa ve Gıda İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti. unvanlı firma tarafından Bakanlığımıza yapılan 03.09.2019 tarih ve 47293663 sayılı başvuruda, “Hotel Cinnah” adlı tesisin ruhsat sahibinin C.A. Global Özel Öğrenci Yurdu Özel Eğitim ve Öğretim Turizm ve Otelcilik Dental İnşaat Matbaa ve Gıda İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti. olduğu, tesis maliki olarak Reklam Kurulu tarafından uygulanan söz konusu idari işlemin anılan firma hakkında tesis edilmesi gerektiği, Abubekir YILMAZ adlı şahsın otel danışmanı olduğu ve tesis sahibi gibi hareket ederek başlatılan inceleme kapsamında Bakanlığımıza cevaplarını sunduğu ifade edilmekte ve daha önceden **Checkinn Otel İşletmeciliği Abubekir Yılmaz** hakkında tesis edilen **69.086 TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezalarının** geri alınarak tesis sahibi C.A. Global Özel Öğrenci Yurdu Özel Eğitim ve Öğretim Turizm ve Otelcilik Dental İnşaat Matbaa ve Gıda İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti. unvanlı firma hakkında uygulanması istenmektedir.Firma tarafından yapılan söz konusu başvuruya istinaden Reklam Kurulunun 10.09.2019 tarih ve 288 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;“Hotel Cinnah” adlı tesisin ruhsat sahibinin C.A. Global Özel Öğrenci Yurdu Özel Eğitim ve Öğretim Turizm ve Otelcilik Dental İnşaat Matbaa ve Gıda İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti. unvanlı firma olduğu; bu kapsamda, ***“Hotel Cinnah”*** adlı tesise yönelik olarak www.otelz.com, www.hotelscombined.com ve www.agoda.com adresli internet sitelerinin 14.09.2018 tarihli görünümlerinde yer alan ve mevzuata aykırı ve tüketicileri yanıltıcı olduğu tespit edilen reklam ve tanıtımlara ilişkin olarak, Reklam Kurulunun 13.11.2018 tarih ve 278 sayılı toplantısında **Checkinn Otel İşletmeciliği Abubekir Yılmaz** hakkında tesis edilen **69.086 TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezalarının geri alınmasına;**Anılan reklam ve tanıtımların, Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi, Mülga Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesi ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-g, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5 ve 32 nci maddeleri ve 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi hükümlerine aykırı olduğuna ;Söz konusu reklam ve tanıtımlar ile ilgili olarak, reklam veren C.A. Global Özel Öğrenci Yurdu Özel Eğitim ve Öğretim Turizm ve Otelcilik Dental İnşaat Matbaa ve Gıda İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti. hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **69.086 TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir. |
|  |

**4.2)**

**Dosya No: 2018/2865**

Emeti GÜNER’e ait ***“Çamlı Defne Pansiyon”*** isimli tesise ilişkin olarak www.defnebutikotel.com, tr.hotels.com, www.trivago.com.tr, www.tripadvisor.com.tr, www.neredekal.com ve www.tatilvitrini.com adresli internet sitelerinde ve tesise ait tabelalarda ***“Butik Otel”*** şeklinde reklam ve tanıtım yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu gerekçesiyle, Reklam Kurulu’nun 12.02.2019 tarih ve 281 sayılı toplantısında tesis edilen **69.086.TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** kararına karşı söz konusu firma tarafından yapılan itirazın ***reddine*** karar verilmiştir.

**4.3)**

**Dosya No: 2017/3592**

**Bayer Türk Kimya San. Ltd. Şti.** isimli firmaya ait <https://www.bepanthol.com.tr/> adresli internet sitesinde ve ürün ambalajında yer alan muhtelif ürünlere ilişkin tanıtımlar hakkında Reklam Kurulu’nun 13.11.2018 tarih ve 278 sayılı toplantısında verilen **69.086-TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** uygulanması kararına ilişkin itirazın ***reddine***  karar verilmiştir.

**4.4)**

**Dosya No: 2019/327**

**Hayat Kimya Sanayi A.Ş.** isimli firmaya ait **“Molfix”** markalı bebek bezine ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında ve Facebook isimli sosyal paylaşım sitesinde yer alan “Doğru Adımlar” temalı reklam filmi hakkında Reklam Kurulu’nun 12.07.2019 tarih ve 286 sayılı toplantısında verilen **durdurma cezası kararına ilişkin itirazın** görüşülmesi neticesinde; söz konusu idari işlemin geri alınmasını gerektirecek herhangi bir hususun bulunmadığı kanaatine varıldığından ***itirazın reddine*** karar verilmiştir.